

Troisième partie

Troisième partie : Contrats et
comportements de clients

Cette troisième partie de la thèse est destinée à montrer la place des relations des clients avec leurs proches parents, amis et connaissances en particulier les relations de recommandation et ou les relations d'aval dans l'élaboration, la gestion et l'exécution des contrats de dette. Cela se fera grâce au traitement des données de terrain c'est-à-dire les échantillons d'enquête à la FECECAM et au PADME et la base de données de la clientèle du PADME.

On entend par élaboration des contrats de dette, la mise en place des conditions nécessaires à la conclusion d'un contrat. On entend par gestion des contrats de dette, l'offre de microcrédits faite par les agents de crédits aux clients qui sollicitent des emprunts. Enfin, on entend par exécution des contrats de dette, le respect des clauses contractuelles par les clients une fois conclus les contrats de dette. Le respect des clauses des contrats est traduit dans cette étude par un indicateur appelé respect des échéances. Cette partie comprend trois chapitres.

Le chapitre dédié à l'élaboration des contrats montre comment se construisent les contrats de dette microfinancière dans les contextes de cette étude. Il montre l'importance des relations annexes des clients avec leur entourage. Ces relations étant destinées à servir de support aux différents modèles de contrats de dette. Ce chapitre permet de voir que les contrats de dette qui sont conclus sans ses relations annexes sont minoritaires dans les contextes de cette étude.

Le chapitre consacré à la gestion des contrats montrera, en utilisant les données d'enquête et les bases de données sur la clientèle et sur le portefeuille de crédits au PADME, que les offres de nouveaux contrats de dette et les renouvellements de contrats peuvent être liés aux relations annexes des clients avec leur entourage.

Enfin, le chapitre consacré à l'exécution des contrats montrera que le respect des échéances par les clients peut être lié à leurs relations annexes avec leur entourage.

Chapitre 7

Elaboration des contrats de dette

Ce chapitre consiste à montrer que dans les contextes des IMF de cette étude, les contrats de dette sont conçus à partir des relations des clients avec leur entourage. Ces relations concernent en particulier les recommandeurs et avaliseurs et accessoirement les cautionnaires dans le cadre des crédits en caution solidaire. Ces relations ont été identifiées dans les chapitres antérieurs. Nous montrerons l'importance des relations de parrainage (ou recommandation) et d'aval. Or ces relations permettent de définir les liens de clientèle. On pourrait ainsi dire que les contrats de dette sont conçus sur la base ou en connaissance des liens de clientèle. C'est donc la question de la place des liens de clientèle dans l'élaboration des contrats de dette qui est posée. C'est une question importante de notre étude dans la mesure où nous cherchons à savoir si les contrats de dette peuvent être établis sans qu'il soit nécessaire (voire indispensable) de recourir aux relations subsidiaires du client avec son entourage, ses proches parents, amis et connaissances diverses. Là se pose plus théoriquement le premier problème de coordination de notre thèse c'est-à-dire l'indépendance ou l'interpénétration du champ économique symbolisé par le contrat de dette avec le champ social caractérisé par la position des liens¹. Cette indétermination sur l'indépendance ou l'interpénétration voire la dépendance du champ économique vis-à-vis du champ social est levée dès l'énoncé de notre première hypothèse de recherche. Celle-ci suggère de faire des liens de clientèle des constituants du contrat de dette microfinancière, en optant que ceux-ci (les liens) sont non seulement utiles mais nécessaires à l'élaboration et à la gestion des contrats de dette. Notre raisonnement et l'argumentation sont par conséquent destinés à soutenir cette hypothèse en y apportant des éléments de preuve qui l'attestent dans ce chapitre.

Celui-ci est structuré en trois sections. D'abord, nous présentons les différents modèles de contrats de dette. Puis, à partir des données d'enquête et la base de données sur la clientèle au PADME, nous montrons l'importance des modèles de contrats de dette conçus prioritairement pour les clients qui ont établis des relations annexes avec leur entourage. Ces relations sont

¹Si nécessaire, se référer à la problématique de la thèse dans la sous-section ou se reporter aux questions de coordination posées par l'étude des liens de clientèle : section 3.1

essentiellement le parrainage (ou recommandation) et l'aval. Enfin, en comparaison, nous montrons qu'il existe aussi un modèle de contrats de dette sans relations annexes apparentes. Mais celui-ci est minoritaire et marginalisé.

Un préalable : la correction de l'enquête par la base de données de la clientèle au PADME

Afin de mieux apprécier les réponses des clients interrogés lors de notre enquête, nous avons confronté certaines de leurs réponses avec les données concernant chaque client dans la base de données de la clientèle. Grâce à la clé d'appariement c'est-à-dire le numéro de client qui est identique dans le fichier de l'enquête et dans le fichier de la base de données de la clientèle, on peut identifier et extraire de la base de données l'échantillon enquêté. C'est-à-dire qu'il est possible de "marquer" l'ensemble des clients enquêtés pour effectuer sur eux les analyses voulues. Notre première tâche a donc consisté à créer le fichier de synthèse qui combine les données de l'enquête et celles de la base de données.

Cette étape a permis de voir que certaines données de l'enquête ne correspondent pas à la réalité de la base de données. Il a fallu alors corriger l'enquête. Par exemple, certains clients dissimulent volontairement leur réel statut s'ils sont recommandés ou avalisés. Autre dissimulation également : ils ne révèlent pas leur réelle situation de défaillance. Certains clients affirment qu'ils n'ont jamais été en retard, alors qu'ils ont été frappés au paiement de frais de retard. Comme la base de données de la clientèle concentre toutes les informations utiles sur les clients, elle peut être utilisée pour corriger l'enquête en rectifiant les données erronées que certains clients ont proposées. Figure 7.1

FIG. 7.1 – Données d'enquête, corrigées par la base de données

Données d'enquête sans correction

		recommandé par un tiers			non recommandé		
		avalisé par un tiers	non avalisé : garantie personnelle	Total	avalisé par un tiers	non avalisé : garantie personnelle	Total
Féminin	a été au moins une fois en retard	46	17	63	48	34	82
	n'a jamais été en retard	116	45	161	36	30	66
Masculin	a été au moins une fois en retard	5	18	23	14	40	54
	n'a jamais été en retard	26	51	77	14	20	34
Total		193	131	324	112	124	236

Données d'enquête corrigées par la base de données

		recommandé par un tiers			non recommandé		
		avalisé par un tiers	non avalisé : garantie personnelle	Total	avalisé par un tiers	non avalisé : garantie personnelle	Total
Féminin	a été au moins une fois en retard	73	18	91	62	64	126
	n'a jamais été en retard	122	33	155			
Masculin	a été au moins une fois en retard	5	22	27	29	48	77
	n'a jamais été en retard	46	38	84			
Total		246	111	357	91	112	203

Après cette correction, plusieurs remarques s'imposent

1. Globalement, les clients cherchent à dissimuler leur statut de recommandation et ou d'aval. Par exemple l'enquête montre qu'il y a 224 femmes qui soutiennent être recommandées. Or il y a dans la base de données 246 femmes parmi celles qui ont été enquêtées qui sont recommandées par des tiers. C'est-à-dire qu'il y a 22 femmes qui ont volontairement dissimulé leur statut de clientes recommandées par des tiers.
En plus, parmi les 224 femmes qui seraient recommandées, l'enquête montre que 162 femmes sont avalisées alors que la base de données révèle que 195 femmes enquêtées sont avalisées parmi les femmes recommandées. C'est-à-dire que 33 femmes qui sont recommandées ont tenté de dissimuler leur statut de clientes avalisées.
2. En outre, les clients cherchent à dissimuler leur comportement réel de défaillance en prétendant n'avoir jamais été en retard. Prenons quelques exemples chez les hommes. L'enquête montre que 23 hommes recommandés et 54 hommes non recommandés ont affirmé avoir été au moins une fois en retard. Or, en réalité, parmi les hommes enquêtés qui ont été tous " retrouvés " dans la base de données grâce à leur numéro de client, il

y a dans cette base de données, 27 hommes recommandés qui ont été au moins une fois en retard et 77 hommes non recommandés ayant été au moins une fois en retard. C'est-à-dire que 27 hommes ont dissimulé qu'ils aient été au moins une fois en retard. Parmi eux, il y a 4 hommes recommandés et 23 hommes non recommandés. De plus, l'enquête montre par exemple que 51 hommes recommandés et non avalisés ainsi que 14 hommes non recommandés mais avalisés et 20 hommes non recommandés et non avalisés n'ont tous jamais été en retard. Or, la base de données montre des chiffres inférieurs pour ces différents groupes de clients. C'est-à-dire que certains de ces clients ont prétendu n'avoir jamais été en retard alors que c'est faux.

L'échantillon étant corrigé ; à présent abordons les modèles de contrats de dette.

7.1 Modèles de contrats à relations annexes

Dans les contextes de cette étude, certains contrats de dette sont conçus sur la base des relations du client avec son entourage. Par rapport à la relation de service entre l'agent de crédit et le client, les relations de ce dernier avec son entourage peuvent être considérées comme des relations annexes. Or, celles-ci sont obligatoires pour certains modèles de contrat de dette. Par exemple, il y a le modèle de contrat de dette avec la relation de cautionnement très connu sous le nom de contrat en caution solidaire. Mais il y a aussi le modèle de contrat de dette avec la relation d'aval. D'autres modèles de contrat utilisent des relations annexes mais pas de façon obligatoire. C'est le cas par exemple du modèle de contrat de dette avec la relation de parrainage (ou recommandation).

Par ses relations annexes de cautions solidaires, de parrainage (ou recommandation) et d'aval, la société est sollicitée pour prendre une part active dans l'élaboration des contrats de dette microfinancière et à la gestion de ses contrats. Ce qui fait penser à un certain atypisme du contrat de dette microfinancière. Celui-ci se caractérisant par sa multipolarité entre l'agent de crédit, le client et des tiers (cautionnaires, recommandeurs, avaliseurs) impliqués dans le contrat et souvent contractuellement engagés. Comparativement au contrat de dette bancaire qui est exclusivement bipolaire entre un agent de crédit et un client, le contrat de dette microfinancière est différent. Par ailleurs, la société est engagée (contractuellement selon les cas) à travers les tiers à participer aux règlements des litiges relatifs à l'exécution des clauses contractuelles entre l'agent de crédit et le client. Enfin, une référence à la société est faite d'un point de vue symbolique dans la mesure où l'agent, le client et l'institution prêteuse utilisent les ordres de valeurs morales à la fois comme des mesures de dissuasion et ou de pression mais aussi des mesures d'incitation et de valorisation des clients emprunteurs.

Deux modèles de contrats à relations obligatoires ont été observés : le modèle de contrat de dette avec la relation de cautionnement et le modèle de contrat de dette avec la relation d'aval.

7.1.1 Contrat de dette à relation de cautionnement

Dans un contrat de dette avec relation de cautionnement, les membres sont par définition solidairement responsables les uns des autres, sans limitation. Ce contrat est, par ce fait, un contrat de dette par relation à effet "total". La relation de cautionnement a un effet "total" car elle implique un niveau d'engagement total (à 100%) et identique (sans division) pour la caution qui est aussi un cautionné ainsi que pour le cautionné qui est en même temps une caution. Par exemple au PADME, dans l'article 6 du contrat de prêt "groupe" relatif à la solidarité et l'indivisibilité, on peut lire ceci :

" Il est convenu qu'en cas de défaillance de l'un ou plusieurs membres du groupe, les autres membres seront tenus solidairement et sans division entre eux au remboursement de la totalité du (...) crédit en principal, intérêts, frais et accessoires", voir l'annexe 3.

A l'instar de ce qui se passe au PADME, la pratique du contrat de dette avec relation de cautionnement solidaire dans les institutions de microfinance des pays d'Afrique de l'Ouest est très différente de la caution solidaire connue en Asie notamment l'exemple de la Grameen Bank et les *self-help-groups* indiens². En effet, pour comprendre la particularité de la relation de caution solidaire qui est mise en œuvre dans les IMF des pays ouest africains, nous devons partir de la définition classique de la caution solidaire telle qu'elle a été proposée par la Grameen Bank. Celle-ci repose sur la figure du groupe. D'ailleurs on ne parle de caution solidaire que par référence au groupe. La Grameen Bank proposait par exemple des groupes de cinq personnes pour mettre en application son principe du *two-two-one*. Le groupe est donc un élément central dans la caution solidaire, et le lien de caution solidaire est la matérialisation des engagements solidaires et indivisibles des membres du groupe. Sur cette base, c'est le groupe qui emprunte. Or, dans le type de relation de caution solidaire qui nous concerne, le groupe disparaît pour laisser la place à un emprunteur individuellement reconnu par l'agent de crédit : c'est le "représentant" du groupe. L'exemple du PADME permet de voir deux niveaux de personnalisation du groupe. D'abord le groupe est représenté par un membre : le "représentant", à qui le contrat de prêt est destiné. C'est ce qu'affirme l'article 1 du contrat de prêt "groupe"

"L'Association pour la Promotion et l'Appui au Développement des Micro Entreprises et le groupe constitué par ses membres () et représenté par M./Mme ... dénommé "Emprunteur" s'accordent pour l'ouverture d'un crédit par le PADME en faveur de l'emprunteur qui l'accepte"; voir l'annexe 3.

Le groupe se réduit donc à un individu : le représentant qui est en réalité le seul et véritable engagé contractuellement puisqu'il est l'"emprunteur". Contractuellement, les deux autres membres du groupe ont des niveaux d'engagement similaires à ceux des recommandeurs mais ils ne sont pas pour autant des figurants dans le contrat final. Ensuite, chaque membre reçoit

²Ce sont des groupes solidaires d'une vingtaine d'épargnants et d'emprunteurs, principalement des femmes vivant en milieu rural.

au même moment que les autres membres du groupe un montant de crédit identique qu'il gère individuellement en rapport plus ou moins étroit avec l'agent de crédit. Celui-ci ne fait référence aux deux autres membres du groupe que lorsqu'il y a défaillance d'au moins un d'entre eux. Et là encore, l'agent de crédit peut uniquement se retourner contre le membre qui représente le groupe, puisque sur ce dernier tombe la responsabilité du dernier payeur en cas de défaillance d'un membre ou en cas de conflits dans le groupe.

"En cas de non paiement d'une échéance à la date fixée, (les frais et charges imputables) seront supportés par l'emprunteur"; article 2 du contrat de prêt "groupe"; annexe 3.

7.1.2 Contrat de dette à relation d'aval

Le modèle de contrat de dette avec relation d'aval est proposé aux clients en crédits individuels qui ne disposent pas de garanties personnelles. Ce modèle de contrat a un niveau d'engagement identique au précédent en ce qui concerne l'avaliseur. Celui-ci est entièrement et sans division responsable du remboursement de la dette de l'emprunteur en cas de défaut de ce dernier. L'avaliseur est semblable à une caution solidaire au sens stricte du terme. C'est d'ailleurs en ces termes qu'il est désigné dans le contrat de dette pour les clients individuels avalisés au PADME :

"Avant la remise du montant du prêt, un titre de propriété ou un bien de valeur au moins égale au montant sera remis au PADME. Ce bien est () la propriété de M. / Mme (...), ma caution solidaire, tenue solidairement responsable du présent prêt. [] Moi ou la caution donnons par la présente pouvoir au PADME d'en disposer. () Ma caution et moi-même affirmons sur l'honneur que le bien en garantie n'est grevé d'aucune dette. () En cas de non respect de mes engagements, ma caution signataire du présent sera tenu solidairement au remboursement du présent prêt."; article 5 de l'annexe 4.

Le bien mis en gage porte généralement sur la terre Mais, face aux difficultés que certaines IMF rencontrent pour exécuter les garanties³ les institutions proposent des attestations d'aval portant sur les salaires des avaliseurs. L'attestation d'aval exigée au PADME montre un exemple de la teneur de la relation d'aval lorsque l'avaliseur met en garantie son salaire. L'avaliseur porte en garantie son salaire pour le recouvrement du crédit de l'emprunteur. Il autorise son employeur à déduire directement et mensuellement sur (son) salaire, l'échéance prévue pour le remboursement du crédit jusqu'à concurrence du montant total en cas de défaut de paiement de l'emprunteur. Voir l'annexe 2.

³Difficultés relevant des interprétations de l'acte uniforme sur l'organisation des procédures simplifiées de recouvrement et des voies d'exécution. Se reporter au chapitre 6.2.1 si nécessaire

7.1.3 Contrats de dette à relation de parrainage (ou recommandation)

Le contrat de dette à relation de parrainage (ou recommandation) est un modèle de contrat de dette à relation non obligatoire. Il est totalement différent du modèle de contrat à relation d'aval. La relation de parrainage (ou recommandation) n'est pas une relation contractuelle. Elle n'est pas basée sur une responsabilisation du parrain au paiement de la dette de l'emprunteur recommandé. Le parrain est simplement un recommandeur, un gage moral en quelque sorte. Il s'engage sur son honneur au profit de l'emprunteur en témoignant en faveur de ce dernier. Voir l'exemple de la lettre de recommandation au PADME dans l'annexe 1. Le parrain recommandeur se met à disposition de l'agent de crédit en vue de l'assister pour le recouvrement des avoirs de l'institution prêteuse si l'emprunteur recommandé n'honore pas ses engagements. En principe, le parrainage (ou recommandation) concerne les deux catégories de clients pour les deux types de crédits à savoir les clients individuels pour les crédits individuels et les clients en caution solidaire pour les crédits de groupes. En réalité, seuls les clients individuels sont franchement concernés par le parrainage (ou recommandation) puisqu'on considère que les clients en caution solidaire sont de fait coparrainés les uns par les autres.

7.1.4 Contrats de dette à relations de parrainage et d'aval

Il existe des contrats de dette où deux relations annexes sont appliquées : la relation de parrainage (ou recommandation) et la relation d'aval. Ce cas où les relations de parrainage (ou recommandation) et d'aval sont cumulées concerne les contrats de dette pour les clients individuels uniquement. Lorsque les relations de parrainage (ou recommandation) et d'aval sont appliquées dans un contrat de dette, tous les formulaires sont employés c'est à dire la lettre de recommandation, l'attestation d'aval et le modèle de contrat de prêt individuel. Dans le cas des relations de parrainage (ou recommandation) et ou l'aval, on peut rencontrer deux modèles de contrats hybrides, avec pour certains contrats une relation de parrainage (ou recommandation) mais pas de relation d'aval, et pour d'autres contrats une relation d'aval mais pas de relation de parrainage. Dans le cas où il n'existe ni relation de parrainage (ou recommandation), ni relation d'aval, ni relation de cautionnement, on est en présence d'un contrat de dette sans relations annexes apparentes.

7.2 Modèles de contrats sans relations annexes apparentes

A l'opposé des modèles de contrats de dette à relations annexes, il existe aussi des contrats de dette sans relations annexes apparentes. En principe, ce modèle de contrat ne nécessite aucun support de relation pour être conclu et mis en œuvre. Les contrats sans relations apparentes sont des contrats de dette conclus entre un agent de crédit et un client en crédit individuel lorsque celui-ci propose ses propres éléments de garanties contre l'emprunt sollicité

et que ce dernier n'est recommandé par aucune tierce personne. En comparaison au crédit bancaire classique pour les particuliers, le modèle de contrat sans relations apparentes n'a aucune différence en ce qui concerne sa mise en place. Dans un modèle de contrat de dette sans relations annexes apparentes, l'article 5, dans l'annexe 4 est établi pour l'emprunteur et pour lui seul puisqu'il n'a pas d'avaliseur.

La section suivante propose de montrer les données relatives aux différents modèles de contrats de dette évoqués ci-dessus. Deux types de données seront présentés à cet effet en prenant l'exemple du PADME. Il y a d'abord les données d'enquête directe auprès des clients. Il y a ensuite les données issues de la base de données sur la clientèle.

7.3 Données sur les modèles de contrats

Ces données montreront l'importance des contrats de dette à relations annexes comparativement aux contrats de dette sans relations annexes apparentes.

7.3.1 Données sur les modèles de contrats à relations annexes

Les données sur les modèles de contrats de dette à relations annexes sont classées selon les catégories suivantes : type de crédit, recommandation, aval, type de crédit et recommandation, et enfin recommandation et aval. La catégorie type de crédit comprend deux modalités : crédit individuel et crédit de groupe de caution solidaire. La catégorie type de crédit et aval est identique à la catégorie aval puisque le critère aval porte sur un seul type de crédit à savoir le crédit individuel. La catégorie recommandation comprend les deux modalités suivantes : clients recommandés par des tiers ou clients non recommandés. La catégorie aval comprend les deux modalités suivantes : clients avalisés ou clients non avalisés ; ces derniers proposent leurs propres garanties.

Catégorie : types de crédits et clientèle

Les données sur les types de crédits et les clientèles sont présentées dans la figure 7.2.

FIG. 7.2 – Type de crédits et clientèle : données d'enquête et base de données du PADME

Clients actifs : données d'enquête

	FECACAM			PADME			Total		
	Effectif	%ligne	%colonne	Effectif	%ligne	%colonne	Effectif	%ligne	%colonne
individuel	56	9,1%	87,5%	560	90,9%	67,3%	616	100,0%	68,8%
caution solidaire	8	2,9%	12,5%	272	97,1%	32,7%	280	100,0%	31,3%
Total	64	7,1%	100,0%	832	92,9%	100,0%	896	100,0%	100,0%

Clients actifs, base de données du PADME (1994-2005),

		Fréquence	%	% valide	% cumulé
Valide	individuel	21146	60,6	60,8	60,8
	caution solid.	13658	39,1	39,2	100,0
	Total	34804	99,7	100,0	
Non valide		114	,3		
Total		34918	100,0		

Portefeuille de crédits (en volume)

années	total	ind	cs	%ind	%cs
1994	439	251	188	57,18%	42,82%
1995	1393	816	577	58,58%	41,42%
1996	2057	1355	702	65,87%	34,13%
1997	3011	1910	1101	63,43%	36,57%
1998	4859	3044	1815	62,65%	37,35%
1999	8062	4618	3444	57,28%	42,72%
2000	10868	5948	4920	54,73%	45,27%
2001	13341	7002	6339	52,48%	47,52%
2002	14956	7714	7242	51,58%	48,42%
2003	18613	9211	9402	49,49%	50,51%
2004	19468	10161	9307	52,19%	47,81%
2005	17078	9143	7935	53,54%	46,46%
moyenne	9512	5098	4414	56,58%	43,42%

Source : service statistique PADME

Total = nombre total de crédits accordés. Il correspond aux nombres de nouveaux crédits plus les renouvellements de crédits

Portefeuille de crédits (en valeur)

années	total	ind	cs	%ind	%cs
1994	179794131	160094437	19699694	89,04%	10,96%
1995	562036297	501576297	60460000	89,24%	10,76%
1996	817966482	745204954	72761528	91,10%	8,90%
1997	1303105000	1183200000	119905000	90,80%	9,20%
1998	2137985000	1931675000	206310000	90,35%	9,65%
1999	3558710000	3190055000	368655000	89,64%	10,36%
2000	5243030000	4700045000	542985000	89,64%	10,36%
2001	6757420000	6038590000	718830000	89,36%	10,64%
2002	7950940000	7112260000	838680000	89,45%	10,55%
2003	10937851000	9727381000	1210470000	88,93%	11,07%
2004	13489763600	12190308600	1299455000	90,37%	9,63%
2005	11503002000	10346839500	1156162500	89,95%	10,05%
moyen	5370133626	4818935816	551197810	89,82%	10,18%

Source : service statistique PADME

Total = montant total des crédits, correspond aux montants des nouveaux crédits plus les montants des renouvellements de crédits

Dans l'échantillon global, 68,8% des clients enquêtés sont en crédit individuel. Ce chiffre est plus important à la FECECAM avec 87,5% des clients. Il est de 67,3% au PADME. Le type de crédit sollicité n'a pas forcément un rapport étroit avec l'origine rurale ou urbaine des lieux d'exercice des institutions ou les lieux d'habitation des clients. Il n'y a pas non plus de rapport avec le genre même si les hommes sont naturellement peu nombreux à solliciter les crédits en groupes de caution solidaire. Ces données d'enquête sont essentiellement concentrées sur le PADME qui concentre 92,9% des clients enquêtés soient 832 sur les 896 au total. Dans cette institution, la base de données sur la clientèle présente une caractéristique relativement proche des données d'enquête puisque 60,8% des clients actifs depuis 1994 sont en crédits individuels et 39,2% en caution solidaire⁴.

Ces données sur les types de crédits sont corroborées par le portefeuille de prêts en volume qui montre la proportion des clients selon les types de crédits accordés. En moyenne, il y a près de 57% de contrats de prêts individuels et 43% de crédits en caution solidaire. Mais ces derniers ne représentent pas plus de 10% des montants accordés. Les crédits individuels sont donc très clairement plus importants au PADME.

Catégorie : recommandation

Les données sur la catégorie recommandation sont présentées dans la figure 7.3.

FIG. 7.3 – Recommandation : données d'enquête et base de données du PADME

Recommandation : données d'enquête

	FECECAM			PADME			Total		
	Effectif	% ligne	% colonne	Effectif	% ligne	% colonne	Effectif	% ligne	% colonne
recom.	24	4,8	37,5	478	95,2	57,5	502	100,0	56,0
non recom.	40	10,2	62,5	354	89,8	42,5	394	100,0	44,0
Total	64	7,1	100,0	832	92,9	100,0	896	100,0	100,0

Recommandation : base de données du PADME (1994-2005), clients actifs

		Fréquence	%	% valide	% cumulé
Valide	recom.	18030	51,6	85,3	85,3
	non recom.	3116	8,9	14,7	100,0
	Total	21146	60,6	100,0	
Non valide		13772	39,4		
Total		34918	100		

⁴Le total de la clientèle pris en compte est de 34804 au lieu de 34918 car nous ne tenons pas compte des groupements et ONG relais au nombre de 114. Ils sont exclus pour cette étude. On les considère manquants.

Pour l'enquête, ces données concernent tous les clients enquêtés (c'est-à-dire 896) quelque soit le type de crédit sollicité. Dans l'échantillon global, 56% des clients sont recommandés par des tiers. Mais ce chiffre est très différent d'une institution à une autre. Ainsi, on découvre par exemple que 57% des clients enquêtés au PADME sont recommandés par des tiers. Or, ce chiffre est nettement plus faible à la FECECAM où il y a une minorité de clients recommandés (37,5%).

En considérant uniquement les clients individuels recommandés, les chiffres seraient probablement différents. D'ailleurs, dans la base de données de la clientèle au PADME, on ne tient compte que des clients individuels pour le traitement de la catégorie recommandation. Les clients en caution solidaire en sont exclus. Les chiffres obtenus montrent que 85,3% des clients individuels qui sont recommandés par des tiers⁵.

Catégorie : aval

Les données sur la catégorie aval sont présentées dans la figure 7.4.

FIG. 7.4 – Aval : données d'enquête et base de données du PADME

Aval, données d'enquête

	FECECAM			PADME			Total		
	Effectif	% ligne	% colonne	Effectif	% ligne	% colonne	Effectif	% ligne	% colonne
avalisé par un tiers	12	3,8%	21,4%	305	96,2%	54,5%	317	100,0%	51,5%
non avalisé : garantie personnelle	44	14,7%	78,6%	255	85,3%	45,5%	299	100,0%	48,5%
Total	56	9,1%	100,0%	560	90,9%	100,0%	616	100,0%	100,0%

Aval, base de données du PADME (1994-2005), clients actifs

		Fréquence	%	% valide	% cumulé
Valide	avalisés	15503	44,4	73,3	73,3
	non avalisés	5643	16,2	26,7	100,0
	Total	21146	60,6	100,0	
Non valide		13772	39,4		
Total		34918	100,0		

Les données d'enquête pour la catégorie aval concernent uniquement les clients individuels (c'est-à-dire 616). A la FECECAM, l'aval est très peu mis en œuvre. Seulement 21,4% des clients enquêtés y sont concernés. En revanche au PADME, on découvre que la majorité des clients individuels (57%) sont avalisés. Dans cette institution, la base de données de la clientèle

⁵Le total de la clientèle pris en compte est de 21146 au lieu de 34918 car nous ne tenons pas compte de la fréquence 13772. Elle correspond aux groupements et ONG relais (114) et aux clients en caution solidaire (13658). Ils sont exclus. On les considère manquants.

montre un chiffre plus important concernant la catégorie aval puisque plus de 73% de clients individuels sont avalisés.

Catégorie : recommandation et type de crédit

Les données sur la catégorie type de crédit et recommandation sont présentées dans la figure 7.5.

FIG. 7.5 – Recommandation et type de crédit : données d'enquête et base de données du PADME

Recommandation par type de crédit, données d'enquête

PADME									
	individuel			caution solidaire			Total		
	Effectif	% lign	% colon	Effectif	% lign	% colon	Effectif	% lign	% colon
recommandés	324	67,8	57,9	154	32,2	56,6	478	100,0	57,5
non recom.	236	66,7	42,1	118	33,3	43,4	354	100,0	42,5
Total	560	67,3	100,0	272	32,7	100,0	832	100,0	100,0

Clients individuels actifs, base de données du PADME (1994-2005)

	individuel	
	Effectif	% colonne
recommandé par un tiers	18030	85,3%
non recommandé	3116	14,7%
Total	21146	100,0%

Si on considère les clients en caution solidaire et les clients individuels ensemble, la proportion de clients recommandés est plus importante au PADME avec 57,5% par rapport à la FECECAM avec seulement 37,5%. Nous avons vu cela dans la catégorie recommandation. A présent, si nous distinguons les types de crédit selon la catégorie recommandation, on constate qu'à la FECECAM, il y a une nette différence entre d'un côté, les clients individuels qui sont relativement peu nombreux à être recommandés par leurs proches (35,7%); et de l'autre côté, les clients en groupes de caution solidaire et recommandés qui sont plus ou moins nombreux : 50%. Au PADME, il n'y a quasiment pas de différence entre les deux types de clientèle par rapport à la catégorie recommandation. Près de 58% des clients individuels et près de 57% des clients en groupes de caution solidaire sont recommandés par leurs proches parentes, amis et connaissances diverses. Cela peut expliquer en partie pourquoi dans cette institution, on ne tient compte que des clients individuels dans la base de données de la clientèle pour analyser la catégorie recommandation. Justement, sur les 21146 clients individuels présents dans la base de données de la clientèle, il y a 18030 clients recommandés par des tiers soit 85,3%.

Catégorie : recommandation et aval

Les données sur la catégorie recommandation et aval sont présentées dans la figure 7.6.

FIG. 7.6 – Recommandation et aval : données d'enquête et base de données du PADME

Recommandation et aval : données d'enquête

PADME	avalisé par un tiers			non avalisé : garantie			Total		
	Effectif	%	%	Effectif	%	%	Effectif	%	%
		lign	colon		lign	colon		lign	colon
recom. par un tiers	193	59,6	63,3	131	40,4	51,4	324	100,0	67,9
non recommandé	112	47,5	36,7	124	52,5	48,6	238	100,0	42,1
Total	305	54,5	100,0	255	45,5	100,0	560	100,0	100,0

Recommandation et aval : base de données du PADME (1994-2005), clients actifs

Effectif				% ligne			
	avalisés	non avalisés	Total		avalisés	non avalisés	Total
recom.	14743	3287	18030	recom.	81,8%	18,2%	100,0%
non recom.	760	2356	3116	non recom.	24,4%	75,6%	100,0%
Total	15503	5643	21146	Total	73,3%	26,7%	100,0%

	avalisés		non avalisés		Total	
	% colonne	% tableau	% colonne	% tableau	% colonne	% tableau
recom. par un tiers	95,1%	69,7%	58,2%	15,5%	85,3%	85,3%
non recommandé	4,9%	3,6%	41,8%	11,1%	14,7%	14,7%
Total	100,0%	73,3%	100,0%	26,7%	100,0%	100,0%

Dans les données d'enquête, tous les clients avalisés à la FECECAM sont aussi recommandés par des tiers. En revanche, très peu de clients non avalisés sont recommandés (18,2%). La majorité des clients non avalisés (81,8%) ne sont pas recommandés non plus. Il n'y a aucun client non recommandé qui soit avalisé. Par conséquent, tous les clients qui ne sont pas recommandés ne sont pas avalisés non plus dans l'échantillon de la FECECAM. Au PADME, les données d'enquête sont différentes et plus complexes. Une importante majorité des clients avalisés (63,3%) sont aussi recommandés par des tiers. Parmi les clients non avalisés, il y a une légère majorité (51,4%) qui sont cependant recommandés. 47% des clients non recommandés sont cependant avalisés. Les 53% restants ne sont pas avalisés. Par rapport aux effectifs des échantillons d'enquête, les clients recommandés et avalisés représentent 31,3% de l'échantillon du PADME contre 21,4% à la FECECAM. Les clients qui ne sont ni recommandés, ni avalisés représentent 22,1% de l'échantillon du PADME alors qu'ils sont 64,3% de l'échantillon de la FECECAM.

Ces deux cas montrent que la relation de parrainage (ou recommandation) et la relation d'aval sont très recherchées par les IMF de la sous région ouest-africaine durant l'élaboration des contrats de dette. Dans les deux institutions qui ont servi de base pour notre enquête

auprès des clients, c'est surtout le PADME qui privilégie ces relations. Dans cette institution, les clients avalisés sont à 95,1% recommandés. Ils représentent 69,7% de la clientèle. De même, parmi les clients recommandés qui représentent 85,3% de la clientèle en crédits individuels, 81,8% de ceux-ci sont avalisés. Les clients non avalisés sont tout aussi nombreux à être recommandés : 58,2%. Parmi les clients non recommandés, 24,4% sont néanmoins avalisés. Mais ils ne pèsent guère que 3,6% de la clientèle totale. Les autres clients non recommandés ne sont pas avalisés. Ils ne constituent que 11,1% de la clientèle.

7.3.2 Marginalisation des contrats sans relations apparentes

Les données sur le modèle de contrat sans relations annexes apparentes sont montrées d'abord dans l'enquête puis dans la base de données du PADME.

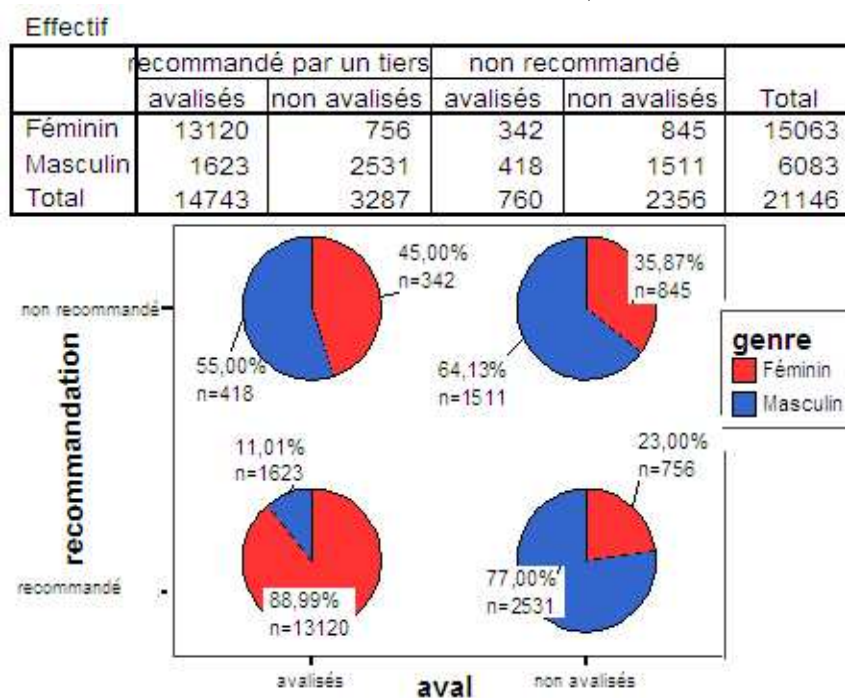
Vue dans l'enquête

Les données d'enquête concernant les clients en crédits individuels non recommandés et non avalisés sont dans figure 7.6. Les clients individuels non recommandés et non avalisés dans l'échantillon global sont au nombre de 160 sur 616 clients soit 26%. Sur cette base, on pourrait penser qu'un client sur quatre n'a aucune relation annexe avec son entourage pour accéder aux microcrédits. Les 160 clients représentent 53,5% des clients individuels non avalisés et 58,8% des clients individuels non recommandés. Ces données globales cachent des disparités très fortes selon que les institutions exercent en zone urbaine uniquement ou en zone rurale uniquement. Par exemple, à la FECECAM, les clients individuels non recommandés et non avalisés représentent 64,3% de l'échantillon dans cette institution alors qu'ils ne sont que de 22,1% au PADME. A l'intérieur des institutions, l'examen des clients individuels non recommandés et non avalisés montre d'autres différences parfois importantes. Ces différences portent aussi bien sur le lieu d'habitation des clients que sur le genre des clients. Par exemple, les données d'enquête montrent qu'au PADME, les femmes sont peu concernées par les contrats sans relations annexes. Seulement 17,2% des clients individuels de sexe féminin ne sont ni recommandés ni avalisés. Pour les clients de sexe masculin, ce chiffre est de 31,9%.

Vue dans la base de données

Les chiffres de la base de données sur la clientèle montrent une différence plus nette entre les hommes et les femmes. Ces dernières sont très peu nombreuses (seulement 5,6%) à obtenir des crédits individuels sans être recommandées ni avalisées par des tiers. Alors que 24,8% des hommes (presque un sur quatre) sont concernés. D'ailleurs, parmi les clients individuels qui ne sont ni recommandés ni avalisés par des tiers, les femmes représentent 35,9% contre 64,1% des hommes. Figure 7.7.

FIG. 7.7 – Contrats sans relations annexes, base de données PADME



Résumé du chapitre

Ce chapitre a permis de montrer la place primordiale des relations annexes dans l'élaboration des contrats de dette en microfinance dans les contextes particuliers qui intéressent cette étude. Les données d'enquête montrent que près de 75% des contrats de dette conclus pour les clients en crédits individuels de l'échantillon global d'enquête l'ont été avec au moins une relation annexe : une relation de parrainage (ou recommandation) et ou une relation d'aval. Sur l'ensemble des clients enquêtés pour les deux échantillons du PADME et de la FECE-CAM, il y a seulement 160 clients sur 896 qui n'ont aucune relation annexe soit 17,9%. Le reste des clients c'est-à-dire les 736 (soit 82,1%) ont obtenu des contrats de dette sur la base de leurs différentes relations annexes avec leur entourage. La base de données de la clientèle du PADME confirme cette configuration avec une part très importante de contrats de dette pour les clients recommandés et ou avalisés.

Ces données de terrain montrent une certaine préférence pour les contrats de dette structurés avec les relations annexes des clients avec leur entourage. Cette préférence pour ces types de contrats avec des clients disposant de relations interpersonnelles avec leur entourage dont ils usent dans le cadre des recommandations et ou des avales se justifie lorsqu'on cherche à comprendre la façon dont les contrats sont gérés notamment à travers l'offre de nouveaux crédits et les renouvellements de crédits. C'est ce que nous montrerons dans le chapitre suivant.

Chapitre 8

Gestion de contrats

Dans ce chapitre, nous montrons le fonctionnement de l'offre de microcrédits telle qu'elle est structurée par les contrats de dette. Cette offre de microcrédits s'effectue sous deux formes à savoir l'offre de nouveaux crédits et l'offre de renouvellements de crédits. Nous examinons ces deux formes d'offre de microcrédits par rapport aux différents types de contrats de dette vus dans le chapitre précédent. L'essentiel de ce chapitre sera donc de vérifier si les principales observations sur les contrats de dette vues dans le chapitre précédent sont reproduites dans les deux formes d'offre de microcrédits. La préférence pour les contrats de dette structurés avec les relations annexes des clients se confirme-t-elle par l'offre de nouveaux crédits et par l'offre de renouvellements de crédits? D'autre part, la marginalisation des contrats de dette sans relations annexes apparentes se confirme-t-elle aussi par l'offre de nouveaux crédits et par l'offre de renouvellements de crédits?

Sur cette base, nous structurons ce chapitre en deux sections principales qui abordent l'offre de microcrédits : une section consacrée à l'offre de nouveaux crédits et une section consacrée aux renouvellements de crédits. Puis, nous traiterons deux sections supplémentaires où seront analysées les implications de l'offre de microcrédits.

8.1 Nouveaux contrats de dette

L'offre de nouveaux contrats de dette est présentée de deux façons, selon les caractéristiques personnelles des clients c'est-à-dire le genre et le type de crédit sollicité (individuel ou caution solidaire) et selon les relations annexes des clients : les relations de cautionnement, de parrainage (ou de recommandation) et les relations d'aval. Nous analyserons les nouveaux contrats de dette à partir des données d'enquête d'une part et à partir de la base de données de la clientèle du PADME d'autre part. Dans les échantillons d'enquête, les nouveaux contrats de dette pour les nouveaux clients sont identifiables à travers la variable *ancienneté*. L'état des nouveaux clients est déterminé par le premier crédit. Voir l'annexe 5.

8.1.1 Nouveaux contrats et caractéristiques personnelles des clients

Nous présentons ici les nouveaux contrats de dette dans les échantillons d'enquête et dans la base de données de la clientèle du PADME. Dans l'échantillon global de l'enquête, seulement 116 clients sur 896 soit 12,9% sont à leur premier contrat de dette, donc à leur premier crédit, figure 8.1.

FIG. 8.1 – Ancienneté : données d'enquête et base de données du PADME

Ancienneté, données d'enquête par IMF, par genre et par types de crédit

Effectif	FECACAM				PADME				Total
	individuel		caution solidaire	Total	individuel		caution solidaire		
	Féminin	Masculin	Féminin		Féminin	Masculin	Féminin	Masculin	
nouveau client, 1er crédit		12		12	46	25	32	1	104
ancien client, 2ème crédit	4	8		12	63	42	58	5	168
ancien client, 3ème crédit	4	12		16	49	25	57	1	132
ancien client, 4ème crédit	4		4	8	54	25	28	9	116
ancien client, 5ème crédit					58	14	32	4	108
ancien client, 6ème crédit	4			4	30	20	13	1	64
ancien client, 7ème crédit					18	18	11	1	48
ancien client, 8ème crédit					24	15	9		48
ancien client, 9ème crédit					11		5		16
ancien client, 10ème crédit			4	4	4				4
ancien, plus de 10 renouvellements	3	5		8	15	4	5		24
Total	19	37	8	64	372	188	250	22	832

Ancienneté, base de données du PADME

		Fréquence	%	% valide	% cumulé
Valide	nouveaux clients	537	1,5	1,5	1,5
	ancien client, [1 à 2] renouvellements	18133	51,9	52,1	53,6
	ancien client, [3 à 4] renouvellements	8826	25,3	25,4	79,0
	ancien client, [5 à 6] renouvellements	4280	12,3	12,3	91,3
	ancien client, [7 à 9] renouvellements	2451	7,0	7,0	98,3
	ancien client, [10 à 14] renouvellements	540	1,5	1,6	99,9
	ancien client, [15 à 20] renouvellements	35	,1	,1	100,0
	ancien client, [21 et +] renouvellements	2	,0	,0	100,0
	Total	34804	99,7	100,0	
Manquante	Système manquant	114	,3		
	Total	34918	100,0		

Ancienneté par genre et type de crédit, base de données du PADME

Effectif	Féminin			Masculin		
	individuel	caution solidaire	Total	individuel	caution solidaire	Total
nouveaux clients	113	286	399	100	38	138
ancien client, [1 à 2] renouvellements	7559	6142	13701	3608	824	4432
ancien client, [3 à 4] renouvellements	3665	3617	7282	1221	323	1544
ancien client, [5 à 6] renouvellements	2043	1517	3560	644	76	720
ancien client, [7 à 9] renouvellements	1254	760	2014	392	45	437
ancien client, [10 à 14] renouvellements	405	30	435	105		105
ancien client, [15 à 20] renouvellements	22		22	13		13
ancien client, [21 et +] renouvellements	2		2			
Total	15063	12352	27415	6083	1306	7389

Ancienneté, recommandation et aval, données d'enquête

Effectif		recommandé par un tiers	non recommandé	Total	avalisé par un tiers	non avalisé : garantie personnelle	Total
		FECACAM	nouveaux clients	12	12	12	12
	ancients clients	24	28	52	12	32	44
	Total	24	40	64	12	44	56
PADME	nouveaux clients	76	28	104	37	34	71
	ancients clients	402	326	728	268	221	489
	Total	478	354	832	305	255	560

Ancienneté, recommandation et aval, base de données du PADME

Effectif	recommandé par un tiers					non recommandé				
	avalisés		non avalisés		Total	avalisés		non avalisés		Total
	Féminin	Masculin	Féminin	Masculin		Féminin	Masculin	Féminin	Masculin	
nouveaux clients	9	74	85		168			19	26	45
ancien client, [1 à 2] renouvel	6030	997	598	1025	8650	189	177	742	1409	2517
ancien client, [3 à 4] renouvel	3450	342	20	655	4467	123	173	72	51	419
ancien client, [5 à 6] renouvel	2005	109		502	2616	30	8	8	25	71
ancien client, [7 à 9] renouvel	1197	60	53	279	1589		53	4		57
ancien client, [10 à 14] renouvel	405	37		61	503		7			7
ancien client, [15 à 20] renouvel	22	4		9	35					
ancien client, [21 et +] renouvel	2				2					
Total	13120	1623	756	2531	18030	342	418	845	1511	3116

Ancienneté, recommandation, genre et types de crédits : données d'enquête

PADME Effectif

	recommandé par un tiers					non recommandé				
	Féminin		Masculin		Total	Féminin		Masculin		Total
	individuel	caution solidaire	individuel	caution solidaire		individuel	caution solidaire	individuel	caution solidaire	
nouveau client, 1er crédit	41	19	16		76	5	13	9	1	28
ancien client, 2ème crédit	36	40	28	3	107	27	18	14	2	61
ancien client, 3ème crédit	20	26	4		50	29	31	21	1	82
ancien client, 4ème crédit	39	18	15	5	77	15	10	10	4	39
ancien client, 5ème crédit	23	22	6	4	55	35	10	8		53
ancien client, 6ème crédit	15	7	13		35	15	6	7	1	29
ancien client, 7ème crédit	15	9	6		30	3	2	12	1	18
ancien client, 8ème crédit	18		8		26	6	9	7		22
ancien client, 9ème crédit	7				7	4	5			9
ancien client, 10ème crédit	3				3	1				1
ancien, plus de 10 renouvel	7	1	4		12	8	4			12
Total	224	142	100	12	478	148	108	88	10	354

Ancienneté, aval, recommandation et genre : données d'enquête

PADME Effectif

	avalisé par un tiers					non avalisé : garantie personnelle				
	recommandé par un tiers		non recommandé		Total	recommandé par un tiers		non recommandé		Total
	Féminin	Masculin	Féminin	Masculin		Féminin	Masculin	Féminin	Masculin	
nouveau client, 1er crédit	27	4	2	4	37	14	12	3	5	34
ancien client, 2ème crédit	34	15	11		60	2	13	16	14	45
ancien client, 3ème crédit	12	3	17	17	49	8	1	12	4	25
ancien client, 4ème crédit	30	3	15	4	52	9	12		6	27
ancien client, 5ème crédit	19	3	19		41	4	3	16	8	31
ancien client, 6ème crédit	8		8		16	7	13	7	7	34
ancien client, 7ème crédit	12	3	1	3	19	3	3	2	9	17
ancien client, 8ème crédit	15		5		20	3	8	1	7	19
ancien client, 9ème crédit			4		4	7				7
ancien client, 10ème crédit	3		1		4					
ancien, plus de 10 renouvel	2		1		3	5	4	7		16
Total	162	31	84	28	305	62	69	64	60	255

Ce chiffre varie relativement peu du PADME avec 12,5% (104 clients sur 832) à la FECECAM avec 18,8% (12 clients sur 64). Dans la base de données de la clientèle du PADME, seulement 537 clients sur 34804 clients¹ soit 1,55%² sont à leur premier contrat de dette. Les caractéristiques personnelles qui sont prises en compte sont le genre et le type de crédit sollicité.

Nouveaux contrats et genre

Nous présentons les nouveaux contrats de dette classés par genre dans les échantillons d'enquête et dans la base de données de la clientèle du PADME. Dans les échantillons d'enquête, les proportions de nouveaux contrats de dette par genre ne diffèrent pas profondément. Par exemple au PADME, 78 femmes sur 622 femmes enquêtées soit 12,5% sont à leur premier contrat de dette contre 12,4% des hommes (26 clients sur 210). Dans la base de données de la clientèle du PADME, on remarque que seulement 1,5% des femmes (399 clients sur 27415) et 1,9% des hommes (138 clients sur 7389) sont à leurs premiers contrats de dette.

Nouveaux contrats et types de crédits

Nous présentons les nouveaux contrats de dette classés par types de crédits (individuels ou groupes de caution solidaire) dans les échantillons d'enquête et dans la base de données de la clientèle du PADME. Comme la classification des nouveaux contrats de dette par genre, les proportions de nouveaux contrats de dette triés selon les types de crédits sollicités ne varient pas profondément. Dans les échantillons d'enquête par exemple, en prenant les données du PADME, on obtient 12,7% de crédits individuels (71 clients sur 560) et 12,1% de crédits en groupes de caution solidaire (33 clients sur 272) qui sont des premiers contrats de dette. Ces données sont calculées à partir de la figure 8.1.

Dans la base de données de la clientèle du PADME, on remarque que seulement 1% des crédits individuels (213 clients sur 21146) et 2,4% des crédits en groupes de caution solidaire (324 clients sur 13658) sont des premiers contrats de dette.

A présent, nous présentons les nouveaux contrats de dette triés par genre et par types de crédits dans les échantillons d'enquête et dans la base de données de la clientèle du PADME. Dans les échantillons d'enquête, les données du PADME montrent que les offres de nouveaux crédits semblent relativement faibles pour les hommes lorsqu'ils sont en groupes de caution solidaire (1 client sur 22 soit 4,5%) par rapport aux hommes en crédits individuels (25 sur 188 soit 13,3%). L'offre de nouveaux contrats de dette pour les femmes en groupe de caution

¹Les 114 clients correspondants aux ONG relais et groupements sont exclus.

²Ce chiffre est relativement faible par rapport à celui de 12,5% obtenu sur l'échantillon d'enquête au PADME. Cet écart pourrait s'expliquer par le fait que dans la base de données de la clientèle, seuls les clients actifs avec au moins un crédit en cours ont été retenus. Tous les clients qui après leur premier crédit n'ont plus sollicité de crédit mais qui restent dans le portefeuille n'ont pas été pris en compte puisqu'ils sont considérés inactifs au moment de l'enquête.

solidaire (32 clientes sur 250 soit 12,8%) ou en crédits individuels (46 clientes sur 372 soit 12,4%) ne changent pas très profondément non plus. En vérifiant les données par types de crédits, on n'obtient guère de différences majeures. Seuls quelques écarts apparaissent un peu plus clairement surtout pour les clients en groupe de caution solidaire. Dans l'échantillon global, parmi les 616 clients individuels, seulement 83 clients soit 13,5% sont à leur premier crédit. Le décompte a été fait dans la figure 8.1.

Au PADME, ces données sont de 12,7% pour les clients individuels (71 clients sur 560) parmi lesquels 46 femmes sur 372 (12,4%) et 25 hommes sur 188 (13,3%). Par ailleurs, on a 12,1% des clients en groupe de caution solidaire (33 clients sur 272) qui sont à leurs premiers contrats de dette. Parmi ces derniers, les femmes avec 12,8% (32 clients sur 250) reçoivent plus de nouveaux crédits par rapport aux hommes : 1 client sur 22, soit 4,5%.

En résumé, les données d'enquête montrent qu'il n'y a pas de différence majeure dans l'offre de microcrédits pour les nouveaux clients quelque soit le type de crédit sollicité (individuel ou groupe de caution solidaire) et quelque soit leur sexe. En outre, les données des deux institutions enquêtées sont sensiblement peu différentes.

Dans la base de données sur la clientèle du PADME, lorsqu'on fait le croisement des données par genre et par types de crédits, on constate que les résultats se rapprochent sensiblement de ceux obtenus sur l'échantillon d'enquête au PADME. En effet, nous avons montré auparavant que seulement 1,5% des femmes et 1,9% des hommes sont à leurs premiers contrats de dette, et que parallèlement, 1% des crédits individuels et 2,4% des crédits en groupes de caution solidaire sont des premiers contrats de dette. Dans cette configuration, le croisement par genre et types de crédits donne comme résultat : 2,91% des hommes en caution solidaire et 2,32% des femmes en caution solidaire ainsi que 1,64% des hommes individuels et 0,75% des femmes individuelles sont à leurs premiers contrats de dette. C'est pour dire que c'est seulement au niveau de la classification par types de crédits qu'une légère différence est perceptible avec les 2,4% des crédits en caution solidaire et seulement 1% des crédits individuels qui sont des nouveaux contrats de dette. On notera la légère importance des hommes en caution solidaire (2,9%) contre les femmes en caution solidaire 2,3%.

La remarque qui se dégage de ses observations c'est que les caractéristiques personnelles des clients ne permettent pas de faire des différences notables dans l'offre de nouveaux contrats de dette aux clients des deux IMF ciblées dans cette étude. Quelque soient les regroupements par types de crédits et ou par genre, les proportions de nouveaux contrats de dette sont sensiblement proches d'une catégorie de clients à une autre. Ces proportions sont globalement très faibles dans les portefeuilles de crédits et elles sont de surcroit en évolution décroissante.

Vérifions à présent les tendances des offres de nouveaux contrats de dette par rapport aux relations annexes des clients. Les classifications par types de crédits et ou par genre étant déjà faites, nous allons prolonger ces classifications en ajoutant les catégories recommandation et aval.

8.1.2 Nouveaux contrats et relations annexes

Avant de montrer les différentes offres de nouveaux contrats de dette en fonction des liens annexes de clients, nous présentons un état des lieux sur le rapport éventuel entre le statut des nouveaux et anciens clients et les relations annexes c'est-à-dire les cautionnements solidaires, recommandations et aval.

Nous avons évoqué précédemment que les 832 clients de l'échantillon d'enquête au PADME sont tous concernés par la recommandation. Parmi ceux-ci 478 clients sont recommandés soit 57,5%. Sur les 832 clients de l'échantillon, 104 clients soit 12,5% ont des nouveaux contrats de dette ; voir la figure 8.1. Parmi ces 104 clients, 76 clients sont recommandés soit 73,1%. Ces derniers forment 15,9% des 478 clients recommandés. Les 28 nouveaux clients non recommandés forment 26,9% des 104 nouveaux clients et 7,9% des 354 clients non recommandés. En outre, nous avons montré précédemment que 12,7% des clients individuels représentant 71 clients sur 560 avaient des nouveaux contrats de dette et ils sont concernés par le système de l'aval. Parmi ces 71 clients, 37 clients sont avalisés, soit 52,1%. Ces derniers forment 12,1% des 305 clients individuels avalisés par leurs proches parents, amis et connaissances. Les 34 nouveaux clients individuels non avalisés forment 47,9% des 71 nouveaux clients individuels qui sont concernés par le système de l'aval et 13,3% des 255 clients individuels non avalisés. On constate que l'écart est plus important avec la catégorie recommandation entre les nouveaux clients recommandés, près de 16% et les nouveaux clients non recommandés qui sont en proportion moitié moins : 7,9%. Quant aux nouveaux clients avalisés : 12,1%, la différence n'est pas flagrante avec les nouveaux clients non avalisés : 13,3%.

Dans la base de données de la clientèle du PADME, nous avons évoqué précédemment que seuls les clients en crédits individuels au nombre de 21146 sont concernés par la recommandation et l'aval. Parmi ceux-ci, seulement 1% représentant 213 clients ont des nouveaux contrats de dette. Les données sont calculées à partir de la figure 8.1. Parmi ces 213 clients, 168 clients soit 78,9% sont recommandés. Ces derniers forment 0,9% des 18030 clients recommandés par des tiers. Les 45 nouveaux clients non recommandés forment 21,1% des 213 nouveaux clients et 1,4% des 3116 clients non recommandés. En outre, parmi les 213 nouveaux clients, 83 clients sont avalisés, soit 39%. Ces derniers forment 0,5% des 15503 clients avalisés par leurs proches parents, amis et connaissances. Les 130 nouveaux clients non avalisés forment 61% des 213 nouveaux clients et 2,3% des 5643 clients non avalisés. Pour résumer, on constate là aussi qu'il existe de légers écarts entre les offres de nouveaux contrats de dette pour les clients selon qu'ils sont recommandés ou non et ou avalisés ou non. Mais cette fois, c'est la catégorie aval qui semble offrir un meilleur écart.

Rappelons que ces différences n'étaient presque pas perceptibles lorsque nous examinions les offres de nouveaux contrats de dette par genre et par types de crédits. Voyons donc en détail les nouveaux contrats de dette selon les catégories recommandation et aval.

Nouveaux contrats et recommandation

Nous allons présenter les nouveaux contrats de dette accordés aux clients selon qu'ils sont recommandés ou pas. L'observation sera faite dans les échantillons d'enquête et dans la base de données de la clientèle du PADME. Pour les données d'enquête, nous nous intéresserons uniquement aux données de l'échantillon du PADME afin que les comparaisons des données d'enquête avec les données de la base de données de la clientèle et les données du portefeuille de crédits dans cette institution soient plus réalistes.

Dans l'échantillon d'enquête au PADME, nous avons évoqué que tous les clients de l'échantillon soit 832 personnes sont concernées par la recommandation et que 104 clients sont à leurs premiers contrats de dette. Parmi ces derniers, 76 clients sont recommandés et 28 clients ne le sont pas ; voir la figure 8.1. Sur les 76 clients recommandés, il y a 60 femmes (78,9%) pour 16 hommes (21,1%). De même, il y a 18 femmes et 10 hommes sur les 28 clients non recommandés soit respectivement 64,3% et 35,7%, figure 8.1.

Dans la base de données sur la clientèle au PADME, seuls les clients en crédits individuels sont concernés par la recommandation. Nous avons montré précédemment (à partir de la figure 8.1) que 537 clients sont à leurs premiers contrats de dette dont 213 clients individuels. Parmi ces derniers, 168 clients (soit 78,9%) sont recommandés par des tiers et 45 clients non recommandés représentant 21,1%. Parmi les 168 nouveaux clients recommandés, il y a une majorité de femmes puisque 94 clients sont de sexe féminin contre 74 hommes. Et parmi les 45 nouveaux clients non recommandés par des tiers, il y a une minorité de femmes : 19 pour 26 hommes. Les 168 nouveaux clients recommandés représentent 0,93% des 18030 clients recommandés dont : les femmes recommandées 0,52% et les hommes recommandés : 0,41%. Autant dire que parmi les clients recommandés par des tiers, les nouveaux clients comptent pour quantité négligeable. Ce que nous pourrions remarquer c'est que la proportion de clients de sexe féminin est plus importante parmi les nouveaux clients recommandés. C'est le contraire parmi les nouveaux clients non recommandés où la proportion de clients de sexe masculin est plus forte. Ce constat est similaire à celui qui a été fait lorsque nous examinons les données d'enquête sur l'échantillon du PADME.

Nouveaux contrats et aval

Nous présentons les nouveaux contrats de dette accordés aux clients selon qu'ils sont avalisés ou pas. L'observation est faite dans les échantillons d'enquête et dans la base de données de la clientèle du PADME. Seuls les clients en crédits individuels sont concernés. L'échantillon du PADME compte 560 clients individuels. Parmi ces derniers, 305 clients ont été avalisés (soit plus de 54%) dont 37 nouveaux clients avalisés sur un total de 71 nouveaux clients, soit plus de 52%. Parmi les 255 clients individuels qui ne sont pas avalisés par des tiers, il y a 34 nouveaux clients correspondant à 48% des nouveaux clients. Voir la figure 8.1. Parmi les 37 nouveaux clients avalisés, on compte une majorité de 29 femmes (78,4%) pour 8 hommes (21,6%). Par

contre, sur les 34 nouveaux clients non avalisés, il y a 17 femmes pour 17 hommes. Même si les femmes nouvellement clientes et avalisés sont en nombre plus élevé par rapport aux nouveaux clients masculins qui sont avalisés, cependant la proportion des femmes est légèrement plus faible, elle est de 11,8% (29 clientes sur 246) par rapport à la proportion des nouveaux clients avalisés de sexe masculin, qui est de 13,6% (8 clients sur 59). On voit qu'il existe une différence certes, mais celle-ci n'est pas notable. Parmi les nouveaux clients qui ne sont pas avalisés, il n'y a visiblement aucune préférence entre le fait que ce soit des femmes ou des hommes.

Lorsqu'on ajoute au fait d'être avalisé celui d'être recommandé ou non, alors les différences entre les clients de sexe féminin et ceux de sexe masculin apparaissent plus grandes et plus claires. Par exemple, plusieurs constats se dégagent.

Nombre élevé des nouvelles femmes recommandées et avalisées. Les nouvelles clientes avalisées et recommandées sont en proportion très importante parmi les femmes avalisées et recommandées par des tiers : 16,7%, soit 27 clientes sur 162 . Comparativement chez les hommes, il y a 12,9% (soit 4 nouveaux clients sur les 31 clients qui sont recommandés et avalisés. Donc, il vaudrait mieux être avalisé et recommandé pour augmenter ses chances d'accéder à un premier et nouveau microcrédit ; et quand c'est en plus en femme, c'est encore mieux.

Eviction des femmes non avalisées et non recommandées. Les clients qui ne sont ni avalisées ni recommandées par des tiers sont en proportion très faible parmi les nouvelles clientes. En effet, seulement 4,7% des femmes en crédits individuels en étant ni avalisées ni recommandées soit 3 clientes sur 64 sont à leur premier contrat de dette. Ce qui représente 4,2% des 71 nouveaux clients individuels de l'échantillon. Comparativement, chez les hommes, 8,3% soit 5 clients sur 60 ne sont ni avalisées ni recommandées. Ils représentent 7,0% des 71 nouveaux clients individuels. Cela voudrait dire que quand une personne n'a aucune relation annexe, elle est handicapée à l'accès au microcrédit individuel, surtout si c'est une femme.

Primauté de la recommandation par rapport à l'aval pour les femmes. Les proportions de clients de sexe féminin qui sont avalisées mais non recommandées sont très faibles dans l'échantillon des clients individuels : 2,4% : c'est-à-dire 2 clientes avalisées mais non recommandées sur 84 et 2,8% c'est-à-dire 2 clientes avalisées mais non recommandées sur 71 nouveaux clients. Comparativement, il y a 22,6% de clientes non avalisées mais recommandées soit 14 clientes sur 62 qui sont des nouvelles clientes, représentant ainsi à 19,7% des 71 nouveaux clients. Chez les hommes, il y a 14,3% parmi les clients avalisés mais non recommandés qui sont à leur premiers contrats de dette (soit 4 clients sur 28), et il y a 17,4% parmi les clients non avalisés mais recommandés qui sont à leurs premiers contrats de dette (soit 12 clients sur 69). Cela voudrait dire que lorsqu'un client peut établir seulement une des deux relations annexes que sont l'aval et la recommandation, pour un homme, cela n'est pas franchement handicapant pour avoir un premier

microcrédit, mais pour une femme, cela peut être très handicapant surtout si elle est avalisée mais pas recommandée. Dans ces circonstances, les femmes devraient privilégier la recommandation plutôt que l'aval.

Les données d'enquête ont montré qu'il y a peu de nouveaux clients : 12,5% de l'échantillon du PADME (104 nouveaux clients sur 832 clients enquêtés), et 18,8% de l'échantillon de la FECECAM (12 nouveaux clients sur 64 clients enquêtés). Ces nouveaux clients sont relativement peu nombreux par rapport aux anciens clients c'est-à-dire ceux qui, après avoir eu un premier contrat de dette ont sollicité et obtenu d'autres contrats de dette. C'est ce qu'on appelle le renouvellement de crédits. Dans la section suivante, nous allons détailler les offres de renouvellements de crédits.

8.2 Renouvellements de contrats de dette

Le renouvellement de crédit commence dès l'offre du deuxième crédit au même client qui aura préalablement formulé la demande. Les données des échantillons d'enquête concernant les offres de renouvellements de contrats de dette sont offertes par la figure 8.1. Globalement, les données d'enquête montrent que les renouvellements de crédits sont concentrés entre le deuxième et le cinquième ou le sixième crédit. En analysant les données de l'échantillon du PADME par exemple, on constate que 83,2% de toutes les offres de crédits sont concentrés entre le premier crédit et le sixième crédit. C'est-à-dire que 70,7% de toutes les offres de microcrédits sont concentrées entre le deuxième et le sixième crédit. Lorsqu'on exclut les premiers crédits pour considérer uniquement les renouvellements de crédits, on obtient que respectivement 23,1%, 18,1%, 15,9%, 14,8% et 8,8% sont accordés pour des deuxième, troisième, quatrième, cinquième et sixième crédit respectivement. C'est-à-dire que 80,8% des renouvellements de crédits sont concentrés entre le deuxième et le sixième crédit.

8.2.1 Renouvellements, genre et types de crédits

Nous présentons les renouvellements de contrats de dette accordés aux clients selon le genre et ou selon le type de crédit qu'ils sollicitent. L'observation est faite dans les échantillons d'enquête et dans la base de données de la clientèle du PADME. L'analyse des données montre que les offres de renouvellements de crédits ne semblent pas suivre une logique particulière en fonction du genre ou du type de crédit sollicité. Il n'est pas possible de distinguer les offres de renouvellements de crédits accordés aux clients selon leur sexe ou selon le type de crédit qu'ils sollicitent.

Renouvellements selon le genre

Les données d'enquête mettent en évidence le fait que les offres de renouvellements de crédits ne sont pas directement liées au sexe des clients. Lorsqu'on prend en considération

l'échantillon du PADME par exemple, on constate que 87,5% des clients enquêtés (728 clients sur 832) ont au moins un renouvellement de crédit. Parmi ces 728 clients, il y a 544 femmes sur 622 femmes enquêtées soit 87,5% des femmes et 184 hommes sur 210 hommes enquêtés soit 87,6% des hommes, les calculs ont été faits à partir de la figure 8.1. Il n'est donc pas possible de dire qu'il y a une préférence d'un genre (par exemple féminin) de clients qui reçoivent plus de renouvellements de crédits par rapport à l'autre. Même en observant plus en détail les différentes lignes de renouvellements de crédits, des écarts entre les hommes et les femmes apparaissent certes mais ils ne semblent pas très importants. Par exemple, du premier renouvellement au cinquième renouvellement, les proportions de femmes sont respectivement de : 19,5% ; 17% ; 13,2% ; 14,5% et 6,9%. Les proportions correspondantes chez les hommes sont respectivement de : 22,4% ; 12,4% ; 16,2% ; 8,6% et 10%. En cumulant les cinq premiers renouvellements de crédits, on est dans l'ordre de 71,1% pour les femmes et 69,5% pour les hommes qui ont eu des renouvellements de crédits accordées. L'écart est donc de 1,5 points, ce qui est extrêmement faible. Enfin, on constate que les deux premiers renouvellements de crédit concentrent une très forte proportion d'anciens clients : 36,5% chez les femmes et 34,8% chez les hommes.

Dans la base de données sur la clientèle du PADME, plusieurs contacts peuvent être faits. Il y a une large majorité des renouvellements de crédits qui est concentrée entre le premier et le sixième renouvellement, voir la figure 8.1. On a par exemple 89,5% des anciennes clientes³ et 90,6% des anciens clients de sexe masculin⁴. La différence entre l'offre de renouvellements de crédits entre les femmes et les hommes est quasiment imperceptible. D'autre part, ce sont les anciens clients qui ont 1 à 2 renouvellements de crédits qui sont les plus nombreux : 50% chez les femmes et 60% chez les hommes.

Renouvellements selon le type de crédit

Les données d'enquête montrent que les offres de renouvellements de crédits ne sont pas directement influencées par le type de crédit sollicité. Considérons l'échantillon du PADME avec ses 560 clients individuels et 272 clients en groupes de caution solidaire. Si nous mettons de côté les 71 nouveaux clients individuels et 33 nouveaux clients en groupes de caution solidaire, il reste 489 clients individuels (87,3%) et 239 clients en caution solidaire (87,9%). On voit bien que les anciens clients à qui des renouvellements de crédits sont accordés sont en proportions relativement identiques que ce soit pour les crédits individuels ou pour des crédits en groupes de caution solidaire, Les calculs ont été faits à partir de la figure 8.1. D'ailleurs, on observant du premier renouvellement au sixième renouvellement, les proportions de clients individuels sont respectivement de : 18,8% ; 13,2% ; 14,1% ; 12,9% et 8,9%. Les proportions correspondantes

³Correspondant au nombre de femmes ayant obtenu au moins un renouvellement jusqu'à six renouvellements, le tout est rapporté au total des femmes dans la base de données c'est-à-dire 27415

⁴Correspondant au nombre des hommes ayant obtenu au moins un renouvellement jusqu'à six renouvellements, le tout est rapporté au total des hommes dans la base de données c'est-à-dire 7389

chez les clients en groupes de caution solidaire sont respectivement de : 23,2% ; 21,3% ; 13,6% ; 13,2% et 5,1%. Le cumul des six premiers renouvellements de crédits est de l'ordre de 74,3% pour les clients individuels et 80,9% pour les clients en groupes de caution solidaire, c'est-à-dire un écart de 6,6 points, ce qui reste assez faible. Là aussi, on constate que les deux premiers renouvellements de crédit concentrent une très forte proportion d'anciens clients : 32% chez les clients individuels et 44,5% chez les clients en groupes de caution solidaire.

De même, dans la base de données sur la clientèle du PADME, on constate qu'il y a une large majorité des renouvellements de crédits qui est concentrée entre le premier et le sixième renouvellement, voir la figure 8.1. On a par exemple 88% des anciens clients individuels⁵ et 91,5% des anciens clients en groupes de caution solidaire⁶. La différence entre l'offre de renouvellements de crédits entre les clients individuels et les clients en groupes de caution solidaire est très faible. D'autre part, ce sont les anciens clients qui ont 1 à 2 renouvellements de crédits qui sont les plus nombreux : 75,9% chez les clients individuels et 79,9% chez les clients en groupes de caution solidaire.

Par ailleurs, en croisant la base de données avec le genre et le type de crédit sollicité, on constate qu'il n'y a toujours pas de différences importantes dans l'offre de renouvellements de crédits. Par exemple, les proportions de clients de sexe féminin qui sont en crédits individuels et celles qui sont dans des groupes de caution solidaire sont sensiblement identiques. Parmi les anciens clients qui ont obtenu un à deux renouvellements de crédits, il y a 50,2% des femmes en crédits individuelles et 49,7% des femmes en groupes de caution solidaire, il y a aussi 59,3% des hommes en crédits individuels et 63,1% des hommes en groupes de caution solidaire. Pour les anciens clients qui ont obtenu trois à quatre renouvellements de crédits, les chiffres sont : 24,3% des femmes individuelles et 29,3% de femmes en groupes de caution, mais aussi 20,1% des hommes individuels et 24,7% des hommes en groupes de caution. Pour les anciens clients qui ont obtenu cinq à six renouvellements de crédits, on a : 13,6% des femmes individuelles et 12,3% de femmes en groupes de caution, mais aussi 10,6% des hommes individuels et 5,8% des hommes en groupes de caution. Globalement, on peut dire que les proportions de clients qui obtiennent des renouvellements de crédits sont sensiblement proches selon le genre et ou selon les types de crédits sollicités.

8.2.2 Renouvellements de contrats de dette et relations annexes

Nous présentons les renouvellements de contrats de dette accordés aux clients selon leurs relations annexes c'est-à-dire les relations de cautionnement, de parrainage (ou recommandation) et d'aval. Pour ce faire, nous observerons les échantillons d'enquête ainsi que la base de

⁵C'est-à-dire le nombre de clients individuels ayant obtenu au moins un renouvellement jusqu'à six renouvellements, rapporté au total des clients individuels dans la base de données c'est-à-dire 21146

⁶Soit, le nombre de clients en groupes de caution solidaire ayant obtenu au moins un renouvellement jusqu'à six renouvellements, rapporté au total des clients en groupes de caution solidaire dans la base de données c'est-à-dire 13658

données de la clientèle du PADME.

Renouvellements et recommandation

A travers les données d'enquête, on peut voir comment les offres de renouvellements de crédits sont proportionnées en fonction des relations de parrainage (ou recommandation) des clients.

Précédemment, lorsque nous avons abordé les nouveaux contrats de dette et le statut des clients selon qu'ils sont recommandés ou non, nous avons remarqué que l'offre était très inégale entre les clients qui sont recommandés 15,9% (soit 76 clients sur 478) et ceux qui n'étaient pas recommandés : 7,9% (soit 28 clients sur 354)⁷. Cette distinction entre l'offre de crédits aux clients recommandés et aux clients non recommandés se poursuit et s'accroît lorsqu'on examine les renouvellements de contrats de dette. Par exemple, les proportions de clients de sexe féminin qui sont en crédits individuels et celles qui sont dans des groupes de caution solidaire sont fortement différentes selon que ces clientes sont recommandées ou pas. De même, les proportions de clients de sexe masculin qui sont en crédits individuels et ceux qui sont dans des groupes de caution solidaire sont fortement différentes selon que ces clients sont recommandés ou pas. Pour illustrer cela, montrons les proportions d'anciens clients qui ont obtenu respectivement un renouvellement à six renouvellements.

Prenons d'abord les clients recommandés par des tiers. Parmi les clients qui sont à leur premier renouvellement de crédit c'est-à-dire au deuxième crédit, les femmes individuelles sont de l'ordre de 16,1% (36 clientes sur 224) ; or les femmes en groupes de caution solidaire sont en proportion de 28,2% (40 clientes sur 142). Si on compare les proportions de clients recommandés selon le genre, on obtient, pour la ligne d'anciens clients ayant un renouvellement de crédit, 16,1% des femmes individuelles (36 clientes sur 224) et 28% des hommes individuels (28 clients sur 100) et 28,2% des femmes en groupes de caution (40 clientes sur 142) contre 25% des hommes en groupes de caution solidaire (3 clients sur 12). En poursuivant, si on prend les anciens clients qui sont à leur troisième crédit c'est-à-dire au deuxième renouvellement, il y a 8,9% des femmes individuelles (20 clientes sur 240) contre 18,3% des femmes en groupes de caution solidaire (26 clientes sur 142) et 4% des hommes en crédits individuels (4 clients sur 100). Par ailleurs, on constate que pour les clients en groupes de caution solidaire, il y a un relatif plafonnement des renouvellements de crédits ; surtout pour les hommes, après quatre renouvellements et les femmes après six renouvellements. Cela voudrait dire que globalement les groupes de caution solidaire se divisent après un certain nombre de renouvellements de crédits ; et que dans les groupes de caution solidaire, les hommes sont moins disposés à solliciter plusieurs renouvellements de crédits ou que ces derniers sortent plus vite des groupes. D'autre part, au delà du septième renouvellement, seules les femmes en crédits individuels semblent plus aptes à obtenir des renouvellements de crédits.

⁷Les calculs ont été faits à partir de la figure 8.1

Prenons à présent les clients qui ne sont pas recommandés par des tiers. Par exemple, parmi les clients qui sont à leur deuxième renouvellement de crédit c'est-à-dire au troisième crédit, les femmes en crédits individuels sont de l'ordre de 19,6% (29 clientes sur 148) ; or les femmes en groupes de caution solidaire sont en proportion de 28,7% (31 clientes sur 108). Si on compare les proportions de clients non recommandés selon le genre, on obtient, pour la ligne d'anciens clients qui sont au troisième crédit, 19,6% des femmes individuelles (29 clientes sur 148) et 23,9% des hommes individuels (21 clients sur 88) et 28,7% des femmes en groupes de caution (31 clientes sur 108) contre 10% des hommes en groupes de caution solidaire (1 client sur 10). Si on prend les anciens clients non recommandés qui sont à leur quatrième crédit c'est-à-dire au troisième renouvellement, il y a 10,1% des femmes individuelles (15 clientes sur 148) contre 9,3% des femmes en groupes de caution solidaire (10 clientes sur 108) et 11,4% des hommes en crédits individuels (10 clients sur 88) pour 40% des hommes en groupes de caution solidaire (4 clients sur 10). Comme pour les clients recommandés, on constate que pour les clients non recommandés qui sont en groupes de caution solidaire, il y a un relatif plafonnement des renouvellements de crédits ; surtout pour les hommes. Cela voudrait dire que globalement les groupes de caution solidaire formés par des clients non recommandés se divisent après un certain nombre de renouvellements de crédits ; et que dans ces groupes de caution solidaire, les hommes sont moins disposés à solliciter plusieurs renouvellements de crédits ou que ces derniers sortent plus vite des groupes. D'autre part, au delà du septième renouvellement, seules les femmes en crédits individuels obtiennent des renouvellements de crédits.

Dans la base de données de la clientèle du PADME, cherchons à comparer les proportions des anciens clients selon qu'ils sont recommandés ou pas. D'entrée, on est frappé par le fait que la majorité des renouvellements de crédits se situent entre un et deux renouvellements de crédits, autant pour les clients non recommandés en proportion de 80,8% (2517 clients sur 3116) que pour les clients recommandés par leurs proches parents, amis et connaissances diverses qui sont en proportion de 48% (8650 clients sur 18030)⁸. Si on observe ces anciens clients qui ont un à deux renouvellements de crédits, une comparaison par genre montre qu'il n'y a pratiquement pas de différence entre les hommes et les femmes. En effet, pour le total de 48% de clients recommandés ayant un à deux renouvellements (8650 clients sur 18030), il y a 47,8% de femmes (6628 clientes sur 13876) et 48,7% des hommes (2022 clients sur 4154). On pourra dire que la différence entre les femmes et les hommes n'est pas importante. De même, pour le total de 80,8% de clients non recommandés ayant un à deux renouvellements (2517 clients sur 3116), il y a 78,4% de femmes (931 clientes sur 1187) et 82,2% des hommes (1586 clients sur 1929). Là aussi, on pourrait dire que la différence entre les femmes et les hommes n'est pas importante. En revanche, l'écart entre les proportions des hommes et de femmes ayant un à deux renouvellements de crédit devient très important lorsqu'on considère

⁸Les calculs ont été faits à partir de la figure 8.1

le fait que ces clients sont recommandés ou pas. Ainsi, lorsque les clients sont recommandés, il y a moins d'un client sur deux qui sont à leur deuxième ou troisième crédit. Mais lorsque les clients ne sont pas recommandés, il y a plus de trois clients sur quatre qui sont à leur deuxième ou troisième crédits et ce, quelque soit le sexe des clients. Cela laisse penser que les clients qui ne sont pas recommandés auraient par principe, moins de chance d'avoir un nombre élevé de renouvellements de crédits. C'est ce que les données montrent puisque les anciens clients non recommandés plafonnent entre sept à neuf renouvellements pour les femmes et dix à quatorze renouvellements pour les hommes alors que ces anciens clients qui sont recommandés obtiennent plus d'une vingtaine de renouvellements de crédits, surtout les femmes.

Renouvellements de contrats et aval

Les données de l'échantillon d'enquête au PADME d'enquête donnent une idée sur la manière dont les offres de renouvellements de crédits sont proportionnées en fonction des relations d'aval des clients. Ces offres de renouvellements de crédits paraissent en effet assez inégales entre les clients de sexe féminin et ceux qui sont de sexe masculin selon qu'ils sont avalisés ou non. Voir la figure 8.1. Prenons par exemple les clients qui sont avalisés. Parmi les anciens clients qui ont répondu être à leur deuxième crédit c'est-à-dire au premier renouvellement, il y a 18,3% de femmes (45 clientes sur 246) pour 25,4% des hommes (15 clients sur 59). Parmi les anciens clients qui ont répondu être à leur troisième crédit c'est-à-dire au deuxième renouvellement, il y a 11,8% de femmes (29 clientes sur 246) pour 33,9% des hommes (20 clients sur 59). Pour les anciens clients qui sont à leur cinquième crédit, il y a 15,4% de femmes (38 clientes sur 246) et 5,1% des hommes (3 clients sur 59). On peut remarquer que les anciens clients de sexe masculin qui sont avalisés sont majoritairement concentrés sur les offres de deux à trois renouvellements de crédits. La conséquence de cela c'est le plafonnement de l'offre de renouvellement de crédit aux clients de sexe masculin et avalisés. Quant aux anciens clients de sexe féminin qui sont avalisées, elles sont relativement moins concentrées sur les offres de deux à trois renouvellements. Il y en a qui ont obtenu plus de dix renouvellements. Lorsqu'on considère les clients qui n'ont pas été avalisés, on constate aussi des écarts assez importants entre les offres de renouvellements aux femmes d'une part et aux hommes d'autre part. Par exemple, parmi les anciens clients non avalisés qui ont répondu être à leur deuxième crédit c'est-à-dire au premier renouvellement, il y a 14,3% de femmes (18 clientes sur 126) pour 20,9% des hommes (27 clients sur 129). Parmi les anciens clients qui ont répondu être à leur troisième crédit c'est-à-dire au deuxième renouvellement, il y a 15,9% de femmes (20 clientes sur 126) pour 3,9% des hommes (5 clients sur 129). Pour les anciens clients non avalisés qui sont à leur cinquième crédit, il y a 15,9% de femmes (20 clientes sur 126) et 8,5% des hommes (11 clients sur 129). On peut remarquer que les anciens clients de sexe masculin qui ne sont pas avalisés ne sont pas majoritairement concentrés sur quelques offres de renouvellements de crédits. On les retrouve dans presque toutes les lignes de renouvellement. C'est aussi le cas

pour les femmes qui reçoivent encore plus de lignes de renouvellements.

Enfin, on peut remarquer que seuls les hommes qui sont avalisés sont concentrés sur les offres de deux à trois renouvellements de crédits. Lorsqu'un homme est avalisé par un tiers, ses renouvellements de crédits semblent plafonnés à un certain seuil. Que cet homme soit recommandé ou non, cela ne change pas ou presque.

8.3 Accès, offre de microcrédits et les inégalités

Les deux sections précédentes étant faites, nous pouvons porter un regard interrogateur sur le droit d'accès aux microcrédits et l'offre de ses microcrédits. Cet examen introspectif de l'accès et l'offre de microcrédit a fait l'objet d'une communication⁹ qui a été publiée : [Kamalan, 2008a]. L'idée importante c'est la place centrale de la notion de patrimoine dans cette analyse des conditions d'accès et d'offre de microcrédits. Le patrimoine est vu en tant que ressource physique, réelle (la terre). Le patrimoine est vu aussi en tant que ressource relationnelle, réseau de relations interpersonnelles.

8.3.1 Accès aux microcrédits, droit de propriété, inégalité

Nous avons montré dans Kamalan (*Ibid*) que le droit d'accès aux microcrédits - entendu dans le sens des conditions admises pour accéder aux microcrédits - est lié au droit de propriété (foncière notamment). Nous montrons que cela introduit une inégalité sexée, structurellement instituée dans les sociétés du contexte de notre étude. En prenant l'exemple du Bénin, nous montrons qu'il existe un déséquilibre structurel dans l'accès à la propriété foncière entre les hommes et les femmes. Ce déséquilibre est régi par le droit coutumier foncier. Or, le droit à la propriété foncière codifie le droit d'accès aux microcrédits au regard des garanties couramment exigées pour y accéder. Ce qui conduit à dire que les conditions d'accès aux microcrédits sont inégales entre hommes et femmes. Cette situation pose des questions de liberté et d'égalité des chances dans l'accès aux crédits. Nous avons montré en effet que les femmes ne disposent pas du patrimoine nécessaire pour accéder librement aux microcrédits. Dans ces contextes, les femmes devraient être minoritaires dans les portefeuilles des institutions de microfinance ou carrément exclues. Or, c'est l'inverse qu'on observe dans certaines institutions comme le PADME. Qu'est-ce qu'une institution de microfinance gagnerait à accorder un microcrédit à une personne (une femme en l'occurrence) qui ne possède pas des garanties nécessaires : la terre en particulier ou un salaire ? En cas de non paiement de la dette, quel patrimoine l'institution pourrait-elle saisir pour, par exemple, vendre aux enchères et se faire payer sur le fruit de la vente ; par ailleurs, dans quelles conditions cela serait-il possible ?

⁹Lors des XXVIIIe Journées de l'Association d'Économie Sociale, à l'Université de Reims Champagne Ardenne, Reims, (France), organisées les 4 et 5 septembre 2008" : [Kamalan, 2008b]

8.3.2 Offre de microcrédits : une inégalité "juste"

Vu ce qui précède, l'offre de microcrédits pour les femmes devrait être compromise voir impossible. Et pourtant, cette offre a bien lieu, ce qui ne manque pas de soulever des interrogations pour savoir les matières qui permettent de rendre cette offre possible. Ce sont les relations annexes que les clients entretiennent avec leur entourage et les liens qui lient les clients à leur entourage qui permettent de rendre possible l'offre de microcrédits pour les femmes. De surcroît, nous avons montré dans cet article que l'offre de microcrédits est largement au bénéfice des femmes comparativement aux hommes. En effet, nous avons montré que dans l'offre de microcrédits, il existe un privilège pour les femmes qui reçoivent en moyenne plus de microcrédits par rapport aux hommes, aussi bien en volume (proportion plus élevée de clients de sexe féminin), en valeur (montant moyen de crédit (individuel) équivalent voire supérieur pour les femmes) et dans la durée (temps moyen passé dans le portefeuille supérieur pour les clients de sexe féminin, le temps est calculé sur la base du nombre de renouvellements de crédits obtenus). Nous avons montré dans Kamalan (*Op. Cit.*) que cette offre de microcrédits pour les femmes paraît irrationnelle économiquement puisque les femmes sont (de fait) moins "outillées" que les hommes pour accéder aux microcrédits au regard des droits de propriété qui régulent l'accès aux microcrédits. En revanche, les femmes bénéficient plus que les hommes de l'apport des relations et des réseaux sociaux, expliquant leur proportion élevée dans les portefeuilles de crédits et la base de données de la clientèle du PADME¹⁰. L'examen de l'offre de microcrédits pose inmanquablement des questions de discrimination et d'exclusion. Nous montrons dans Kamalan (*Ibid*) que l'inégalité de l'offre de microcrédits au profit de femmes au PADME est une inégalité juste au sens de la théorie de la justice de J. Rawls. L'offre de microcrédits est socialement et économiquement organisée dans l'intérêt (raisonnable) de chacun : les femmes, les hommes et l'institution prêteuse. Cette offre est attachée à des positions de concurrence et à des fonctions d'utilité ouvertes à tous. Sur cette base, cette inégalité de l'offre de microcrédits pourrait être considérée comme étant équitable et juste.

8.4 Exclusion foncière et accès au microcrédit : idées d'encastrement

Enfin, l'exclusion des femmes du droit d'accès à la propriété foncière établie par le droit coutumier foncier puis leur inclusion dans les canaux d'accession aux microcrédits établie par les relations annexes (les recommandations et les avals) sont deux modes d'accès aux ressources (la terre et le crédit) qui peuvent être compris par une lecture de la thèse de l'en-

¹⁰L'IMF choisie pour faire cette étude à savoir le PADME exerce principalement en zone urbaine (à Cotonou). Il est probable que cet emplacement en zone urbaine ait joué sur les résultats de cette étude puisque comparativement au PADME, les données d'une autre institution sont différentes. Cette autre institution est la FECECAM dont certaines agences fonctionnent en zone urbaine, en zone périurbaine et en rurale.

castrement proposée par K. Polanyi [Cangiani and Maucourant, 2008]. Subsidiairement, un aspect différent du propos de Polanyi peut servir pour comprendre le capital social des réseaux. C'est la conception de l'encastrement proposée par M. Granovetter, [Granovetter, 1985] et [Granovetter, 2005]. Elle est utile à la connaissance des relations annexes de parrainage (ou recommandation) et d'aval comme une ouverture du champ d'opportunités des acteurs (les clients hommes et femmes et les institutions prêteuses) et comme un moyen de facilitation des transactions marchandes, notamment la contractualisation et le contrôle de la dette microfinancière pour les femmes.

8.4.1 Exclusion foncière, relations annexes, modes de transfert

Nous utilisons la notion d'encastrement de K. Polanyi pour mettre en rapport l'exclusion foncière des femmes et leur inclusion dans l'offre de microcrédits grâce aux relations annexes.

La notion d'encastrement développée par Polanyi est associée à l'école substantiviste en anthropologie et se rapproche de l'idée d'économie morale. Elle renvoie non pas à une théorie du choix rationnel entre différents moyens sous contrainte de rareté, mais à un processus organisé des interactions instituées entre un individu et son environnement qui conduit à une quête perpétuelle de satisfaire ses besoins matériels. Cette conception de l'encastrement fait référence à la nature contingente de l'action économique par rapport aux relations sociales, aux institutions et aux représentations collectives qui de façon conjointe la contraignent et qui la rendent possible, [Cangiani and Maucourant, 2008]. Dans ce sens, les modes d'accès à la terre et au microcrédit pour les femmes peuvent être compris comme des processus :

d'encastrement structurel qui " contextualisent " l'action économique (l'accès à la propriété foncière et ou au microcrédit) au sein de relations interpersonnelles (une femme et un ou des hommes : père, époux, fratrie, parents de sexe masculin, etc.) ;

d'encastrement culturel qui mettent en évidence le fait que la culture (les représentations collectives partagées : croyances, normes, règles, etc., par exemple le droit coutumier foncier et l'obligation d'entraide) modèle les objectifs des femmes et représente à la fois une contrainte (le droit coutumier foncier) et une ressource (les relations annexes) pour l'accession à la terre et au crédit ;

et d'encastrement politique qui reflètent les jeux de pouvoirs entre la femme et l'homme (son père, son époux, etc.), entre le (la) client(e) et le recommandeur (ou parrain, marraine) et ou avaliseur, entre l'agent de crédit et l'emprunteur(e), etc.

Donc, la compréhension de l'accès à la terre d'une part et au microcrédit d'autre part pour les femmes invite à poser des questions d'articulation ou d'imbrication entre l'économique, le structurel, le culturel et le politique. Dans ce cas, l'examen des modes d'accès à ces deux ressources : la terre et le crédit serait incomplet s'il est effectué sous l'angle exclusif du marché à travers la recherche de profit économique uniquement. La prise en compte de l'idée d'encas-

trement de Polanyi suggère une approche compréhensive plus large autour des principes de redistribution, de réciprocité et d'administration domestique.

8.4.2 Relations annexes et justification des transactions marchandes

Une justification de l'emploi des relations annexes pour accéder aux microcrédits d'une part et pour faciliter la contractualisation de la dette microfinancière d'autre part est possible grâce à la lecture de la conception de l'encastrement de M. Granovetter. La conception de l'encastrement proposée par Granovetter vise à rendre compte de l'insertion des actions économiques dans des réseaux sociaux. Cette insertion est envisagée sous deux aspects : l'aspect "relationnel", axé sur les relations personnelles, et l'aspect "structurel", centré sur la structure du réseau général de ces relations (exemple : la famille, le lignage). L'accent est mis à la fois sur les différents motifs qui orientent ou contraignent l'action économique qui est dans notre cas, l'accès à la terre et ou au crédit. Par exemple dans le droit coutumier, l'image de l'homme est celle du chef et dominateur et celle de la femme est une soumise¹¹. L'accent est mis également sur les ressources accessibles à travers les réseaux à savoir : les relations annexes. Ces relations en tant que ressources c'est-à-dire comme patrimoine ou capital facilitent l'action économique.

Cette conception de l'encastrement proposée par M. Granovetter [Granovetter, 2008] se focalise donc sur une modalité spécifique de l'échange qui est la transaction de marché c'est-à-dire pour nous, le contrat de dette principalement. La compréhension de l'usage des relations annexes par les femmes est destinée d'une part, à montrer en quoi les règles sociales (notamment le droit coutumier foncier) et les relations sociales (les liens) influent sur l'accès à la terre et au crédit pour les femmes et explorer la nature et la logique des arrangements présidant à l'accès des femmes aux microcrédits ; et d'autre part, à étudier au niveau bilatéral (dans la relation contractuelle entre une femme cliente et un agent de crédit) et au niveau multilatéral (entre une femme cliente et son entourage : sa famille, ses proches parents amis et connaissance) la nature de ces relations ainsi que les ressources médiatisées à travers les relations qui rendent possibles les contrats de dette pour les femmes en microfinance.

Résumé du chapitre

Ce chapitre a permis de mettre en lumière quelques enseignements importants qui aident à comprendre l'offre de microcrédits. On a pu montrer par exemple que, entre les hommes et les femmes et entre les clients individuels et les clients en groupes de caution solidaire, les proportions de nouveaux contrats de dette et de renouvellements de contrats de dette sont sensiblement identiques à quelques légers écarts près. Sur cette base, il ne serait pas logique

¹¹Cette référence au droit coutumier est très générale. Il y a toujours des hiérarchies de droits dans différents domaines possibles. Dans le cadre de notre étude, la référence au droit coutumier est rendue possible par l'emploi du droit coutumier foncier (les conditions coutumières d'accès et de jouissance de la terre) et d'accès aux microcrédits.

de dire que l'offre de microcrédits est directement conditionnée par le sexe des clients ou par les types de crédits que ces derniers sollicitent. En outre, ce qui paraît déterminant pour différencier les offres de contrats de dette aux nouveaux clients et les renouvellements de crédits, ce sont les relations annexes c'est-à-dire les relations de parrainage (ou recommandation) et d'aval que les clients ont avec leurs proches parents amis et connaissances diverses. Cela pourrait conduire à dire que l'offre de microcrédits est directement conditionnée par les relations annexes de recommandation et d'aval que les clients ont avec leur entourage. Mais, ces deux révélations sont à prendre au conditionnel pour l'instant car pour chacune, le contraire pourrait être vrai. Nous devons les vérifier statistiquement. C'est ce que nous ferons dans la partie suivante consacrée au traitement des données.

D'autre part, l'examen des critères sexués d'accès et d'offre de microcrédits permet de montrer deux formes d'inégalité. L'une, structurelle, est instituée par le droit de propriété foncière. L'autre est le produit des préférences rationnelles des agents de crédit. La compréhension de ces deux formes d'inégalité débouche sur des problèmes de liberté, d'égalité, de discrimination et d'exclusion fondés sur une logique sexuée. Pour résoudre ses problèmes, les solutions envisagées emploient couramment la figure du lien social à travers notamment les relations du contrat de dette comme la relation de parrainage (ou recommandation) et la relation d'aval. Enfin, la compréhension des dynamiques d'inégalité introduites par l'accès et l'offre de microcrédits peut être éclairée par les lectures des deux propositions majeures sur l'encastrement : celle de Polanyi et celle de Granovetter ; qu'on complétera avec la thèse de la justice avancée par Rawls.

Le prochain chapitre abordera la question de l'exécution des contrats de dette en montrant que les relations annexes que les clients ont avec leurs proches parents interfèrent dans le respect des échéances de paiement des emprunts.

Chapitre 9

Exécutions de contrats

L'exécution des contrats de dette suppose que les parties engagées directement dans le contrat respectent leurs engagements. Ces parties directement engagées sont l'agent de crédit et le client. C'est surtout le comportement du client qui intéresse et importe d'étudier car en pratique, dès qu'un contrat de dette est conclu après les signatures des parties, l'agent de crédit exécute l'essentiel de ses engagements contractuels consistant à mettre les fonds à la disposition du client. Au PADME, cette mise à disposition du client des fonds par l'agent s'effectue à travers ce qu'on appelle le déboursement, surtout pour les nouveaux clients. Une fois que ce déboursement a lieu, il reste au client à accomplir sa part d'engagement contractuel en payant les échéances établies avec son accord par l'agent¹.

Ce chapitre sera donc dédié à vérifier que le client respecte bien ses engagements contractuels vis-à-vis du respect des échéances. L'explication du choix du critère *respect des échéances* en lieu et place du critère *remboursement* a été faite précédemment dans le paragraphe 1.3.4. Nous examinerons ce qui motive le comportement d'un client vis-à-vis de ses échéances. Pour cela, on peut emprunter deux pistes. La première consistera à dire que le comportement des clients vis-à-vis des échéances peut être connu à partir de leurs caractéristiques personnelles comme par exemple leur genre ou les types de crédits qu'ils sollicitent. La deuxième piste consistera à dire que le comportement des clients vis-à-vis des échéances peut être connu à partir de leurs relations annexes comme par exemple les relations de recommandation (ou de parrainage) et les relations d'aval. Ces deux pistes structurent les deux sections de ce chapitre. La première section montrera le lien probable qui peut exister entre les caractéristiques personnelles des clients et leur comportement vis-à-vis des échéances de paiement des crédits. La

¹Les échéances sont établies et les montants à payer sont déterminés en accord avec le client notamment lorsque celui-ci a la possibilité de solliciter un délai de grâce. Le délai de grâce est une période généralement de un à six mois à compter du jour du déboursement au cours de laquelle le client ne paye aucune échéance. Les montants à payer sont alors calculés et repartis sur les échéances restantes. Toutes les IMF n'accordent pas à leurs clients cette possibilité de grâce temporaire. C'est le cas par exemple de la FECECAM ; et , celles qui la pratiquent comme c'est le cas du PADME, le font assez rarement dans la réalité. Le discours officiel est que ce sont les clients eux-mêmes qui ne demandent pas les délais de grâce

deuxième section montrera si le comportement des clients vis-à-vis des échéances est déterminé par leurs relations annexes avec les tiers.

Les échéances ont été définies dans le chapitre 1. Les caractéristiques personnelles des clients qui seront prises en compte dans ce chapitre sont le genre et les types de crédits sollicités : le crédit individuel et le crédit en groupes de caution solidaire. Enfin, pour le comportement des clients vis-à-vis des échéances de paiement des crédits, nous considérerons le respect des échéances. Le respect des échéances suppose que les clients payent les montants correspondants aux échéances et qu'ils le font dans les délais en date et heure établis. Si ce n'est pas le cas, on parle de retard ou défaillance.

9.1 Échéances et caractéristiques personnelles des clients

Dans les échantillons d'enquête, nous présentons les réponses des clients à la question suivante : "est ce que vous avez déjà été au moins une fois en retard" ? Les réponses attendues sont "oui" ou "non" : annexe 5. Les clients qui n'ont jamais été en retard (ceux qui ont répondu "non") constituent la catégorie de ceux qui respectent les échéances. Nous verrons les différentes proportions des clients respectueux des échéances selon le genre et selon les types de crédits et nous vérifierons s'il existe des différences majeures entre les clients. Le même raisonnement sera appliqué à la base de données sur la clientèle du PADME.

9.1.1 Respect des échéances et genre

Une certaine idée largement répandue soutiendrait que les femmes remboursent plus leurs dettes par rapport aux hommes en microfinance. Cela suppose, du moins, qu'elles respectent mieux les échéances de paiement par rapport aux hommes. Plusieurs idées qui sont pour l'essentiel non prouvées avancent que les femmes seraient meilleures gestionnaires, plus consciencieuses, mieux organisées, moins dépensières, car moins sollicitées, etc. par rapport aux hommes. Plusieurs institutions se fondent sur certaines de ses idées pour proposer leurs prêts aux femmes uniquement ou à celles-ci en priorité.

Nous allons nous baser sur les échantillons d'enquête et sur la base de données de la clientèle du PADME pour montrer si dans cette institution, il est possible de distinguer le comportement de respect des échéances des clients seulement en considérant leur sexe.

Globalement, près de 62% des 896 clients interrogés ont répondu n'avoir jamais été en retard, figure 9.1.

FIG. 9.1 – Respect des échéances : données d'enquête et base de données du PADME

Respect des échéances par genre, données d'enquête

Effectif	FECACAM			PADME		
	a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total	a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total
Féminin	15	12	27	235	387	622
Masculin	9	28	37	89	121	210
Total	24	40	64	324	508	832

Respect des échéances par genre, base de données PADME

Effectif	aucun retard	[1-2] retards	[3-4] retards	[5-6] retards	[7-8] retards	[9-10] retards	[11-12] retards	[13 retards et +	Total
Féminin	5755	8887	6733	3869	1255	629	239	48	27415
Masculin	1662	2591	1820	821	306	136	40	13	7389
Total	7417	11478	8553	4690	1561	765	279	61	34804

Respect des échéances par types de crédits, données d'enquête

Effectif	FECACAM			PADME		
	a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total	a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total
individuel	16	40	56	222	338	560
caution solidaire	8	0	8	102	170	272
Total	24	40	64	324	508	832

Respect des échéances par types de crédits, base de données PADME

Effectif	aucun retard	[1-2] retards	[3-4] retards	[5-6] retards	[7-8] retards	[9-10] retards	[11-12] retards	[13 retards et +	Total
individuel	3276	5986	6096	3612	1166	690	262	58	21146
caution solidaire	4141	5492	2457	1078	395	75	17	3	13658
Total	7417	11478	8553	4690	1561	765	279	61	34804

Respect des échéances par genre et type de crédit, données d'enquête

Effectif	FECACAM			PADME			
	a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total	a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total	
individuel	Féminin	7	12	19	145	227	372
	Masculin	9	28	37	77	111	188
	Total	16	40	56	222	338	560
caution solidaire	Féminin	8		8	90	160	250
	Masculin				12	10	22
	Total	8		8	102	170	272

Respect des échéances par genre et type de crédit, base de données PADME

Effectif	aucun retard	[1-2] retards	[3-4] retards	[5-6] retards	[7-8] retards	[9-10] retards	[11-12] retards	[13 retards et +	Total	
Féminin	individuel	2063	3696	4589	2980	908	560	222	45	15063
	caution solid.	3692	5191	2144	889	347	69	17	3	12352
	Total	5755	8887	6733	3869	1255	629	239	48	27415
Masculin	individuel	1213	2290	1507	632	258	130	40	13	6083
	caution solid.	449	301	313	189	48	6			1306
	Total	1662	2591	1820	821	306	136	40	13	7389

Respect des échéances et recommandation, données d'enquête

Effectif		FECACAM			PADME		
		a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total	a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total
recommandé par un tiers		12	12	24	127	351	478
non recommandé		12	28	40	197	157	354
Total		24	40	64	324	508	832

Respect des échéances et recommandation, base de données PADME

Effectif		aucun retard	[1-2] retards	[3-4] retards	[5-6] retards	[7-8] retards	[9-10] retards	[11-12] retards	[13 retards et +	Total
recommandé par un tiers		3268	5459	5083	2779	827	430	158	26	18030
non recommandé		8	527	1013	833	339	260	104	32	3116
Total		3276	5986	6096	3612	1166	690	262	58	21146

Respect des échéances et aval, données d'enquête

Effectif		FECACAM			PADME		
		a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total	a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total
avalisé par un tiers		4	8	12	113	192	305
non avalisé : garantie personnelle		12	32	44	109	146	255
Total		16	40	56	222	338	560

Respect des échéances et aval, base de données PADME

Effectif		aucun retard	[1-2] retards	[3-4] retards	[5-6] retards	[7-8] retards	[9-10] retards	[11-12] retards	[13 retards et +	Total
avalisés		2792	4136	4505	2487	809	531	199	44	15503
non avalisés		484	1850	1591	1125	357	159	63	14	5643
Total		3276	5986	6096	3612	1166	690	262	58	21146

Respect des échéances, recommandation et aval, données d'enquête

Effectif		FECACAM			PADME		
		a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total	a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total
recommandé par un tiers	avalisé par un tiers	4	8	12	51	142	193
	non avalisé : garantie personnelle	4	4	8	35	96	131
	Total	8	12	20	86	238	324
non recommandé	avalisé par un tiers	-	-	-	62	50	112
	non avalisé : garantie personnelle	8	28	36	74	50	124
	Total	8	28	36	136	100	236

Respect des échéances, recommandation et aval, base de données PADME

Effectif		aucun retard	[1-2] retards	[3-4] retards	[5-6] retards	[7-8] retards	[9-10] retards	[11-12] retards	[13 retards et +	Total
recommandé par un tiers	avalisés	2792	3953	4309	2348	744	415	157	25	14743
	non avalisés	476	1506	774	431	83	15	1	1	3287
	Total	3268	5459	5083	2779	827	430	158	26	18030
non recommandé	avalisés		183	196	139	65	116	42	19	760
	non avalisés	8	344	817	694	274	144	62	13	2356
	Total	8	527	1013	833	339	260	104	32	3116

Lorsqu'on observe de près les données des échantillons d'enquête, on ne peut pas trancher de suite si les femmes sont plus respectueuses des échéances par rapport aux hommes, surtout si l'on compare les réponses des clients du PADME et de la FECECAM. En effet, dans l'échantillon de la FECECAM, 55,6% des femmes interrogées ont avoué avoir été au moins une fois en retard (15 clientes sur 27). Il y a 24,3% des hommes qui ont affirmé avoir été au moins une fois en retard (9 clients sur 37). Du coup, il y a 44,4% des femmes (12 clientes sur 27) et 75,7% des hommes (28 clients sur 37) qui soutiennent n'avoir jamais été en retard. Les hommes respecteraient les échéances mieux que les femmes; en outre, on constate que l'écart entre les hommes et les femmes est assez grand. Dans l'échantillon du PADME, le constat est différent sur deux points. Parmi les clients qui soutiennent n'avoir jamais été en retard, il y a 62,2% des femmes (387 clientes sur 622) et 57,6% des hommes (121 clients sur 210). Si nous supposons vraies les réponses des clients, alors on est forcé de constater que les femmes respectent légèrement mieux les échéances par rapport aux hommes. Néanmoins, l'écart est assez faible. Dans ce cas, il serait osé de soutenir que les femmes respectent mieux les échéances par rapport aux hommes. Juste pourrait-on dire que là (dans l'institution, en zone urbaine) où les femmes respectent mieux les échéances par rapport aux hommes, l'écart y est très faible. Mais là (dans l'institution, en zone périurbaine ou rurale) où les femmes respectent moins les échéances par rapport aux hommes, l'écart y est très élevé. Donc il y aurait soit un effet *institution*, soit un effet *emplacement ou localité de l'institution* ou les deux à la fois qui doivent être pris en compte dans l'examen du respect des échéances par les clients selon leur sexe. En tout cas, le critère genre ne suffit pas tout seul pour éclairer notre connaissance sur ce point. D'autant plus que dans la base de données de la clientèle du PADME, il y a 21,3% des clients (soit 7417 clients sur 34804) pour qui il n'est enregistré aucun retard. Parmi ceux-ci, il y a 21% des femmes (5755 clientes sur 27415) et 22,5% des hommes (1662 clients sur 7389).

9.1.2 Respect des échéances et types de crédits

Une autre idée qui est elle aussi très largement répandue soutient que les clients en groupes de caution solidaire remboursent bien leurs dettes. Cela suppose là aussi, que les clients en groupes de caution solidaire respectent plutôt bien leurs échéances de paiement, mieux que les clients en crédits individuels par exemple. De nombreuses suppositions ont nourri cette idée. La plus fameuse est le principe de la pression sociale selon lequel les clients en groupes de caution solidaire sont sensés redouter une certaine sanction sociale et donc, pour l'éviter, remboursent leurs dettes au prix parfois de nombreux et coûteux sacrifices. Bien des institutions se fondent sur cette supposition pour proposer leurs prêts aux femmes uniquement ou à celles-ci en priorité à travers le modèle de crédit en groupes de caution solidaire. C'était le cas notamment de la Grameen Bank. Mais dans cette institution qui faisait figure de modèle de l'offre de microcrédits aux clients en groupes de caution solidaire, l'on s'est aperçut depuis quelques années que les clients en caution solidaire peuvent être mauvais créanciers autant voire plus

que les clients individuels et que les contrats de dette en groupes de caution solidaire ne sont pas systématiquement plus efficaces que d'autres types de contrats de dette, comme par exemple le modèle de contrat individuel².

En nous basant sur les échantillons d'enquête et sur la base de données de la clientèle du PADME, nous allons chercher de montrer si dans cette institution, il est possible de distinguer le comportement de respect des échéances des clients seulement en considérant le type de crédit qu'ils sollicitent.

Globalement, on constate que parmi les clients en crédits individuels, 61,4% (378 clients sur 616) soutiennent n'avoir jamais été en retard. Les calculs ont été faits à partir de la figure 9.1. Parallèlement, parmi les clients en groupes de caution solidaire, 60,7% (170 clients sur 280) soutiennent n'avoir jamais été en retard. Lorsqu'on observe de près les données des échantillons d'enquête, il n'est pas possible de trancher immédiatement si les clients en groupes de caution solidaire sont plus respectueux des échéances par rapport aux clients en crédits individuels. Prenons par exemple les données de l'échantillon du PADME. Si nous considérons les clients selon les types de crédits, il y a 60,4% des clients en crédits individuels (338 clients sur 560) qui affirment n'avoir jamais été en retard. Or, il y a aussi 62,5% des 272 clients en groupes de caution solidaire (soit 170 clients) qui soutiennent n'avoir jamais été en retard. Donc, il n'y a pratiquement pas de différence dans le respect des échéances par les clients en fonction du type de crédit qu'ils sollicitent, du moins d'après les propos des clients sur leur respect ou non des échéances. De même, quand on regarde les proportions de clients respectivement parmi ceux qui ont soutenu n'avoir jamais été en retard et parmi ceux qui ont répondu avoir été au moins une fois en retard, les écarts entre les clients en crédits individuels et ceux qui sont dans les groupes de caution solidaire sont sensiblement faibles à un ou deux points près. On a par exemple respectivement 66,5% (338 clients sur 508) des clients qui n'ont jamais été en retard et 68,5% (222 clients sur 324) des clients qui ont été au moins une fois en retard qui sont tous en crédits individuels. Les proportions similaires pour les clients qui sont dans des groupes de caution solidaire sont respectivement de 33,5% soit 170 clients sur 508 clients n'ayant jamais été en retard et 31,5% soit 102 clients sur 324 clients ayant été au moins une fois en retard.

La base de données de la clientèle du PADME ne permet guère d'être mieux fixé puisque parmi les clients qui n'ont jamais enregistré de retard, il y a 44,2% de clients en crédits individuels (3276 clients sur 7417) et 55,8% de clients en groupes de caution solidaire (4141 clients sur 7417), figure 9.1. Vis-à-vis du respect des échéances, l'écart n'est pas grand entre les clients en crédits individuels et ceux qui sont dans des groupes de caution solidaire.

Donc, il est impossible de dire que les caractéristiques personnelles telles que le genre et le type de crédits que les clients sollicitent soient en mesure d'aider la compréhension des comportements des clients vis-à-vis des échéances. Lorsqu'on croise les données par genre et par type de crédit, il n'est pas possible de distinguer nettement les clients qui n'ont jamais été

²Servet [Servet, 2006]

en retard de ceux qui ont été au moins une fois en retard. Prenons par exemple l'échantillon du PADME dans la figure 9.1, où nous pouvons faire les constats suivants :

- les femmes en crédits individuels sont de l'ordre de 61% à n'avoir jamais été en retard, soit 227 clientes sur 372. Mais il en va de même pour les femmes en groupes de caution solidaire parmi lesquelles 160 clientes sur 250 estiment n'avoir jamais été en retard soit une proportion de 64%. Autrement dit, qu'elles soient en crédits individuels ou en groupes de caution solidaire, les proportions des clients de sexe féminin qui respectent scrupuleusement les échéances sont sensiblement proches. Donc, le type de crédit ne peut pas déterminer le respect des échéances pour les femmes.
- Parallèlement, la proportion de femmes en crédits individuels qui ont déclaré avoir été en retard : 39% (145 clientes sur 372) est très proche de la proportion de femmes en caution solidaire qui ont aussi affirmé avoir été en retard au moins une fois : 36% (90 clientes sur 250). C'est-à-dire que le type de crédit ne peut pas déterminer le non respect des échéances chez les femmes. En conclusion, le type de crédit ne peut pas déterminer le comportement des femmes vis-à-vis des échéances.
- Même constat chez les hommes quelque soit le type de crédit sollicité.
- En croisant les réponses des hommes avec celles des femmes, on constate que la proportion des hommes en crédits individuels qui ont respecté toutes leurs échéances : 59% (111 clients sur 188) est pratiquement identique à celle des femmes en crédits individuels : 61% (227 clientes sur 372) qui ont elles aussi scrupuleusement respecté leurs échéances. Donc, le genre ne peut pas déterminer le comportement de respect vis-à-vis des échéances pour les clients.

D'autre part, en examinant la figure 9.1, la base de données de la clientèle du PADME permet de voir que dans cette institution, 13,7% des femmes en crédits individuels (2063 clientes sur 15063) et 19,9% des hommes en crédits individuels (1213 clients sur 6083) de même que 29,9% des femmes en caution solidaire (3692 clientes sur 12352) et 34,4% des hommes en caution solidaire (449 clients sur 1306) n'ont enregistré aucun retard. En comparant les données des femmes avec celles des hommes indépendamment des types des crédits sollicités, on constate que l'écart n'est pas important. Sauf si, on observe les femmes d'un côté et les hommes d'un autre côté, on pourrait alors percevoir de légers écarts. On verrait par exemple que les clients en caution solidaire paraissent plus respectueux des échéances puisqu'ils sont en proportion plus nombreux à n'avoir enregistré aucun retard. Or nous avons montré précédemment que si l'on prend le type de crédit uniquement, cela ne suffit pas pour tirer une telle conclusion.

Mais les relations annexes des clients permettent-elles de comprendre mieux leur comportement vis-à-vis des échéances? C'est ce que nous allons tenter de savoir dans la section suivante.

9.2 Échéances et relations annexes des clients

Nous verrons les différentes proportions des clients respectueux des échéances selon les relations annexes qu'ils ont avec leur entourage (proches parents, amis et connaissances) et nous vérifierons s'il existe des différences majeures entre les clients. Le même raisonnement sera appliqué aux échantillons d'enquête auprès des clients et à la base de données sur la clientèle du PADME. La démarche suivie est identique à celle suivie dans la section précédente. Dans les échantillons d'enquête, nous présenterons les réponses des clients suite à la question suivante de l'annexe 5 : "est ce que vous avez déjà été au moins une fois en retard". Les réponses attendues sont "oui" ou "non". Les clients qui n'ont jamais été en retard c'est-à-dire ceux qui auront répondu "non" constituent la catégorie des clients qui respectent les échéances.

9.2.1 Respect des échéances et recommandation

La question à laquelle nous tentons de répondre est de savoir quelle serait la structure des données de la clientèle vis-à-vis du respect des échéances si nous considérons les relations de parrainage (ou recommandation) des clients. Autrement dit, existerait-il des différences notables vis-à-vis du respect des échéances entre les clients recommandés d'une part et les clients qui ne sont pas recommandés d'autre part ? D'abord vérifions les données des échantillons d'enquête. Lorsqu'on observe les données d'enquête mettant en rapport le respect des échéances et la recommandation, on est frappé par deux constats, surtout en considérant les données de l'échantillon du PADME. Figure 9.2

FIG. 9.2 – Respect des échéances : données d'enquête et base de données du PADME(2/2)

Respect des échéances et recommandation, données d'enquête

Effectif	FECACAM			PADME		
	a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total	a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total
	recommandé par un tiers	12	12	24	127	351
non recommandé	12	28	40	197	157	354
Total	24	40	64	324	508	832

Respect des échéances et recommandation, base de données PADME

Effectif	aucun retard	[1-2] retards	[3-4] retards	[5-6] retards	[7-8] retards	[9-10] retards	[11-12] retards	[13 retards et +	Total
recommandé par un tiers	3268	5459	5083	2779	827	430	158	26	18030
non recommandé	8	527	1013	833	339	260	104	32	3116
Total	3276	5986	6096	3612	1166	690	262	58	21146

Respect des échéances et aval, données d'enquête

Effectif	FECACAM			PADME		
	a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total	a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total
	avalisé par un tiers	4	8	12	113	192
non avalisé : garantie personnelle	12	32	44	109	146	255
Total	16	40	56	222	338	560

Respect des échéances et aval, base de données PADME

Effectif	aucun retard	[1-2] retards	[3-4] retards	[5-6] retards	[7-8] retards	[9-10] retards	[11-12] retards	[13 retards et +	Total
avalisés	2792	4136	4505	2487	809	531	199	44	15503
non avalisés	484	1850	1591	1125	357	159	63	14	5643
Total	3276	5986	6096	3612	1166	690	262	58	21146

Respect des échéances, recommandation et aval, données d'enquête

Effectif	FECACAM			PADME		
	a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total	a été au moins une fois en retard	n'a jamais été en retard	Total
	recommandé par un tiers	4	8	12	51	142
non recommandé	4	4	8	35	96	131
Total	8	12	20	86	238	324
non recommandé	-	-	-	62	50	112
Total	8	28	36	74	50	124
Total	8	28	36	136	100	236

Respect des échéances, recommandation et aval, base de données PADME

Effectif	aucun retard	[1-2] retards	[3-4] retards	[5-6] retards	[7-8] retards	[9-10] retards	[11-12] retards	[13 retards et +	Total
recommandé par un tiers	2792	3953	4309	2348	744	415	157	25	14743
non recommandé	476	1506	774	431	83	15	1	1	3287
Total	3268	5459	5083	2779	827	430	158	26	18030
non recommandé	183	196	139	65	116	42	19	760	
Total	8	344	817	694	274	144	62	13	2356
Total	8	527	1013	833	339	260	104	32	3116

En effet dans cette institution, la majorité des 832 clients enquêtés sont recommandés par des tiers : 478 clients soit 57,5%. Mais, parmi ces clients recommandés, il y a 127 clients sur les 478 clients qui avouent avoir été au moins une fois en retard. Il y a donc une importante proportion de clients recommandés qui estime n'avoir jamais été en retard : 351 clients soit 73,4%. D'autre part, il y a 354 clients non recommandés, soit 42,5% de l'échantillon d'enquête au PADME. Parmi ces clients qui n'ont pas été recommandés, il y a une légère majorité de 197 clients (soit 55,6%) qui avouent avoir été au moins une fois en retard. L'autre petite moitié de 157 clients représentant 44,4% des clients non recommandés affirment n'avoir jamais été en retard. Ainsi, si on considère le fait que les clients soient recommandés ou non, l'échantillon du PADME permet de tirer deux enseignements. D'abord il y a une proportion très importante de clients recommandés qui respectent les échéances par rapport aux clients recommandés qui ne respectent pas scrupuleusement leurs échéances. Ensuite il y a une proportion de clients non recommandés qui ne respectent pas les échéances qui est relativement un peu plus élevée que les clients non recommandés qui respectent scrupuleusement toutes leurs échéances.

Sur cette base, on pourrait être amené à dire qu'un client recommandé a une plus grande chance de respecter ses échéances par rapport à un client non recommandé.

A présent, vérifions si l'observation de la base de données de la clientèle du PADME déboucherait sur des conclusions similaires ou différentes. La base des données de la clientèle montre que les clients qui n'ont pas été recommandés ne sont pas franchement très respectueux des échéances puisque seulement 8 clients sur 3116 ont été enregistrés avec aucun retard. Ils représentent 0,3%. Pourtant, parmi les clients recommandés : 18030 au total, il y a 3268 clients qui n'ont enregistré aucun retard, soit 18,1%. Ce chiffre paraît très peu élevé mais comparé au 0,3% vu plus haut, on peut dire que la différence est grande. Par ailleurs, parmi les clients qui n'ont enregistré aucun retard, ceux qui sont recommandés constituent 99,8%. Ces observations de la base de données de la clientèle confirment bien le fait que les clients les plus respectueux des échéances, c'est-à-dire ceux qui n'ont enregistré aucun retard sur leurs échéances sont en proportion plus nombreux parmi les clients recommandés. Et à l'inverse, les clients les moins respectueux des échéances, c'est-à-dire ceux qui ont enregistré au moins un retard sur leurs échéances sont en proportion plus nombreux parmi les clients qui ne sont pas recommandés. De ce point de vue, le fait d'être recommandé a un intérêt puisqu'il apparaît clairement avantageux pour le respect des échéances.

Mais, qu'en est-il des clients avalisés ?

9.2.2 Respect des échéances et aval

Ici, la question à laquelle nous tentons de répondre est de savoir quelle serait la structure des données de la clientèle vis-à-vis du respect des échéances si l'on considère les relations d'aval des clients. Autrement dit, existerait-il des différences notables vis-à-vis du respect des échéances entre les clients avalisés d'une part et les clients qui ne sont pas avalisés d'autre

part ? On rappelle au passage que les clients en crédits individuels sont les seuls concernés par l'aval. D'abord vérifions les données des échantillons d'enquête. Voir la figure 9.2.

Lorsqu'on considère les clients avalisés, on constate qu'une plus grande proportion de ses clients n'a jamais été en retard aussi bien à la FECEACAM avec 8 clients sur 12 soit 66,7%, qu'au PADME avec 192 clients sur 305 soit 63%. En même temps, si on considère les clients qui n'ont pas été avalisés, on constate aussi qu'il y a une grande proportion de ses clients qui n'a jamais été en retard aussi bien à la FECEACAM avec 32 clients sur 44 soit 72,7%, qu'au PADME avec 146 clients sur 255 soit 57,3%. Mais si on considère les clients qui n'ont jamais été en retard, 40 à la FECECAM et 338 au PADME, on constate qu'à la FECECAM, il y a seulement 20% de clients avalisés (8 clients sur 40) et 80% (32 clients sur 40) n'ont été avalisés par personne. Mais au PADME, les 192 clients avalisés représentent 56,8% des clients qui n'ont jamais été en retard. Les 146 clients restants représentent 43,2% des clients qui n'ont jamais été en retard. Cela veut dire qu'au PADME, 63% des clients avalisés et 57,3% des clients non avalisés n'ont jamais été en retard. En revanche, 37% des clients avalisés et 42,7% des clients non avalisés ont affirmé avoir été au moins une fois en retard. On a donc la proportion la plus élevée de clients avalisés qui respectent scrupuleusement les échéances par rapport à ceux qui sont avalisés et qui ne respectent pas les échéances. Inversement, on a la proportion la plus élevée de clients non avalisés qui ne respectent pas les échéances par rapport aux clients non avalisés mais qui respectent leurs échéances. Sur cette base, on pourrait être amené à dire qu'un client avalisé a une plus grande chance de respecter scrupuleusement ses échéances par rapport à un client non avalisé.

Dans la base de données de la clientèle (figure 9.2), on note que 85,2% des clients qui n'ont enregistré aucun retard sont avalisés soit 2792 clients sur 3276. Par ailleurs, si nous comparons les proportions de clients avalisés et non avalisés selon qu'ils respectent scrupuleusement les échéances ou pas, on constate qu'il y a une plus grande proportion de clients avalisés qui n'ont enregistré aucun retard : 18% (2792 clients sur 15053) contre seulement 8,6% des clients avalisés qui n'ont réalisés aucun retard (484 clients sur 5643).

Lorsqu'on croise les réponses des clients recommandés ou non avec les réponses des clients avalisés ou non, il est possible de faire plusieurs distinctions entre les clients qui n'ont jamais été en retard de ceux qui ont été au moins une fois en retard. Prenons par exemple l'échantillon du PADME, (voir la figure 9.2). Nous pouvons faire les constats suivants :

- Lorsqu'on considère uniquement les clients qui n'ont jamais été en retard, on constate que la proportion la plus élevée est celle des clients recommandés et avalisés qui représentent 142 clients sur 338 soit 42%. Lorsqu'on considère uniquement les clients qui ont été au moins une fois en retard, on constate que la proportion la plus élevée est celle des clients non recommandés et non avalisés qui représentent 74 clients sur 222 soit 33,3%. Ces deux situations extrêmes montrent que les comportements de respect ou non vis-à-vis des échéances peuvent être associés aux relations de recommandation et ou d'aval des clients.

- Lorsque les clients sont recommandés, les proportions de ceux qui respectent scrupuleusement les échéances sont beaucoup plus élevées que celles des clients qui ne respectent pas les échéances. Mais en plus, ces proportions sont sensiblement identiques que les clients en question soient avalisés ou non. En effet, parmi les clients recommandés et avalisés, il y a 142 clients sur 193 soit 73,6% qui n'ont jamais été en retard. Seulement 51 clients recommandés et avalisés soit 26,4% ont reconnu avoir été au moins une fois en retard. De même, parmi les clients recommandés mais non avalisés, il y a 96 clients sur 131 soit 73,3% qui estiment n'avoir jamais été en retard. Seulement 35 clients recommandés et non avalisés soit 26,7% ont reconnu avoir été au moins une fois en retard. C'est-à-dire que le fait d'être recommandé peut avoir une incidence favorable sur le respect des échéances et ce, quelque soit la situation d'aval des clients.

- Lorsque les clients ne sont pas recommandés, les proportions de ceux qui ont au moins un retard sont légèrement plus élevées que celles des clients qui respectent les échéances. En plus, ces proportions sont sensiblement identiques selon que les clients considérés sont avalisés ou non. Les données d'enquête montrent que parmi les clients non recommandés mais avalisés, il y a 62 clients sur 112 soit 55,4% qui ont été en retard une fois au moins. Le reste : 50 clients non recommandés mais avalisés soit 44,6% ont soutenu n'avoir jamais été en retard. De même, parmi les clients qui ne sont pas recommandés ni avalisés, il y a 74 clients sur 124 soit 59,7% qui ont été en retard. Les autres : 50 clients non recommandés et non avalisés soit 40,3% n'ont jamais été en retard. C'est-à-dire que le fait de ne pas être recommandé a peut être une incidence défavorable sur le respect des échéances et ce, quelque soit la situation d'aval des clients.

- Enfin, entre les clients qui sont recommandés et non avalisés et ceux qui ne sont pas recommandés mais avalisés, la proportion la plus élevée de clients qui respectent les échéances est constituée par les clients recommandés et non avalisés avec 28,4% correspondant à 96 clients sur 338 contre 14,8% : 50 clients sur 338. Cela reviendrait à dire que c'est la relation de recommandation qui justifierait le comportement de respect des échéances bien plus que celle de l'aval.

Enfin, la figure 9.2 montre que parmi les clients qui n'ont enregistré aucun retard, la proportion la plus élevée est constituée par les clients recommandés et avalisés avec (2792 clients sur 14743) soit 18,9%. La proportion la plus faible est constituée par les clients non recommandés mais avalisés (760 clients) qui ont tous au moins un retard enregistré.

Résumé du chapitre

A la fin de ce chapitre, reprenons ses principaux éléments :

- d'abord, il y a l'insistance sur les relations annexes dans l'élaboration des contrats de dette en microfinance dans les contextes particuliers qui intéressent cette étude. Les relations annexes considérées sont la relation de parrainage (ou recommandation) et la

relation d'aval. Le chapitre 7 a montré la prépondérance des contrats de dette qui sont conclus sur la base de ses relations annexes.

- ensuite, il y a le fait que l'offre de microcrédits paraît être déterminée par les relations annexes des clients. Le chapitre 8 a servi à montrer la prédominance des offres de microcrédits qui s'établissent en majorité sur la base des relations annexes des clients ; autant pour les nouveaux contrats de dette que pour les renouvellements de contrats.
- Enfin, il y a le fait que le comportement de respect vis-à-vis des échéances paraît être déterminé par les relations annexes des clients.

Bilan de la troisième partie

Pour clore la troisième partie de notre thèse, une leçon mérite d'être retenue.

En effet, sur la base de l'observation des données de terrain, on pourrait soutenir que le comportement des clients vis-à-vis des échéances de paiement des microcrédits ne peut être étudié ni par rapport à leur genre, ni par rapport au type de crédit qu'ils sollicitent. L'observation des données d'enquête et la base de données de la clientèle du PADME conduisent à l'inexistence de différences majeures entre les proportions de clients distinguées par sexe et par types de crédit consécutivement à leur comportement vis-à-vis du respect ou non des échéances. Ce constat permet de suggérer l'idée selon laquelle le respect et le non respect des échéances ne sauraient être déterminés par le sexe des clients et ou par le type de crédit (individuel ou caution solidaire) qu'ils demandent. Le contraire ne pouvant être vérifié sur simple observation des données, cette idée est à prendre au conditionnel jusqu'à vérification ultérieure. Parallèlement, les échantillons d'enquête et la base de données de la clientèle du PADME ont conduit à affirmer l'existence d'un rapport probable entre les relations annexes des clients et leur comportement de respect des échéances. Cette relation n'est que probable pour l'instant car aucune analyse n'est faite pour dire que le contraire est impossible.

Mais comment les relations annexes détermineraient les comportements des clients vis-à-vis des échéances ? Et pourquoi ? Comment pourrait-on l'expliquer ? C'est ce que nous allons chercher à démontrer dans la quatrième partie de la thèse consacrée à l'analyse du rapport entre les relations annexes et le comportement des clients vis-à-vis du respect des échéances. Cette quatrième partie est entièrement consacrée au traitement statistique du rapport entre les relations annexes de recommandation et d'aval et le comportement de respect des échéances de clients. Seuls les clients en crédits individuels sont pris en compte car (dans la base de données du PADME), ils sont les seuls concernés par les relations de recommandation et d'aval