

Série Analyses d'impact

exPost
ExPost

Analyse des déterminants de la demande de services financiers dans le Maroc rural

Isabelle Guérin, IRD, UMR 201, Paris
Solène Morvant-Roux, IRD, UMR 201, Paris
Marc Roesch, CIRAD, Paris
Jean-Yves Moissoner, IRD, UMR 201, Paris
Pépita Ould-Ahmed, IRD, UMR 201, Paris

Contact : Jocelyne Delarue, division Evaluation et capitalisation, AFD

Département de la Recherche

Division Evaluation et Capitalisation

Agence Française de Développement
5, rue Roland Barthes 75012 Paris - France
www.afd.fr



Avertissement

Les analyses et conclusions de ce document sont formulées sous la responsabilité de ses auteurs. Elles ne reflètent pas nécessairement le point de vue de l'Agence Française de Développement ou des institutions partenaires.

Directeur de la publication : Dov ZERAH

Directeur de la rédaction : Jean-David NAUDET

ISSN : 2101-9657

Dépôt légal : 3^e trimestre 2011

Mise en page : Marcelle LARNICOL

Remerciements

Nous remercions chaleureusement le personnel du siège d'Al Amana pour son appui à la réalisation de cette étude et notamment pour la mise à disposition de bases de données, la mise en contact avec les agences locales et les agents de crédit, sa disponibilité pour des discussions régulières, en particulier concernant l'échantillonnage, ainsi que pour une réunion de restitution très constructive en fin de seconde mission. Nous remercions également le personnel de terrain pour son aide dans le choix des douars d'enquête, et pour sa disponibilité lors d'entretiens approfondis et répétés en dépit de journées de travail très chargées.

Nous remercions également les équipes d'IPA/J-PAL qui ont mis leurs bases de données à notre disposition.

Nous remercions les assistants de recherche marocains qui nous ont appuyés lors des enquêtes de terrain : Kaoutare Aakarmi, Oumaima Iben Halima, Badiha Nahhass et Houssam Smida.

Enfin, nous remercions Jean-Michel Servet, l'équipe de la division Évaluation et capitalisation de l'Agence Française de Développement et l'équipe d'Al Amana pour leurs commentaires constructifs sur une version antérieure de ce rapport.

SOMMAIRE

Synthèse	7
Introduction	15
1. Nature de la demande financière et de la participation	27
1.1 L'ambiguïté du rapport à la dette	27
1.2 L'importance de l'épargne en nature	32
1.3 Des microcrédits utilisés en large partie pour la consommation	34
1.4 Les contraintes liées à l'offre	36
2. Facteurs agro-écologiques et économiques et diversité régionale	43
2.1 Typologie des systèmes d'activités	43
2.2 Diversité du potentiel de diversification hors agriculture	47
2.3 Un potentiel inégal de développement de l'élevage	49
2.4 Une participation inégale des femmes et des jeunes	52
3. Des facteurs micro-locaux de diversité : concurrence, appropriation, leadership, imitations et arrangements	55
3.1 La concurrence	51
3.2 La perception d'Al Amana et du rapport à l'autorité	57
3.3 Les agents de crédit	62
3.4 Imitations et apprentissages	64
Conclusion	69
Annexes	75
Liste des sigles et abréviations	99
Bibliographie	100

Synthèse

Objectifs

Cette étude s'inscrit en complémentarité des travaux de l'équipe *Innovations for Poverty Action* (IPA) / *The Abdul Latif Jameel Poverty Action Lab* (J-PAL). Profitant du début de déploiement des activités d'Al Amana en milieu rural, l'objectif de l'étude IPA/J-PAL, initiée en 2006, était de mesurer quantitativement les impacts économiques du microcrédit en milieu rural enclavé. Les premiers résultats de cette étude ont fait apparaître, d'une part, un taux d'emprunt (ou taux de participation) parmi la population cible plus faible

que le taux escompté, obligeant l'équipe IPA/J-PAL à adapter sa stratégie d'échantillonnage et, d'autre part, de fortes variations de taux d'emprunt entre villages (de 0 % à plus de 80 %), alors que le type de crédit proposé est le même partout. Dans une perspective de complémentarité, cette étude vise à identifier, à partir d'une approche qualitative, les différents facteurs qui favorisent (ou pas) la participation de la population rurale au microcrédit d'Al Amana.

Méthodes

L'approche adoptée est de nature socioéconomique et compréhensive. Elle vise à restituer les modes locaux de perception des services financiers et des pratiques financières, en accordant une attention particulière à l'imbrication des actes économiques dans le social, le culturel, le religieux et le politique, et aux interactions multiples entre ces différentes dimensions de l'activité humaine. L'approche socioéconomique accorde également une attention particulière aux institutions, aux règles et aux normes, en faisant l'hypothèse de leur permanente dialectique avec les actions individuelles.

Une première mission, effectuée en décembre 2009, couplée à une revue de la littérature, a permis de lister une série d'hypothèses très diverses. Nous avons d'une part envisagé l'adhésion au microcrédit comme un processus complexe, reposant sur une multiplicité de facteurs (de nature économique, sociale, culturelle, politique, religieuse). D'autre part, nous avons également fait l'hypothèse qu'il s'agissait d'un processus combinant les spécificités des populations et des territoires locaux et les spécificités de l'offre, y compris les agents de crédit et la manière dont ils adaptent une offre théoriquement similaire aux spécificités locales. Nous avons également fait l'hypothèse que ce processus faisait intervenir

plusieurs types d'acteurs : clients individuels, ménages, groupes solidaires, leaders locaux, agents de crédit et plusieurs niveaux : individus, ménages, territoires micro-locaux et régionaux. La liste des hypothèses proposées était délibérément large : l'intérêt d'une approche socioéconomique consistant précisément à n'exclure aucune piste *a priori*.

Les données J-PAL (J-PAL, 2008) nous ont permis de croiser un certain nombre de variables (migration, niveaux de revenu, enclavement et irrigation des terres) avec le taux de participation. Cependant, ces analyses n'ont mis en évidence aucune corrélation. Pour identifier les variables explicatives de l'hétérogénéité de la participation, il semble donc indispensable de mener des analyses qualitatives fines, basées sur une identification approfondie des mécanismes en jeu (et des variables correspondantes), et qui peuvent ensuite être testées statistiquement. Cette étude a précisément pour objet de s'appuyer sur une analyse qualitative pour faire émerger des facteurs explicatifs de l'hétérogénéité de la participation. Quelques pistes d'articulation avec l'analyse quantitative et statistique sont mentionnées en conclusion.

Une seconde mission, menée en mars 2010, a eu pour objet d'identifier les hypothèses les plus plausibles. Au total, 80 entretiens semi-directifs approfondis ont été réalisés auprès de différentes catégories d'acteurs (clients, non-clients, agents de crédit, personnes ressources), par une équipe de cinq chercheurs aux compétences complémentaires. Cette double diversité (enquêteurs/enquêtés) permet un recoupement et une triangulation des informations et des interprétations qui assurent la rigueur de l'analyse qualitative. Précisons néanmoins que cette étude n'a aucune prétention à l'exhaustivité, à la fois compte tenu du temps court de l'enquête et du nombre restreint d'antennes et de douars visités (4 antennes visitées sur un total de 435 antennes et agences).

Notre analyse confirme très largement la complexité des déterminants de la participation : celle-ci ne résulte pas d'une confrontation abstraite entre une offre et une demande, mais elle est le fruit d'un construit social, impliquant une multiplicité de facteurs qui se combinent de manière inégale selon les territoires.

Une participation faible et orientée en partie sur la consommation

Comprendre la diversité de la participation suppose en premier lieu une analyse de la nature de cette participation. Dans les zones couvertes par l'enquête J-PAL, la participation est en moyenne faible (J-PAL, 2008), de même que les taux de renouvellement, peu élevés (la moitié environ des clients ne renouvellent pas leur prêt). L'analyse qualitative montre que, de manière générale, et probablement pour des raisons socioculturelles et religieuses, les populations ont une faible propension à s'endetter. Les pratiques informelles d'endettement semblent en effet bien plus limitées que dans d'autres contextes. Si l'endettement est peu répandu, en revanche l'épargne en nature (céréales et bétail) joue un rôle central dans le lissage de la trésorerie familiale et professionnelle, et dans la préparation des événements liés au cycle de vie. De manière

générale, la non-participation indique une préférence pour des pratiques d'épargne, y compris chez certains petits entrepreneurs. On ne peut toutefois ignorer un autre cas de figure : certains clients perçoivent les microcrédits d'Al Amana comme une dette que l'on ne rembourse pas, et c'est précisément la perspective du non-remboursement qui favorise leur adhésion.

À cela s'ajoutent des modalités de prêt mal adaptées aux spécificités rurales, notamment le principe de remboursements mensuels. Par ailleurs, le crédit de groupe est souvent vécu comme une contrainte, bien qu'il ne semble pas être le principal frein à la participation. Ainsi, la diversification de l'offre en faveur de prêts individuels n'a pas conduit à une meilleure participation : dans les antennes privilégiant le prêt individuel, la variabilité des taux de participation est aussi forte que dans les antennes privilégiant les prêts solidaires.

Enfin, on observe que l'utilisation des prêts est en large partie orientée vers la consommation (consommation courante et habitat). D'après nos estimations et celles des agents de crédit, la consommation représente 60 à 80 % de l'usage des microcrédits, alors qu'officiellement les prêts sont destinés à des « investissements rentables à court terme ». Les prêts au logement existent mais sont très peu développés en zones rurales. L'élevage représente 10 à 30 % des usages (contre 80 %, selon les estimations d'Al Amana).

Cette première analyse permet de mieux saisir le profil de la clientèle actuelle, composée de ménages disposant de revenus relativement réguliers et souhaitant consommer, maintenir leur cheptel d'épargne et, pour une minorité, investir ou saisir des opportunités de marché.

Nous avons ensuite observé deux niveaux de diversité : le niveau régional, qui dépend essentiellement de facteurs agro-écologiques et économiques, et le niveau local (un ou plusieurs douars), qui combine des facteurs économiques, sociaux, culturels et politiques.

Facteurs agro-écologiques et économiques et diversité régionale

Trois principaux profils de zones ont été identifiés en fonction de critères agro-écologiques et économiques et de systèmes d'activité (sources, montants et régularités de revenus). Cette typologie offre un premier éclairage des disparités de participation entre antennes.

- La typologie de systèmes d'activité est la suivante :
 - la première catégorie (type 1) regroupe des zones montagneuses de micro-parcelles. Les systèmes d'activité des ménages combinent agriculture de subsistance et migration masculine, souvent d'emploi non qualifié, avec par conséquent des revenus faibles et irréguliers et une faible monétarisation. De manière générale, la demande financière (microcrédit ou autre) est particulièrement faible. Compte tenu de l'irrégularité des revenus, les modalités de remboursements mensuels du microcrédit sont mal adaptées et la participation aux microcrédits d'Al Amana reste donc faible ;
 - la deuxième catégorie (type 2) regroupe des villages situés à proximité de centres d'activité, caractérisés par la

prédominance de revenus non agricoles, principalement tirés du salariat local et, dans une certaine mesure, de la migration. Il s'agit le plus souvent de salariat précaire (souvent à la journée, comme par exemple dans la construction) mais qui assure des revenus relativement réguliers. La demande financière est plus forte, de manière générale, et les cycles de revenus sont relativement bien adaptés aux exigences de remboursements mensuels d'Al Amana. C'est dans ces zones que la participation est la plus forte ;

- la troisième catégorie (type 3) regroupe des zones agricoles de grande culture, dont les habitants dépendent de revenus agricoles et, dans une certaine mesure, de la migration. La demande financière y est forte, mais elle porte principalement sur des crédits de campagne, peu présents dans l'offre d'Al Amana. La participation aux microcrédits d'Al Amana reste donc faible.

Chaque antenne du réseau d'Al Amana correspond grossièrement à une catégorie (à l'exception de l'antenne AW qui combine deux catégories).

Tableau 1. Typologie des antennes visitées

Antenne	Type de zone	Taux de participation
Antenne CV - Tighdouine	Zone montagneuse (type 1)	6,0 %
Antenne MG - My Abdellah Ben Driss	Zone périurbaine (type 2)	19,6 %
Antenne AW - Moulay Yacoub	Zone périurbaine et de grande culture (types 2 et 3)	27,0 %
Antenne LJ - Brachoua	Zone de grande culture (type 3)	1,0 %

Source : élaboré par les auteurs à partir des observations de terrain.

- Un potentiel d'auto-emploi non agricole à la fois faible et inégal

Les activités économiques non agricoles de type petit commerce ou activité de service représentent au plus 10 % des usages des microcrédits. Cette faible demande en crédit « économique » s'explique assez simplement, et le cas du Maroc rural n'a de ce point de vue rien d'exceptionnel. En effet, les activités locales d'auto-emploi non agricole sont réservées à une minorité, tout simplement faute de demande locale. Toutefois, les personnes cherchent à diversifier leurs sources de revenus, et rares sont les exploitations qui dépendent uniquement de l'agriculture. Cette diversification prend la forme de salariat non agricole, soit local, pour les villages situés à proximité de centres urbains (secteur de la construction), soit régional (grandes villages marocaines), voire européen pour les plus « chanceux » (l'émigration étant souvent perçue comme la consécration ultime, quelles qu'en soient les conditions).

Le potentiel d'auto-emploi non agricole est donc globalement faible, mais avec des disparités selon les zones : il est très faible dans les zones de montagne et les zones de grande culture, et un peu plus conséquent dans les zones situées à proximité de centres d'activité, où il entre tout de même en concurrence avec la dynamique migratoire.

- Un potentiel inégal de développement de l'élevage

Trois principaux facteurs limitent le potentiel de développement de l'élevage : des pâturages peu abondants et peu accessibles, des problèmes de disponibilités fourragères en hiver et le manque de main-d'œuvre. On observe également de fortes différences selon les zones. Dans la zone montagneuse, les trois types de limites se cumulent alors que, dans les deux autres, seules une ou deux sont présentes. Par ailleurs, le rôle de l'élevage dans les stratégies économiques familiales varie, avec des implications en termes de potentiel de développement. Ainsi, dans les zones montagneuses, le bétail est le plus souvent considéré comme une épargne, alors que dans les zones

périurbaines et de grande culture les éleveurs s'inscrivent davantage dans une perspective d'accumulation (et ceci est confirmé par les données du J-PAL, 2008).

- Une participation inégale des femmes et des jeunes hommes

Le rôle très inégal des jeunes et des femmes dans la gestion des budgets et des exploitations familiales - mis en évidence par nos observations - semble avoir des implications sur la participation. Les zones de montagne et de grande culture se caractérisent par une gestion très patriarcale des budgets et des exploitations familiales, avec une domination des hommes sur les femmes et des anciens sur les jeunes. Dans les zones périurbaines, probablement compte tenu de l'éclatement des familles et de la proximité de la ville et de ses normes urbaines, les contraintes patriarcales semblent plus limitées.

Le rôle économique et financier des femmes est extrêmement limité et les normes sociales locales les empêchent d'avoir accès au microcrédit, ce que confirment les données quantitatives. Le poids des femmes (en nombre et en pourcentage) est nettement plus fort dans les zones périurbaines que dans les zones de montagne.

Concernant les jeunes hommes, dont la marge de manœuvre est supérieure à celle des femmes, on observe que, dans les zones 1 et 3, le microcrédit représente une échappatoire à la domination des pères. Il permet soit de prendre son indépendance en matière de logement (en construisant quelques pièces de plus dans la maison familiale ou une autre habitation), soit, pour ceux qui ont une petite activité de commerce ou de production, de s'affranchir de la tutelle paternelle. En prenant la responsabilité d'un crédit, ils peuvent plus facilement s'attribuer les revenus tirés de l'activité qu'ils ont financée.

Des facteurs micro-locaux de diversité

Outre les facteurs agro-écologiques et économiques, on trouve également une multiplicité de facteurs micro-locaux intervenant à l'échelle d'un ou plusieurs douars :

- l'intensité de la concurrence entre institutions de crédit, qui se manifeste en partie à l'échelle locale dans la mesure où elle ne porte pas uniquement sur les services proposés mais sur la proximité prêteur / emprunteur. Plusieurs facteurs entrent en jeu ici, dont la distance physique entre l'agence et le douar et la personnalisation des relations avec l'agent de crédit. La mise en place de la centrale de risque a donné un coup d'arrêt à l'endettement croisé et a, de ce fait, réduit le taux de participation¹ ;
- la perception d'Al Amana et le rapport au politique et à l'autorité, qui oscillent entre crainte et appréhension d'une part, et sentiment d'impunité de l'autre, avec des conséquences fortes sur les comportements d'auto-exclusion et les incitations à rembourser. Cette perception dépend de caractéristiques individuelles, mais aussi de normes sociales locales (plus ou moins grande corruption des leaders ou des autorités), de la position des agents de crédit, des discours qu'ils véhiculent et de leur insertion sociale locale. Elle dépend aussi de phénomènes d'imitation et d'apprentissage, en particulier ceux suscités par les leaders locaux. Elle présente donc une certaine homogénéité territoriale ;
- la capacité des agents de crédit à établir des relations de proximité, qui dépend autant du fait qu'ils soient natifs de leur zone d'intervention que de l'enclavement des villages ;
- les phénomènes d'imitation et d'apprentissage, qui jouent à double tranchant en favorisant la légitimation d'Al Amana ou au contraire son rejet, qui peut se traduire par une non-adhésion, voire par des défauts de paiement en chaîne. Dans certains lieux, ces phénomènes de mimétisme sont suscités par des leaders locaux qui jouent un rôle de « modèle ».

Ces différents facteurs, en partie interdépendants, se combinent de manière très inégale selon les territoires. Difficiles à hiérarchiser, ils évoluent dans le temps. Au final, le taux de participation est difficilement prévisible et reste très contingent de particularités locales.

Propositions

- Régionaliser l'offre et identifier les marchés émergents

Actuellement, la politique d'octroi de crédit d'Al Amana est officiellement concentrée sur le soutien au développement d'activités économiques, en particulier l'auto-emploi local non agricole. Or, le développement de ce type d'activités ne concerne qu'une proportion limitée de personnes et la plupart des familles privilégient des formes de salariat, même précaires, pour diversifier leurs sources de revenus.

Cette population, qui a besoin de crédit, reste tributaire du marché local. C'est donc en développant le marché local que l'auto-emploi pourra se développer. Ainsi, par exemple, les artisans (maçon, peintre, menuisier, etc.) dépendent de la demande locale en matière de construction, en particulier pour l'habitat. Dans le secteur de l'élevage, les crédits peuvent apporter l'appoint nécessaire à la reconstitution rapide d'une épargne sur pied, ou au développement d'une activité d'embouche ovine.

Le développement des crédits doit être régionalisé, en s'appuyant sur une analyse des secteurs dotés d'un réel potentiel de développement et en identifiant les métiers et les services nécessaires à leur expansion. Le soutien d'Al Amana pourrait donc aller en priorité à ceux qui évoluent déjà dans ces métiers et services. Nous proposons une régionalisation de l'offre sur la base d'une analyse prospective des marchés émergents :

- dans les zones de grande culture, le potentiel semble très limité dans la mesure où il s'agit d'une demande agricole classique ;
- dans les zones montagneuses, le potentiel est limité mais il existe, tout en étant concentré sur la création ou le maintien du cheptel épargne et sur la consommation, en particulier sur l'habitat ;

¹ Une première centrale de risques « informelle » c'est-à-dire procédant d'un accord entre les quatre principales associations de microcrédit (AMC - lesquelles détiennent 95 % du marché) a été d'abord mise en œuvre. Une autre centrale « externe » (par contrat entre la Bank Al-Maghrib et Experian Services) a également vu le jour fin 2009. La centrale de risques dont le siège est à Casablanca, n'a commencé à être opérationnelle qu'au début de l'année 2010.

- c'est dans les zones périurbaines que le potentiel est le plus important, avec à la fois une demande de consommation et un potentiel pour des activités locales d'auto-emploi.

Notre étude n'ayant aucune prétention à l'exhaustivité, elle doit être complétée par une analyse plus large des diversités régionales et des secteurs à potentiel (tourisme, artisanat, maraîchage, etc.).

- Diversifier les services de crédit
- Un crédit à la consommation sous surveillance

Une part significative des crédits est affectée à la consommation. Plutôt que de l'interdire, il faudrait mieux l'accompagner avec des mesures appropriées. Non seulement la demande est forte, mais le crédit à la consommation peut être un moteur à la création de nouvelles activités localement. La construction d'une chambre, l'amélioration du logement, l'achat de produits de consommation courante peuvent être créateurs d'emploi. Il convient en revanche de s'assurer des possibilités de remboursement des clients afin d'éviter les risques de surendettement, par exemple en adossant ce type de crédit à des garanties matérielles (troupeau) ou à l'activité salariée d'un migrant de la famille. Les risques de surendettement sont pour l'instant limités dans la mesure où la population, de manière générale, manifeste une propension faible à l'endettement. Mais les comportements peuvent évoluer rapidement, et on peut craindre que les contraintes de portefeuille des agents de crédit les incitent à une certaine forme d'agressivité commerciale peu soucieuse du bien-être des clients (même si cela ne semble pas être le cas aujourd'hui).

- Productions agricoles au cycle court

Compte tenu de la présence du Crédit agricole (CA), il n'est pas souhaitable qu'Al Amana se positionne sur des crédits de campagne classique. En revanche, il y a probablement un potentiel à explorer sur certaines

productions agricoles peu risquées et à cycle court, comme l'embouche ou certaines formes de maraîchage menées sur de petites exploitations. Il faudrait ici s'inspirer d'innovations expérimentées dans d'autres pays (crédit stockage, crédit embouche, etc.).

- Diversifier la clientèle en favorisant les femmes et les jeunes

Nos observations indiquent qu'il existe un potentiel inexploité - différencié selon les zones - concernant les femmes et les jeunes. Une première étape consisterait à mieux connaître la clientèle d'Al Amana en l'analysant en fonction du genre et de l'âge. Une seconde étape permettrait d'identifier les spécificités de leur demande ainsi que la nature de la concurrence (certaines associations de microcrédit ciblent spécifiquement les femmes par exemple) afin d'élaborer une offre adaptée.

- Élaborer une stratégie d'insertion sociale pour Al Amana

Nos observations mettent en évidence l'importance centrale de l'insertion sociale d'Al Amana dans les territoires locaux. Cette insertion, qui joue à la fois sur la participation et sur les remboursements, découle d'un processus complexe qui dépend à la fois du positionnement de l'agent de crédit et de spécificités locales (normes sociales, histoire des politiques de crédit, leadership, etc.). Plutôt que de miser sur une insertion spontanée d'Al Amana, nous suggérons d'intégrer la question de son insertion sociale au centre de la stratégie de développement de l'institution en zones rurales.

- Identifier les zones à risque

L'étude met en évidence le fait que, dans certains lieux, le sentiment d'impunité (qui se combine au phénomène d'imitation) peut créer un climat incitant au non-remboursement généralisé. Avec l'appui des agents de crédit, ces zones doivent être identifiées ; Al Amana pourra ensuite décider soit de les exclure, soit de mener d'importantes opérations de sensibilisation. Compte tenu de l'ampleur des phénomènes de non-paiement, cette identification est primordiale.

• Quelle demande pour l'épargne ?

Dans la mesure où Al Amana s'interroge sur la transformation de son statut en vue de mobiliser aussi l'épargne, il est opportun de s'interroger sur le potentiel de mobilisation de l'épargne. Cette étude, qui ne portait pas sur cette question, permet néanmoins d'y apporter quelques éclairages. Elle met notamment en évidence l'importance de l'épargne en nature, qui présente aujourd'hui un certain nombre d'avantages. Par conséquent, toute tentative d'offre de services d'épargne doit absolument s'interroger sur la complémentarité et les avantages comparatifs de services d'épargne monétaire.

• Propositions en matière de recherche

Cette étude avait pour objet de compléter, de manière qualitative, l'approche quantitative de l'équipe J-PAL, en se focalisant sur les déterminants de la demande de

microcrédit. Dans le prolongement de ce rapport, l'articulation qualitatif/quantitatif pourrait faire l'objet de recherches futures, en explorant trois pistes :

- construire des variables (proxy) permettant de capturer des informations subjectives jouant un rôle central dans la participation (rapport à l'autorité, leadership, degré d'indépendance des femmes et des jeunes, etc.) ;
- construire des variables permettant de distinguer de manière systématique les trois zones identifiées dans notre analyse (avec une combinaison de variables telles que taille des exploitations ou des troupeaux, zone urbaine ou touristique, présence d'industries décentralisées, etc.) ;
- tester quantitativement certaines variables disponibles dans les bases de données J-PAL pour comprendre *ex post* les déterminants de la demande de microcrédit.

Introduction

Al Amana dans le secteur du microcrédit marocain

Aujourd'hui, au Maroc, douze associations de microcrédit (AMC) sont en activité. Elles totalisent un portefeuille d'encours de 4,86 milliards de dirhams (580 millions de dollars) et plus de 950 000 prêts actifs² à fin décembre 2009. Ce secteur est dominé par quatre organisations : Al Amana, la Fondation pour le Développement local et le partenariat (FONDEP), la Fondation Ardi et la Fondation Banque populaire pour le microcrédit (FBPMC). Cette dernière a fusionné en mai 2009 avec un autre acteur majeur, la Fondation Zakoura, pour devenir la Fondation Banque populaire Zakoura (FBP). Fin 2009, ces quatre leaders couvrent ainsi 97 % du portefeuille brut de prêt total du secteur et font partie des plus importantes organisations de microcrédit de l'Afrique du Nord. Al Amana est leader sur ce marché et couvre à elle seule 45 % des prêts actifs (Al Amana, 2010).

Al Amana a démarré ses activités en 1997 avec le soutien financier de l'*United States Agency for International Development* (USAID), du gouvernement marocain et l'assistance technique de *Volunteers in Technical Assistance* (VITA), une ONG américaine. Elle a reçu l'agrément du ministère des Finances en 2000 pour exercer ses activités sous la forme d'une AMC, en tant qu'organisation à but non lucratif. Al Amana n'est pas

encore autorisée à collecter l'épargne de ses clients. Néanmoins, elle diversifie de plus en plus ses activités, notamment vers l'assurance et les transferts d'argent. Elle réfléchit également à développer des services d'épargne³. Au démarrage de ses activités, Al Amana s'est concentrée sur des populations urbaines et périurbaines. En ciblant en priorité les petits entrepreneurs ayant déjà une activité et recherchant un financement pour accroître leurs activités, elle excluait *a priori* la création d'activités nouvelles et le financement des populations pauvres. Une étude d'impact montre qu'au milieu des années 2000, parmi les dix AMC marocaines, la Fondation Banque populaire et Al Amana sont les deux organisations dont la clientèle est la moins démunie (en termes de richesse) : plus de 50 % des clients se situent au niveau des deux quintiles de richesse supérieurs (PlaNet Finance, 2004).

En 2005, Al Amana décide de diversifier sa clientèle vers les zones rurales et crée des antennes spécifiques. L'extension se fait rapidement : dès 2007, les zones rurales représentent 49 % du portefeuille ; depuis, elles se sont stabilisées à ce niveau (47 % en août 2010). La stratégie d'Al Amana vise à couvrir la totalité du territoire marocain.

² La population totale au Maroc est de 31 285 174 habitants.

³ Information communiquée par le personnel d'Al Amana lors de la réunion de restitution de cette étude.

Les principales caractéristiques d'Al Amana sont résumées dans le tableau 2 et l'encadré 1.

Les produits proposés à la fois en milieu urbain et rural sont constitués de différents produits de crédit (nous reprenons la terminologie utilisée par Al Amana).

Tableau 2. Les activités de prêt d'Al Amana (août 2010)

Nombre de clients actifs	369 000
Nombre de prêts actifs	374 000
Prêts à des femmes	152 000 (41 %)
Prêts solidaires urbains	59 000 (16 %)
Prêts solidaires ruraux	54 000 (14 %)
Portefeuille en cours	2 657,8 (M MAD)
Répartition du nombre de prêts par secteur	
Commerce	149 000 (40 %)
Artisanat	57 000 (15,2 %)
Services	55 000 (14,7 %)
Agriculture	112 000 (30 %) M MAD

Source : élaboré par les auteurs à partir de données du fichier clients d'Al Amana.

Note : Le nombre de clients et de prêts est exprimé en milliers, les montants en millions (M) de dirhams (MAD) à l'exception de l'encours moyen des prêts. Le taux de change MAD/US\$ est de : 1 000 MAD = 120 US\$.

Encadré 1. Les produits financiers proposés par Al Amana

Prêts solidaires

Il s'agit de prêts à des groupes de trois à cinq co-entrepreneurs qui s'engagent à réaliser des investissements rentables à court terme, et qui se cautionnent mutuellement pour le remboursement de leurs prêts. Aucune autre garantie formelle n'est demandée aux emprunteurs. Ces prêts ont des durées de 3 à 18 mois, leurs montants varient de 1 000 à 30 000 MAD et ils sont remboursables par échéances hebdomadaires, bimensuelles ou mensuelles. Pour les activités d'élevage, un délai de grâce de 2 mois est accordé.

Prêts individuels

À l'entreprise : ces prêts sont conçus pour les clients ayant réussi leurs prêts dans le système solidaire, et qui désirent investir dans l'équipement de leurs entreprises. Ils s'adressent aussi à une autre clientèle dont l'activité est plus structurée.

Au logement : ce sont des prêts octroyés individuellement à des micro-entrepreneurs, employés et/ou salariés, désireux d'investir dans l'amélioration, l'acquisition et/ou la construction, en tout ou en partie, de leur logement, et/ou son raccordement aux réseaux d'eau potable et d'électricité.

Leur durée varie de 6 mois à 5 ans (jusqu'à 7 ans pour le logement), et leur montant de 1 000 à 50 000 MAD. Ils sont remboursables par échéances mensuelles ou bimensuelles. En outre, ils sont adossés à des garanties adaptées aux réalités des clients.

Autres produits :

- accompagnement et aide à la création de nouvelles petites entreprises ;
- financement de véhicules utilitaires ;
- financement de l'accompagnement technique et financier des projets dans le cadre de l'Initiative nationale de développement humain, pour l'encouragement à la création d'activités génératrices de revenus par les groupements professionnels.

Il faut souligner qu'Al Amana a déjà fait l'objet de plusieurs études d'impact et d'études sur les performances sociales (souvent à sa propre initiative)⁴.

Objectif général de l'étude RUME

L'étude *Rural Microfinance and Employment* (RUME), réalisée dans le cadre du projet de recherche, s'inscrit en complémentarité des travaux de l'équipe IPA/J-PAL. Profitant du début de déploiement des activités d'Al Amana en milieu rural, l'objectif de l'étude IPA/J-PAL initiée en 2006, était de mesurer de manière quantitative les impacts économiques et sociaux du microcrédit en milieu rural enclavé. Les premiers résultats de cette étude ont fait apparaître :

- un taux de participation⁵ au microcrédit d'Al Amana parmi la population cible plus faible que le taux escompté, par rapport aux taux obtenus en milieu urbain sur une période de deux ans⁶, obligeant ainsi l'équipe à adapter sa stratégie d'échantillonnage ;
- de fortes variations de taux d'emprunt (ou taux de participation) entre villages (de 0 % à plus de 80 %), alors que le type de crédit proposé est le même partout.

Cette hétérogénéité entre antennes mais aussi entre douars d'une même antenne dans les zones de traitement (les 88 douars étudiés par IPA/J-PAL), ressort à la fois de l'analyse des données d'Al Amana et des données J-PAL. Ces données sont tirées des enquêtes par village et par ménage (vague 2) du J-PAL, il s'agit également des données de participation à deux niveaux : des antennes (Al Amana) et des douars (J-PAL), et des données extraites du fichier des clients d'Al Amana dans les zones de traitement comprenant de nombreuses variables (groupes, suivi des prêts, etc.). Le descriptif de ces données est proposé en annexe 1.

Pour analyser les taux de participation, nous disposons des informations relevées par les agents depuis l'ouverture d'une antenne et durant le déroulement de l'étude d'impact (le nombre de clients ayant pris un crédit entre juillet 2008 et

janvier 2010)⁷. Les douars de la vague 2 ont fait l'objet d'une mini-enquête qui a permis de recenser le nombre de familles ayant souscrit un crédit auprès d'Al Amana. La comparaison de ces données met en évidence une certaine hétérogénéité des taux de participation entre les antennes et entre douars d'une même antenne.

Hétérogénéité de la participation entre antennes de la vague 2

Le taux de participation est le résultat du rapport entre le nombre de clients et le nombre de ménages dans les douars couverts. Dans certaines antennes, des clients recensés viennent de douars voisins, soit hors de la zone de traitement. Le nombre total de clients est divisé par le nombre de ménages de la zone de traitement *sensu stricto* (le dénominateur). Pour cette raison, le taux de participation peut être surévalué et même dépasser les 100 % (cas de l'antenne AR).

Si l'on s'intéresse au taux de participation (nombre de clients AA - zone de traitement - / nombre de ménages) au niveau de chaque antenne et à son évolution au cours du temps, on peut identifier trois grands profils d'antennes (cf. graphiques 1 et 2) :

- profil 1 : participation très faible (comprise entre 0 et 7 %). Dans ces antennes il y a peu de clients, et leur nombre évolue très peu au cours de la période considérée. Neuf des 37 antennes correspondent à ce profil (cf. graphique 1) ;

⁴ Voir par exemple PlaNet finance (2004) et Murray et Barkallil (2005).

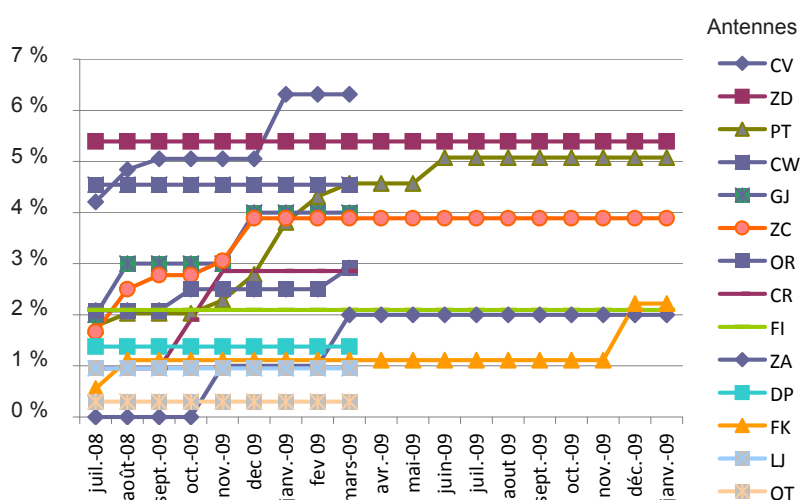
⁵ Les termes « taux de participation », « taux de couverture » et « demande de microcrédit » sont utilisés de manière interchangeable dans ce rapport. Ils renvoient à la part de la population cible qui a pris un crédit Al Amana sur la période de l'étude d'impact réalisée par J-PAL.

⁶ Les taux de participation en milieu urbain seraient de l'ordre de 40 à 80 % dans les zones d'action d'Al Amana (information donnée par les cadres d'Al Amana).

⁷ Les antennes de la vague 2 ont majoritairement été ouvertes au cours de l'année 2006.

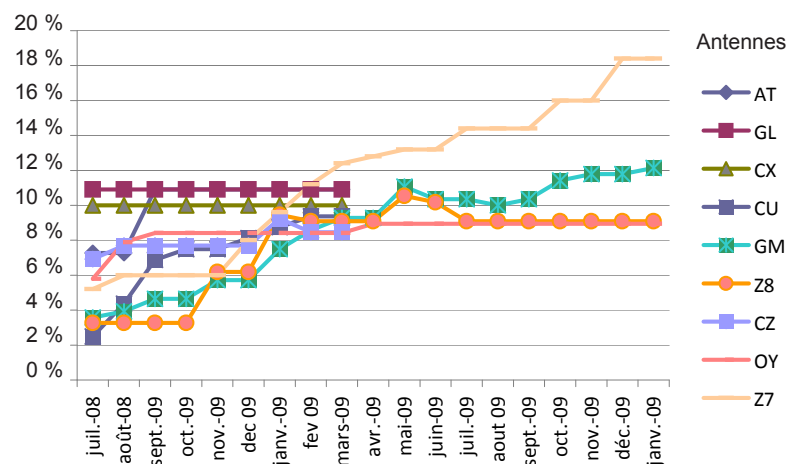
- profil 2 : participation faible mais proche de ce qui existe dans de nombreux pays en milieu rural, c'est-à-dire entre 8 et 12 %⁸. Trois antennes ont une croissance faible mais régulière, cinq autres, après un démarrage assez rapide, semblent stagner. Huit des 37 antennes correspondent à ce profil (cf. graphique 2) ;
- profil 3 : participation forte (comparativement aux autres antennes) avec trois scénarios :
 - une forte croissance puis une stagnation,
 - un taux faible au départ puis une augmentation,
 - un taux très élevé dès le départ.
 19 des 37 antennes correspondent à ce profil (cf. graphique 3).

Graphique 1. Évolution du taux de participation par antenne : profil 1



Source : élaboré par les auteurs à partir de données informatiques d'Al Amana.

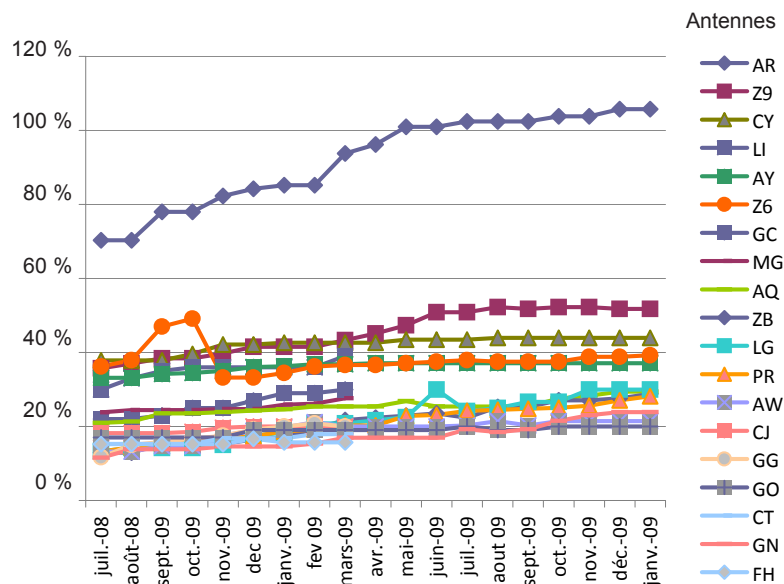
Graphique 2. Évolution du taux de participation par antenne : profil 2



Source : élaboré par les auteurs à partir de données informatiques d'Al Amana.

⁸ Voir AMAF et WWB (2009) et Gonzalez (2008).

Graphique 3. Évolution du taux de participation par antenne : profil 3

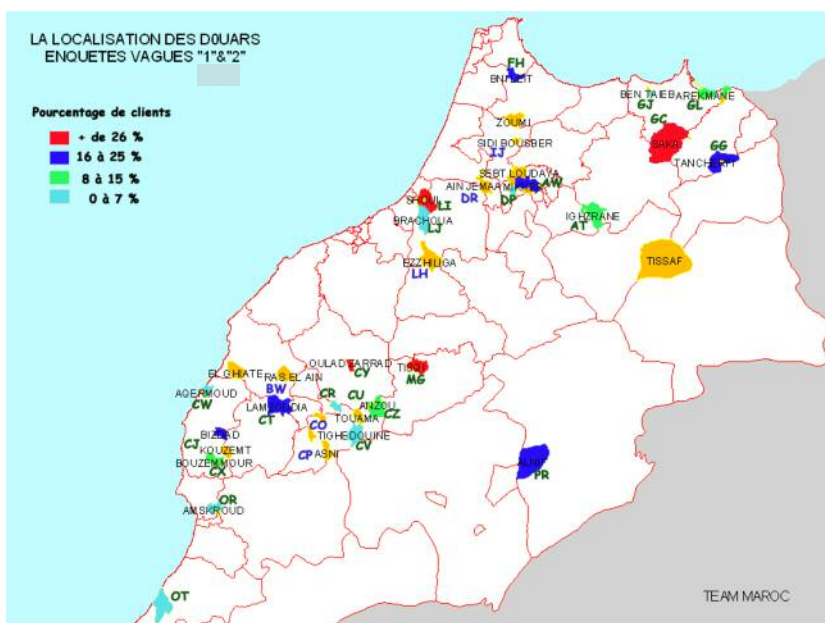


Source : élaboré par les auteurs à partir de données informatiques d'Al Amana.

IPA nous a communiqué une carte des antennes concernées par les vagues 1 et 2. Les taux de participation de la vague 2 ont été reportés sur la carte 1. Il ne semble pas y avoir de différences flagrantes entre grandes régions. Cependant,

des antennes d'une même région peuvent présenter des dynamiques différentes en termes de taux de couverture de la zone et donc de taux de participation de la population locale.

Carte 1. Localisation des antennes des vagues 1 et 2



Source : Team Maroc.

Hétérogénéité de la participation entre douars d'une même commune

La diversité des taux de participation est observée non seulement au niveau des antennes mais aussi entre des

douars d'une même antenne. Le tableau 3 présente, à titre d'exemple, les données des mini-enquêtes de la vague 2 dans 5 communes.

Tableau 3. Hétérogénéité entre douars d'une même antenne

Vague	Code antenne	Commune	Douars	Nombre de ménages par douar	Taux de clients par antenne	Nombre de mini-enquêtes	Nombre de clients par mini-enquêtes	Taux de clients par mini-enquête
2	CV	Tidili	Ighriss Nait Faska	70	6,0 %	70	1	1,4 %
2	CV	Tidili	Timzguida	70	6,0 %	70	5	7,1 %
2	CV	Tighdouine	Takaya	113	6,0 %	98	1	1,0 %
2	CV	Tighdouine	Izrafen	125	6,0 %	110	8	7,3 %
2	DP	Sidi Abdellah Khiyat	Sidi Abdellah	99	1,0 %	99	0	0,0 %
2	DP	Sidi Abdellah Khiyat	Hafret Ben Tayeb	93	1,0 %	92	4	4,3 %
2	GC	Saka	Ntizin Touzim	52	26,4 %	66	6	9,1 %
2	GC	Saka	El Haffara	54	26,4 %	46	19	41,3 %
2	MG	My Abd Allah Ben Driss	Mjat	104	20,8 %	99	1	1,0 %
2	MG	My Abd Allah Ben Driss	Ait Bouljarouf	75	20,8 %	63	17	27,0 %

Source : élaboré par les auteurs à partir de données d'Al Amana et d'IPA/J-PAL (vague 2).

On observe que pour une même commune (dernière colonne, tableau 3) les taux de clients par mini-enquête sont très différents entre deux douars. L'écart le plus important est observé dans la commune de Saka où le taux passe de 9,1 à 41,3 % d'un douar à l'autre.

Cette analyse préliminaire fait apparaître que les facteurs qui vont déterminer la prise de crédits ne sont pas uniquement liés au contexte économique et social d'une commune ou d'une petite région ; il semble que des facteurs micro-locaux jouent également un rôle important.

Par ailleurs, les données récoltées dans les villages par le J-PAL lors de l'enquête initiale (*baseline*) nous ont également permis de croiser un certain nombre de variables avec le taux de participation : variables concernant la migration, les niveaux de revenu, l'enclavement et l'irrigation des terres (J-PAL, 2008).

Ces analyses ne montrent aucun lien significatif entre ces variables et la participation. Aucun facteur ne permet donc d'expliquer quantitativement la faiblesse de la prise de crédit par les ménages dans certains douars (et antennes) et le dynamisme dans d'autres.

En privilégiant une approche socioéconomique, cette étude vise à identifier de manière qualitative les différents facteurs qui interviennent sur la participation aux services d'Al Amana en zones rurales et à apprécier leur importance relative.

Appréhender l'hétérogénéité de participation : une approche socioéconomique

L'approche adoptée par l'équipe IRD-CIRAD (Institut de recherche pour le développement – Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement) est de nature socio-économique et globale. Elle vise à restituer les modes locaux de perception des services financiers et des pratiques financières, en accordant une attention particulière à l'imbrication des actes économiques et financiers dans le social, le culturel, le religieux et le politique, et aux interactions multiples entre ces différentes dimensions de l'activité humaine. Les actes d'endettement et d'épargne, en particulier, sont considérés à la fois comme mode de gestion de l'incertitude et comme mode d'appartenance sociale. L'approche socio-économique accorde également une attention particulière aux institutions, aux règles et aux normes, en faisant l'hypothèse d'interactions réciproques avec les actions individuelles.

Une première mission, effectuée en décembre 2009, couplée à une revue de la littérature⁹ a permis de lister une série d'hypothèses très diverses. Nous avons fait l'hypothèse que l'adhésion au microcrédit était un processus complexe, reposant sur une multiplicité de facteurs (de nature économique, social, culturel, politique, religieux). Nous avons également fait l'hypothèse qu'il s'agissait d'un processus combinant les spécificités des populations et des territoires locaux et les spécificités de l'offre, en accordant une attention particulière aux agents de crédit et à la manière dont ils adaptent une offre théoriquement similaire aux spécificités locales. Nous avons également fait l'hypothèse que ce processus faisait intervenir plusieurs types d'acteurs : clients individuels, ménages, groupes solidaires, leaders locaux, agents de crédit et plusieurs niveaux : individus,

ménages, territoires micro-locaux et régionaux. La liste des hypothèses proposées était délibérément large : l'intérêt d'une approche socioéconomique consistant précisément à n'exclure aucune piste *a priori*.

L'ensemble des hypothèses formulées dans le rapport méthodologique restait donc ouvert.

Méthode de recherche et échantillonnage

La seconde mission, en mars 2010, avait pour objet de vérifier nos hypothèses et de retenir les plus plausibles. L'équipe était constituée de cinq chercheurs de l'IRD (Isabelle Guérin, Solène Morvant-Roux, Jean-Yves Moissoner et Pépita Ould-Ahmed) et du CIRAD (Marc Roesch) s'inscrivant dans des champs disciplinaires complémentaires : socio-économie, agronomie, sociologie. Les chercheurs étaient accompagnés de quatre assistants (traducteurs-enquêteurs) marocains aux formations variées (agronomie et science politique).

L'analyse qualitative obéit à des critères de rigueur spécifiques. En matière d'échantillon, la taille et la représentativité n'ont guère de sens, c'est la diversité des situations et la saturation de l'information qui importent. On ne parle pas de démonstrations étayées par des tests statistiques mais d'interprétations, dont la fiabilité et la cohérence sont validées par la contextualisation (de la collecte de données, des trajectoires des personnes et des événements analysés) et la triangulation des sources. La triangulation des sources consiste à confronter des données obtenues par différentes techniques, différents niveaux d'analyse, éventuellement différents chercheurs et auprès d'informateurs variés : elle vise à la fois à vérifier et recouper l'information mais aussi à faire émerger des différences significatives et révélatrices par rapport à l'objet étudié. En croisant différentes modalités de recueil de données, la triangulation permet également de pallier les risques d'un cadrage trop restreint ne permettant pas la compréhension globale d'une situation.

⁹ La revue de la littérature est reprise au fil de l'étude sous la forme d'encadrés ou dans le corps du texte.

La triangulation de l'information s'est formalisée de plusieurs manières :

- par des entretiens approfondis auprès d'une grande variété d'acteurs par cinq chercheurs aux compétences complémentaires : 80 entretiens semi-directifs approfondis ont été réalisés auprès de différentes catégories d'acteurs (clients, non clients, agents de crédit, personnes ressources) ;
- par des réunions quotidiennes de l'équipe (y compris les assistants) visant à partager les études de cas et en extraire les points saillants par rapport aux hypothèses initiales ;
- par un travail collectif de synthèse visant à nouveau à recouper, corroborer les résultats de l'étude à plusieurs étapes du processus : à la fin de chaque antenne, avant la restitution et au moment de la rédaction de ce rapport ;
- par une restitution aux cadres d'Al Amana en fin de mission afin de valider, infirmer et enrichir nos propres interprétations.

Les résultats que nous présentons sont donc issus de longues discussions et confrontations des entretiens approfondis réalisés, qui ont abouti à des hypothèses partagées par l'ensemble des membres de l'équipe.

Précisons néanmoins que cette étude n'a pas de prétention à l'exhaustivité, à la fois compte tenu du temps court de l'enquête, du nombre restreint d'antennes et de douars visités (quatre antennes visitées sur un total de 49 dans la zone de traitement et 363 antennes d'Al Amana)¹⁰ et de la diversité des situations des lieux où est implantée Al Amana.

● Échantillon de l'étude

L'équipe a sélectionné quatre zones d'étude au sein de l'échantillon des antennes de la vague 2, selon la disponibilité des données des enquêtes IPA/J-PAL et après discussion avec l'équipe d'Al Amana.

Les critères de choix ont été les suivants :

- antennes où le taux de clients est faible et stagne alors que l'agent de crédit s'investit beaucoup pour convaincre les clients potentiels : antenne CV (taux de participation : 6 %) ;
- antennes où le taux de clients s'accroît progressivement, mais qui présente également des disparités de taux de clients entre douars : une des antennes a un taux de pénétration élevé - MG (près de 30 %) - et l'autre, un taux moyen - AW (22 %) ;
- à la demande d'Al Amana, nous avons également inclus une antenne présentant de forts taux d'impayés (antenne LJ).

¹⁰ Soulignons que le choix des antennes a été guidé par le souci de ne pas entraver la collecte de données de l'étude d'impact du J-PAL. Seules les antennes des vagues 1 et 2 pouvaient être retenues car l'enquête finale était terminée dans ces zones au moment de notre étude.

Tableau 4. Caractéristiques principales des antennes sélectionnées pour l'étude

Antenne visitée	Principales caractéristiques socioéconomiques	Taux d'adhésion total par antenne (données IPA)	Hétérogénéité entre les douars de l'antenne
Antenne MG - My Abdellah Ben Driss	Milieu rural, avec à la fois des douars assez proches des axes routiers ou de zones touristiques et des douars plus enclavés. Agriculture dominée par l'élevage et la culture de l'olive.	27,0 %	0 à 22 %
Antenne CV - Tighdouine	Milieu rural montagneux, avec prédominance de douars très enclavés. Agriculture d'altitude sur terrasse de subsistance et élevage.	6,0 %	0 à 6 %
Antenne AW - Mouley Yacoub	Région ayant une partie périurbaine (proche de Fez) et une partie un peu plus enclavée de grande culture.	19,6 %	5 à 20 %
Antenne - LJ - Brachoua	Zone agricole de grandes propriétés, de grandes cultures mais comprenant également de très petites exploitations.	1,0 %	Il y a très peu de clients Al Amana. Forte présence du Crédit agricole.

Source : élaboré par les auteurs à partir de données d'Al Amana et d'IPA/J-PAL.

Au sein de chaque antenne, l'objectif consistait ensuite à effectuer des entretiens dans des douars présentant des profils différents en termes de taux de participation.

L'échantillon des entretiens réalisés est présenté dans les tableaux 5 et 6.

Tableau 5. Caractéristiques principales de l'échantillon

Nombre d'antennes	4
Nombre de douars	17
Nombre d'entretiens approfondis	80 dont 1 <i>focus group</i> (groupe de discussion)

Source : élaboré par les auteurs à partir de données d'Al Amana et du projet RUME.

Tableau 6. Entretiens approfondis par catégorie d'acteurs

Clients d'Al Amana	36
Non-clients	23
Fournisseurs/épiciers	9
Personnes ressources (dont imams)	6
Agents de crédit	5
<i>Focus groups</i> (femmes ressources)	1
Total	80

Source : élaboré par les auteurs à partir de données du projet RUME.

● Éléments de méthode des entretiens

Les entretiens étaient de nature semi-directive : ils étaient basés sur une grille d'entretien, adaptée à chaque catégorie d'acteur tout en laissant la voie ouverte à une discussion libre et spontanée. Dans l'analyse qualitative, la spontanéité est un élément essentiel de qualité des entretiens, l'objectif ultime étant de dépasser les réponses convenues. D'où l'intérêt également de questions très ouvertes, incitant les

personnes à parler d'événements ou de sujets qui font réellement sens pour elles. Avec les clients et les non-clients, l'approche adoptée est celle des trajectoires de vie, visant à reconstituer les principales étapes du cycle de vie et leurs implications économiques et financières. Cette méthode est présentée succinctement dans l'encadré 2, et de façon plus détaillée en annexe 2.

Encadré 2. L'approche des trajectoires de vie

Le terme « trajectoire » est employé au sens où l'entretien adopte une perspective dynamique et amène la personne à décrire les principales étapes de son cycle de vie. À travers la reconstitution d'une trajectoire et la description des différents événements, on cherche à saisir, d'une part, par quels mécanismes et processus les personnes en sont venues à se retrouver dans une situation donnée et, d'autre part, par quels mécanismes et stratégies elles se sont sorties (plus ou moins bien) d'une situation de stress financier ou social.

Très concrètement, l'enquêteur demande à la personne de décrire sa situation actuelle, puis remonte dans le temps afin de lister les principales étapes du cycle de vie et leurs implications économiques et financières. L'enquêteur demande à la personne de décrire aussi précisément que possible les ressources mobilisées (ressources propres, ressources extérieures). Le guide d'entretien comprend également des questions précises relatives à l'objet de la recherche (ici, en l'occurrence, l'entretien comprenait une série de questions concernant la perception de l'épargne, du crédit, des différentes formes de crédit, dont celles proposées par Al Amana). Après l'entretien, le chercheur reconstitue la trajectoire de la personne (et du ménage) sous forme de tableau synthétique puis sous forme de fiche (voir les exemples en annexe 7).

La dimension diachronique, même si elle est recrée en partie après l'entretien par le chercheur, présente une certaine garantie d'objectivité. La reconstitution des enchaînements d'événements, de situations, d'interactions et d'actions contient nécessairement bon nombre d'informations exactes du point de vue des faits. Au cours de l'entretien, lorsque deux énoncés se révèlent contradictoires, l'enquêté modifie lui-même son point de vue.

Dans les villages, nous nous sommes présentés comme des chercheurs travaillant sur les questions agricoles et rurales, et non exclusivement sur le microcrédit. Nous n'avons par ailleurs jamais été accompagnés sur le terrain par l'agent de crédit.

L'objectif consistait à resituer le microcrédit dans une perspective globale, mais aussi à limiter le risque de discours

convenus. Dans un contexte d'enquête focalisée sur un projet de développement, quel qu'il soit, les personnes ont souvent tendance à enjoliver la réalité (dans une perspective de reconduction du projet), ou profitent de l'opportunité pour revendiquer des améliorations.

Les grilles d'entretiens des différentes catégories d'acteurs peuvent être consultées en annexes 3, 4, 5 et 6.

Au-delà des trajectoires personnelles ou familiales, l'intérêt d'entretiens ouverts consiste à saisir les « catégories locales » qui entrent en jeu dans la perception et l'appropriation des services financiers des institutions de microfinance. Les paroles des personnes enquêtées sont restituées en partie dans le rapport, dans la mesure où c'est souvent le meilleur moyen de transmettre le point de vue des populations.

Cette dynamique de recherche collective met en évidence la complexité des déterminants de la participation : celle-ci ne résulte pas d'une confrontation abstraite entre une offre et une demande mais elle est le fruit d'un construit social, impliquant une multiplicité de facteurs qui se combinent de manière inégale selon les territoires et les personnes.

Ce rapport, qui vise à présenter et sérier ces différents facteurs et à identifier, dans la mesure du possible, les implications pour Al Amana, se présente comme suit :

- la première partie porte sur les caractéristiques de la participation qui est non seulement faible, mais orientée en large partie sur la consommation, élément fondamental pour mieux comprendre ensuite les facteurs de diversité ;
- la deuxième partie analyse les différences entre antennes et met en valeur le rôle des facteurs agro-écologiques et économiques ;
- la troisième partie traite des différences micro-locales et met en évidence une diversité de facteurs de nature sociale et politique.

1. Nature de la demande financière et de la participation

Comprendre la diversité de la participation suppose en premier lieu une analyse de la nature de cette participation dans le contexte du Maroc rural. Celle-ci est en moyenne faible (J-PAL, 2008) et on observe des taux de renouvellement également peu élevés : près de la moitié des clients (47,7 %) ne renouvellent pas leur prêt après le premier crédit. Ce taux est inférieur à ce qui est observé ailleurs¹¹.

L'analyse des pratiques informelles locales apporte quelques éléments d'interprétation. En effet, de récents travaux montrent que cette analyse est très utile pour comprendre l'adhésion (ou la non-adhésion) des populations à la microfinance, ainsi que la manière dont les populations utilisent et s'approprient la microfinance¹². Il est ainsi très instructif de repérer les principales formes d'endettement et d'épargne, mais aussi la manière dont les populations

perçoivent ces pratiques et leur degré de légitimité. L'analyse des pratiques existantes permet également de repérer les possibilités de complémentarité.

Quatre éléments permettent de mieux comprendre la nature de la participation :

- l'ambiguïté du rapport à l'endettement (avec à la fois une faible propension à l'endettement et, dans certains lieux, un certain sentiment d'impunité qui incite au contraire à s'endetter en vue d'un non-remboursement) ;
- l'importance de l'épargne en nature ;
- l'importance de la consommation dans les usages du microcrédit ;
- l'existence d'une offre mal adaptée aux spécificités rurales.

1.1. L'ambiguïté du rapport à la dette

Nos observations mettent en évidence deux principaux résultats. De manière générale, on observe une faible propension à s'endetter : la réticence à l'endettement et les craintes du non-remboursement expliquent en partie la faiblesse relative de la participation. Cependant, on observe aussi que le degré de légitimité des sources de crédit et la perception du défaut de remboursement varient, avec de fortes implications en matière de participation. Ainsi, pour certains, la crainte de ne pouvoir honorer les remboursements est source de préoccupation et représente un véritable frein à la participation, alors que, pour d'autres, le non-remboursement est encouragé et favorise la participation.

1.1.1. Une faible propension à s'endetter

Contrairement à d'autres contextes ruraux¹³, au Maroc, l'offre informelle de crédit en milieu rural semble relativement limitée. D'après les données J-PAL de l'enquête initiale (J-PAL, 2008), 12,5 % des ménages ont un crédit en cours. Nos propres observations montrent que parmi les « prêteurs informels », les épiciers représentent une source particulièrement importante de crédit. Leur rôle est central dans le lissage de la trésorerie quotidienne, en particulier dans les villages enclavés qui dépendent en grande partie des revenus de la migration (voir section 2).

¹¹ Par exemple, une étude sur le Crédit rural de Guinée (Doligez, 2002) montre que les démissions représentent 16 % du sociétariat total et non des seuls nouveaux clients. Au Mexique, les abandons représentent 13 % des clients à l'issue de 4 cycles de crédit (Morvant-Roux, 2006).

¹² Collins et al., 2009 ; Morvant-Roux, 2006 ; Guérin, 2006 ; Guérin et al., à paraître.

¹³ Voir par exemple le cas du Mexique rural (Morvant, 2004 ; Villarreal, 2009), celui de l'Inde rurale du Sud (Guérin et al., 2009) et celui du Kenya rural (Johnson, 2004 ; Shipton, 2007).

Encadré 3. Le rôle central des épiciers-boutiquiers dans le lissage de la trésorerie quotidienne

Tous les boutiquiers rencontrés (9 au total) sans exception, font crédit à leurs clients. L'épicier tient un carnet où il inscrit la date, le nom du client, le produit acheté et le prix¹⁴. L'analyse de ces carnets permet de constater les éléments suivants :

- les montants moyens du crédit tournent autour de 500 MAD. À partir de ce seuil, généralement, l'épicier demande au moins un règlement partiel. Ce montant dépasse rarement 1 500 MAD par famille, avec des plafonds parfois plus élevés pour les salariés ;
- le boutiquier fait preuve d'une grande souplesse en matière de remboursement. Les échéances sont adaptées aux contraintes de liquidité des clients et de leurs cycles de revenus : elles sont hebdomadaires ou bihebdomadaires (ouvriers agricoles), mensuelles (employés d'État), voire bimensuelles¹⁵ ou trimestrielles¹⁶ lorsque les hommes travaillent à l'extérieur du douar (migrants). À Takaya (zone 1) par exemple, où l'on compte beaucoup d'hommes en migration, les clients payent la plupart du temps leur dette tous les 2-3 mois et ne mettent leur « ardoise¹⁷ » à zéro que rarement. La dette auprès de l'épicier est ainsi constante dans les familles¹⁸. Les hommes remboursent directement l'épicier à leur retour de migration ;
- le crédit se fait *sans intérêt* ;
- certains épiciers prêtent aussi des liquidités, plutôt de petites sommes (moins de 300 MAD), pour de courtes périodes (pour la journée ou jusqu'au prochain souk).

Pour de petites sommes, le boutiquier est donc plus « compétitif » que le microcrédit, à la fois en rapidité de décision et en conditions de remboursement. Les crédits pour de plus grosses sommes (des montants de 3 000 et 5 000 MAD ont été évoqués lors des entretiens) sont rares et les remboursements toujours très rapides (quelques semaines tout au plus).

L'enquête J-PAL ne mentionne qu'un cas de prêteur « professionnel » (les « usuriers » souvent décrits dans d'autres contextes) et nos propres observations vont dans le même sens¹⁹. Ceci laisse supposer qu'il existe un large potentiel de développement de l'offre²⁰. Nous envisageons l'absence d'offre comme une conséquence de la relative faiblesse de la demande.

D'après nos observations, nombre de ménages n'ont pas pour objectif de prospérer ni d'accumuler du capital, mais d'assurer la reproduction simple de la famille et la sécurité de cette reproduction. Par « reproduction simple », il faut entendre la production ou l'acquisition des biens qui permettent à la famille de subsister et de se reproduire biologiquement, et la reproduction des liens, des valeurs et des croyances qui maintiennent la cohésion de la famille. Le budget du foyer familial (composé des parents, des enfants et, le plus souvent, des épouses et enfants de leurs fils n'ayant pas encore leur propre maison) sert en effet à

répondre à deux catégories de dépenses essentielles : les dépenses alimentaires et domestiques, qui permettent la reproduction matérielle de la famille, et les dépenses religieuses ou liées à la tradition telles que la fête de l'Aïd, les naissances, les mariages et les décès, qui répondent au respect des valeurs et des croyances du groupe.

Le rapport à l'endettement s'inscrit dans cette logique de reproduction simple de la famille et dans un schéma qui condamne le lucre et invite à vivre modestement, selon ses besoins et ses moyens. Cette volonté de vivre en fonction de ses moyens est souvent ressortie au cours des entretiens.

¹⁴ Épicier-boutiquier, non-client, douar de Takaya, zone 1, antenne CV.

¹⁵ Épicier-boutiquier, client, douar d'Izrafen, zone 1, antenne CV.

¹⁶ Épicier-boutiquier, non-client, douar d'Izrafen, zone 1, antenne CV.

¹⁷ Épicier-boutiquier, non-client, douar de Takaya, zone 1, antenne CV.

¹⁸ Épouse du chef du ménage, douar d'Izrafen, client, zone 1, antenne CV.

¹⁹ Nous avons rencontré une prêteuse professionnelle mais en milieu urbain.

²⁰ C'est l'hypothèse retenue par le rapport J-PAL (2008).

Souscrire un crédit est socialement connoté négativement. Les entretiens montrent la grande réticence de la part des personnes interrogées à contracter un crédit. L'endettement est vécu moralement comme un déshonneur, une perte d'« orgueil ». S'endetter, c'est reconnaître que le chef du foyer n'a pas les moyens d'assurer la reproduction matérielle de sa famille.

Les expressions suivantes, relevées au cours des entretiens, illustrent la connotation morale négative de l'acte d'endettement. « *Mon orgueil ne me permet pas d'avoir des dettes*²¹ » nous dit un maçon, tandis qu'un homme âgé, dont le fils est client auprès d'Al Amana, nous explique : « *Si tu es un homme tu ne prends pas de crédit*²² ». Il reconnaît avoir pris un crédit agricole quand il était plus jeune, mais ses enfants, qui sont plus éduqués que lui, lui ont dit que ce n'était pas bien :

« *Quand mes fils ont appris que j'avais pris un crédit, ils se sont fâchés et m'ont dit que si j'avais besoin d'argent je n'avais qu'à leur demander. Ils m'auraient aidé*²³ ».

Un autre, non client, justifie sa non-adhésion avec l'argument suivant : « *Je veux organiser ma vie*²⁴ ».

Analyser les raisons de cette réticence à l'endettement dépasse de loin l'ambition de ce rapport. Notons simplement que la question du déshonneur lié à la dette dans le Maghreb rural est reconnue par la littérature anthropologique²⁵. Une de nos hypothèses initiales portait sur l'influence du religieux. Au Maroc, sauf exception, tout le monde se déclare croyant et musulman. La norme islamique est donc en principe dominante. Or, la charia, pour peu qu'elle soit ici une référence valable, est très claire sur le caractère répréhensible et même illégal (*haram*) du *riba*, c'est à dire de l'intérêt. Cette interdiction concerne le créancier mais aussi le débiteur. D'après une enquête sociologique récente²⁶, plus de la moitié des Marocains considèrent que l'intérêt bancaire est *haram* (illicite)²⁷. Cette proportion atteint 68,3 % chez les plus de 60 ans. 37 % de la population rejette l'idée de contracter un emprunt auprès d'une banque, même en cas de besoin d'argent, et 30 % ne sait pas quelle attitude adopter. Cependant, les raisons religieuses ne semblent pas les seules en cause. En effet, parmi les gens disposés à

prendre un emprunt, soit à peu près la moitié de la population, seul un tiers invoque l'argument religieux, tandis que les deux tiers restants avancent d'autres raisons. L'argument religieux, en intégrant la part d'indécis, ne compterait donc que pour un cinquième, voire un quart de la population dans le rejet du crédit.

Qu'en est-il ici ? Le taux d'intérêt ne semble pas être un facteur de réticence majeure. Afin d'être en conformité avec les normes islamiques, Al Amana présente le taux d'intérêt comme une participation aux frais de gestion de l'association ou au paiement du travail des agents de crédits, et certains clients le disent d'ailleurs très clairement (« *Ce n'est pas du *riba*, c'est pour payer les frais de fonctionnement de l'association et du crédit*²⁸ »). Dans les entretiens, certaines personnes évoquent le montant des intérêts comme un problème, mais davantage en référence au coût qu'à son caractère illicite.

²¹ Maçon, client, douar d'Ait boujraf, zone 2, antenne MG.

²² Agriculteur, client, douar de Sidi Bengalssen (douar d'impayés), zone 3, antenne LJ.

²³ Agriculteur, client, douar de Tamrat, zone 2, antenne AW.

²⁴ Agriculteur, non-client, douar de Sidi Bengalssen, zone 3, antenne LJ.

²⁵ Ce phénomène a été analysé par le sociologue Pierre Bourdieu lors d'enquêtes menées dans les villages campagnards de Kabylie en Algérie (mais aussi dans les regroupements ou dans les bidonvilles autour d'Alger) dans les années 1950 (Bourdieu, 1977). Il expliquait notamment que la demande de crédit d'un client auprès d'un commerçant était si déshonorante que ce dernier se retrouvait dans l'obligation sociale d'accepter la requête : « *Le commerçant auquel on demande de faire crédit se doit de l'accorder, parce qu'il n'ignore pas l'épreuve extrêmement rude à laquelle a été soumis l'honneur de son solliciteur, contraint, pour satisfaire aux besoins primordiaux de sa famille, de faire une démarche déshonorante, pour lui-même, et aussi pour toute sa famille, qui n'a pas su lui assurer les ressources permettant de l'éviter : "Ne me déshonore pas", "Je me couvre de déshonneur, ne me déshonore pas" »* (Bourdieu, 1977, p. 84).

²⁶ El Ayadi et al., 2007.

²⁷ La question du *halal/haram*, réactivée par la montée des mouvements fondamentalistes, est structurante dans la définition des valeurs et représentations des sociétés musulmanes. Ce qui signifierait qu'une majorité de Marocains rejette l'idée même du crédit. Cependant, la question des normes, de leur acceptabilité, de leur affirmation et de leur traduction dans les espaces sociaux fait l'objet d'une très grande variation dans le temps et l'espace.

²⁸ Deuxième épicière Ait Ali, non-client, douar d'Izrafen, zone 1, antenne CV.

On sait par ailleurs que l'interprétation de la charia donne lieu à une multitude d'arrangements ou de nuances de la règle. Le premier moyen de justifier l'écart à la règle est d'invoquer

l'argument de la nécessité²⁹. Cette position très pragmatique est largement partagée par les imams locaux (cf. encadré 4).

Encadré 4. Les imams et le microcrédit : une position très pragmatique

Tout douar d'une certaine importance dispose d'une mosquée et d'un imam, qui réside à temps plein dans le douar. Sa fonction essentielle consiste à diriger les cinq prières quotidiennes, à assurer des enseignements de base sur le Coran et les hadiths et à procéder aux rites des funérailles.

Il semble que l'installation des imams de douar corresponde à un processus récent d'institutionnalisation de l'islam en milieu rural, visant à endiguer la diffusion du fondamentalisme. L'imam de douar serait donc un fait plutôt « moderne » et exogène aux sociétés traditionnelles. De ce fait, les imams sont souvent dans une position ambiguë par rapport au reste du douar. Parmi ceux que nous avons interrogés, aucun n'était né dans le douar où ils exerçaient. Ils sont, pour une part, payés par l'État et, pour une autre, nourris ou payés par les habitants du douar.

Le micro-crédit est-il *halal* ?

Sur la question de l'interdiction du *riba* (l'intérêt du crédit), les réponses ont été globalement conformes au droit islamique. Le crédit avec intérêt est *haram*, condamnable et interdit. Mais, paradoxalement, cet accord unanime avec la règle est exprimé avec beaucoup de précaution.

Dans un cas, l'imam pense que les intérêts versés par les débiteurs ne sont pas vraiment de l'intérêt mais des frais qui permettent de rémunérer l'agent de crédit (imam de Tghat, village rifain, antenne de Moulay Yacoub). Dans un autre cas, nous avons reçu cette réponse étonnante : « *Je ne rentre pas dans cette polémique* » (imam de Timzgidane, antenne de Tighdouine). L'imam du douar de Mjat a déclaré : « *L'important c'est que je rappelle ce qu'il en est du point de vue du droit divin* » (antenne de Ait Attab). Ailleurs, l'imam nous a dit qu'il avait lui-même des crédits mais, après vérification, nous avons appris qu'il les avait souscrits auprès de l'épicier, donc sans intérêts. Un autre imam a affirmé que ce qui était mal, c'était d'accumuler de l'argent au détriment des autres et non d'emprunter avec intérêt en cas de besoin.

L'avis des imams compte-t-il ?

Nous avons ensuite essayé de savoir si l'avis des imams, exprimé ici avec beaucoup de nuances, exerce une influence sur la population. La plupart des réponses ont été négatives. Les imams disent tous que personne ne les consulte concernant la question du caractère *halal* ou *haram* du crédit : « *Personne ne me pose de question sur le halal/haram*³⁰ » affirme l'imam de Thrâte, tandis que celui de Mjat indique : « *Personne ne vient me voir pour savoir si le crédit est halal ou pas*³¹ ». Enfin, celui d'Ait Abbas constate : « *Le crédit avec intérêt est haram mais personne ne m'écoute. Ils font ce qu'ils veulent*³² ».

Alors que l'un d'entre nous posait des questions à une personne de référence à Takaya, un jeune homme présent dans la pièce répondit spontanément que le crédit avec intérêt était *haram*. La norme islamique sur ce point est donc connue et relativement claire. Mais il semble que le pragmatisme et la nécessité l'emportent dans la plupart des cas.

²⁹ La charia prévoit le principe de nécessité, qui peut lever certaines interdictions et assouplir certaines règles. Ainsi, l'interdiction de la consommation de la viande de porc est levée en cas de nécessité (par exemple, si cette consommation devient vitale pour survivre). Des avis juridiques sont parfois émis en faveur du prêt à intérêt, dans le cas

d'acquisition immobilière dans un pays non musulman, car il n'y a pas d'alternative.

³⁰ Imam, douar de Thrâte, zone 2, antenne LJ.

³¹ Imam, douar de Mjat, zone 2, antenne MG.

³² Imam, douar d'Ait Abbas, zone 2, antenne MG.

Les personnes déclarent fréquemment que l'endettement est légitime lorsque c'est une question de survie, mais qu'il devient illégitime s'il s'agit de s'enrichir : « *Le crédit est halal pour vivre. C'est haram si c'est pour épargner*³³ ».

Il y a là un aménagement plus ou moins volontaire entre l'interdiction du *riba*, qui est tout à fait explicite et les incitations, d'après la charia, à ne pas accumuler les biens matériels. La soif de richesse est répréhensible mais pas illicite : « *Tant que c'est pour le besoin, c'est halal. Si ce n'est pas pour avoir un surplus*³⁴ ».

Cette idée de limiter le recours au crédit à des fins de reproduction (et non d'accumulation) se retrouve dans les pratiques. Ceux qui disposent de patrimoine (terre, cheptel, activité économique supposant un capital initial de type taxi ou épicerie) se sont rarement endettés pour l'obtenir. Ils s'appuient sur l'héritage, l'entraide familiale, l'argent de la migration, la décapitalisation. Chez certains commerçants, la réticence au crédit est également manifeste.

Par exemple, cet épicier qui fait régulièrement crédit à ses clients n'emprunte pas à ses fournisseurs car il ne veut pas avoir de dettes : « *J'ai besoin de me sentir libre*³⁵ », nous dit-il.

Cet autre épicier, le plus gros d'un douar d'environ 200 familles, qui a monté sa boutique progressivement avec l'aide de son père, lui aussi commerçant depuis plusieurs décennies, a le même discours : il fait crédit à la plupart de ces clients, mais affirme ne pas s'endetter auprès de ses fournisseurs car, dit-il, « *je veux dormir tranquille*³⁶ ».

Enfin, cet agriculteur et commerçant de bétail, qui cherche à augmenter son cheptel de veaux, ne veut pas s'endetter car « *ce serait une perte de liberté*³⁷ ».

Au final, il semble que ce ne soit pas le principe de l'intérêt qui constitue un frein au développement du microcrédit, mais l'endettement de manière générale, cantonné à des fins de survie et de reproduction. Ceci entre en conflit avec le discours véhiculé par Al Amana, qui encourage l'utilisation de microcrédits à des fins d'accroissement de l'activité économique.

1.1.2. Le microcrédit d'Al Amana : une dette non remboursable ?

Un autre scénario est toutefois possible : certaines personnes souscrivent un microcrédit d'abord et avant tout parce qu'elles envisagent de ne pas le rembourser, sans redouter les sanctions. Nous reviendrons, dans la troisième partie, sur cette perception d'Al Amana, mais on peut déjà commenter brièvement ce contraste.

L'anthropologie économique nous enseigne que les personnes empruntent et remboursent en fonction de leurs propres hiérarchies (Shipton, 2007) et de leurs propres « cadres de calculs » (Villarreal, 2004). Certaines dettes sont déshonorantes, d'autres non. Et certaines dettes, ou perçues comme telles par les observateurs extérieurs, ne sont tout simplement pas considérées comme des dettes. Les critères utilisés dépassent souvent les questions d'intérêt matériel individuel et reflètent des questions de statut, d'honneur, de pouvoir et d'identité³⁸. Ce type d'approche a été utilisé pour mettre en évidence la faible légitimité de la microfinance, par exemple en Inde rurale du Sud (Guérin *et al.*, 2009), voire le rejet, notamment au Kenya (Shipton, 2007). Par exemple, les travaux menés au Mexique par Lourdes Angulo et Magdalena Villarreal (Angulo, 2009 ; Villarreal, 2009) montrent la diversité des formes de perception du crédit, dont le microcrédit : celui-ci est tantôt perçu comme un droit, un dû ou une opportunité, et ces perceptions subjectives contribuent au degré d'adhésion des populations.

³³ Épouse d'un client, douar d'Izrafen, zone 1, antenne CV.

³⁴ Agriculteur et journalier, non-client, douar de Takaya, zone 1, antenne CV.

³⁵ Épicier, non-client, douar d'Ait Abbas, zone 2, antenne MG.

³⁶ Épicier, non-client, douar de Mchaa Krim, zone 2, antenne AW.

³⁷ Agriculteur et commerçant de bétail, non-client, douar d'Ait Abbas, zone 2, antenne MG.

³⁸ Voir par exemple Bloch et Parry (1989), Guyer (1995), Servet (2006), Villarreal (2000, 2009), Shipton (2007) et Zelizer (1995, 2005).

Dans la même optique, l'opposition entre « argent chaud » et « argent froid » a souvent été utilisée pour analyser les succès très inégaux des premières banques de développement et des coopératives financières implantées dans les pays du Sud, souvent aux lendemains des indépendances. L'« argent chaud », mobilisé localement, serait géré avec plus d'attention que l'« argent froid », en provenance de l'extérieur et que l'on peut donc gaspiller aisément, ou tout simplement ne pas rembourser (Gentil et Fournier, 1993). Depuis, des analyses plus nuancées ont montré que l'argent « froid » pouvait être « réchauffé », réaffirmant la légitimité de la microfinance contemporaine,

basée en large partie sur des financements extérieurs. Mais la problématique « argent chaud/froid » reste néanmoins opérationnelle pour analyser certaines situations et explique en partie les différences de participation observées (voir section 3.).

Les implications de ce scénario sont centrales par rapport à notre propos, car elles mettent en évidence le fait que la participation est parfois motivée par la conviction qu'il est possible de ne pas rembourser. Ceci ne signifie pas nécessairement que les personnes soient dépourvues de tout sens de l'honneur ou de moralité, mais qu'elles hiérarchisent leurs dettes selon une logique propre.

1.2. L'importance de l'épargne en nature

Si les ménages semblent manifester une propension faible à l'endettement, les pratiques d'épargne semblent beaucoup plus répandues, en particulier l'épargne en nature³⁹. Dans nombre de contextes ruraux, l'épargne en nature joue un rôle déterminant dans le lissage des revenus et de la consommation, mais aussi dans la préparation des grands événements liés au cycle de vie (cérémonies, rituels sociaux et religieux) et parfois dans l'investissement et la gestion d'activités économiques non agricoles. Bétail, céréales, bijoux et tissus sont autant de biens qui assurent une fonction de réserve et qui sont mis en gage ou vendus lors d'aléa ou d'événement familial ou religieux⁴⁰. Le Maroc rural confirme très largement ce constat.

Sur les terrains étudiés, la plupart des familles rencontrées utilisent le bétail (en particulier les moutons) et parfois les céréales comme mode d'épargne, de gestion de leur trésorerie quotidienne (trésorerie familiale ou professionnelle, pour ceux qui ont une petite activité économique) et de financements des dépenses importantes. Les familles utilisent soit l'un, soit l'autre, soit les deux, et jonglent en fonction des besoins et des prix de marché. Bétail et céréales sont mobilisés lors des occasions suivantes :

- en cas d'aléa, par exemple de problème de santé : « *Si on n'a pas d'argent on vend le troupeau* » est une expression qui est revenue très fréquemment dans les entretiens. Pour certains agriculteurs, ce sont les céréales qui jouent ce rôle : « *On amène une tonne au souk en cas de besoin*⁴¹ » ;
- en prévision des fêtes religieuses annuelles, la plupart des familles essaient d'anticiper en achetant du petit bétail qui sera consommé et/ou vendu au moment des fêtes pour faire face au surplus de dépenses ;
- en préparation d'événements liés au cycle de vie. Aux questions posées sur le financement des mariages, la plupart des familles répondent de manière identique : outre la solidarité familiale, c'est en large partie la vente de bétail (veaux, vaches, taureaux, moutons) qui permettra de financer l'événement. Soulignons que les dépenses ostentatoires pour ces événements sont assez rares, la norme consistant à « adapter » les dépenses aux ressources disponibles ;

³⁹ Dans les zones étudiées, il semblerait qu'il y ait très peu de tontines, qui sont surtout un phénomène urbain au Maroc.

⁴⁰ Voir par exemple Guérin *et al.*, à paraître, Lont et Hospes (2004), Shipton (2007) et Villarreal (2004).

⁴¹ Agriculteur, client, zone 3, antenne AW.

- pour la gestion de trésorerie d'activités commerciales. Un épicier d'Izrafen, par exemple, a d'importants flux de trésorerie dans la mesure où nombre de ses clients dépendent des revenus des hommes partis en migration. Dans ce douar, il semblerait que 80 % des hommes migrent dans diverses régions du Maroc. Or, les hommes ne rentrent que tous les 2 ou 3 mois au douar, ou lors des fêtes. C'est à ce moment qu'ils remboursent les dettes contractées par les femmes restées au village. L'épicier n'emprunte pas, l'équilibre de sa trésorerie se fait par l'achat et l'engraissement de moutons. Il vend les moutons au fur et à mesure et reconstitue son stock. S'il a des liquidités, il fait du commerce de moutons (achat dans les douars et revente sur le marché). Il a entendu parler du crédit mais ne connaît pas Al Amana ; en cas de besoin il emprunte à des amis (c'est rare). Il n'a manifestement pas besoin de crédit et l'achat et la revente de moutons semblent suffire à équilibrer ses besoins de financement⁴². Un autre épicier, localisé dans le douar d'Ait Abbas, ne s'endette pas auprès de son fournisseur. Il fait crédit aux clients, pour des périodes d'une semaine (travailleurs des champs) à un mois (employés d'État). Il vend du bétail quand il a des problèmes de trésorerie (pendant les périodes de pluie)⁴³.

Utiliser les céréales comme forme d'épargne suppose un minimum de production : c'est donc une pratique réservée aux moyens et gros agriculteurs. Le stockage du bétail, en revanche, est une pratique beaucoup plus populaire : les familles achètent du bétail lors d'un surplus de trésorerie, avec parfois des stratégies délibérées d'accumulation progressive en prévision de certains événements. Une jeune femme enceinte nous explique ainsi que, depuis le début de sa grossesse, elle accumule des moutons qui seront vendus au moment de l'accouchement⁴⁴.

Le rapport J-PAL (2008) mentionne l'importance de l'épargne en nature. D'après ses données, 50 % des foyers possèdent des ovins ou des caprins, et 46 % des bovins. On peut en déduire qu'environ la moitié des ménages épargnent de cette manière.

L'importance des pratiques d'épargne en nature a plusieurs implications essentielles concernant la participation :

- certaines personnes préfèrent vendre un animal plutôt que de le conserver et de s'endetter : « *Si tu as un troupeau tu n'as pas besoin d'emprunter*⁴⁵ » ;
- d'autres jonglent entre bétail et crédit. Lorsque le crédit est utilisé pour acheter un animal, c'est souvent en vue de maintenir ou reconstituer la taille du cheptel d'épargne : le choix achat de bétail / autre usage va dépendre des prix du marché et des besoins. On peut citer le cas de ce monsieur, client fidèle de Zakoura chez qui il a déjà pris 5 prêts qui servent principalement pour rénover sa maison et l'agrandir. S'il obtient un crédit à un moment où il n'en a pas immédiatement besoin, il achète une brebis qu'il revendra par la suite : « *Si ça tombe bien je m'occupe de ma maison, sinon j'achète un mouton et j'attends*⁴⁶ » ;
- le crédit peut également éviter la décapitalisation : « *Les autres ont déjà un troupeau, ils prennent donc le crédit pour les dépenses courantes, ça revient au même*⁴⁷ » ;
- le bétail (surtout les ovins et caprins, qui sont plus faciles à vendre et dont on se sépare plus facilement) est aussi une garantie qui sécurise le crédit. Pour l'agent de crédit (mais aussi pour le client), ce cheptel représente un capital dans lequel on peut puiser pour faire face à un remboursement difficile. Les agents de crédit octroient plus facilement un crédit pour « du commerce de bétail » et les clients le savent. Avoir un troupeau permet donc de justifier une demande de crédit, tout en utilisant une partie ou la totalité du crédit pour un autre objet ; en cas de contrôle on peut présenter un animal⁴⁸.

⁴² Épicier et commerçant de moutons, non-client, douar d'Izrafen, zone 1, antenne CV.

⁴³ Épicier, non-client, douar d'Ait Abbas, zone 2, antenne MG.

⁴⁴ Épouse d'un maçon/ouvrier agricole à proximité, client en arriéré de paiement, douar de Mchaa Krim, zone 2, antenne AW.

⁴⁵ Maçon (migrant), client, douar de Bouljarouf, zone 2, antenne MG.

⁴⁶ Soudeur, client Zakoura, douar de Mchaa Krim, zone 2, antenne AW.

⁴⁷ Agriculteur-éleveur, client, douar d'Ait Abbas, zone 2, antenne MG.

⁴⁸ L'étude J-PAL a introduit le fait de posséder du bétail dans son modèle de prédiction d'emprunt.

1.3. Des microcrédits utilisés en large partie pour la consommation

En théorie, les microcrédits Al Amana sont destinés à des usages « productifs », c'est-à-dire générant des revenus directs. Un grand nombre d'IMF (institutions de microfinance) adoptent cette règle, l'objectif étant d'inciter leurs clients à créer ou renforcer des activités

génératrices de revenus et ainsi à sortir de la pauvreté. Or, diverses études récentes montrent aujourd'hui que, dans différentes régions du monde, l'usage des microcrédits pour des activités ne générant pas de revenu direct est en fait assez fréquent (cf. encadré 5).

Encadré 5. L'usage « social » des microcrédits

L'étude de Collins *et al.* (2009), menée au Bangladesh, en Inde du Nord et en Afrique du Sud, indique qu'environ 50 % des microcrédits sont destinés à des dépenses ne générant pas de revenu direct : achat de stock pour activités commerciales ou artisanales, ou acquisitions d'actifs productifs (16 %). Les autres postes de dépenses étant constitués de prêts à d'autres personnes, du remboursement de dettes, du financement de biens de consommation, de l'habitat et d'événements sociaux. Cette étude montre que les emprunteurs les mieux établis investissent davantage dans des activités productives.

En Inde rurale du Sud, les travaux de Guérin *et al.* (2009) et de la DHAN (*Development of Human Action*) Foundation (2006) montrent que la proportion de crédit attribué aux activités non directement productives varie entre 60 et 95 % (avec des variations qui proviennent du profil de la population cible, de l'ancienneté des IMF, des conditions agro-écologiques locales et des services non financiers proposés par les organisations de microfinance).

Toujours dans le contexte de l'Inde du Sud, l'étude d'impact randomisée réalisée par Banerjee *et al.* (2009) donne les résultats suivants : 52 % des microcrédits sont utilisés pour démarrer une nouvelle activité ou maintenir une activité existante (stock), 30 % pour rembourser d'autres dettes, 15 % sont consacrés à l'achat de biens durables et 15 % à celui de biens de consommation courante (lissage).

Dans des zones rurales du Sud du Mexique, Morvant-Roux (2006) observe qu'environ 40 % des crédits sont utilisés pour des dépenses liées à l'agriculture, le reste (60 %) étant destiné aux dépenses de consommation, éducation, santé, dettes, etc.

D'après les données d'Al Amana (dossiers remis à l'agent de crédit), 82,1 % des microcrédits seraient utilisés pour développer une activité liée à l'élevage, 15,1 % pour du commerce et du service et 2,8 % pour l'agriculture. D'après nos propres observations et les témoignages des agents de crédit, dans les zones étudiées, l'usage des prêts est en réalité utilisé en large partie (60 à 80 %) à des fins de consommation, principalement pour des dépenses

courantes et liées à l'habitat (amélioration de l'habitat existant : ajout d'une pièce ou d'un étage, décorations intérieures ou construction de la maison du jeune ménage), mais aussi pour des biens de consommation durable de type téléviseurs, meubles, motos, etc. Entre 10 et 30 % des prêts sont utilisés pour l'élevage, tandis que les activités économiques non agricoles de type petit commerce ou activité de service représentent au plus 10 %.

Tableau 7. L'usage des microcrédits

	Données AA (zone de traitement) : déclaration des clients	Nos propres observations (agents de crédit, enquêtes)
Commerce, service	151,1 %	Au plus 10 %
Élevage	82,1 %	10 à 306 %
Agriculture	2,8 %	Marginal
Dépenses courantes, habitat	0,0 %	60 à 80 %

Source : élaboré par les auteurs à partir de données d'Al Amana et du projet RUME.

Cette utilisation du microcrédit présente une implication majeure sur la participation : les clients doivent en effet disposer de revenus réguliers et sûrs pour pouvoir faire face aux échéances. Or, nous le verrons, cela varie suivant les contextes locaux.

Les agents de crédit interrogés dans le cadre de cette étude sont parfaitement conscients de ce phénomène. La plupart d'entre eux ont corroboré nos estimations chiffrées. Certains cherchent à vérifier l'usage du crédit et n'hésitent pas à questionner l'entourage. D'autres ne s'en préoccupent pas, et les clients le savent. Ainsi, un client fidèle d'Al Amana depuis quelques années emprunte systématiquement en crédit solidaire (faute d'accès au crédit individuel) pour

renover sa maison. Il indique systématiquement qu'il emprunte pour de l'élevage et l'agent ne vérifie pas (le client n'a pas une seule tête de bétail) : « *Ils savent très bien que c'est pour ma maison mais ils ne disent rien. Je rembourse, ils me laissent tranquille*⁴⁹ ». Un autre client nous dit que l'agent « *a regardé rapidement le troupeau, ça aurait pu être le troupeau du voisin*⁵⁰ ».

D'une part, les agents sont conscients de la faiblesse des opportunités locales (voir section 2). D'autre part, ils s'adaptent aux contraintes imposées par l'institution en matière de portefeuille et de performance de remboursement.

Encadré 6. Les incitations des agents de crédit

Les agents de crédit ont un salaire de base relativement bas (2 200 MAD en début de carrière) et touchent une commission mensuelle. Une partie est fixée individuellement et dépend à la fois du renouvellement des crédits et des taux de remboursement. L'autre partie dépend des bénéfices de l'agence, qui sont redistribués pour moitié au siège et pour moitié au personnel de l'agence. Dans la mesure où la partie fixe du salaire est relativement basse, les agents accordent de fait une grande importance à leur contrat d'objectifs.

⁴⁹ Maçon, client, douar de Thratia, zone 2, antenne AW.

⁵⁰ Agriculteur-éleveur, client, crédit solidaire, douar d'Ait Abbas, zone 2, antenne MG.

Face aux objectifs fixés par la direction d'Al Amana, les agents ont naturellement tendance à privilégier la fiabilité des clients, même en l'absence de projet d'activité génératrice de revenu. Ils ont des objectifs de rentabilité et ne peuvent pas se permettre de sélectionner uniquement les « projets » ni les populations « pauvres ». Ils se focalisent d'abord et avant tout sur les garanties et le sérieux du client potentiel et ils cherchent surtout à attirer et fidéliser une clientèle. « Il faut bien remplir les objectifs », nous ont-ils dit à plusieurs reprises pour justifier leurs critères de sélection. Un agent de crédit a ainsi financé une activité d'artisanat de tapis, gérée par des femmes, en étant conscient qu'il n'y a

aucun marché local pour ce type de produits. Il considère que ce n'est pas son problème : il cherche des clients, il sait que ce sont des familles sérieuses, c'est l'essentiel. Questionné sur le profil des clients en matière de pauvreté, celui-ci répète que ce n'est pas son problème. Lorsque les agents sélectionnent leurs clients potentiels, ils considèrent le critère de « moralité » comme essentiel. L'appréciation de la « moralité » provient d'éléments objectifs (sources de revenus, aide potentielle des enfants, bétail - dont les agents savent qu'il peut être revendu en cas de difficulté de remboursement) mais aussi d'éléments plus subjectifs (la réputation et le sérieux des familles).

1.4. Les contraintes liées à l'offre

Al Amana est d'abord et avant tout une organisation de microfinance urbaine. Elle a commencé à diversifier ses activités en zones rurales il y a quelques années, mais sans chercher à développer des produits adaptés à ce milieu. La demande de services financiers ruraux est spécifique et la microfinance a encore bien du mal à y répondre. Le secteur a en particulier du mal à s'adapter à la saisonnalité des revenus, à la faible rentabilité et au caractère aléatoire des productions agricoles, à la dispersion des clients, etc.⁵¹.

De manière générale, l'inadaptation des crédits aux spécificités agricoles explique qu'une infime minorité des microcrédits soit utilisée pour la production agricole végétale. Ce résultat est conforme aux objectifs d'Al Amana : l'organisation cherche à encourager la diversification non agricole, pas l'agriculture végétale. Dans les zones où la demande se concentre sur les crédits de campagne (voir section 2), cette inadaptation explique la très faible participation. Par ailleurs, quels que soient les usages des microcrédits, la rigidité des modalités de remboursement est un frein important, d'autant plus prononcé dans les zones enclavées⁵².

1.4.1. Les contraintes des échéances de remboursement mensuel

Al Amana impose une contrainte de remboursement mensuelle qui correspond mal à l'irrégularité des revenus des ménages, très dépendants des revenus de l'agriculture et de la migration. Les prêts destinés à l'élevage prévoient un délai de grâce de deux mois, mais certains agents ne l'utilisent pas. « *Après, les gens oublient ; il vaut mieux leur demander le remboursement tout de suite* », nous a ainsi affirmé un agent de crédit.

Indépendamment des contraintes financières, les échéances de remboursement mensuelles posent également des contraintes d'ordre logistique. Le remboursement des échéances se fait obligatoirement en liquide, à l'antenne la plus proche du domicile des clients ou au souk, à une date et une heure bien précises. Or, les clients ont parfois plus d'une heure de transport collectif pour se rendre à l'antenne. Cette rigidité implique des coûts multiples qui peuvent être considérables. Aux temps et coûts de transports s'ajoutent

⁵¹ Voir Morvant-Roux, 2009 et Morvant-Roux, à paraître. Le personnel d'Al Amana (du siège ou de terrain), en a aussi parfaitement conscience.

⁵² Compte tenu de la qualité très inégale des infrastructures routières, l'enclavement se mesure en termes de temps de déplacement et non de distance. C'est peut-être ce qui explique la non-corrélation entre la variable « enclavement » de l'enquête J-PAL et la participation.

les coûts d'opportunité (la demi-journée aurait pu être mobilisée pour une autre activité). Pour éviter les problèmes d'insécurité (des cas d'agression ont été rapportés) et les aléas des déplacements, certains clients se rendent à l'antenne la veille et paient une chambre d'hôtel, ce qui implique des coûts supplémentaires.

Un épicier explique : « *Il y a deux moments par mois pour effectuer le paiement. C'est un problème s'il pleut et que la route devient impraticable. (...) Moi je passe la nuit à l'hôtel à la ville [à Tighdouine]. Comme cela je suis sûr. On paye de 8h à 9h chaque premier jeudi du mois. C'est un problème car il faut être là à l'heure exacte*⁵³ ».

Le remboursement mensuel est encore plus compliqué à organiser quand il s'agit de crédits solidaires. Il implique en effet que tous les partenaires du crédit se coordonnent pour payer ensemble leurs mensualités respectives. La coordination est d'autant plus improbable lorsque le crédit

solidaire concerne des travailleurs migrants, dont les retours au village sont très irréguliers⁵⁴.

1.4.2. Le prêt de groupe : une contrainte qui ne semble pas freiner la participation

L'offre d'Al Amana s'appuie essentiellement sur la méthodologie du prêt de groupe. Au lancement du programme, Al Amana a en effet recommandé aux agents de mettre en place en priorité des prêts solidaires (groupes de 4 à 5 personnes). Les données des premiers prêts (données d'Al Amana, annexe 1) illustrent cette stratégie : sur les 1 008 premiers prêts, 781 sont des prêts solidaires (PS - 77 %), 218 (22 %) des prêts individuels entreprise (PE) et 9 (1 %) des prêts au logement (PL).

Plusieurs travaux ont mis en évidence les limites du prêt de groupe (cf. encadré 7).

Encadré 7. Les limites du prêt de groupe

Les agents de crédit ont un salaire de base relativement bas (2 200 MAD en début de carrière) et touchent une commission mensuelle. Une partie est fixée individuellement et dépend à la fois du renouvellement des crédits et des taux de remboursement. L'autre partie dépend des bénéfices de l'agence, qui sont redistribués pour moitié au siège et pour moitié au personnel de l'agence. Dans la mesure où la partie fixe du salaire est relativement basse, les agents accordent de fait une grande importance à leur contrat d'objectifs.

Nos entretiens confirment que le prêt de groupe est largement vécu comme une contrainte. Les personnes rencontrées évoquent la pression des pairs, l'obligation de collecter les remboursements des uns et des autres, le refus de payer pour les autres et les contraintes liées au renouvellement, qui dépend d'une décision collective (il faut qu'ils soient au moins trois). Ces contraintes, couplées à un enthousiasme modéré pour le crédit, entravent la participation.

L'analyse de la dynamique d'inclusion financière *via* les groupes solidaires montre que, globalement, l'absence de demande a un impact plus fort en termes d'auto-exclusion

que la non-sélection par les pairs, et qu'elle est largement mentionnée par les non-clients.

Nos observations soulignent l'instabilité des groupes, qui est très clairement mise en évidence par l'analyse des données d'Al Amana (cf. annexe 1)⁵⁵ :

⁵³ Épicier, client, zone 1, antenne CV.

⁵⁴ Inversement, les revenus de la migration semblent jouer un rôle central dans les remboursements ; c'est lorsque l'emprunteur lui-même est migrant que les remboursements mensuels et la coordination sont problématiques.

⁵⁵ Précisons que nous n'avons qu'une vision partielle dans la mesure où un nombre significatif de groupes sont composés de personnes provenant de différents douars, dont certains ne sont pas dans la zone de traitement. Nous approfondissons l'analyse de l'évolution des groupes dans la suite du texte.

- seuls 7 % des groupes se renouvellent à l'identique ;
- 17 % des groupes se sont reformés avec des entrées et des sorties de membres ;
- 76 % des groupes ont été dissous sans qu'un des membres ne reforme un autre groupe. Pour un peu plus de la moitié d'entre eux (41 % parmi les 76 %), un ou plusieurs membres ont pris un deuxième prêt, individuel celui-ci.

Au vu de ces résultats, on peut se demander si le prêt collectif ne représente pas un frein à la participation.

L'analyse de l'évolution de la participation dans le temps, suite à l'introduction du prêt individuel, semble indiquer que ce n'est pas le cas. Au deuxième prêt, on compte beaucoup plus de prêts individuels. La seconde vague de prêts (382 prêts) comprend 172 prêts solidaires (45 %), 187 prêts individuels (49 %) et 21 prêts au logement (6 %). Ce changement de méthode vient probablement de diverses raisons (demande des clients, création de relations de proximité avec certains clients, qui permettent aux agents de sélectionner des clients de confiance, politique d'Al Amana destinée à ne pas freiner les clients fiables en les enfermant dans le prêt solidaire et à toucher une clientèle plus aisée, etc.).

Une analyse par antenne donne des résultats plus contrastés. On peut distinguer trois grands types d'antennes :

- celles qui maintiennent les prêts de groupes (AW, AR, MG et CV). Elles ont octroyé 85 % à 100 % des premiers prêts en prêts de groupe et elles continuent à prêter majoritairement à des groupes pour le second prêt (dans ces antennes, la seconde vague de prêts comprend entre 77 et 100 % de prêts de groupes) ;

- celles qui prêtaient majoritairement à des groupes au premier prêt et qui ont ensuite proposé des prêts individuels pour le second prêt (AQ, AY, Z8 et Z9). Les premiers prêts sont majoritairement des prêts solidaires (entre 77 et 92 %) alors qu'au renouvellement, les prêts solidaires ne représentent plus que 0 à 60 % du nombre total de prêts ;
- celles qui, dès le premier prêt, ont octroyé une part importante de prêts individuels (40 à 60 %). Pour le second prêt, elles ont continué à privilégier très majoritairement les prêts individuels (40 à 100 %).

L'hétérogénéité des taux de participation est très grande dans chacune des trois catégories de zones présentées précédemment. Cette hétérogénéité peut avoir pour origine le nombre de ménages que comprend la zone, qui sert de base pour le calcul de ce taux.

Par ailleurs, la progression de ce taux est également très hétérogène, quelle que soit la stratégie adoptée par les agents (cf. graphiques 1 et 2). Il est donc impossible de dire si la persistance des prêts solidaires ou le passage à des prêts individuels a eu ou non un effet sur la participation. Il est probable que les agents de crédit aient adopté des stratégies variées en fonction des attentes de la clientèle et du degré de concurrence. Pour eux, le prêt de groupe est plus confortable et moins risqué mais, dans certaines zones, les clients insistent pour avoir un prêt individuel et font parfois jouer la concurrence. Dans la mesure où l'information circule entre les clients, une fois qu'un prêt individuel est accordé à un client il est difficile de le refuser à d'autres. Il semblerait donc que le choix du type de prêt soit plus lié à la volonté de garder une clientèle qu'à celle d'augmenter le taux de participation.

Tableau 8. Caractéristiques des prêts par antenne

Antenne	1 ^{er} prêt			2 ^{ème} prêt			Taux de participation ⁵⁶
	PS	PE	PL	PS	PE	PL	
AW	100	0	0	100	0	0	21,5 %
AR	97	2	0	91	7	1	105,7 %
MG	89	9	2	77	20	2	27,6 %
CV	85	15	0	81	19	0	6,3 % ⁵⁷
AQ	83	17	0	24	31	45	29,4 %
AY	92	8	0	24	76	0	37,1 %
Z8	91	0	9	60	30	10	9,0 %
Z9	77	23	0	0	100	0	51,9 %
Z7	68	22	10	59	41	0	18,4 %
ZB	59	41	0	13	87	0	28,8 %
LG	52	48	0	0	100	0	30,0 %
PR	48	52	0	26	74	0	28,2 %
GN	48	52	0	0	83	17	23,9 %
M5	48	52	0	0	100	0	?
PT	44	44	13	0	67	33	5,0 %
GM	39	61	0	54	46	0	12,1 %

Légende

PS : prêt solidaire

PE : prêt individuel à l'entreprise

PL : prêt individuel au logement

Source : élaboré par les auteurs à partir de données d'Al Amana.

L'analyse qualitative montre que, à l'instar d'autres contextes (cf. encadré 8), les groupes font preuve d'une certaine

capacité d'ajustement qui permet de compenser en partie les rigidités du prêt collectif.

⁵⁶ Données de janvier 2010 : ratio entre le nombre de clients actifs et le nombre de ménages de la zone de référence. Certaines antennes prennent des ménages hors de la zone de référence, ce qui explique que l'on puisse avoir des taux supérieurs à 100 %.

⁵⁷ Données de mars 2009, les données de janvier 2010 ne sont pas disponibles.

Encadré 8. Les arrangements au sein des groupes solidaires

L'existence « d'arrangements » au sein des groupes a été observée dans plusieurs contextes, en particulier au Mexique (Morvant-Roux, 2006), en Inde (Guérin *et al.*, 2009), au Kenya (Johnson, 2007), en Thaïlande (Coleman, 2006) et au Sénégal (Guérin, 2000). Ces arrangements peuvent se traduire par un réajustement des montants et des périodes de remboursement aux besoins des membres, ce qui permet de contourner la règle égalitaire (ceux qui ont des besoins moins importants ou sur une durée plus courte prêtent aux autres). On observe également l'existence de prête-noms, qui peuvent être ponctuels (lorsqu'un des membres n'a pas besoin de crédit au moment de l'octroi) ou permanents (prête-noms et membres fictifs). Enfin, une certaine forme de solidarité peut être observée en cas de difficulté de paiement de l'un des membres.

Dans le cadre de cette étude, nous avons observé les pratiques suivantes :

- remboursement des mensualités à tour de rôle, afin de contourner la contrainte des remboursements mensuels, problématique pour de nombreux clients (voir section 1.4.1). Dans le douar d'Izrafen, où les revenus sont très irréguliers car liés à l'agriculture ou à la migration, cette pratique permet à plusieurs personnes de continuer à emprunter⁵⁸ ;
- entraide, soit entre membres du groupe (cas d'une personne qui a vendu des moutons pour rembourser les mensualités de deux autres membres⁵⁹), soit entre membres de la même famille appartenant à différents groupes⁶⁰ ;
- recours aux prête-noms, lorsque les clients n'arrivent pas à mobiliser des pairs pour constituer un groupe ou lorsqu'ils ont besoin de montants supérieurs au seuil maximal autorisé ; d'après un des agents de crédit interviewé, cette pratique est très fréquente.

Lors des entretiens, nous avons cherché à analyser le mode de constitution des groupes solidaires. Notre hypothèse initiale posait l'organisation segmentaire des communautés rurales marocaines, en particulier berbérophones, comme susceptible d'expliquer la constitution de groupes solidaires et l'adhésion au microcrédit. Selon la théorie segmentaire, chaque individu est au centre de plusieurs cercles concentriques, où la désignation des différents segments permet de définir son identité et son rattachement au groupe.

Cette hypothèse n'a pas été vérifiée. D'après nos observations, la structure segmentaire est partiellement tombée en désuétude : si l'appartenance familiale reste vivace, elle ne semble plus jouer le rôle fondamental qu'elle a pu jouer autrefois. Il ne semble pas non plus que l'appartenance familiale ou tribale détermine la constitution des groupes solidaires.

En théorie, Al Amana n'autorise pas l'association de personnes de la même famille au sein d'un même groupe. Cependant, si cette règle est adoptée par de nombreuses IMF, en pratique on observe qu'elle est souvent contournée (Coleman, 2006 ; Morvant-Roux, 2006), tout simplement car l'appartenance familiale reste un élément majeur de construction de la confiance. La constitution des groupes semble ainsi obéir à des critères très pragmatiques. Abdel Latif, de la famille Ait Sallah, s'associe avec X qui est aussi Ait Sallah mais également avec Y qui est Ait Hamed : « *Les membres du groupe solidaire ne sont pas des Derbi comme lui, mais tous les habitants appartiennent au groupe des Boujraf*⁶¹ ». Le critère mis en avant par la plupart des interviewés est l'honnêteté et le sérieux : en plus d'être des « *hommes de parole* », il faut que les personnes soient « *connues de tous* », réputées « *sérieuses* », « *responsables* » et « *honnêtes* ». Un épicier client d'Al Amana nous explique : « *Les autres partenaires ont été*

⁵⁸ Client agriculteur et migrant, douar d'Izrafen, zone 1, antenne CV.

⁵⁹ Agriculteur-éleveur, client, douar d'Ait Abbas, zone 2, antenne MG.

⁶⁰ Agriculteur, client, douar de Bouljarouf, zone 2, antenne MG.

⁶¹ Client, crédit solidaire, douar d'Ait Boujraf, zone 2, antenne MG.

choisis car ce sont des amis et pas des membres de la famille. Ils sont sérieux. Ils vont payer chaque mois. Je fais la prière à la mosquée. Je peux savoir s'ils sont sérieux. Au sein de ma famille, personne ne voulait participer à un groupe solidaire⁶² ».

Il est également intéressant d'observer que les membres d'un même groupe proviennent parfois de plusieurs douars. La proximité physique ne semble donc pas être un facteur déterminant. D'après les données d'Al Amana (zones de traitement, annexe 1), sur 227 groupes formés lors du premier prêt, 90 (40 %) l'ont été entièrement dans un même douar, tandis que les autres (60 %) rassemblent des personnes de plusieurs douars (voisins). On observe toutefois que, pour le second prêt (47 groupes), le pourcentage de groupes concentrés sur un seul douar est nettement plus élevé (84 %), tandis que le nombre de groupes est en très nette diminution. Les groupes éparpillés physiquement seraient donc encore moins viables que les autres⁶³.

Il faut cependant rester prudent sur ces questions. Il est possible que notre méthodologie et notre présence assez courte dans un nombre réduit de douars ne nous aient pas permis de capter des réalités tangibles dans d'autres zones. Il faut également souligner que des confusions sont fréquentes entre l'appartenance familiale et tribale et les douars où les gens résident. Dans certains cas, le nom de famille et le nom du douar se recoupent. Ceci tient au fait que des familles entières ont pu s'établir dans de nouveaux douars ; l'agrandissement d'une famille a alors pu se traduire par une différenciation ou une scission, éventuellement marquée par l'adoption d'un nouveau nom en même temps qu'un nouveau lieu. Plus généralement, il est difficile de définir précisément ce que signifie une « famille ». Ce terme est en effet loin de se traduire par une seule réalité.

Cette première étape a permis de souligner plusieurs implications essentielles.

D'une part, il apparaît que si l'inadaptation de l'offre aux spécificités rurales est certes un frein, elle n'explique probablement pas à elle seule la faiblesse de la

participation : les populations font globalement preuve d'une faible propension à s'endetter et d'une préférence pour l'épargne, en particulier en nature.

D'autre part, l'analyse de l'usage des prêts permet également de mieux saisir le profil de la clientèle actuelle :

- dans la mesure où une large part des prêts est utilisée à des fins de consommation, c'est beaucoup moins la présence d'opportunités économiques qui détermine la participation que la capacité des ménages à avoir des revenus réguliers permettant le remboursement ;
- la clientèle actuelle est composée de ménages disposant de revenus relativement réguliers et qui souhaitent soit consommer, soit maintenir leur cheptel d'épargne, soit, pour une minorité, investir ou saisir des opportunités de marché ;
- une partie de la clientèle (qu'il est impossible de chiffrer) est composée de personnes qui s'endettent en vue de ne pas rembourser ; il s'agit là d'une autre forme de participation, tout à fait spécifique.

Ces premières observations générales doivent à présent être complétées par une analyse des disparités régionales en matière de participation : la différence se joue sur le type de revenus (revenus non agricoles réguliers *versus* revenus agricoles et migration), la demande en matière de consommation, le potentiel de développement de l'élevage et, dans une certaine mesure, la présence locale d'opportunités économiques. Quant à la perception d'Al Amana (est-ce une dette remboursable ou pas ?) et au rapport à l'autorité, nous verrons qu'elle dépend surtout de facteurs sociaux et politiques micro-locaux, où entrent en jeu les normes sociales locales, l'historique des politiques de crédit et des projets de développement, la position des agents de crédit et en particulier leur insertion dans les tissus sociaux locaux, et les effets de mimétisme.

⁶² Épicier, client, douar d'Izrafen, zone 1, antenne CV.

⁶³ Il n'y a pas de corrélation entre taux de participation et groupe interne ou externe au douar. Tout au plus, et très logiquement, il y a un peu plus de groupes constitués au sein même du douar dans les antennes où le nombre de clients des zones de traitement est plus élevé. Plus la zone de traitement est grande, plus la probabilité que les membres des groupes soient de cette zone est forte.

2. Facteurs agro-écologiques et économiques et diversité régionale

Notre analyse met en évidence trois principaux systèmes d'activité, qui présentent de fortes différences en matière de

potentiel de diversification non agricole, d'élevage et de profil de la population cible.

2.1. Typologie des systèmes d'activités

Nous avons identifié trois grands profils de zones en fonction de critères agro-écologiques et économiques et de systèmes d'activité (sources d'emploi) : zone montagneuse, zone

périurbaine et zone de grande culture. Sur les quatre antennes choisies, trois représentent grossièrement chaque type décrit et l'une d'entre elles correspond à deux types différents.

Tableau 9. Typologie des antennes visitées selon les systèmes d'activités

Antenne	Types de zone	Taux de participation
Antenne CV - Tighdouine	Zone montagneuse (type 1)	6,0 %
Antenne MG - My Abdellah Ben Driss	Zone périurbaine (type 2)	19,6 %
Antenne AW - Moulay Yacoub	Zone périurbaine et de grande culture (types 2 et 3)	27,0 %
Antenne LJ - Brachoua	Zone de grande culture (type 3)	1,0 %

Source : élaboré par les auteurs à partir de données d'Al Amana et du projet RUME.

Cette diversité a des implications fortes en matière de demande de crédit et de participation au microcrédit d'Al Amana.

2.1.1. Type 1 : zone montagneuse de micro-parcelle, forte migration

- Des activités agricoles de survie

Cette zone est caractérisée par une agriculture de montagne en terrasses. Les terrasses sont en culture irriguée ou sèche (les *bour*). Les parcelles sont généralement très petites, de quelques dizaines à quelques centaines de mètres carrés. Il semblerait qu'il n'existe aucun système de mesure de ces surfaces⁶⁴. Les agriculteurs donnent le nombre de leurs parcelles (qui peut aller jusqu'à 8) mais ne sont pas en

mesure d'en préciser la superficie. Il est donc très difficile d'évaluer la surface cultivée et de comparer les exploitations des agriculteurs entre elles. L'acquisition de nouvelles terres est souvent difficile sur le territoire du douar ou ses alentours.

L'accès à l'eau est organisé entre les habitants du douar, et le tour d'eau représente entre une dizaine et une vingtaine de jours suivant les douars. Les agriculteurs se concentrent sur des cultures d'autoconsommation (blé, orge, petits pois, oignon), en culture manuelle ou attelée (généralement avec

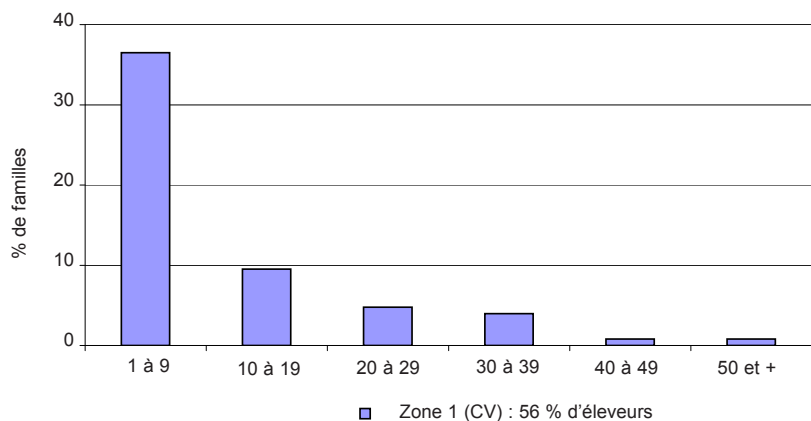
⁶⁴ C'est probablement la raison pour laquelle il n'y a pas de corrélation entre la taille des surfaces et le taux de participation (J-PAL, 2008). Il est probable que les données de surface, pour une partie des clients, ne soient pas exploitables.

un âne). La production sert à la fois à la consommation familiale et à celle du bétail, le surplus est vendu en fonction des besoins. Les semences sont produites localement ou achetées, tandis que les engrais et produits phytosanitaires sont achetés mais, vu la petite taille des parcelles, les quantités restent faibles et à la portée des revenus des

familles. Il n'y a pas de demande en crédit de campagne et l'élevage présente également un potentiel limité.

La production végétale est pour partie en culture attelée (labours et premiers sarclages), pour partie manuelle. De fait, ceci limite la taille des surfaces cultivables.

Graphique 4. Ovins et caprins en zone de montagne



Source : élaboré par les auteurs à partir de données d'IPA/J-PAL.

• Une très forte migration masculine

La production vivrière et animale n'est pas en mesure de fournir les ressources nécessaires à une famille, obligeant les hommes à migrer vers les villes pour y trouver du travail. Tandis que quelques rares familles font de l'élevage transhumant vers les pâturages de haute montagne, 80 à 90 % des familles ont un ou plusieurs adultes en migration (généralement des hommes dans la force de l'âge).

Cette migration « pendulaire » est de moyenne durée : les hommes partent à la fin des récoltes (juin-juillet) jusqu'au moment des semis (février). Ils reviennent dans l'intervalle pour quelques jours, tous les 2 ou 3 mois. Ils travaillent le plus souvent comme manœuvres dans les chantiers de construction, les grandes fermes maraîchères, quelques fois en usine. L'irrégularité de leurs revenus entraîne des irrégularités dans l'envoi d'argent à la famille restée au douar. Ces envois se font le plus souvent à la demande des familles.

• Implications en matière de crédit : une demande relativement faible

Dans ces zones, la demande est très faible pour trois raisons :

- premièrement, les familles vivent essentiellement en autarcie. Il y a peu d'échanges monétaires et peu de demande en matière de consommation. Quand un besoin se fait sentir, il est couvert par l'épargne existante sous forme de stock de produits agricoles ou de bétail ou, lorsque cela est possible, par le recours à la solidarité familiale. Il y a également très peu de possibilité de développement d'activités commerciales. L'élevage est limité pour des questions de pâturage et de main-d'œuvre.
- deuxièmement, les remboursements mensuels posent problème à ces familles. Leurs revenus sont soit liés aux cycles de production (juillet-août pour les céréales, février-mars pour la vente des agneaux), soit aux envois de fonds des migrants, qui sont très irréguliers. En raison de cette

irrégularité, il est inévitable qu'elles rencontrent à un moment ou à un autre des difficultés pour trouver les sommes nécessaires au remboursement d'un prêt. Cela les oblige à décapitaliser (vendre un animal) ou à faire appel en urgence aux ressources du migrant. Dans nos enquêtes, les seuls qui ont pris un crédit sont ceux qui disposent d'un revenu régulier (pension de retraite, salaire de berger, revenus de taxi).

- troisièmement, leurs revenus sont très faibles, ce qui limite la consommation de produits achetés et, par voie de conséquence, les possibilités de développer une activité de commerce ou de production en direction du marché local. Le souk offrant l'essentiel des débouchés, ces produits doivent y être transportés, s'insérer dans une filière et être régulièrement approvisionnés. Le marché étant limité et aléatoire, la souscription d'un crédit constitue donc une prise de risque importante.

Dans ces zones où le potentiel de diversification économique est très faible et où la reproduction de la famille est assurée par la production agricole, la migration et le recours à l'épicier (en attendant l'argent de la migration), le microcrédit d'Al Amana est utilisé essentiellement pour des dépenses exceptionnelles telles que l'achat d'un animal de remplacement (cheptel épargne), les dépenses de santé ou, dans certains cas, l'habitat.

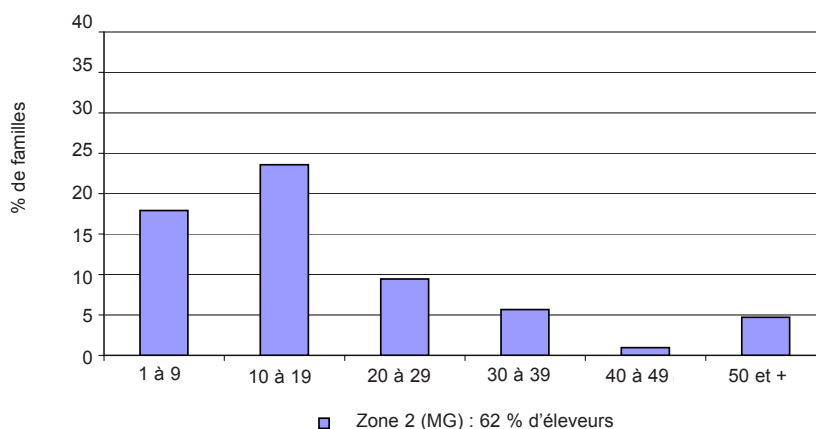
2.1.2. Type 2 : zone périurbaine

On considère qu'une zone est périurbaine quand la ville, le bourg ou la zone industrielle ou artisanale est suffisamment proche pour permettre d'y travailler le jour et de rentrer le soir au douar. Compte tenu de la qualité très inégale des infrastructures routières, c'est davantage le temps de transport qui importe que la distance kilométrique.

• Diversité des systèmes agraires

Ces zones présentent une très grande diversité de systèmes d'activités. Cela va de la très petite exploitation en terrasses sèches ou irriguées aux terres exploitées mécaniquement, et de l'exploitant agricole à plein temps à l'artisan ne disposant que de quelques mètres carrés de jardin. La caractéristique commune est la faible superficie des exploitations ne permettant pas, le plus souvent, aux familles de vivre uniquement de l'agriculture. Ces zones se situent à une altitude favorable à une grande diversité des cultures, des arbres fruitiers (orangers, grenadiers) aux oliviers et aux amandiers, mais aussi aux céréales et au maraîchage. Les céréales sont la plupart du temps autoconsommées, alors que la production fruitière et celle d'olives sont vendues. Les besoins de financement de l'agriculture varient en fonction de la taille de l'exploitation (besoin de main-d'œuvre pour la récolte, la location d'un tracteur, les semences, etc.), mais ils ne sont pas couverts par Al Amana.

Graphique 5. Ovins et caprins en zone périphérique



Source : élaboré par les auteurs à partir de données d'IPA/J-PAL.

- Des revenus non agricoles réguliers

La proximité de centres d'activités (proximité urbaine et/ou de zones industrielles ou d'agro-industrie) permet des revenus salariaux réguliers : certaines familles complètent ainsi leurs revenus agricoles, tandis que d'autres dépendent entièrement de ces revenus non agricoles.

En dépit de ce contexte plus favorable, la dynamique migratoire reste forte. Cependant, le profil de la migration et son rôle dans l'économie locale diffère un peu de celui de la zone 1.

On observe ainsi qu'une partie des hommes migre plus loin pendant que d'autres restent au village et assurent une assistance aux familles dont un des membres est en migration. Cette migration se fait vers les grandes villes lointaines (Casablanca, Rabat, Ben Guerir, Beni Mellal, Khénifra ou encore Lâayoune) et il n'est pas rare que certains membres de la famille s'expatrient en Europe. Il est fréquent qu'entre les frères de la famille s'opère une sorte de division du travail : pour éviter le morcellement des terres au moment de l'héritage, un homme reste pour s'occuper des terres, tandis que les autres migrent.

- Implications pour le crédit : une demande plus forte

Dans ce contexte, les antennes d'Al Amana font face à une demande plus forte, car les revenus non agricoles fournissent les liquidités nécessaires au paiement d'échéances régulières. Les demandes de crédits portent surtout sur des produits de consommation, en particulier sur l'habitat. Néanmoins, les crédits

octroyés par Al Amana contribuent aussi, dans certains cas, à créer ou renforcer des activités génératrices de revenu (services, petit commerce) et à saisir des opportunités de marché, en particulier dans le commerce de bétail. La proximité urbaine facilite l'achat, la revente et le jeu sur les différentiels de prix.

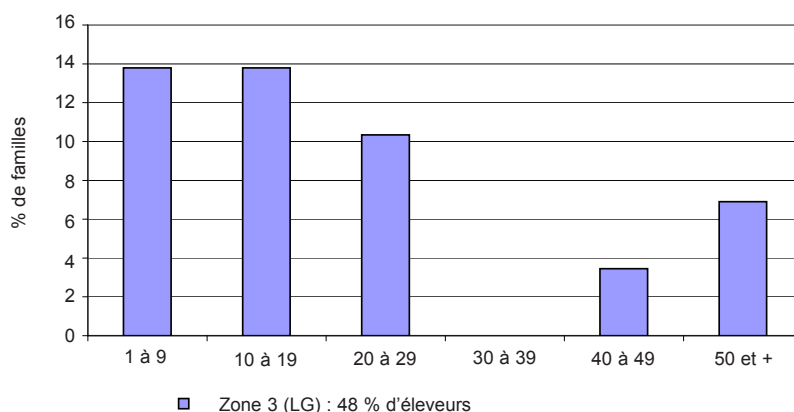
2.1.3. Type 3 : zone agricole de grande culture

- Dépendance forte à l'égard de l'agriculture

Dans ces régions, les terres sont fertiles et les pentes sont faibles, ce qui permet une mécanisation des opérations culturales. Du temps du protectorat, les exploitations étaient déjà de grande taille (très souvent à partir de 40 hectares - ha - et jusqu'à plus de 100 ha). Certaines familles ont, à chaque génération, légué la terre à un seul de leurs fils, à charge pour lui d'indemniser ses frères et sœurs. Ces exploitations, qui couvrent des superficies telles que la plupart des opérations doivent être mécanisées, dégagent, en conditions normales de culture, des profits.

D'autres chefs de famille ont choisi de fractionner les terres entre leurs fils et, en deux générations, ces surfaces se sont considérablement réduites. De ce fait, sur un même lieu, de grandes exploitations de quelques dizaines à quelques centaines d'hectares côtoient de petites exploitations de quelques hectares non viables. Leurs propriétaires louent ces terres à des voisins ou tentent eux-mêmes de louer des terres pour agrandir la surface cultivée. On trouve également de gros éleveurs.

Graphique 6. Ovins et caprins en zone agricole intensive



Source : élaboré par les auteurs à partir de données d'IPA/J-PAL.

- La dynamique migratoire

Il semblerait que la migration soit moins systématique que dans les zones 1 et 2. La dynamique migratoire n'est pas uniforme et dépend essentiellement de l'accès à la terre. Ce sont les tensions sur les terres qui poussent les hommes à migrer sur de grandes distances. Ceux qui restent pratiquent la migration temporaire en saison basse, en fonction de leurs besoins monétaires (par exemple, les populations des douars du nord de l'antenne AW partent dans le Rif). Pour les familles n'ayant pas accès à la terre, la migration est la principale source de revenus alors que, quand elles y ont accès, elle leur permet d'ajuster leurs revenus monétaires à leurs dépenses.

- Implications pour le crédit : une forte demande orientée vers l'agriculture

Les familles de ces zones ont surtout besoin de crédit de campagne et de crédit d'investissement pour l'agriculture. Le Crédit agricole accorde des prêts de campagne aux exploitations de plus de 3 hectares. Les besoins sont très variables suivant les cultures ; en grande culture et d'après nos observations, ils varient entre 1 000 et 3 000 MAD/ha⁶⁵.

Deux cas de figures doivent être distingués :

- soit les exploitations ont accès aux prêts du Crédit agricole, beaucoup plus compétitif qu'Al Amana sur ce type de service (voir section 3.1.) ;
- pour celles qui n'y ont pas accès, l'offre d'Al Amana est inadaptée du fait de modalités de remboursements incompatibles avec les cycles agricoles, de l'absence d'assurance en cas d'aléa climatique et de taux d'intérêts incompatibles avec la faible rentabilité des exploitations.

Au final, les pratiques financières des familles dans ce type de zone traduisent l'existence d'une demande forte. Toutefois, l'offre de crédit d'Al Amana ne répond pas à cette demande, principalement axée sur des crédits de campagne à remboursement annuel. Dans ces zones, ce sont donc essentiellement les jeunes qui aspirent à s'affranchir de la tutelle paternelle, et qui contractent avec Al Amana. Le crédit finance alors souvent une petite activité de production agricole, éventuellement de commerce ; dans ce dernier cas, le potentiel reste limité.

2.2. Diversité du potentiel de diversification hors agriculture

2.2.1. Faiblesse de l'auto-emploi et « préférence » pour le salariat et la migration

Nous avons vu (section 1.3.) qu'une part mineure des microcrédits (10 % au plus) est employée à des activités économiques non agricoles. L'explication est en fait simple. Les activités locales d'auto-emploi non agricole sont réservées à une minorité, faute de demande locale ou de circuit de distribution. Toutefois, les personnes cherchent à diversifier leurs sources de revenus et rares sont les exploitations qui dépendent uniquement de l'agriculture. Cette diversification prend la forme de salariat non agricole soit local, pour les villages situés à proximité de centres urbains (secteur de la construction), soit régional (grandes villes marocaines), voire européen pour les plus

« chanceux » (l'émigration étant souvent perçue comme une aspiration ultime, quelles qu'en soient les conditions). Les migrants travaillent parfois dans le secteur agricole, notamment dans de grandes unités de production (élevage, horticulture). Bien qu'essentiellement de nature masculine, quelques filières de la migration sont réservées aux femmes (exemple des « fraisières », qui partent quelques mois par an en Espagne).

D'après les analyses du J-PAL (J-PAL, 2008), l'auto-emploi non agricole serait encore plus faible au Maroc que dans les autres pays étudiés par l'équipe : 17 % des sources d'emploi contre 25 % en moyenne.

⁶⁵ Les assurances « sécheresse » couvrent les investissements à hauteur de 3 600 MAD/ha.

Dans les zones 1 et 3, il est probable que le potentiel soit très limité. En effet, dans les zones montagneuses, l'enclavement limite l'accès aux donneurs d'ordre ou aux marchés. Dans ces zones, la faiblesse des revenus limite la demande locale, tandis que les zones de grande culture se caractérisent par un habitat dispersé. Enfin, les commerces locaux sont peu nombreux et tous les achats se font au souk du bourg voisin. Même si l'on trouve éventuellement une minuscule boutique d'appoint, le potentiel reste extrêmement restreint.

C'est dans les zones de type 2 (périurbaines) que le potentiel est le plus important. Outre l'épicerie locale, d'autres formes d'activités existent, ou sont susceptibles de se développer, en particulier dans les services : transporteur, soudeur, menuisier, manutentionnaire électricité, maçon, tapissier, plâtrier, potier, réparateur de vélos et d'engins à moteur, chauffeur de taxi peuvent ainsi s'établir dans ce type de zone. Certains pratiquent le commerce de bétail (achat et revente en fonction des prix des différents marchés), qui suppose un accès rapide au marché. L'embouche d'animaux pour les fêtes est aussi une opportunité. Dans les campagnes, chacun nourrit son animal en prévision des fêtes, alors que les citoyens sont plus enclins à l'acheter le jour venu. Il est donc plus facile de vendre un animal engraisé à la ville qu'à la campagne, où l'offre excède la demande.

Dans les différentes zones, on trouve quelques cas de diversification agricole autres que l'élevage (ruche, moulin à huile). Bien que nous ne l'ayons pas directement observé, on peut également imaginer des activités de maraîchage et d'horticulture ; ces deux types de production, qui se

développent de plus en plus dans d'immenses unités de production, sont aussi à la portée de petites exploitations, et nécessitent des financements.

Les données d'AI Amana concernant l'usage des prêts confirment le potentiel de diversification économique non agricole plus important des antennes MG (périurbaine) et AW (à la fois périurbaine et de grande culture). Dans les zones périurbaines, les clients ont déclaré à 15 % (antenne MG) et à 25 % (antenne AW) avoir utilisé leurs prêts pour de l'artisanat ou des activités de services. Dans la zone montagneuse, ils déclarent à 100 % utiliser leurs prêts pour de l'élevage. Il faut rappeler qu'il s'agit de données déclaratives et qu'il est fort probable que les intitulés « élevage » soient utilisés pour masquer des usages de consommation et d'habitat. Néanmoins, quand on déclare une activité d'artisanat ou de services, il est obligatoire d'exercer réellement ce métier. Il est donc fort probable que ces crédits soient effectivement employés à cet usage et que les données soient fiables.

Dans la zone AW, proche de Fez et de la zone touristique de Mouley Yacoub, le nombre de prêts destinés à des activités artisanales est plus élevé que dans la zone MG (12 % des prêts contre 1 % à MG).

Les données d'AI Amana concernant l'usage des prêts confirment également le potentiel des épiciers : sur l'ensemble de la zone de traitement, les épiciers (4 %) représentent à eux seuls autant que les autres activités de commerces (4,7 %) et les activités de services (4,6 %).

Tableau 10. L'usage des prêts en fonction des antennes

Objet des prêts (en %)	Artisanat	Commerce	Elevage	Epicerie	Production agricole	Services	Nombre total des prêts
CV			100,0 %				46
MG	1,5 %	0,8 %	85,0 %	5,3 %		7,5 %	133
AW	12,0 %	6,7 %	74,7 %	1,3 %		5,3 %	75
Total	1,6 %	4,7 %	84,0 %	4,0 %	0,4 %	5,3 %	1569

Source : élaboré par les auteurs à partir de données du fichier clients d'AI Amana.

2.2.2. L'artisanat : sous-traitance plutôt qu'auto-emploi ?

L'artisanat est souvent présenté comme une activité abordable, en particulier pour les femmes. Dans les zones étudiées, nous n'avons rencontré aucun exemple d'activité artisanale financée avec succès par le microcrédit. Deux cas de figures émergent de nos observations :

- soit il s'agit d'une activité de sous-traitance : les femmes récupèrent l'ensemble des matériaux, travaillent à domicile et se font payer chaque semaine à la pièce. On peut difficilement parler d'auto-emploi dans la mesure où, dans ce cas, les femmes sont entièrement dépendantes d'un donneur d'ordre, souvent une entreprise de textile localisée dans la ville voisine. Il s'agit alors plutôt de

salariat déguisé. Les femmes n'ont aucunement besoin de microcrédit pour développer ce type d'activité, puisque la matière première leur est fournie par le donneur d'ordre. Leurs marges sont limitées, mais dans la mesure où l'accès direct aux marchés est hors de leur portée, elles n'envisagent absolument pas de développer ce type d'activité de manière indépendante ;

- soit il s'agit d'une activité indépendante : d'après certains agents de crédit, il existe des tentatives de création d'activités artisanales indépendantes, mais elles fonctionnent mal, faute d'accès au marché. Il est possible néanmoins que d'autres régions rurales marocaines, en particulier les régions touristiques, aient un potentiel plus important ; d'autres recherches seraient ici nécessaires.

2.3. Un potentiel inégal de développement de l'élevage

L'élevage serait l'activité économique la plus fréquemment financée par les microcrédits d'Al Amana. En effet, l'association estime que 82 % des emprunts sont destinés à financer une activité liée à l'élevage. Cependant, nos observations et les témoignages des agents de crédit ramènent ce taux entre 10 et 30 %. Le potentiel de développement de l'élevage est en réalité limité, même si l'on observe de fortes différences selon les zones. Dans la zone 1, le bétail est le plus souvent considéré comme une épargne, alors que dans les zones 2 et 3, les éleveurs s'inscrivent davantage dans une perspective d'accumulation.

- Obstacle 1 : la disponibilité de main-d'œuvre

Le premier obstacle au développement de l'élevage est la disponibilité de main-d'œuvre. Les animaux doivent être conduits au pâturage et surveillés. S'ils restent à la ferme, il faut ramasser de l'herbe ou charrier de la paille. Or, si conduire une vache et quelques moutons au pâturage est à la portée d'un enfant ou d'une femme, conduire une dizaine de moutons et/ou plusieurs vaches nécessite expérience et technique. Seuls des bergers expérimentés peuvent assurer un tel travail. Par conséquent, une famille dont les hommes sont partis en migration ou sont occupés dans les champs ne pourra pas avoir plus d'une ou deux vaches, et guère plus

d'une dizaine de moutons. À moins de louer les services d'un berger (ce qui est coûteux) ou de maintenir un des fils adolescents sur l'exploitation et de ne pas l'envoyer en migration. À ce sujet, un de nos interlocuteurs nous a dit : « *l'éducation concurrence l'élevage* », faisant référence au fait que les jeunes ne sont désormais plus disponibles pour prendre soin des cheptels.

- Obstacle 2 : les pâturages

L'existence de pâturages accessibles dans les environs immédiats est également un élément qui influe sur la décision d'accroître ou non le cheptel. Soit les pâturages sont gérés par une instance publique (les *j'ma* ou les associations), soit il s'agit de terrains appropriés (cas des pâturages interstitiels dans les zones de grande culture). Mais, dans certains lieux, il n'y a tout simplement pas de pâturage disponible. Le temps d'accès au pâturage est également un frein à l'augmentation du cheptel. Quand la famille n'a qu'une ou deux vaches et que seule la femme s'en occupe, il lui est difficile de prendre chaque jour quelques heures pour aller sur le pâturage, faire paître l'animal puis revenir. Pour ces animaux, l'alimentation se fait essentiellement à la ferme.

- Obstacle 3 : l'alimentation à la ferme

Pendant certaines périodes de l'année, les pâturages sont inaccessibles (par exemple en hiver dans les zones de montagne), ou sont insuffisamment fournis en herbe pour nourrir les animaux (au cours de la saison sèche). Il est donc nécessaire de les alimenter à la ferme. Suivant les zones, ces périodes peuvent être très longues. Si l'éleveur dispose de réserves fourragères (paille, son et autres sous-produits agricoles), il pourra nourrir les animaux avec les produits de sa ferme. Sinon, il lui faudra acheter les aliments. Le risque de devoir acheter des aliments en période déficitaire est un frein à l'augmentation des animaux à la ferme.

- Obstacle 4 : un potentiel inégal selon les zones

Dans les zones de montagne, l'élevage reste destiné aux besoins de consommation de la famille (le lait) ou à une épargne sur pied (les ovins et les caprins). Les trois contraintes (disponibilité de main-d'œuvre, de pâturage et d'alimentation pour les animaux, en hiver essentiellement) se cumulent et limitent fortement la taille des troupeaux. Dans ce contexte, il est exceptionnel que l'élevage constitue l'unique source de revenus monétaires du ménage. Une majorité de familles possèdent une vache, une vache et son veau ou une vache et la génisse de remplacement. D'après les données J-PAL, 46 % des familles de la vague 1 et 62 % des familles de la vague 2 ont des bovins et, parmi celles-ci, 95 % ont une à trois bêtes. 50 % des familles de la vague 1 et 56 % des familles ont des ovins ou des caprins, dont les deux tiers ont moins de 10 animaux.

Les données J-PAL (J-PAL, 2008) permettent de représenter graphiquement la taille des troupeaux. Les deux types d'élevage se retrouvent dans les graphiques 7 et 8. Pour les ovins et les caprins, on distingue un premier groupe, composé de troupeaux d'une quinzaine de moutons et de chèvres en moyenne, et un second, constitué en moyenne de 40 à 50 moutons. On retrouve ces deux mêmes types pour l'élevage bovin, avec un premier groupe de deux vaches en moyenne et un autre de cinq vaches ou plus. Les grands propriétaires de moutons ne sont généralement pas de grands propriétaires de vaches, et inversement.

Les microcrédits distribués pour l'élevage visent surtout à reconstituer le troupeau « épargne ». Seuls quelques rares éleveurs, qui ont la possibilité d'envoyer les animaux en transhumance, peuvent être intéressés par un crédit élevage visant à augmenter la taille de leur troupeau.

Dans les zones périurbaines, se côtoient de petits élevages à des fins d'épargne ou d'autoconsommation (comme dans la zone de montagne), mais aussi quelques éleveurs possédant soit des troupeaux de bovins pour la production de viande (à partir de 4-5 vaches et plus) soit des troupeaux de mouton de plus grande taille (voir graphiques 7 et 8).

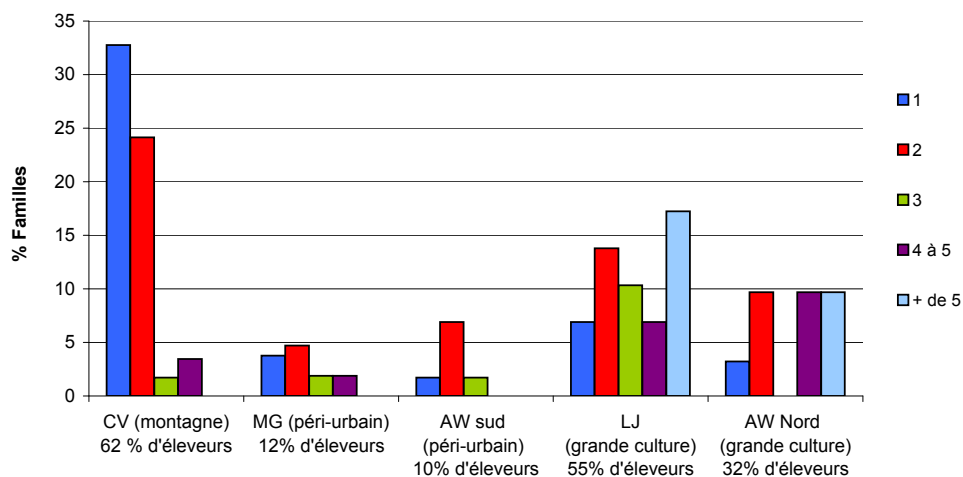
Dans ces zones, le potentiel d'élevage, bien que plus élevé que dans la zone de montagne (l'hiver y est plus court), est disparate. Le développement des activités d'élevage reste tributaire de la disponibilité de main-d'œuvre et de pâturage. Il faut rappeler que la production agricole familiale est insuffisante pour nourrir toute l'année à la fois les membres du ménage et les animaux, et dégager quelques revenus.

C'est dans les zones de grande culture que l'on trouve les plus gros éleveurs, car les résidus de récoltes dans les moyennes et grandes exploitations y sont suffisants pour alimenter du bétail.

Les graphiques 7 et 8 mettent en évidence l'hétérogénéité de l'élevage en fonction des zones. Dans le graphique 7 (élevage bovin), on voit clairement que la zone montagnaise se caractérise par une prédominance de petits éleveurs (1 à 2 vaches) tandis que les gros éleveurs se situent majoritairement dans les zones de grande culture. Quant aux zones périurbaines, elles se caractérisent par une faible proportion d'éleveurs bovins.

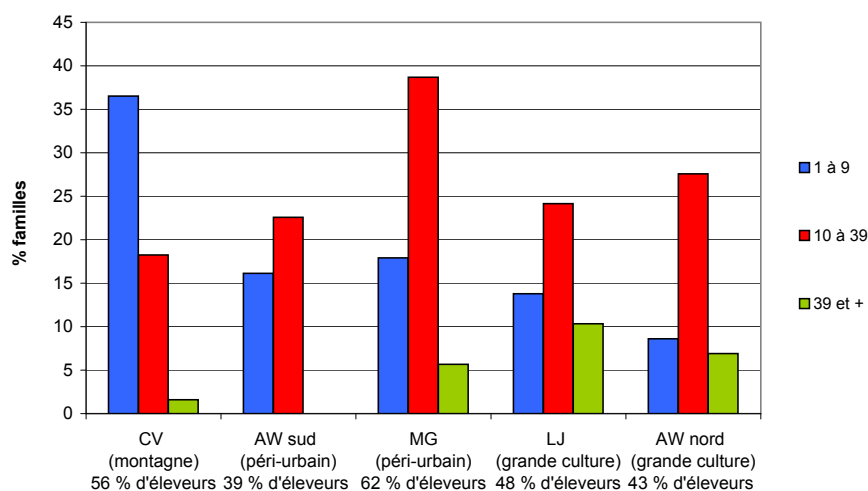
L'élevage ovin/caprin (cf. graphique 8) est plus répandu, y compris en zone périurbaine. Là aussi, la zone montagnaise se caractérise par une prédominance de petits éleveurs (moins de 10 animaux), tandis que les gros éleveurs sont concentrés en zones de grande culture et, dans une certaine mesure, en zone périurbaine.

Graphique 7. Hétérogénéité de l'élevage bovin en fonction des zones



Source : élaboré par les auteurs à partir de données d'IPA/J-PAL.

Graphique 8. Hétérogénéité de l'élevage ovin/caprin en fonction des zones



Source : élaboré par les auteurs à partir de données d'IPA/J-PAL.

2.4. Une participation inégale des femmes et des jeunes

2.4.1. Gestion des budgets familiaux et activités économiques : où sont les femmes ?

La faible implication des jeunes et des femmes dans la gestion des budgets et des exploitations familiales - mise en évidence par nos observations - semble avoir des conséquences sur la participation.

Divers travaux ont montré le rôle très inégal des femmes en matière de gestion financière selon les contextes et les époques : tandis que certaines femmes gèrent leur propre budget, d'autres n'ont presque pas d'indépendance financière et économique (Bruce et Dwyer, 1988 ; Guyer, 1995 ; Kabeer, 1995). Le contexte rural marocain, globalement réputé pour son organisation patriarcale, correspond plutôt à la seconde catégorie. On observe néanmoins de fortes différences entre les zones : en montagne et en zone de grande culture, leur mobilité physique est très faible (certaines ne sortent du douar qu'à l'occasion des cérémonies) et leur implication dans la gestion financière est extrêmement limitée (« *Je ne sais même pas compter l'argent* », nous a dit l'une d'entre elles).

En zone montagnaise, où la majorité des hommes migrent et où les douars sont composés uniquement de femmes une

partie de l'année, celles-ci n'ont pas pour autant de responsabilités financières : elles font leurs achats à crédit chez l'épicier et, même si l'ensemble des hommes sont absents, ce sont eux qui soldent directement les dettes à leur retour. Achats et ventes sont donc entièrement assurés par les hommes, même pour le petit bétail dont les femmes ont souvent la charge, et très rares sont celles qui exercent des activités rémunérées.

En zone périurbaine, en revanche, probablement sous l'influence des normes urbaines, les femmes ont beaucoup plus de responsabilités économiques, à la fois en matière d'emploi (y compris en participant à la migration) et de gestion financière. Il s'agit d'une clientèle féminine quasiment inexistante en zone de montagne ou de grande culture. Plusieurs femmes interrogées (lorsque cela était possible compte tenu des restrictions sociales) n'avaient aucune information sur Al Amana. Le taux de femmes dans la clientèle d'Al Amana illustre clairement cette disparité : il s'élève en moyenne à 13 %, tandis que parmi les différentes antennes étudiées il varie entre 3 et 25 %. Notons que les politiques des antennes visent à réduire cet écart : l'antenne AW (en partie périurbaine) impose la participation d'au moins une femme par groupe solidaire.

Tableau 11. Participation des femmes selon les antennes

	% des femmes parmi les clients
Antenne CV (type 1, montagne)	3,0 %
Antenne MG (type 2, périurbain)	13,0 %
Antenne AW (types 2 et 3, périurbain et de grande culture)	25,0 %

Source : élaboré par les auteurs à partir de données du fichier clients d'Al Amana.

2.4.2. Une clientèle de jeunes plus captive dans certaines zones

Il ressort de notre travail de terrain que, dans les zones dites de grandes cultures où les exploitations sont de taille considérable, une partie des jeunes n'ayant pas accès à la terre ou se trouvant sous la domination du père s'appuient sur le microcrédit pour tenter d'échapper à cette emprise. Pour eux, le microcrédit représente une échappatoire à l'autorité paternelle.

Il faut rappeler que la gestion des exploitations agricoles est souvent très centralisée et hiérarchique, à la fois patriarcale et gérontocratique : elle est assurée par le chef de famille, qui dispose du titre de propriété, et les fils, les frères cadets et les femmes en sont exclus.

Un agent de crédit nous a très clairement dit qu'une partie de sa clientèle est composée de fils d'exploitants : face à un fonctionnement familial qui leur laisse très peu de marge de manœuvre, ils cherchent souvent à développer une gestion secrète (les vols de céréales sont, par exemple, une technique semble-t-il fréquente), et le microcrédit d'Al Amana représente une option possible. Un crédit leur permet soit de prendre leur indépendance en matière de logement (en construisant quelques pièces de plus dans la maison familiale ou une autre habitation), soit, pour ceux qui ont une petite activité de commerce ou de production, de s'affranchir de la tutelle paternelle. En prenant la responsabilité d'un crédit, ils peuvent plus facilement s'attribuer les revenus tirés de l'activité qu'ils ont financée. Enfin, le microcrédit peut également constituer une réserve d'« argent de poche », que les jeunes utilisent pour financer leurs besoins personnels de consommation.

Alors que la littérature insiste beaucoup sur le rôle de la microfinance dans les processus d'*empowerment* des femmes par rapport à la communauté masculine (époux, pères et frères), peu d'attention a été portée aux hiérarchies de classes d'âges, alors que ce serait probablement un point intéressant à creuser.

Trois principaux profils de zones ont été identifiés en fonction de critères agro-écologiques et économiques et de systèmes

d'activités (sources, montants et régularités de revenus). Chaque antenne pouvant globalement être rapprochée d'une catégorie, cette typologie apporte un premier éclairage sur les disparités de participation entre antennes.

Cependant, d'autres spécificités locales jouent également un rôle déterminant dans la demande de crédit d'Al Amana :

- les disparités en termes d'auto-emploi non agricole et le rapport que les populations entretiennent avec cette source de diversification des revenus ;
- les disparités dans le potentiel de développement de l'élevage, liées à des contraintes inégales en matière de pâturage, de disponibilités fourragères en hiver, de disponibilité de main-d'œuvre, et à la place de l'élevage dans l'économie familiale.

La stratégie d'octroi de crédits d'Al Amana a pour but de soutenir le développement de l'auto-emploi, par le biais de la création d'activités économiques locales. Toutefois, ce type d'activités ne concerne qu'une proportion limitée de personnes (15 à 20 % de la population), les autres privilégiant des formes de salariat, même précaires, pour diversifier leurs sources de revenus.

L'analyse prospective des marchés émergents dans les différentes zones permet de faire émerger plus précisément le profil des clients potentiels. À partir d'une telle analyse, une régionalisation de l'offre pourrait être mise en place par Al Amana.

• Zone 1, montagnaise

Les clients potentiels sont prioritairement :

- ceux qui disposent d'un revenu régulier qui est soit le leur, soit celui d'un migrant (mari, frère ou fils) ;
- ceux qui souhaitent se créer (ou reconstituer) une épargne sous forme de petit troupeau.

Dans cette zone, l'habitat semble être le domaine où la demande de crédit est la plus forte (après le petit capital « animal »), parce qu'il nécessite des liquidités pour acheter les matières de base non disponibles localement (ciment, fer).

- Zone 2, périurbaine

La plus forte présence des hommes et la proximité de la ville semblent induire une monétarisation plus grande et davantage de dynamisme dans les échanges. Les opportunités d'investissement sont plus importantes que dans la zone 1.

Dans ce type de zone, la clientèle peut être constituée :

- de personnes disposant d'un emploi dans les environs et donc d'un revenu régulier ;
- de personnes développant une activité de production ou de service liée à la zone urbaine ou périurbaine.

Comme dans la zone 1, l'amélioration de l'habitat représente une part importante des demandes. Ce secteur, qui génère de l'emploi, peut être aussi alimenté par les envois d'argent des migrants.

- Zone 3, de grande culture

Dans ce type de zone, l'offre d'Al Amana est en décalage avec la demande. Il s'agit d'un phénomène international : partout dans le monde, la microfinance répond très mal à la demande de prêt de campagne. En effet, alors que les montants des prêts sont inférieurs aux besoins des gros agriculteurs, les organismes rechignent à prendre le risque de prêter aux petits agriculteurs.

Les zones 1 et 3 ne semblent pas donc très favorables au développement des produits d'Al Amana.

Penchons-nous à présent sur le second niveau de diversité, le niveau local (un ou plusieurs douars). Nous verrons qu'il combine des facteurs économiques, sociaux, culturels et politiques.

3. Des facteurs micro-locaux de diversité : concurrence, appropriation, leadership, imitations et arrangements

Outre les facteurs agro-écologiques et économiques, une multiplicité de facteurs micro-locaux interviennent aussi à l'échelle d'un ou plusieurs douars, dont :

- l'intensité de la concurrence,
- la perception d'Al Amana et le rapport au politique et à l'autorité,
- la capacité des agents de crédit à établir des relations de proximité,
- les phénomènes d'imitation et d'apprentissage.

Ces différents facteurs sont en partie interdépendants. La position des agents de crédit, par exemple, participe fortement de l'intensité de la concurrence, qui ne s'exerce pas uniquement sur les caractéristiques techniques des services financiers, mais est en partie personnalisée et dépend de la capacité des agents à créer des relations de proximité avec les clients. Les agents de crédit jouent également un rôle évident dans la perception d'Al Amana : leur insertion sociale locale participe de la légitimation de l'organisme. En même temps, ces différents facteurs se combinent de manière très inégale et sont difficiles à hiérarchiser, si bien qu'au final le taux de participation est difficilement prévisible...

3.1. La concurrence

Al Amana n'est pas la seule institution financière présente en zones rurales. Il existe une certaine concurrence, plus ou moins forte selon les territoires. Dans certains lieux, le faible taux de participation est directement imputable à la concurrence.

3.1.1. Une forte concurrence du Crédit agricole dans les zones de grande culture

Dans les zones de grande culture, le Crédit agricole du Maroc (CA) exerce une concurrence directe en proposant des crédits agricoles (production végétale et élevage) aux exploitations de plus de 3 hectares (seuil minimal exigé par le CA) et disposant de titres de propriété. Créé en 1961, le CA se présente comme « la banque historique du monde agricole et rural marocain », grâce à des modalités de prêt adaptées aux contraintes du secteur. En effet, avec des modalités de remboursements correspondant au cycle agricole (remboursement en fin de saison), des montants plus importants (1 000 à 3 000 MAD/ha), un coût moindre (5 % annuel) et, spécialement pour la production de céréales, l'ajout d'une assurance sécheresse, le CA est bien

plus compétitif qu'Al Amana. Par ailleurs, en tant qu'institution semi-publique (société anonyme détenue à 51 % par l'État), la politique de crédit du CA répond à une mission d'intérêt général (en lien avec la politique marocaine dite du « Maroc vert »). Il existe par exemple des possibilités de « consolidation » (rééchelonnement de dettes) en cas de difficultés de remboursement. De plus, certains investissements (achat de matériel de type tracteur, motoculteur, système d'irrigation, etc.) sont partiellement subventionnés. On observe aussi un attachement social à l'institution : « Ici les gens sont nés avec le Crédit agricole » nous a dit un exploitant interviewé dans l'antenne LJ. Ce sont là autant d'éléments qui rendent l'offre du CA très compétitive. L'antenne LJ, par exemple, est caractérisée par une prédominance d'exploitations agricoles de tailles moyenne et grande, et l'essentiel des revenus locaux provient de l'agriculture. C'est ici que la demande observée est la plus faible car, non seulement les modalités de l'offre d'Al Amana ne sont pas adaptées (voir section 2.1.), mais la concurrence du Crédit agricole est également très forte. D'après le directeur de la caisse régionale, cette zone est pilote en matière de déboursement (ainsi que de

« consolidation », nous y reviendrons). Toutes les familles rencontrées sont clientes du Crédit agricole, principal facteur explicatif du faible succès d'Al Amana dans la zone, selon l'agent de crédit.

Il reste néanmoins un espace pour la concurrence (celle d'Al Amana ou d'autres organismes). Il s'agit d'un secteur très risqué, non seulement du fait des incertitudes qui pèsent sur la rentabilité des activités (liées aux accidents climatiques ou phytosanitaires), mais aussi en raison d'un lourd passif en matière d'impayés (comme c'est le cas dans toutes les agricultures du monde). Al Amana peut ainsi recevoir des demandes de la part des types d'exploitations suivants :

- les petites exploitations (moins de 3 ha) ;
- celles qui n'ont pas pu rééchelonner leurs dettes auprès du CA (et qui présentent donc un risque très important) ;
- celles qui ont besoin de petits montants de liquidités (par exemple pour démarrer un atelier d'embouche) ;
- celles qui n'ont pas de titre foncier ou, au sein d'une exploitation, les membres de la famille n'ayant pas de titres en leur nom propre. Il s'agit souvent des fils de l'exploitant, éventuellement de femmes (bien que, dans les zones étudiées, les femmes aient très peu de responsabilité financière, voir section 2.4.).

3.1.2. La concurrence des autres associations de microcrédit (AMC)

Pour les activités non agricoles, et dans les zones de montagne et périurbaine où la dépendance à l'agriculture est moindre, la concurrence directe vient d'autres AMC. Or, celle-ci est très inégale selon les territoires : quasi-inexistante dans l'antenne CV, elle est relativement forte dans les antennes AW et MG (avec la FBP Zakoura et la

fondation Ardi) et LJ (avec la fondation Ardi)⁶⁶.

Cette concurrence se manifeste à travers les caractéristiques théoriques de l'offre de crédit. Les différentes AMC rencontrées proposent une offre relativement similaire, avec néanmoins quelques variantes qui sont susceptibles de jouer sur la concurrence. Al Amana propose, par exemple, des montants légèrement plus importants que ceux de la FBP Zakoura, ses taux d'intérêt sont semble-t-il moindres et les remboursements, hebdomadaires, bimensuels ou mensuels, alors que ceux de la FBP Zakoura sont uniquement bimensuels. De plus, chez Al Amana, la clientèle est mixte tandis que la FBP Zakoura cible uniquement les femmes. Il semblerait que certains clients de la FBP Zakoura soient passés à Al Amana qu'ils considèrent plus « compétitive ».

Il est probable toutefois que peu de clients soient réellement en mesure de comparer les différentes options. On observe une confusion très fréquente entre les différentes AMC : nombre de clients nous ont ainsi parlé de la FBP Zakoura alors qu'il s'agissait d'Al Amana et réciproquement.

Il semblerait que la proximité avec l'AMC soit un facteur déterminant, compte tenu de l'importance accordée par les clients aux caractéristiques suivantes :

- la proximité de l'agence et/ou des lieux possibles de remboursements : les AMC n'étant pas toutes implantées au même endroit, la distance à parcourir pour les clients est un facteur important, surtout compte tenu de l'absence de flexibilité dans les dates, voire les horaires de remboursement ;
- la proximité avec l'agent de crédit (voir section 3.3.).

⁶⁶ Sur l'analyse de l'offre et de la concurrence en milieu urbain, voir PlaNet Finance (2006).

3.2. La perception d'Al Amana et du rapport à l'autorité

Nous avons deux hypothèses initiales sur cette thématique :

- la première concernait les modes de représentation et de perception d'Al Amana, et considérait qu'ils étaient susceptibles de varier, selon les territoires, et d'influencer la demande de crédit ;
- la seconde portait sur la perception des personnes à l'égard de l'État central marocain (le « Maghzen »). La notion de Maghzen joue un rôle fondamental dans la compréhension des structures sociales marocaines et dans la manière dont les personnes perçoivent leur environnement et les interventions extérieures, quelles qu'elles soient (Cherifi, 1988). Nous avons donc supposé que la nature du lien avec l'État central marocain (le Maghzen) pouvait jouer sur la perception d'Al Amana, puis

sur les comportements en matière de demande de microcrédit et de pratique de remboursement.

Nos observations de terrain montrent que ces deux hypothèses se combinent et contribuent, dans certains cas, à expliquer la diversité des taux de participation (et de remboursement). On observe, au sein de la clientèle Al Amana (et dans les zones étudiées), une très forte diversité de représentations et de perceptions concernant, d'une part, Al Amana et sa proximité au Maghzen et, d'autre part, le rapport au Maghzen lui-même. En bref, il existe une sorte de continuum allant d'une très forte crainte (qui, suivant un phénomène d'auto-exclusion, contribue à une faible demande financière) à un sentiment de très forte impunité (qui joue surtout sur les remboursements, mais peut également être à l'origine d'une forte demande).

Encadré 9. L'importance du Maghzen pour la compréhension des phénomènes sociaux au Maroc

La notion de Maghzen est fondamentale dans la compréhension des structures sociales et des représentations en milieu berbère et dans l'ensemble du Maroc (Cherifi, 1988). Historiquement, on opposait le *bilad el-Maghzen*, le pays soumis à l'autorité centrale, où l'impôt était levé et où les conflits et les razzias avaient cessé et le *bilad es-siba*, le pays de la dissidence (Guillen, 1970). La très récente « pacification » du pays, ou plutôt l'intégration de l'ensemble du territoire marocain sous l'égide des troupes coloniales françaises, date de la fin des années 1930 (Montagne, 1930). Cette intégration est inégale et certaines régions, dont le Rif, ont longtemps exprimé des revendications séparatistes, ou du moins manifesté leur hostilité à l'égard de l'État central. La notion de Maghzen n'est d'ailleurs pas propre au Maroc : elle se retrouve dans l'ensemble du Maghreb, jusqu'au sud (Martel, 1960).

Dans le langage courant et traditionnel marocain, le Maghzen correspond à l'autorité publique, c'est-à-dire à l'État et aux institutions régaliennes (police, guerre, administration, renseignement). Depuis l'indépendance et la construction de l'État moderne, l'institution traditionnelle du Maghzen persiste sous le nom de « Forces auxiliaires marocaines » et compte toujours sur ses agents, les *Mkhazni* (paramilitaires polyvalents). Le Maghzen incarne l'ordre jugé nécessaire, consolidé par un recours inconditionné à la violence (Tozy, 2008). Le roi, patron du Maghzen, ne se confond pas avec lui ; c'est son outil d'autorité. Le Maghzen est ainsi à la fois l'institution d'État qui *protège* et administre, mais aussi celle qui *sanctionne* (cet aspect policier est plus fortement marqué de nos jours). Aussi, de par sa double nature, le Maghzen - autorité protectrice et répressive - suscite auprès des individus, tout comme l'État, deux sentiments antagonistes simultanés : la confiance et la crainte.

Par ailleurs, au Maroc, l'histoire de l'établissement d'un État centralisé moderne est jalonnée de violences qui marquent fortement les régions progressivement intégrées. Le Maghzen est donc parfois connoté de manière très négative. Il symbolise aujourd'hui tous les aspects négatifs de l'État central et notamment la violence arbitraire, la corruption et une autorité despotique qui peut être crainte ou, au contraire, n'avoir aucune légitimité.

Enfin, et bien que la nation marocaine se revendique clairement d'une double appartenance, arabe et berbère, l'État central est le plus souvent considéré comme exogène par rapport aux communautés allogènes berbères.

De manière schématique, trois configurations existent. Elles dépendent à la fois de la perception d'Al Amana (est-ce une entité du Maghzen ou pas ?) et de la perception du Maghzen (est-ce une entité légitime ou pas ?), avec des conséquences directes sur la participation et l'incitation au remboursement.

3.2.1. L'identification d'Al Amana au Maghzen et la peur du Maghzen

Dans de très nombreux cas, Al Amana est purement et simplement identifiée au Maghzen. Elle est perçue comme un organisme de la capitale (Rabat) qui s'étend jusqu'aux villages de montagne et dont l'argent prêté provient soit de la caisse du roi, soit de la capitale, soit du gouvernement. Cette confusion revient de manière très fréquente dans les entretiens : « *L'argent d'Al Amana c'est selef du Maghzen*⁶⁷ ». « Selef du Maghzen » signifie ici une avance, un prêt du Maghzen. « *C'est de l'argent du Maghzen*⁶⁸ », entend-on souvent, de même que : « *Al Amana, c'est comme du Maghzen, un établissement public*⁶⁹ ».

Si l'identification entre Al Amana et le Maghzen exerce une forte pression au remboursement en raison de la gravité supposée d'un défaut de paiement, il est clair qu'elle joue aussi un rôle répulsif pour l'emprunt. Lorsqu'on interroge les gens sur la signification du terme « Maghzen », nombreux sont ceux qui mentionnent spontanément l'autorité qui punit le débiteur en cas de non-paiement de sa dette : « *Le Maghzen c'est le tribuna*⁷⁰ ». Il désigne également la sanction à laquelle le débiteur s'expose en cas de non-paiement : « *Le Maghzen c'est la prison*⁷¹ ». Comme nous explique un imam : « *On rembourse toujours ses dettes ici.*

*Sinon on a des problèmes avec le Maghzen, on risque la prison*⁷² ». De même, un agriculteur indique : « *Al Amana c'est l'argent du Maghzen, s'il ne paie pas on va le frapper avec des bâtons*⁷³ ». Une cliente qui connaît des arriérés de paiement nous dit : « *Tôt ou tard, je vais payer car c'est l'argent du Maghzen*⁷⁴ ».

Plusieurs clients d'Al Amana vont dans le même sens et affirment, l'un, « *Si c'est l'argent du Maghzen, on doit le payer. Si on ne paye pas, on va en prison*⁷⁵ », l'autre, « *Al Amana peut venir chez moi pour saisir tout objet qui a de la valeur pour se rembourser*⁷⁶ » et le dernier, « *Si je ne rembourse pas je vais au tribunal, en prison, il ne faut pas faire ça, il faut rembourser*⁷⁷ ». « *J'ai tout remboursé car j'ai peur du Maghzen*⁷⁸ » nous explique cet agriculteur (avec humour, il fait trembler sa main pour montrer à quel point il a peur). Quand la fin du mois approche, s'il n'a pas d'argent, il vend n'importe quoi, même les tapis de sa femme.

⁶⁷ Épouse d'un maçon/journalier agricole, cliente, douar de Mchaa Krim, zone 2, antenne AW.

⁶⁸ Non-client, douar de Bouljarouf, zone 2, antenne MG.

⁶⁹ Client, crédit solidaire, douar de Bouljarouf, zone 2, antenne MG.

⁷⁰ Épouse d'un maçon/journalier agricole, cliente, douar de Mchaa Krim, zone 2, antenne AW.

⁷¹ Épouse d'un maçon/journalier agricole, cliente, douar de Mchaa Krim, zone 2, antenne AW.

⁷² Imam, douar de Thrata, zone 2, antenne AW.

⁷³ Agriculteur, client, douar de Bouljarouf, zone 2, antenne MG.

⁷⁴ Épouse d'un maçon/journalier agricole, cliente, douar de Mchaa Krim, zone 2, antenne AW.

⁷⁵ Ouvrier agricole, père d'un client, douar de Thrata, zone 2, antenne AW.

⁷⁶ Épouse d'un salarié, non-cliente, douar de Thrata, zone 2, antenne AW.

⁷⁷ Maçon, client, douar de Tjatia, zone 2, antenne AW.

⁷⁸ Agriculteur-éleveur, non-client, douar d'Ouled Minoun, zone 3, antenne LJ.

Certains agents de crédit utilisent cette confusion (Al Amana est le Maghzen) pour faire peur aux clients. On peut citer les propos tenus, lors d'un échange téléphonique, par l'agent de crédit avec un client qui l'informait alors de sa difficulté à payer sa dette : « *C'est l'argent du Maghzen et on ne joue pas avec l'argent du Maghzen*⁷⁹ ». Dans une autre antenne, une cliente nous dit que l'agent brandit le même type de menace à ceux qui ne paient pas : « *Il nous dit : "si vous ne payez pas on va vous envoyer au Maghzen"*⁸⁰ ».

3.2.2. Quand le Maghzen n'est pas légitime

Le Maghzen inspire de la crainte mais il est aussi l'objet d'une contestation qui renouvelle l'opposition traditionnelle entre *bilad al-Maghzen* et *bilad es-siba*. Dans certains cas, c'est l'autorité de l'État qui est directement contestée : non seulement le Maghzen ne fait pas peur mais il est considéré comme illégitime. Dans ce cas, si c'est le Maghzen qui offre des crédits, il devient presque légitime de ne pas rembourser, et contracter des crédits semble être considéré comme un jeu ou un acte de défi.

Le non-remboursement est considéré comme une façon de se dédommager des abus commis par l'État. Cette attitude se double d'une critique acerbe de la corruption. Par exemple, dans certains douars du nord de l'antenne AW, proches de la zone du Rif et caractérisés par une forte participation et de forts taux d'impayés, les personnes interrogées font part de leur grande méfiance à l'égard de l'État. Elles mettent en avant l'importance de la corruption et des passe-droits et justifient ainsi à la fois leur sentiment d'extériorité vis-à-vis d'Al Amana et l'impunité des clients. Dans l'extrait d'entretien suivant, particulièrement illustratif, la personne explique clairement que les dettes sont hiérarchisées et que certaines sont légitimes et d'autres non :

« Toutes les autorités locales sont corrompues, demandent des bakchichs pour les actes d'état civil (50 MAD), ou pour résoudre les problèmes d'eau. Pour l'élection des représentants des paysans, il y a eu de la violence et une mafia qui a filtré les votants. La population n'a pas vraiment peur des autorités. Elles sont déconsidérées et n'ont pas beaucoup de légitimité. Ne pas rembourser auprès des

*autorités n'est pas un problème. Par contre, si on emprunte auprès de sa famille, il faut rembourser*⁸¹ ».

Un autre client explique également très clairement que le non-paiement d'une dette auprès d'Al Amana n'est pas vécu comme un vol et ne constitue donc aucun problème de conscience : « *C'est de l'argent du Maghzen mais comme c'est des voleurs, on le prend et on vole les voleurs*⁸² ». Dans un autre entretien, une personne explique que les gens ne paient pas car « *C'est l'argent de nulle part* », en référence au sentiment d'extériorité ressenti vis-à-vis d'Al Amana⁸³.

Dans certains douars de LJ, également caractérisés par une forte participation et de forts taux d'impayés, on retrouve ce sentiment d'impunité. Ainsi cet agriculteur, non-client, parle de ses voisins qui empruntent auprès d'Al Amana alors qu'ils n'en ont nullement besoin : « *Ils jouent avec l'argent* », nous dit-il⁸⁴. Il nous explique ensuite qu'il fait référence non seulement aux faibles montants des microcrédits par rapport aux besoins, mais aussi au fait qu'ils ne prennent guère au sérieux ce type de prêt. Un autre va plus loin et affirme : « *C'est l'argent des voleurs* », faisant référence au sentiment d'impunité des clients, qui empruntent avec l'idée délibérée de ne pas rembourser. Dans ce même douar, les autorités publiques ne sont guère considérées et sont d'emblée associées à la corruption : « *Moqqadem, caïd..., il n'y a que le fluz [l'argent] qui les intéresse. Tu leur donnes de l'argent, tu as ce que tu veux*⁸⁵ ».

⁷⁹ Agent de crédit, antenne MG.

⁸⁰ Brodeuse salariée à domicile, cliente, douar de Mchaa Krim, zone 2, antenne AW.

⁸¹ Agriculteur, client, douar de Tamrat, zone 3, antenne AW.

⁸² Agriculteur, client, douar de Tamrat, zone 3, antenne AW.

⁸³ Agriculteur, non-client, douar de Tamrat, zone 3, antenne AW.

⁸⁴ Gros agriculteur, non-client, douar de Sidi Bengalssen, zone 3, antenne LJ.

⁸⁵ Agriculteur-éleveur, client, douar de Sidi Bengalssen, zone 3, antenne LJ.

On observe donc des configurations différentes selon la nature du rapport à l'État. On peut craindre le Maghzen, mais on peut aussi le défier. Ceci joue très certainement sur la réticence à emprunter et sur la propension à rembourser : les populations de Tighdouine remboursent mieux mais empruntent moins, celles de Tamrat et Sidi Bengalssen remboursent mal et empruntent davantage.

3.2.3. « Al Amana, c'est du don »

Il est également fréquent que les crédits d'Al Amana soient associés à un don. En dépit des efforts multiples de communication d'Al Amana (les antennes placardent par exemple des affiches indiquant très clairement que les microcrédits ne sont pas un don et qu'il faut donc absolument les rembourser), la confusion est fréquente. Elle est parfois entretenue ou véhiculée par des leaders locaux (voir section 3.4.2.), et on peut aussi imaginer que certains clients entretiennent délibérément la confusion afin de justifier leurs propres retards.

Le simple fait qu'Al Amana ait un statut associatif tend à entretenir la confusion. Mais cette confusion peut aussi venir du fait que le don est une obligation pieuse de l'islam. L'invitation au don, à la générosité est récurrente. Transformer une créance en don est un acte particulièrement méritoire. Il est arrivé que le roi fasse don des créances du Crédit agricole dans les périodes de sécheresse. À la question « *Qu'est-ce que Zakoura ?* », un couple qui a du mal à distinguer Al Amana et la FBP Zakoura, répond : « *C'est une société où les gens mettent l'argent pour aider les autres via des crédits mais avec intérêts*⁸⁶ ». Dans d'autres entretiens, les personnes interrogées ont déclaré qu'Al Amana émanait de l'aide française et américaine. Ailleurs, les personnes pensent qu'il s'agit d'aide européenne ou japonaise... L'assimilation des prêts d'Al Amana à un don facilite donc la participation, mais n'encourage pas au remboursement. Un monsieur ayant perdu son emploi suite aux inondations, en arriéré de paiement, considère ainsi qu'« *il y en a plein qui ne paient pas, ils pensent que c'est l'argent du roi. Pourquoi payer ?*⁸⁷ ».

3.2.4. Quels facteurs explicatifs ?

D'où vient cette diversité, à la fois dans les systèmes de représentation d'Al Amana et du Maghzen ? Répondre à cette question dépasse de loin l'ambition de ce rapport, mais on peut néanmoins proposer trois types d'hypothèses explicatives. La première relève de facteurs strictement individuels : plus les familles sont vulnérables, plus elles ont une aversion au risque. Il est fort probable que les attitudes de crainte et les phénomènes d'auto-exclusion qui en résultent soient plus marqués pour les familles les plus vulnérables économiquement et socialement. C'est d'ailleurs dans l'antenne CV, marginalisée économiquement et socialement, que le microcrédit suscite le plus d'appréhension et d'anxiété.

Au-delà des particularités individuelles, nous avons observé une certaine homogénéité dans les discours des populations sur un territoire donné. Le contraste était très frappant entre, d'une part, les douars de Sidi Bengalssen (antenne de LJ) et de Tamrat (au nord de l'antenne AW), caractérisés par un sentiment d'impunité et une attitude de défi et, d'autre part, les douars de Timzguida, Takaya et Izrafen (antenne CV), caractérisés au contraire par une forte crainte à l'égard du Maghzen.

Nous avons également constaté que les agents de crédit véhiculent différemment l'information. Certains, nous l'avons vu, n'hésitent pas à utiliser l'argument « Maghzen » car ils savent qu'il est efficace pour inciter à rembourser. Mais cela n'est pas systématique. Un agent nous a expliqué que, dans les lieux où les populations ont tendance à assimiler Al Amana à une aide extérieure, une large partie de son discours de sensibilisation vise à lever cette confusion et à convaincre les populations qu'il ne s'agit pas de don mais bel et bien de crédit. Les agents adaptent en fait leur discours aux réalités et aux sensibilités locales et leur insertion sociale locale joue un rôle central. On observe également des phénomènes de leadership local et d'entraînement, liés

⁸⁶ Maçon/ouvrier agricole, femme sans emploi, clients, douar de Mchaa Krim, zone 2, antenne AW.

⁸⁷ Sans emploi, client, douar de Mchaa Krim, zone 2, antenne AW.

aux enjeux politiques des projets de microfinance. Enfin, on constate aussi des effets de « structure », liés aux normes sociales construites historiquement sur un territoire donné, éventuellement par une communauté donnée. Nous approfondissons la question du rôle de l'agent de crédit et des effets d'imitations aux sections 3.3. et 3.4. Voyons à présent celle des normes sociales et de la mémoire collective.

Dans les douars étudiés, nous avons observé trois types de facteurs :

- l'intensité de la corruption et des activités illégales : c'est le cas par exemple des douars situés à proximité de la zone du Rif, lieu de production de cannabis et de trafics illégaux en tout genre ;
- l'historique des politiques de crédit : les expériences d'annulation de dette participent à la création de « cultures locales » légitimant les impayés. Ce phénomène s'observe dans un grand nombre de pays, suite à des politiques publiques populistes ou des projets de développement peu soucieux de pérennité financière. En Inde, par exemple, le terme anglophone « *loan* » est réservé aux prêts publics et sous-entend qu'il n'y a pas d'obligation de rembourser (Guérin *et al.*, 2009). Dans de tels contextes, des efforts spécifiques de sensibilisation sont nécessaires lorsqu'on cherche à mettre en place une offre pérenne de crédit (Gentil et Fournier, 1993). Dans l'antenne LJ, l'agent de crédit évoque des zones « rouges » réputées pour leur non-paiement de toute forme de programme d'aide. Il évoque à titre d'exemple le programme d'énergie solaire, auquel les familles ont adhéré en masse mais qu'elles ont toujours refusé de payer. « *Elles ont toujours refusé de payer 65 MAD de traite par mois, comment voulez-vous qu'elles acceptent de payer du microcrédit* », nous dit-il. Il évoque aussi les effets pervers des politiques laxistes du Crédit agricole, qui donnent le « *mauvais exemple* ». Le directeur de la caisse régionale de Crédit agricole nous confirme que cette caisse est leader à la fois en matière de décaissement et de consolidation (rééchelonnement) ;

- l'appartenance communautaire : les douars des alentours de Marrakech sont à dominante berbérophone ; or, de nombreux travaux ont montré que certaines communautés berbères, en particulier celles du Sud, ont toujours manifesté une distance à l'égard du Maghzen. Le sentiment de grande crainte observé dans l'antenne CV, composé à grande majorité de Berbères non arabisés, illustre peut-être ce phénomène. L'antenne MG, située à 200 kilomètres à l'est, est également à dominante berbérophone, mais il s'agit de Berbères arabisés. Le poids de l'appartenance communautaire peut également s'observer à l'échelle micro-locale, comme par exemple dans le douar de Thrâte, situé à quelques kilomètres de Fez (antenne de Moulay Yacoub).

Le douar de Thrâte est composé uniquement de Berbères rifains, installés en terre arabe depuis l'indépendance. On y sent une très forte cohésion sociale. Il est très difficile pour un étranger de pénétrer le village, et tous nos entretiens ont eu lieu à l'entrée. Il semble également impossible d'être autorisé à pénétrer chez les familles, qui ont conservé leur langue et sont très attachées à leurs traditions. L'imam, arabe, a beaucoup de mal à s'intégrer. Tous les conflits sont réglés en interne. Les familles vivent dans une certaine insécurité car elles ne sont pas propriétaires des terres, mais la plupart reçoivent des revenus d'un emploi salarié (exercé la plupart du temps à Fez) et de la migration (y compris internationale). Aucun agent de crédit n'est venu dans le douar, qui semble très isolé de toute forme d'intervention extérieure, alors qu'il n'est situé qu'à quelques kilomètres de Fez. Ce sont les habitants qui ont entendu parler d'Al Amana et sont allés à l'agence. Ce douar se caractérise à la fois par une forte participation et de très bons taux de remboursement. Lors des discussions, la question du non-remboursement est présentée comme un acte impensable, en contradiction complète avec les valeurs du groupe.

À quelques kilomètres de là, le douar de Mchaa Krim ressemble à un bidonville et regroupe des familles d'origines très diverses. D'après les anciens que nous avons interrogés, ce douar a été créé dans les années 1940 pour accueillir des familles rurales qui cherchaient à fuir la sécheresse. Aujourd'hui, on y compte environ 200 familles :

les anciennes sont là depuis deux générations, d'autres sont arrivées très récemment, en provenance de régions très diverses du Maroc. La participation est forte mais les taux d'impayés sont également très importants, et les mauvais payeurs ne semblent pas particulièrement critiqués par leur entourage.

3.3. Les agents de crédit

Un certain nombre de travaux récents ont mis en lumière le rôle important des agents de crédit dans le ciblage des clients et dans la qualité des relations établies avec eux. Certains travaux, basés sur des analyses quantitatives, mettent en évidence des phénomènes de discrimination⁸⁸. Deux formes de discrimination peuvent être distinguées : une discrimination « active », qui conduit au rejet systématique des dossiers d'une catégorie de clients potentiels (exemple des biais en défaveur des femmes observés par Agier et Szafarz, 2010) et une discrimination « passive », qui se traduit par un effort moindre de toucher certaines catégories de la population, moins accessibles, dont les dossiers sont plus difficiles à évaluer, etc.

D'autres travaux, à caractère qualitatif, ont analysé la nature et la complexité des relations construites entre les agents de crédit et les clients, et le rôle central que les agents jouent dans la construction d'une relation de confiance avec les clients⁸⁹. Ces travaux ont également montré l'ambiguïté de la position des agents : ils sont supposés défendre à la fois les intérêts de l'institution, ceux des clients (dont ils ont besoin d'obtenir la confiance) et leurs propres intérêts. Les conséquences des contraintes croissantes de rentabilité financière ont également été mises en évidence : assignés à des objectifs de portefeuille qui ne cessent de croître, les agents ont parfois de plus en plus de mal à assumer ce rôle de proximité (Ahmad, 2003).

Nos observations confirment le rôle central des agents de crédit, à plusieurs égards.

3.3.1. Une capacité inégale à construire des relations de proximité avec les clients

Lors de nos entretiens, nous avons noté de très fortes différences dans la connaissance fine des dossiers des clients. Dans un cas, il a fallu plus d'une heure à un agent de crédit pour retrouver les dossiers des clients d'un douar que nous voulions analyser. Dans un autre cas, l'agent de crédit pouvait nommer et décrire de mémoire presque chacun de ses clients.

Divers travaux ont bien montré que les relations financières, loin de se résumer uniquement à des relations contractuelles et marchandes, supposent de la proximité et de la confiance (Servet, 1995). *A fortiori* dans un contexte où la propension à s'endetter est faible (voir section 1.1.1.), on peut supposer que les clients potentiels ont d'autant plus besoin de confiance et de proximité pour souscrire un crédit.

Comment ensuite expliquer la capacité inégale des agents à construire de la confiance et de la proximité ? Leur insertion dans le tissu social local est probablement un élément déterminant, ainsi que le degré d'enclavement des villages.

3.3.2. L'insertion dans le tissu social local

L'insertion des agents est grandement facilitée s'ils sont originaires de la zone. On peut supposer qu'entrent en jeu également l'insertion de leur propre famille ou belle-famille, l'étendue de leurs réseaux en dehors de leur douar de

⁸⁸ Voir par exemple Aubert *et al.* (2009), Labie *et al.* (2010), Agier et Szafarz (2010).

⁸⁹ Voir par exemple Ahmad (2003), Goetz (2001), Guérin et Kumar (2007), Guérin (1999).

naissance et leur intérêt personnel pour leur région d'origine⁹⁰. Cette insertion joue un rôle central dans la capacité des agents à comprendre les problématiques locales (activités économiques, sources de revenu des habitants), à identifier les clients potentiels et à apprécier la fiabilité des discours des clients potentiels et leur « moralité », pour éviter ceux qui ont mauvaise réputation. Elle leur permet également de repérer les autorités morales susceptibles de jouer un rôle incitatif, et capables de convaincre les gens de s'endetter ou de les inciter à rembourser en cas de retard. L'idéal étant de bien connaître les différentes sources de revenu de la famille et d'y faire référence, en particulier les revenus de la migration et ceux des enfants. Lorsqu'ils ne connaissent pas personnellement les clients, les agents peuvent demander conseil à leurs proches, à des voisins ou à des leaders locaux.

D'après l'agent de crédit de l'antenne de Moulay Yacoub, l'élément principal expliquant la disparité de demande financière entre les douars de l'antenne est lié à l'attachement des populations de certains douars à l'agent de crédit de la FBP Zakoura. En théorie, nombre de clients potentiels préfèrent les modalités proposées par Al Amana (remboursement mensuel et non bihebdomadaire, ciblage mixte et non uniquement féminin, montants légèrement supérieurs), en pratique, toutefois, les relations nouées avec l'agent de crédit semblent déterminantes :

« Dans une large partie de la zone Sud, l'institution de microfinance Zakoura a un agent de crédit originaire d'un douar, et elle est mariée avec un homme du douar. Ça joue beaucoup dans la concurrence, elle connaît les gens, elle sait comment les sélectionner, elle connaît les arguments à utiliser pour les faire rembourser, les biens qu'ils possèdent. Les femmes le disent : on aime l'agent de crédit, on préfère rester avec elle⁹¹ ».

Dans le nord de l'antenne AW, la position d'extériorité de l'agent de crédit participe aussi au sentiment d'impunité décrit précédemment :

« Certains n'ont pas remboursé car c'était des jeunes. Ils ont

pris un crédit de 5 000 MAD. Ils ont acheté du vin et sont partis travailler à Ktama à 100 km (dans la zone de production du cannabis). Ils ont tout bu. Ce ne sont pas des gens sérieux. Les gens d'Al Amana ne sont pas de ce douar, ils ne connaissent pas les gens à qui ils prêtent⁹² ».

Notons qu'une excellente proximité entre l'agent et les clients n'est pas une condition suffisante à une forte participation : lorsque les modalités de crédit d'Al Amana sont trop éloignées de la demande ou que celle-ci est inexistante, même une très forte proximité entre l'agent et les clients potentiels ne peut suffire à garantir la participation. On peut citer ici l'exemple des antennes LJ et CV.

Dans l'antenne LJ, l'agent semble très bien inséré dans le tissu socioéconomique local. Il a une très bonne connaissance des réalités socioéconomiques locales, du fonctionnement des exploitations agricoles et de leur évolution au cours du temps. Il connaît personnellement la plupart des familles et leurs jeux de pouvoir au sein des douars, et sait qui sont les « grandes » familles et les « chefs » locaux. Son père, qui est un gros exploitant agricole, semble très bien inséré. Lorsque l'agent a un doute sur le sérieux d'une famille, il questionne son père. Toutefois, cela ne règle en rien l'inadéquation des services Al Amana aux besoins locaux, qui sont principalement de nature agricole.

L'agent de l'antenne CV, qui est originaire de la zone, connaît personnellement tous ses clients et peut citer de mémoire le nombre de clients de chaque douar. Il est également capable de parler des dossiers, dont il a une très bonne connaissance. Cependant, cela ne suffit pas à compenser l'absence de dynamisme local et la réticence des populations face à l'emprunt et aux risques de non-remboursement.

Le parcours et les motivations des agents sont très variés. La

⁹⁰ Nous avons fait l'hypothèse que le ciblage des clients pouvait être facilité par les liens familiaux et tribaux entre agents et clients. Cela ne semble pas être le cas.

⁹¹ Agent de crédit, antenne AW.

⁹² Agriculteur, client, douar de Tamrat, zone 3, antenne AW.

politique de recrutement d'Al Amana impose un niveau minimal d'éducation, et tous ceux que nous avons rencontrés ont fait des études supérieures et sont diplômés de l'université ou d'écoles privées. Certains semblent être là par vocation, d'autres sont attirés surtout par la sécurité de l'emploi et la protection sociale, tandis que d'autres sont là faute d'alternative... Les conditions de travail varient aussi probablement en fonction des antennes, avec notamment des objectifs plus ou moins faciles à atteindre. Cette diversité de motivations et de conditions de travail joue probablement un rôle dans leur capacité à construire des relations de proximité avec les clients.

3.3.3. L'enclavement des villages

L'insertion sociale des agents est d'autant plus importante qu'ils n'ont guère le temps de se déplacer dans les villages, *a fortiori* dans les lieux enclavés. La discrimination

« passive », décrite dans la littérature sur les agents de crédit, joue sans aucun doute ici. Certains douars ne sont accessibles qu'à dos d'âne ou en 4x4, d'autres ont été inaccessibles plusieurs mois au cours des deux dernières années du fait des inondations. Le budget prévu pour les déplacements des agents sur le terrain est relativement faible (500 MAD/mois), au regard de la superficie couverte par chaque agent⁹³. La plupart des interactions entre agents et clients ont lieu le jour du souk, ce qui permet de contourner en partie le problème, mais on peut quand même supposer que les visites à domicile (qui font partie de la procédure officielle lors de l'octroi du premier prêt) jouent un rôle central dans la construction ou le renforcement des relations de confiance avec les clients.

3.4. Imitations et apprentissages

La participation est aussi en partie liée à des phénomènes d'imitation : l'adhésion des uns encourage l'adhésion des autres, par simple mimétisme. On observe deux types de mécanismes ici : des phénomènes d'imitation entre pairs, et des phénomènes d'imitation et d'encouragement suscités par des leaders locaux.

3.4.1. Phénomènes d'imitations entre pairs

Une cliente nous explique qu'elle a pris un microcrédit uniquement par imitation : « *On a vu les autres qui ont emprunté donc on a fait comme eux*⁹⁴ ». Inversement, la réticence ou l'échec des uns suscite la réticence des autres : plusieurs non-clients expliquent clairement qu'ils ne veulent pas de crédit car ils ont entendu parler de gens qui avaient eu du mal à rembourser.

C'est le cas d'une dame qui vit d'agriculture, d'élevage et de revenus de la migration : elle connaît Al Amana mais n'est pas cliente car elle ne dispose pas d'un salaire fixe pour rembourser chaque mois. Elle a entendu parler de

« *mauvaises expériences* » arrivées à des personnes dans l'incapacité de rembourser et obligées de souscrire un nouveau crédit pour rembourser Al Amana⁹⁵.

Il s'agit là de phénomènes difficiles à percevoir pour un observateur extérieur, *a fortiori* dans un temps d'enquête aussi court. À l'instar des deux précédents exemples, certaines personnes évoquent spontanément le rôle du mimétisme, mais il est probable que la plupart n'en aient pas directement conscience. On peut donc supposer que ces processus d'imitation vont bien au-delà de ce que nous avons observé. Dès lors que l'on considère les individus comme des êtres socialisés, qui agissent et réfléchissent en fonction de leurs intérêts personnels, certes, mais dont la construction des intérêts et des préférences résulte d'un

⁹³ Notons toutefois que, dans les zones de traitement, les agents de crédit ont eu des financements supplémentaires pour organiser des réunions de sensibilisation et faire du démarchage à domicile.

⁹⁴ Épouse du chef du ménage, client, douar d'Izrafen, zone 1, antenne CV.

⁹⁵ Agricultrice et éleveuse, reçoit des revenus de la migration, non-cliente, douar de Timzguidane, zone 1, antenne CV.

processus social et d'interactions permanentes avec leur environnement, alors le mimétisme peut être considéré comme un comportement rationnel. Dans un contexte où la propension à s'endetter est relativement faible et où la légitimité du microcrédit et d'Al Amana est loin d'aller de soi, le mimétisme est d'autant plus rationnel. Dans ce cas, c'est l'adhésion d'un certain nombre de personnes au microcrédit qui lui permet de devenir légitime. Le travail réalisé par Nino-Zarazua et Copestake (2008) dans une zone à bas revenus de la ville de Mexico insiste sur les déterminants cognitifs et leur dimension sociale dans l'usage des différents services financiers : bien au-delà de variables socioéconomiques (genre, emploi, propriété, etc.), il montre que l'expérience et le contact avec d'autres jouent un rôle central dans l'accès à l'information sur les différents services financiers, le traitement de cette information mais aussi la confiance envers ces différents services. Le mimétisme joue aussi probablement beaucoup dans les comportements de consommation, domaine par excellence des comportements d'imitation : une part significative des microcrédits, nous l'avons vu, est en effet destinée à la rénovation de l'habitat.

Enfin, les effets d'imitation jouent un rôle déterminant en matière de non-remboursement ; c'est l'effet domino observé dans de nombreux contextes (Paxton, 1996). Les agents de crédit insistent beaucoup sur ce point : dès que les clients entendent parler d'un non-remboursement, ils se disent « pourquoi pas moi ? ». Dans l'antenne d'AW, lors d'une discussion avec l'agent de crédit sur les problèmes de remboursement, elle évoque un phénomène bien connu : certains clients assimilent Al Amana au Maghzen, le craignent et remboursent bien, tandis que d'autres, en revanche, n'ont pas cette conception. Ce n'est pas une question d'éducation, dit-elle, mais d'information et d'expérience car : « *Ils ont vu l'expérience de gens qui ne paient pas* ».

Deux autres facteurs, relatifs aux procédures, facilitent les processus d'imitation :

- les séances de sensibilisation collective effectuées par les agents de crédit. L'imitation a d'autant plus de chances d'intervenir lorsque l'information est transmise à un groupe. À Madagascar, des pics d'adhésion consécutifs aux séances d'animation et d'information sur le microcrédit ont été observés (Wampfler *et al.*, 2004), suivis d'un taux de désengagement plus important parmi les adhésions « animation » que parmi les adhésions « au fil de l'eau ». Ici, nombre d'interviewés nous ont dit avoir adhéré au microcrédit suite à une réunion de sensibilisation ;
- l'exigence de création de groupes de crédit solidaire. Nous avons vu que l'offre reste à prédominance collective et que, bien souvent, les clients n'ont pas le choix : s'ils veulent être éligibles, ils doivent constituer un groupe. Il est ainsi fréquent qu'une ou deux personnes intéressées par le microcrédit démarchent leurs pairs ; certains finissent par se laisser convaincre, d'autres ne font que servir de prête-noms⁹⁶.

3.4.2. Leadership local et effets d'entraînement

Comme tout projet de développement, les dispositifs de microfinance peuvent être considérés comme de véritables « arènes » politiques locales, où s'affrontent les intérêts des différents groupes sociaux (Olivier de Sardan, 1995). Au-delà des bénéficiaires directs, d'autres acteurs peuvent se saisir de ces projets pour préserver ou acquérir un pouvoir. Concernant le microcrédit, plusieurs études ont montré comment des leaderships locaux pouvaient faciliter ou, au contraire, freiner son implantation locale.

⁹⁶ L'usage de prête-noms n'est pas une exception. Voir, par exemple, Coleman (2006).

Encadré 10. Le rôle des leaderships locaux dans l'implantation locale de la microfinance

En Orissa, dans le Nord de l'Inde, l'adossement aux réseaux de patronage locaux a largement facilité l'implantation d'un projet de développement phare de la coopération britannique, dont une composante microcrédit (Mosse, 2005). En Inde également, les défauts de remboursement et les nombreux abandons (*drop out*) observés parmi les clients musulmans de certains villages d'Andhra Pradesh semblent liés aux injonctions de leaders musulmans locaux. Derrière l'argument religieux, il semblerait que ce soit surtout la remise en question du monopole exercé par les employeurs locaux en matière de crédit qui explique la réaction des groupes musulmans (Gopinath, 2009). Au Sénégal, dans les années 1990, l'inégale implantation territoriale d'un programme de microcrédit du Crédit mutuel destiné à des femmes était en partie liée à la personnalisation du projet à travers des personnes « clefs » (fonctionnaires ruraux, élus, leaders politiques locaux, hommes ou femmes), qui ont joué un véritable rôle d'entraînement, soit du fait de leur disponibilité et de leur proximité, soit du fait de leur charisme (Guérin, 1999).

Bien que la durée de notre enquête ait été beaucoup trop courte pour saisir toute la complexité des jeux sociopolitiques locaux, quelques exemples rapportés par les agents de crédit semblent bel et bien pointer le rôle de certains leaders locaux, avec des conséquences évidentes en matière de participation et de remboursement.

Dans l'antenne LJ, nous avons enquêté dans deux douars situés côte à côte, présentant des caractéristiques socioéconomiques très similaires (moyennes et grosses exploitations agricoles, dépendance à l'égard de la migration, fort attachement au Crédit agricole). En dépit des séances de sensibilisation et des multiples visites de l'agent de crédit, le premier douar (zone de traitement) n'a qu'un seul client. Le douar voisin en a une douzaine. Tant les interviews des clients que les propos de l'agent de crédit confirment l'importance centrale d'un leader local dans la forte participation et le taux élevé de non-paiement de ce douar. Le leader est le premier à avoir emprunté et les autres ont suivi, dans la mesure où ils savaient d'emblée qu'il serait possible de ne pas payer. Considéré comme le « chef » du douar, il a très mauvaise réputation mais a de l'influence. L'agent de crédit nous donne son point de vue :

« Il ne veut pas payer et dit qu'il est prêt à aller au tribunal, il a signé un papier pour Al Amana disant qu'il refusait de rembourser et qu'il était prêt à aller en prison. C'est le second

crédit qu'il refuse de payer. Il est producteur d'alcool local [activité illégale], il est habitué à la prison, il a déjà été en prison pour ça. C'est l'autre agent de crédit qui lui avait donné le crédit ; mais les autres [habitants] avaient déjà intériorisé le fait qu'ils n'allaient pas payer. Ils sont en concertation ; quand ils sont allés voir l'agent pour dire qu'ils ne paieraient pas, c'était lui le porte-parole du groupe ».

Dans la même antenne, un douar entier a décidé de ne plus payer, suite aux injonctions d'un homme politique local qui a décrété qu'il s'agissait d'argent étranger et que ce n'était donc pas la peine de payer. L'agent de crédit nous explique que, non seulement sa marge de manœuvre est très limitée compte tenu de l'influence et du pouvoir local de cet homme, ancien ministre, mais qu'en plus l'information circule et incite des clients potentiels à demander un crédit, puisqu'ils pensent qu'il est possible de ne pas le rembourser.

Dans l'antenne AW, l'agent de crédit nous dit qu'elle sollicite elle-même des personnes qui ont une « autorité morale » afin qu'ils interviennent pour inciter les mauvais payeurs à rembourser, « *par exemple le moqqadem ou un membre de la famille qui paie bien* ».

Les caractéristiques sociales des zones rurales en font un monde à part, qui accueille de manière très spécifique l'institution de crédit. La faible densité de la population, mais

aussi la permanence de la présence de cette population font qu'une telle institution, de même que ses clients, sont mis sous observation.

Le microcrédit est un phénomène « exogène » qui bouscule les habitudes.

Le recrutement d'un « enfant » du pays est un bon moyen de réduire cette distance à l'IMF, mais elle n'est pas suffisante. L'insertion et la légitimation de l'agence de crédit dans la société locale exigent du temps et doivent être intégrés dans la stratégie de l'institution. Celle-ci, comme on l'a vu, peut être assimilée au Maghzen ou au contraire à l'étranger lointain. Dans certains pays, les IMF mutualistes sont considérées comme des entités appartenant aux populations locales. Cependant, dans de nombreux cas, elles deviennent au fil du temps la « propriété » d'une élite locale. Dans le cas

d'Al Amana, c'est le processus inverse qu'il faut viser, en construisant l'image d'une institution extérieure qui apporte du développement local. L'exercice est difficile, notamment du fait de l'existence d'autres institutions en apparence concurrentes, qui peuvent jouer les unes contre les autres alors qu'une complémentarité serait possible (par exemple avec le Crédit agricole). Les leaders qui tentent de s'approprier l'outil sans se soucier de sa pérennité peuvent aussi totalement ruiner les efforts d'intégration de l'institution dans le tissu local.

Par conséquent, si les agents de crédit sont bien la clé de voûte de cette appropriation progressive de l'institution par le milieu local, ce sont les clients qui, par l'exemple, montreront que ce développement est possible.

Conclusion

Diverses propositions ont déjà été faites à l'issue de chaque partie. Nous les résumons et présentons, pour finir, des suggestions en matière de recherche ultérieure et plus précisément d'articulation avec le travail quantitatif de l'équipe du J-PAL.

Il va de soi que toutes ces propositions sont coûteuses et certaines sembleront probablement difficilement compatibles avec les exigences de gestion financière d'Al Amana. Il nous semble néanmoins que, dans une perspective de pérennisation de long terme, celles-ci méritent d'être étudiées et discutées.

Régionaliser l'offre et identifier les marchés émergents

Actuellement, la politique d'octroi de crédit d'Al Amana est officiellement concentrée sur le soutien au développement d'activités économiques, en particulier l'auto-emploi local non agricole. Or, nous avons vu que le développement de ce type d'activités ne concerne qu'une proportion limitée de personnes et que la plupart des familles privilégient des formes de salariat, même précaires, pour diversifier leurs sources de revenus.

Cette population, qui a besoin de crédit, reste tributaire du marché local. C'est donc en développant le marché local que l'auto-emploi pourra se développer. Ainsi, par exemple, les artisans (maçon, peintre, menuisier, etc.) dépendent de la demande locale en matière de construction, en particulier pour l'habitat. Dans le secteur de l'élevage, les crédits peuvent apporter l'appoint nécessaire à la reconstitution rapide d'une épargne sur pied ou au développement d'une activité d'embouche ovine.

Le développement des crédits doit donc être régionalisé, en s'appuyant sur une analyse des secteurs dotés d'un réel potentiel de développement et en identifiant les métiers et les services nécessaires à leur expansion. Le soutien

d'Al Amana pourrait aller en priorité à ceux qui évoluent déjà dans ces métiers et services. Nous proposons une régionalisation de l'offre sur la base d'une analyse prospective des marchés émergents :

- dans les zones de grande culture, le potentiel semble très limité dans la mesure où il s'agit d'une demande agricole classique ;
- dans les zones montagneuses, le potentiel est limité mais il existe, tout en étant concentré sur la création ou le maintien du cheptel épargne et sur la consommation, en particulier sur l'habitat.
- c'est dans les zones périurbaines que le potentiel est le plus important, avec à la fois une demande de consommation et un potentiel pour des activités locales d'auto-emploi.

Notre étude n'ayant aucune prétention à l'exhaustivité, elle doit être complétée par une analyse plus large des diversités régionales et des secteurs à potentiel (tourisme et artisanat, maraîchage, etc.).

Diversifier les services de crédit

• Un crédit à la consommation sous surveillance

Une part significative des crédits est affectée à la consommation. Plutôt que de l'interdire, il faudrait mieux l'accompagner avec des mesures appropriées. Non seulement la demande est forte, mais le crédit à la consommation peut être un moteur à la création de nouvelles activités localement. La construction d'une chambre, l'amélioration du logement, l'achat de produits de consommation courante peuvent être créateurs d'emploi. Il convient en revanche de s'assurer des possibilités de remboursement des clients afin d'éviter les risques de surendettement, par exemple en adossant ce type de crédit à des garanties matérielles (troupeau) ou à l'activité salariée d'un migrant de la famille. Les risques de surendettement sont pour l'instant limités dans la mesure où la population, de manière générale, manifeste une faible propension à

l'endettement. Mais les comportements peuvent évoluer rapidement et on peut craindre que les contraintes de portefeuille des agents de crédit les incitent à une certaine forme d'agressivité commerciale peu soucieuse du bien-être des clients (même si cela ne semble pas être le cas aujourd'hui).

• Productions agricoles au cycle court

Compte tenu de la présence du Crédit agricole, il n'est pas souhaitable qu'Al Amana se positionne sur des crédits de campagne classique. En revanche, il y a probablement un potentiel à explorer sur certaines productions agricoles peu risquées et à cycle court, comme l'embouche ou certaines formes de maraîchage menées sur de petites exploitations. Il faudrait ici s'inspirer d'innovations expérimentées dans d'autres pays (crédit stockage, crédit embouche, etc.).

Diversifier la clientèle en favorisant les femmes et les jeunes

Nos observations indiquent qu'il existe un potentiel inexploité - différencié selon les zones - concernant les femmes et les jeunes. Une première étape consisterait à mieux connaître la clientèle d'Al Amana en l'analysant en fonction du genre et

de l'âge. Une seconde étape permettrait d'identifier les spécificités de leur demande ainsi que la nature de la concurrence (certaines AMC ciblent spécifiquement les femmes par exemple) afin d'élaborer une offre adaptée.

Élaborer la stratégie d'insertion sociale d'Al Amana

Nos observations mettent en évidence l'importance centrale de l'insertion sociale d'Al Amana dans les territoires locaux. Cette insertion, qui joue à la fois sur la participation et sur les remboursements, découle d'un processus complexe qui dépend à la fois du positionnement de l'agent de crédit et de

spécificités locales (normes sociales, histoire des politiques de crédit, leadership, etc.). Plutôt que de miser sur une insertion spontanée d'Al Amana, nous suggérons d'intégrer la question de son insertion sociale au centre de la stratégie de développement de l'institution en zones rurales.

Identifier les zones à risque

L'étude a mis en évidence le fait que, dans certains lieux, le sentiment d'impunité (qui se combine au phénomène d'imitation) peut créer un climat incitant au non-remboursement généralisé. Avec l'appui des agents de crédit, ces zones doivent être identifiées ; Al Amana pourra

ensuite décider soit de les exclure, soit de mener d'importantes opérations de sensibilisation. Compte tenu de l'ampleur des phénomènes de non-paiement, cette identification est primordiale.

Quelle demande pour l'épargne ?

Dans la mesure où Al Amana s'interroge sur la transformation de son statut en vue de mobiliser aussi l'épargne, il est opportun de s'interroger sur le potentiel de mobilisation de l'épargne. Cette étude, qui ne portait pas sur cette question, permet néanmoins d'y apporter quelques éclairages. Elle met notamment en évidence l'importance de

l'épargne en nature, qui présente aujourd'hui un certain nombre d'avantages. Par conséquent, toute tentative d'offre de services d'épargne doit absolument s'interroger sur la complémentarité et les avantages comparatifs de services d'épargne monétaire.

Propositions en matière de recherche et d'articulation qualitatif / quantitatif (J-PAL)

• L'articulation qualitatif / quantitatif

Par-delà le travail qualitatif, dont l'objectif était de mieux comprendre les ressorts de la participation des ménages vivant en milieu rural marocain, le projet de l'Agence Française de Développement était d'impulser une réflexion méthodologique visant à combiner des outils quantitatifs et qualitatifs de collecte et d'analyse des données.

Parallèlement, à travers le projet RUME, dans lequel cette étude « Maroc » s'inscrit, l'équipe de l'IRD-CIRAD est clairement positionnée sur ce couplage et souhaite articuler au mieux les résultats qualitatifs avec des analyses quantitatives, en particulier les données de l'étude d'impact du J-PAL.

La démarche de ce travail de recherche se distingue de la

dynamique mise en place dès le démarrage du projet dans les trois pays du projet RUME (Inde, Madagascar et Mexique) : dans ces trois pays, l'approche qualitative a été adoptée dès le départ, pas uniquement dans le but de mener des analyses complémentaires du même objet de recherche, mais aussi dans celui de co-construire un cadre d'analyse commun (voir encadré 11). L'étude « Analyse des déterminants de la demande de services financiers dans le Maroc rural », quant à elle, intervient à l'issue de l'évaluation quantitative et sur une question qui ne correspondait pas à l'objectif initial, mais qui s'est imposée au cours de la réalisation de l'étude d'impact.

C'est dans ce contexte que nous tentons de formuler quelques propositions pour permettre l'articulation de cette étude avec une base de données élaborée en amont du travail qualitatif.

Encadré 11. Construire un outil de collecte de données à partir d'un travail qualitatif

Telle que mise en œuvre dans les trois pays du projet RUME, la construction d'un objet de recherche commun et d'une méthode commune visait les objectifs suivants :

- dans un premier temps, en prenant appui sur l'anthropologie, repérer les catégories « indigènes » de perception de la réalité et adopter une approche inductive ; celle-ci vise à redonner une place centrale aux données collectées sur le terrain afin d'élaborer un cadre d'analyse qui ne les cantonne pas simplement à la validation d'hypothèses de comportement définies *a priori* ;
- dans un second temps, en utilisant les outils économiques, en particulier l'économétrie, quantifier les phénomènes/catégories identifiés grâce à l'anthropologie et éventuellement mettre en évidence des corrélations (élaboration d'un questionnaire quantitatif) ;
- dans un troisième temps, en recourant à l'approche qualitative et anthropologique pour interpréter les résultats, expliquer les corrélations observées et identifier les mécanismes de causalité.

• Propositions *ex post* à la collecte des données

L'étude d'impact n'avait pas pour objectif premier d'analyser les déterminants de la demande de microcrédit. Confrontée à des soucis de construction de l'échantillon de traitement (cas des ménages devenus clients d'Al Amana entre l'enquête initiale et l'enquête finale), l'équipe J-PAL a mis en place un protocole d'enquête léger, basé sur les résultats de l'enquête sur la vague 1. Cette analyse a permis d'identifier les variables à prendre en compte pour distinguer les ménages présentant une probabilité élevée de devenir client sur la période.

Dans ce contexte, les résultats du travail qualitatif pourraient permettre de construire un modèle de demande de crédit et de tester quantitativement les facteurs qui jouent significativement ou pas.

Certains facteurs qui, au vu du travail qualitatif, semblent jouer un rôle dans la participation à Al Amana, ne peuvent être appréhendés par les informations collectées par le J-PAL. Il s'agirait dans un premier temps de mener un travail de réflexion pour définir comment construire certaines informations subjectives (proxy), et ensuite de réaliser une enquête complémentaire à grande échelle (au niveau des douars par exemple) pour caractériser les zones en fonction des critères suivants :

- la présence d'un leadership local favorable ou non à Al Amana ;
- le rapport à l'autorité centrale et donc à toute institution qui lui est associée ;
- l'insertion de l'agent de crédit dans le milieu et/ou la perception de ce dernier par les populations ;
- la place des femmes et des jeunes localement. Les pistes à considérer sont :

1. pour les femmes, le fait qu'elles aient une activité « indépendante » ou pas ;

2. pour les jeunes, la présence de plusieurs générations dans le ménage ou la présence de jeunes en âge de prendre leur indépendance ;

- le potentiel d'accroissement de l'élevage (à évaluer) : disponibilité de pâturages et de main d'œuvre (liée à la dynamique migratoire) ;
- les différences des zones entre elles. Pour réfléchir à la manière de construire une variable qui permette de les distinguer, plusieurs caractéristiques pourraient être ciblées :

1. la taille des exploitations ;

2. la taille des troupeaux ;

3. le type de la zone : urbaine, touristique ou proche d'industries décentralisées, etc. Cette variable permettrait de capter l'impact de la proximité et les interactions avec une zone dynamique source d'emploi et d'activités.

Ceci pourrait faire l'objet de recherches futures.

Ceci étant, sur la base des données disponibles et au vu des variables prises en compte dans la mini-enquête (jointe en annexe 7), il nous semble intéressant, dans un premier temps, de tester quantitativement certaines variables disponibles dans les bases de données J-PAL pour comprendre *ex post* les déterminants de la demande de microcrédit. Les analyses suivantes peuvent être envisagées :

- tester, sur l'ensemble de l'échantillon des ménages, le rôle de la migration, qui semble ambigu au vu du travail qualitatif. S'il peut être un facilitateur en procurant des revenus qui laissent penser au ménage qu'il aura la capacité de rembourser la dette, il peut aussi, à l'opposé, être un frein dans la constitution de groupes solidaires. Soulignons que des analyses statistiques menées sur les données de la vague 2 (première saisie) nous laissent penser que le phénomène est relativement sous-estimé.

Il s'agirait de vérifier que cela est effectivement dû à la saisie des données ;

- appréhender la distance au souk non pas en kilomètres mais en temps de parcours ;
- incorporer une variable permettant de capter de l'information sur la régularité des revenus non agricoles ;
- incorporer une variable sur les pratiques d'épargne et notamment l'épargne en nature.

Enfin, il nous semblerait intéressant de compléter un modèle de demande de microcrédit par un modèle de demande de crédit (formel ou informel).

L'équipe est ouverte à engager la discussion sur des pistes de collaboration avec l'équipe IPA/J-PAL.

Annexe 1. Liste des documents mis à la disposition de l'équipe

Nom	Contenu
% janvier 2008.xls	Clients déboursés des promotions 29 à 32 de janvier et février 2008
% Mai 2008.xls	Clients déboursés des promotions 30 à 32 de janvier à mai 2008
% production étude impact novembre 09.xls	Clients déboursés des promotions 30 à 34 de juillet 2008 à novembre 2009
Analyse % 18-01-10.xls	Comparaison des données d'Al Amana et du J-PAL
Analyse déboursements 2009-18-1-10.xls	Analyse des données des promotions 30 à 34 de juillet 2008 à novembre 2009
Débours-zone de traitement novembre 2009.xls	Dossiers individuels par zone
Données disponibles SI.xls	Exemple de dossier individuel
Fiche d'évaluation rural éclaté.xls	Fiche d'Al Amana pour le choix des zones
FINALsites_retenus(with_new_v3&4codes).191009_dd.xls	Liste des douars par vagues
FINALsummaryCLIENTS_allwaves_dd_dec09.xls	Comparaison du déboursement Al Amana et J-PAL
Grille d'études de sites.xlsx	Grille de classement pour le choix des sites à enquêter
Suivi de zone de traitement de novembre 2009.xls	Liste nominative des débours de novembre 2009
Sectiona_vague1.xls, sectionbc_vague1.xls, sectiond_vague1.xls, sectionefg_vague1.xls, sectionhij_vague1.xls	Données du questionnaire final de la vague 1 (mai 2008)
Données personnelles et professionnelles par client CV et MG.xls	SIG d'Al Amana pour les antennes CV et MG
Données personnelles et professionnelles par client.xls	SIG d'Al Amana pour toutes les antennes des zones de traitement

Annexe 2. Méthode des trajectoires de vie : description détaillée

Soulignons d'emblée que la méthode des trajectoires de vie que nous décrivons ici est généralement utilisée dans le cadre d'enquêtes qualitatives, en complément d'autres outils de recueil d'information : le questionnaire qualitatif ou encore les *focus groups*. Elle vient donc compléter ces différents outils en apportant un éclairage distinct. Elle peut également être mobilisée en complément d'enquêtes quantitatives.

Spécificités de la méthode

Les analyses de clientèle et les enquêtes d'impact se basent la plupart du temps sur des données structurelles des ménages et des éléments chiffrés, tels qu'ils existent au moment de l'enquête (nombre de personnes, revenus, capital, crédits, etc.). L'image donnée par ces enquêtes est souvent statique : c'est une photo à un moment donné. Pour détecter une évolution, ces types d'enquêtes prennent souvent deux « photos » à des moments différents.

La méthode des trajectoires de vie a pour objectif de donner vie à ces images, de situer ces « instantanés » dans un ensemble d'éléments, dans une dynamique. Elle a pour objectif non seulement de montrer comment chacun des éléments analysés a évolué dans le temps, mais surtout d'identifier les logiques, les motivations et les moteurs qui sous-tendent les stratégies adoptées par les ménages. Alors que les questionnaires fermés ont pour objet de saisir les résultats de prises de décision (le fait d'avoir acheté un tracteur), la méthode des trajectoires a pour objectif de restituer les motivations, les logiques et les contraintes qui ont conduit à l'achat de ce tracteur et le contexte dans lequel s'est fait cet achat.

Cette méthode s'inspire de celle des « récits de vie », très courante en anthropologie et en sociologie qualitative depuis les années 1970 (voir en particulier les travaux de Bertaux, 2005).

Elle a été adaptée par diverses institutions de recherche spécialisées sur l'analyse des exploitations agricoles. Par exemple, les travaux de Landais (1996), dans le cadre des recherches du département Sciences pour l'action et le développement (SAD) de l'INRA sur les typologies d'exploitations agricoles, visaient à construire des typologies évolutives et dynamiques et à sortir d'analyses plus statiques (Landais, 1996).

Cette méthode a également été reprise et adaptée par l'Institut des régions chaudes (IRC) à Montpellier. Elle a été utilisée pour des analyses d'impact de la microfinance, en complément d'enquêtes statistiques par échantillonnage (voir par exemple l'étude d'impact d'un réseau de microfinance mutualiste à Madagascar : Wampfler *et al.*, 2004 ; Bouquet *et al.*, 2007, 2009).

Outre la reconstitution des logiques sous-jacentes aux prises de décision, cette méthode permet également de créer des relations de confiance, *a fortiori* avec des personnes peu éduquées, qui pensent souvent être incapables de répondre à des questions fermées. Leur demander de « raconter » une partie de leur propre vie favorise le sentiment de confiance dans la mesure où il ne s'agit pas d'un interrogatoire dont on ne peut dévier. Tout en veillant à collecter des données systématisées, cette méthode est particulièrement adaptée aux contextes où la mémoire orale domine, et où la quantification ne peut être opérée par un simple transfert des modalités de mesure propres au mode de pensée de la culture occidentale.

Les principes

Il ne s'agit pas pour autant de reconstituer l'ensemble d'une trajectoire de vie ni de demander à l'enquêté de raconter sa vie depuis sa plus tendre enfance. Cette méthode reste axée sur des éléments précis : l'entretien vise à reconstituer les grandes étapes du cycle de vie et les implications financières et économiques de ces différentes étapes.

En fonction des objectifs de la recherche, la méthode se focalise plus en détail sur l'un des aspects (ici, en l'occurrence, une attention particulière a été portée aux pratiques d'épargne et d'emprunt).

L'enquêteur commence par interroger la personne sur les principaux événements de sa vie familiale (mariage, naissance, décès, éducation, construction ou aménagement de la maison, etc.), sociale (événements religieux, fête civile, etc.), professionnelle (évolution du système d'activité, achat de matériel agricole, achat de terres, achat d'animaux, constitution ou renouvellement d'un stock, création d'une activité commerciale, etc.). L'enquêteur demande ensuite à la personne d'expliquer les implications financières et économiques de sa vie : il décrit les ressources propres mobilisées (épargne sous toutes ses formes, revenus, décapitalisation) ainsi que les ressources extérieures (aide, emprunt), qu'il s'agisse de la famille, de l'entourage, du secteur formel ou informel, etc.

L'enquête doit permettre de reconstituer à grands traits l'évolution du capital humain et social de la personne, de son système d'activité et de son patrimoine.

L'objectif consiste à mettre les personnes interrogées dans une situation de récit concernant les grands événements ou étapes de leur vie (la vie familiale, sociale, religieuse, politique et économique) et de mettre ces éléments en parallèle avec l'évolution de leur capital humain, social et économique (terre, main-d'œuvre, bétail, stock, épargne, habitat, etc.). Les étapes récentes ou dans un avenir proche sont également abordées.

L'objectif consiste également à reconstituer les logiques et les stratégies sous-jacentes, ainsi que les contraintes qui pèsent sur les ménages. Cette analyse s'appuie sur les témoignages des personnes elles-mêmes, dont certaines ont une vision très claire de leur propre stratégie, et sur l'analyse des faits énoncés par la personne enquêtée. L'analyse de cas concrets et de mises en situation est un moyen privilégié d'approcher la réalité vécue, les contraintes auxquelles font face les ménages, ainsi que les processus sous-jacents aux stratégies financières observées. À un second niveau, les trajectoires de vie permettent d'analyser la perception des ménages sur ces différentes stratégies.

Enfin, des questions précises, relatives à l'objectif de la recherche, et des hypothèses établies au départ peuvent être rajoutées (voir annexe 3).

La mise en œuvre

Cet outil fait appel à la mémoire des interviewés. En travaillant sur les événements marquants de la vie d'un ménage, on améliore les chances que les personnes se souviennent encore aujourd'hui de la façon dont elles ont abordé le problème, quelles ressources elles ont mobilisé à l'époque et quelles en ont été les répercussions.

Il ne s'agit bien évidemment pas d'une reconstitution exhaustive. Mais en sélectionnant les événements les plus marquants, socialement ou financièrement, ainsi que quelques événements plus récents, il est possible d'identifier ce qui fait la spécificité du mode de gestion du ménage interviewé.

En fonction des objectifs spécifiques de la recherche, un guide d'entretien est élaboré (voir annexe 3).

Pour chaque personne enquêtée, l'analyse des « trajectoires de vie » comporte 3 types de documents :

- la transcription de l'entretien, ou du moins les principaux éléments de l'entretien,
- un tableau récapitulatif de trajectoire,
- une fiche de synthèse.

La première colonne du tableau récapitulatif de trajectoire comporte les dates et les principaux événements marquants (installation du ménage, activités économiques, emplois occupés, mariage, départ des enfants, etc.). La ou les colonnes suivantes portent sur les éléments de patrimoine (terre, habitat, bétail, équipement agricole, fonds de roulement et équipements pour les petites entreprises, etc.).

La dernière colonne porte sur les ressources (financières, économiques, sociales) mobilisées dans l'évolution du patrimoine).

Idéalement, la fiche de synthèse est rédigée le soir même après l'interview et a pour but de mettre en ordre les informations recueillies, d'identifier et analyser la stratégie de la personne (ou du ménage), et d'en tirer des informations par rapport à la question de recherche.

Elle comporte les rubriques suivantes :

- le capital humain et social (et son évolution) ;
- le système d'activité (et son évolution) ;
- le patrimoine (et son évolution) ;
- la trajectoire ;
- la stratégie ;
- un commentaire particulier concernant la question de recherche posée. Dans le cas présent, celui-ci porte sur l'analyse des relations du ménage avec l'institution de microfinance.

En annexe 7, sont présentés trois exemples de fiches synthétiques de trajectoire de vie :

- la première montre, d'une part, les étapes de constitution progressive d'un patrimoine (terre, cheptel) et, d'autre part, le rejet du crédit ;
- les deux suivantes mettent en évidence deux cas typiques d'usage du microcrédit :
 - un maçon disposant de revenus réguliers, qui contracte régulièrement des microcrédits pour poursuivre la construction progressive de sa maison ;
 - un chauffeur de taxi qui dispose également de revenus réguliers et qui utilise les microcrédits pour investir.

Annexe 3. Grille d'entretien des ménages

Objectifs

Repérer les besoins financiers, les pratiques déjà utilisées (épargne ou crédit) et les perceptions.

Distinguer

- Clients / non-clients
- Profils socioéconomiques : activité économique (distinguer notamment éleveur, non-éleveur), position sociale (clan, tribu), hommes/femmes, âge
- Pour les clients : intensité d'utilisation des services d'Al Amana (passif, actif, surendetté)

Caractéristiques socioéconomiques

- Principales sources de revenu et régularité
- Actifs possédés
- Femme/homme
- Position de la famille dans les cercles sociaux locaux (parenté, tribu)

Besoins financiers et pratiques financières préexistantes

- Besoins liés aux activités économiques
- Besoins sociaux : en particulier, dépenses de santé et d'éducation, dépenses consacrées aux cérémonies, aux rituels sociaux et religieux liés au cycle de vie (naissance, circoncision, mariage, pèlerinage, funérailles) et périodiques (Aïd, fin du ramadan), qui varient peut-être en fonction des lieux et des communautés.

On peut distinguer les besoins financiers et les pratiques financières préexistantes de moyen / long terme et celles liées à la survie quotidienne. D'un point de vue pratique, on peut utiliser les « outils » suivants :

- sur le long terme, reconstituer la trajectoire familiale, repérer les principales étapes, le rôle du financement et les « stratégies » des ménages ; l'entretien se fait de manière linéaire et ensuite une fiche récapitule les principales étapes, les spécificités du ménage et ses « stratégies » ;
- sur le court terme, reconstituer les stratégies d'équilibre recettes/dépenses à travers des exemples très précis (la semaine dernière, vous avez mangé quoi ? Où avez-vous eu l'argent ?).

Rapport à l'endettement / perception de la dette et de l'intérêt

- Est-ce halal ou haram de s'endetter ? Avec intérêt ?
- Terminologies employées (prêt, échange d'argent, aide, etc.)

Avantages / inconvénients des différents créanciers

- Qu'est-ce qu'un « bon » prêteur ? Qu'est-ce qu'un « mauvais » prêteur ?
- Catégories locales utilisées pour apprécier les services financiers
- Lister avantages / inconvénients de chaque source (la liste ci-dessous n'est qu'indicative) :
 - taux d'intérêt ;
 - montant ;
 - durée ;
 - niveau des garanties ;
 - types de garanties acceptés ;
 - adaptation aux cycles d'activité ;
 - aval ;
 - épargne préalable obligatoire ;
 - flexibilité dans le calendrier de remboursement ;
 - possibilité de rééchelonner les remboursements ;
 - rapidité d'octroi ;
 - simplicité / coût de la procédure ;
 - part sociale accessible ;
 - discrétion, confidentialité ;
 - attitude du personnel (respect, ingérence, jugement) ;
 - conséquences sociales (en termes d'honneur et de réputation), à la fois de l'acte d'endettement et des difficultés éventuelles de remboursement ;
 - sanctions (formelles, informelles) en cas de non-remboursement.
- Dans quelle mesure certaines sources sont-elles utilisées pour tel ou tel usage ?
- Complémentarité / substitution des différentes sources ?

Questions plus spécifiques sur AI Amana

- Source d'information / connaissance d'AI Amana
- Perception endogène ou exogène (en lien avec l'autorité centrale)
- Coût du microcrédit : économique (transports, réunions, etc.) ou social
- Enjeu du microcrédit pour la personne (honneur, prestige ou inversement mauvaise réputation ?)
- Historique de crédit avec AI Amana : combien de prêts, fréquence ?
- Modes d'utilisation
- Modes de remboursement
- S'il s'agit d'un groupe solidaire, quelles sont les relations avec les autres membres du groupe (parenté, tribu, participation à des activités communes, etc.) ?
- Description des relations avec l'agent de crédit (fréquence et contenu des interactions, relations en dehors du contexte d'AI Amana)
- Attentes concernant la relation avec l'agent de crédit et perception de l'agent de crédit
- Perception des sanctions possibles en cas de non-remboursement

Pour ceux qui ne sont pas membres, quelles en sont les raisons ?

- Pas informé
- Pas éligible
- Pas de besoins
- Pas intéressé, sources autres (passer en revue les critères listés plus haut)
- Peur de s'endetter

Pour ceux qui sont classés surendettés

- Reconstituer l'historique

Relations sociales et participation à AI Amana

- Participation aux réseaux sociaux locaux (identifier les principales options locales et les proposer aux personnes) : « tribus », mais aussi réseaux / groupes formels (associations diverses)
- Objectif : essayer de voir l'éventuel recoupement entre réseaux

Rapport à l'autorité centrale

Annexe 4. Grille d'entretien des agents de crédit

Objectifs

- Repérer les pratiques / stratégies de promotion des services
- Détailler la mise en œuvre effective des services (souplesse et application des règles d'octroi, d'usage, etc.)
- Identifier les motivations, contraintes
- Évaluer l'insertion / le positionnement social local

Informations générales

- Fonction
- Depuis combien d'années travaille-t-il/elle à Al Amana ?
- Expérience antérieure
- Formation initiale
- Parcours : d'où est-il/elle originaire ? A-t-il/elle des attaches locales ? Quelle est sa place dans la tribu ? Combien de temps a-t-il/elle vécu hors du village ?
- Situation familiale : est-il/elle marié(e) ? Avec qui ? Où habite-t-il/elle ?

Le travail d'agent de crédit

- Quelles sont ses principales tâches ?
- Pourquoi avoir choisi ce métier ?
- Tâches les plus intéressantes, les moins intéressantes ?
- Tâches les plus difficiles, les moins difficiles ?
- Comment son travail est-il évalué ?
- Principales motivations, perspectives d'évolution
- Conditions financières : niveau de rémunération et incitations, en fonction de quoi (portefeuille, remboursement, etc.) ?
- Principales contraintes ?
 - liées aux relations avec les clients ;
 - liées aux caractéristiques socioéconomiques ou politiques locales (enclavement, pas d'opportunité économique, conflits locaux, etc.) ;
 - liées aux relations avec les acteurs locaux ;
 - liées à Al Amana (conditions de travail, caractéristiques des produits, collègues, hiérarchie) ;

- liées à autre chose.
- Son avis sur les différences selon les villages

Besoins financiers locaux

- Quelles sont les principales activités économiques des ménages dans cette zone ?
- Quelles sont les sources de grosses dépenses ?
- Quelles sont les principales catégories de ménages (socioéconomiques et sociales, clans, lignages, ethnies) et ont-elles des besoins différents ?
- Quelles sont les habitudes locales en matière de financement : épargne, quelle forme ? Emprunt, quelle forme ? Attitudes à l'égard du taux d'intérêt ? Qui prête à qui ? Est-ce « bien vu » de s'endetter ?
- Quels sont les principaux besoins financiers locaux - préciser :
 - agriculture,
 - élevage,
 - non agricole,
 - éducation,
 - santé,
 - rituels,
 - équipement ménager, etc.
- Son avis sur les différences selon les villages

Services d'Al Amana

- Stratégies, techniques déployées pour toucher de nouveaux clients, pour leur proposer des services, pour leur inspirer confiance
- Problèmes rencontrés
- Liste des services proposés, caractéristiques :
 - montants,
 - durée,
 - prix,
 - modes de remboursement,
 - garanties,
 - objet à financer, etc.

- Sont-ils adaptés aux besoins locaux (passer en revue chaque caractéristique) ?
- Avez-vous la possibilité de les adapter (passer en revue chaque caractéristique), comment ?
- Combien de dossiers rejetez-vous par rapport aux sollicitations, demandes exprimées ?
- Est-ce que toutes les catégories de familles du village utilisent les services d'Al Amana ? Quelles catégories utilisent le plus Al Amana, pourquoi ? Quelles catégories utilisent le moins Al Amana, pourquoi ?
- En distinguant catégories socioéconomiques et sociales (clans, lignages, ethnies)
- Les non-clients ou clients inactifs, pour quelles raisons ? Comment améliorer ce taux ?
- Origine des résistances :
 - inadaptation des services aux besoins,
 - inadaptation des services aux habitudes, normes locales,
 - méfiance générale : pourquoi d'après vous ?
- De votre point de vue, la procédure pour devenir client est-elle difficile ? Est-elle coûteuse ?
- Comment sont sélectionnés les membres qui obtiennent du crédit ? Qui fait la sélection ? Quels sont les critères utilisés ? Est-il difficile d'avoir accès au crédit ?
- Avez-vous des problèmes d'impayés ? Si oui, pourquoi ? Comment ont-ils été résolus ?
- Proximité avec les clients : fréquence des visites, durée des visites, contenu des visites
- Son avis sur les différences selon les villages

Différences entre villages

- Dans quels villages allez-vous le plus souvent, et pourquoi ? Le moins souvent, et pourquoi ?

Histoire du développement d'Al Amana dans la zone

- Quand Al Amana est elle arrivée dans cette zone ? À l'initiative de qui ?
- Qui sont les principaux acteurs locaux ? Assemblées villageoises, associations et groupements locaux
- Est-ce que certains ont joué un rôle important dans l'implantation d'Al Amana ? Dans l'établissement de sa légitimité locale ?
- Est-ce que certains événements ont joué et continuent de jouer un rôle dans la légitimité d'Al Amana (participation d'Al Amana à des événements publics, organisation d'événements, etc.)
- Est-ce que certains acteurs sont hostiles à Al Amana, au microcrédit, aux interventions extérieures ? Qui ? Pourquoi ?
- Collaborez-vous avec des acteurs locaux (formellement, informellement) ? Comment ? Pourquoi ?
- Quelles sont vos relations avec les autorités locales ? Liens familiaux ? Alliances ?
- Autres associations de microcrédit locales ? Quelles relations ?

- Autres projets de développement ? Quelles relations ?
- Est-ce qu'il y a d'autres systèmes de financement dans votre village ? Lesquels ? Sont-ils plus ou moins intéressants qu'Al Amana ? Pourquoi ?
- Le fait d'être client Al Amana a-t-il un impact sur le statut social des membres (différencié selon les catégories de ménages) ?
- Al Amana a-t-elle eu un impact sur la vie sociopolitique locale (plus de mobilisation sociale ou au contraire promotion d'une élite locale qui confisque le pouvoir) ?
- Son avis sur les différences selon les villages

Perspectives de développement

- Est-ce que vous pensez qu'Al Amana peut augmenter ses activités dans cette zone ou bien est-elle arrivée à un stade optimal de développement ? Pourquoi ?
- Est-ce qu'Al Amana peut encore trouver des nouveaux membres dans le village ? Pourquoi ces familles ne sont-elles pas membres aujourd'hui ? Que doit faire Al Amana pour qu'elles deviennent membres ?
- Est-ce qu'Al Amana peut augmenter son volume de travail avec les membres existants ? Comment mobiliser les non-actifs En proposant des crédits plus gros ? En proposant des nouveaux produits de crédit ? Lesquels ? Pour quelles catégories de famille ?
- En tant qu'agent de crédit d'Al Amana, avez-vous le pouvoir d'améliorer l'impact d'Al Amana sur le village ? Que pourriez-vous faire pour cela ? Pensez-vous avoir toutes les compétences nécessaires pour améliorer l'impact d'Al Amana ou avez-vous besoin de formation, de soutien ou d'une autre forme d'intervention ?

Annexe 5. Grille d'entretien des groupes solidaires

- Relations entre les membres du groupe (parenté, position dans les « tribus », participation à d'autres activités) et avec l'agent de crédit
- Reconstituer l'historique (qui a eu l'initiative ? Évolution au cours du temps)
- Stabilité des membres au cours du temps
- Problèmes rencontrés, actions en cas de problèmes de remboursement, rôle de l'agent de crédit
- Arrangements internes (souplesse, prête-noms)
- Leadership
- Perception du rôle du groupe : solidarité ? Entraide ? Pression sociale ?
- Raison de l'adhésion : choix ou obligation ?
- Avantages / inconvénients du groupe solidaire, comparaison avec le prêt individuel et avec d'autres formes de financement (voir grilles individuelles)

Annexe 6. Grille d'entretien des personnes ressources (commune ou douar)

Nom de la commune / du douar

Nom de la personne ressource

Fonction de la personne ressource

Règle de base : démarrer par des questions qui intéressent les gens et qui montrent que l'on s'intéresse à eux et à leur village ! Ceci permet de construire un minimum de confiance.

Atouts et contraintes du village

- Taille (nombre d'habitants, de ménages)
- Spécificités du village
- Atouts (économiques, sociaux, politiques), identité, réputation, fêtes, ressources naturelles, etc.
- Contraintes (économiques, sociales, politiques)
- Idées et suggestions permettant de lever ces contraintes

Enclavement (voir données de la base J-PAL)

- Infrastructures :
 - mosquées,
 - type de route,
 - marchés,
 - infrastructures d'irrigation,
 - écoles,
 - hôpitaux,
 - autres.
- Distance par rapport à la ville la plus proche

Migrants

- Combien ? Où vont-ils ? Envois réguliers d'argent ? Investissements locaux ?

Composition sociale du village

- Diversité des ménages (d'un point de vue socioéconomique - activités, niveaux de pauvreté - et social - lignages, clans, ethnies)
- Principales différences entre groupes sociaux : en termes d'activité, de statut, de rituels, de relations sociales
- Quelles sont les plus « grandes » familles et leurs caractéristiques ?
- Quelles sont les catégories marginalisées et pourquoi ?
- Qui sont les pauvres ? Être endetté est-il un signe de pauvreté ?
- Quels sont les comportements « déviants », sources de mauvaise réputation ?
- Évolutions ces dernières années

Principales activités économiques agricoles et non agricoles

- Description des principales activités et de leur évolution dans les cinq dernières années (y compris migration)
- Principales contraintes (dans quelle mesure l'accès au financement est-il un obstacle ?)
- Quels sont les besoins de financement de ces activités économiques ?
- Évolutions ces dernières années

Pratiques de consommation (éducation, santé, alimentation, équipements ménagers, rituels sociaux et religieux)

- Description des principales formes de consommation et de leur évolution
- Besoins de financements
- Rituels dont mariages, circoncision, Aïd, fin du ramadan, pèlerinage :
 - montants, niveaux/revenus, degré d'anticipation et stratégies (épargne, y compris en nature) ;
 - pèlerinage : peut-on partir endetté ? Comment financer ? Est-ce fréquent ? Combien de gens sont-ils partis au cours des cinq dernières années ?
- Évolutions ces dernières années

Habitudes locales en matière de financement

- Épargne, quelles formes (en nature, tontines, épargne monétaire, épargne « prêt ») ?
- Emprunt, quelles formes ? Qui prête ? À quelles conditions ? Terminologies (aide, échange d'argent, etc.)
- Attitudes à l'égard du taux d'intérêt (*halal/haram*)
- Est-ce « bien vu » de s'endetter (*halal/haram*) ?

- Auprès de qui s'endette-t-on ? Famille ? Tribu ? Saints locaux (qui font des dons et qui redistribuent) ? En dehors du village ?
- Quelles sont les personnes/organisations qui prêtent (ou qui « aident » - terme peut-être plus approprié si prêter est mal vu) ? À qui ? À quelles conditions ?
- Évolutions ces dernières années

La question spécifique de l'élevage

- Importance quantitative (pourcentage d'éleveurs, taille des cheptels)
- Modes de régulation de l'élevage (qui peut décider d'augmenter les troupeaux : à quel niveau et comment se font les décisions : famille, clan, tribu, douar ?)
- « Rentabilité » de l'activité (économique, sociale)
- Principales difficultés rencontrées dans l'activité
- L'accès au financement est-il un problème ?
- Principaux enjeux de l'activité (économiques et sociaux)
- Évolutions ces dernières années

Fonctionnement du village et organisations locales

- Quelles sont les décisions prises collectivement ?
- Assemblée villageoise (*j'ma*) : rôle, composition ? Mode de fonctionnement, réunions ? Fréquences ? Qui les provoque et à quelle occasion ? Degré de responsabilité et de contrôle sur les activités du village ; degré de centralisation du pouvoir
- Qui est le chef ? Comment est-il choisi ?
- Autres organisations locales, formelles ou informelles : rôle, composition ? Mode de fonctionnement, degré de responsabilité et de contrôle sur les activités du village
- Degré d'intégration des normes islamiques (danse : *halal* ? *haram* ?)
- Évolutions ces dernières années

Histoire et mémoire des projets de développement locaux

- Description des différents projets (crédit et autres) présents ou passés
- Quelle origine (État, ONG, coopération internationale, etc.) ?
- Échec ? Succès ? Pourquoi ? Ceux qui se sont arrêtés, pourquoi ?
- « Procédures » : si demain je veux installer un projet dans votre village, comment dois-je m'y prendre ?
- Quand Al Amana est-elle arrivée dans cette zone ? À l'initiative de qui ?
- Est-ce que certains acteurs locaux ont joué un rôle important dans l'implantation d'Al Amana ? Dans sa légitimité locale ?

- Est-ce que certains événements ont joué et continuent de jouer un rôle dans la légitimité d'Al Amana (participation d'Al Amana à des événements publics, organisation d'événements, etc.) ?
- Est-ce que certains acteurs sont hostiles à Al Amana, au microcrédit, aux interventions extérieures ? Qui ? Pourquoi ?
- Collaborez-vous avec Al Amana ou avec l'agent de crédit (formellement, informellement) ? Comment ? Pourquoi ?

Rôle d'Al Amana, du microcrédit et des projets de développement

- Que pensez vous du microcrédit ? Des projets de développement ?
- D'après vous, à quoi sert Al Amana (pour ceux qui la dirigent, pour les clients) ?
- Impact sur l'emploi, l'agriculture, l'élevage, la migration
- Impact sur les marchés locaux
- Les relations sociales (solidarité, conflits)
- Impact sur le fonctionnement politique du village
- À qui appartient Al Amana ? Qui la dirige ?
- Pourquoi ça marche dans certains villages, pas ailleurs ?
- Suggestions pour la suite : arrêter / poursuivre / modifier les services (comment ?)

Annexe 7. Exemples de fiches « trajectoires »

Exemple 1. Douar de Takaya, sous-douar d'Egouhem, Monsieur B. H., agriculteur, non-client

1. Transcription de l'entretien

● **Capital humain**

Agriculteur d'environ 60 ans, marié quatre fois de suite et divorcé deux fois. Il lui reste une jeune épouse (2007).

● **Système d'activité**

Après avoir été agriculteur, il a travaillé en usine, puis dans une carrière, puis il est revenu à la terre avec une petite retraite. Il a 3 fils, 1 à Rabat, 1 à Fez et le troisième à Marrakech. Il a 2 petits-fils et 5 petites-filles.

● **Patrimoine**

Il lui reste 2 terres en terrasses irriguées et 3 en terrasses sèches. Il a vendu une des terres héritées de son père à son frère en 2000 pour payer son divorce.

Il possède 1 vache et 3 ovins. Il avait hérité de son père 40 à 50 ovins et caprins, mais il a tout vendu assez rapidement quand il est parti travailler à l'extérieur, car personne ne pouvait s'en occuper.

● **Trajectoire**

Né dans ce douar, il hérite de son père en 1964.

Il travaille sur ses parcelles jusqu'en 1976. Il est embauché dans une carrière et y reste 3 ans.

En 1975, il achète des terres dans la plaine à Ait Ourir, car elles sont alors très peu chères, en prenant un crédit au Crédit agricole sur 5 ans. Il a remboursé avec l'argent de son salaire.

Depuis cette époque, il touche tous les ans un tiers de la récolte de ses terres d'Ait Ourir.

De 1978 à 1980, il remonte dans le douar pour travailler ses parcelles.

De 1980 à 1992, il travaille dans une usine.

Depuis 1992, il est revenu au douar et actuellement il touche une petite retraite.

Il cultive des petits pois, du haricot, de l'orge en cultures irriguée et sèche (*bour*). Il travaillait en commun sur ses terres et celles de son frère avec son frère. Mais depuis 4 ans il travaille seul.

● Stratégie

Ex-migrant, il a su se constituer deux petites rentes qui suffisent à compléter les revenus de sa terre. Il n'a que peu d'animaux car il dit qu'engraisser des moutons c'est un risque. Il faut mettre près de 500 MAD pour l'alimentation, et si on l'achète 2 000 on n'est pas sûr de le vendre 2 500 MAD. Il ne pratique donc pas l'accumulation et épargne très peu parce qu'il est assuré de toucher ses rentes.

D'autre part, il n'est pas intéressé par des animaux car il faut s'en occuper. Ni lui, ni son frère n'ont le temps, et ses fils sont partis. En plus il faut des pâturages.

● Perception du crédit et d'Al Amana

Il a entendu parler d'Al Amana, il connaît le système. Il a fait ses comptes. Il faut payer tous les mois, et lui ne peut pas, c'est trop difficile.

On ne peut emprunter aux voisins ou aux amis que des petites sommes, 200, 300 MAD. On n'emprunte pas à ses neveux, ça ne se fait pas. Son frère est dans la même situation que lui, il ne va donc pas lui emprunter.

Chez l'épicier ça peut aller jusqu'à 1 000 MAD.

On ne trouve personne qui vous prête 5 000, 7 000 MAD, d'ailleurs on serait bien incapable de rembourser.

Ses enfants ne l'aident pas car ils ont leur propre famille et leurs propres problèmes.

Pour les engrais et les semences, des gens lui prêtent.

● Conclusion

Avec ses terres au douar, le loyer de sa terre et sa retraite, il s'en sort. Mais c'est tout juste. Il craint le crédit car il a tout juste de quoi vivre, et rembourser lui fait peur.

Il dit que les gens du douar migrent depuis 1975, car c'est à partir de cette époque qu'il y a eu des possibilités d'emploi en ville. Et depuis cette époque on vit mieux dans le douar.

2. Tableau récapitulatif de la trajectoire.

Dates et événements	La terre	Les animaux	Le capital (maison, matériel)	Achat, dépenses, crédit
1960 : il se marie		Il hérite d'une vache et de 40 à 50 chèvres		
1964	Il hérite de 3 terrasses en culture irriguée et 2 en culture sèche.	Il garde toujours une seule vache et maintient à peu près son troupeau de petits ruminants.		
1975 : il cultive ses terres mais s'occupe aussi du troupeau de ses frères.		Son frère s'occupe du troupeau.		
De 1976 à 1978, il travaille dans une carrière.			Il a une opportunité pour acheter des terres à Ait Ourir à 20 km de son village), grâce au Crédit agricole. Depuis, il loue ces terres.	Il a pris un crédit au Crédit agricole, qu'il a remboursé en 5 ans à partir de son salaire puis avec ses revenus de location.
De 1979 à 1980, il travaille sur ses terres.				Il ne fait pas de crédit car c'est très risqué et les remboursements sont difficiles.
De 1980 à 1992, il part travailler à l'usine.		Il n'a plus d'animaux car il n'a personne pour s'en occuper.		
1993 : il revient à l'agriculture. Deux de ses 3 enfants travaillent en ville.	Il vend une parcelle à son frère pour payer son divorce.	Il rachète une vache et 3 moutons.		

Exemple 2. Douar de Thrate (zone 2), Monsieur M., 45 ans, maçon, client d'Al Amana

1. Tableau récapitulatif de la trajectoire

Dates et événements	La terre	Le capital (maison, matériel)	Stratégies financières
1992 : mariage		Il vit avec ses parents et économise. Quelques meubles sont acquis pour la dot.	
1995 : naissance du premier enfant			Solidarité familiale (il vit chez ses parents)
1996 : installation dans ce douar	Il achète la terre 35 000 MAD	Démarrage de la construction progressive de la maison	Il puise dans son épargne (en liquide, à domicile). Il fait des emprunts principalement auprès de sa famille (parents, et surtout ses frères, tous salariés).
1996-2010 : naissance de ses trois autres enfants		Construction progressive de sa maison	
Depuis 2006 ou 2007		Il continue toujours à améliorer sa maison (finitions, moulures, mobilier intérieur, etc.).	Client d'Al Amana, il utilise les prêts pour l'amélioration de sa maison.

2. Fiche de synthèse

Situation générale de la famille	Il vit avec sa femme et ses 4 enfants (15, 12, 9 et 4 ans), il a environ 45 ans. Il est installé ici depuis 14 ans, tout en étant originaire d'un douar distant d'une dizaine de kilomètres. Il possède une grande maison, d'environ 100 m ² , en cours de finition. Son épouse n'est pas du tout impliquée dans la gestion financière.
6 personnes dont 4 enfants jeunes	
Activités	Une seule source de revenu : il est maçon à son compte, il embauche jusqu'à 3 personnes ; son père était déjà maçon, il a appris le métier avec lui. Son revenu mensuel est estimé à 2 000/3 000 MAD
Une seule source de revenu non agricole mais relativement stable et suffisante	
Patrimoine	Terrain et maison : 155 000 MAD. Pas de bétail
Événements et trajectoire	Principale dépense : achat du terrain (35 000 MAD en 1996) et construction progressive de la maison depuis cette date. Sa valeur au moment de l'entretien est estimée à 120 000 MAD) Pas d'héritage (ses parents sont encore en vie). Quelques meubles acquis avec la dot, et de l'équipement électro-ménager (frigo, télévision) achetés avec son salaire. Sources de financement : salaire épargné à domicile, entraide familiale, prêts d'Al Amana. Entraide familiale, prêts ou dons, en cas de problème : 6 frères dont 3 sont à proximité, tous salariés non agricoles (gardien, livreur) ; c'est lui qui aide ses parents plus que l'inverse. Encours de dette aujourd'hui de 10 000 MAD Pas de bétail, pas de disponibilité de main d'œuvre, épargne en liquide
Accumulation progressive via l'habitat ; entraide familiale facilitée par des revenus relativement stables (salariés non agricoles)	
Perception d'Al Amana	Il a contracté 3 prêts à Al Amana, utilisés entièrement pour la construction de sa maison ; il envisage de poursuivre, même s'il n'apprécie pas le crédit solidaire. Il ne veut pas entendre parler de la banque, considère les procédures trop complexes et pense qu'il n'est pas éligible.
« Abonnement » au crédit d'Al Amana	
Finalité	Discussion avec les 3 frères (présents lors de l'entretien) : forte aspiration à la sécurité et la protection sociale ; ils envisagent aussi la migration internationale pour leurs enfants.
Conclusion : cas typique d'un ménage dépendant de revenu non agricole de proximité (zone 2), contractant régulièrement des microcrédits, qui semblent principalement destinés à l'habitat.	

Exemple 3. Monsieur O-A-B, douar de Takaya, Client d'Al Amana

1. Transcription de l'entretien

● Capital humain

Agriculteur, marié et père de 8 enfants, dont deux filles mariées.

Il est handicapé.

● Système d'activité

Élevage et agriculture. Il a une licence de taxi.

● Patrimoine

10 moutons, 1 vache et 1 cheval.

Il possède 15 parcelles de terre exploitées par lui-même et des manœuvres qu'il engage.

● Trajectoire

Né dans le douar, il s'y installe dans les années 1960. Son père lui laisse 10 parcelles et autant à son autre fils. Son grand père avait près de 600 moutons mais son père a abandonné progressivement le troupeau essentiellement parce que personne ne pouvait s'en occuper. Le fils a repris doucement l'élevage au fur et à mesure qu'il a eu des enfants pour s'en occuper. Dans les années 2000, sur recommandation de quelques personnes, il a fait une demande au roi qui lui a accordé une licence de taxi. Il s'est associé avec une autre personne qui a acheté le véhicule. Ceci lui rapporte environ 1 500 MAD par mois.

En 2001, il a acheté une première parcelle de terre et une autre en 2004. Ces parcelles lui ont été vendues par de la parenté qui ne voulaient pas que les terres sortent de la famille. En 2009, il a acheté une autre parcelle et en 2010, deux autres. Il a acheté ces parcelles à des voisins qui quittaient le douar pour s'installer ailleurs. Ces personnes sont de la même branche des Ait Oubra, mais cette appartenance n'a pas été un facteur déterminant. Ces personnes lui ont vendu les terres tout simplement parce que les parcelles sont juste à côté de sa maison. Il a pris des crédits d'Al Amana à partir de 2009.

C'est lui qui a sollicité d'autres personnes pour former un groupe sous l'insistance de l'agent de crédit. De la totalité du crédit, 5 000 MAD sont pour lui, 5 000 pour deux autres membres et 6 000 pour le dernier. Tous ont dit que c'était pour les animaux. En réalité, lui a acheté une parcelle, le deuxième a acheté de la nourriture pour le bétail, le troisième, des moutons et le dernier a renouvelé son stock (il est commerçant). Au bout d'un an, après avoir tout remboursé, ils ont pris un second prêt : lui a acheté une terre, le deuxième a construit sa maison, le troisième a renouvelé son stock et le dernier s'en sert effectivement pour l'élevage.

Il a l'intention de continuer à acheter de la terre.

● Stratégie

Exploitant agricole, il semble assez dynamique malgré son handicap. Mais il vivait jusqu'à ce que cette licence de taxi lui procure un revenu stable et conséquent. Il peut s'appuyer sur cette ressource pour entreprendre des travaux et utiliser les prêts pour améliorer ses conditions de vie avec la certitude de pouvoir rembourser.

Sa vie assurée par cette rente, il peut prendre des risques et investir dans l'achat de terres en prenant du crédit.

● Perception / utilisation Al Amana

Il a été à l'initiative du groupe solidaire mais trouve que c'est une charge. Quand l'un d'entre eux doit descendre à Tighdouine pour le remboursement du prêt, il est obligé de solliciter plusieurs fois les autres pour qu'ils lui apportent l'argent. Celui qui a les moutons vend généralement un mouton pour rembourser. Le commerçant n'a pas de problème pour trouver les fonds, le troisième a deux fils qui travaillent en ville et l'aident, et notre interlocuteur a sa licence de taxi. Il souhaite aussi que les prêts soit sur un plus long terme (deux ans) avec des échéances tous les deux mois pour éviter cette course mensuelle à la collecte et à l'acheminement des remboursements.

● Projet

Continuer à améliorer sa maison, acheter d'autres parcelles et les faire cultiver.

2. Tableau récapitulatif de la trajectoire

Dates et événements	La terre	Les animaux	Le capital (maison, matériel)	Achat, dépenses, crédit
1960	Il hérite de 10 parcelles	Son père avait 600 têtes de petits ruminants, mais il a abandonné progressivement car personne ne pouvait s'en occuper.		
1980		Il achète progressivement des animaux. Actuellement, il ne garde qu'une vache, un cheval et 10 moutons.		
Milieu des années 1990 : il obtient la licence de taxi				
2001	Il achète une parcelle à des membres de sa famille.	Vente d'un mouton		Il vend un mouton, y ajoute ses économies et emprunte à sa famille.
2004.	Il achète une parcelle.	Vente d'un mouton		Il vend un mouton et y ajoute ses économies.
2009	Il achète une parcelle.			Il prend un premier prêt solidaire à Al Amana.
2010	Il achète deux parcelles.		Il ajoute une pièce à sa maison avec une partie du prêt.	Il prend un second prêt solidaire à Al Amana.

Annexe 8. Mini-questionnaire ménage

Mini-questionnaire ménage				Code enquêteur			
DÉFINITION DU MÉNAGE ENQUÊTÉ : Les personnes qui habitent maintenant dans cette maison, pourvoient-ils en commun aux besoins essentiels de leur existence ? Oui → Le ménage enquêté est constitué de toutes les personnes habitant dans cette maison Non → Identifier le nombre de ménages. Considérer comme unité d'enquête le ménage auquel le répondant appartient.							
Nom et code du douar							
Nom et prénom du chef de ménage				Nom :		Prénom :	
Nom et prénom du conjoint du chef de ménage				Nom :		Prénom :	
Numéro de l'habitation							
1.	Combien y a-t-il de personnes dans votre ménage ?						
2.	Combien de personnes de plus de 18 ans ?						
3.	Combien d'activités a le ménage (activités qui sont au compte du ménage) ?						
4.	Combien de personnes dans le ménage ont pour activité principale le commerce, les services ou l'artisanat ?						
5.	Un membre du ménage reçoit-il une retraite ou une pension (en argent) ?					1	2
6.	Quelle est la distance entre votre maison et le souk ?					km	
7.	Est-ce que ces activités sont exercées par au moins un membre du ménage ?						
a. Agriculture	b. Elevage	c. Transport	d. Service	e. Artisanat	f. Commerce		
8.	Possédez vous les biens suivants ? Entourer tous les biens possédés						
a. Voiture	b. Vélo	c. Cuisine	d. Cour	e. Cuisinière	f. Tapis laine	g. Tapis fibre	
h. Bain/douche	i. W.C.	j. Mixeur	k. TV couleurs	l. DVD/VCD	m. TV N&B	n. Radiocassette	
o. Parabole	p. Cellulaire	q. Armoire	r. Matelas	s. Réfrigérateur			
t. Batterie de voiture	u. Cocotte	v. Charrette	w. Four à gaz	x. Salon marocain			
9.	a. Possédez-vous de la terre ?					1	2
	b. Exploitez-vous la terre d'autres personnes (dont vous n'êtes pas propriétaire) ?					1	2
	c. Partagez-vous les revenus de la récolte pour payer cette location ? <i>Mettre 2 si réponse à question 9b égale à 2</i>					1	2
	d. Combien d'oliviers ou arganiers avez-vous ? <i>Mettre le nombre d'arbres</i>					1	2
	e. Avez-vous effectué des achats d'actifs agricoles ces 12 derniers mois ?					1	2
	f. Utilisez-vous ce matériel pour l'activité agricole ?				a. Faucille	1	2
					b. Râteau	1	2
	g. Combien de bovins avez-vous acheté au cours des 12 derniers mois ?						

10.	Quelles ont été les dépenses du ménage le mois dernier en :			
	a. Téléphone		MAD	
	b. Habillement		MAD	
11.	Le ménage a-t-il eu au moins un crédit formel actif ou un crédit formel arrivé à échéance au cours des 12 derniers mois ?		1	2
12.	Seriez-vous prêt à former un groupe avec 4 autres personnes et être garant les uns des autres ?		1	2
13.	Combien pouvez-vous rembourser au maximum par mois ?		MAD	
14.	Si vous pouviez obtenir un crédit aux alentours de 3 000 MAD, avec des remboursements de 400 MAD par mois durant 9 mois, le prendriez-vous ?		1	2
15.	Nommer 5 personnes en dehors de votre ménage avec qui vous parlez le plus		Cette personne habite-t-elle dans le même douar que le répondant ?	
1	Nom :	Prénom :	1	2
2	Nom :	Prénom :	1	2
3	Nom :	Prénom :	1	2
4	Nom :	Prénom :	1	2
5	Nom :	Prénom :	1	2

Liste des sigles et abréviations

AMAF	<i>Africa Microfinance Action Forum</i>
AMC	Association de microcrédit
CA	Crédit agricole du Maroc
CERMI	<i>Centre for European Research in Microfinance</i>
CIRAD	Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement
DHAN	<i>Development of Human Action</i>
FBPMC	Fondation banque populaire pour le microcrédit
FBP Zakoura	Fondation banque populaire Zakoura
FNAM	Fédération nationale des associations de microcrédit
FONDEP	Fondation pour le Développement local et le partenariat
ha	Hectare
IMF	Institution de microfinance
IPA	<i>Innovations for Poverty Action</i>
IRD	Institut de recherche pour le développement
J-PAL	<i>The Abdul Latif Jameel Poverty Action Lab</i>
M	Millions
MAD	Dirham marocain
PE	Prêt individuel entreprise
PL	Prêt au logement
PS	Prêt solidaire
RUME	<i>Rural Microfinance and Employment</i>
ULB	Université libre de Bruxelles
USAID	<i>United States Agency for International Development</i>
VITA	<i>Volunteers in Technical Assistance</i>
WWB	<i>Women's World Banking</i>

Bibliographie

- AGIER, I. et A. SZAFARZ (2010), "Micro-finance and Gender: Is There a Glass Ceiling in Loan Size?", Working Paper, *Site du Social Science Research Network* [En ligne] http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1573872 (Page consultée le 16 avril 2011).
- AHMAD, M.M. (2003), "Distant Voices: The Views of the Field Workers of NGOs in Bangladesh on Microcredit", *The Geographical Journal*, vol. 169, 1, pp. 65-74.
- AL AMANA (2010), *Site d'Al Amana*, « Programme annuel 2010 : Al Amana Microfinance » [En ligne] <http://www.alamana.org.ma/images/Programme2010.pdf> (Page consultée le 16 avril 2011).
- AMAF et WWB (2009), *Site de l'ADA (Appui au développement autonome)*, « Diagnostic pour l'action : la microfinance en Afrique » [En ligne] http://www.microfinance.lu/fileadmin/media/Publications/downloads/etudes/Africa_Diagnostic_French.pdf (Page consultée le 16 avril 2011).
- AMIN, S., A. S. RAI et G. TOPA (2003), "Does Microcredit Reach the Poor and Vulnerable? Evidence from Northern Bangladesh", *Journal of Development Economics*, vol. 70, 1, pp. 59-82.
- ANGULO, L. (2009), "Microfinance and Intermediate Agents. The Myth of the Technical Expert and their Work Linking Customers and Suppliers of these Services", Contribution à la *First European Research Conference on Microfinance*, 2-4 juin, CERMI (Centre for European Research in Microfinance), Université libre de Bruxelles (ULB), Bruxelles.
- ARMENDARIZ, B. (2009), "From Group Lending to Individual Lending", Contribution à la *First European Research Conference on Microfinance*, 2-4 juin, CERMI, ULB, Bruxelles.
- AUBERT, C., A. de JANVRY et E. SADOULET (2009), "Designing Credit Agent Incentives to Prevent Mission Drift in Pro-poor Microfinance Institutions", *Journal of Development Economics*, vol. 90, 1, pp.153-162.
- BANERJEE, A., E. DUFLO, R. GLENNISTER et C. KINNAN (2009), "The Miracle of Microfinance? Evidence from a Randomized Evaluation", FAI (Financial Access Initiative), IPA [En ligne] <http://poverty-action.org/sites/default/files/The%20Microfinance%20Miracle%20with%20CP.pdf> (Page consultée le 16 avril 2011).
- BERTAUX D. (2005), *L'enquête et ses méthodes. Le récit de vie*, Paris : Nathan Université, 2^{ème} édition, 127 p.
- BLOCH, M. et J. PARRY - ed. - (1989), *Money and the Morality of Exchange*, Cambridge University Press, Cambridge.
- BOURDIEU, P. (2008), *Esquisses algériennes*, Seuil, Paris.
- BOURDIEU, P. (1977), *Algérie 60. Structures économiques et structures temporelles*, Les Éditions de Minuit, Paris.
- BOURDIEU, P. et M. MAMMERI (2003), « Du bon usage de l'ethnologie », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 150, 5, pp. 9-18.
- BOUQUET, E., B. WAMPFLER et E. RALISON (2009), « Rigueur scientifique et pertinence opérationnelle des études d'impact en microfinance : une alliance à construire. Enseignements d'une étude en partenariat à Madagascar », *Revue Tiers Monde*, n° 197, pp. 91-108.

- BOUQUET, E., B. WAMPFLER et E. RALISON (2007), « Trajectoires de crédit et vulnérabilité des ménages ruraux : le cas des Cecam de Madagascar », *Autrepart*, n° 44, pp. 157-172.
- BRUCE, J. et D. DWYER - ed. - (1988), *A Home Divided: Women and Income in the Third World*, Stanford University Press, Stanford.
- CHERIFI, R. (1988), *Le Makhzen politique au Maroc. Hier et aujourd'hui*, Afrique-Orient, Casablanca.
- CLAESSENS, S. (2006), "Access to Financial Services: A Review of the Issues and Public Policy Objectives", *The World Bank Research Observer*, vol. 21, 2, pp. 207-240.
- COLEMAN, B. E. (2006), "Microfinance in Northeast Thailand: Who Benefits and How Much?", *World Development*, vol. 34, 9, pp. 1612-1638.
- COLLINS, D., J. MORDUCH, S. RUTHERFORD et RUTHVEN O. (2009), *Portfolios of the Poor: How the World's Poor Live on \$2 a Day*, Princeton University Press, Princeton.
- DHAN FOUNDATION (2006), *Study on the feasibility of Debt Consolidation Loan for Hard Core Poor Families*, International Labour Organisation Geneva.
- DICHTER, T. et M. HARPER - ed. - (2007), *What's Wrong with Microfinance?*, Practical Action Publishing, Rugby, Warwickshire.
- DOLIGEZ, F. (2002), *Innovations financières, financement du développement et dynamiques rurales. Études comparées au Bénin, en Guinée et au Nicaragua*, Thèse de doctorat en sciences économiques, Université Paris X - Nanterre.
- EL AYADI, M., H. RACHIK et M. TOZY (2007), *L'Islam au quotidien. Enquête sur les valeurs et les pratiques religieuses au Maroc*, Prologues, Casablanca.
- FERNANDEZ, B. (2010), "Microfinance and Women Empowerment in India: 'Unleashing the White Tigers' ", Contribution au séminaire du CERMi : *Microfinance's Contribution to Development Studies*, 14-15 janvier, Bruxelles.
- GELLNER, E. (1970), « Pouvoir politique et fonction religieuse dans l'Islam marocain », *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, vol. 25, 3, pp. 699-713.
- GENTIL, D. et Y. FOURNIER (1993), *Les paysans peuvent-ils devenir banquiers ? Épargne et crédit en Afrique*, Syros-Alternatives, Dijon.
- GOETZ, A.-M. (2001), *Women Development Workers. Implementing Rural Credit Programmes in Bangladesh*, Sage Publications, London.
- GONZALEZ, A. (2008), *Site de Microfinance Information eXchange*, "How Many MFIs and Borrowers Exist?" [En ligne] <http://www.themix.org/publications/how-many-mfis-and-borrowers-exist-updated-dec-2008> (Page consultée le 17 avril 2011).
- GOPINATH, S. (2009), "Indebtedness in Microfinance: Two Studies", Contribution to the seminar *Indebtedness and Social Exclusion*, Pondicherry University, French Institute of Pondicherry, December 1st, Pondicherry.
- GUÉRIN, I., S. MORVANT et J.-M. SERVET (à paraître), *Understanding the Diversity and Complexity of Demand for Microfinance Services: Lessons from Informal Finance*, in ARMENDARIZ, B. et M. LABIE (ed.), *Handbook of Microfinance*, World Scientific Publishing, Singapore.

- GUÉRIN, I., M. ROESCH, G. VENKATASUBRAMANIAN et O. HÉLIÈS (2009), « Microfinance, endettement et surendettement. Une étude de cas en Inde du Sud », *Revue Tiers Monde*, n° 197, pp. 131-146.
- GUÉRIN, I. et S. KUMAR (2007), « Clientélisme, courtage et gestion des risques en microfinance. Étude de cas en Inde du Sud », *Autrepart*, n°44, pp. 13-26.
- GUÉRIN, I. (2006), "Women and Money: Multiple, Complex and Evolving Practices", *Development and Change*, vol. 37, 3, pp. 549-570.
- GUÉRIN, I. (2000), « Le prêt collectif peut-il être considéré comme une innovation financière ? », *Savings and Development*, vol. 24, 2, pp. 219-247.
- GUÉRIN, I. (1999), « Le dilemme viabilité/proximité en microfinance : partenariats et confiance », *Savings and Development*, vol. 23, 2, pp. 58-72.
- GUILLEN, P. (1970), « La résistance du Maroc à l'emprise française au lendemain des accords franco-anglais d'avril 1904 », *Revue de l'Occident musulman et de la Méditerranée*, vol. 8, 1, pp. 115-122.
- GUIRKINGER, C. (2008), "Understanding the Coexistence of Formal and Informal Credit Markets in Piura, Peru", *World Development*, vol. 36, 8, pp. 1436-1452.
- GUYER, J. - ed. - (1995), *Money Matters. Instability, Values and Social Payments in the Modern History of West African Communities*, James Currey, Heinemann, Portsmouth (N.H.), London.
- HAMMOUDI, A. (2001), *Maîtres et disciples. Genèse et fondements des pouvoirs autoritaires dans les sociétés arabes. Essai d'anthropologie politique*, Éditions Toubkal, Maisonneuve et Larose, Casablanca, Paris.
- HARPER, M. (2007), "What's Wrong with Groups?", in DICHTER, T. et M. HARPER (ed.), *What's Wrong with Microfinance?*, Practical Action Publishing, Rugby, Warwickshire, pp. 35-49.
- JOHNSON, S. (2007), "Institutionalized Suspicion: the Management and Governance Challenge in User-owned Microfinance Groups", in DICHTER, T. et M. HARPER (ed.), *What's Wrong with Microfinance?*, Practical Action Publishing, Rugby, Warwickshire, pp. 61-72.
- JOHNSON, S. (2004), "Gender Norms in Financial Markets: Evidence from Kenya", *World Development*, vol. 32, 8, pp. 1355-1374.
- J-PAL (2008), « Évaluation de l'impact d'un programme de microcrédit en milieu rural, rapport d'exécution de l'enquête initiale », Agence Française de Développement, Décembre 2008.
- KABEER, N. (1995), *Reversed Realities. Gender Hierarchies in Development Thought*, Verso, New York, London.
- KARLAN, D. et X. GINE (2009), "Group versus Individual Liability: Long Term Evidence from Philippine Microcredit Lending Groups", Yale Economics Department Working Paper n° 61, Yale University, New Haven.
- KOCHAR, A. (1997), "An Empirical Investigation of Rationing Constraints in Rural Credit Markets in India", *Journal of Development Economics*, vol. 53, 2, pp. 339-371.
- LABARI, B. (2002), *Recettes islamiques et appétits politiques. Essai sur les fondements du pouvoir chérifien*, Syllepse, Paris.
- LABIE, M., P.-G. MÉON, A. SZAFARZ et R. MERSLAND (2009), "Discrimination in Microfinance: The Role of Credit Officers", CEB Working Paper n° 09/017, ULB, Solvay Brussels School of Economics and Management, Centre Émile Bernheim (CEB), Brussels.

- LANDAIS E. (1996), « Typologies d'exploitations agricoles. Nouvelles questions, nouvelles méthodes ». In: *Économie rurale*. N°236, pp. 3-15
- LONT, H. et O. HOSPES - ed. - (2004), *Livelihood and Microfinance. Anthropological and Sociological Perspectives on Savings and Debt*, Eburon Academic Publishers, Delft.
- MARTEL, A. (1960), « Le Makhzen du Sud tunisien (1881-1910) », *Les Cahiers de Tunisie*, n° 32, pp. 7-31.
- MOLYNEUX, M. (2002), "Gender and the Silences of Social Capital: Lessons from Latin America", *Development and Change*, vol. 33, 2, pp. 167-188.
- MONTAGNE, R. (1930), *Les Berbères et le Makhzen dans le Sud du Maroc : essai sur la transformation politique des Berbères sédentaires (groupe Chleuh)*, Félix Alcan, Paris.
- MORVANT, S. (2004), « Microfinance et transferts privés : substitution ou complémentarité ? Étude de cas dans deux villages du Mexique », *Actes du Colloque de L'AES*, vol. 2, L'Harmattan, Paris, pp. 237-252.
- MORVANT-ROUX, S. (à paraître), "Is Microfinance the Adequate Tool to Finance Agriculture ? ", in ARMENDARIZ, B. et M. LABIE (ed.), *The Handbook of Microfinance*, World Scientific Publishing, Hackensack (N.J.), London, Singapore.
- MORVANT-ROUX, S. - éd. - (2009), *Exclusion et liens financiers. Microfinance pour l'agriculture des pays du Sud*, Economica, Paris.
- MORVANT-ROUX, S. (2006), *Processus d'appropriation des dispositifs de microfinance : un exemple en milieu rural mexicain*, Thèse de doctorat en sciences économiques, Université Lumière, Lyon 2, Lyon.
- MORVANT-ROUX, S. et J.-M. SERVET, (2007), « De l'exclusion à l'inclusion financière par la microfinance », *Horizons bancaires*, n°334, pp. 55-67.
- MORVANT-ROUX, S. et F. DOLIGEZ (2007), « Émigration, microfinance et vulnérabilité rurale : une équation sans solution ? Le cas de la Mixteca dans l'État d'Oaxaca au Mexique », *Autrepart*, n°44, pp. 95-108.
- MOSSE, D. (2005), *Cultivating Development. An Ethnography of Aid Policy and Practice*, Pluto Press, London.
- MURRAY, I. et N. BARKALLIL (2005), "Gender Baseline Survey. Household Resource Allocation and the Capacity of Poor Women to Grow their Businesses in Morocco", *Site de la WWB* [En ligne] http://www.swwb.org/files/pubs/en/gender_baseline_survey_household_resource_allocation.pdf (Page consultée le 17 avril 2011).
- NIÑO-ZARAZUA, M. et J. COPESTAKE (2009), "Financial Inclusion, Vulnerability, and Mental Models: from Physical Access to Effective Use of Financial Services in a Low Income Area of Mexico City", *Savings and Development*, 32 (4), pp. 353-380.
- OLIVIER DE SARDAN, J.-P. (1995), *Anthropologie et développement. Essai en socio-anthropologie du changement social*, APAD, Karthala, Paris, Marseille.
- PAXTON, J. (1996), *Determinants of Successful Group Loan Repayment: An Application to Burkina Faso*, Unpublished doctoral dissertation, The Ohio State University, Ohio.
- PLANET FINANCE (2006), « Étude sur les endettements croisés », Maroc, Planet Finance.
- PLANET FINANCE (2004), *Évaluation de l'impact de la microfinance au Maroc*, FNAM (Fédération nationale des associations de microcrédit), IKM (*Impact, Knowledge, Market*).

- RANKIN, K. N. (2002), "Social Capital, Microfinance and the Politics of Development", *Feminist Economics*, vol. 8, 1, pp. 1-24.
- RUTHERFORD, S. (2001), *The Poor and Their Money*, Oxford University Press, New Dehli.
- SERVET, J.-M. (2006), *Banquiers aux pieds nus. La microfinance*, Odile Jacob, Paris.
- Servet J.-M. (1995) (ed) *Épargne et liens sociaux. Études comparées d'informalités financières*, Paris: AEF/AUPELF-UREF.
- SERVET, J.-M. (1996), "Community Relations, Individual, Social and Economics Constraints in the Savings and Loans Associations in CANGIANI, M. (ed.), *The Milano Papers. Essays in Social Alternatives*, Black Rose Books, Montreal, London.
- SHIPTON, P. (2007), *The Nature of Entrustment. Intimacy, Exchange and the Sacred in Africa*, Yale University Press, New Haven, London.
- TOZY, M. (2008), *Monarchie et Islam politique au Maroc*, Presses de Sciences Po, Paris.
- VILLARREAL, M. (2009), "Social Boundaries and Economic Dilemmas in Micro-financial Practices", Contribution à la *First European Research Conference on Microfinance*, CERMi, ULB, 2-4 Juin, Bruxelles.
- VILLARREAL, M. (2004), "Striving to Make Capital do 'Economic Things' for the Impoverished: On the Issue of Capitalization in Rural Microenterprises", in KONTINEN, T. (ed), *Development Intervention. Actor and Activity Perspectives*, University of Helsinki, Helsinki, pp. 67-81.
- VILLARREAL, M. (2000), "Deudas, drogas, fiado y prestado en las tiendas de abarrotes rurales", *Desacatos*, n° 3, pp. 69-88.
- WAMPFLER, B., E. RALISON, J. RAMIARAMANANA et M. ROESCH (2004), « Étude de l'impact du réseau des caisses d'épargne et de crédit agricole (CECAM) de Madagascar. Rapport d'étude », CECAM, CIRAD, Union européenne.
- ZELIZER, V. A. (2005), *The Purchase of Intimacy*, Princeton University Press, Princeton.
- ZELIZER, V. A. (1995), *The Social Meaning of Money*, Basic Books, New York.