

Etude d'impact des programmes de micro crédit au Maroc

Termes de référence

A. Objet :

L'Association Al Amana, la Fondation Zakoura Micro Crédit, la Fondation Banque Populaire pour le Micro crédit et la FONDEP, les quatre plus grandes Associations du micro crédit (AMC) au Maroc, entendent mutualiser leurs efforts et lancer un appel à expertise pour mener une étude d'impact du secteur mais aussi de chacun de leurs programmes de micro crédit sur leurs bénéficiaires respectifs.

L'étude devra fournir des informations sur les dimensions socio-économiques du microcrédit et les besoins effectifs de la population concernée.

Cette étude doit être conforme aux meilleures pratiques émergentes en matière d'évaluation d'impact et permettre de :

- Evaluer et mesurer des indicateurs de changements dans un objectif de pilotage des AMC de microcrédit (adapter l'offre à la demande, prévenir ou comprendre les crises, ajuster les besoins d'accompagnement des AMCs...);
- Produire des informations sur les interactions entre les AMCs et leurs milieux, pour mieux comprendre, informer et innover.

L'étude doit développer une rigueur en apportant un soin tout particulier à l'échantillonnage, à la qualité de l'information collectée, et à la validation des résultats.

B. Contexte de l'étude :

Malgré sa jeunesse, l'activité du micro crédit au Maroc est considérée comme une composante non négligeable du paysage financier national, vu les effectifs de la population servie, 1 million en 2006, l'envergure des encours, 3 milliards de dirhams, les effectifs employés, 4 400 personnes, la densité du réseau avec un maillage de plus en plus fin y compris dans le milieu rural, les performances financières et le professionnalisme des institutions impliquées. Le développement considérable des associations de micro crédit atteste bien de la carence que pouvait causer l'absence ou l'accès restreint au crédit, néanmoins la capacité effective des associations à accroître le bien-être économique et social de leurs clients suscite de nombreux débats et nourrit de nombreuses réflexions. Les études disponibles montrent bien qu'il y a des évolutions positives qui interviennent dans la vie des participants aux programmes, de leur entreprise et de leur foyer mais la plupart comportent des limites méthodologiques pour pouvoir attribuer les changements observés de façon catégorique à la participation au programme et non pas à d'autres facteurs exogènes.

- Etudes d'impact déjà réalisées :

- Etude d'impact sectorielle :

La dernière étude d'impact sectorielle a été menée au Maroc en 2004. Cette étude a été commanditée par la Fédération Nationale des Associations de Micro crédit (FNAM), et réalisée par Impact, Knowledge, Market - PlaNet Finance Maroc (IKM).

Elle a été effectuée en coopération avec la Faculté de Sciences Economiques de l'Université de Fès, auprès de 1 287 bénéficiaires des 11 AMC dans sept régions du Maroc.

- Etudes d'impact menées par L'Association Al Amana et la Fondation Zakoura :

L'Association Al Amana, la Fondation Zakoura Micro Crédit ont chacune mené des études d'impact au niveau de leurs institutions respectives.

L'Association Al Amana a mené 2 études d'impact en 2002 et 2004 alors que l'étude menée par la Fondation Zakoura Micro Crédit a été effectuée en 2001.

Les 2 Associations se sont appuyées sur les techniques mises au point par les membres du réseau SEEP/AIMS (Small Enterprise Education and Promotion/Assessing the Impact of Microfinance Services) et souhaiteraient que l'expert propose une méthodologie différente.

C. Objectifs de l'étude :

L'étude d'impact doit fournir des informations crédibles et utiles pour mieux comprendre et améliorer les programmes des AMC's et de proposer des recommandations en termes de produits et services.

Elle cherchera à évaluer de manière scientifique et rigoureuse :

1. Les changements observés aux niveaux des clients, des entreprises, des familles/ménages et des communautés de leurs clients :

Il s'agit en effet de mesurer l'impact à deux niveaux :

➤ L'impact économique :

- ✓ Le micro crédit contribue-t-il à la création ou à la pérennisation d'activité génératrice de revenu ?
- ✓ Le micro crédit agit-il sur l'évolution du chiffre d'affaire ? Du revenu ?
- ✓ Le micro crédit contribue-t-il à la formalisation des activités ?
- ✓ Le micro crédit contribue-t-il à la modernisation du matériel et de l'équipement de la micro entreprise ?
- ✓ Quelles sont les sources de financement et la structure financière des micro-entreprises ?
- ✓ Le micro crédit crée-t-il une dépendance chez le micro entrepreneur ?
- ✓ Le micro crédit contribue-t-il à la création d'emploi ?

➤ L'impact social :

- ✓ L'impact sur le ménage :
 - Evolution des conditions de logement en termes de :
 - Type de logement
 - Accès au réseau national d'eau potable
 - Accès au réseau national d'électricité
 - Accès aux services d'assainissement
 - Evolution des conditions sanitaires
 - Evolution du revenu et des dépenses du ménage
 - Education en termes de :
 - Scolarisation des enfants
 - Niveau d'études des enfants
 - Alphabétisation
- ✓ L'impact sur la personne (émancipation, autonomie, statut au niveau du ménage et de la communauté).

2. Le degré de corrélation entre les changements observés et la participation des clients au programme (relations de cause-à-effet entre les changements et la présence des AMC) ;

3. Les facteurs favorisant ou entravant les opportunités de changement, mais n'étant pas directement liés à l'intervention du programme, tels que le sexe des clients, la taille des ménages et le secteur d'activité de la micro entreprise...etc.

L'objectif de l'étude étant par ailleurs d'aider les associations impliquées à définir les produits et services qui répondraient au mieux aux attentes des bénéficiaires et à mettre en place un système de suivi des indicateurs d'impact les plus pertinents de manière simple et régulière. Associant des

méthodes quantitatives, qualitatives et participatives, l'étude doit être facile à mettre en œuvre, peu coûteuse en temps et en coût (compromis entre qualité/rigueur de la démarche et le coût), et peu contraignante en terme de ressources et d'organisation des institutions concernées. Elle doit allier les objectifs de pertinence et de fiabilité des résultats et ceux de la faisabilité et du coût.

L'étude doit être :

- Pertinente, c'est à dire être utile pour améliorer l'offre des Associations en terme de produits (montants, tarification, épargne, assurance...) et services (horaires, proximité, formation...)
- Faisable, c'est à dire simple, adaptée aux compétences et contraintes de temps des praticiens et peu coûteuse
- En mesure d'apporter des solutions aux difficultés généralement rencontrées : une définition claire des objectifs et des hypothèses, une garantie de l'objectivité (contrôle extérieur, entretiens avec les clients menés par un personnel qui n'est pas habituellement en contact avec ces derniers, échantillonnage aléatoire, double vérification des données collectées).

D. Méthodologie et approche :

La méthodologie proposée devra apporter un soin tout particulier au choix des groupes de comparaison (traitement et contrôle) afin de limiter les différents biais de sélection et de localisation, à l'échantillonnage et aux spécificités des 4 associations.

- Choix des groupes de comparaison :

Plusieurs approches ont été développées pour le choix des groupes de traitement et de contrôle. La plupart de ces études comportent des limites méthodologiques en matière du choix des groupes de comparaison et des biais liés à la sélection et la localisation, ou même à une variation au cours du temps de la politique des institutions qui peuvent affecter les indicateurs d'impact. Il s'agit ainsi de mettre en relief ces différents biais afin de les limiter et pouvoir comparer les clients.

- Echantillonnage et spécificités des AMCs (voir annexe) :

Les AMCs objets de l'étude présentent une certaine hétérogénéité en termes de programme et de population cible. L'échantillonnage choisi devra prendre en considération la localisation géographique des 4 AMCs, la répartition selon le genre et devra faire en sorte que les résultats prennent en compte le poids de chaque institution.

- Approche :

- Étude documentaire pour la proposition de la méthodologie et les instruments utilisés
- Enquête quantitative sur le terrain auprès d'un échantillon représentatif
- Étude qualitative par le biais de réunions de groupes

E. Engagements de l'expert

- Elaborer la proposition méthodologique
- Elaborer les outils
- Pré-tester les outils et s'assurer de leur accessibilité et de leur facilité d'administration ;
- Elaboration du cahier de charges du bureau d'études pour la conduite de l'enquête terrain ;
- Participer à la sélection et au choix du bureau d'études ;
- Elaborer les modules de formation des superviseurs, enquêteurs et agents de saisie ;
- Veiller au contenu et au bon déroulement de la formation ;
- Veiller à la conformité du test pilote mené par le bureau d'études ;
- Veiller à la conformité de la conduite de l'étude sur le terrain ;
- Effectuer le traitement et l'analyse statistiques des données collectées lors de l'étude ;
- Elaborer les rapports préliminaire et final de l'étude concernant d'une part le secteur et d'autre part chacune des 4 AMCs;

- Présenter les résultats de l'étude.
- Clause de normes de qualité: les études qualitative et quantitative doivent être menées selon les normes d'efficacité et d'efficacité en vigueur dans le domaine des études de marché.
- Clause de non-appropriation des résultats de l'étude : l'expert de pourra utiliser les résultats de l'étude sans autorisation des AMCs.

F. Modalités de la relation de l'expert aux AMCs :

- Un comité de pilotage dont la mission est la validation des livrables soumis par l'expert soit :
 - La proposition méthodologique ;
 - Les outils de l'étude ;
 - Le cahier des charges du bureau d'études;
 - Les rapports préliminaire et final
 - La présentation finale des résultats de l'étude.
- Un comité technique dont la mission est d'accompagner l'expert et le bureau d'études pour la conduite des différentes étapes de l'étude.
- Clause d'échéances de paiement :
 - 10% à la validation de la proposition méthodologique ;
 - 15% à la validation des outils et cahier des charges du bureau d'études ;
 - 30% à la validation du rapport préliminaire ;
 - 45% à la validation de la rapport final et la présentation.

Actions	Responsable	Appui ponctuel
Finalisation de la proposition méthodologique	Expert	Comité technique
➤ Définir les objectifs spécifiques de l'étude		
➤ Définir la méthodologie de conduite de l'étude		
Réunion de validation de la proposition méthodologique	Comité de pilotage Expert	
➤ Elaborer les outils de mesure d'impact de la microfinance des AMC's concernées	Expert	Comité technique
➤ Etablir le cahier des charges du bureau d'étude pour la conduite de l'enquête sur le terrain	Expert	Comité technique
Réunion de validation des outils et du cahier des charges	Comité de pilotage Expert	
➤ Lancer l'appel d'offre pour la sélection du bureau d'études	Expert	Comité technique
➤ Elaborer les modules de formation des superviseurs, enquêteurs et agents de saisie	Expert	Comité technique
Réunion de validation du choix du bureau d'études	Comité de pilotage Expert	
Suivre les étapes de conduite de l'enquête terrain	Comité technique	
Effectuer l'analyse et les rapports finaux	Expert	Comité technique
➤ Effectuer l'analyse statistique des données	Expert	Comité technique
Réunion de présentation des résultats préliminaires	Comité de pilotage Expert	
➤ Elaborer le rapport d'analyse	Expert	Comité technique
➤ Elaborer la présentation des résultats	Expert	Comité technique
Réunion de validation du rapport et de la présentation des résultats	Comité de pilotage Expert	

ANNEXE 1: Informations sur les associations promotrices du projet

1. Association Al Amana

✓ *Mission et population cible*

Al Amana est une association, créée en 1997, et reconnue par la loi marocaine sur le micro crédit. Elle a pour mission la promotion des micro entreprises par la fourniture de services financiers et connexes. Sa population cible est constituée d'hommes et femmes ayant une activité génératrice de revenus et n'ayant pas accès aux services financiers formels. Elle compte, au 31 décembre 2006, 405 704 clients actifs (environ 46% de femmes), pour un encours moyen par prêt d'environ 4564.6 MAD.

✓ *L'offre*

50% du portefeuille est constitué de prêts solidaires en milieu urbain, mais Al Amana diversifie progressivement son offre au moyen de prêts en milieu rural, de prêts individuels, de prêts pour le logement et de services non financiers.

Rubriques	Données (au 31 déc. 2006)
Nombre de clients actifs :	405 704
Répartition par genre : ✓ Hommes ✓ Femmes	218 771 186 933
Répartition type de prêt : ✓ Clients Solidaire Urbain : ✓ Clients Solidaire Rural : ✓ Clients Prêts individuels : ✓ Clients Prêts au logement :	201 988 170 348 16 328 17 040
Portefeuille encours (en millions de Dirham) : ✓ PF Solidaire urbain : ✓ PF Solidaire rural : ✓ PF Prêts individuels : ✓ PF Prêts au logement :	908,4 668,3 122,1 153,2
Encours moyen/prêt (MAD) :	4 564,8

2. Fondation Banque Populaire pour le Micro Crédit

✓ *Mission et population cible*

La Fondation Banque Populaire pour le Micro-Crédit (FBPMC) qui a démarré son activité en 1998, a été créée sous forme d'association à but non lucratif (dahir du 15 novembre 1958) et obtenu en mars 2000 l'agrément du ministère de l'Economie et des Finances pour exercer l'activité de micro-finance.

Elle constitue une réponse citoyenne du Groupe des Banques Populaires qui vise à soutenir les efforts de l'Etat marocain dans sa lutte contre la pauvreté et pour la promotion de l'emploi.

Actuellement, la FBPMC développe un système de micro-crédit, essentiellement en zones urbaines et péri-urbaines qui regroupent des foyers importants de pauvreté. Les objectifs recherchés :

- permettre aux micro-entrepreneurs qui ne peuvent bénéficier des concours du système bancaire, de créer ou développer leur propre activité de production ou de services en vue d'assurer leur insertion économique ;
- favoriser la modernisation de leurs unités productives ;
- faciliter le passage progressif de ces unités du secteur informel vers le secteur organisé de l'économie ;
- et concourir à la bancarisation des ses clients.

La démarche de la Fondation allie dans un même mouvement la proximité, le financement, l'encadrement, la formation et le suivi du micro-entrepreneur.

✓ L'offre

Considérant les orientations générales du programme de la Fondation, la politique des produits adoptés propose des prêts répondant à différents besoins de la clientèle. Portant des appellations en arabe fortement évocatrices et relativement aisées à retenir, les produits proposent des prêts dont les montants varient entre 3.000 et 30.000 DHS.

Rubriques	Données (au 31 déc. 2006)
Nombre de clients actifs :	131 781
Répartition par genre : ✓ Hommes ✓ Femmes	57 131 74 650
Répartition par type de prêt ✓ Crédits solidaires ✓ Crédits individuels pour la micro-entreprise ✓ Crédits pour l'habitat social	172 337 651 4 734
Portefeuille encours (en millions de Dirham) : ✓ PF Crédits solidaires ✓ PF Crédits individuels pour la micro-entreprise ✓ PF Crédit pour l'habitat social	540.9 9.8 41.3
Encours moyen/prêt (MAD) :	6 229,83

3. Fondation pour le Développement Local et le Partenariat

✓ *Mission et population cible*

Association à but non lucratif créée en 1996, la Fondation pour le Développement Local et le Partenariat – Micro crédit (FONDEP) a pour vocation de contribuer à la lutte contre la pauvreté et à l'amélioration des conditions de vie des populations défavorisées au Maroc.

La Fondep cible essentiellement les femmes et les jeunes, ayant une activité génératrice de revenu et n'ayant pas accès au système bancaire classique. En un peu plus de dix années d'existence, la FONDEP a accompagné financièrement plus de 300 000 porteurs de projets. L'institution sert actuellement environ 76 000 clients actifs dont 69.3% de femmes. Avec une croissance à trois chiffres depuis 2003, son portefeuille avoisine les 225 millions de dirhams.

✓ *L'offre*

L'octroi de micro crédits permet à la FONDEP d'accompagner financièrement les porteurs de micro projets, de promouvoir la Très Petite Entreprise, de permettre le financement de projets d'amélioration des conditions d'habitat et d'accès aux services essentiels. Présente sur l'ensemble du territoire, la FONDEP propose actuellement trois groupes basiques de produits et des services non-financiers : une gamme de crédits mutuels, des prêts individuels et des produits Habitat, aussi individuels, destinés à l'achat, la construction, la rénovation.

DONNEES AU 31/12/06	
Portefeuille actif	226 018 291
Clients actifs	76 376
Répartition géographique	
<i>Rural</i>	30,57%
<i>Urbain</i>	69,43%
Genre	
<i>Femmes</i>	69,36%
Répartition par secteur	
<i>Commerce</i>	62,47%
<i>Artisanat</i>	25,07%
<i>Agriculture</i>	12,46%
Montant moyen du prêt en cours	2 959
Date de lancement prêt individuel	début 2003

4. Fondation Zakoura Micro Crédit

✓ *Mission et population cible*

Née en 1995, la Fondation Zakoura, association humanitaire à but non lucratif, s'est fixée, dès le début comme mission, de combattre la pauvreté et de développer le sens de la responsabilité civique. Son principal objectif consiste à améliorer tant en milieu urbain que rural, la qualité de vie des marocains les plus défavorisés qui n'ont pas accès aux sources classiques de financement.

Pour atteindre cet objectif, la Fondation Zakoura offre à ses bénéficiaires des services financiers (à travers des prêts solidaires et des prêts individuels pour les activités génératrices de revenu et des prêts individuels pour l'amélioration des conditions de vie) et des services non financiers (à travers un accompagnement des bénéficiaires par le biais de formation pratique aux bases de la gestion, de sensibilisation à l'éducation et au civisme à travers des actions sociales).

La Fondation Zakoura Micro Crédit cible essentiellement les femmes qui représentent 80% des bénéficiaires. La plupart d'entre elles ont en moyenne 40 ans, sont mariées, analphabètes, appartiennent à des ménages pauvres (c'est-à-dire que chacun des membres vit avec moins d'1 \$US par jour)¹ ou vulnérables (c'est-à-dire que chacun des membres vit avec moins d'1,5 \$US par jour)².

✓ L'offre

Au cours des dix dernières années, Zakoura a connu une croissance phénoménale en doublant le nombre de prêts débloqués chaque année.

Si en 1997, elle ne comptait que 3000 bénéficiaires actifs, la Fondation Zakoura en servait au 31 décembre 2006, près de 367.744.

Depuis sa création, Zakoura Micro Crédit a débloqué près de 1 821 271 prêts pour un montant total de 3 452 921 197 DH jusqu'à fin décembre 2006.

Rubriques	Données (au 31 déc. 2006)
Nombre de clients actifs :	367 744
Répartition par genre :	
✓ Hommes	58 359,04
✓ Femmes	308 904,96
Répartition par type de prêt :	167 748
✓ Clients Solidaire Urbain :	121 473
✓ Clients Solidaire Rural :	26 956
✓ Clients Prêts individuels :	51 567
✓ Clients Prêts au logement :	
Portefeuille encours (en millions de Dirham) :	
✓ PF Solidaire urbain :	233,4
✓ PF Solidaire rural :	169
✓ PF Prêts individuels :	150,5
✓ PF Prêts au logement :	247,7
Encours moyen/prêt (MAD) :	2177

¹Définition tirée de *Carte de la pauvreté communale*, Haut Commissariat au Plan, édition juin 2004.

² Définition tirée de *Carte de la pauvreté communale*, Haut Commissariat au Plan, édition juin 2004.

ANNEXE 2: Echantillonnage/spécificités des 4 AMC

AMC	Clients actifs	Pourcentage	Milieu de résidence		Genre	
			Urbain	Rural	Homme	Femme
AAA	405 704	41,35%	53%	47%	54%	46%
FZMC	367 744	37,44%	56%	44%	16%	84%
FONDEP	76 376	7,78%	57%	43%	31%	69%
FBPMC	131 781	13,43%	90%	10%	43%	57%
Moyenne			59%	41%	37%	63%