

— La — Janvier 2018 Lettre — n° 29

LA FONDATION
GRAMEEN CRÉDIT AGRICOLE

www.gca-foundation.org

Suivez nous sur     

LA FONDATION GCA En chiffres

À FIN DÉCEMBRE 2017

28 Pays

64,1 MONTANT TOTAL DES ENGAGEMENTS
Millions d'Euros
(Microfinance et Social Business)

57 IMF soutenues

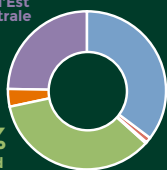
14* ENTREPRISES DE SOCIAL BUSINESS
Soutenues

24,6% RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE
DES ENGAGEMENTS

Europe de l'Est
& Asie Centrale

3,6% Europe
Occidentale

35,0% Asie du Sud
& Sud-Est



0,2% Amérique Latine
& Caraïbes

* Dont ACAD Finance et Chamroen qui sont également des Institutions de Microfinance



Amélie, Alice et Juliette. Stagiaires, Fondation Grameen Crédit Agricole

Edito


Éric Campos

Délégué Général

Fondation Grameen Crédit Agricole

Tous les ans, la Fondation Grameen Crédit Agricole accueille de nombreux stagiaires. Généralement issus des grandes écoles de commerce, d'ingénieurs ou des filières universitaires, ils passent à la Fondation six mois en moyenne. Ils effectuent des missions à l'étranger avec les chargés d'investissement, participent à la rédaction des dossiers d'investissement, à des recherches ou des travaux ponctuels et disposent d'une part de voix « pleine et entière » lors des échanges et des comités internes qui rythment le fonctionnement de notre petite institution.

La newsletter que vous avez entre les mains est un numéro spécial. En effet, nous avons laissé carte blanche aux trois excellentes stagiaires que nous accueillons en ce moment pour en rédiger son contenu. C'est donc avec le regard de leur génération qu'Alice Forgeois, Amélie Riou et Juliette Charrier partagent avec nous leurs doutes, leurs critiques, leurs espoirs et leurs recommandations sur le secteur de la finance inclusive.

En vous souhaitant une bonne lecture, toute l'équipe de la Fondation Grameen Crédit Agricole partage avec vous ses vœux pour un monde meilleur. Alice, Amélie et Juliette ont, elles aussi, commencé à y contribuer. 

Actualités

En 2017, la Fondation Grameen Crédit Agricole a poursuivi sa croissance

A fin décembre 2017, la Fondation Grameen Crédit Agricole enregistre 64,1 millions d'euros d'engagements, dont 57,5 millions de financements à des institutions de microfinance et 4,8 millions d'investissements en social business, soit une hausse de 45% sur un an.

En savoir plus



LIVRE BLANC

SOCIAL BUSINESS
Vers un entrepreneuriat de l'utilité sociale



La Fondation Grameen Crédit Agricole publie son Livre Blanc du Social Business

La Fondation Grameen Crédit Agricole a publié son livre blanc « **Social business, vers un entrepreneuriat de l'utilité sociale** », qui tire les enseignements de ses huit années d'investissements dans les entreprises sociales.

En savoir plus

Bilan positif de notre programme d'assistance technique en faveur de la microfinance rurale en Afrique

Le 3^{ème} Forum des partenaires de la Facilité Africaine, dispositif en faveur des institutions de microfinance [...] s'est tenu cette année dans le cadre de la SAM à Addis Abéba, [...] avec un retour très positif de la part des participants.

En savoir plus



Voir toutes les actualités





Social Business: l'arrivée dans un fonds d'impact en social business ou l'embarquement à bord de la montagne russe des fonds d'investissement

Par Juliette Charrier

Lorsqu'on entre dans une fondation d'impact social, on entre avec beaucoup d'idées reçues et d'idéalisme. C'était du moins mon cas. J'allais enfin connaître la recette de l'impact, qualitatif et quantitatif, pour enfin trouver des modèles qui ont du sens, efficaces pour lutter contre la pauvreté, performants financièrement et qui alignent les intérêts de tous les acteurs de la chaîne de valeur. **Douche froide.** Rien n'est tout blanc ou tout noir, avoir de l'impact est difficile et nous n'avons pas encore trouvé de recette magique. Mais, étape par étape, on se rend compte qu'il est bien possible de contribuer au développement économique de pays émergents, soutenir des entreprises qui créent des opportunités économiques, qui rémunèrent de manière inclusive et équitable leurs parties prenantes.

Tout d'abord, les désillusions : nous a-t-on menti pendant 10 ans ? Les entreprises de social business peuvent-elles réellement concilier croissance rentable et impact social ? Au premier coup d'oeil sur notre portefeuille, on a envie de baisser les bras et de se demander : ne sommes-nous pas en train de créer une bulle spéculative financière et sociale sur le concept du social business, en affirmant que cela fonctionne alors que les chiffres ne sont pas au rendez-vous ? Désespoir et perte de confiance.

Ensuite, en creusant les sujets et en s'imprégnant de chaque entreprise de social business, on se rend compte qu'il y a de fortes et concrètes améliorations, parfois opérationnelles, parfois sociales, parfois les deux... hors cas extrême, il y a des résultats. C'est rassurant, enthousiasmant. **Regain d'espoir envers les entreprises de Social Business.**





Résultats certes, mais tout de même bien en dessous des attentes. On réfléchit donc aux moyens à mettre en œuvre, on se rend compte que c'est un chemin de longue haleine et qu'il faut être bien accompagné. On conclut également qu'il y a autant de situations dans les social business que de variables à rassembler pour s'assurer de leur succès. Mais sommes-nous les seuls dans ce cas-là ?

Déphasage : Certains fonds à impact assurent avoir un vrai impact social et des rendements de marché : comment est-ce possible? Deux apprentissages : 1) la notion d'impact investing est très large et va des « investissements qui ne font pas de mal, aux investissements qui cherchent à tout prix à faire du bien ». 2) la Fondation Grameen Crédit Agricole finance davantage des start-up sociales que des entreprises ou programmes sociaux. La Fondation appartient donc bien à « l'impact investing », dans le sous-compartiment « social business », mais plus précisément dans le tiroir Seed-Capital Risk à Impact Social, par ses tickets moyens bas et le caractère entrepreneurial des entreprises investies. Quand on se rend compte que les fonds de Venture Capital comptent sur une entreprise « unicorne » pour réaliser la plus-value qui absorbera les coûts d'une dizaine d'investissements moins

fructueux, tout en dégageant si possible des retours pour rémunérer dirigeants et actionnaires, tout cela dans des économies florissantes et développées... **on mesure le challenge** que se fixent les Fonds de Seed Social Business dans les pays émergents.

Est-ce un problème de moyens financiers ?

Les fonds d'investissement investissent-ils trop peu pour réellement permettre aux entreprises de social business de se développer, se structurer et créer un business ? D'après le rapport du GILIN, les taux de rentabilité interne (IRR) ne varient pas en fonction de la taille totale des fonds mais peuvent varier en fonction de la taille des investissements.

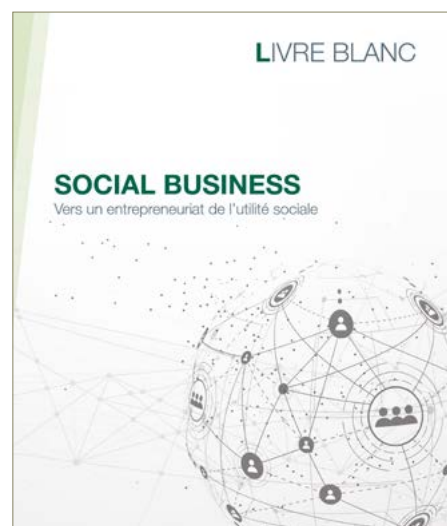
Est-ce un problème de moyens extra-financiers ?

L'isolement de l'entrepreneur et le manque d'accompagnement qualifié ? Comment tirer des leçons avec des investissements aussi divers en termes de profil du dirigeant, marché adressé, contexte socioéconomique, valeur ajoutée de l'entreprise, bénéficiaires ciblés etc ?


Et quand bien même tout cela fonctionnerait, les entreprises de social business sont-elles le meilleur moyen d'obtenir de l'impact ? Ne vaut-il pas mieux essayer de changer les méthodes et pratiques des grands groupes

déjà résilients dans les pays émergents pour avoir un vrai impact à échelle ? Intégrer de nouvelles parties prenantes comme des nouveaux segments de clients et de fournisseurs pourrait au final avoir plus de portée.

Au final, on grandit, en comprenant que l'objectif n'est pas d'avoir l'impact social le plus rentable mais de contribuer au développement économique de pays émergents, en intégrant à des chaînes de valeur des acteurs préalablement exclus, en créant des emplois et en donnant accès à des biens essentiels au plus grand nombre. L'essentiel est que l'on se retrouve dans un milieu stimulant, où les situations évoluent rapidement, où l'on tâtonne à la recherche de mécanismes fructueux, où l'on tente de renforcer les entreprises de social business par des partenariats enrichissants, à la recherche de l'équilibre financier et de la maximisation de l'utilité sociale, et où l'innovation est partout présente.



La Fondation Grameen Crédit Agricole tire les enseignements de son expérience d'investisseur : le Livre Blanc sur le Social Business

Après huit années d'activité dans le social business, la Fondation Grameen Crédit Agricole a souhaité tirer les leçons de son expérience et les partager ... ! Elle présente donc les défis auxquels ces entreprises de social business font face. La Fondation formule des propositions pour renforcer ce modèle prometteur. 

En savoir plus 



La microfinance : un secteur en pleine (r)évolution

Par Amélie Riou et Alice Forgeois

Quand on pense microfinance, on peut penser petits prêts, pour des populations n'ayant pas accès au crédit, seulement dans les zones les plus reculées et abandonnées, par de petits opérateurs gérant les encours de leurs clients sur du papier ou des vieux ordinateurs, seulement pour financer une activité professionnelle. Bref, rien de révolutionnaire ni d'innovant ? Détrompez-vous ! La microfinance ne cesse d'évoluer et de s'adapter à son environnement : meilleures relations et protections des clients, services digitaux et offre de produits innovants pour répondre rapidement aux besoins essentiels. Laissez-vous surprendre !

Microfinance et GAFA*, une histoire d'amour possible ?

La microfinance n'est plus la chasse gardée des ONG et des institutions de microfinance spécialisées. Du moins, plus exclusivement. Pour le meilleur... ? De nouveaux acteurs, des géants de l'internet, du mobile, du digital, s'intéressent à la microfinance et proposent des microcrédits. Facile, ils connaissent bien leurs clients et peuvent échanger informations et argent très rapidement avec eux. Quelques exemples :

Baidu, le google chinois, distribue des microcrédits au travers de sa filiale Chongqing Baidu Micro Finance afin de surfer sur la vague du crédit à la consommation qui croît solidement en Chine et qui représentait, en septembre 2017, un marché de 30,2 milliards de yuan (3,9 milliards d'euros). Baidu a déclaré utiliser le big data, l'apprentissage automatique et la technologie de reconnaissance faciale pour l'aider dans l'évaluation du dossier crédit des emprunteurs potentiels. Les microemprunteurs remboursent directement via une application « portefeuille » et la demande de prêts se fait en ligne. Ces prêts sont souvent destinés à financer des études dans les institutions privées.

En parallèle, **Amazon** a annoncé en septembre 2017 un partenariat avec Bank of Baroda (Inde) afin de proposer des microcrédits aux vendeurs particuliers enregistrés sur la plateforme. A ce jour, les prêts sont proposés à des vendeurs qui remplissent un certain nombre de critères. Les vendeurs indiens pourront directement

utiliser les profits de leurs ventes pour rembourser leur prêt. Amazon souhaite capter 15 à 20% des clients d'Amazon India en un an... ! Attention, le digital peut être un canal pour le développement de la microfinance, mais pourrait finalement être un facteur d'exclusion financière supplémentaire, enregistrant et mettant à disposition un grand nombre d'informations et l'historique des emprunteurs...



Microfinance et macro-services ?

Microfinance verte, micro-nutrition, assurance agricole... Aucun lien entre ces différents thèmes a priori ? Et bien si. Ces services font maintenant partie intégrante des activités des institutions de microfinance (IMF) et viennent compléter l'offre du crédit traditionnel. Fini le schéma classique et bienvenue dans la microfinance 2.0 ! Grâce à la diversité géographique des IMF, la proximité qu'elles entretiennent avec chaque client et leur fort ancrage rural, la microfinance devient un canal privilégié pour la distribution de nouveaux services.

Une équipe de chercheurs a récemment souhaité savoir s'il était possible de se servir du réseau des IMF pour lutter contre la malnutrition, celle-ci étant presque toujours liée à la pauvreté dans les pays en développement. L'équipe a donc mis à la disposition des institutions des micronutriments contenant 15 vitamines et minéraux essentiels et a ensuite mesuré l'impact de cette distribution par prélèvement sanguin. Suite à cette étude, ce réseau de distribution est apparu comme très efficace pour lutter contre la malnutrition. Pour conforter les résultats, une étude va être menée sur tout le territoire de Haïti. De belles évolutions en perspective !

Très peu répandue en Afrique mais avec des évolutions potentielles immenses, la microassurance agricole propose aux petits producteurs d'assurer leur récolte contre différents risques. Comment démocratiser l'accès à la microassurance ? Par la microfinance justement : le produit d'assurance peut être proposé au client couplé à un microcrédit.

L'offre de produits de crédit s'est également beaucoup étoffée depuis quelques années : microcrédits spécifiques pour l'accès

à l'énergie renouvelable, à un logement décent, etc. Un panel de produits de plus en plus large qui permet de couvrir au mieux les besoins des populations, sur des plans tous aussi différents que nécessaires.

La microfinance : vers de nouveaux horizons ?

Historiquement destinée aux pays en voie de développement, la microfinance est aussi présente en Europe.

Pourquoi ? Elle est présentée comme une des possibles réponses à la crise économique, au malaise social ou à l'exclusion financière et est soutenue par les États. **Par qui ?** Grâce notamment à des établissements financiers non bancaires et des ONG. **Pour qui ?** D'après le 8^{ème} Baromètre de la microfinance de Convergences, l'encours du portefeuille brut de microcrédits en Europe s'élève à 2,5 milliards d'euros, dont 71 % destinés à des fins professionnelles pour des personnes qui disposent d'un accès limité aux ressources financières. **Sous quelles modalités ?** Les conditions et modalités de ces prêts varient beaucoup entre les différents états européens : de 3% en Pologne, Finlande et France à 28% en Serbie, avec des prêts moyens par emprunteur variant d'une centaine d'euros à un maximum de 25 000 euros. En plus des microcrédits, ces IMF européennes proposent de plus en plus des services additionnels, tels que l'épargne, l'assurance, etc.

En plus de s'étendre à de nouveaux pays, la microfinance s'adapte aux pays dans lesquels elle est déjà présente depuis de nombreuses années : la microfinance islamique se développe. **Pourquoi ?** Afin de satisfaire des bénéficiaires potentiels n'ayant pas recours à la microfinance traditionnelle du fait de leurs croyances religieuses. **Comment ?** En adaptant le schéma classique de la microfinance afin de commercialiser des produits qui respectent les lois de la Sharia, principalement en retirant la notion de taux d'intérêt des produits proposés. **Quelles perspectives ?** Encore minoritaire par rapport à la globalité du secteur, le marché de la microfinance islamique croît rapidement dans de nombreux pays. Les trois pays pionniers de la microfinance islamique sont l'Indonésie, le Liban et le Bangladesh mais le modèle devrait s'étendre afin d'améliorer l'inclusion financière de tous. **Quels impacts ?** La portée de ce nouveau type de microfinance est très importante dans les pays musulmans quand on sait, par exemple, qu'environ 56% des marocains refusent de faire appel à la microfinance pour des raisons religieuses. 

*Acronyme désignant les quatre géants américains de l'Internet fixe et mobile que sont Google, Apple, Facebook et Amazon

En savoir plus 

