



© Joe Cummings



Encourager une épargne efficace et inclusive

**Leçons et bonnes pratiques issues
du Prix européen de la microfinance 2020**

Par Sam Mendelson

Avec le concours de Camille Dassy, Gabriela Erice, Micol Guarneri, Chiara Pescatori,
Daniel Rozas et Joana Silva Afonso

EUROPEAN
MICROFINANCE
PLATFORM

NETWORKING WITH THE SOUTH

AVANT-PROPOS



2020 aura été une année à nulle autre pareille. Dans le secteur de l'inclusion financière, elle aura été synonyme de défi pour toutes les parties prenantes – IMF, investisseurs, régulateurs, prestataires d'assistance technique et réseaux tels que l'e-MFP. Il va de soi que nos défis ne sont rien en comparaison de ceux auxquels se heurtent actuellement les millions de clients financièrement exclus que notre secteur cherche à aider. Avec des entreprises qui doivent baisser leurs volets, des économies qui vacillent et un virus mortel qui ne semble pas près de disparaître, leurs ménages et leurs entreprises sont incroyablement sous pression.

La parution de la dernière publication du Prix européen de la microfinance remonte à quelques mois à peine. Dans *Adapting to a New Normal*, nous avons vu à quel point le changement climatique s'accompagnait de menaces critiques pour la vie et les moyens de subsistance des clients vulnérables, et en quoi diverses interventions du secteur de l'inclusion financière visant à renforcer la résilience de leurs clients pouvaient atténuer ces effets. De nombreux produits financiers développés à cette fin se basent sur le crédit.

Le crédit occupe en effet une place importante lorsqu'il s'agit de rendre possibles les investissements en faveur de la résilience et de l'adaptation. Mais la planification de l'avenir – pour se prémunir des chocs, accumuler des sommes utilement importantes, constituer des fonds propres, lisser la consommation et échafauder des plans à long terme – ne peut (ou du moins ne devrait) pas dépendre de l'emprunt. Il faut encourager une épargne efficace et solidaire. Pour le dire autrement, l'épargne est un rempart contre l'incertitude.

Sous le titre « Encourager une épargne efficace et inclusive », l'édition 2020 du Prix européen de la microfinance a concentré une étonnante richesse d'informations et de points de vue. Nonobstant les immenses défis auxquels sont actuellement confrontés les prestataires de services financiers, un nombre record d'entre eux, venus du monde entier, ont participé au processus d'attribution du prix 2020. Pourquoi ? Parce que, face aux pressions extrêmes qui s'exercent sur les ménages et les entreprises, l'épargne n'a jamais autant compté qu'aujourd'hui.

C'est pourquoi la Plateforme européenne de la microfinance est extrêmement fière de présenter ce document qui non seulement explique pourquoi l'épargne est aussi importante pour les populations vulnérables, mais présente également les dix demi-finalistes du prix et explique en quoi leurs initiatives diverses et fascinantes encouragent une épargne efficace et inclusive - et les facteurs de leur réussite.

Je tiens à remercier Micol Guarneri et Chiara Pescatori, les deux consultantes qui ont accompagné avec tant de professionnalisme l'équipe du prix de la Plateforme d'un bout à l'autre des procédures d'évaluation et de sélection. Merci aussi à nos collègues d'InFiNe.lu, de la Direction de la coopération au développement et de l'action humanitaire du Luxembourg au sein du Ministère des affaires étrangères et européennes, ainsi qu'à tous les membres du comité de sélection et du Grand jury, pour avoir donné de leur temps et apporté leur expertise à une procédure d'évaluation rigoureuse.

Je tiens à remercier Sam et le reste de l'équipe de la Plateforme, pour leur participation au processus d'attribution du prix et à la rédaction, la révision et la production de ce document. Enfin, nous aimerions tous remercier les 70 organisations qui ont participé à ce Prix, et surtout féliciter les dix demi-finalistes et parmi eux les trois finalistes présentés dans ces pages. Nous vous souhaitons à tous – et en particulier à vos clients – bon vent dans les semaines et les mois à venir.

Christoph Pausch,
Secrétaire exécutif de la Plateforme européenne
de la microfinance

TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos	3
« Ne sois ni emprunteur, ni prêteur... »	7
Raisons pour lesquelles l'épargne compte pour les clients	9
Les femmes et l'épargne	10
Comment les « vrais » gens épargnent	11
Raisons pour lesquelles l'épargne compte pour les prestataires de services financiers	13
Raisons pour lesquelles l'épargne compte pour les communautés	13
Prix européen de la microfinance 2020	15
Objectifs et critères d'éligibilité	15
La Covid-19 et la procédure d'attribution du PEM 2020	16
Procédure de sélection	16
Demi-finalistes et finalistes du Prix européen de la microfinance 2020	17
Trois approches essentielles pour encourager une épargne efficace et inclusive	19
1 Concevoir des produits en fonction des personnes et des objectifs	20
Busaa Gonofaa Microfinance	21
Muktinath Bikas Bank	22
Cooperativa de Ahorro y Crédito Fondesurco	23
Dormance : l'usage effectif des comptes ne se mesure pas facilement	24
2 Rendre l'épargne possible grâce à des prestations innovantes	26
RENACA - Bénin	27
DSS Platform Ltd.	28
Mobilink Micro-Finance Ltd.	29
Ujjivan Small Finance Bank	30
Solutions trouvées par les demi-finalistes pour maintenir les services d'épargne durant la pandémie de Covid-19	32
3 Encourager les clients à épargner	34
RENEW Microfinance Private Ltd.	35
Opportunity Bank Serbia	36
Fansoto	37
Comment favoriser une culture d'épargne quand on est régulateur ?	40
Facteurs de réussite	42
À propos du Prix européen de la microfinance	45
Membres du comité de sélection 2020	47
Organisateurs du Prix européen de la microfinance	49

« NE SOIS NI EMPRUNTEUR, NI PRÊTEUR... »

William Shakespeare

Certains s'étonneront sans doute de l'intitulé de ce chapitre dans un document consacré à la microfinance, secteur qui, depuis toujours, se fonde sur les assises solides et rentables du crédit. Mais la mise en garde de Polonius à Laerte dans Hamlet est plus que jamais d'actualité : si le crédit comporte des avantages, il s'accompagne aussi de risques et de coûts. Dans le monde de l'inclusion financière, le temps est peut-être enfin venu d'envisager l'épargne comme une véritable alternative au simple emprunt, une épargne destinée à investir et à protéger, à préparer et à planifier. Après tout, les adages populaires préconisant l'autonomie et la préparation, du style « *épargnez l'argent et il vous épargnera les ennuis* », ne datent pas d'hier : ils apparaissent dans d'innombrables langues et prônent la prudence, la planification et l'économie dans la gestion des finances. La sagesse populaire a raison de dire que *l'épargne peut être salvatrice*. Mais il ne s'agit pas seulement de prudence financière. Comme l'a dit Benjamin Franklin : « En omettant de vous préparer, vous vous préparez à l'échec ». Probablement un des rares principes réellement universels de la vie.

C'est aussi quelque chose d'intuitif. Nous avons tous une notion

élémentaire de ce que signifie le verbe épargner, constituer une épargne : mettre de côté une partie de ce que nous gagnons, en sacrifiant des opportunités ou des plaisirs immédiats à un avantage futur. Cet avantage peut aussi bien être la capacité de faire face à des circonstances inconnues et imprévues qui chamboulent une vie, que la constitution d'une épargne plus planifiée en vue d'importantes, mais prévisibles dépenses à venir (mariage, grossesse, dépôt pour l'achat d'une maison ou retraite).

La plupart de ces quarante dernières années, le secteur de la microfinance s'est par-dessus tout intéressé au crédit, plus facile à proposer et plus rentable pour celui

qui le propose. Cela s'est le plus souvent traduit par une offre de crédit en guise de produit financier par défaut alors que d'autres options – l'épargne ou l'assurance en particulier – étaient à la fois moins coûteuses pour le client, moins risquées pour lui et mieux adaptées à ses besoins particuliers. Et même si le total des dépôts des institutions de microfinance (IMF) est comparable à leur encours de crédit, la réalité nous montre un secteur qui compte des millions de comptes dormants chez les clients à faible revenu, tandis que la plupart des dépôts sont effectués par des personnes aux revenus plus élevés. Si cette situation permet aux IMF de disposer d'un financement souple en devise locale, moins coûteux



Bref historique des modèles d'épargne destinés aux pauvres



Au fil de sa longue histoire, l'épargne a façonné un paysage de pratiques et de prestataires aussi divers que varié. Tout au début, on a affaire à un mélange de banques d'épargne et de banques postales ainsi qu'à des coopératives d'épargne et de crédit gravitant autour de nombreux marchés, dont la plupart remontent à l'Europe du XIXe siècle et qui ont été reproduites pendant l'ère coloniale.¹ Cette histoire compliquée explique en partie la variabilité des niveaux de portée et d'efficacité de cette large gamme d'institutions, où l'on retrouve aussi bien des usines à gaz qui répondent principalement aux besoins du gouvernement, que des serviteurs zélés des ménages ruraux et pauvres, qui ne cessent d'innover et de s'adapter.

Du côté des IMF traditionnelles, l'histoire de l'épargne n'est guère plus simple. Dans des pays comme l'Indonésie et le Bangladesh, l'épargne a été introduite en même temps que le crédit ou peu après, et a évolué au fil des décennies parallèlement à ce dernier, en faisant partie intégrante d'un large portefeuille d'inclusion financière. Dans ces pays et dans d'autres, les programmes de crédit prévoient souvent une épargne obligatoire, mais sans y voir un service financier autonome. Pour de nombreuses IMF de par le monde, en revanche, l'épargne plus

formalisée n'est apparue que beaucoup plus tard, lorsqu'elles se sont muées en entités réglementées disposant des autorisations nécessaires pour la collecte de dépôts. Mais dans ce cas de figure, l'épargne gravite le plus souvent autour de la collecte de dépôts auprès de clients à revenus plus élevés, alors que les produits d'épargne restent malheureusement sous-utilisés pour leur clientèle cible : les pauvres et les exclus.

Un autre modèle, apparu voici plusieurs décennies, repose sur une série de groupes d'épargne créés par des ONG locales et internationales pour leurs clients, souvent calqués sur le modèle de groupes informels tels que les associations d'épargne et de crédit tournants (ROSCA), qui permettent d'atteindre les ménages les plus pauvres vivant dans des zones rurales éloignées. Des efforts considérables ont été déployés afin de les rattacher aux institutions formelles, que ce soit pour stocker l'épargne en toute sécurité, accéder à des capitaux supplémentaires sous forme de crédit ou pour accéder à d'autres produits tels que l'assurance.

Pour finir, la forme d'épargne la plus récente s'inscrit dans le cadre de la croissance rapide des services financiers numériques, en tirant parti de l'incroyable essor des téléphones portables (et maintenant intelligents), afin de permettre à un plus grand nombre de personnes de bénéficier de programmes d'épargne mobile à moindre coût. Et déjà, de nouvelles tendances se dessinent : des clients qui, par exemple, se servent d'une technologie dont la vocation première n'était pas l'épargne – le portefeuille mobile notamment – pour conserver leurs économies. Il ne fait aucun doute que ce marché en évolution rapide continuera de transformer le paysage de l'épargne dans les années à venir.

¹ Pour en savoir plus sur l'histoire de l'épargne, voir *Due Diligence: An Impertinent Inquiry into Microfinance*. David Roodman, CGD, 2012 (Chapitre 3 : Credit History)



que la dette extérieure, cet argent ne dessert ni les pauvres ni les exclus. L'offre d'épargne en tant que service à cette catégorie de population se confine encore à un segment beaucoup plus restreint de marchés et d'institutions, et demeure une rareté dans l'écosystème mondial de l'inclusion financière.

Raisons pour lesquelles l'épargne compte pour les clients

On voit se multiplier les ouvrages décrivant les avantages d'une épargne efficace et inclusive pour les clients, les prestataires et la société en général. Cela s'explique en partie par le nombre incroyable d'avantages que l'épargne peut procurer aux clients :

- **Lissage de la consommation.** Pour tous les ménages – mais surtout pour ceux qui n'ont pas la sécurité d'un revenu salarié, c'est-à-dire la majorité

des pauvres dans le monde – les variations de revenus et de dépenses représentent souvent un des pires fardeaux de la pauvreté. Une épargne facilement accessible est le moyen le plus abordable et le plus approprié d'absorber des pics de dépenses périodiques et s'avère un substitut efficace à l'endettement à court terme. Malheureusement, le micro-crédit (et, de plus en plus, les prêts numériques) sert trop souvent à pallier ce manque et peut enclencher une pratique risquée et coûteuse d'endettement cyclique, consistant à emprunter à un prêteur pour en rembourser un autre.

- **Protection contre les chocs.** Généralement, et trop souvent, le crédit d'urgence à court terme est la solution par défaut que choisissent les familles en proie à un choc financier d'origine

sanitaire ou autre derrière lequel se profile le spectre du dénuement. Les crédits d'urgence ont de nombreux inconvénients : taux d'intérêt élevés, délais dans l'obtention des fonds, voire nécessité de s'adresser à des prêteurs sans scrupules. L'assurance peut aussi jouer un rôle clé dans l'atténuation des chocs, mais les coûts irrécouvrables des primes (qui ne peuvent jamais être récupérées et dont les avantages sont indéterminés) font qu'elle trouve difficilement preneur chez des ménages à court d'argent. Aucune de ces conséquences négatives n'est en revanche associée à l'épargne « pour les mauvais jours », comme dit le proverbe. Des économies plus liquides, comme les portefeuilles mobiles, peuvent même aider les ménages à mieux répartir les risques avec leur famille et leurs amis.

- **Planification à long terme.** Hormis le lissage de la consommation à court terme et les chocs imprévus, il faut aussi envisager les dépenses importantes, mais prévisibles. Nombre d'entre elles sont liées aux événements marquants d'une vie pour lesquels l'épargne est parfaitement adaptée et efficace, notamment les frais de scolarité des enfants ou des jeunes adultes, les mariages, les naissances, l'acquisition / l'amélioration d'un bien immobilier et, enfin, la retraite. Qu'il s'agisse d'épargner de

Les femmes et l'épargne



L'épargne a, entre autres mérites, celui de concourir de multiples façons à l'autonomisation des femmes, surtout dans de nombreux pays du Sud. Dans les pays en développement, il existe un écart important entre les hommes et les femmes en matière d'épargne formelle, les hommes ayant 6 % de chances de plus que les femmes d'épargner de manière formelle, selon le Findex 2017 de la Banque mondiale. On constate par ailleurs un manque persistant de produits d'épargne formels répondant aux besoins spécifiques des femmes. L'écart entre les sexes en matière d'épargne est autant un problème d'accès que d'adéquation.

Mais pour maximiser la valeur de l'épargne, l'accès seul ne suffit pas. Le contrôle et les modalités de contrôle des comptes d'épargne sont cruciaux. Lorsque les femmes sont en mesure de gérer leurs comptes d'épargne au travers d'un accès individuel protégé, elles renforcent leur autonomie financière et leur pouvoir de décision. Il s'ensuit toutes sortes de changements au sein du foyer : on constate notamment une augmentation des achats d'appareils plus productifs qui profitent essentiellement aux femmes, comme les machines à laver. Du coup, les femmes ne sont plus asservies à des tâches ménagères pénibles et fastidieuses et posent une des pierres angulaires de la libération de la femme. Autre exemple : avant qu'une usine ne passe du paiement en espèces au paiement numérique, les belles-mères des femmes s'asseyaient

devant la porte le jour de la paie, attendant leur part ; après le changement, les employées disposaient de leurs propres comptes et d'un contrôle accru sur leur argent.

Les groupes – la finance collective – ont toujours occupé une place importante pour les femmes. Les groupes d'entraide se sont avérés extrêmement efficaces pour l'autonomisation économique des femmes (tant pour l'épargne que pour le crédit). Les associations villageoises d'épargne et de crédit (VSLA) nous livrent un autre angle d'approche intéressant pour mesurer l'impact de l'épargne sur les femmes. Ce dispositif permet d'augmenter le revenu du ménage et d'améliorer la sécurité alimentaire, l'état de santé ou l'accès des enfants à l'éducation. Il ressort toutefois de certaines recherches que la capacité des femmes à participer pleinement à ces associations et à en tirer profit est entravée par les normes de genre et des rapports de force inéquitables avec leurs maris, ce qui démontre a fortiori l'importance d'une épargne qui a été conçue en ayant une idée précise de la réalité quotidienne des clientes qu'elle est censée servir.

Les femmes sont confrontées à des défis spécifiques face à la principale évolution de la finance inclusive contemporaine : l'essor des services financiers numériques. Elles accordent plus d'importance que les hommes à la protection de la vie privée et ont des priorités et des besoins différents. Par ailleurs, les services financiers, certes, facilitent la création de comptes pratiques et accessibles, mais risquent d'accroître l'écart existant entre les hommes et les femmes : celles-ci étant 10 % moins susceptibles de posséder un téléphone par exemple, l'exploitation de cette technologie ouvre comparativement davantage de perspectives économiques aux hommes. Enfin, l'autonomisation par le biais de l'épargne va bien au-delà de la dynamique des ménages et des écarts entre les sexes : il a été démontré que les comptes d'épargne mobiles avaient réduit le recours aux rapports sexuels tarifés comme mécanisme de survie chez les femmes vulnérables du Kenya.

petits montants sur de longues périodes ou de mettre de côté des rentrées soudaines (le revenu des récoltes, par exemple), l'épargne permet d'accumuler d'importantes sommes qui s'avéreront utiles pour répondre à ces besoins sur le long terme.

- **Autonomisation des femmes.** De nombreuses cultures n'accordent aucune autonomie financière aux femmes et dans certains pays, il est courant que les maris mettent la main sur les revenus en espèces que les femmes ramènent au foyer. Ailleurs, là où les femmes sont les principales gestionnaires de l'argent du ménage, il arrive que le conjoint et d'autres membres de la famille exigent de l'argent, ce qui ne permet aux femmes ni d'investir dans les besoins importants de la famille ni de jouir d'une indépendance financière de manière générale. De nombreuses recherches attestent des effets considérables de l'épargne sur l'autonomisation des femmes.
- **L'épargne, vecteur d'équité.** Un des aspects essentiels de l'épargne, qu'elle soit à court ou à long terme, c'est de contribuer à l'équité. Que l'épargne soit constituée pour acheter un terrain, apporter des améliorations significatives à son logement, envoyer un enfant à l'école ou en formation professionnelle, ou acheter un bien à long terme, elle offre un moyen d'accroître la valeur nette

d'un ménage et d'améliorer son bien-être financier.

- **Investissement productif.** Investir dans une entreprise pour en moderniser l'équipement, embaucher du personnel supplémentaire ou acheter des stocks en gros par exemple, coûte cher à un entrepreneur, mais y renoncer par manque de capital peut également avoir un coût. Le crédit apparaît souvent comme le bon moyen de réaliser cet investissement – surtout lorsque le temps presse – mais ce n'est pas la seule option. Retirer son épargne pour investir peut s'avérer une solution moins coûteuse, moins risquée et tout aussi efficace, surtout pour des investissements moins conséquents. Et pour les investissements plus importants, l'épargne peut venir en complément du crédit, et ainsi réduire les risques pour l'emprunteur et pour le prêteur.
- **Formalisation.** Pour un ménage à faible revenu, le passage d'une activité purement informelle au secteur financier formel peut être gage d'importantes opportunités. L'acquisition d'un terrain avec un titre officiel, par exemple, exigera sans doute un capital que seule une grande institution financière peut apporter. Et pour un client sans antécédents formels de crédit, l'épargne peut être un jalon important dans la mise en place d'une relation susceptible de débloquer ce crédit.

- **Sécurité et commodité.**

Le proverbe « argent sous le matelas » ou « bas de laine » incarne la méthode d'épargne la plus courante, surtout pour des besoins modestes et à court terme. Mais cette méthode n'est pas sans risques (vol, incendie, typhon pour ne citer que quelques exemples) qui peuvent tous anéantir du jour au lendemain la somme durement mise de côté. Plus souvent encore, cet argent est sujet à des « fuites », l'épargnant prudent revenant à sa réserve pour satisfaire des besoins immédiats, aider un membre de sa famille ou un voisin, ou pour succomber à la tentation d'un achat. Épargner sur un compte formel, en particulier sur un compte dont l'accès nécessite un effort supplémentaire (même minime), est une source de motivation pour tous et partout.

Comment les « vrais » gens épargnent

Pour les clients, les avantages sont multiples et évidents. Qu'est-ce qui motive les décisions quant à la façon d'en tirer parti ? Et quels facteurs font obstacle à l'épargne ? Une multitude de variables entrent en jeu dans les décisions financières : calculs à long terme, évitement des risques, instinct, habitudes, pressions sociales, incitations divergentes et perceptions erronées. Ensemble, elles créent des pratiques d'épargne qui ne correspondent pas vraiment à la



vision économique traditionnelle des gens en tant qu'acteurs rationnels, pas plus qu'aux produits d'épargne traditionnels tels que les dépôts à terme et les comptes courants.

À la place, les gens appliquent divers « schémas mentaux » qui les aident à mieux épargner. On en connaît beaucoup dans le secteur informel. Une pratique courante consiste à avoir plusieurs bocal correspondant à différents buts d'épargne (par exemple, un bocal sera destiné à un cadeau de mariage à venir, un autre aux frais de scolarité, un autre encore aux besoins quotidiens). De même, une association d'épargne et de crédit renouvelables (ROSCA) traditionnelle – un groupe d'amis ou de collègues qui se réunissent régulièrement (un jour de paie, par exemple) pour verser une contribution fixe à un tas que chaque membre ramène chez lui à tour de rôle, en répétant le cycle

jusqu'à ce que chacun ait reçu son « gain » – offre un moyen d'épargner qui crée une obligation envers ses pairs. Une autre pratique très courante consiste à confier l'argent à un voisin pour le mettre à l'abri – non pas que la maison du voisin soit plus sûre, mais parce que cela permet de sortir l'argent de la maison, et donc de ne plus pouvoir le dépenser.

Les « schémas mentaux » complexes que révèlent ces pratiques informelles commencent à être mieux compris et expliqués par l'économie comportementale, un domaine récent aux antipodes de la théorie économique classique qui a toujours soutenu que les humains étaient des acteurs économiques rationnels. Au contraire, les biais et les limites cognitives qui motivent le comportement sont « des traits humains qui influencent systématiquement les décisions individuelles et les résultats du

marché », selon Richard Thaler, lauréat du prix Nobel, et sont au cœur des choix d'épargne, notamment.

À quelques exceptions près, les produits offerts par les banques et autres institutions de dépôt ne correspondent pas aux schémas mentaux qui sous-tendent les produits des petits épargnants typiques. Toutefois, les quelques exceptions existantes – comme les comptes d'épargne liés à des lots, qui évitent de dire aux gens d'épargner plutôt que d'acheter des billets de loterie en apportant le « frisson » de la loterie dans l'épargne – montrent à quel point l'épargne peut être efficace lorsqu'elle correspond à la façon dont les gens pensent et agissent dans la vie réelle.

Des exemples plus récents, issus de la recherche en économie comportementale, affichent des résultats tout aussi prometteurs. Le programme Save More Tomorrow² prévoit des conseils d'épargne normatifs et des options de non-participation (« opt-out ») qui font passer les salariés de régimes à prestations définies à des régimes à cotisations définies. Le programme a permis de constater qu'une partie au moins des ménages à faible niveau d'épargne étaient heureux de recevoir une aide à la prise de décisions concernant leur épargne. L'épargne d'engagement se profile comme un bon moyen d'offrir des possibilités d'épargne qui correspondent aux schémas mentaux des gens et qui se

2 <https://www.jstor.org/stable/10.1086/380085>

soldent par des niveaux d'épargne nettement plus élevés. Certains aspects de cette démarche, tels que l'indication claire du but de l'épargne (des dépenses de santé, par exemple), sont susceptibles d'accroître l'activité épargnante. Des interventions encore plus simples, telles que de simples rappels, se sont également révélées efficaces pour accroître l'épargne.

Ce ne sont là que quelques exemples tirés d'un domaine de recherche en pleine expansion qui montrent combien une meilleure compréhension des schémas mentaux et comportementaux des gens permet de les inciter à adopter des comportements positifs, tels que planifier l'avenir, gérer les risques et réduire l'usage inapproprié du crédit.

Raisons pour lesquelles l'épargne compte pour les prestataires de services financiers

L'épargne ne profite pas qu'aux clients et à leurs ménages. Elle profite aussi et largement aux prestataires de services financiers. La mobilisation de l'épargne peut être l'occasion pour eux d'établir de nouvelles relations avec leurs clients. Les prestataires qui proposent des services d'épargne judicieux à une large clientèle peuvent soutenir la croissance et l'innovation sur une plus longue période que ceux qui ne le font pas, en raison de la plus grande stabilité des dépôts, du lien entre la croissance institutionnelle, les préférences des clients et les tendances économiques

conjoncturelles, de la fidélité accrue des clients à l'institution, ainsi que des possibilités accrues de ventes croisées de produits comme le crédit à des clients qu'ils connaissent déjà bien grâce à leur historique d'épargne.

L'épargne apporte également de la stabilité financière. Se diversifier dans des dépôts en devise locale, par exemple, permet de réduire la dépendance à l'égard des financements étrangers et d'atténuer les risques découlant d'événements financiers et politiques exogènes. Et si l'on va un cran plus loin, en diversifiant ces dépôts parmi différents segments de la population, on compense d'autant la pression sur les liquidités qu'engendrent les besoins collectifs de liquidités de nature saisonnière ou périodique.

Enfin, la mobilisation de l'épargne est souvent considérée comme une source de fonds peu coûteuse pour les institutions financières. La question est néanmoins plus complexe quand on parle de la petite épargne. Du point de vue des institutions qui collectent les dépôts de ménages à revenus élevés, ces fonds peuvent en effet être moins chers que les emprunts auprès de créanciers institutionnels et étrangers, notamment du fait que ces fonds sont en devise locale, ce qui constitue un avantage supplémentaire. En revanche, du point de vue des institutions qui se concentrent sur l'épargne en tant que service aux ménages pauvres, le coût induit par l'offre de ces services contrebalance plus ou moins l'avantage du moindre coût du capital.

Raisons pour lesquelles l'épargne compte pour les communautés

L'accès généralisé à une épargne efficace et inclusive et la formalisation de l'épargne au sein d'une économie sont porteurs de bienfaits qui ne se limitent pas à des avantages directs pour les clients et les prestataires : ils profitent aussi, et largement, aux communautés et à la société en général.

En premier lieu, une culture de l'épargne participe du développement d'une « société de la propriété », dans laquelle les citoyens peuvent acquérir des richesses, se constituer des actifs et trouver un intérêt personnel dans la prospérité de l'environnement qui les entoure. Une société de la « propriété » peut susciter des attentes en termes de responsabilité de l'État envers le citoyen, notamment sur les questions de réglementation, de transparence, de corruption et de mise en place d'un système financier et économique globalement plus stable. À cela s'ajoute la croissance du secteur privé, lorsque l'épargne formalisée devient la norme. De nouveaux prestataires entrent sur un marché (idéalement) concurrentiel, ce qui permet en théorie de réduire les coûts, d'accroître l'efficacité, de créer des emplois et d'étendre l'activité du secteur privé par-delà les seuls services financiers.

L'épargne – en vue d'atténuer les chocs en général, et les chocs sanitaires en particulier – peut aussi améliorer la situation sanitaire, en

rendant les traitements possibles dans des communautés où il n'y a pas ou peu d'endroits où se faire soigner gratuitement. Dès lors que les personnes peuvent accéder aux soins de santé, cela a des répercussions sur les familles, les communautés et la société.

L'émancipation des femmes qui découle de leur autonomie financière présente également des avantages qui dépassent le niveau individuel, comme le

décrit l'encadré de la page 10. Les préjugés et les pratiques obsolètes cèdent la place à une répartition plus équitable et plus progressiste des rôles entre les hommes et les femmes, et à une libération du potentiel économique des femmes dans l'économie.

Enfin, épargner c'est, par définition, songer à l'avenir, planifier des objectifs et prévoir qu'il y aura des imprévus. Réduire l'impulsivité et la prise de risque, au profit

d'une planification de l'avenir, est positif tant au niveau micro-économique que macro-économique. Et les ménages qui sont en mesure de mettre de côté pour plus tard font peser moins de charges sur l'État, ce qui libère des fonds pour des projets – d'infrastructures de transport, d'éducation et de santé, par exemple - qui profitent à l'ensemble de la société.

PRIX EUROPÉEN DE LA MICROFINANCE 2020



Objectifs et critères d'éligibilité

Le Prix européen de la microfinance 2020 (PEM 2020) a cherché à mettre en lumière des organisations et des programmes **qui innovent pour encourager et fournir de l'épargne aux populations exclues et à faible revenu**. Pour correspondre à l'intitulé du prix, les candidats devaient faire leurs preuves dans trois domaines.

1. Encourager

Les institutions financières et non financières peuvent encourager l'épargne en réduisant les obstacles (en facilitant la création et l'adhésion à des groupes / comptes d'épargne). Mais l'accès seul ne

suffit pas. Il est tout aussi important pour les institutions de démontrer que leur programme d'épargne se fonde sur une compréhension globale du comportement des clients, pour tirer parti des incitations, de la coordination de groupe et des périodes pédagogiques de sensibilisation afin de promouvoir un comportement positif en matière d'épargne.

2. Efficace

L'épargne est efficace lorsqu'elle correspond bien aux objectifs et aux besoins spécifiques des clients, lorsqu'elle est financièrement abordable, accessible, sûre, facile à comprendre et, dans la mesure du possible, tire parti des innovations technologiques tant du

côté du client que de l'institution pour élargir la portée, réduire les coûts et améliorer la qualité du service. Ces produits seront financièrement abordables pour le client et durables pour l'institution, éminemment transparents, et seront effectivement utilisés par les clients (plutôt que, par exemple, des programmes qui donnent la priorité à l'ouverture de nombreux nouveaux comptes qui finissent par être dormants). Enfin, un programme d'épargne efficace sera fondé sur – et stimulera – de solides relations de confiance entre le client et le prestataire.

3. Inclusive

L'épargne est inclusive lorsqu'elle atteint les segments exclus et non- ou sous-bancarisés, en mettant particulièrement l'accent sur les femmes et les jeunes. Pour être efficaces, les programmes d'épargne doivent également mettre l'accent sur la protection des personnes les plus vulnérables contre les chocs et ce, dans un cadre global de protection des clients, en reconnaissant que le fait de collecter l'épargne des clients pauvres est une responsabilité morale autant que financière, non seulement pour protéger leur argent, mais aussi pour le faire à un coût abordable et avec un haut niveau de transparence.

Enfin, le PEM 2020 a cherché, dans la mesure du possible, des programmes attestant de la promotion d'un concept plus amorphe, celui du développement d'une **culture de l'épargne**.

Ce concept suppose que l'on apporte la preuve d'un usage actif, d'une valeur élevée pour le client, d'une situation de sécurité et de confiance, d'une véritable focalisation sur l'éducation financière et d'un engagement (le cas échéant) auprès des régulateurs et des décideurs politiques, le tout suffisamment répandu et avec une institution qui s'emploie à promouvoir cette culture de l'épargne.

Les candidats éligibles sont des organisations qui opèrent dans le secteur de l'inclusion financière et qui font partie *intégrante* de l'encouragement et/ou de la fourniture d'une épargne efficace et inclusive parmi les groupes vulnérables, exclus et à faible revenu. De nombreux types de prestataires de services financiers sont concernés, aussi bien ceux qui proposent directement de l'épargne à leurs clients que des institutions non financières qui jouent un rôle essentiel dans la fourniture ou la mobilisation de l'épargne (via des partenariats ou d'autres formes de relation, par exemple).³

Les institutions éligibles devaient avoir leur siège et mener leurs activités dans un pays moins développé, un pays à faible revenu, un pays

à revenu intermédiaire de la tranche inférieure ou un pays à revenu intermédiaire de la tranche supérieure, tel que défini par le Comité d'aide au développement (CAD) pour les bénéficiaires de l'APD.

Les produits et services concernés devaient avoir été pleinement opérationnels pendant au moins un an. Le terme « pleinement opérationnel » ne signifie pas que toutes les succursales ou tous les sites devaient proposer les produits et/ou services concernés. Les institutions éligibles devaient être en mesure de fournir des états financiers vérifiés afin de permettre l'évaluation des performances financières. Enfin, chaque candidat invité à postuler pour le deuxième tour devait fournir un écrit de soutien d'un membre de l'e-MFP, sous la forme d'un court message ou d'une lettre du membre adressée au secrétariat de l'e-MFP, par exemple.

La Covid-19 et la procédure d'attribution du PEM 2020

La procédure d'attribution du PEM 2020 a bien évidemment coïncidé avec la pandémie de la Covid-19, les fermetures économiques et les ralentissements macro-économiques se généralisant peu après son lancement. Consciente des pressions extraordinaires que subiraient de nombreux candidats, mais aussi de la

pertinence particulière de l'épargne pour renforcer la résilience des ménages et des entreprises en ces temps difficiles, l'équipe chargée d'attribuer le prix a décidé : 1) de différer la date limite de dépôt des candidatures ; 2) d'ajouter une question aux formulaires de candidature au sujet de l'impact de la Covid-19 sur les clients, le personnel et l'institution elle-même ; et 3) de demander pour la première fois des états financiers couvrant la période de candidature proprement dite, pour que les évaluateurs puissent se faire une idée des premiers effets de la pandémie sur la résilience de l'institution.

Procédure de sélection

Le premier tour du Prix européen de la microfinance 2020, dont le thème était « Encourager une épargne efficace et inclusive », a reçu 70 candidatures de 37 pays – un record – offrant un large éventail de prestataires opérant dans toutes les parties du monde.

Chaque candidat invité à participer au second tour – 38 sur 38 – a complété un deuxième formulaire de candidature plus détaillé, ce qui est également un record.

Le comité de présélection du PEM a ensuite évalué les 38 candidatures à l'aune d'un ensemble complet de critères ; 19 d'entre elles ont ensuite été transmises à un comité de sélection composé d'experts. Les

³ Des ONG qui facilitent la création de groupes d'épargne, des développeurs d'applications mobiles dont les produits sont déployés par les institutions financières pour faciliter une épargne plus efficace, ou d'autres organisations qui jouent un rôle significatif dans la fourniture ou la mobilisation de l'épargne.

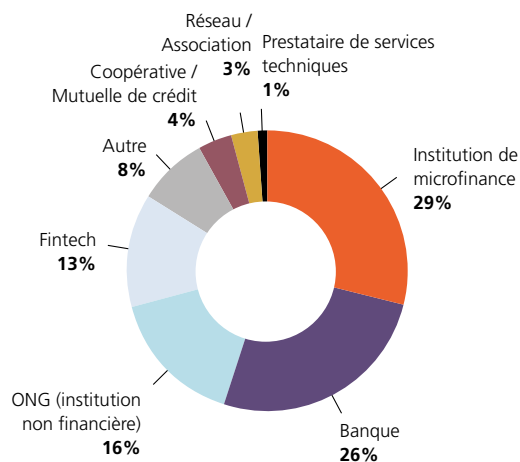
19 programmes présélectionnés se situaient dans 17 pays différents, représentant les principales régions géographiques du monde. Parmi eux figuraient 10 banques de microfinance, 3 établissements

financiers non bancaires, 2 coopératives / mutuelles de crédit, 2 FinTechs et 2 ONG.

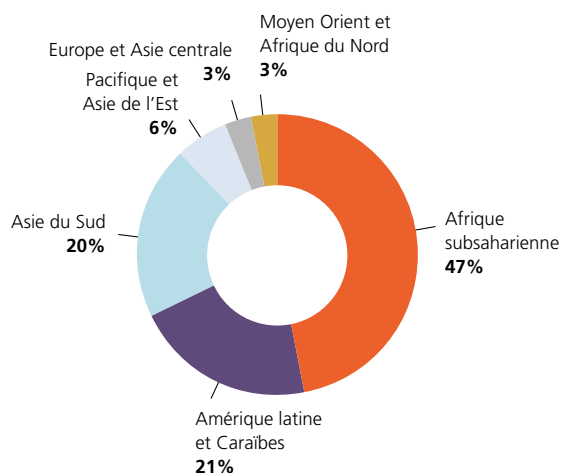
Après deux semaines d'évaluation individuelle, le comité de sélection

a tenu une réunion virtuelle fin septembre afin de désigner les dix demi-finalistes repris ci-dessous (et parmi eux, les trois finalistes) présentés dans ce document.

CANDIDATS PAR TYPE D'ORGANISATION



CANDIDATS PAR RÉGION



DEMI-FINALISTES ET FINALISTES DU PRIX EUROPÉEN DE LA MICROFINANCE 2020

Institution	Pays	Catégorie
Buusaa Gonofaa Microfinance	Éthiopie	Finaliste
Muktinath Bikas Bank	Népal	Finaliste
RENACA-Bénin	Bénin	Finaliste
Cooperativa Fondesurco	Pérou	Demi-finaliste
DSS Platform Ltd.	Ghana	Demi-finaliste
Fansoto	Sénégal	Demi-finaliste
Mobilink Micro-Finance Ltd.	Pakistan	Demi-finaliste
Opportunity Bank Serbia	Serbie	Demi-finaliste
RENEW Microfinance Private Ltd.	Bhoutan	Demi-finaliste
Ujjivan Small Finance Bank	Inde	Demi-finaliste

PROCÉDURE DE SÉLECTION

70 CANDIDATURES EN PROVENANCE DE 37 PAYS

Tour 1

(formulaire de candidature succinct)

Comité composé des secrétariats de l'e-MFP et d'InFiNe.lu et des consultants du Prix



38 CANDIDATURES VENANT DE 26 PAYS

Tour 2

(formulaire de candidature plus détaillé)

Comité composé des secrétariats de l'e-MFP et d'InFiNe.lu et des consultants du Prix



19 CANDIDATS PRÉSELECTIONNÉS

Phase de sélection

Comité composé de membres de l'e-MFP et d'InFiNe.lu



10 DEMI-FINALISTES



3 FINALISTES

Phase finale

Grand Jury



GAGNANT

TROIS APPROCHES ESSENTIELLES POUR ENCOURAGER UNE ÉPARGNE EFFICACE ET INCLUSIVE



Les soixante-dix candidats en général – et les dix demi-finalistes présentés dans ce document en particulier – incarnent l'extraordinaire diversité des initiatives d'épargne prises par différents types d'organisations aux quatre coins de la planète. Les qualités qui distinguent les demi-finalistes sont diverses et variées et ne relèvent jamais d'une catégorie distincte ; chacun d'entre eux

maîtrise remarquablement de nombreux aspects de la mobilisation de l'épargne.

La procédure d'évaluation et de sélection a néanmoins fait ressortir **trois approches générales** au travers desquelles les prestataires de services financiers peuvent encourager une épargne efficace et inclusive, et dont relèvent les demi-finalistes.

Voici ces trois approches :

- 1 **Concevoir des produits en fonction des personnes et des objectifs**
- 2 **Rendre l'épargne possible grâce à des prestations innovantes**
- 3 **Encourager les clients à épargner**

Au point suivant, nous allons examiner ces trois approches et présenter les demi-finalistes qui incarnent le mieux chacune d'entre elles.

1

CONCEVOIR DES PRODUITS EN FONCTION DES PERSONNES ET DES OBJECTIFS

« Reconnaître le besoin
est la condition première
de la conception »

Charles Eames

Depuis que le microcrédit universel existe, on observe une heureuse tendance à proposer des produits axés sur la demande, correspondant aux besoins de segments de clientèle spécifiques et mieux adaptés à l'objectif particulier de ces produits. Cette tendance se confirme de plus en plus, aussi bien pour l'épargne que pour le crédit, l'assurance ou les paiements, et nombre de candidats du PEM 2020 – et parmi eux, les demi-finalistes et finalistes présentés dans ce document – témoignent de cette évolution positive, en développant clairement des produits qui répondent aux situations de vie propres aux populations à faible revenu visées, et aux objectifs pour lesquels celles-ci ont besoin d'épargner.

Buusaa Gonofaa (BG), l'un des finalistes du PEM, est une IMF qui propose des crédits, de l'épargne et le financement de la filière agricole en Éthiopie. La principale initiative d'épargne qu'elle a présentée pour le prix est un modèle de haut niveau appelé « Dejaf Iqub » (Dejaf = sur le pas de la porte ; Iqub = association locale d'épargne et de crédits renouvelables), qui s'ajoute à ses livrets et autres produits d'épargne. Dejaf Iqub a été lancé en 2016 après un long exercice



de test et d'apprentissage, dans le but d'attirer des dépôts d'épargne à grande échelle en offrant un moyen sûr, facile et attrayant d'épargner grâce à la collecte régulière de petits dépôts. Dejaf Iqub s'adresse aux micro-entrepreneurs informels qui disposent d'une trésorerie active et qui dirigent des entreprises dans des pôles commerciaux à forte densité de population.

Dejaf Iqub présente plusieurs caractéristiques intéressantes. Premièrement, le service est fourni *sur le pas de la porte*. Des agents du service clientèle (ASC) se rendent dans le magasin du client pour le rencontrer en personne et convenir avec lui de la fréquence de l'épargne et des montants à collecter. Deuxièmement, l'accent est mis sur la *discipline* d'épargne. Les dépôts sont collectés à intervalles réguliers (définis avec le client), et l'on dissuade le client de dépenser en n'autorisant les retraits qu'en agence. Troisièmement, ce modèle est présenté comme une *alternative plus sûre* aux solutions d'épargne informelles.

Buusaa Gonofaa Microfinance

Ethiopie



Finaliste du PEM 2020, Buusaa Gonofaa est une IFNB éthiopienne fondée en 1999 sous la forme d'une ONG. Bien qu'elle ait une mission de collecte de dépôts, elle n'a proposé une épargne obligatoire que jusqu'en 2012, date à laquelle elle a lancé une nouvelle initiative d'épargne. Les pauvres sont la principale population visée par BG, avec un accent particulier sur les femmes, les jeunes qui ne possèdent pas de terres et les petits exploitants agricoles. En 2019, ses 109 000 clients épargnants représentaient 7 millions d'euros en dépôt et bénéficiaient de l'accompagnement de 452 employés.

Pour arriver à une épargne efficace et inclusive, BG a opté pour des modèles de prestation accessibles et basés sur la communauté, tels que la collecte sur le pas de la porte dans les zones urbaines, et le dispositif Rural Service Facilities (RSF) pour atteindre les zones rurales plus éloignées et les segments mal desservis : 57 % des épargnants de BG sont des femmes, 59 % vivent dans des zones rurales, 16 % ont moins de 25 ans et seulement 8 % sont des salariés.

La principale solution d'épargne de BG s'appelle « Dejjaf Iqub » – un modèle d'association d'épargne et de crédits renouvelables sur le pas de la porte qui est à la fois un canal de distribution et un produit, mais qui n'est pas le seul produit d'épargne de BG. Parmi les autres solutions proposées figurent l'épargne volontaire sur livret, rémunérée à 7 % et dont les dépôts et les retraits se font dans les agences de la BG, et l'épargne via le RSF. Le RSF s'apparente à une coopérative d'épargne et de crédit : la BG construit un petit bureau avec des meubles et un coffre-fort, dispense des formations et ce sont les membres de la communauté qui assument l'entière responsabilité des opérations d'épargne et de crédit au quotidien, mais avec un suivi et un contrôle intensifs du personnel de terrain de BG. BG propose également une épargne obligatoire adossée à un prêt pour les groupes solidairement responsables, à hauteur de 5 à 15 % du montant du prêt.

Et quatrième, Dejjaf Iqub est conçu pour favoriser l'épargne d'engagement : les clients s'engagent à épargner en vue d'un objectif qu'ils ont eux-mêmes défini (comme des festivités, l'éducation des enfants, l'amélioration de leur logement, l'acquisition d'actifs par le ménage ou l'expansion de l'entreprise).

Plusieurs éléments expliquent le succès de Dejjaf Iqub. C'est une solution d'épargne facile et attrayante, qui élimine certains problèmes tels que se souvenir d'épargner, le coût et le temps de déplacement, ainsi que le coût d'opportunité lié au fait de laisser son entreprise fermée afin d'aller déposer des fonds. Elle implique également que le client rencontre régulièrement un ASC – un facteur de motivation certain pour entretenir l'épargne, emprunté aux méthodologies bien connues de l'épargne de groupe. Le fait de savoir que vous avez un rendez-vous à date fixe avec d'autres personnes vous incite fortement à entretenir votre discipline d'épargne. Par ailleurs, les montants déposés sont faibles et, surtout, réguliers – ce qui réduit les possibilités de succomber à la tentation de dépenser et crée une routine, tout en transformant de petits montants en sommes forfaitaires utiles et sûres. Enfin, le programme vise principalement les micro-entrepreneurs informels, avec de petits flux de trésorerie quotidiens dans des environnements de marché à forte densité ; il est bien adapté aux petits dépôts réguliers et rend le service en face-à-face plus efficace.

Le modèle de Dejjaf Iqub se distingue par son caractère particulièrement « high touch » ; il exige beaucoup d'attention et de ressources de la part de l'IMF pour garantir l'usage effectif d'un modèle d'épargne qui correspond fortement aux besoins, aux objectifs et au contexte d'un client spécifique. L'ouverture de nouveaux comptes, par exemple, suppose que l'ASC se rende 3 à 5 fois chez le client potentiel et s'entretienne avec lui entre 5 et 10 minutes à chaque fois afin de cerner avec précision la façon dont ce client gère son argent. L'ASC devra convaincre ce nouveau client de la valeur réelle de Dejjaf Iqub par rapport aux différentes solutions informelles qu'il utilise déjà. Il l'aidera à remplir les formulaires, l'invitera à formuler lui-même ses objectifs d'épargne (plutôt que de l'orienter), puis l'ASC et le client détermineront ensemble le montant de dépôt hebdomadaire approprié et conviendront du jour et de l'heure de collecte hebdomadaire.

Un ASC collecte les dépôts auprès d'environ 180 femmes, dont le profil typique est celui d'une petite maraîchère de 26 ans qui verse en moyenne 6 euros chaque samedi à son stand de légumes en plein air, dans le but d'économiser durant six mois pour payer les frais de scolarité de sa fille.

En dehors de son service sur le pas de la porte DeJaf Iqub, BG propose la solution d'épargne Rural Service Facility (RSF), un service rural communautaire destiné aux zones et aux clients difficiles d'accès. Les dépôts et les retraits sont effectués au point de vente RSF et gérés par la communauté avec le soutien du personnel de BG. Il suffit aux agriculteurs et aux villageois d'effectuer un dépôt de solde minuscule, de type bancaire. Tous les produits d'épargne volontaire de BG destinés aux particuliers (livret d'épargne, épargne planifiée, dépôt à terme et épargne liée à un prêt) sont accessibles par le biais de ce service RFS.

Muktinath Bikas Bank Limited (Muktinath) est un autre finaliste qui a adapté des modèles d'épargne communautaire. À l'instar de Buusaa Gonofaa, Muktinath propose une gamme de produits d'épargne très ciblés à sa clientèle. Si Buusaa a adapté des processus et des connaissances modernes à l'ancien modèle du susu, Muktinath en a fait de même pour l'épargne de groupe solidaire.

Muktinath est une banque de développement privée qui opère à l'échelon national népalais et qui fournit ses services bancaires selon un modèle de banque commerciale et de microfinance.

L'équipe spécialisée qui constitue son département Small and Micro Banking propose une gamme de produits bancaires aux ménages pauvres et aux femmes à faible revenu dans le cadre d'un modèle de groupe solidaire adapté, qui s'accompagne de services sur le pas de la porte.

Muktinath s'adresse à des segments de clientèle particulièrement mal desservis : plus de 70 % de ses clients habitent dans des zones rurales et isolées, où les infrastructures et les services bancaires et d'assurance font défaut. 68 % des agences sont situées dans des zones rurales et semi-urbaines. 60 % des clients sont des femmes, 14 % ont moins de 25 ans et seulement

Muktinath Bikas Bank

Népal



Finaliste du PEM 2020, Muktinath Bikas Bank (Muktinath) est une banque de développement de premier ordre au plan national népalais. Fondée en 2007, elle comptait en 2019 plus de 1 200 collaborateurs qui desservait près de 510 000 épargnants (130 000 au niveau de son département microfinance), dont 127 026 faisaient partie de 37 363 groupes, pour un total de 375 millions d'euros en dépôts. Pour atteindre sa population cible, Muktinath a conçu un modèle adapté de groupes d'épargne solidaire qui s'accompagne de services sur le pas de la porte, en vue d'encourager une démarche d'épargne positive par une combinaison incitative d'épargne obligatoire et d'épargne volontaire rémunérée, au travers notamment de produits d'épargne-pension et d'épargne-assurance, ainsi que d'une éducation financière approfondie.

Avant cela, la clientèle cible de Muktinath avait coutume d'épargner au travers de l'acquisition d'actifs, en achetant du bétail, de l'or, des terres, par exemple, ou en consentant des prêts à des voisins. Cette épargne répondait rarement à leurs besoins immédiats et à long terme, comme les urgences médicales et les montants forfaitaires nécessaires après 10-15 ans. Par ailleurs, les clients devaient se résoudre à brader leurs actifs en période difficile. En outre, le client devait faire face au risque de perte non assurée de ses actifs en cas d'incendie ou de catastrophe naturelle. La gamme d'épargne obligatoire et volontaire de Muktinath est conçue pour aider ses clients à lisser leur consommation, à atténuer les chocs et à accumuler de grosses sommes utiles pour des projets à long terme.

2 % sont des employés salariés. La plupart de ses clients tirent leurs revenus de l'agriculture, du commerce et d'activités de service.

Les personnes à faible revenu hésitent à se rendre dans les agences bancaires classiques pour accéder à leurs services, et les coûts d'accès aux services pour de petits montants engendrent des coûts d'opportunité importants pour les clients qui vivent loin d'une agence. Pour résoudre ce problème et atteindre ces segments cibles, Muktinath a conçu un modèle de groupe solidaire adapté qui lui permet de desservir les clients des groupes solidaires sur le pas de la porte. Les clients peuvent verser et retirer leur épargne sur le pas de la porte lors des réunions mensuelles du groupe. S'ils ont besoin de retirer leur épargne un autre jour, ils peuvent se rendre à l'agence et y rencontrer l'employé en charge de leur village, avec lequel ils ont noué de solides relations.

Différents produits sont proposés tant au travers de modèles collectifs qu'individuels. Les membres des groupes solidaires s'engagent à constituer une épargne minimale obligatoire (d'environ 0,75 EUR par membre et par réunion) et une épargne Upakar, qui consiste pour eux à verser de minuscules montants d'au minimum 0,03 EUR pour couvrir les dépenses communes du groupe.

Plusieurs produits d'épargne volontaire sont également disponibles : l'épargne personnelle (avec un solde minimum de 0,75 EUR et aucune limite pour les dépôts et les retraits) ; l'épargne-pension (qui incite à déposer fréquemment pour épargner sur le long terme ; le client qui n'effectue aucun retrait durant 15 ans voit le montant de son dépôt doublé) ; l'épargne pour les festivals (une épargne d'engagement pour planifier la célébration de certaines obligations liées aux festivals) ; l'épargne à terme (3 mois ou plus) ; et l'épargne-assurance, destinée à accroître l'accès à l'assurance-vie (le solde d'ouverture minimum est de 0,75 EUR et les clients déposent ensuite les montants qu'ils souhaitent jusqu'à ce qu'ils soient en mesure de souscrire l'assurance souhaitée ; en cas de sinistre, la banque facilite la procédure). Pour ce dernier produit, Muktinath s'est associé à plusieurs compagnies d'assurance-vie afin de proposer une gamme concurrentielle de produits d'assurance.

Enfin, Muktinath propose le produit d'épargne Atamnirbhar (« autonome ») pour recueillir l'épargne

Cooperativa de Ahorro y Crédito Fondesurco

Pérou



Cooperativa Fondesurco est une coopérative / mutuelle de crédit péruvienne qui s'est créée en 1994 avec le soutien de deux ONG locales, CEDER et DESCO. En 2015, elle s'est muée en une coopérative d'épargne et de crédit spécialisée dans la microfinance rurale. En 2019, elle comptait plus de 17 000 épargnants, 20,6 millions d'euros de dépôts, et 192 employés. Conformément à sa mission, Fondesurco travaille dans les zones rurales pauvres, isolées et mal desservies du Pérou, où la population cible est principalement constituée d'agriculteurs et de commerçants locaux. Elle a lancé son premier programme d'épargne en 2015, avec le soutien de plusieurs acteurs internationaux. (Ces produits d'épargne ont été conçus dans le cadre du programme *Alianza para el desarrollo de las finanzas rurales* (AEFIR), financé par FOMIN et FMO, et géré par INCOFIN Investment Management).

Fondesurco propose quatre principaux produits d'épargne à durée, devise et marché cible variables, ainsi qu'un plan d'incitation pour les promoteurs partenaires qui commercialisent et organisent l'ouverture de comptes d'épargne. De nombreux parents et amis de ces promoteurs ont des comptes d'épargne auprès de l'institution.

Dormance : l'usage effectif des comptes ne se mesure pas facilement

La *portée* est une des mesures essentielles de l'impact des services financiers : combien de personnes utilisent un service ? Avec pour corollaire le *segment cible* de l'institution : celle-ci est-elle au service des pauvres ? En matière d'épargne, les deux chiffres sont rarement faciles à évaluer en raison de la question essentielle des comptes dormants – des comptes dont le solde est faible ou nul et qui ne sont pas utilisés par les clients.

Prenons l'exemple d'une institution qui revendique 100 000 comptes à 300 dollars en moyenne. À première vue, elle semble bien se débrouiller sur le plan de la sensibilisation, en desservant des clients qui, sinon pauvres, ne sont certainement pas riches. Mais si 80 % de ces comptes sont dormants (ce qui n'est pas un chiffre inhabituel), la portée réelle est de 20 000 comptes avec un solde moyen de 1 500 dollars par compte, ce qui brosse un tableau totalement différent à la fois du nombre de clients desservis et de l'identité de ceux-ci. La dormance n'est toutefois pas la seule mesure de l'efficacité ; il faut également tenir compte du niveau d'*activité transactionnelle*. En combinant ces deux perspectives, on se fait une idée plus complète et plus judicieuse de l'usage de l'épargne.

L'épargne à terme fixe, par exemple, a tendance à présenter des soldes moyens plus élevés et peu de comptes vides, voire aucun. Elle concentre souvent une grande partie du total des dépôts de l'institution. En revanche, son activité transactionnelle est très faible, ce qui n'a rien d'étonnant puisque ces comptes sont destinés par définition à de l'épargne sur le long terme. Les comptes d'engagement et autres comptes d'épargne du même acabit sont généralement utilisés par les clients les plus pauvres et présentent donc des soldes modestes, mais peu de comptes vides et une forte activité transactionnelle, les dépôts étant supérieurs aux retraits – là encore, conformément à leur vocation initiale.

En revanche, les comptes d'épargne courants ou autres comptes d'épargne génériques se caractérisent généralement par un niveau de dormance élevé, avec de nombreux comptes vides et une faible activité transactionnelle. Cela s'explique souvent par le fait que ces comptes sont ouverts à des fins temporaires (pour déposer le produit d'un prêt, par exemple) et ne sont plus utilisés par la suite.

Enfin, les portefeuilles numériques et autres comptes de téléphonie mobile affichent un nombre très élevé de soldes

faibles ou nuls, mais se caractérisent par une forte activité transactionnelle (du moins pour les programmes qui marchent bien). Une situation logique pour des comptes conçus pour des transactions fréquentes, mais sur lesquels les clients gardent rarement des soldes importants.

Donc, pour comprendre et évaluer l'efficacité d'une initiative d'épargne, il importe d'évaluer l'utilisation *réelle* du client au regard de la capacité de l'organisation et de l'objectif visé par le produit d'épargne. Dans quelle mesure les différents produits atteignent-ils leurs objectifs avoués et, ce faisant, encouragent-ils une épargne efficace et inclusive *dans les faits* ?

L'un des principaux problèmes auxquels se heurte le secteur est l'absence d'informations permettant d'opérer ces distinctions à partir des données rapportées à propos de l'épargne. Le solde moyen de l'épargne – lorsqu'il est rapporté – n'est fourni que sous forme d'agrégats, et les données sur les transactions sont extrêmement rares.

L'acquisition de données relatives aux soldes et à l'activité des comptes a constitué une part importante de la procédure de sélection du PEM 2020. Pour ce faire, les candidats ont été invités à fournir des données pertinentes sur les soldes et les transactions, qui ont été intégrées dans la procédure de sélection des dix demi-finalistes présentés dans ce document. De cette façon, ce qui est possible et ce qui est irréaliste a été mis en lumière. De nombreuses institutions ne sont actuellement pas en capacité technique de produire des rapports *ad hoc* sur des données rarement utilisées de cette manière.

Il est temps pour les différentes parties prenantes (prestataires de services financiers, régulateurs, bailleurs de fonds et prestataires d'appui, entre autres) de songer à d'autres façons de travailler ensemble afin d'améliorer la collecte des données et les rapports sur l'usage effectif des comptes d'épargne, et ainsi déterminer la valeur de ces derniers pour les clients. On connaît les raisons théoriques pour lesquelles l'épargne profite aux clients, aux prestataires et aux communautés. Pour s'assurer que l'épargne est profitable dans les faits, il faudrait un effort plus ciblé afin d'établir un système de mesure sectoriel, qui puisse être intégré dans les plates-formes de rapportage de tous les types d'institutions – et enfin obtenir une image plus claire de l'usage effectif des produits d'épargne.

issue des fonds envoyés par les travailleurs migrants et l'affecter à des investissements (un prêt sans garantie peut également être lié à ce produit d'épargne). On sait depuis belle lurette que l'argent envoyé par les migrants sert à compléter les revenus de la famille

bénéficiaire et donc en grande partie à acheter des biens de consommation ; une petite partie seulement des transferts est investie dans des actifs productifs, et encore moins dans l'épargne. Le compte d'épargne Atamnirbhar peut être ouvert par le travailleur (la



travailleuse) migrant(e) ou par un membre de sa famille. Une partie de l'argent envoyé par-celui-ci (celle-ci) doit être régulièrement épargnée tant qu'il ou elle vit à l'étranger. De retour au Népal, il (elle) peut retirer de l'argent pour créer son activité. Muktinath associe l'argent déposé à un prêt sans garantie. La raison d'être de ce produit est d'affecter des fonds à des fins productives et de fournir des capitaux faciles à la croissance des entreprises et au travail indépendant.

C'est aussi la commercialisation d'une gamme de produits d'épargne clairement destinés à des segments de clientèle particuliers et à leurs véritables besoins qui caractérise l'initiative d'épargne de **Cooperativa Fondesurco**, une coopérative / mutuelle de crédit péruvienne dont la clientèle est principalement constituée de micro-entrepreneurs ruraux – en majorité des agriculteurs, des éleveurs ou des commerçants. 80 % des clients de Fondesurco sont des ruraux, les autres habitent dans des zones semi-rurales, et 36 % sont très pauvres.

Fondesurco propose actuellement quatre produits d'épargne. Le premier, *Ahorro a plazo Fijo* (épargne à terme fixe), disponible en devises locale et étrangères



et à des conditions flexibles, est proposé comme alternative à un plan de pension ou à un autre plan de retraite vu qu'une activité entrepreneuriale exercée dans une zone rurale péruvienne a bien du mal à être éligible aux prestations de sécurité sociale pertinentes. Le deuxième, *Ahorro Programado* (épargne programmée) est un plan d'épargne mensuel qui doit permettre au client d'atteindre un objectif déterminé (l'achat de vaches ou de terres, par exemple, ou l'exploitation d'une opportunité commerciale). Ces deux produits permettent aux clients d'accéder à une ligne de crédit à des conditions favorables, en apportant leur épargne en garantie.

Le troisième produit, *Ahorro Móvil* (épargne « mobile »), permet aux clients d'effectuer un nombre illimité de transactions, en devises nationale et étrangères, avec des tiers en passant par le réseau de bureaux de Fondesurco, sans frais supplémentaires. Enfin, *Ahorro Cuenta Niños* (compte d'épargne pour les enfants), est un produit qui doit aider les clients à épargner en vue de constituer un fonds de scolarité pour les futures études de leurs enfants.

Fondesurco est le parfait exemple d'une institution qui, en quelques années à peine, est parvenue à concevoir des produits d'épargne qui tiennent compte du profil et de l'objectif de ses clients, tout en reconnaissant l'importance d'un produit de retraite de facto pour ses clients ruraux, leur besoin d'une épargne liée à des objectifs, et en parvenant à créer une culture de l'épargne parmi les enfants de ses clients grâce à son produit d'épargne pour les enfants.

2

RENDRE L'ÉPARGNE POSSIBLE GRÂCE À DES PRESTATIONS INNOVANTES

« La valeur d'une idée dépend de son utilisation »

Thomas Edison

L'épargne est constituée de plusieurs éléments : des produits (sous la forme de comptes), des actions (ce que *font* les épargnants pour épargner et pourquoi), mais aussi des *mécanismes* par lesquels les produits débouchent sur des actions. Il s'agit des canaux de distribution, de l'innovation qui rend l'épargne plus facile, plus accessible et plus sûre, et qui fournit le cadre permettant aux institutions de favoriser l'activité d'épargne. Plusieurs demi-finalistes du PEM 2020 ont fait preuve d'innovation dans la fourniture de solutions d'épargne.

RENACA-Bénin, finaliste du PEM 2020, est une union de coopératives béninoise dont l'initiative d'épargne s'articule autour de la collecte sur le pas de la porte d'une série de produits d'épargne. Cette initiative, promue par des caisses d'épargne et de crédit (connues localement sous le nom de *tontines*) s'appuie sur une application mobile et des tablettes pour plus de sécurité et de commodité. L'idée a germé à cause du manque de confiance du public dans les modèles de collecte traditionnels des tontines et des inconvénients pour les clients, le tout réduisant l'accès et l'adhésion à l'épargne.

Lancé en 2018 via 11 « comptoirs », ou sous-agences, le programme RENACA s'attache à répondre aux demandes de ses clients et à leur inculquer la valeur



d'une épargne régulière. Pour fidéliser la clientèle, il a fallu concevoir un modèle qui limite le coût de fonctionnement du RENACA tout en offrant des avantages qui le démarquent de la concurrence. Pour répondre à l'inconvénient des modèles d'épargne traditionnels en agence et innover dans les prestations offertes, le RENACA a recruté et formé des agents de collecte féminins qui ont reçu des motos et qui se déplacent en binôme.

Les agents de promotion de l'épargne (APE) se rendent au domicile ou sur le lieu de travail du client, pour qu'il puisse constituer son épargne sans souci. Cette proximité limite les coûts d'opportunité pour le client, qui ne doit plus se déplacer jusqu'au comptoir, avec les risques, le coût ainsi que les éventuelles pertes de temps et de clients que cela implique.

Le programme se subdivise en deux volets principaux : la collecte sécurisée de l'épargne communautaire sur le pas de la porte et la promotion des caisses villageoises d'épargne et de crédit autogérées (CAVECA). Pour

RENACA

Bénin



Finaliste du PEM 2020, RENACA-Bénin (RENACA) est une union de coopératives béninoises qui fonctionne au travers d'un réseau de 8 agences et de 25 sous-agences. Elle compte parmi les 12 plus grandes SFD (sociétés financières décentralisées) du Bénin. Créé en 2005, le RENACA cible principalement les populations vulnérables et à faible revenu des zones rurales. En 2019, les 247 salariés du RENACA desservent plus de 150 000 clients et plus de 12 000 caisses d'épargne, pour un total de 7,5 millions d'euros de dépôts. L'initiative d'épargne du RENACA se concentre sur la collecte de l'épargne locale sur le pas de la porte, par le biais d'une large gamme de produits (modèles sur le pas de la porte du style tontine, dépôts à terme et dépôts à vue), et sur la promotion de l'épargne par le biais de caisses d'épargne et de crédit communautaires. Cette initiative s'appuie sur une application mobile et des tablettes pour assurer la sécurité et la fiabilité des transactions avec les clients.

Le RENACA a introduit un modèle de démarchage sur le pas de la porte basé sur le recrutement et la formation d'agents de collecte féminins très mobiles (les « agents de promotion de l'épargne ») qui travaillent en binôme, sous le contrôle d'un superviseur. Les objectifs de cette initiative et des autres initiatives prises par le RENACA en matière d'épargne sont de contribuer durablement à l'autonomisation croissante des groupes sociaux à faible revenu ; de réduire le coût d'accès aux ressources financières du réseau ; et de sensibiliser les différentes populations à l'importance de l'épargne solidaire. 70 % des épargnants du RENACA sont des femmes, 65 % vivent en zone rurale, 30 % ont moins de 25 ans et 2,5 % des épargnants sont des salariés.

les produits sur le pas de la porte, les clients doivent se procurer un livret au prix de 0,46 EUR et peuvent choisir parmi une large gamme de produits à échéances, montants et fréquences de dépôt variables, tels que le dépôt à vue et le dépôt à terme. Les APE ont chacune une zone à couvrir et sont contrôlées par un superviseur. Le RENACA utilise une plateforme numérique adossée à une application mobile et des tablettes pour les transactions du client, ce qui a permis d'améliorer constamment la sécurité et la rapidité des transactions.

Le RENACA affirme que les gains d'efficacité réalisés dans la prestation de ces services d'épargne se traduisent par des frais de tenue de compte beaucoup moins élevés que ceux de la concurrence. La proximité et la commodité des services d'épargne sur le pas de la porte réduisent les coûts d'opportunité pour les clients d'au moins 2,50 euros par semaine parce qu'ils ne doivent plus se rendre dans une sous-agence, et diverses mesures (le plafonnement des retraits, la désignation d'un gestionnaire du programme, la création d'une équipe de superviseurs des APE, la limitation des espèces sur soi et l'obligation de travailler en une seule équipe) ont toutes renforcé la sécurité opérationnelle. Enfin, la remise progressive de tablettes et de terminaux de point de vente (TPV) portables aux APE a permis de réduire la durée des opérations à 30 secondes maximum par transaction et d'accroître considérablement la fiabilité grâce à des reçus automatiques et à la mise à jour des systèmes informatiques de gestion.

Le modèle d'épargne sur le pas de la porte modernisé du RENACA consiste à amener les services d'épargne directement chez le client. À l'inverse, la **plateforme DSS (DSS)** est une institution qui a fait entrer un modèle d'épargne vieux de plusieurs siècles dans le XXI^e siècle, en offrant ses services à des entreprises qui proposent de l'épargne susu (susu signifie « plan » et implique une épargne quotidienne informelle sur le pas de la porte). DSS est une société FinTech qui était un prestataire de susu à l'origine, puis qui a mis en place une plateforme numérique pour systématiser les opérations de son réseau d'entreprises clientes et pour améliorer la qualité et la sécurité des prestations d'épargne susu de ces entreprises. En faisant entrer ce modèle très ancien dans l'ère de la technologie

moderne, DSS réduit les risques pour le client et pour le collecteur, renforce la transparence et l'accessibilité, tout en s'appuyant sur une pratique d'épargne locale ancrée dans les mœurs. Le stockage des dépôts dans les banques partenaires réduit un peu plus encore le risque de perte ou de détournement des dépôts.

Le modèle traditionnel du susu se heurte à de nombreux défis, principalement le détournement d'argent par les agents de terrain censés mobiliser l'épargne des clients et l'utilisation abusive des fonds des clients par les entreprises de susu en raison du manque de transparence et de l'inefficacité du contrôle exercé par le régulateur. Ancienne prestataire de susu elle-même, la plateforme DSS a souvent été confrontée à ces problèmes, les agents ne déclarant pas toute l'épargne collectée auprès des clients. L'épargne mobilisée était toujours inférieure aux fonds inscrits dans les carnets des clients, si bien que chaque fois que la DSS enregistrerait une hausse des demandes de retrait, elle devait reporter les décaissements ou injecter des fonds propres pour conserver sa clientèle. Ce défi menaçait sa propre activité de susu et la DSS affirme que plus de 90 % des entreprises de susu existantes doivent aujourd'hui encore faire face à ce fléau.

Or, les choses peuvent se compliquer en temps de crise. Tout choc économique (comme la pandémie de la COVID-19) peut susciter un vent de panique qui se traduit par un retrait massif des fonds auquel de nombreuses entreprises de susu ne peuvent faire face. Faute de pouvoir remplir leurs obligations envers leurs clients, il n'est pas rare que ces entreprises mettent la clé sous le paillason et que leurs propriétaires



DSS Platform Ltd. Ghana



Créée en 2019, la DSS est une société Fintech ghanéenne qui, en 2019, desservait plus de 26 000 épargnants via 31 entreprises de susu, pour un montant de dépôts équivalant à 12,6 millions d'euros. La principale activité de la DSS consiste à offrir une plateforme de mobilisation des dépôts par téléphone et par carte à puce aux opérateurs de susu.

Cette plateforme aide les collecteurs d'épargne informels à systématiser leurs opérations d'épargne et à améliorer la qualité et la sécurité de leurs prestations. La DSS s'est donné pour mission d'adosser la susu à des technologies innovantes afin que les personnes financièrement exclues puissent accéder à une large gamme de services financiers adaptés.

La DSS a pour but d'améliorer l'efficacité et la transparence des opérations de susu et à garantir la protection des fonds épargnés. Sa clientèle se compose d'opérateurs de susu et de leurs clients, généralement des femmes rurales pauvres et des entrepreneurs informels à faible revenu. À l'origine, en 2013, l'établissement était un opérateur de susu, avant de se muer en plateforme numérique en 2016. Le modèle commercial de la DSS consiste à générer des revenus à partir des frais d'abonnement et des commissions de susu par la vente croisée de produits financiers.

L'application mobile de la DSS permet de contrôler la mobilisation de l'épargne en temps réel et de réduire les processus manuels, ce qui réduit d'autant la fraude et l'utilisation abusive des fonds, accroît la transparence et fournit aux entreprises de susu des capacités de rapportage à la hauteur des exigences réglementaires. La plateforme numérique DSS est conçue pour fonctionner avec ou sans connexion Internet afin de répondre aux besoins des clients des zones rurales où ces connexions sont rares ou inexistantes.

disparaissent avec la caisse. La DSS rapporte toutefois que toutes les entreprises de sa plateforme ont répondu aux demandes de retrait de leurs clients pendant la pandémie et qu'elle enregistre de nouveaux dépôts. La plateforme numérique DSS permet de suivre la mobilisation de l'épargne en temps réel, élimine le processus manuel de conservation et de rapprochement des transactions, apporte de la transparence dans la gestion des fonds des clients par les entreprises et veille à ce que la norme et la qualité des rapports soit à la hauteur des exigences de l'autorité de régulation.

La DSS propose trois grandes variantes de l'épargne susu : le compte Susu ordinaire, sur lequel le client peut épargner quotidiennement des montants variables et doit acquitter 3,33 % de frais sur les retraits ; le compte Susu Plus, produit d'appel pour les personnes sensibles au prix, les jeunes épargnants en particulier, qui est un compte sans frais mais avec un solde minimum d'environ 3 euros ; et le compte Susu Business, sans frais sur les retraits ni solde minimum, mais avec environ 0,85 euros de frais de gestion mensuels. Pour tous ces comptes, les clients reçoivent une carte à puce avec un numéro de compte.

La DSS dispense aux entreprises susu une formation approfondie sur l'utilisation efficace de la plateforme, ainsi qu'une formation sur la protection des clients et une sensibilisation à la fraude. La DSS assure également la formation financière (y compris l'alphabétisation financière et des rudiments de gestion commerciale) des clients finaux par l'intermédiaire d'un club d'entreprises clientes (CBC) et prépare actuellement des manuels de formation pour les membres de ce club. Ceux-ci recevront en outre une application de gestion d'entreprise qui les aidera à contrôler leur budget et à effectuer des opérations d'épargne.

À l'instar de la DSS, **Mobilink Micro-Finance Ltd. (Mobilink)** se sert des nouvelles technologies financières pour accroître l'efficacité de l'accès, l'utilisation et la portée de l'épargne, mais le fait par le biais d'un portefeuille mobile sans agence. Mobilink est une banque de microfinance pakistanaise, qui comptait près de 20 millions d'épargnants en 2019. Son produit phare est JAZZCASH, un portefeuille mobile sans agence qui fonctionne comme un portefeuille

Mobilink Micro-Finance Ltd.

Pakistan



Mobilink est une banque de microfinance pakistanaise fondée en 2012. En 2019, elle comptait près de 20 millions de clients épargnants, 170 millions d'euros de dépôts et 1 400 collaborateurs. Mobilink est soutenue par le groupe mondial de télécommunications VEON et travaille en partenariat avec JAZZ, le plus grand opérateur de télécommunications du Pakistan. Elle a lancé ses services bancaires sans agence en 2012, sous la marque JAZZCASH. Mobilink est un modèle hybride qui allie des services de microfinance traditionnels à des technologies bancaires mobiles et numériques, au travers d'un vaste réseau formé de 74 agences et de plus de 84 000 agents. La banque propose une large gamme de services financiers adaptés à différents niveaux de culture financière et numérique (épargne, prêts à des micro-entreprises et pour des petits besoins en matière de logement, transferts de fonds, portefeuilles mobiles, assurance, paiement, etc.)

Le principal marché visé par Mobilink est celui des personnes n'ayant pas accès aux infrastructures bancaires et habitant des régions éloignées, moins développées et économiquement délaissées. Les femmes qui travaillent à domicile, les employées de maison et les agricultrices sont les principales cibles de ce plan d'épargne, étant donné les obstacles importants auxquels les Pakistanaïses se heurtent quand il s'agit de se déplacer et de voyager seules.

électronique traditionnel. Le compte est facile à ouvrir (après un KYC simple et intégré) et simple à maintenir, grâce à un réseau national de DAB et d'agents faisant office de points de vente. Les portefeuilles électroniques sont principalement conçus pour les communautés ayant peu ou pas d'accès à une infrastructure bancaire – celles qui vivent dans des zones reculées, les femmes chefs de ménage, les ouvriers agricoles, les étudiants qui étudient loin de chez eux et les ouvriers d'usine migrants. Selon Mobilink, 34,5 % de ses épargnants sont des femmes et 92 % vivent dans des zones rurales.

Si Mobilink a atteint une telle envergure, c'est en partie grâce aux mesures incitatives prises pour favoriser et stimuler les habitudes d'épargne chez ses clients (minutes d'appel et données mobiles gratuites, réductions chez les partenaires, etc.). Outre le portefeuille électronique, Mobilink propose un compte d'épargne ordinaire (Bachat Account) et une facilité de dépôt à terme qui peut servir de programme d'épargne lié à un objectif. Enfin, Mobilink participe depuis 2017 au programme national d'éducation financière, en partenariat avec la Banque d'État du Pakistan, autour de divers thèmes d'éducation financière tels que le calcul de son budget, l'épargne, les investissements, la gestion des dettes, les droits et obligations du consommateur, la banque islamique et les services bancaires sans agence.

La facilité d'épargne de Mobilink, et son portefeuille électronique en particulier, se caractérise par son immense portée (près de 20 millions de comptes enregistrés en décembre 2019, dont beaucoup affichent une activité importante) et par un potentiel de croissance élevé, dû notamment à la pandémie de la Covid-19 et aux besoins à long terme créés par la distanciation sociale accrue. Plus que tout autre demi-finaliste du PEM, Mobilink témoigne de l'épargne réalisée à grande échelle sur le marché bien connu des portefeuilles électroniques et autres modèles bancaires sans agence à même de desservir des communautés rurales éloignées où l'accès aux agences est difficile, tout en garantissant la disponibilité de produits plus traditionnels en agence pour des clients aux besoins, objectifs et niveaux de revenus de toute nature.

Tout comme Mobilink, **Ujjivan Small Finance Bank (Ujjivan)** est une banque qui s'est muée en Small

Ujjivan Small Finance Bank

Inde



Fondée en 2005, Ujjivan s'est muée en une Small Finance Bank en 2017 dans le but de proposer une gamme complète de services financiers à ses clients. En 2019, Ujjivan SFB comptait 2,3 millions d'épargnants, plus de 1,2 milliard d'euros en dépôt, et plus de 14 700 salariés. Le portefeuille de la banque est toujours composé à 80 % de clients faisant appel à ses services de microfinance, dont une majorité de femmes pauvres exerçant une activité économique.

Le programme d'épargne d'Ujjivan vise à développer « des habitudes bancaires et d'épargne chez des clients (et leurs familles) mal ou non desservis », en leur proposant des produits d'épargne conjugués à des programmes d'éducation financière, des concepts axés sur le client, des solutions technologiques pratiques et accessibles et des politiques cohérentes de protection du client. Ce programme repose sur une large gamme de produits d'épargne flexibles, fournis soit sur le pas de la porte, soit en agence, soit via un réseau étendu de DAB et de points de vente, adossés à divers services d'assistance à la clientèle, et tous accompagnés d'un programme d'éducation financière très poussé.

Finance Bank en 2017 et qui est aujourd'hui en mesure d'accepter des dépôts et d'offrir une plus vaste palette de produits et de services d'épargne à sa nombreuse clientèle. Pour ce faire, Ujjivan veille à ce que son programme d'épargne soit flexible et inclusif en proposant plusieurs produits. Il y a un compte d'épargne simple et flexible (commercialisé sous le



nom d'Emergency Account), sans frais et avec un solde minimum obligatoire, disponible sur le pas de la porte et que l'on peut ouvrir en à peine 20 minutes avec un appareil portable. Le compte rapporte un intérêt de 4 % par an sur le solde, à concurrence de l'équivalent de 5 800 euros, et le client est en droit de retirer la totalité du solde, une faculté appréciable en cas de difficulté ou de choc financiers. Ce compte peut servir au versement de subventions directes du gouvernement ou de bourses d'études voire, dans le cas où l'on est propriétaire d'une petite entreprise, aux paiements effectués par les clients, via une solution de paiement basée sur le QR code. 350 000 euros ont ainsi été versés aux plus de 20 000 clients d'Ujjivan qui utilisent ce dernier service.

Ujjivan propose en outre des dépôts périodiques et des dépôts fixes, sur lesquels les clients peuvent épargner un montant fixe, d'une valeur aussi faible que l'équivalent de 1,15 EUR par mois, sur une période comprise entre 6 mois et 10 ans, au taux d'intérêt annuel de 8,1 %. Il y a aussi les dépôts liés à un objectif sur lesquels les clients et leurs familles peuvent mettre de l'argent de côté en vue d'étapes marquantes de la vie, comme les études supérieures des enfants, un mariage et l'achat d'une nouvelle maison. Ce produit peut également être ouvert en quelques minutes seulement, sur le pas de la porte.

Pour assurer une fourniture efficace de ses différents produits, Ujjivan a instillé de l'innovation dans quatre domaines : la reconversion à grande échelle du personnel de microfinance dans les services bancaires ; les services sur le pas de la porte, grâce au déploiement de diverses technologies (plus de 8 000 DAB mobiles et des outils numériques pour le personnel de terrain, par exemple) ; les multiples services adjoints au programme d'épargne (les subsides du gouvernement, les paiements, etc.) et les « Digi-buddies » (les « potes numériques ») polyglottes disponibles 24 heures sur 24 qui aident les clients à se servir efficacement des moyens numériques, notamment des services bancaires mobiles, par téléphone et par SMS.

Outre ces produits et ces canaux de distribution, Ujjivan propose divers services d'éducation financière, dont le module de formation à domicile « Diksha+ », qui explique aux femmes de la communauté comment se prennent les décisions financières cruciales, et la « Chillar Bank », qui vise à initier les enfants à la planification, au budget familial et à l'importance de l'épargne dès l'âge de 11 ans. Tout ceci montre qu'Ujjivan suit une approche holistique, basée sur une gamme de produits correspondant à certaines populations et à certains objectifs et sur des canaux de distribution innovants, tout en étant attachée à favoriser les comportements d'épargne.

Solutions trouvées par les demi-finalistes pour maintenir les services d'épargne durant la pandémie de Covid-19

La pandémie de Covid-19, et en particulier les mesures d'atténuation prises partout dans le monde pour ralentir la propagation du virus, ont fait peser une menace sans précédent sur le secteur de l'inclusion financière, une menace aussi complexe que grave. Les institutions ont dû fermer leurs portes. Les petites entreprises ont été obligées de suspendre leurs activités commerciales. Le personnel et les clients doivent être protégés – du virus et de la catastrophe financière – alors que, partout dans le monde, les institutions doivent faire face à une pénurie de liquidités par la conjonction de deux facteurs : d'un côté, leurs clients ne sont plus en mesure de rembourser leurs prêts mais doivent conserver l'accès à leurs dépôts, et de l'autre, elles voient honorer les échéances de leurs créances auprès des bailleurs de fonds. Au cours de l'année 2020, l'équipe d'évaluation du Prix a demandé aux candidats du PEM 2020 de leur parler des pressions qu'ils subissaient, eux et leurs clients, et des mesures qu'ils avaient prises pour faire face à ces défis.

Les réponses des candidats ont été aussi diverses et variées que les défis eux-mêmes. Assurer **la continuité du service** pour garantir l'accès aux services de base a été la priorité première de nombreux établissements. RENEW a expliqué que, pour surmonter les restrictions de déplacement qui empêchaient ses collaborateurs de se rendre aux réunions des centres, les chefs de groupe et les responsables des centres ont été invités à collecter l'épargne de leurs groupes, ce qui s'est traduit par une hausse des taux d'épargne durant la crise. Opportunity Bank Serbia est restée ouverte pour ses clients tout en mettant en place des mesures de sécurité sanitaire, car si l'activité de crédit était minimale, certains épargnants, « pris de panique », voulaient absolument retirer toutes leurs économies pour les garder chez eux en espèces – alors même que les rapports hebdomadaires démontraient que les dépôts à long terme en devise locale et à haut rendement d'intérêt étaient le produit d'épargne le plus stable, vu le coût d'un retrait anticipé. Fansoto a, lui aussi, continué de collecter l'épargne sur le pas de la porte tout en respectant les gestes barrières et suspendu l'obligation de dépôts minimums durant la crise.

Si plusieurs demi-finalistes ont vu de nombreux clients retirer leurs dépôts, ces derniers ne l'ont fait que pour de petits montants et pour des besoins immédiats. Certaines IMF ont en réalité constaté une modeste hausse des dépôts, ce qui montre que, même dans les circonstances les plus difficiles, les gens attachent beaucoup de valeur à la préservation d'une épargne sécurisée.

Certaines institutions signalent avoir introduit **de nouveaux produits** durant la crise, pour répondre aux besoins urgents des clients. À l'image de nombreuses IMF, Muktinath a accentué ses efforts de numérisation, en lançant Muktinath

Resurgence Loan, un produit destiné à minimiser l'impact de la crise de la Covid-19. Ujjivan a également accordé des prêts d'urgence et permis à 70 000 clients de percevoir 730 000 dollars d'aides publiques pour les charges locatives et les frais de scolarité directement sur leurs comptes d'épargne au cours de la première quinzaine de confinement.

Plusieurs institutions ont décrit leur travail de **collecte de données** durant la crise. Ujjivan a mené une étude sur les familles de 100 000 clients afin d'appréhender les répercussions de la Covid-19 sur leurs foyers. Il en ressort que 62 % d'entre elles n'ont perçu aucun revenu pendant la période de confinement et que 25 % auraient besoin d'une prorogation du moratoire de trois mois sur les remboursements décrété par la Reserve Bank of India. Ujjivan a par ailleurs relevé des éléments attestant d'un changement de comportement significatif, puisque 25 % de ses clients optent de préférence pour un remboursement sans espèces de leurs mensualités. Elle a aussi constaté une baisse des soldes sur les comptes d'épargne, ses clients utilisant leurs économies pour des dépenses d'urgence. Mobilink aussi a constaté une utilisation accrue des canaux mobiles, avec une augmentation de l'auto-allocation de ses services de portefeuille mobile.

Les défis et les changements opérationnels sont également monnaie courante. Mobilink explique qu'elle a dû se résoudre à abaisser ses coûts, en passant à des réunions virtuelles, ce qui lui a permis d'éviter des frais de déplacement et de logement, en favorisant le télétravail lorsque c'était possible, et en gelant provisoirement certains projets d'expansion. Il en va de même pour **la collaboration étroite avec les partenaires de financement**. Le RENACA a donné plusieurs exemples de demandes d'aide auxquelles ont accédé ses partenaires, notamment ADA pour l'achat d'équipements et de produits d'hygiène, ou encore ADAPAMI et la GIZ, qui ont fourni des équipements de protection.

Ces **protocoles sanitaires** nécessitent non seulement une rallonge financière, mais aussi du personnel et des ressources organisationnelles. La plateforme DSS a apporté un soutien à ses entreprises en leur fournissant des masques bucco-nasaux, des désinfectants, des thermomètres infrarouges et des postes de lavage des mains pour leurs bureaux, ainsi qu'en formant les responsables et les agents de susu aux protocoles et à l'usage correct des équipements de protection individuelle.

La communication avec les clients est importante à tout moment, mais jamais autant qu'en période de stress, d'incertitude et de difficultés financières, ce que confirment plusieurs candidats. Buusaa Gonofaa a expliqué que ses clients avaient peur de se rendre aux guichets des banques pour y effectuer des dépôts (ce qui explique la popularité

croissante de la solution sur le pas de la porte DeJaf Iqub) et qu'elle a élaboré une stratégie de communication qui passait par des appels téléphoniques et qui assurait aux clients qu'ils étaient toujours en droit de retirer leurs économies à tout moment. Fondesurco a également mis l'accent sur le contact téléphonique avec ses clients, afin de les rassurer et de diminuer la panique. Résultat : bien que les retraits d'épargne aient augmenté au plus fort de la crise, ils ont été contenus, en particulier chez les clients dont le compte affichait un

solde élevé et qui n'ont retiré qu'un faible pourcentage de leur épargne. Pour sa part, Ujivan signale avoir contacté par téléphone les familles de 4 millions de clients pendant la pandémie grâce à un programme appelé « Janata Connect », lequel diffusait des informations sur le virus et expliquait les avantages particuliers qu'offrent aujourd'hui les services bancaires numériques, notamment les services bancaires mobiles, par SMS ou par appel manqué, le paiement numérique des factures et le remboursement sans espèces.

3

ENCOURAGER LES CLIENTS À ÉPARGNER

« L'instruction fait beaucoup, mais les encouragements font tout »

J.W. von Goethe

Aux deux points précédents, nous vous avons présenté des exemples d'innovation au niveau de la conception et de la fourniture de produits ciblés. Le thème du PEM de cette année mettait toutefois l'accent sur le fait que l'épargne est d'autant plus efficace et inclusive que l'on encourage un comportement positif en la matière. Dans ce troisième point, nous allons voir de quelles manières les demi-finalistes du concours PEM 2020 ont consolidé cette nouvelle appréhension des besoins et des schémas mentaux de leurs clients pour mobiliser et promouvoir une activité d'épargne positive.

RENEW Microfinance Private Limited (RENEW) est une IMF bhoutanaise créée dans le cadre d'un projet de coopération entre l'organisation à but non lucratif dont elle émane et qui se concentrait sur l'autonomisation des femmes, et la SBFIC (Fondation allemande des caisses d'épargne). 90% de ses épargnants sont des femmes, 90% vivent dans des zones rurales, 5% seulement sont salariés et 15% sont des jeunes de moins de 25 ans. Bien qu'un petit nombre de ces personnes aient un compte d'épargne auprès d'une banque de développement rural comme condition



préalable à l'obtention d'un prêt, la plupart des Bhoutanais des zones rurales conservent leur argent à la maison, dans des coffres forts.

Pour inciter ses clients à se défaire de cette habitude et à épargner de manière plus proactive et plus sûre, RENEW a développé un modèle d'encouragement à l'épargne qui combine diverses approches comportementales, allant de l'éducation financière obligatoire à l'épargne obligatoire qui ne peut être retirée qu'avec une autorisation spéciale ou en clôturant le compte. L'épargne est bien plus qu'un simple moyen d'accéder au crédit pour les clients de RENEW, puisque moins de 10 % des épargnants sont également emprunteurs. Mais pour ceux qui le sont, le passage par un module d'éducation financière est une condition préalable à l'obtention d'un prêt. Il y est question d'éducation financière, de la fixation d'objectifs financiers, des méthodes et techniques d'épargne, de la gestion des dépenses, des décisions d'emprunt et de la budgétisation. RENEW a par ailleurs réalisé des capsules vidéos pédagogiques et

créé des formulaires en Excel pour le suivi des revenus / dépenses de ses clients.

Pour inciter ses clients à épargner, RENEW propose plusieurs produits simples, pratiques et accessibles. La composante obligatoire de l'épargne est généralement de 25 % du total, requiert l'équivalent minimum d'un euro par mois, rapporte 5 % d'intérêts par an au client et n'est pas utilisée comme garantie en espèces pour les prêts. Elle a plutôt été conçue pour apprendre aux gens à épargner, en instaurant une routine d'épargne régulière qui permet en même temps de voir cette épargne fructifier. On recommande par ailleurs aux membres de compléter cette épargne par des montants volontaires compris entre 0,58 et 34 euros par mois.

RENEW a conclu un solide partenariat avec la SBFIC, qui lui apporte une assistance technique et des moyens financiers. Il a numérisé son service (notamment par l'utilisation de tablettes) afin d'offrir de meilleurs prestations et d'améliorer l'efficacité opérationnelle. Dans une étude d'impact réalisée en 2018, les clients ont indiqué que RENEW avait contribué à accroître leur capacité d'épargne et leur culture financière. 88 % des clients ont également indiqué que l'épargne était le principal motif de l'ouverture d'un compte.

Parmi les demi-finalistes, RENEW est celui qui illustre bien l'importance d'une éducation financière de haut niveau combinée à un mélange d'incitations positives et négatives pour favoriser un comportement d'épargne régulier.

RENACA-Bénin (voir le profil page 27) est une autre institution démontrant une parfaite maîtrise des incitations positives et négatives qui, conjuguées les unes aux autres, peuvent instiller un comportement d'épargne régulière et en faire percevoir l'importance aux clients. RENACA a procédé à une analyse approfondie de ces facteurs d'incitation.

Parmi les incitations positives figurent : la proximité (qui offre un maximum de commodité et réduit les coûts d'opportunité et de déplacement pour le client) ; le coût (RENACA affirme que ses frais, commissions et conditions de paiement de son livret sont trois-quarts moins chers que ceux de ses concurrents) ; la sécurité (par le biais de reçus des montants collectés afin d'aider

RENEW Microfinance Private Ltd.

Bhoutan



RENEW est une IFNB bhoutanaise qui a vu le jour en 2011 en tant que projet de coopération entre RENEW – (Respect, Educate, Nurture, Empower Women), une organisation à but non lucratif axée sur l'autonomisation des enfants et des femmes du Bhoutan (en particulier les rescapées de violences intrafamiliales) – et l'organisation allemande SBFIC (Fondation des caisses d'épargne pour la coopération internationale).

Le Bhoutan est une région très montagneuse où les déplacements ne sont guère faciles. Dans ce contexte, il est particulièrement intéressant de desservir les zones rurales. La plupart des clients n'ont pas eu accès au financement faute de prestataires de services financiers dans leur voisinage et par manque de compréhension des concepts financiers.

Après avoir entamé son activité en tant qu'institution ne prenant pas de dépôts, RENEW Microfinance a décroché sa licence pour collecter l'épargne en 2016. En 2019, RENEW comptait plus de 21 000 épargnants, 1,8 million d'euros en dépôts et 36 employés. La promotion de l'épargne et l'éducation financière font partie intégrante de sa stratégie et de sa raison sociale (autonomiser les femmes en leur inculquant des notions financières et en les rendant indépendantes). Tous les membres de la communauté sont encouragés à épargner quel que soit leur âge, mais il est vrai que les principales populations visées sont les femmes rurales (vulnérables et souvent maltraitées) et les agriculteurs, dont les revenus sont instables.

les entreprises à obtenir automatiquement des reçus) ; la rapidité (le temps de traitement d'un dépôt est réduit à moins de 30 secondes) ; la flexibilité (les épargnants qui n'ont pas déposé sur l'ensemble du cycle ne paient que la moitié de la commission) ; et l'appariement des contributions aux remboursements des prêts (les souscripteurs qui ont reçu des prêts peuvent faire coïncider les remboursements des prêts au montant collecté périodiquement).

Parmi les facteurs qui *dissuadent* les clients d'épargner figurent : la non-subvention des commissions pour l'épargne à long terme ; l'absence d'avances discrétionnaires sur la tontine face aux difficultés de trésorerie ; et l'exigence d'une contribution minimale trop élevée.

Opportunity Bank Serbia (OBS) est une autre institution fortement attachée à comprendre les facteurs qui incitent les gens à épargner (ou non). Si OBS propose toute une gamme de produits d'épargne, il en est un – STASH – qui se distingue comme porteur d'innovation dans la conception de produits visant à encourager un comportement d'épargne.

STASH conjugue les caractéristiques d'un produit d'épargne et d'un produit de crédit. À l'origine, il s'agit d'un prêt sans intérêt d'une durée de 12 mois. Le prêt est placé sur un compte de dépôt à terme de 12 mois. Une fois que les clients ont payé les 12 mensualités, ils peuvent retirer le montant total du prêt avec un intérêt supplémentaire de 12,5 %. Selon OBS, c'est sa façon de récompenser ses clients pour leur discipline et leur persévérance et de leur apprendre à épargner le même montant chaque mois.

OBS a introduit STASH à la suite d'une étude indépendante menée en Serbie fin 2016, qui a révélé que seuls 28 % des citoyens serbes seraient en mesure de couvrir une dépense imprévue de 200 euros, que 37 % d'entre eux devraient vendre quelque chose ou emprunter la somme, alors que 26 % affirmaient n'avoir aucun moyen de garantir ce montant. Il en ressort que, potentiellement, plus de deux tiers de la population serbe n'a pas un sou de côté.

Fin 2019, STASH n'était décaissé que dans quatre agences et ce produit ne comptait qu'environ

Opportunity Bank Serbia Serbie



Créée à l'origine, en 2002, sous le nom d'Opportunity Savings Bank, Opportunity Bank Serbia (OBS) cible les clients sous-bancarisés, ruraux et à faibles revenus. OBS a commencé à proposer de l'épargne en 2004, et s'est transformée en une banque commerciale de microfinance en 2007. En 2019, elle comptait plus de 32 000 épargnants, 110 millions d'euros de dépôts au total, et 425 salariés. Parmi les produits d'épargne qu'elle propose aujourd'hui figurent l'épargne en devise locale (RSD) et en euros, les dépôts à vue et à terme, les comptes courants standard et une combinaison unique de crédit et d'épargne appelée STASH (Save That Cash), destinée aux clients à faibles revenus et/ou informels.

STASH vise à promouvoir les habitudes d'épargne et à montrer aux Serbes à faible revenu qu'ils peuvent eux aussi épargner, avec un peu de discipline et le soutien d'OBS. STASH contribue également à constituer des dossiers de crédit positifs pour des clients qui n'en auraient pas autrement.

OBS a conçu des brochures pédagogiques et créé un site web spécial⁴ (en serbe et en anglais), qui dispensent des conseils financiers et indiquent la marche à suivre pour tous ceux qui veulent commencer à épargner. Des vidéos éducatives et des formulaires Excel pour le suivi des revenus / dépenses (budget familial) sont également mis à la disposition des clients.

4 <http://www.7koraka.rs/eng/>

500 clients actifs. C'est à peu près à cette époque qu'OBS a mené une enquête en ligne auprès des clients de STASH. Celle-ci a montré que 48 % des clients n'avaient jamais réussi à épargner au cours des dix années précédentes, que 47 % des clients de STASH étaient des femmes et que 73 % n'avaient pas eu recours à des produits d'OBS précédemment. Les clients se répartissent dans toutes les tranches d'âge, la moitié d'entre eux ayant entre 30 et 50 ans. 94 % des clients de STASH ont choisi le montant maximum du prêt (équivalent à 410 euros) et 63 % ont payé leurs échéances par le biais de la banque mobile ou électronique. Depuis 2017, seuls sept clients ont clôturé anticipativement leur compte STASH, 94 % des clients ont donné la meilleure note à STASH en tant que produit et la plupart des clients STASH prévoient de reprendre un crédit STASH lorsque leur crédit actuel arrivera à expiration.

Le produit STASH s'inscrit dans le cadre d'une plus vaste initiative d'éducation financière prise par OBS en vue d'améliorer les habitudes d'épargne des citoyens serbes et de les sensibiliser à l'importance de l'épargne. L'initiative s'appelle « Savings Hopscotch » et explique aux gens comment épargner en 7 étapes : Fixez vos objectifs ; Définissez vos revenus et vos dépenses ; Distinguez les besoins des désirs ; Déterminez votre budget mensuel ; Mettez votre plan à exécution ; Gérez les dépenses saisonnières ; et Adaptez et perfectionnez.

Avec STASH, OBS montre qu'il est possible d'utiliser un produit de prêt sans intérêt pour inciter des clients (qui n'ont jamais pu se constituer un capital utile dans le passé) à adopter un comportement d'épargne régulier, en offrant un rendement très attractif sur l'épargne, laquelle rembourse ce prêt sans intérêt. S'y ajoute une initiative d'éducation financière extrêmement complète qui développe les connaissances et les capacités en matière d'épargne afin de mettre à profit les enseignements que les clients retirent de leur participation au programme STASH pour qu'ils prennent des habitudes d'épargne permanentes et positives.

Voici une génération, la Serbie était un pays en conflit. Ce n'est plus le cas aujourd'hui. À l'inverse, **Fansoto** est une IMF sénégalaise qui aide ses clients à épargner

Fansoto Sénégal



Fansoto est une IMF sénégalaise fondée en 2016. En 2019, les 43 salariés de Fansoto géraient plus de 9 700 épargnants et près de 300 000 euros de dépôts au total.

Avec le soutien d'Entrepreneurs du Monde (EdM), Fansoto mène ses opérations dans la ville de Ziguinchor, en Casamance, une région meurtrie par un conflit armé qui dure depuis plus de 30 ans. L'institution de microfinance s'est donné pour mission de servir un segment très pauvre de la population, avec un intérêt particulier pour les femmes, en fournissant des services bancaires villageois traditionnels, couplés à des services non financiers.

Depuis sa création, Fansoto propose des services d'éducation financière et des formations axées sur l'épargne et la gestion du budget familial. Chaque nouveau bénéficiaire entrant dans le programme assiste à six modules de sensibilisation initiale (bonne gestion du crédit, encouragement de l'épargne, droits et devoirs des bénéficiaires, etc.) Fansoto a également élaboré un plan de formation annuel, spécialement conçu pour un public analphabète, comprenant des modules sur l'autonomisation économique, la séparation entre budget privé (du ménage) et professionnel (de l'entreprise), entre autres.



dans un contexte qui reste aujourd'hui encore l'un des plus difficiles de tous, dans une région qui a connu des décennies de conflit armé. Fansoto déploie son programme d'épargne principalement dans les districts de Ziguinchor et de Bignona, où des milliers de personnes déplacées par le conflit armé ont trouvé refuge. Il s'ensuit que des groupes particulièrement vulnérables entrent dans le périmètre du programme de Fansoto : 99 % des épargnants sont des femmes, 20 % vivent dans des zones rurales isolées, 40 % n'ont pas accès au crédit et 11 % ont moins de 25 ans.

Le programme de services bancaires villageois de Fansoto s'articule autour d'un compte de dépôt à vue individuel, appelé *Inawona* (« c'est possible ») attribué à chaque bénéficiaire de ses groupes d'épargne. Les membres se réunissent tous les quinze jours ou une fois par mois, et chacun est tenu de déposer un montant minimum d'environ 0,70 EUR. Le service est déployé sur le pas de la porte des clients, il n'y a pas de frais d'entrée et l'épargne rapporte 2% d'intérêt par an. Chaque client peut décider à sa guise de déposer davantage, et aucun frais de retrait ne lui est compté. À l'instar de RENEW, présenté ci-avant, la composante d'épargne minimale obligatoire vise principalement à favoriser un comportement d'épargne habituelle de faible montant, tout en donnant aux clients la possibilité d'épargner davantage et d'accéder à d'autres services de Fansoto, notamment des prêts. Fin 2019, cette initiative d'épargne concernait plus de 9 500 ménages, et il ressort d'une enquête réalisée en juin 2019 que 97 % des clients en étaient satisfaits et que 99 % la trouvaient facile d'accès.

Encourager une épargne active et régulière ne se résume toutefois pas à concevoir et à fournir des produits. Comme plusieurs autres institutions évoquées précédemment, Fansoto met l'accent sur l'éducation financière. L'épargne et la gestion du budget familial sont des thèmes abordés lors des six modules de sensibilisation financière initiale que suivent tous les nouveaux clients, auxquels s'ajoutent des réunions bimensuelles portant spécifiquement sur des thèmes économiques, sociaux ou agricoles qui aident les ménages ruraux à gagner de l'argent et à en mettre de côté.

Outre RENEW, RENACA, OBS et Fansoto, de nombreux autres demi-finalistes mènent leurs propres initiatives en matière d'éducation ou de compétences pour encourager, pousser ou inciter leurs clients à adopter de bonnes habitudes d'épargne.

Ujjivan (voir le profil page 30) place les programmes d'éducation financière au cœur de ses initiatives de mobilisation de l'épargne. Ces programmes sont mis en œuvre par la Fondation Parinaam, une organisation sœur d'Ujjivan, au travers de laquelle Ujjivan peut apporter un soutien à plus de 100 000 femmes, dans 24 États indiens. Ujjivan dispose d'un module unique de cours en classe, appelé « Diksha+ », qui vise à former les femmes de la communauté à deux pas de chez elles, grâce à un cours de formation de huit heures étalé sur quatre semaines. Ce cours est conçu de manière à laisser suffisamment de temps aux femmes pour réfléchir, discuter et prendre des décisions financières cruciales dans un environnement





où elles se sentent soutenues et en confiance. Grâce à ce programme, les femmes perçoivent différemment l'intérêt des services bancaires et ont consolidé leurs habitudes financières au travers de plans d'épargne.

Ujjivan a également mis sur pied le programme « Chillar Bank », spécialement conçu pour les enfants, afin de leur permettre de mieux comprendre dès leur plus jeune âge (dès 11 ans, en fait) la planification, les finances familiales et l'importance de l'épargne. Chaque année, ce sont plus de 160 000 enfants qui sont formés dans le cadre de ce programme. Ujjivan a également produit un film, intitulé « Paison Ki ABCD », pour informer le grand public des avantages de l'épargne constituée via des canaux formels tels que les banques.

Par le biais de son écosystème éponyme, la **plateforme DSS** (voir le profil page 28) propose des services non financiers liés à l'épargne à des entreprises de susu, et a créé un club des clients (CBC) pour les entreprises qu'elle dessert. Le CBC s'emploie à renforcer la capacité des clients finaux à gérer leur entreprise de manière rentable et à se servir d'autres services financiers tels que les investissements, les pensions et les assurances. Deux des cinq centres de formation prévus sont opérationnels et plus de 180 clients s'étaient inscrits à une formation dans ces installations à la fin de l'année 2019.

Fondesurco (voir le profil page 23) se sert de divers canaux pour promouvoir l'épargne par l'éducation financière : de la radio aux réseaux sociaux et aux documents imprimés, en passant par des sessions en présentiel lors de festivals et dans les écoles de formation de ses membres. Près de 4 000 d'entre



eux ont suivi une formation en 2019. La coopérative encourage aussi l'épargne en offrant à ses membres la possibilité de recevoir le montant de la vente de leurs produits laitiers directement sur leur compte, de mettre leurs revenus en banque immédiatement et de se constituer un historique qui leur facilitera ultérieurement l'accès au crédit et à d'autres produits et services financiers.

Enfin, **Mobilink** (voir le profil page 29) participe depuis 2017 au programme national d'éducation financière, en partenariat avec la Banque d'État du Pakistan. Ce programme aborde divers thèmes d'éducation financière, comme la budgétisation, l'épargne, les investissements, la gestion des dettes, les droits et obligations des consommateurs, la banque islamique et la banque sans agence. S'agissant du développement de produits, des recherches ont révélé que les clients ne percevaient pas l'intérêt d'ouvrir un portefeuille ou un compte d'épargne mobile et ne faisaient pas trop confiance aux services bancaires mobiles ; pour inciter ses clients à épargner, Mobilink a réagi en leur offrant des récompenses, notamment des données et des minutes d'appel gratuites sur leur téléphone portable ainsi que des réductions chez ses partenaires. L'institution a par ailleurs ajouté de nouvelles fonctionnalités à son compte d'épargne ordinaire Bachat et à son produit de dépôt à terme lié à un objectif : la vérification biométrique, qui permet d'augmenter les limites de retrait et de dépôt ; l'introduction de cartes de débit alimentées par Visa ; et une application pour smartphone qui rend l'épargne plus facile et plus attrayante.

Comment favoriser une culture d'épargne quand on est régulateur ?

Auteur : Toronto Centre for Global Leadership in Financial Supervision

L'inclusion financière est graduellement devenue un objectif fédérateur au niveau international, car il a été prouvé qu'elle permettait d'instaurer d'importants filets de sécurité sociale et d'améliorer le niveau de vie. Comme elle figure désormais dans le mandat de nombreux régulateurs des pays en développement, des mesures ont été prises afin d'encourager et de faciliter une participation plus large au secteur financier. Ces mesures contribuent à leur tour à la croissance économique, à la stabilité financière et à la réduction de la pauvreté (en soutenant, entre autres, les objectifs de développement durable des Nations unies). La mobilisation des politiques d'épargne, en particulier celles qui soutiennent les liens avec le secteur informel, peut contribuer à faire avancer ce mandat.

Les régulateurs sont particulièrement bien placés pour mener des campagnes d'éducation financière qui attirent l'attention des consommateurs sur l'importance et les moyens d'accéder à des produits d'épargne adaptés aux populations rurales et à faible revenu, tels que les comptes d'épargne accessibles numériquement, les portefeuilles électroniques et les comptes rémunérés. Les régulateurs peuvent également jouer un rôle en encourageant la participation à des groupes d'épargne et en abaissant les exigences en matière de connaissance du client (KYC) pour les petits épargnants.

L'accélération des services financiers numériques (SFN) fait en outre qu'il est désormais plus pratique pour les institutions, tant formelles qu'informelles, de proposer des produits d'épargne numériques abordables et flexibles à tous les citoyens. Les superviseurs et les régulateurs s'emploient avec de multiples parties prenantes telles que les gouvernements, des prestataires de services financiers et des opérateurs de téléphonie mobile, à renforcer de manière proactive le niveau de culture financière numérique des consommateurs afin de les protéger contre la cybercriminalité et à renforcer la résilience financière grâce à l'épargne numérique.

Comment tout cela prend-il forme ? Ci-après, trois exemples d'initiatives prises par des régulateurs afin de promouvoir une culture de l'épargne.

1. Banque centrale de Zambie (BOZ) : passer de la finance / épargne informelles à la finance / épargne formelles

Dans son plan stratégique 2020-2023, la Banque centrale de Zambie (BOZ), consciente de la place qu'occupent les services

financiers informels dans l'inclusion financière, s'engage à contribuer à une plus grande pénétration de la finance rurale. Les systèmes bancaires/groupes d'épargne ruraux constituent une première étape éprouvée pour accéder à l'épargne formelle et à d'autres services financiers. La BOZ a récemment publié une déclaration de politique générale ainsi que des orientations⁵ dans lesquelles elle réitère son soutien aux caisses d'épargne villageoises. D'autres gouvernements et régulateurs ont pris des initiatives semblables en Chine, en Inde, au Kenya, au Pakistan, en Ouganda et en Amérique latine (y compris l'utilisation de services bancaires via un agent et sur le téléphone portable), mais les réformes politiques restent un domaine sous-exploité.

2. Banque centrale du Nigeria (CBN) : un KYC à plusieurs niveaux pour pouvoir ouvrir des comptes de faible valeur avec moins de restrictions et un cadre actualisé pour permettre l'octroi de licences de télécommunications

En 2013, la CBN a introduit un cadre de travail KYC à plusieurs niveaux basé sur les risques⁶ ainsi que des programmes d'éducation financière sur mesures afin de garantir que les personnes financièrement défavorisées ne se trouvent empêchées d'ouvrir un compte en raison d'un manque d'identification. Ce cadre permet aussi aux personnes qui participent au secteur financier par le biais de l'épargne de bénéficier de rendements plus élevés que s'ils avaient mis l'argent « sous le matelas » pour les cas d'urgence ou les dépenses imprévues, ce qui est particulièrement pertinent dans le contexte actuel de la Covid-19.

Afin de gommer les distances et de favoriser l'inclusion financière par le numérique, la CBN a actualisé son cadre en 2019 de manière à autoriser l'octroi de licences aux opérateurs de téléphonie mobile. Cela a rendu la monnaie numérique plus disponible et ainsi facilité l'épargne des particuliers. La CBN utilise des cadres de cybersécurité, de lutte contre le blanchiment de l'argent et de KYC à plusieurs niveaux afin d'atténuer les risques inhérents à ce nouveau modèle.

3. Les régulateurs au niveau mondial : promouvoir l'alphabétisation financière pour faire entrer l'épargne dans les mœurs

Il n'est pas facile de développer des habitudes d'épargne positives, en particulier chez les populations rurales et à faible revenu dont l'alphabétisation financière est faible. C'est pourquoi, chaque année, de nombreux régulateurs invitent les banques et autres prestataires de services financiers à

5 https://www.boz.zm/press_statement_on_village_banking_savings_groups.pdf

6 <https://www.cbn.gov.ng/out/2013/ccd/3%20tiered%20kyc%20requirements.pdf>

prendre part à diverses campagnes d'éducation financière. Un des événements de ce type soutenus par la Banque centrale de l'Ouganda en 2019 aura été la Journée mondiale de l'épargne.⁷ Cette manifestation annuelle cherche à sensibiliser et à promouvoir une culture de l'épargne afin d'accroître la prospérité économique et de réduire la pauvreté. Les activités sont axées sur l'éducation des adultes, mais aussi des jeunes. À cette occasion, les banques et autres prestataires de services financiers présentent leurs produits et services en mettant l'accent sur l'épargne.

L'épargne est un important facteur d'inclusion et de stabilité financières. Les régulateurs peuvent favoriser une culture d'épargne en introduisant des politiques basées sur le risque qui intègrent le principe de proportionnalité. Le but est de faciliter l'accès à des produits d'épargne souples et abordables

et, surtout, d'éduquer le public, en particulier les femmes et les jeunes filles.

Depuis sa création en 1998, le Centre a formé plus de 13 000 régulateurs financiers issus de 190 juridictions du monde entier aux fins d'améliorer leurs capacités de surveillance, dont la promotion de l'inclusion financière, et par extension, de contribuer à la stabilité financière. Le Centre est fermement convaincu que sa mission – renforcer la capacité des régulateurs à promouvoir une croissance durable et inclusive, une bonne conduite des marchés et la protection des consommateurs – contribue à créer un environnement propice à la réduction de la pauvreté.

⁷ <https://www.facebook.com/CentralBankofUganda/videos/promo-world-savings-day/1404298906413343/>

FACTEURS DE RÉUSSITE

« Par trois méthodes, nous pouvons apprendre la sagesse : premièrement, par la réflexion, qui est la plus noble ; deuxièmement, par imitation, ce qui est plus facile ; et troisièmement par l'expérience, qui est la plus amère. »

Confucius

L'épargne est, à n'en pas douter, un sujet bien plus vaste que ceux des éditions précédentes du Prix européen de la microfinance, avec leurs thèmes spécifiques et plus restreints comme le logement, la technologie ou l'accès à l'éducation. C'est un patchwork composé d'éléments d'innovation dans les produits, d'économie comportementale, de technologie, de réorientation des modèles traditionnels et d'expérimentation de nouveaux modèles.

Rien d'étonnant donc à ce que le nombre record de candidats tisse un riche patchwork d'initiatives, révélatrices d'un secteur qui se saisit des opportunités offertes par l'épargne.

Cette même raison fait que l'établissement d'une liste de facteurs de réussite communs à partir d'un corpus aussi hétérogène relève du défi. Ce qui fonctionne en Afrique subsaharienne ne vaudra pas pour un programme

en Asie du Sud. Travailler avec des groupes solidaires n'a rien à voir avec la fourniture d'un porte-monnaie électronique. Les limites et les avantages d'une banque réglementée ne sont pas ceux d'une FinTech, d'une coopérative ou d'une IMF.

La masse de documents fournis par tant de candidats apporte néanmoins un éclairage précieux quant à ce qui fait le succès d'une initiative, quel que soit le contexte.

Avant toute chose, les prestataires qui réussissent sont ceux qui **cernent bien leurs clients**, leurs besoins et ce qui motive leurs décisions financières. Cela peut se faire par le biais d'enquêtes, par l'intermédiaire de partenaires ou en interne, et peut être de nature quantitative ou qualitative. Dans tous les cas, cela suppose que l'on parte d'une feuille blanche et sans idées préconçues ou paternalistes quant à ce qui est le mieux. Les prestataires

qui réussissent écoutent, et s'engagent. Ils se servent ensuite de ce qu'ils ont compris pour **concevoir et développer des produits**, en offrant une gamme de produits **correspondant** à des objectifs particuliers, avec des conditions, des canaux et une communication adéquats par rapport à ces objectifs. On en trouve de nombreux exemples dans ce document : comptes d'épargne-études, comptes liés à des objectifs, épargne-retraite et dispositifs d'épargne d'urgence, pour n'en citer que quelques-uns. Mais si le but est de concevoir un produit d'épargne qui correspond à un objectif, cela ne doit jamais se faire au détriment d'une autre caractéristique essentielle : le produit doit être **simple et facile à utiliser**.

Concevoir des produits qui correspondent à un objectif est sans doute nécessaire, mais pas suffisant. Ces produits doivent également **correspondre à une personne**. Qui est le (la) client(e) qui l'utilisera - et de quoi a-t-il (elle) besoin lorsqu'il (elle) épargne ? Là encore, les organisations présentées dans ce document suivent des approches différentes : pour preuve, les comptes destinés spécifiquement aux enfants, aux petits exploitants, aux commerçants et aux travailleurs migrants, et ce ne sont-là que quelques exemples.

Les institutions qui réussissent à mobiliser l'épargne assortissent



pratiquement toujours leur produit d'épargne d'un accompagnement non financier, une **éducation financière** entre autres, qui peut être dispensée au travers de manuels, de modules de formation en présentiel, de vidéos ou de modèles comptables de base à destination des entreprises. Quels que soient le mode de diffusion et le contenu, les programmes efficaces sont toujours attrayants, intégrés à l'utilisation des produits d'épargne et adaptés à un public qui peut se sentir intimidé ou simplement s'ennuyer dans un environnement d'apprentissage traditionnel.

L'apport d'une éducation financière peut naturellement aider à comprendre les schémas mentaux qui sous-tendent les prises de décisions financières des personnes – qu'est-ce qui encourage l'épargne, quand et pourquoi ? Qu'est-ce qui peut constituer un obstacle ? Les prestataires couronnés de succès s'emploient non seulement à améliorer sans

cesse leur compréhension de ces éléments de prise de décision, mais **communiquent ensuite avec leurs clients** d'une manière qui consolide cette compréhension, en intégrant les concepts de commodité, de tentation-évitement, de routine et de timing.

Ils peuvent également réfléchir à diverses manières de traduire leur connaissance des chemins qui mènent à un comportement positif en matière d'épargne en **mesures concrètes d'incitation** à l'épargne. Il y a plusieurs façons d'y parvenir et vous en trouverez quelques exemples sur cette page, qu'il s'agisse d'offrir des minutes d'appel gratuites en guise de récompense, de rémunérer généreusement les soldes d'épargne ou d'accéder à d'autres produits financiers tels que l'assurance et le crédit. Dans le même ordre d'idées, les prestataires doivent appréhender les autres moyens d'encourager l'épargne formelle, en invoquant la **sécurité de l'épargne**, par exemple – l'une des principales raisons

d'être des groupes d'épargne liés aux institutions financières formelles – par opposition aux risques inhérents aux équivalents de l'épargne sous le matelas. Cela dit, des mesures d'incitation à destination du client ne suffisent pas : les prestataires d'épargne qui réussissent sont ceux qui veillent également à prendre des mesures d'incitation appropriées à destination de leur personnel, de sorte que l'épargne soit un produit-clé et non une chose à laquelle on a pensé après coup.

Ces prestataires peuvent également réfléchir à diverses manières d'innover dans la **fourniture de produits et de services d'épargne** : quels canaux permettraient de surmonter les obstacles et de maximiser la commodité et les opportunités pour un client ? Parmi les exemples donnés par les demi-finalistes de ce document, citons les DAB mobiles, les cartes à puce ou de débit, les portefeuilles électroniques, les terminaux de point de vente, les collectes sur le pas de la porte et les installations rurales permettant au personnel et aux agents de travailler dans des zones reculées. À quoi peut s'ajouter une **gestion de la relation client** de grande qualité, allant de visites à des appels téléphoniques qui apportent au client une réelle valeur ajoutée. Et la prestation ne se limite pas à l'accès et au contact : elle comprend également la facilité d'adhésion et d'utilisation : combien de temps faut-il pour ouvrir un compte ? Quelles données KYC peuvent être simplifiées pour ce faire ?

Il est en revanche un domaine dans lequel très peu d'institutions réussissent : **l'accessibilité des contrats et autres documents juridiques**. À quelques exceptions près, très peu d'organisations examinées dans le cadre de cette procédure soumettent des contrats qui soient réellement appropriés et adaptés à l'objectif de leur client. Ceux-ci sont trop souvent rédigés dans un jargon juridique dense, autrement dit destinés à être signés plutôt qu'effectivement lus. Pour les institutions qui prétendent se concentrer sur l'inclusion et l'accès,

et qui desservent généralement une clientèle peu alphabétisée et ayant rarement une formation juridique, il s'agit d'un domaine important pour lequel l'établissement de normes sectorielles pourrait effectivement s'avérer utile.

Enfin, les prestataires qui réussissent sont ceux **qui ne réinventent pas la roue** quand rien ne les y oblige. De nombreuses institutions mentionnées dans ce document reconnaissent l'authentique mérite des pratiques d'épargne traditionnelles et

informelles et ajustent celles-ci aux connaissances, aux besoins et aux technologies modernes. Nous vivons sans doute une époque de technologies « perturbatrices », mais l'inconvénient transparaît dans le nom lui-même. Le but n'est pas de « perturber » des vies, mais de fournir des services d'épargne de qualité à des clients mal desservis. Se référer à ce qui est déjà connu et apprécié au sein d'une communauté peut être un bon point de départ pour encourager une épargne efficace et inclusive.



À PROPOS DU PRIX EUROPÉEN DE LA MICROFINANCE



Doté d'une enveloppe de 100 000 € pour le gagnant et de 10 000 € pour les finalistes, le Prix européen de la Microfinance est une prestigieuse récompense annuelle convoitée par des organismes des quatre coins du monde, actifs dans la fourniture de services financiers et pratiquant l'innovation dans un domaine spécifique de l'inclusion financière. Lancé en octobre 2005 par le Ministère luxembourgeois des affaires étrangères et européennes, Direction de la coopération au développement et de l'action humanitaire, le concours est organisé conjointement par le ministère, la Plateforme européenne de la microfinance

(e-MFP) et l'Inclusive Finance Network Luxembourg (InFiNe.lu), en coopération avec la Banque européenne d'investissement. Ce prix poursuit deux objectifs parallèles : récompenser l'excellence et répertorier et diffuser les pratiques les plus pertinentes en vue d'une application par d'autres.

Les éditions précédentes ont eu pour thèmes :

- **2019 - Renforcer la résilience face aux changements climatiques**

Comment les prestataires de services financiers peuvent-ils fournir des produits et des services qui renforcent la résilience des

populations vulnérables (et des institutions elles-mêmes) face aux changements climatiques ?

Gagnant : APA Insurance Ltd (Kenya), pour ses produits d'assurance indexés sur le rendement du bétail et des surfaces à destination des agriculteurs

- **2018 - L'inclusion financière par le biais de la technologie**

Comment les prestataires de services financiers peuvent-ils tirer parti des innovations technologiques pour améliorer l'efficacité et la qualité des services et élargir leur champ d'action à de nouvelles populations exclues ?

Gagnant : Advans Côte d'Ivoire pour ses solutions numériques d'épargne et de paiement à destination des coopératives et producteurs de cacao, et pour ses petits prêts d'étude numériques à destination des exploitants agricoles

- **2017 - La microfinance au service du logement**

Les IMF peuvent-elles apporter une réponse aux besoins complexes des populations vulnérables et à faible revenu en matière de logement, et les aider à avoir accès à un logement résidentiel de meilleure qualité ?

Gagnant : Cooperativa Tosepantomin, pour son programme global de logement au service des communautés rurales et sa façon de promouvoir la responsabilité environnementale.

- **2016 - La microfinance et l'accès à l'éducation**

Comment les IMF peuvent-elles améliorer l'accès des enfants à l'éducation ou offrir des formations aux jeunes et aux adultes afin de leur ouvrir d'autres horizons en matière d'emploi comme salarié ou indépendant ?

Gagnant : Kashf Foundation (Pakistan), pour son programme à destination des écoles privées à prix réduit.

- **2015 - La microfinance dans les pays sortant d'une catastrophe ou d'un conflit et dans les États fragiles**

Que peuvent faire les IMF pour mener leurs activités dans des environnements et des circonstances exceptionnellement difficiles, en contribuant à accroître la résilience des communautés



touchées ?

Gagnant : Crédit Rural de Guinée S.A (Guinée), pour sa réponse innovante face à l'épidémie d'Ébola en Guinée

- **2014 - Microfinance et environnement**

Est-il possible de faire entrer la gouvernance environnementale dans l'ADN des IMF et de promouvoir des initiatives visant à améliorer la durabilité environnementale ?

Gagnant : Kompanion (Kirghizistan), pour son initiative de formation à la gestion des pâturages

- **2012 - La microfinance au service de la sécurité alimentaire**

Quelles initiatives de microfinance contribuent à améliorer les conditions de production et de distribution des denrées alimentaires dans les pays en développement ?

Gagnant : ASKI (Philippines), pour sa façon de desservir les petits exploitants agricoles et de favoriser l'établissement de liens commerciaux efficaces

- **2010 - Financement des filières**

Quelles sont les initiatives de microfinance les plus remarquables dans les filières productives ?

Gagnant : Harbu (Éthiopie), pour son initiative de financement d'une filière de soja

- **2008 - Microfinance socialement responsable**

Quelles initiatives innovantes les IMF peuvent-elles prendre afin de promouvoir, de mesurer et d'accroître la performance sociale de leurs activités ?

Gagnant : Buusaa Gonofaa (Éthiopie), pour la mise au point de son système d'évaluation des clients

- **2006 - Innovation dans la portée en milieu rural**

Quelles initiatives révolutionnaires dans le domaine de la microfinance permettent d'approfondir ou d'élargir leur portée en milieu rural ?

Gagnant : La fondation Zakoura (Maroc), pour son programme en faveur du tourisme rural.

Membres du comité de sélection

Organisation	Juge(s) ⁸
ADA	Luc Vandeweerd, Axel de Ville
Agence française de Développement (AFD)	Pauline Angoso, Baptiste Ducruix
Arendt & Medernach	Anne Contreras, Laetitia Duren, Thibaut Riscatto, Corentin Gata
BRS	Kurt Van den Neste
CARE International UK	Nancy Thomas, Ajaz Khan
CITI Inclusive Finance	Eugene Amusin
Fonds européen d'investissement (EIF)	Per-Erik Eriksson
Finance in Motion	Isabelle Delas
Incofin	Geert Peetermans, Noémie Renier
Inpulse	Nicolas Blondeau
Luxembourg House of Financial Technology (LHoFT)	Manon Loison
Luxembourg Microfinance and Development Fund (LMDF)	Apricot Wilson
Ministère luxembourgeois des Affaires étrangères et européennes (MAEE)	Thomas Lammar, Paul Weber
MFR	Ayako Iba
MicroSave Consulting (MSC)	Nitish Narain
Social Performance Task Force (SPTF)	Jürgen Hammer
Sparkassenstiftung für internationale Kooperation	Ilonka Rühle-Stern
Association des banques et banquiers, Luxembourg (ABBL)	Catherine Bourin
University of Bath	Aurélie Larquemin

⁸ Bien que certaines organisations aient eu plusieurs juges pour examiner les candidatures, chaque organisation n'avait qu'un intervenant et un seul vote lors de la réunion du comité de sélection.

ORGANISATEURS DU PRIX EUROPÉEN DE LA MICROFINANCE

Ministère luxembourgeois des affaires étrangères et européennes

Direction de la coopération au développement et de l'action humanitaire

<https://cooperation.gouvernement.lu>

Le secteur de la finance inclusive reçoit depuis une vingtaine d'années le soutien actif de la Direction de la coopération au développement et de l'action humanitaire du Ministère luxembourgeois des affaires étrangères et européennes. Le ministère travaille en étroite collaboration avec les acteurs de la société civile et les réseaux spécialisés dans la microfinance afin de financer des concepts innovants, la recherche et le développement de nouveaux outils ainsi que l'action politique dans les forums nationaux et internationaux, en se concentrant particulièrement sur l'intégration des plus vulnérables dans le secteur de l'inclusion financière. Son engagement à long terme et son appui stratégique valent au Luxembourg d'être reconnu comme un pôle mondial de l'inclusion financière.



La Plateforme européenne de la microfinance (e-MFP)

www.e-mfp.eu

La Plateforme européenne de la microfinance (e-MFP) est le principal réseau européen d'organisations et de personnes opérant dans le secteur de la microfinance et de l'inclusion financière dans les pays en développement. Elle compte plus de 130 membres issus de toutes les régions géographiques et de tous les domaines de spécialité du monde de la microfinance, y compris des consultants et des prestataires de services d'appui, des investisseurs, des prestataires de services financiers, des agences de développement multilatérales et nationales, des ONG et des chercheurs.

Près de deux milliards de personnes sont exclues du système financier. Pour y remédier, la Plateforme cherche à promouvoir la coopération, le dialogue et l'innovation entre les diverses parties prenantes qui opèrent dans les pays en développement. La Plateforme promeut toutes les activités susceptibles d'accroître, partout dans le monde, l'accès à des services financiers abordables, de qualité, durables et inclusifs pour les personnes non- ou sous-bancarisées, en favorisant le partage des connaissances, le développement de partenariats et l'innovation.



Inclusive Finance Network Luxembourg

www.InFiNe.lu

Créée en mars 2014, InFiNe.lu (Inclusive Finance Network Luxembourg ASBL) bénéficie du soutien de la Direction de la coopération au développement et de l'action humanitaire du Ministère luxembourgeois des affaires étrangères et européennes. La particularité d'InFiNe.lu est de rassembler les principaux acteurs des secteurs public et privé, et de la société civile à Luxembourg, autour de l'objectif commun de la promotion de l'inclusion financière. 30 membres se sont déjà joints à la plateforme. InFiNe.lu a pour objectif de développer les connaissances et l'expertise en stimulant l'échange et la collaboration entre ses membres. Le réseau capitalisera également sur la position de leader du Luxembourg dans les secteurs financier et de l'aide au développement.



www.e-mfp.eu

Plateforme européenne de la microfinance (e-MFP)

39 rue Glesener
L-1631 Luxembourg
contact@e-mfp.eu

Dialogue européen n°15

Avec le soutien de

LUXEMBOURG
AID & DEVELOPMENT 



THE GOVERNMENT
OF THE GRAND-DUCHY OF LUXEMBOURG
Ministry of Finance