

RÉSEAUX BANCAIRES ET MICRO CRÉDIT

Vers de nouvelles formes de mécénat



Patrick Sapy

Directeur des partenariats et du développement

Adie
(Association pour le Droit à l'Initiative Economique)

Le directeur des partenariats et du développement de l'Adie dresse un bilan des actions menées avec les établissements bancaires depuis la création de l'association, dans les années quatre-vingt.

Le micro crédit est en train de se faire une place au soleil en ces premiers mois de 2005. Depuis que les Nations-Unies ont proclamé cette année, "l'Année internationale du micro crédit", on ne compte plus les manifestations qui se sont déroulées partout dans le monde. Cette pratique bancaire inhabituelle, inventée par Muhammad Yunus dans les années soixante-dix au Bangladesh, consiste à prêter de petites sommes d'argent à des personnes démunies afin qu'elles puissent créer ou développer une activité économique. Trente ans après, les résultats sont au rendez-vous : près de 60 millions de personnes sont aujourd'hui clientes d'une des 10 000 institutions de micro finance dans le monde et les taux de remboursement font pâlir d'envie les réseaux bancaires... mais, paradoxalement, près d'un milliard de personnes sont encore privées de crédit.

En France, le micro crédit a été introduit par l'Adie (Association pour le droit à l'initiative économique) à la

fin des années quatre-vingt. Fondée et présidée par Maria Nowak, cette association a financé et accompagné plus de 25 000 projets de création d'entreprises portés par des chômeurs ou des RMistes. Ces projets ont généré 30 000 emplois. L'existence d'un puissant secteur bancaire mutualiste, puisant ses racines dans le financement du petit entrepreneuriat à la fin du XIX^e siècle et intéressé par cette pratique, a certainement permis à l'association de développer son activité, et d'apporter ainsi une réponse adaptée à tous ceux qui, sans ressources, rêvent de concrétiser un projet personnel pour sortir du chômage. Cette pratique est très différente du mécénat classique car basée sur un modèle économique performant. Les réseaux bancaires travaillant avec l'Adie (le Crédit mutuel, les Caisses d'épargne, les Banques populaires – dont le Crédit coopératif –, le Crédit immobilier de France, le Crédit agricole, et plus récemment le groupe BNP Paribas) ont ainsi inventé un partenariat original qui a évolué dans le temps.

Premiers partenariats

En 1994, un premier accord a été conclu avec le Crédit mutuel de Bretagne. Cet accord consistait, pour la banque, à prêter au créateur d'entreprise (les décisions étant prises au sein des comités de crédit de l'association) et à prendre en charge une partie du risque à hauteur de 30% environ. L'Adie prenait à sa charge le solde du risque (avec la contre-ga-

rantie de l'État et du Fonds européen d'investissement), l'instruction du dossier, le recouvrement et l'accompagnement du créateur. La banque restait très proche de son métier traditionnel de prêteur, mettait à la disposition de l'association des cadres pour évaluer les projets en comité, et gagnait souvent un client sérieux. La participation au risque, lui-même très faible (le taux de remboursement des prêts atteint 94%), n'était pas un obstacle financier à leur engagement.

Cette forme de partenariat s'est développée jusqu'en juillet 2003, date à laquelle l'Adie a été habilitée, dans le cadre de nouvelles dispositions du Code monétaire et financier, à emprunter auprès des banques pour prêter à ses clients. Ce schéma de partenariat a tout pour simplifier la relation avec le client : les délais de décaissement des fonds sont plus rapides, les informations concernant les impayés sont centralisées par l'association, et le modèle économique du micro crédit a de sérieuses chances de se pérenniser. En effet, la marge dégagée entre les montants empruntés et les montants prêtés doit – à terme – couvrir les coûts de back-office, épargnant du même coup à la collectivité une dépense de fonds publics, lesquels se raréfient dans un contexte de décentralisation et de déficit budgétaire. Une partie des charges de gestion peut ainsi être financée directement par le client au travers de la marge bancaire. Les crédits étant de faible



Deux visuels de la campagne de presse de l'Adie de 2005. Pour en savoir plus sur l'Adie : www.adie.org.

“La principale difficulté pour l'Adie reste le financement du coût de l'accompagnement des créateurs d'entreprises.”

montant (2 800 euros en moyenne), le surcoût n'a quasiment aucun impact sur le compte d'exploitation de l'entrepreneur. En revanche, il change tout pour l'Institution de microfinance. Les banques conservent, dans ce schéma, une participation à la fois aux instances de décision et au risque. C'est le Crédit mutuel de Bretagne et le Crédit coopératif, partenaires de la première heure, qui ont souhaité mettre en place un accord de ce type.

Vers de nouvelles formes de mécénat

Il n'en reste pas moins que la principale difficulté pour l'Adie reste le financement du coût de l'accompagnement. Ce dernier s'élève à environ 2 000 euros par projet financé, et vient couvrir les frais liés au suivi d'un projet pendant une à deux années. Permanents et bénévoles de l'association peuvent ainsi consacrer le temps nécessaire pour que le créateur puisse – gratuitement – bénéficier des conseils de professionnels afin de pérenniser son activité (64% des projets passent le cap

des deux ans). Ce coût est à peu près le dixième de celui d'un demandeur d'emploi pour l'ensemble de la collectivité (18 000 à 20 000 euros par an, selon le ministère du Travail). L'accompagnement de projet est aujourd'hui financé par l'Union européenne, l'État, la Caisse des dépôts et consignations, les collectivités locales et quelques partenaires privés. Les réseaux bancaires commencent tout doucement à prendre en charge une partie de ce coût, tout simplement parce qu'un client accompagné est un client qui perdure. Cela peut prendre la forme d'une contribution forfaitaire par créateur financé, comme ce fut le cas pour l'accord signé entre l'Adie et BNP Paribas en octobre 2004. Ce nouveau type de mécénat peut également prendre d'autres formes, comme la mise à disposition temporaire ou permanente de compétences (informaticiens, juristes, *risk managers*...), ou l'encouragement d'actions bénévoles de la part du personnel. Certains établissements, comme le Crédit immobilier de France, ont choisi de financer directement des postes de conseillers Adie

dans les quartiers en difficulté, en complément de lignes de crédit à destination des créateurs d'entreprise. L'ensemble des réseaux bancaires partenaires de l'association a d'ailleurs pris part à une vaste campagne de promotion du micro crédit “la Semaine du Microcrédit : créez votre emploi !” au mois d'avril dernier. Les documents de communication réunissaient sur une même ligne les logos d'une dizaine d'établissements bancaires différents pour une même cause. Voilà une action qui a du sens dans un monde où la concurrence entre les réseaux fait parfois rage... Ces nouvelles formes de mécénat ont de l'avenir : elles correspondent à une logique “gagnant-gagnant” où la banque fait un geste socialement responsable en phase avec son métier, et l'Adie dispose de moyens – financiers ou humains – pour répondre à une demande sans cesse croissante. Près de 30.000 créateurs contactent l'association chaque année et l'Adie ne peut en financer et en accompagner, compte tenu de ses moyens, que 6 000 par an. Lors de la Semaine du micro crédit, plus de 50 000 personnes ont contacté l'association en une semaine, et 7 000 projets ont été déposés. Plus que l'activité d'un trimestre ! Gageons que dans quelques années, d'autres dispositifs tout aussi innovants pourront voir le jour afin de permettre au micro crédit de prendre son essor dans un pays où l'image des réseaux bancaires n'est pas encore des plus brillantes. ■