

TARIFICATION RESPONSABLE: L'État de la Pratique

Un document de travail de la Smart Campaign
July, 2010

www.smartcampaign.org



Keeping clients first
in microfinance

Tarification Responsable:

L'État de la Pratique

Ce document a été préparé pour le comité de direction de la Smart Campaign par son Groupe de Travail sur l'Évolution des Principes. Il a été rédigé par Larry Reed, avec la contribution et l'assistance d'Alexandra Fiorillo. Spécial remerciements à la MicroFinance Transparency(MFT) pour l'utilisation de leurs outils et pour leurs conseils sur le contenu de ce document.

Table des matières

Sommaire	1
Protection du Client et Tarification	3
Location d'argent	4
Les courbes de coût et de prix	5
Approches pour déterminer le prix responsable	7
Plafonds du taux d'intérêt	8
Marges Plafonds:	8
Smart Évaluation : l'approche des indicateurs du Beyond Codes	13
Faire progresser l'état de la pratique : vers des Lignes Directrices Consensuelles	14
Conclusion	16

Schéma

Breakeven Points related to Loan Size and Interest Rate	4
Loan Size and Real Portfolio Yield	5
Loan Size and Op Exp/Port %	6
Loan Size and Real Portfolio Yield	7
Product Size vs Interest Rate	10

Tableau

Tableau 1	7
Tableau 2	9

Sommaire

En décembre 2009, la Smart Campaign a modifié son Principe de Protection Client, «Tarification Transparente» pour devenir « Tarification Transparente et Responsable». Le principe indique que la tarification doit être à la fois abordable par les clients et durable pour les institutions financières. Cette formulation souligne que les prix bas sont avantageux pour les clients, tout en permettant aux réalités pratiques impliquées dans l'offre des petits prêts et des comptes d'épargne de faible valeur. En modifiant le principe, la Campagne affirme l'importance de la tarification responsable tout en reconnaissant que l'état actuel de la pratique ne fournit pas pour l'instant d'orientation claire ou de normes pour le définir.

La Campagne a préparé ce document de travail pour avancer vers une orientation claire. Il examine les diverses approches de la tarification responsable des prêts, de la promotion de la concurrence, aux limitations du rendement de fonds propres, au plafonnement des taux d'intérêt, à la transparence comparative. Ces approches sont décrites dans le contexte des courbes de coût développées par MicroFinance Transparency, qui fournit des informations détaillées sur les prix, les termes et conditions parmi tous les prêteurs (participants) dans un pays.¹ Parmi les plus importants messages provenant des données de MicroFinance Transparency figurent:

- Les tarifs et les structures de coût qui le déterminent varient considérablement d'un pays à l'autre. Il est judicieux de juger les institutions dans les paramètres de leur pays et par rapport à leurs concurrents.
- Les petits prêts nécessitent un taux d'intérêt plus — et parfois étrangement beaucoup plus — élevé. Cela joue contre le plafonnement des prix, qui pénalise les institutions qui tentent de toucher les clients les plus difficiles à servir tels que les personnes les plus pauvres.
- L'analyse des fournisseurs individuels devrait expliquer des facteurs tels que la sensibilisation aux zones rurales (plus coûteuses), la prestation de services non-financiers, les profits élevés ou l'inefficacité. Tous ces facteurs contribuent à une décision finale à savoir si la tarification est responsable.

Les outils d'évaluation développés par la Smart Campaign se servent de l'approche de *transparence comparative*, comme indiqué dans le guide d'évaluation de terrain développé par le projet Beyond Codes et disponible sur le site de la Campagne, « Conduire des Évaluation de la Protection des Clients: Un guide ». C'est également l'approche proposée par MicroFinance Transparency. Bien que conceptuellement similaire dans le fait que les deux approches évaluent le prix dans le contexte d'un pays et par les comparaisons entre les produits similaires offerts par plusieurs institutions, le Guide d'évaluation et la MicroFinance Transparency abordent différents aspects de la question.

Basée sur l'analyse de l'état actuel de la pratique, la Smart Campaign continue de recommander une attention sur la transparence comparative au niveau des pays. Ce travail en cours approfondira la compréhension des normes de tarification grâce à des analyses de données et des discussions, et, on l'espère permettra le développement de lignes directrices consensuelles. En attendant, la transparence comparative peut servir à faire pression sur les organisations pour fixer des prix responsables parce que les observateurs se serviront des données pour appliquer leurs propres normes.

La Campagne envisage de développer ou d'appuyer des outils de concert avec les autres acteurs du secteur, notamment la MicroFinance Transparency, pour promouvoir la transparence comparative dans les prochains mois. À long terme, il est également important que l'industrie se fasse une priorité de s'éduquer davantage sur les prix abordables en étudiant les clients. Elle devrait aussi éduquer les investisseurs, clients et les organismes de réglementation sur les facteurs qui contribuent à la pérennité.

1. MicroFinance Transparency est une organisation sans but lucratif fondé en 2009 qui recueille et publie des informations sur les prix des institutions de microfinance (par pays).

Protection du Client et Tarification

Le problème de la définition de la tarification responsable en microfinance est un sujet qui a récemment attiré l'attention du New York Times : «La dispute sur la préservation de l'atmosphère vertueuse du secteur tourne autour de la question de combien d'intérêt et de profit sont acceptables, et ce qui constitue une exploitation», écrit Neil MacFarquar. L'article continue en décrivant des cas de taux d'intérêt élevés imposés aux personnes très pauvres, où les clients, les fournisseurs et investisseurs ne semblaient pas être au courant du taux réel.²

La question posée par l'article est un élément clé que le secteur de la microfinance doit traiter. Il est clair qu'il coûte plus de faire 10 000 petits prêts de \$100 chacun, que de faire un prêt de \$1 million; ainsi le prix du petit prêt doit être supérieur. Mais cela a conduit à un tableau des techniques de tarification peu clair et des frais qui peuvent rendre difficile la détermination du prix réel. Et lorsque vous associez des structures de tarification peu claires avec le déséquilibre de force entre un prestataire de prêt (qui a l'argent disponible pour prêter) et une personne pauvre (qui nécessite l'accès au financement afin de gagner suffisamment d'argent pour nourrir et loger sa famille), vous avez les circonstances qui laissent place à des fournisseurs qui n'ont aucun scrupule à exploiter les pauvres.

Les Principes de Protection du client de la Smart Campaign visent à aider l'industrie de microfinance à se concentrer et à améliorer son service aux clients pauvres. En février 2010, la Smart Campaign a modifié le deuxième de ses six principes pour inclure la tarification responsable comme un élément clé de la protection du client. Le principe dit maintenant (les phrases en italique sont celles ajoutées):

Tarification Transparente et Responsable: les tarifs, les termes et les conditions des produits financiers (y compris les frais

d'intérêt, les primes d'assurance, tous les frais, etc.) seront transparents et seront divulgués convenablement sous une forme compréhensible aux clients. *Une tarification responsable signifie que les tarifs, termes et conditions sont définis d'une façon qui est abordable pour les clients et durable pour les institutions financières.*

Cette modification est le résultat d'une discussion ayant eu lieu pendant plusieurs mois par le Groupe de Travail des Principes de la Smart Campaign et a été approuvée par le Comité Directeur de la Campagne et acceptée par les adhérents de la Campagne.

Nous avons tous une compréhension innée de ce que signifie «abordable» et «durable». Intuitivement, abordable pour les clients signifie que les clients tirent un bénéfice net d'un service, même après avoir payé intégralement les frais. Durable pour les institutions signifie que les revenus collectés permettent à une institution de faire face à ses obligations financières (c'est à dire qu'elles doivent générer des profits) pendant longtemps. Il n'est pas du tout facile de fournir des conseils spécifiques sur ce qu'est et n'est pas abordable ou durable, comme la discussion qui suit démontrera. Notre examen de l'état de la pratique de la tarification responsable montre que l'industrie de la microfinance n'a pas encore trouvé un moyen de définir quand un prix est à la fois abordable pour le client et durable pour l'institution financière, mais a fait beaucoup de progrès dans ce sens au cours de ces dernières années.

Ce document examine l'état de la pratique pour évaluer la tarification responsable ; il décrit les méthodes actuelles qui ont été suggérées par divers observateurs ; et il passe en revue quelques approches utilisées ou considérées par la Smart Campaign. Il donne également des recommandations pour améliorer l'état de la pratique à l'avenir. Mais tout d'abord, des informations sur la

2. Neil MacFarquar, "Banks Making Big Profits from Tiny Loans," *New York Times*, April 13, 2010.

raison pour laquelle le concept de tarification responsable des petits prêts n'est pas aussi simple qu'il n'y paraît.

Location d'argent

Le concept derrière la tarification responsable provoque une petite controverse. La plupart des gens dans la communauté financière admettent que les modalités et les conditions de la tarification doivent être définies de façon abordable pour les clients et durable pour les institutions financières. Le problème vient du passage du concept à l'application. Comment déterminer si les prix imposés par un fournisseur de microfinance spécifique respectent cette norme de tarification responsable ?

Pour comprendre certains des défis inhérents à l'évaluation de la tarification responsable, nous devons regarder d'un peu plus près comment les tarifs des services financiers sont fixés. Pour la plupart des prêts et des comptes d'épargne, les tarifs sont fixés comme taux d'intérêt. Ces taux nous donnent un pourcentage que nous paierons ou verserons pour chaque unité de monnaie que nous empruntons ou épargnons pendant une unité donnée de temps.

De cette manière, les services financiers sont similaires à la location de biens immobiliers. Lorsque vous prenez un prêt, vous louez l'argent d'autres personnes pour une période de temps donnée, et vous acceptez de les payer en fonction de la somme d'argent que vous louez et la durée pendant laquelle vous gardez leur argent. Lorsque vous épargnez, vous louez votre argent à d'autres personnes, et ils acceptent de vous payer un montant fixe pour chaque période de temps qu'ils ont cet argent. Cela rend la comparaison des produits financiers en fonction des taux d'intérêt similaires à la comparaison des loyers en fonction du prix au mètre carré (ou compteur).

Dans l'immobilier, plusieurs facteurs influencent les coûts de l'offre des biens immobiliers, et en conséquence les prix fixés pour la location. Ils comprennent les frais encourus par le propriétaire de l'immeuble (le coût d'achat des biens, financement, entretien, taxes, etc.), le lieu des biens, les aménagements inclus dans l'appartement, l'espace que vous souhaitez louer et la durée pour laquelle vous vous engagez. Des facteurs similaires affectent les frais de location d'argent, y compris les frais encourus par le prêteur (coût du capital, frais d'exploitation, créances douteuses et taxes), la proximité du service aux clients, des services supplémentaires qui peuvent

SCHÉMA 1

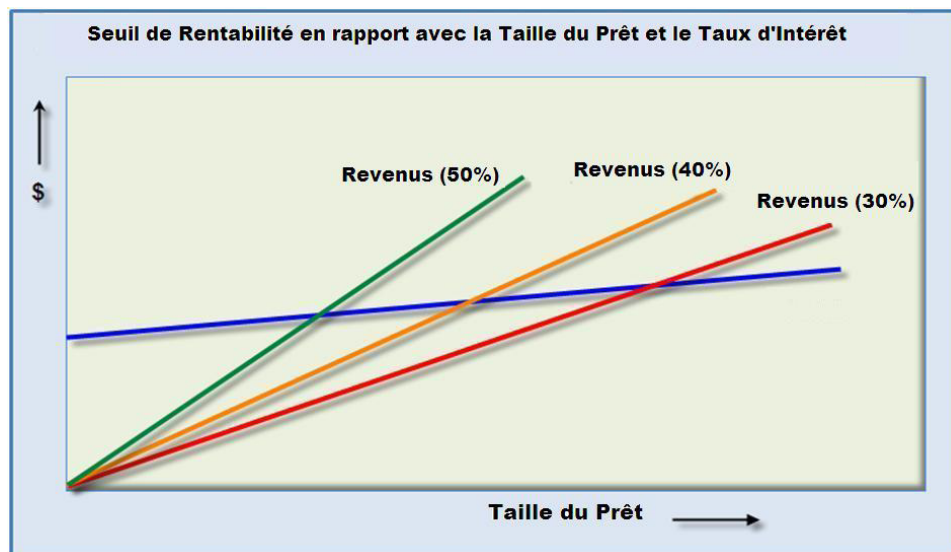
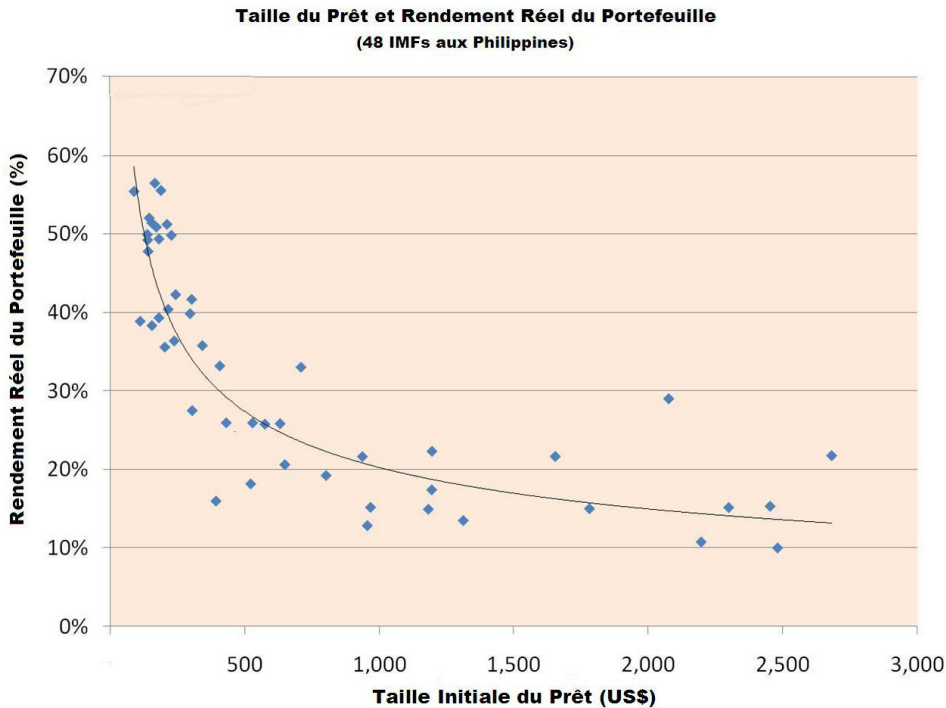


SCHÉMA 2



être fournis (comme la formation ou l'assurance), le montant prêté et la durée pendant laquelle l'argent sera utilisé.

Cette comparaison de location d'argent à celle de location d'appartement aide à expliquer certains des problèmes rencontrés dans l'évaluation des prix responsables. De la même manière que les coûts du mètre carré de biens immobiliers varient considérablement selon l'emplacement, le prix de l'argent varie par pays et par endroit. Et tout comme le prix par mètre carré des biens immobiliers peut augmenter parfois considérablement, quand la taille de l'unité et la durée de location diminue, il en est de même pour la location d'argent.

Les courbes de coût et de prix ³

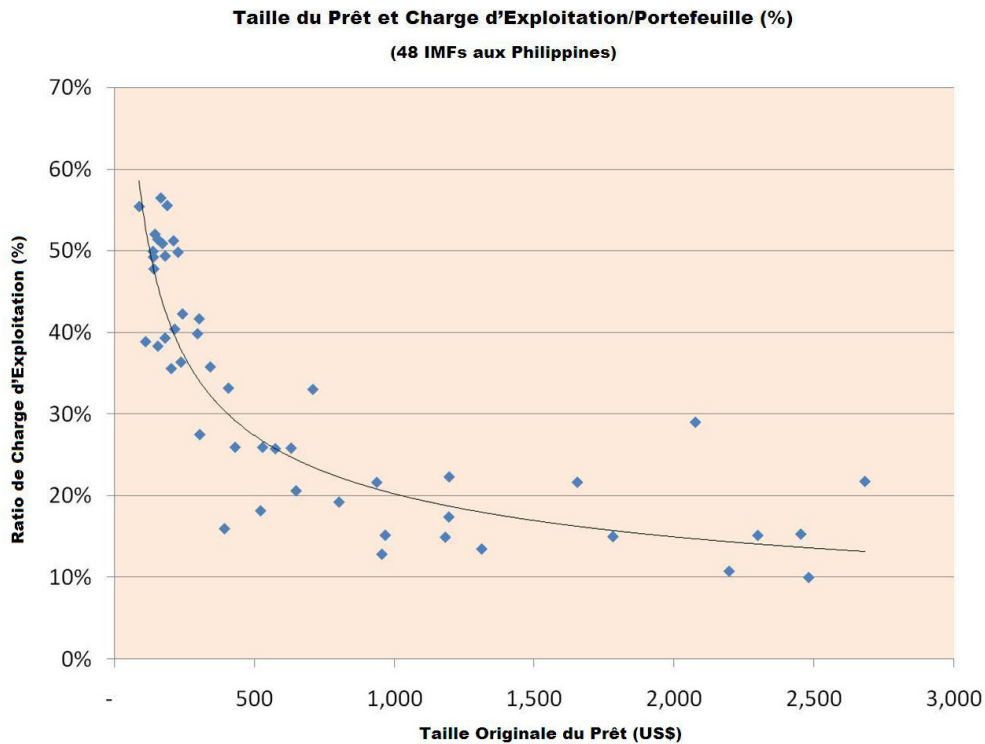
Le secteur de la microfinance a longtemps affirmé que "les frais de distribution de crédit sont relativement fixes — il coûte presque autant pour faire un prêt de \$100 que pour faire un prêt de \$1000. C'est pourquoi les prix de petits prêts doivent être plus élevés." Cependant, les implications de cela n'ont

pas été pleinement mesurées jusqu'à lors. Nous avons longtemps supposé que les prix sont linéaires, avec une inclinaison progressive. Au lieu de cela, comme nous le verrons, les prix par dollar prêté suivent vraiment une courbe plutôt raide allant vers le bas. De plus, les frais d'exploitation suivent une courbe remarquablement similaire.

Au sein du schéma 1, l'axe « x » affiche des montants de prêt croissants, tandis que l'axe « y » affiche des montants monétaires de revenus et dépenses. La ligne bleue indique des coûts plutôt fixes -un très petit prêt coûte pratiquement autant qu'un prêt plus large. Le revenu, en revanche, est proportionnel à la taille du prêt. La ligne rouge indique le montant du revenu par rapport à la taille du prêt, si le taux d'intérêt était de 30 %. Un très petit prêt génère peu de revenus, mais le revenu augmente proportionnellement à la taille du prêt. À une taille spécifique, les revenus générés par le prêt rencontrent le coût de la distribution de ce prêt, et l'institution atteint le seuil de rentabilité. À un prix donné, les prêts plus grands que le montant du seuil de rentabilité génèrent un profit, tandis que les plus petits prêts entraînent une perte. Pour qu'une institution puisse fournir ces petits prêts sans perdre d'argent, elle doit augmenter le prix de ces prêts, par exemple à 40 %. Et le proces-

3. Les courbes de prix et de coût a été créées par MicroFinance Transparency. Plus de détails et de ressources se trouvent sur www.mftransparency.org.

SCHÉMA 3



sus continue-plus la taille moyenne du prêt est petite, plus le prix nécessaire pour atteindre le seuil de la rentabilité est élevé.

Est-ce que la théorie correspond à la réalité ? Le schéma 2 montre les données de 48 IMFs aux Philippines. Chaque point représente la taille moyenne des prêts et le rendement du portefeuille (ou la moyenne des prix) pour les produits de ces IMFs. Les IMFs offrant des prêts plus larges, d'environ \$2000, ont des rendements de portefeuille faible, d'environ 20 %. Les IMFs offrant des prêts de \$200, ou un dixième du montant, ont des rendements de portefeuille beaucoup plus élevés, entre 40 et 60 %. Les données des 48 IMFs créent une courbe distincte montrant la corrélation des prix plus élevés proposés par les IMFs offrant des petits prêts.

De même, le schéma 3 indique une courbe très similaire des ratios de charges d'exploitation des mêmes 48 IMFs. Les IMFs ayant des prêts de \$2000 en moyenne parviennent à atteindre l'indice de référence de l'industrie de 15 % des charges d'exploitation. Les IMFs offrant beaucoup de petits prêts ont des ratios de coût d'exploitation beaucoup plus éle-

vés. Elles appliquent des méthodes pour réduire leurs coûts par prêt, tel que le prêt de groupe, mais le ratio demeure élevé parce que le dénominateur dans l'équation, la taille du prêt, est vraiment faible. Par exemple, une IMF peut dépenser \$200 pour gérer un client avec un prêt de \$1000 pour une année et, atteindre un ratio de charges d'exploitation de 20%. Si une IMF gérant un client avec un prêt de \$200 devait aussi dépenser \$200 pour les charges d'exploitation, elle aurait un ratio de charge d'exploitation de 100 %. Réduire les charges d'exploitation de moitié, à \$100, impliquerait quand même un ratio de charge d'exploitation de 50%.

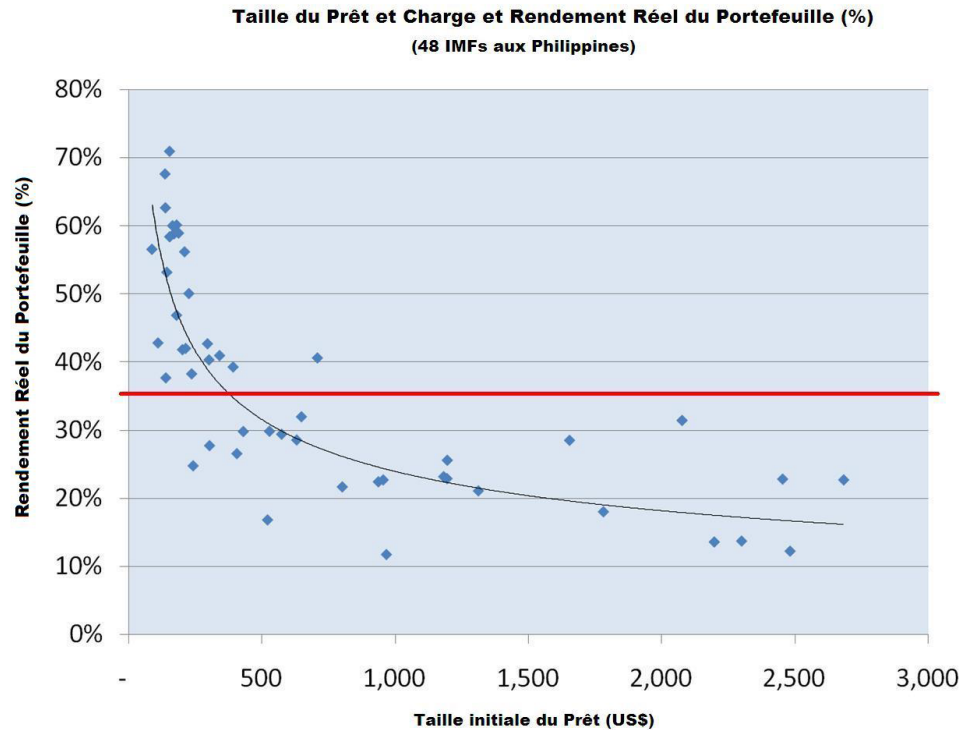
Le tableau 1 se réfère aux données du MIX pour montrer les charges d'exploitation moyennes des IMFs ciblant les clients bas de gamme, des IMFs desservant un large éventail de clients, des clients haut de gamme, et les petites entreprises. Alors que celles desservant les clients bas de gamme ont les coûts les plus bas, leur ratio de charge d'exploitation est presque le double de ceux qui offrent des prêts haut de gamme.⁴ Le résultat final est que, si les pr-

4. Microfinance Information Exchange, *Microbanking Bulletin*, Issue 18, Spring 2009.

TABLEAU 1

	AVE BALANCE	Operating COSTS %	Loan Loss Provision Expense %	COST LOAN \$
Low End	164	25.3	1.3	54
Broad	937	16.3	1.4	145
High	2109	13.7	0.9	222
Small Business	2,223	14.1	1.0	374

SCHÉMA 4



estataires de microfinance doivent imposer des prix assez élevés pour maintenir leurs opérations ; ainsi, ceux qui offrent de très petits prêts devront faire payer considérablement plus que ceux qui offrent des prêts plus larges. Et si les personnes les plus pauvres nécessitent également les plus petits prêts, cela signifie que plus la personne est pauvre, plus elle doit payer un taux d'intérêt élevé si l'IMF est capable de couvrir ses dépenses. Pour de nombreux observateurs, cela semble injuste envers les pauvres.

Plusieurs IMFs, qui font face au besoin d'imposer des prix élevés pour couvrir leurs dépenses, mais aussi aux pressions politiques à maintenir leurs prix au même niveau que ceux des banques commercia-

les, offrent des taux d'intérêt mensuels fixes plutôt que des taux d'intérêt annuel.⁵

Approches pour déterminer le prix responsable

Un marché où les clients sont pauvres et où les prix sont une source de confusion entraîne l'entrée de prêteurs prédateurs. Les gouvernements et autres parties prenantes de l'industrie ont mis en place

5. . Dans le respect du Principe de Protection du Client sur la transparence, la forme dans laquelle les tarifs, termes et conditions sont communiqués aux clients nécessite une discussion plus détaillée que l'espace permet ici. La Smart Campaign abordera à cet aspect de la transparence des prix dans d'autres documents

des méthodes pour protéger les clients contre des prix exorbitants, chacune avec ses propres forces et faiblesses. Voici un examen rapide ; certaines approches soulignées ici sont principalement des moyens d'obtenir des tarifs dans les limites de la responsabilité. D'autres se focalisent sur comment mesurer ou définir les limites de la tarification responsable. Certaines méthodes font les deux.

Plafonds du taux d'intérêt

Plus de 30 pays en voie de développement et en voie de transition ont institué une forme quelconque de contrôle de taux d'intérêt afin d'empêcher les clients des services financiers d'être exploités. Ces contrôles placent un plafond sur le montant maximum qu'une institution financière peut imposer à un emprunteur.

La principale vertu du plafond de taux d'intérêt est sa simplicité. Il est facile à comprendre, et la même norme est appliquée à toutes les institutions financières.

D'un autre côté, cette simplicité est également l'une des plus grandes faiblesses de cette approche. Les plafonds de taux d'intérêt appliquent la même norme à toutes les institutions financières, peu importe leur emplacement, groupe de clients, la taille du prêt ou le terme du prêt. Ils finissent par faire plus mal aux pauvres qu'ils ne les aident, en rendant les institutions financières réfractaires aux petits prêts à court terme. Le graphique de la courbe des rendements du portefeuille aux Philippines dans le schéma 4 permet de comprendre ce phénomène.

Imaginez ce qui se passerait si le gouvernement institutait un plafond de taux d'intérêt de 35 % dans ce pays (représenté par la ligne rouge sur le graphique). Tous les prestataires offrant des prêts de moins de \$500 feraient faillite ou commenceraient à fournir des prêts plus larges afin de gagner assez pour couvrir leurs dépenses. En même temps, ceux consentant à des prêts de plus \$2000 seraient toujours capables de faire payer plus que le double de leurs concurrents, tout en restant dans la limite du plafond du taux d'intérêt.

Des études effectuées dans les pays développés et

les pays en voie de développement suggèrent que les effets négatifs suivants peuvent se produire avec les plafonds de taux d'intérêt qui sont très bas:

- Les pauvres ont moins de services financiers à leur disposition.
- Les pauvres se tournent vers des prestataires de services financiers sans licence ou illégaux pour leurs besoins financiers.
- Les prestataires de services financiers quittent les zones rurales où les coûts sont plus élevés.
- Le taux de croissance des institutions au service des clients les plus pauvres baisse.
- La transparence des prix diminue, du fait que les prêteurs trouvent des moyens de contourner les régulations en ajoutant des charges et des frais supplémentaires.

Marges Plafonds:

Une autre méthode d'évaluation de la tarification responsable qui elle tient compte des différences de coûts entre prestataires est un taux maximum ou plafond sur la différence entre les coûts implicites encourus par une institution financière et le montant qu'elle fait payer à ses emprunteurs. Le Lauréat du Prix Nobel, Muhammad Yunus, a proposé une version d'une marge plafond, basée sur la différence entre le coût de ressources d'une IMF et le taux d'intérêt qu'elle impose. Yunus propose trois catégories : une Zone Verte pour les institutions centrées sur la pauvreté dont les taux d'intérêt sont de 10 % ou moins au-dessus de leur coût de ressources ; une Zone Jaune pour les institutions qui imposent entre 10 et 15 % de plus que leur coût de ressources; et une Zone Rouge pour les prêteurs d'argent et requins du prêt qui exigent 15 % ou plus au-dessus de leur coût de ressources.

Cette méthode a l'avantage de la simplicité. Une personne n'a besoin de connaître que deux nombres afin de déterminer le caractère raisonnable d'un

TABLEAU 2

Comparaison de deux IMFs au Pérou

	Total des Clients	Solde du prêt/ Emprunteur	Rendement du portefeuille	Charge d'exploitation/ Portefeuille	Coût par emprunteur	Clients /Employés	Rendement de fonds propres
IMF 1	12,276	224	66.53%	48.30%	100	123	13.64%
IMF 2	49,308	263	51.00%	25.84%	62	223	33.13%

prix: le coût de ressources d'une institution et le taux d'intérêt qu'elle exige. Mais encore une fois, cette simplicité rend très difficile l'application de cette norme dans beaucoup de contextes. Une étude réalisée par le MIX indique que 75% des institutions de microfinance seraient dans la zone rouge, de même que la plupart des ONGs ayant des tailles moyennes de prêt. La raison principale est que la formule ne tient pas compte des différences des charges d'exploitation, et dans de nombreux pays, les charges moyennes d'exploitation de ceux offrant des petits prêts dépassent la marge de 15 % autorisée dans la formule de Mr. Yunus.

Politiques des rendements de fonds propres: une autre façon d'étudier la tarification responsable est de ne pas regarder directement le prix, mais d'examiner si l'institution financière reçoit des bénéfices excessifs de la part des personnes pauvres qu'elle dessert. La théorie est que si la structure de prix aboutit à des profits très élevés, le même service pourrait être plus abordable sans mettre en péril la viabilité institutionnelle.

Plusieurs institutions au service des petites et micro-entreprises ont adopté des objectifs de retour sur capitaux propres comme un outil de mise en œuvre de leur engagement envers des finances responsables. En se posant délibérément un objectif de retour de capitaux propres, ils espèrent gérer, de cette manière, les tensions entre la rentabilité institutionnelle et la mission institutionnelle. Par exemple, le groupe Pro-Credit a établi un objectif de rendement de fonds

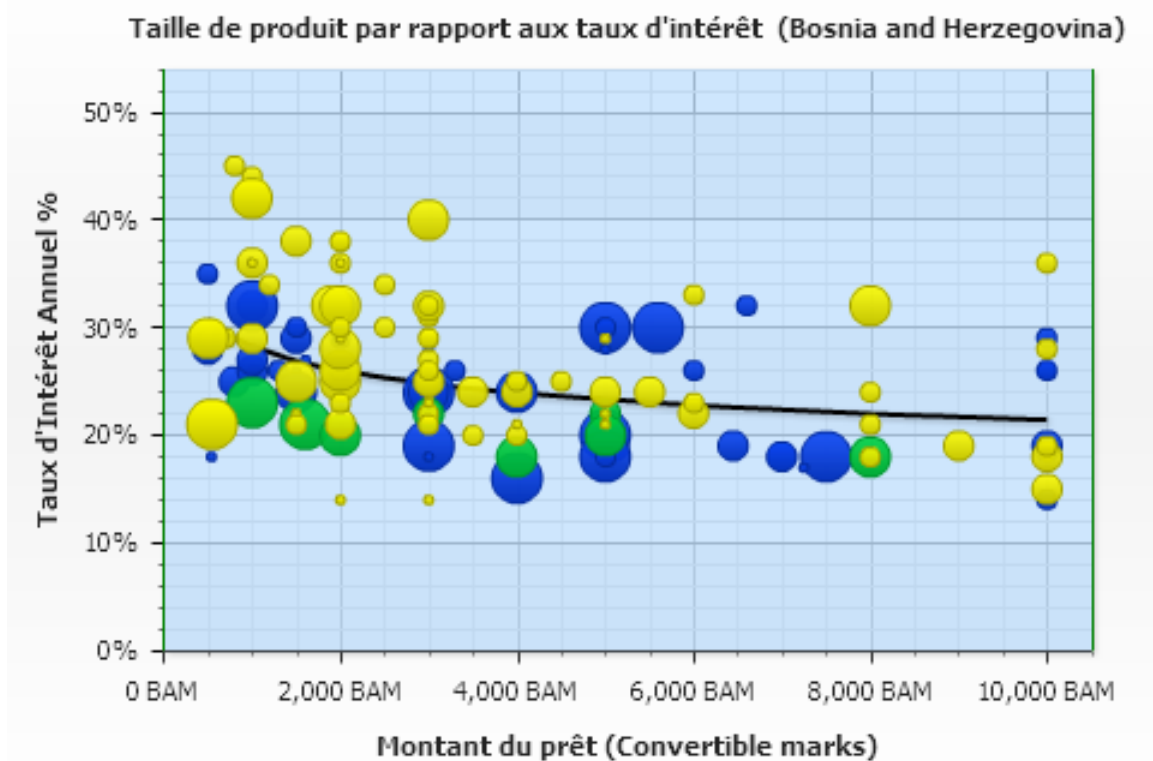
propres à 15 %. Equitas en Inde en a établi un de

25 %, ce qui, selon son Directeur Général P.N Vasudevan, est au dessus du rendement en vigueur des secteurs financiers indiens, mais au dessous des gains qu'Equitas pourrait générer. En s'aidant de ces institutions et d'autres exemples, le SEEP Network a commencé un dialogue avec ses membres à propos de cette alternative.

Se servir des objectifs de rendement des fonds propres comme une approche pour examiner la tarification responsable a plusieurs avantages :

- Une étude du CGAP sur les taux d'intérêt des IMFs analyse les conséquences de l'élimination des profits pour évaluer la sensibilité des changements de taux d'intérêt. Il stipule que «aux centiles supérieurs [des IMFs rentables], en particulier les tops 5 %, ... les taux d'intérêt peuvent être réduits de près des deux tiers.» Elle soutient aussi que la limitation des bénéfices aurait peu d'effet sur la majeure partie des institutions ayant des taux d'intérêt modérés.
- Cela tient compte des différences dans les charges d'exploitation et coûts des ressources entre pays en s'aidant de la rentabilité (telle que mesurée par le rendement des capitaux propres) comme son instrument de mesure. Ainsi, une institution financière au service des clients pauvres (avec des coûts

SCHÉMA 5



élevés et un taux d'intérêt plus élevé) pourrait avoir le même rendement de capitaux propres qu'une institution financière au service d'un plus grand nombre de client (avec des coûts et taux d'intérêt plus bas) et toujours être considérée comme responsable.

- Cela donne un chiffre qui est comparable sur différents genres d'institutions financières et est relativement simple à calculer et à comprendre.
- Les IMFs peuvent fixer leurs objectifs à un niveau qui est compatible avec leur mission institutionnelle. Cela peut inclure un objectif qui les aidera à attirer des capitaux supplémentaires pour alimenter leur croissance.
- Les IMFs peuvent parvenir à imposer un objectif de rendement de fonds propres et à ajuster les prix ou ajouter des services supplémentaires afin de rester au sein de cet objectif.

Cette approche comporte également des limites en

tant qu'outil pour la mesure de la tarification responsable. Tout d'abord, cette approche pourrait cacher l'inefficacité des institutions financières. Prenons, par exemple, les deux IMFs représentées dans le tableau 2 ci-dessous (il s'agit de données réelles de deux IMFs situées dans le même pays). Les deux IMFs offrent des prêts aux personnes très pauvres à l'aide d'une méthodologie de prêt de groupe. L'IMF 1 a un rendement de fonds propres de 14 %, tandis que celui de l'IMF 2 est de 33 %. Cela signifie-t-il que les prix de l'IMF 1 sont plus responsables que ceux de l'IMF 2 ? Pas nécessairement. Selon les chiffres de rendement du portefeuille, il semble que l'IMF 1 fasse payer ses clients plus en moyenne (66 %) que l'IMF 2 (51 %). L'IMF 2 est en mesure de faire payer des taux d'intérêt bas à ses clients et de toujours gagner un rendement de fonds propres de 33 % parce que sa plus grande envergure lui permet de devenir plus efficace (elle a un ratio

6. MIX Market, Country Profile Page "Microfinance in Peru," http://www.mixmarket.org/mfi/country/Peru/calculation_usd.average_balance_borrower%2Ccalculation_usd.cost_per_borrower%2Cbalance_sheet_usd.gross_loan_portfolio%2Cproducts_and_clients.total_borrowers%2Ccalculation_usd.operating_expense_loan_portfolio%2Ccalculation_usd.return_on_equity%2Ccalculation_usd.yield_on_gross_portfolio_nominal/2008/.

des charges d'exploitation de 26 % par rapport à 48 % pour l'IMF 1).⁶

D'autres faiblesses de cette approche incluent:

- Une IMF qui définit une limite supérieure pour son rendement de fonds propres pourrait décourager les investisseurs commerciaux.
- La limite ne fait pas la différence dans la façon dont les bénéfices de l'IMF sont utilisés. Dans certains cas, les profits sont utilisés pour fournir des avantages supplémentaires aux clients actuels ou nouveaux qui n'apparaissent pas comme des dépenses. Les Coopératives de crédit et d'autres institutions appartenant aux clients donnent leurs profits à leurs clients. La plupart des IMFs conservent le minimum, la majorité ou la totalité de leurs profits et les utilisent pour augmenter le nombre de clients qu'elles peuvent servir.
- Cette approche ne s'appliquerait pas pour les grandes banques commerciales qui servent plusieurs segments différents de clients au-delà de la microfinance.

Transparence comparative: Une autre approche des prix responsables évite la fixation de plafonnements et de limites et prône plutôt la mise en place publique d'une liste des prix pour tous les produits de microfinance dans un pays, en se servant d'une méthode commune pour définir les prix. MicroFinance Transparency est le leader dans la promotion de cette méthode. Cette organisation va de pays en pays pour recueillir des données sur chaque produit de prêt de microfinance (et parfois d'épargne) offert dans le pays, calcule le taux d'intérêt annuel (TIA) et le taux d'intérêt effectif (TIE) des produits et ensuite valide cette information sur son site internet.

MicroFinance Transparency prend en compte l'effet de la taille du prêt sur les charges d'exploitation en montrant les taux sur un graphique qui représente chaque produit de prêt indiqué par son coût (expri-

mée en APR ou EIR) et la taille moyenne du prêt. Le schéma 5 représente le marché du micro-crédit en Bosnie-Herzégovine. Chaque cercle représente un produit de prêt. La taille des cercles représente le nombre de clients qui reçoivent chaque produit. Les couleurs représentent les différents types d'entités juridiques consentant des prêts (ONGs, entreprises privées à but lucratif et autres)⁷.

Ce graphique présente une courbe du prix du marché et facilite le repérage des crédits dont les prix sont bien au-dessus de la moyenne du marché pour un montant de prêt donné. Le graphique ne fait pas de distinction entre les objectifs de prêt (éducation, logement, entreprise, consommation, etc.), mais cette information est disponible dans la description détaillée de chaque produit de prêt, ainsi que l'éventail des conditions du prêt et le pourcentage de prêts consentis dans les zones urbaines et rurales.

MicroFinance Transparency ne détermine pas si le prix d'un produit de prêt donné est responsable ou pas, mais les données qu'elle produit et affiche sur son site Internet permettent aux organismes de réglementation et aux investisseurs d'effectuer leurs propres évaluations plus facilement.

L'outil de la MicroFinance Transparency promeut l'évaluation de la tarification responsable de plusieurs façons, notamment:

- À l'aide d'une définition commune de prix (TIA ou TIE) pour comparer les produits de prêt qui rassemble les différentes méthodes de fixation des intérêts et des frais supplémentaires en un seul chiffre.
- En fournissant des informations sur chaque produit de prêt, plutôt que des moyennes comme le rendement du portefeuille qui peut combiner les produits de coût élevé et de coût bas.
- En indiquant des informations différenciées par la taille du prêt, afin que ceux qui font des petits prêts plus coûteux ne soient pas pénalisés.

7. See <http://mftransparency.org/data/countries/ba/data/>.

- En recueillant des informations sur tous les produits de prêt d'un seul pays en même temps, en faisant des comparaisons simples tout en aidant aussi les IMF's à se sentir en sécurité malgré le partage des données.

Les données produites par MicroFinance Transparency peuvent conduire à une pression à la baisse sur les taux d'intérêt dans un pays de la façon suivante :

- Les IMF's pourront voir les TIAs de leurs propres produits et comment ils se distinguent par rapport aux autres sur le marché. Cela peut pousser ceux qui sont nettement au-dessus de la courbe de marché à réduire leurs prix.
- Les régulateurs seront capables d'identifier ceux qui font payer des taux bien au-dessus du marché pour une taille de prêt donnée, et de faire pression sur eux afin qu'ils baissent leurs prix.
- Les IMF's faisant payer moins que le taux du marché peuvent publier ce fait aux clients potentiels, ce qui poussera d'autres fournisseurs à réduire leurs taux.

Cette approche comporte également des faiblesses, certaines d'entre elles par rapport à l'approche elle-même et d'autres qui découlent du fait que le concept est encore nouveau et doit être testé plus largement avant que ses effets ne soient pleinement réalisés. Certaines des faiblesses comprennent:

- Le processus de collecte des données est long et nécessite une main-d'œuvre importante. Au moment de la rédaction de ce document, MicroFinance Transparency n'a encore publié des données que sur trois pays sur son site internet. Cela peut prendre un certain temps avant que les données de ce type soient disponibles pour la majorité des IMF's.
- Les données fournissent des informations au moment opportun, mais nous devons encore voir si les données sont mises à jour

régulièrement et restent précises dans le temps.

- Les clients de la microfinance n'auront pas accès à ces données lors de l'achat des services financiers.
- La publication des données comparatives pourrait ne pas beaucoup aider l'évaluation de tarification responsable dans les marchés où il existe quelques fournisseurs qui ont les mêmes tarifs.

Promotion de la concurrence : Une autre approche pour encourager la tarification responsable est de favoriser la concurrence entre les prestataires de services de microfinance. Avec une forte concurrence, les forces du marché peuvent conduire à l'innovation qui apporte les meilleurs produits aux prix les plus bas. Le marché de la microfinance en Bolivie offre un bon exemple. En 1992 BancoSol, l'un des prestataires de prêt de microfinance du pays à l'époque, faisait payer un taux annuel de 65 %. Aujourd'hui, dans un environnement plus compétitif avec des prestataires de microfinance beaucoup plus larges, et l'introduction de la révélation obligatoire des prix, BancoSol fait payer un taux annuel de 22 %, ce qui est similaire aux taux imposés par ses concurrents directs⁸. Dans le monde entier, avec la popularité croissante de la microfinance, et l'entrée d'un grand nombre de fournisseurs, les taux d'intérêt moyens ont baissés de 2,3 % par an entre 2003 à 2006.⁹

La concurrence donne aux clients plus de pouvoir en leur donnant des options. Cela peut fournir un moyen efficace et durable d'encourager les prestataires de services financiers à fixer les prix et d'agir de manière responsable. Cependant, des marchés compétitifs matures peuvent prendre beaucoup de temps à se développer. En outre, à l'ère des offres publiques initiales (OPI) et d'options d'achat d'actions, les forces du marché peuvent également encourager les prestataires de services financiers à maximiser les profits à court terme plutôt que les relations durables avec les clients à long terme. Cela a été le cas récem-

8. Helms, *ibid.*

9. See <http://www.cgap.org/p/site/c/template.rc/1.26.5302/>.

ment en Inde, où une compétition intense a entraîné à une augmentation rapide de clients (de 1 million en 2002 à 15 millions en 2009).

Alors que la théorie du marché suggère que cette concurrence croissante conduirait à une baisse des prix, le contraire a eu lieu. Le rendement moyen du portefeuille a augmenté de 19 % en 2002 à 31 % en 2009. M-CRIL, une agence Indienne de notation de microfinance, suggère que cette augmentation de prix a été alimentée par certaines des plus grandes IMF's du pays qui cherchent à accroître les profits afin de stimuler la valorisation de leurs fonds propres¹⁰.

Smart Évaluation : l'approche des indicateurs du Beyond Codes

Dans le cadre de ses travaux pour encourager des pratiques de protection des consommateurs, la Smart Campaign mène des évaluations de performance des IMF's par rapport aux principes de protection du client. Ces études comprennent une évaluation de la tarification responsable. L'outil d'évaluation (disponible sur le site internet de la Smart Campaign : »Mener les Évaluations de Protection du Client : Un Guide») a été tiré du projet Beyond Codes¹¹. Il utilise une approche commerciale qui examine plusieurs facteurs, et les compare à d'autres prestataires offrant des produits similaires dans des endroits similaires. Plus précisément, la Smart Évaluation:

- Calcule le TIA de chaque produit de prêt et, lorsque l'information est disponible (c'est-à-dire dans un pays où la MicroFinance Transparency a recueilli ces données, ou bien où cela a été requis par la Banque centrale), il le compare aux TIA des mêmes produits que ceux des concurrents.

- Se sert de données publiées pour comparer le ratio des charges d'exploitation, le rendement du portefeuille et le rendement des fonds propres de l'institution financière aux autres prestataires du pays.
- Analyse d'autres données sur les clients, services et lieux pour déterminer leur impact sur les coûts implicites de l'institution.

Avec ces informations, l'évaluateur utilise son jugement et sa connaissance contextuelle pour évaluer l'IMF sur les indicateurs suivants. Ces indicateurs examinent la tarification responsable sous des angles variés, appliquant implicitement plusieurs des approches décrites ci-dessus. «Conduire des Évaluation de la Protection des Clients» conduit les évaluateurs à examiner les lignes directrices suivantes pendant qu'ils examinent les politiques de tarification:

- Les prix ne sont pas subventionnés, sont axés sur les besoins du marché et compétitifs par rapport au contexte national.
- L'institution financière ne fait pas payer sa propre inefficacité aux clients, comme le démontre une comparaison avec les coefficients de rendement et les taux de rentabilité de concurrents du même type.
- Le taux de rendement de l'institution est raisonnable pour lui permettre de continuer d'opérer et de croître, tout en permettant au client d'en faire de même.
- L'institution financière utilise une portion de ses bénéfices en faveur de ses clients, par exemple en baissant les taux d'intérêt ou encore en améliorant ou développant ses produits et services.
- Les pénalités de remboursement anticipé ou les frais de fermeture de compte et autres pénalités ne sont pas excessifs. Par exemple, ils ne dissuaderaient pas un client de choisir un autre produit ou fournisseur, ni ne régleraient une dette d'une manière non raisonnable.

10. See *M-CRIL Microfinance Analytics*, <http://www.m-cril.com/BackEnd/ModulesFiles/Publication/M-CRILMicrofinanceAnalytics2009.pdf>.

11. Voir "5. Conduire des Évaluations de la Protection des Clients: Un Guide" pour le guide entier; voir "1. Questionnaire de mise en route: Auto-évaluation de la Protection des Clients pour les Institutions de Microfinance" pour voir la liste des indicateurs. Les deux outils se trouvent à <http://www.smartcampaign.org/component/taxonomy/term/list/61/91>

Un analyste pourrait prendre d'autres facteurs en considération avant de prendre une décision finale. Par exemple, si une institution s'agrandissait rapidement pour atteindre des zones non desservies ou des segments de marché, des prix plus élevés pourraient être justifiés. Tandis que si l'institution offre des rémunérations particulièrement élevées à ses dirigeants, la décision finale de l'Analyste pourrait être plus stricte.

Bien que cette approche prenne en compte le contexte du pays et d'autres facteurs qui ont de l'influence sur les prix, elle possède également des limitations, y compris :

- Les normes sur lesquelles sont établies l'évaluation ne sont pas déterminées, mais dépendent du jugement de l'évaluateur.
- Dans le cas où les données des TIA ne sont pas disponibles pour les autres prestataires de microfinance dans le pays, ce processus peut uniquement utiliser le rendement du portefeuille à titre de comparaison, ce qui n'est pas non plus une mesure précise.
- Il n'y a aucune norme globale qui s'applique à tous les pays.
- Étant donné que cette approche utilise des comparaisons de marché à l'intérieur d'un pays, il se pourrait qu'elle ne soit pas efficace dans les pays où il y a trop peu de prestataires offrant des produits similaires.

Faire progresser l'état de la pratique : vers des Lignes Directrices Consensuelles

Les prochaines étapes de la Smart Campaign. À l'heure actuelle, il n'y a aucune norme convenue sur les niveaux de tarification de crédit appropriés pour guider une évaluation de tarification responsable. Les normes peuvent uniquement apparaître au fil du temps, au fur et à mesure que le secteur de la microfinance continue à étudier cette question et en

particulier à examiner les données sur les prix. Étant donné que les normes de tarification devraient expliquer les différences des caractéristiques de produit, le type de prestataire et autres facteurs contextuels, nous ne devrions pas nous attendre à avoir une seule norme. Néanmoins, il y a eu beaucoup de progrès récemment sur le concept des finances responsables et sur les méthodes d'évaluation de la tarification responsable.

Compte tenu de cet état de la pratique, la Smart Campaign approuve les méthodes de transparence comparative afin d'évaluer la tarification responsable. La Campagne recommande d'autres développements de méthodes d'évaluation qui utilisent des mesures normalisées pour comparer les tarifs des prestataires dans un pays. Les principaux éléments de cette approche sont :

- En l'absence de normes consensuelles, les observateurs (que ce soit les clients, les régulateurs, les investisseurs ou les concurrents) appliqueront leur propre jugement et implicitement, leurs propres normes.
- les observateurs devraient être capables de le faire, puisque ce processus promouvra la transparence et exercera une pression sur les IMFs pour fixer des prix de façon responsable.
- La meilleure façon de permettre aux observateurs d'appliquer leur propre jugement est par le biais de données de tarification disponibles qui utilisent une formule normalisée ou des indicateurs normalisés et proviennent d'un nombre croissant de prestataires divers.
- Le développement éventuel de normes consensuelles sera facilité par des comparaisons de produits et d'institutions similaires. ceci nécessite une analyse au niveau du pays, ainsi que la prise en compte de facteurs tels que de la taille du prêt, les activités rurales, l'utilisation de profits, etc.

Suite à ce document, la Smart Campaign travaille-

ra avec la MicroFinance Transparency, le MIX et les partis prenantes de l'industrie intéressées par l'analyse des données et par le développement des outils pour évaluer la tarification; afin de permettre aux participants de l'industrie d'évaluer rapidement et facilement le caractère raisonnable des prix. Des outils qui pourront être utilisés par les IMF afin d'évaluer leurs propres prix contre leurs pairs et par les associations, les réseaux et les bailleurs de fonds, seront développés pour déterminer si les IMF remplissent leurs critères spécifiques de tarification responsable. Par exemple, la Campagne explorera des approches telles que des indices au niveau du pays qui intègrent les critères utilisés dans les évaluations de Beyond Codes ou des systèmes d'avertissements qui permettent à un observateur d'identifier des valeurs atypiques nécessitant un examen plus approfondi.

Les étapes à long terme pour l'industrie. Afin d'acquérir une compréhension plus large de ce que signifie la tarification responsable en microfinance et d'améliorer les pratiques de tarification d'une institution financière, les parties prenantes de l'industrie (prestataires, donateurs, investisseurs, régulateurs, et les chercheurs) devront faire face à un certain nombre de défis.

Exiger la révélation des tarifications en utilisant une formule standard (régulateurs et associations): toutes les institutions financières devraient indiquer le coût de leurs prêts, y compris tous les montants et frais supplémentaires, à l'aide d'un format commun comme le TIA, le TIE et/ou le coût total du crédit. Lorsque les conditions le permettent, cette information doit également être mise à disposition des clients. Les régulateurs doivent exiger cette information de tous les prestataires de microfinance, les réseaux de tous leurs membres, et les investisseurs de tous ceux qui reçoivent leurs investissements.

Informers les parties prenantes sur la courbe de coût : la plus part des manuels financiers ne traitent pas des services financiers aux clients à très faible revenu, et par conséquent la plupart des gens qui définissent les réglementations financières ne savent pas à quel point la courbe de coût peut monter en flèche lorsque les montants des prêts sont très petits. Cela

peut entraîner une réglementation qui peut par maladresse isoler les pauvres des services financiers. Il devrait avoir plus de formations pour les régulateurs, les politiciens et les journalistes financiers, pour les aider à comprendre et à communiquer comment les coûts et les taux d'intérêt fonctionnent dans ce marché.

Promouvoir le niveau d'éducation du client sur la comparaison des produits de prêt : Une fois qu'une formule standard de communication a été établie dans un pays, les IMF et le gouvernement devraient élaborer une éducation pour les clients afin de les aider à comprendre comment comparer les produits de prêt et évaluer ce qui convient le mieux à leurs propres besoins.

En savoir plus sur le niveau de retour sur l'investissement du client : Alors qu'il y a assez d'information sur le rendement obtenu par les institutions de microfinance, il y a très peu d'information sur le rendement obtenu par les clients. Un taux d'intérêt de 50 % peut sembler élevé pour beaucoup, mais si les clients gagnent 100 % ou plus à partir de l'argent investi, alors le prix semble plus raisonnable. Le livre *Portfolios of the Poor* (Les Portefeuilles des Pauvres) et les études portant sur les agendas financiers ont commencé à nous montrer les moyens créatifs et complexes dont les personnes à revenus très faibles et imprévisibles se servent pour répondre à leurs besoins. Une analyse approfondie de ces données peut nous permettre d'avoir une idée plus claire de ce qui rend le prix des services financiers abordable ou non abordable pour les pauvres¹².

Promouvoir des environnements compétitifs : A la longue, une concurrence saine avec des contrôles appropriés peut conduire à l'innovation, réduire les coûts et améliorer la gamme de services financiers offerts aux clients de la microfinance. Afin d'éviter que cette concurrence conduise à un surendettement, elle doit être accompagnée de l'inclusion des clients de la microfinance dans les bureaux de

12. Daryl Collins, Jonathan Murdoch, Stuart Rutherford, and Orlanda Rithven, *Portfolios of the Poor*, (Princeton University Press, 2009).

crédits nationaux. Les régulateurs doivent développer des structures qui aident à réduire les barrières à l'entrée dans ce domaine. Les donateurs et les investisseurs devraient examiner si leurs décisions d'investissement permettent d'élargir ou de réduire une concurrence saine dans le marché de la microfinance.

Conclusion

La tarification responsable, comme les autres Principes de Protection du Client, semble être très raisonnable à la longue. Avec le coût relativement élevé d'acquisition de nouveaux clients en microfinance, les prestataires de services financiers survivent grâce à des relations à long terme avec les clients. Fixer des prix qui permettent à l'entreprise du client de prospérer permet de générer plus de chiffre d'affaire pour l'institution financière, du moins à long-terme. Placer la tarification responsable comme élément clé des Principes de Protection du Client et développer des moyens appropriés pour évaluer sa mise en œuvre améliore la condition des clients de la microfinance et des institutions financières qui les servent.