

# FREEDOM FROM HUNGER

ARTICLE DE RECHERCHE

N° 7

*Étude de la portée  
de la pauvreté des programmes du  
Crédit Épargne avec Éducation de Kafo Jiginew et de Nyèsigiso*

Anastase Nteziyaremye et Barbara MKNelly

Mai 2001

# ÉTUDE DE LA PORTÉE DE LA PAUVRETÉ DES PROGRAMMES DU *CRÉDIT ÉPARGNE AVEC ÉDUCATION* DE KAFO JIGINEW ET DE NYÈSIGISO

ANASTASE NTEZIYAREMYE ET BARBARA MKNELLY

## RÉSUMÉ ANALYTIQUE

### Introduction

Depuis 1996, les réseaux de caisses de Kafo Jiginew et de Nyèsigiso ont ajouté le *Crédit Épargne avec Éducation* (CEE) aux produits et services qu'ils offrent à leurs clients. Pour les caisses, un des principaux attraits de la stratégie du CEE est sa capacité à mieux servir une clientèle plus démunie. Bien que le CEE n'emploie pas de mécanisme de sélection, il est estimé que des caractéristiques telles que le petit montant des prêts, la garantie mutuelle et les réunions régulières provoquent une auto-sélection des femmes les plus démunies. À l'aide d'animatrices équipées de mobylette, les caisses ont utilisé le CEE pour étendre leurs services aux communautés plus petites et plus éloignées.

L'objectif de cette étude est de déterminer si la stratégie du CEE augmente l'étendue de la portée des réseaux de caisses de Kafo Jiginew et de Nyèsigiso. Cette étude examine aussi les obstacles à l'adhésion qui peuvent décourager les personnes démunies d'adhérer. L'étude utilise diverses méthodologies qualitatives et quantitatives pour répondre à trois types de questions spécifiques :

- ❖ Une enquête sur la satisfaction des besoins essentiels a été utilisée pour répondre à la

question : « Le CEE atteint-il mieux les ménages les plus démunis que les autres produits financiers des caisses ? »

- ❖ Un exercice de classement selon le niveau de bien-être a été réalisé dans un certain nombre de communautés du CEE pour répondre à la question : « Quelle proportion des clientes du CEE proviennent des ménages les plus démunis par rapport aux ménages les plus aisés ? »
- ❖ Des discussions avec des groupes cibles ont été réalisées avec des membres et des non membres du CEE, provenant des ménages ayant été identifiés comme étant les plus démunis de la communauté, afin de répondre aux questions suivantes : « Quels obstacles empêchent les femmes des ménages les plus démunis d'adhérer au CEE ? Pourquoi certaines femmes arrivent-elles à surmonter ces obstacles et à adhérer au CEE bien qu'elles proviennent des ménages les plus démunis ? »

### Résultats

#### *Enquête sur la satisfaction des besoins essentiels*

En appliquant la méthodologie de mesure de la satisfaction des besoins essentiels pour calculer un indice de pauvreté, les clientes du CEE constituent la catégorie de clients relativement les plus démunis dans les deux réseaux de caisses. Cette méthode se base sur

les propres perceptions des personnes puisque les personnes elles-mêmes définissent ce qui est important pour elles.

Par exemple, certaines des conditions que le plus grand nombre de personnes interrogées ont identifiées comme étant des « besoins essentiels » que tout ménage devrait avoir sont les suivantes :

- ❖ Avoir tous les enfants qui ont terminé les séries de vaccination.
- ❖ Avoir du savon à la maison pour les bains ou pour laver les habits.
- ❖ Avoir assez de nourriture dans le ménage pour donner aux enfants quand ils disent qu'ils ont faim.
- ❖ Avoir les moyens d'honorer les cérémonies de mariage de ses enfants.

Comparaison des indices de pauvreté entre les catégories de clients :

#### Clientes du CEE par rapport aux membres réguliers des caisses

Le CEE augmente la portée de Nyèsigiso et de Kafo Jiginew vers une clientèle plus démunie, par rapport aux membres réguliers de leurs caisses.

#### Clientes du CEE par rapport aux clientes des autres produits financiers pour les femmes (AFCRED<sup>1</sup>)

Les clientes du CEE sont significativement plus démunies que les clientes de produits financiers tels que AFCRED qui attire une clientèle majoritairement urbaine. Des cinq produits financiers inclus dans l'échantillon de Nyèsigiso, les prêts individuels pour femmes de AFCRED ont le montant de prêt moyen le plus élevé et les ménages les plus aisés.

#### Clientes du CEE par rapport aux clients des produits financiers destinés aux agriculteurs (PACCEM<sup>2</sup> et CCA<sup>3</sup>)

Les clientes du CEE ne sont pas significativement plus démunies que les emprunteurs de produits financiers tels que PACCEM et CCA qui sont conçus pour les agriculteurs. En fait, dans le réseau de Kafo Jiginew, il semble y avoir une forte superposition entre les catégories de clients du CEE et de CCA. Dans cet échantillon aléatoire, 23 % des clientes du CEE proviennent de ménages dans lesquels un autre membre est client des prêts du coton CCA de Kafo Jiginew.

Les produits qui sont fournis dans les villages atteignent une clientèle plus démunie. Le fait d'étendre la diffusion des services des caisses au-delà des villes et des grands villages dans lesquels les succursales des caisses sont habituellement situées semble être plus important que les termes de prêt, ou même que le fait de prêter préférentiellement à des femmes, pour atteindre une clientèle plus démunie.

#### *Exercice de classement selon le niveau de bien-être*

Dans neuf communautés de programme du CEE, des informateurs locaux ont classé tous les ménages dans des groupes de bien-être. Quatre principales catégories ont été identifiées : la catégorie I des ménages qui connaissent une sécurité alimentaire ; la catégorie II des ménages qui sont vulnérables à l'insécurité alimentaire ; la catégorie III des ménages qui éprouvent une insécurité alimentaire périodique ; et la catégorie IV des ménages qui éprouvent une insécurité alimentaire chronique.

L'exercice de classement selon le niveau de bien-être montre que la majorité des ménages des clientes du CEE proviennent de la clientèle cible représentée par les catégories II à IV. En fait, les deux programmes atteignent même des femmes vivant dans des ménages classés comme étant les plus démunis et les plus indigents de la communauté.

<sup>1</sup> Accès des femmes au crédit

<sup>2</sup> Projet d'appui à la commercialisation des céréales au Mali

<sup>3</sup> Crédit de campagne or Crédit campagne coton

Un des résultats les plus surprenants de l'exercice de classement selon le niveau de bien-être est l'exactitude avec laquelle la répartition des niveaux de bien-être des membres du CEE est le reflet de la répartition des niveaux de bien-être dans les communautés de programme en général. En l'absence de mécanisme de sélection spécifique, l'exercice de classement selon le niveau de bien-être montre qu'un échantillon représentatif des groupes socioéconomiques de la communauté participera au programme du CEE. La répartition du bien-être des clientes sera le reflet de la répartition du bien-être dans la communauté en général. Par exemple, un nombre plus important de ménages du CEE de Nyèsigiso, par rapport aux ménages de Kafo Jiginew, éprouvent une insécurité alimentaire chronique, en grande partie parce qu'un plus grand nombre de ménages des communautés de Nyèsigiso sont classés de cette manière.

Malgré les termes du programme, un certain nombre de femmes des ménages les plus aisés adhèrent au CEE. Par ailleurs, malgré leur extrême pauvreté, un nombre surprenant de femmes des ménages les plus démunis, éprouvant une insécurité alimentaire chronique, adhèrent aussi au CEE. Pour Kafo Jiginew, un biais est visible dans les adhésions au CEE en faveur de la catégorie des ménages connaissant une sécurité alimentaire et en défaveur des deux catégories de ménages les plus démunis. Pourtant, ce biais est relativement mineur et la répartition de chaque catégorie de bien-être au sein des ménages du CEE n'est jamais inférieure ou supérieure à 10 % de ce qu'elle est dans la population en général.

### ***Discussions avec des groupes cibles de femmes provenant des ménages les plus démunis***

Des femmes, provenant des ménages ayant été identifiés dans l'exercice de classement selon le niveau de bien-être comme faisant partie du tiers le plus démuné de la communauté, ont été

interrogées de façon plus approfondie. Des discussions séparées ont été réalisées avec des femmes démunies qui n'ont jamais adhéré au programme du CEE, avec des femmes qui sont actuellement membres et avec des ex-membres. Les discussions ont révélé peu ou aucune évidence que les femmes les plus démunies étaient systématiquement exclues soit par des membres plus riches soit par les représentants du programme.

Les femmes de la majorité des groupes cibles estiment que le programme est destiné aux femmes démunies. À plusieurs reprises, des femmes ont évoqué les présentations dans les communautés réalisées par les animatrices du CEE qui décrivent le programme comme étant destiné aux femmes démunies pour les sortir de la pauvreté.

Cependant, certaines femmes démunies se sont exclues d'elles-mêmes et ont choisi de ne pas adhérer à cause de leur situation économique déjà précaire. En fait, les femmes non membres ont évoqué trois fois plus la pauvreté de leur ménage que toute autre raison pour ne pas adhérer au programme. Elles ont aussi évoqué l'absence d'expérience et ou moyen pour commencer une activité génératrice de revenus, la peur d'entacher leur réputation ou la confiance des autres en cas d'incapacité à rembourser, la tentation d'utiliser l'argent du prêt pour satisfaire des besoins de consommation immédiats tels que l'achat de nourriture et de vêtements, ainsi que d'autres responsabilités de travail, en particulier pendant l'hivernage.

Les femmes démunies qui adhèrent au programme ont parlé de la façon dont leur participation les avait aidées à satisfaire les besoins essentiels de leur famille en nourriture, vêtements, dépenses médicales et préparations pour le mariage des enfants. Certaines ont aussi décrit avoir pu acquérir du matériel agricole, apprendre de nouvelles pratiques sanitaires/commerciales et faire l'expérience d'une plus grande autosuffisance et respect. Mais, elles ont aussi parlé de leurs difficultés à

effectuer les remboursements et quelques uns ont décrit une réelle amélioration de leur statut économique. Les villages dans lesquels l'exercice de classement selon le niveau de bien-être a été réalisé ont tous des marchés locaux peu actifs. Le défi de convertir un prêt de fonds de roulement en une augmentation des revenus est plus important pour les femmes plus démunies qui, par rapport aux femmes plus aisées, ont moins tendance à posséder leur propre moyen de transport (mobylette, bicyclette, etc.) pour aller au marché et qui ont aussi moins de ressources propres pour investir dans leur activité d'entreprise. Les remboursements hebdomadaires sont aussi plus difficiles pour les ménages démunis parce qu'ils n'ont pas d'autre source de revenus avec laquelle ils peuvent rembourser les prêts du CEE. Pour la même raison, les membres les plus démunis sont particulièrement vulnérables si une maladie ou un décès survient dans leur famille.

Les entretiens avec des groupes cibles ont permis d'avoir un aperçu des types de services financiers, flexibles et annexes, que les caisses pourraient offrir pour mieux atteindre et garder les clientes les plus démunies, éprouvant une plus grande insécurité alimentaire ; par exemple : tester l'allongement de la période de prêt et réduire la fréquence des réunions et des remboursements. Idéalement, la fréquence des remboursements doit correspondre au cycle des revenus des femmes et à leur capacité à rembourser. La fréquence des remboursements doit aussi être établie en fonction des opportunités économiques disponibles dans les villages, telles que la fréquence et le dynamisme du marché.

Le remboursement du prêt par les ménages démunis est peut-être mieux compris comme provenant des « épargnes futures » faisant partie de l'ensemble de leurs stratégies de production et de consommation au lieu de penser qu'il provient simplement des revenus de leur seule entreprise (Rutherford 1999). D'après cette perspective, le montant absolu du versement pour le remboursement est très

important et potentiellement limité.

Étant donné que la majorité des personnes démunies n'ont pas, ou peu, d'expérience pour mener une activité génératrice de revenus, les premières séances d'apprentissage doivent mettre l'accent sur le développement de l'entreprise afin d'améliorer leurs connaissances et confiance.

Des services d'épargne de bonne qualité peuvent attirer et aider les femmes démunies qui ont peur ou ne sont pas sûres de la manière d'utiliser un prêt de fonds de roulement.

La fréquence des réunions doit être réduite pendant l'hivernage, si ce n'est pas déjà le cas, et de nouvelles Associations de Crédit ne doivent pas être inaugurées pendant cette période. Les caisses permettent déjà aux femmes d'épargner sans emprunter si elles le souhaitent. De plus, d'autres produits de crédit ou des produits à plus long terme pourraient être proposés à cette période de l'année. Diverses études ont montré que les produits financiers dont les personnes extrêmement démunies ont besoin sont :

- ❖ Des services d'épargne de bonne qualité qui sont pratiques, disponibles et volontaires.
- ❖ Des prêts de consommation qui permettent aux ménages de maintenir une alimentation suffisante pendant le « saison de soudure » prévisible durant les pluies.
- ❖ Des prêts d'urgence ou des assurances pour aider les ménages démunis à survivre aux chocs économiques causés par une maladie ou un décès.

Des stratégies pour augmenter ces types de services financiers annexes, qui font déjà partie à divers degrés du programme du CEE, doivent être étudiées de façon plus approfondie.