

Département Recherches & Développement  
Département du Crédit

# Etude d'impact

## du programme de Micro-Crédit

*outil AIMS "Etude d'impact"*  
(Assessing the Impact of Microentreprise Services,  
USAID & SEEP)

Etude réalisée par les équipes du  
Département Recherche & développement et du  
Département Crédit

sous la responsabilité de :  
**AZZAM MAHJOUB**

Professeur en économie à la Faculté des Sciences  
Economiques et de Gestion de Tunis

En collabortaion avec :  
**ARTUR BALA**



# Remerciements à :

## **Unité Recherche & Développement**

Responsable de l'étude: Fatma Triki

Bilel Azaouzi

Houda Kbeili

Mohamed Atef Hermessi

Rami Salhi

## **Département Crédit**

Mohamed Zmander

Abdessattar Rezgui

Aida Ayari

Faouzia Houatmia

Fethi Cherni

Houda Trabelsi

Kerim Trabelsi

Latifa Tlili

Nebil Amdouni

Neziha Themri

Olfa Ghaleb

Samia Belhadj Chedli

Souheil Mhamdi

Wafa Hajri

Adel Khemiri

Anouar Zrelli

Fathia Moumni

Fethi Lahkiri

Ibtissem Charfi

Kheireddine Amaira

Mohamed Sabeni

Nebiha Sbita

Nizar Toujeni

Rkaya Bettaieb

Samir Zeddini

Tarek Amdouni

Adel Labidi

Bilel Azouzi

Feten Hammemi

Hela Chlegou

Jemila Jbeli

Lamia Hmaidi

Mondher lokti

Nejet Nouiri

Olfa Charfi

Salma Chebbi

Sondoss Mezni

Tarek Ayari

## **Unité Technologie de l'Information:**

Lassaad Belhadj

## **Départements Finances, Administration et Personnel:**

Houssem Cheikhrouhou

Fethi Cherni

Habib chabaane

## SOMMAIRE

<b>1.</b>	<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>4</b>
1.1	LE DEVELOPPEMENT URBAIN INTEGRE (1992-1995).....	4
1.2	LA PHASE PILOTE DE MICRO-CREDIT (1995-1999).....	5
1.3	VERS LA PERENNITE INSTITUTIONNELLE (1999-2004).....	5
1.4	SERVICES FINANCIERS .....	9
1.5	CARACTERISTIQUES DE LA POPULATION DE ENDA -DECEMBRE 2004.....	12
1.6	SYSTEMES D'INFORMATION ET D'EVALUATION DES MICRO-ENTREPRISES .....	13
<b>2.</b>	<b>METHODOLOGIE DE L'ETUDE D'IMPACT</b> .....	<b>14</b>
2.1	DEROULEMENT DE L'ETUDE D'IMPACT 2004/2005.....	14
2.2	ECHANTILLONNAGE .....	14
2.3	DOMAINES D'IMPACT ETUDIES & HYPOTHESES .....	15
<b>3.</b>	<b>PRINCIPAUX RESULTATS &amp; RECOMMANDATIONS</b> .....	<b>17</b>
<b>4.</b>	<b>LES RESULTATS DE L'ETUDE D'IMPACT :</b> .....	<b>18</b>
4.1	CARACTERISTIQUES GENERALES DE LA POPULATION ETUDIEE .....	18
4.2	IMPACT SUR LE MENAGE.....	24
4.3	IMPACT SUR L'INDIVIDU .....	26
4.4	IMPACT SUR L'ENTREPRISE .....	28
4.5	IMPACT SUR LA COMMUNAUTE.....	35
4.6	IMPACT SUR LA FEMME (EMANCIPATION, PRISE DE POUVOIR).....	37

## 1. INTRODUCTION

L'évolution des activités d'enda a suivi plusieurs phases.

### *1.1 LE DEVELOPPEMENT URBAIN INTEGRE (1992-1995)*

...Tout a commencé en 1992, quand les deux fondateurs de enda se sont penchés sur la question du développement et la lutte contre la pauvreté en Tunisie. Cette vision a été le fruit d'une longue expérience dans les organismes internationaux de développement.

Le choix a été fixé sur le développement durable des quartiers populaires et l'appui aux efforts des populations dans leur quête d'auto-émancipation. Ce choix répondait aux priorités de la politique de développement urbain du gouvernement orientées vers les quartiers populaires. Axées autour de nombreux mécanismes d'assistance sociale aux familles les plus défavorisées, cette politique visait à atténuer les effets négatifs de l'ajustement structurel dicté par le FMI et la Banque Mondiale.

Une première enquête a été menée par enda à Hay Ettadhamen/Mnihla, le quartier populaire le plus peuplé en Tunisie, portant sur un échantillon de 136 ménages (865 personnes) pour tracer un profil général des groupes vulnérables et mettre en évidence les principaux obstacles au développement dans ces quartiers.

En effet, les personnes enquêtées attribuaient leurs problèmes, dans une large mesure, à l'investissement insuffisant dans l'infrastructure de base, à l'insécurité et à leur faible culture civique et expérience de la solidarité (Enquête socio-économique, enda, 1992).

Deux actions prioritaires en ont découlé: l'encadrement des jeunes déscolarisés et l'émancipation économique et sociale des femmes. enda a commencé quelques activités d'animation à partir de la Maison des Jeunes de Hay Ettadhamen.

Pendant deux années (1992-1994) riches d'expériences et de découvertes, enda a mis en place diverses activités de développement multi dimensionnel à partir de « l'Espace 21 », centre communautaire ouvert dans le quartier: conseils pour les femmes dans le domaine de la santé, cours d'alphabétisation des femmes, ateliers de sensibilisation des jeunes sur des questions de l'environnement, de la santé et programmes d'intégration et de formation professionnelle orientés vers les jeunes déscolarisés, ateliers d'expression par le dessin, la danse, la musique....

A cette époque « l'Espace 21 » était plus qu'un simple centre de formation, c'était surtout un lieu qui rassemblait différentes catégories sociales du quartier, avides de s'exprimer, d'échanger leurs idées, d'exposer leurs problèmes, en somme d'exercer leur citoyenneté.

Ce sont les larmes des femmes écrivant leur nom pour la première fois, la révolte des jeunes contre leurs conditions de vie, et le potentiel des femmes ressenti par les deux fondateurs qui ont forgé la vision d'enda pour mettre en place des actions durables afin d'appuyer les efforts de ces populations.

La richesse des expériences et des enseignements tirés de la population de Hay Ettadhamen n'a fait que conforter enda dans son programme de promotion de l'auto emploi et du micro entreprenariat.

Une étude de faisabilité d'un programme de micro-crédit a été menée en 1994 avec un financement de la Fondation Ford portant sur les femmes dans la délégation de Mnihla. L'étude a révélé que les activités génératrices de revenus n'étaient pas financièrement viables sur le long terme, faute d'accès au financement d'une part, et par manque de capacité et de savoir managérial d'autre part (Farida Sahtout 1995).

Ainsi en 1995, enda a introduit dans son programme de développement urbain intégré un volet micro-crédit offrant l'accès au crédit aux femmes ayant des activités génératrices de revenus.

## **1.2 LA PHASE PILOTE DE MICRO-CREDIT (1995-1999)**

Dès le lancement du programme de micro-crédit, enda a dû faire face à une multitude de défis à relever.

- Le premier a été la recherche de fonds substantiels pouvant appuyer son activité dans une perspective d'autonomie.
- Le second, la mise en place d'une institution « professionnelle » offrant des services de qualité, tout en s'accommodant de la contrainte des ressources limitées (4 employés seulement).
- Le plus grand défi a été de changer la « mentalité d'assisté » enracinée dans les populations des quartiers populaires défavorisés depuis l'indépendance, mentalité qui menaçait les fondements de l'action avant même son lancement. En effet, introduire le concept du crédit remboursable chez une population habituée aux dons ne facilitait pas la tâche.

En 1995, enda s'engage et réussit le pari d'avoir, à la fin de l'année, pour 29 clients ayant un prêt moyen de 725 DT, un taux de remboursement de 85%, taux qu'aucune autre institution tunisienne n'avait jusqu'à enregistré.

Lorsque le programme de micro crédit a commencé à prendre une place plus grande, les activités originelles de *Développement Urbain Intégré* (formations, certifications, cours, sensibilisation, débats, excursions...) se sont malheureusement atrophiées.

La mission de enda était de plus en plus orientée vers une lutte contre la pauvreté urbaine dans une perspective de Développement Durable, traitant la pauvreté à travers des stratégies d'auto emploi, d'auto émancipation et des mécanismes de crédit pour la création de revenus, basés sur la loi du marché.

Dans sa phase de développement (1995-1999), enda a assuré le financement du capital prêt, mais aussi a-t-elle mobilisé des fonds pour financer le renforcement de sa capacité institutionnelle par le recrutement de cadres et d'agents de terrain et par la formation intensive de ce personnel aux «*bonnes pratiques*» de la microfinance et par le développement de produits et services adaptés aux besoins des micro-entrepreneurs. Le nombre de clients est passé de 29 à la fin de la première année à 2 518 clients en 1999, dont 62% de femmes, avec un taux de remboursement de 98% et une moyenne du prêt initial de 441 DT.

enda a décidé de relever un nouveau défi: le lancement de la méthodologie des groupes solidaires, auprès d'une population réputée pour son individualisme très développé. Celle-ci est devenue opérationnelle à la fin de 1998, augmentant ainsi le nombre de clients actifs et diminuant les coûts de fonctionnement inhérent aux prêts individuels (enda a commencé par des prêts individuels).

## **1.3 VERS LA PERENNITE INSTITUTIONNELLE (1999-2004)**

enda a pu, grâce à des formations continues et à l'assistance technique des autres IMFs plus anciennes, à développer les compétences de ses ressources internes promouvant de la sorte les échanges de connaissances et d'expériences entre les pays arabes (Egypte, Palestine, Maroc...).

En 1999, elle a organisé, avec l'appui de ICCO et de GTZ, une conférence inter-arabe (*Le Micro-Crédit dans le monde arabe: Expériences et Perspectives, mars 1999*) à laquelle 75 participants de 11 pays ont participé. Cette conférence a initié un processus éducatif pour la promotion des bonnes pratiques dans le monde arabe et a semé les graines pour la création d'un réseau arabe de microfinance. Le hasard a fait que cette date coïncidait avec la reconnaissance formelle par décret de l'activité d'enda.

A partir de cette époque, pour enda, l'enjeu était d'atteindre l'autosuffisance opérationnelle et financière en générant des revenus suffisants pour couvrir le coût de fonctionnement, du risque et des ressources.

Plus concrètement, cette orientation stratégique s'est traduite par des changements dans les plans d'action et les méthodes aussi bien au niveau opérationnel que financier et notamment:

Le renforcement de l'offre en prêts de groupe aux dépens de l'offre en prêts individuels.  
Des procédures et une discipline stricte en matière de retards de remboursement et un système de recouvrement sévère.

La rationalisation des coûts opérationnels par l'introduction dans le calcul des rémunérations des agents de crédit d'une prime liée au rendement et à la qualité du portefeuille.

L'extension géographique du marché d'intervention et la détermination de nouveaux critères pour l'octroi des prêts

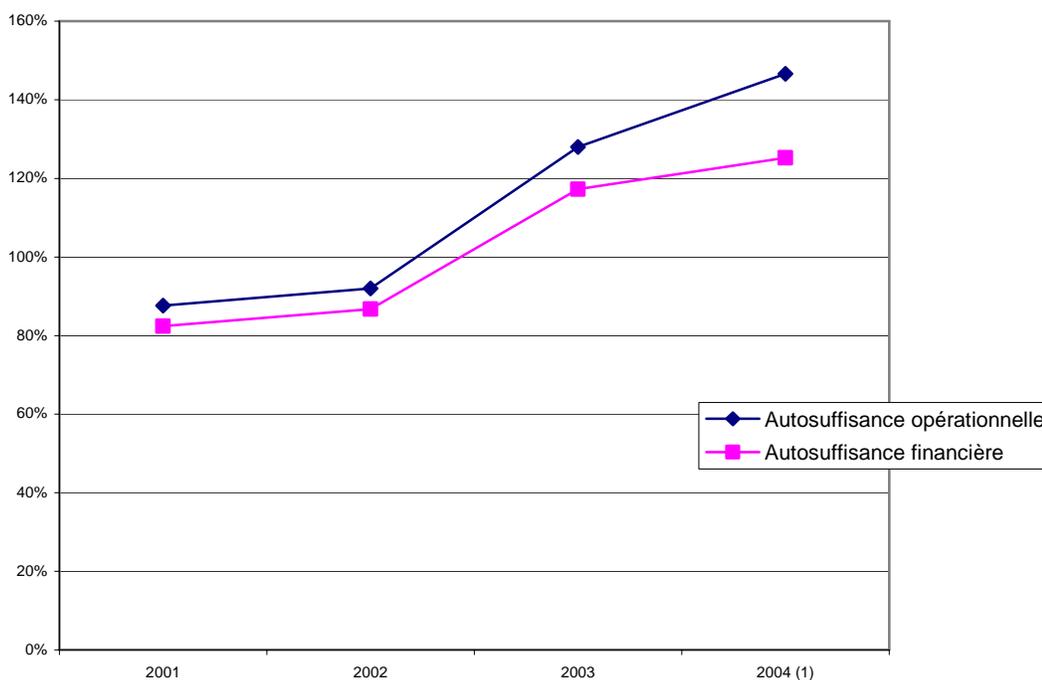
La fixation d'un taux d'intérêt effectif qui vise à couvrir les charges de fonctionnement, le coût des ressources, et les provisions pour risque

La rationalisation du système d'information et de suivi par :

- la mise en place d'un nouveau logiciel pour la gestion de l'information SIG permettant de générer des informations financières et opérationnelles ainsi que le suivi des activités;
- la mise en place et la standardisation des états financiers et des indicateurs du portefeuille de plus en plus affinés;
- l'injection de l'excédent du résultat dans le capital prêt afin d'assurer l'autosuffisance.

**L'autosuffisance opérationnelle et l'autosuffisance financière** furent atteintes en 2003 (voir figure1)

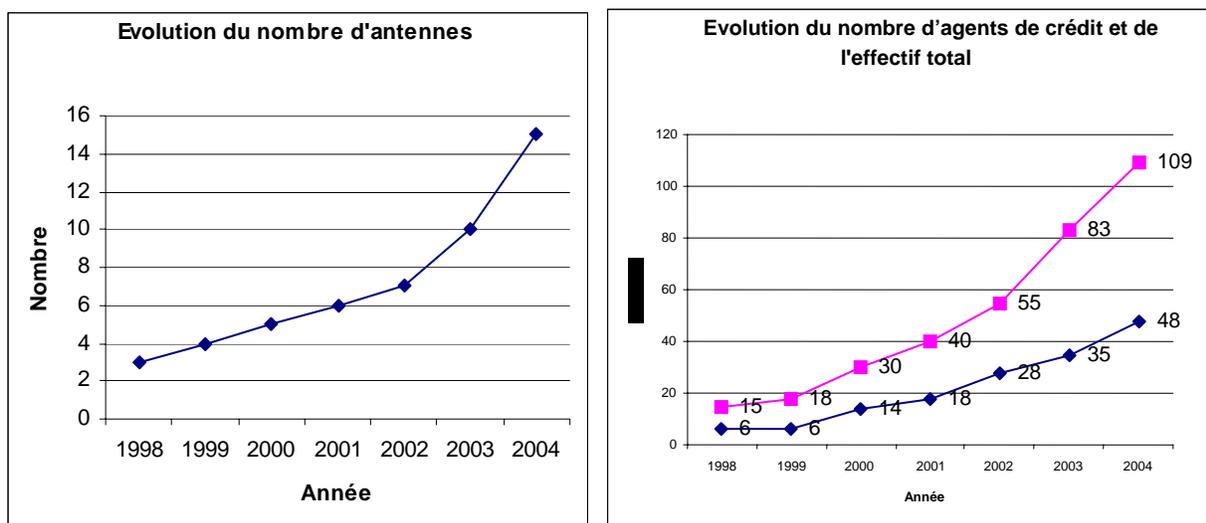
**Figure 1 : Evolution de l'autosuffisance (2001-2004)**



## L'extension de l'institution

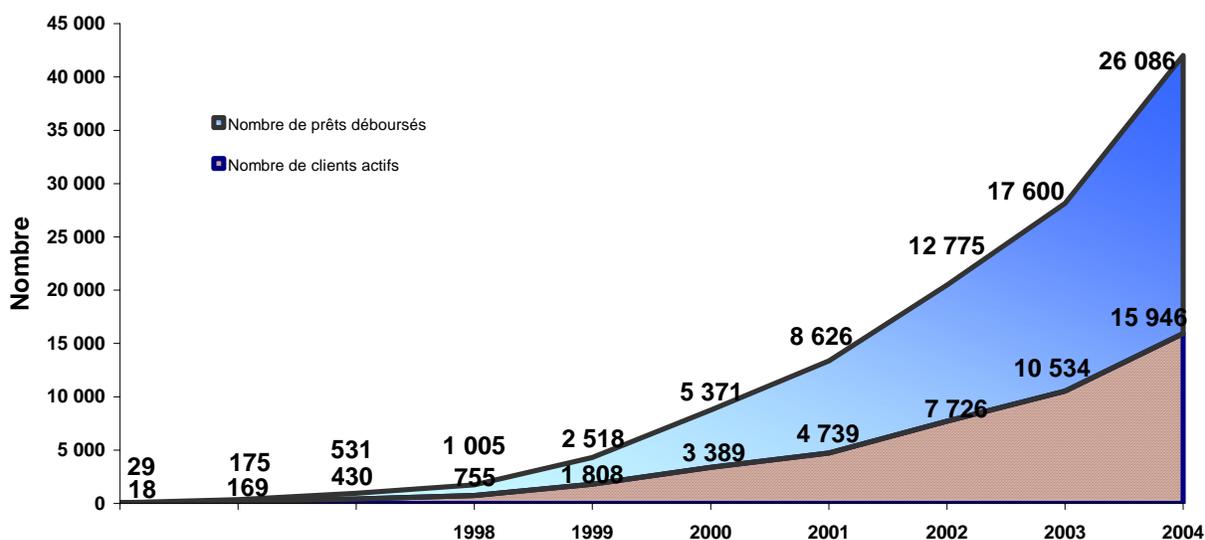
A partir de ce moment, le nouveau défi de enda a été l'extension concrétisée par un effort soutenu pour ouvrir chaque année de nouvelles antennes dans de nouvelles zones (Hrairia, Zouhour, Sidi Hessine, Oued Ellil). Cette expansion a été accompagnée par le recrutement intensif d'agents de crédits dont le nombre est passé de 20 (2001) à 50 (2004). (voir figure 2)

**Figure 2 : Extension de l'institution (1998-2004)**



Le nombre de clients actifs, qui était de 4 800 en 2001, est passé à 16 000 en 2004 : figure 3

**Figure 3 : Evolution du nombre de clients actifs et de prêts déboursés (1995-2004)**

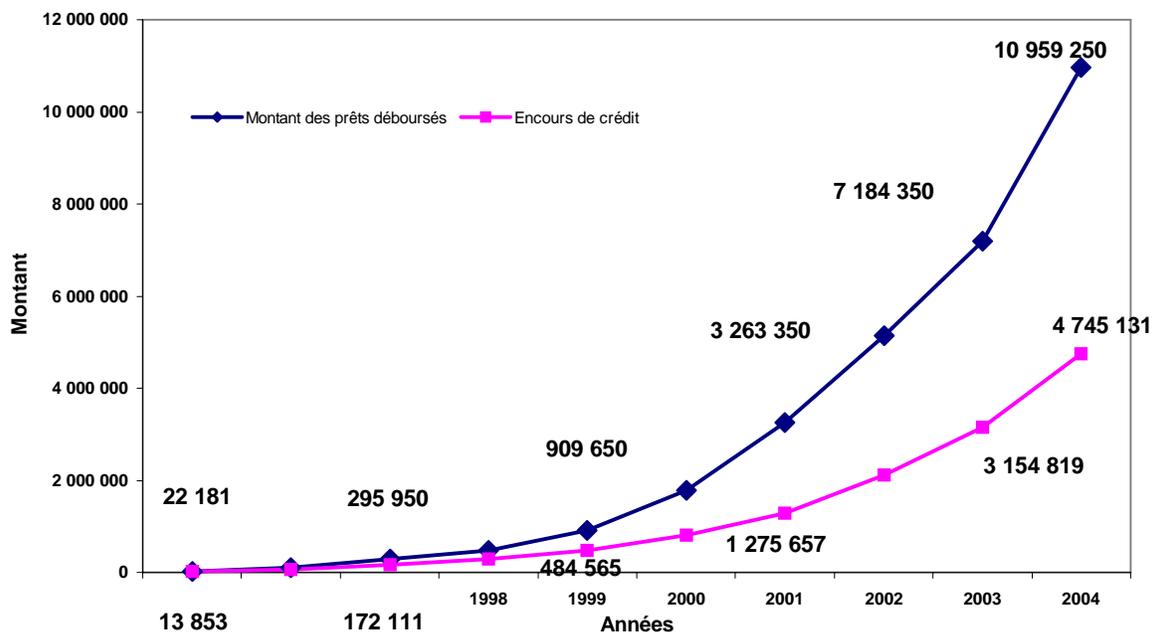


En 2001, l'extension a nécessité le recrutement de superviseurs chargés de l'encadrement des agents et du bon fonctionnement de l'antenne. Chaque antenne devait ainsi atteindre et/ou améliorer l'autosuffisance opérationnelle et financière tout en maintenant de bonnes performances de productivité.

Le personnel d'enda a été formé pour pouvoir calculer les ratios de performance telles que la rentabilité, la productivité, la qualité du portefeuille. L'acquisition d'un logiciel pour la gestion des prêts, SIG a permis de mieux gérer l'expansion rapide des opérations de déboursement.

Grâce à la formation ainsi acquise par son personnel et à sa politique d'écoute continue des clients, enda a diversifié son offre de produits (financiers et non financiers) en mettant en place le prêt parallèle (2001) octroyé parallèlement au prêt de base<sup>1</sup>. Cette année a été aussi marquée par des améliorations de la qualité des services: remboursement direct à la caisse, rapidité de l'octroi, amélioration de l'accueil.... Pendant cette phase, enda a commencé son insertion dans les réseaux internationaux (Mix Market/CGAP, Sanabel, PlanetFinance...) et à se positionner par rapport à d'autres institutions dans la région. Tous ces facteurs ont contribué à améliorer la productivité et la rentabilité de l'institution.

**Figure 4 : Evolution de l'encours et du montant des prêts déboursés (1995-2004)**



Ainsi, l'année 2003 a été marquée par une révision à la baisse du taux d'intérêt, passé de 24% (2% par mois) annuels fixe en 1999 à 15% en 2003 puis 12% (1% par mois<sup>2</sup>) en 2004.

<sup>1</sup> Le prêt de base est octroyé aux clients dès leur adhésion au programme  
Le prêt parallèle est octroyé en cas de besoins spécifiques de financement vérifiés

<sup>2</sup> La durée moyenne des prêts est de 7 mois.

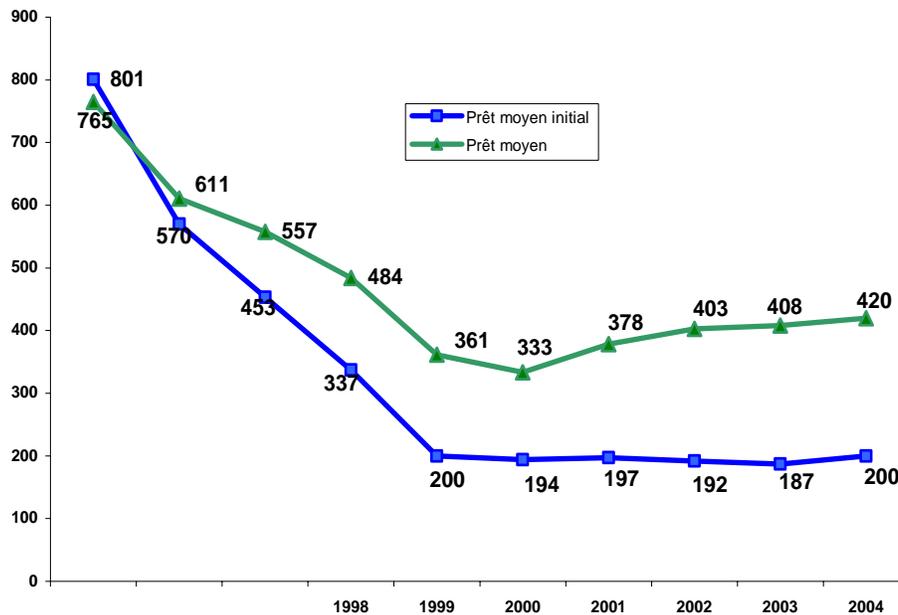
## Evolution des caractéristiques de la population cible depuis 1999

CARACTERISTIQUE	1999	2001	2004
<b>Genre</b>			
Femmes	71%	80%	92%
Hommes	29%	20%	8%
<b>Niveau d'instruction</b>			
Analphabètes	27%	32%	27%
Etudes primaires	61%	45%	43%
Secondaires et plus	12%	23%	30%

Source : Thèse de Doctorat de Rym Kaky (2001)

Il ressort de ce tableau que enda n'a cessé depuis 1999 de cibler de plus en plus les femmes. En effet, la politique de promotion de la productivité et de la rentabilité de l'institution a aidé à mieux cibler les clients en imposant des critères de plus en plus sévères dans la sélection des clients hommes.

Figure 5 : Evolution du prêt moyen (1995-2004)



### 1.4 SERVICES FINANCIERS

Aujourd'hui, enda propose trois types de services financiers:

>>> Prêts de base

Prêts de base	Prêts parallèles	Fonds social			
	Caractéristiques du prêt	Durée du prêt	Montant du prêt	Garantie	Conditions d'éligibilité
<b>Prêt investissement Istithmar</b>	Accordé pour un investissement (achat d'équipement, matériel de transport ou aménagement du local).	1 à 24 mois (remboursable par mois).	Ligne de crédit progressive de 1500 à 5000.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le client doit avoir au moins une historique de 5 prêts.</li> <li>- Traite et contrat individuel ou engagement sur matériel ou sur l'honneur.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réelle nécessité d'investir.</li> <li>- Compétence reconnue dans la gestion du patrimoine de la micro-entreprise.</li> <li>- La capacité du client à gérer le projet/crédit.</li> <li>- Faible ratios d'endettement de la micro-entreprise.</li> </ul>
<b>Prêt de groupe Majmoua</b>	Destiné à une consolidation.	6 et 8 mois (remboursable par mois).	Ligne de crédit progressive de 100 à 1000 dinars.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Garantie mutuelle (caution solidaire).</li> <li>- Traite et contrat par personne.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avoir plus de 18 ans pour les femmes et 20 ans pour les hommes.</li> <li>- Avoir une micro-entreprise.</li> <li>- Appartenir à la population n'ayant pas accès au système bancaire traditionnel.</li> <li>- Auto sélection du groupe.</li> <li>- Bonne réputation.</li> <li>- Proximité géographique.</li> <li>- 3-5 personnes.</li> </ul>
<b>Prêt individuel Fardi</b>	Destiné à la consolidation de la micro-entreprise.	6, 8, 10 et 12 mois (remboursable par mois).	Ligne de crédit progressive de 200 à 3000 dinars.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Historique du client (2 prêts sans retard)</li> <li>- Garantie d'un ancien client d'enda</li> <li>- Traite et contrat Co-signataire : mari, femme</li> <li>- Capital déjà investi dans l'activité.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avoir plus de 18 ans pour les femmes et 20 ans pour les hommes.</li> <li>- Avoir une micro-entreprise.</li> <li>- Le client doit avoir une activité depuis au moins un an.</li> <li>- La capacité du client à gérer le projet/crédit.</li> <li>- Bonne réputation.</li> <li>- Faible ratios d'endettement de la micro-entreprise.</li> <li>- Capital &gt; 1000 d</li> </ul>

### >>> Prêts parallèles

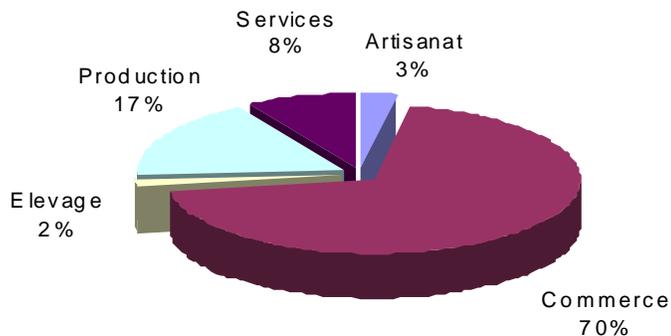
Accordés simultanément à un prêt de base:

Prêts de base	Prêts parallèles	Fonds social				
Caractéristiques du prêt			Durée du prêt	Montant du prêt	Garantie	Conditions d'éligibilité
<b>Prêt Solfa</b>	Prêt accordé pour une occasion sur une courte période.	1 à 2 mois (remboursable par mois ou à la fin de la période).	200, 300, 500 dinars.	- Avoir remboursé au moins 2 prêts sans retard. - Traite et contrat individuel ou contrat signé par au moins 2 membres du groupe (cas d'un contrat de groupe).	- Client actif ayant un bon historique de remboursement. - Bonne connaissance du marché. - Avoir deux ans minimum d'expérience dans sa micro entreprise. - Contexte favorable à la rentabilité du prêt.	
<b>Prêt express Forsa</b>	Prêt accordé pour une occasion sur une période moyenne.	4 à 6 mois (remboursable par mois).	1000 à 2500 dinars.	- Avoir remboursé au moins 3 prêts sans retard. - Garantie mutuelle (caution solidaire). - Traite et contrat par personne. - Engagement sur le matériel	- Client actif ayant un bon historique de remboursement. - Bonne connaissance du marché - Avoir deux ans minimums d'expérience dans sa micro entreprise. - Bonne connaissance du marché. - Contexte favorable à la rentabilité du prêt	
<b>Prêt d'urgence</b>	Pour relancer l'activité en cas de catastrophe (inondation, incendie...).	étudié au cas par cas				

### >>> Fonds social

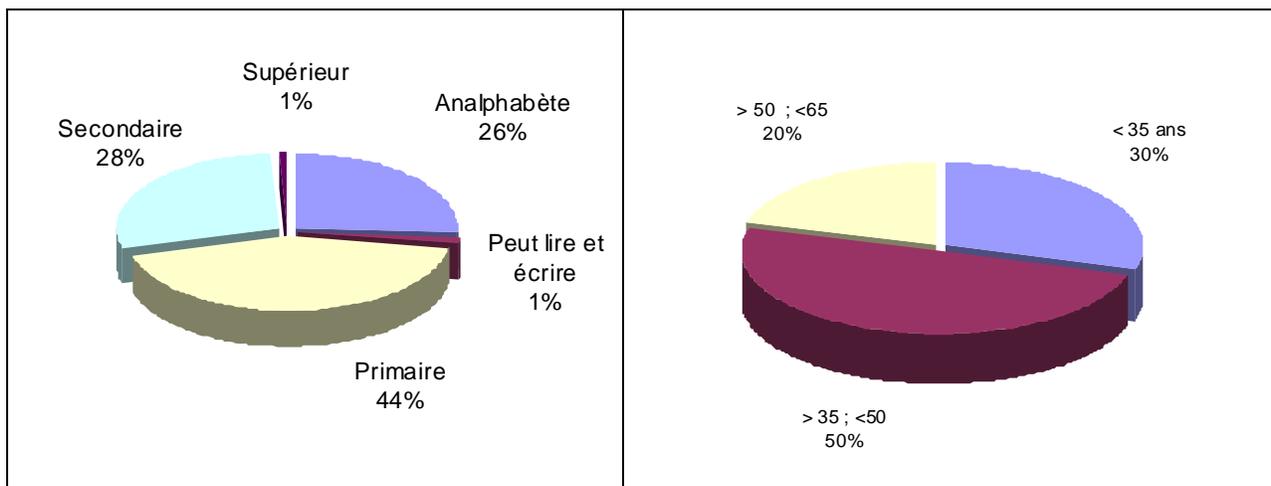
Prêts de base	Prêts parallèles	Fonds social
En cas de décès ou d'incapacité totale d'un client le fonds prend en charge le reliquat du prêt et accorde une indemnité pour la famille.		

**Figure 6 : Classification des micro-entreprises selon leur type d'activité**



La population actuelle est formée de ménages dont la taille moyenne est de 6 personnes. L'âge moyen des clients est de 41 ans et ils sont en majorité des femmes (92%). La plupart sont mariés (45%). Quant au niveau d'études, les études primaires dominent (44%). Le secteur d'activité prépondérant est le commerce (69%).

**Figure 7 : Répartition des clients de enda selon l'âge et le niveau d'instruction -2004**



## **1.6 SYSTEMES D'INFORMATION ET D'EVALUATION DES MICRO-ENTREPRISES**

Grâce à l'évaluation régulière des micro-entreprises (formulaire d'étude de l'entreprise rempli à chaque octroi de prêt) et grâce au SIG (Système d'Information pour la Gestion) mis en place en 2001, enda dispose aujourd'hui de supports d'information pouvant fournir des informations sur les micro-entreprises et les clients: un certain nombre de données figurant dans les études de projet sont systématiquement saisies sur le SIG. Dans le cadre de la présente étude, le SIG a permis de disposer d'une liste de tous les clients de enda avec les caractéristiques et les données correspondantes. Le fait de pouvoir trier les clients selon ces caractéristiques (par zone, par agent, par sexe, par montant...) a constitué un avantage pour les études et recherches et a beaucoup facilité l'échantillonnage. Cependant, l'efficacité de ce système est tributaire dans une large mesure de la fiabilité de la saisie et de la nature des données saisies. L'inconvénient majeur de ce SIG est qu'il n'est utile, dans son état actuel, que pour la gestion de crédit. Les informations socio-économiques concernant les clients et figurant dans les études de projet ne sont pas toutes saisies.

Aujourd'hui, enda accorde de plus en plus d'importance au suivi de l'impact du micro-crédit. La présence d'un SIG et des données contenues dans les formulaires d'octroi de crédit a facilité la tâche de l'équipe de recherche. La question qui se pose alors est de savoir « *Quels sont les indicateurs les plus pertinents à introduire dans le système d'information déjà existant ?* ». La présente étude d'impact sera donc le point de départ pour la mise en œuvre d'un système de suivi régulier de l'impact.

## **2. METHODOLOGIE DE L'ETUDE D'IMPACT**

### **2.1 DEROULEMENT DE L'ETUDE D'IMPACT 2004/2005**

La méthodologie d'évaluation d'impact adoptée dans cette étude est celle de AIMS<sup>3</sup> (Assessing Impact of Microenterprise Services)

Le choix de la méthodologie était justifié par les avantages suivants :

1. Une approche adaptée à la microfinance.
2. Un outil de gestion permettant d'évaluer les forces et faiblesses des opérations de micro-crédit
3. Une évaluation d'impact assez fiable et d'un coût raisonnable
4. Une méthodologie pouvant être utilisée en interne par les opérateurs eux mêmes.
5. Un outil adaptable au contexte et aux spécificités de l'institution
6. Un manuel pratique et bien expliqué.

L'étude d'impact enda entamée en juin 2004 a duré dix mois avec les étapes suivantes :

1. Concertation avec la Direction sur les objectifs de l'étude sur la base d'une grille de réflexion, et première adaptation du questionnaire AIMS.
2. Deuxième adaptation du questionnaire AIMS en collaboration avec le Département crédit.
3. Traduction de la première version du questionnaire en dialecte local (arabe Tunisien).
4. Sélection de l'échantillon des clients à interroger et choix des enquêteurs parmi les agents de crédit, les superviseurs (selon les critères de compétence et leur volonté de participer à l'enquête).
5. Affectation de sous échantillons aux enquêteurs de manière à éviter qu'ils ne questionnent leurs propres clients.
6. Formation des enquêteurs (15 jours)
7. Dernière adaptation du questionnaire lors de la formation, se basant sur les corrections pertinentes apportées par le personnel de terrain.
8. Codification du questionnaire et préparation de la base de données et des variables à insérer.
9. Pré test de l'enquête et corrections.
10. Enquête
11. Contrôle et validation
12. Saisie
13. Analyse de données utilisant le logiciel SPSS.

### **2.2 ECHANTILLONNAGE**

L'étude s'est basée sur la comparaison de trois catégories de clients d'ancienneté différente:

- C1 : clients nouvellement inscrits ou venant d'avoir leur premier prêt.
- C2 : clients adhérant au programme depuis 12 à 18 mois.
- C3 : clients adhérant au programme depuis plus que trois années.

---

<sup>3</sup> Le groupe formé par l'USAID, l'équipe du projet AIMS (Assessing the impact of Microenterprise Services) et le réseau SEEP (Small Enterprise Education and Promotion), s'est accordé sur le fait que le secteur de la microfinance avait besoin d'une approche intermédiaire de l'analyse d'impact, qui soit à la fois utile, fiable et d'un coût raisonnable. Les outils méthodologiques AIMS utilisés dans cette étude sont l'aboutissement de cette collaboration stimulante.

La présente étude a concerné les deux premières générations d'antennes à savoir: Ettadhamen, Mnihla, Omrane supérieur, Douar Hicher, Hrairia, Sidi Hessine, Zouhour, afin de ne pas exclure de l'étude les clients qui ont une ancienneté supérieure à quatre ans et qui sont absents dans les nouvelles antennes.

La taille de l'échantillon global a été fixée à 105 clients (35 clients dans chaque catégorie).

Un échantillon représentatif de 35 clients de la première catégorie C1 a été sélectionné en se référant aux critères disponibles sur la base de données SIG, soient : le genre, le secteur d'activité, le niveau d'instruction et la situation matrimoniale (si le client est nouvellement inscrit nous avons recours à l'agent de crédit). Ainsi, chaque client de C1 a été sélectionné aléatoirement dans le groupe des clients nouveaux de enda répondant à 4 critères.

A chaque client de C1 correspondent un client de C2 et un client de C3 ayant la même taille initiale de la micro entreprise, le même genre et de préférence le même agent de crédit direct que le client de C1.

### Comparaison entre la population et l'échantillon

	C1 enda	C1 échantillon	C2 enda	C2 échantillon	C3 enda	C3 échantillon	enda	Echantillon
<b>Genre</b>								
Femmes	90,1%	91,4%	98,2%	91,4%	83,9%	91,4%	92,1%	<b>91,4%</b>
Hommes	9,9%	8,6%	1,8%	8,6%	16,1%	8,6%	7,9%	<b>8,6%</b>
<b>Secteur de l'activité principale</b>								
Commerce	63,4%	66,8%	70,9%	71,4%	72,7%	68,6%	69,2%	<b>69,5%</b>
Production - Artisanat - Elevage	26,5%	22,9%	20,0%	20,0%	20,0%	22,9%	22,2%	<b>21,9%</b>
Services	10,1%	8,6%	9,1%	8,6%	7,2%	8,6%	8,6%	<b>8,6%</b>
<b>Niveau d'instruction</b>								
Analphabètes	23,7%	25,7%	26,2%	28,6%	34,9%	25,7%	27,0%	<b>26,7%</b>
Etudes primaires	41,6%	42,9%	43,0%	45,7%	42,9%	48,6%	43,1%	<b>45,7%</b>
Secondaires et plus	34,8%	31,4%	30,8%	25,7%	23,2%	25,7%	29,9%	<b>27,6%</b>
<b>Situation matrimoniale</b>								
Marié(e)	73,0%	74,3%	73,3%	74,3%	81,3%	80%	76,1%	<b>76,2%</b>
Célibataire	19,9%	17,1%	18,2%	17,1%	10,7%	11,4%	16,1%	<b>15,2%</b>
Veuf/divorcé	7,1%	8,6%	8,5%	8,6%	8,0%	8,6%	7,8%	<b>8,6%</b>
<b>Moyenne d'âge</b>								
Moyenne d'âge	39	41,7	41	42,2	45	45	----	<b>43</b>
<b>Taille moyenne des ménages</b>								
Taille des ménages	6	5,5	6	5,6	6	5,8	6	<b>5,6</b>

Source : « enda », SIG/MIS -décembre 2004 -

### 2.3 DOMAINES D'IMPACT ETUDIÉS & HYPOTHESES

Lors de l'adaptation du questionnaire AIMS certaines hypothèses ont été écartées, d'autres ont été ajoutées. Des changements importants ont été apportés surtout dans la formulation/adaptation des questions.

Les hypothèses retenues :

**Au niveau du ménage :**

- 1- L'augmentation du revenu du ménage durant les 12 derniers mois.
- 2- L'amélioration de l'habitat

**Au niveau de l'individu :**

- 1- L'augmentation du revenu individuel durant les 12 derniers mois.
- 2- La disposition d'une épargne personnelle.

**Au niveau de la micro entreprise :**

Les indicateurs retenus pour l'évaluation de l'utilisation des prêts et profits :

- Le pourcentage des clients ayant utilisé leur dernier prêt dans leur projet uniquement.
- Le pourcentage des clients ayant réinvesti le profit de leur activité(s) dans le projet.
- Le pourcentage des clients ayant déclaré l'utilisation principale de leur profit dans les dépenses du ménage
- Le pourcentage des clients ayant déclaré avoir épargné leur profit.

Les indicateurs retenus pour l'investissement au sein de la micro-entreprise :

- Le pourcentage des clients déclarant l'achat de grands matériels
- Le pourcentage des clients déclarant l'achat d'un moyen de transport
- Le pourcentage des clients déclarant un grand investissement dans le site de vente

Les hypothèses retenues :

- 1- Diminution de la fréquence des crises de trésorerie
- 2- L'amélioration des bénéfices calculés
- 3- L'amélioration des bénéfices déclarés
- 4- Le réinvestissement des profits dans le projet

**Les indicateurs de satisfaction**

Il s'agit d'une collecte d'informations relatives à l'appréciation des clients pour les différentes composantes du programme enda.

**Au niveau de la communauté :**

- 1- L'augmentation d'emplois dans la micro-entreprise durant les 12 derniers mois.
- 2- La diminution du travail des enfants dans les entreprises des clients.
- 3- L'influence de la micro entreprise sur la scolarisation des enfants.

**Hypothèse ajoutée :**

L'adhésion au programme enda favorise l'autoémancipation (empowerment) des clientes.

### 3. PRINCIPAUX RESULTATS & RECOMMANDATIONS

Les principaux résultats de l'étude sont les suivants :

- Les 3 groupes présentent des structures comparables sous l'angle de 6 caractéristiques majeures :
  - o le genre,
  - o l'âge,
  - o la situation matrimoniale,
  - o le niveau d'instruction,
  - o le secteur d'activité,
  - o la taille du ménage.

**Ainsi, les conditions sont réunies pour faire des comparaisons entre les 3 groupes de clients et établir l'impact différencié du programme sur les clients.**

#### **L'impact s'est avéré positif et significatif :**

- o **Au niveau du ménage en terme d'accroissement de revenu**
- o **Au niveau du ménage en terme d'amélioration de l'habitat**
- o **Au niveau de l'individu en terme de hausse de revenu et de réalisation d'une épargne personnelle**
- o **Au niveau de l'entreprise en terme d'augmentation des bénéfices déclarés et/ou calculés**
- o **Au niveau de la communauté en terme de nombre d'emplois**

Concernant l'utilisation des prêts et l'appréciation des clients, les comportements et les réactions sont similaires ; il en est de même pour les difficultés rencontrées lors du remboursement et du recours à d'autres sources de crédit. Toutefois, il reste probable que la participation au programme affaiblit le risque d'occurrence d'une crise de trésorerie.

Concernant l'affectation du profit, soit au réinvestissement dans le projet, soit à l'épargne ou à la consommation, il y a lieu de relever que c'est le groupe intermédiaire encore qui se singularise. Ici, les différences sont significatives et corroborent le constat sur la dépréciation du rendement du micro-crédit.

Au sujet de l'investissement dans la micro-entreprise, la différence est généralement significative entre les nouveaux et tous les anciens confondus (sauf pour l'investissement dans le site de vente). Toutefois, la similarité parmi les moyennement et très anciens est sujette à questionnement ... Les contre-performances relatives que nous avons relevées à propos des très anciens en comparaison avec les moyennement anciens ne trouvent pas ici une explication, puisque le comportement des 2 groupes en matière d'investissement dans la micro-entreprise n'est pas différent.

Enfin, il n'y a pas d'effet perceptible de la micro-entreprise sur la scolarisation et le travail des enfants, de même que les effets sur la situation des femmes en terme de « prise de pouvoir » n'apparaissent pas, au vu des tests statistiques.

**Par delà l'impact positif et significatif, la principale recommandation est relative aux différences constatées entre les groupes des moyennement anciens et des très anciens. Les premiers affichent de meilleurs résultats en terme d'impact aussi bien au plan de l'individu, du ménage que de l'entreprise ou de l'effet sur la communauté (nombre d'emplois). Tout concourt à montrer que la contre-performance relative du groupe des très anciens comparativement au groupe intermédiaire induit une dépréciation avec le temps de l'impact de l'utilisation du prêt. Cela certes, paraît conforme avec les expériences vécues dans d'autre pays et n'en demeure pas moins qu'une investigation approfondie et ciblée devrait faire ressortir les causes explicatives d'un tel constat et par là, impliquer la mise en œuvre d'une politique générale plus appropriée.**

#### 4. LES RESULTATS DE L'ETUDE D'IMPACT :

##### 4.1 CARACTERISTIQUES GENERALES DE LA POPULATION ETUDIEE

Comme déjà précisé, l'échantillon est constitué de 105 personnes réparties également en fonction de leur ancienneté en terme de participation dans le programme de enda en 3 groupes :

- 35 clients nouveaux et entrants (**premier prêt et nouvellement inscrits**),
- 35 clients d'ancienneté moyenne (**12 à 18 mois dans le programme**),
- 35 clients très anciens (**3 ans et plus dans le programme**).

Ces 3 groupes présentent **des structures comparables** sous l'angle de 6 caractéristiques majeures :

- le genre,
- l'âge,
- la situation matrimoniale,
- le niveau d'instruction,
- le secteur d'activité,
- la taille du ménage.

**Ainsi, les conditions sont réunies pour faire des comparaisons entre les 3 groupes de clients et établir l'impact différencié du programme sur les clients.**

##### Le genre :

Comme le montre le Tableau 1, les femmes représentent 91,4% des clients contre 8,6% pour les hommes.

##### Comparabilité des catégories de clients selon le genre

Tableau 1

		Ancienneté			Total	
		premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme		
Genre du client	femme	Effectif	32	32	32	96
		% dans Genre du client	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>91,4%</b>	<b>91,4%</b>	<b>91,4%</b>	<b>91,4%</b>
homme		Effectif	3	3	3	9
		% dans Genre du client	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>8,6%</b>	<b>8,6%</b>	<b>8,6%</b>	<b>8,6%</b>
Total		Effectif	35	35	35	105
		% dans Genre du client	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

##### L'âge :

Selon le Tableau 2, la moyenne d'âge est d'environ 43 ans. Les quelques différences constatées ne sont pas significatives au plan statistique, du reste la décomposition en tranche d'âge (19-27 ; 28-35 ; 36-45 ; 46-55 ; 56 et plus).

## Comparabilité des catégories de clients selon l'âge

**Tableau 2**

Age du client selon MIS			
Ancienneté	N	Moyenne	Ecart-type
premier prêt	35	41,7	11,8
12 à 18 mois dans le programme	34	42,2	10,9
3 ans et plus ans dans le programme	35	45,0	10,6
<b>Total</b>	<b>104</b>	<b>43,0</b>	<b>11,1</b>

### La situation matrimoniale :

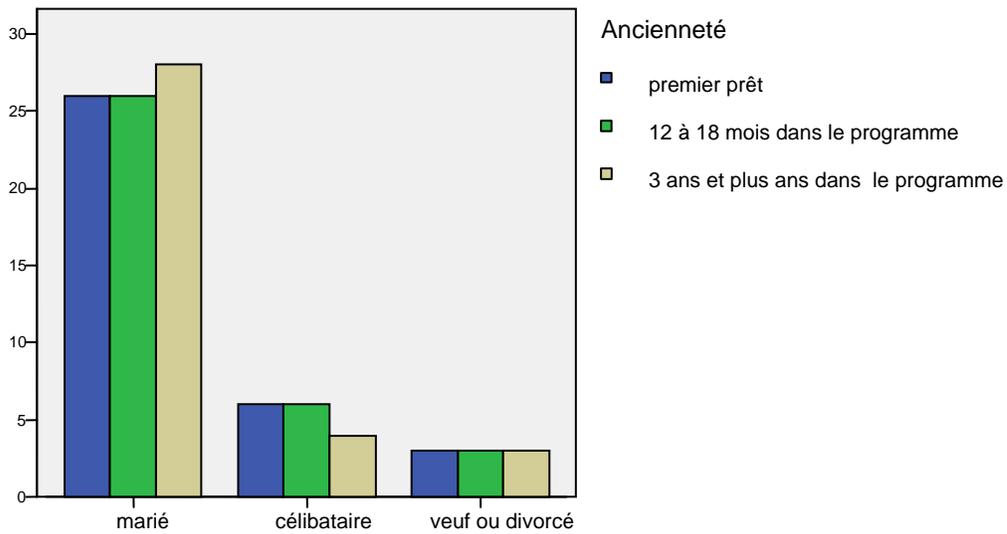
La majorité absolue des clients sont mariés (76,2%) avec une forte similarité (attestée au plan statistique) comme le montrent le Tableau 3 et le Graphique 1.

## Comparabilité des catégories de clients selon la situation matrimoniale

**Tableau 3**

			Ancienneté			Total
			premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme	
Etat civil	marié	Effectif	26	26	28	80
		% dans Etat civil	32,5%	32,5%	35,0%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>74,3%</b>	<b>74,3%</b>	<b>80,0%</b>	<b>76,2%</b>
celibataire		Effectif	6	6	4	16
		% dans Etat civil	37,5%	37,5%	25,0%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>17,1%</b>	<b>17,1%</b>	<b>11,4%</b>	<b>15,2%</b>
veuf ou divorcé		Effectif	3	3	3	9
		% dans Etat civil	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>8,6%</b>	<b>8,6%</b>	<b>8,6%</b>	<b>8,6%</b>
Total		Effectif	35	35	35	105
		% dans Etat civil	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

**Graphique 8. Etat civil des clients**



**Le niveau d’instruction :**

D’une manière générale, le niveau d’instruction est plutôt faible avec un taux d’analphabétisme de 26,7%. Ce taux est nettement supérieur chez les femmes que les hommes. Toutefois, il est à remarquer que pour les 28 clients déclarés analphabètes seulement 7 déclarent l’incapacité de faire des calculs. Pour ceux ayant un niveau primaire (48 clients), 8 d’entre eux se déclarent dans l’incapacité de lire. La présence de clients ayant un niveau secondaire et plus (27,6%) atteste que la micro-entreprise n’est pas le seul apanage des plus défavorisés en terme de niveau d’instruction (sur les 9 hommes de l’échantillon, 4 déclarent avoir un niveau d’instruction secondaire ou plus). Les tests statistiques montrent, an dépit des différences ça et là, une similarité entre les 3 groupes pour ce qui est du niveau d’instruction (Tableaux 4 et 5).

## Comparabilité des catégories de clients selon le niveau d'instruction

**Tableau 4**

			Ancienneté			Total
			premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme	
Niveau d'instruction	analphabète	Effectif	9	10	9	28
		% dans Niveau d'instruction	32,1%	35,7%	32,1%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>25,7%</b>	<b>28,6%</b>	<b>25,7%</b>	<b>26,7%</b>
	primaire	Effectif	15	16	17	48
		% dans Niveau d'instruction	31,3%	33,3%	35,4%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>42,9%</b>	<b>45,7%</b>	<b>48,6%</b>	<b>45,7%</b>
	secondaire et plus	Effectif	11	9	9	29
		% dans Niveau d'instruction	37,9%	31,0%	31,0%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>31,4%</b>	<b>25,7%</b>	<b>25,7%</b>	<b>27,6%</b>
Total	Effectif	35	35	35	105	
	% dans Niveau d'instruction	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%	
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	

## Comparabilité des catégories de clients selon le niveau d'instruction et le genre

**Tableau 5**

			Ancienneté			Total
			premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme	
% dans Ancienneté						
femme	Niveau d'instruction	analphabète	25,0%	31,3%	25,0%	27,1%
		primaire	46,9%	43,8%	50,0%	46,9%
		secondaire et plus	28,1%	25,0%	25,0%	26,0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	homme	Niveau d'instruction	analphabète	33,3%		33,3%
primaire				66,7%	33,3%	33,3%
secondaire et plus			66,7%	33,3%	33,3%	44,4%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

## Le secteur d'activité :

Aussi bien pour le 1<sup>er</sup> secteur d'activité où le client a utilisé le prêt ou le secteur correspondant à la 1<sup>ère</sup> activité génératrice de revenu (AGR), il y a une similarité entre les groupes avec une prépondérance de l'activité commerciale, près de 73% en moyenne, contre environ 19% pour les activités de production et seulement 8,6% pour les services (Tableau 6).

### Comparabilité des catégories de clients selon le secteur d'activité

Tableau 6

			Ancienneté		Total
			12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme	
Premier secteur d'activité où le client a utilisé le prêt	commerce	Effectif	26	25	51
		% dans Premier secteur d'activité où le client a utilisé le prêt	51,0%	49,0%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>74,3%</b>	<b>71,4%</b>	<b>72,9%</b>
	production- artisanat-éle vage	Effectif	6	7	13
		% dans Premier secteur d'activité où le client a utilisé le prêt	46,2%	53,8%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>17,1%</b>	<b>20,0%</b>	<b>18,6%</b>
	services	Effectif	3	3	6
		% dans Premier secteur d'activité où le client a utilisé le prêt	50,0%	50,0%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>8,6%</b>	<b>8,6%</b>	<b>8,6%</b>
Total	Effectif	35	35	70	
	% dans Premier secteur d'activité où le client a utilisé le prêt	50,0%	50,0%	100,0%	
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	

## La taille du ménage :

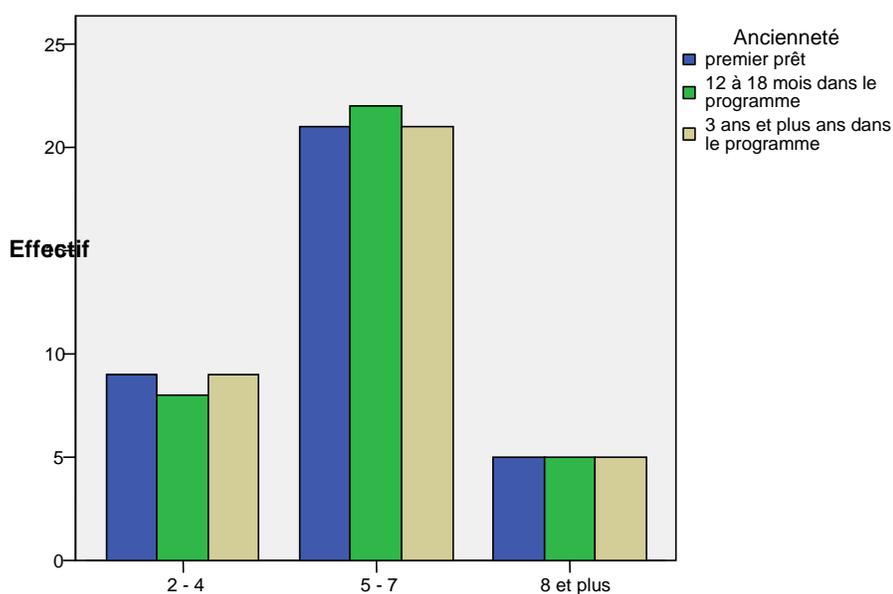
La taille moyenne des ménages est de l'ordre de 5,5 respectivement 5,49, 5,6 et 5,41 pour les nouveaux, les moyennement anciens et les très anciens. La décomposition de la taille par tranche (2-4 ; 5-7 ; 8 et plus) montre au plan de la vérification statistique une similarité entre les 3 groupes (Tableau 7 et Graphique 2).

## Comparabilité des catégories de clients selon le nombre des membres du ménage

Tableau 7

		Ancienneté			Total	
		premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme		
Nombre des membres du ménage (en tranche)	2 - 4	Effectif	9	8	9	26
		% dans Nombre des membres du ménage (en tranche)	34,6%	30,8%	34,6%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>25,7%</b>	<b>22,9%</b>	<b>25,7%</b>	<b>24,8%</b>
5 - 7	Effectif	21	22	21	64	
	% dans Nombre des membres du ménage (en tranche)	32,8%	34,4%	32,8%	100,0%	
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>60,0%</b>	<b>62,9%</b>	<b>60,0%</b>	<b>61,0%</b>	
8 et plus	Effectif	5	5	5	15	
	% dans Nombre des membres du ménage (en tranche)	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%	
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>14,3%</b>	<b>14,3%</b>	<b>14,3%</b>	<b>14,3%</b>	
Total	Effectif	35	35	35	105	
	% dans Nombre des membres du ménage (en tranche)	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%	
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	

**Graphique 9. Nombre des membres du ménage (en tranche)**



En conclusion, les 3 groupes présentent des structures comparables pour les 6 caractéristiques ci-dessus énoncées.

Le profil moyen (statistique) du client est :

- en général une femme
- âgée en moyenne de 43 ans
- mariée
- avec un niveau d'instruction plutôt faible
- exerçant plutôt dans le commerce
- avec un ménage de 5,5 membres en moyenne.

## 4.2 L'IMPACT SUR LE MENAGE

### Le revenu du ménage :

Face à la question « Le revenu de votre ménage a-t-il augmenté ? Oui/Non » près de  $\frac{3}{4}$  (73,3%) répondent par l'affirmative. Cette proportion est plus élevée pour les groupes des moyennement anciens - 87,9% - contre 70,6% pour les très anciens et seulement 61,8% pour les nouveaux clients. Ces différences s'avèrent significatives au plan statistique. Ainsi, peut-on établir un impact du programme sur les clients en fonction de leur ancienneté en terme de participation au programme.

### Comparaison des revenus de ménages des trois catégories de clients

Tableau 8

		Ancienneté			Total	
		premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme		
Le revenu de votre ménage a-t-il augmenté ?	non	Effectif	13	4	10	27
		% dans Le revenu de votre ménage a-t-il augmenté ?	48,1%	14,8%	37,0%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>38,2%</b>	<b>12,1%</b>	<b>29,4%</b>	<b>26,7%</b>
	oui	Effectif	21	29	24	74
		% dans Le revenu de votre ménage a-t-il augmenté ?	28,4%	39,2%	32,4%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>61,8%</b>	<b>87,9%</b>	<b>70,6%</b>	<b>73,3%</b>
Total	Effectif	34	33	34	101	
	% dans Le revenu de votre ménage a-t-il augmenté ?	33,7%	32,7%	33,7%	100,0%	
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	

Cette différence est plus marquée entre le groupe des moyennement anciens par rapport aux nouveaux qu'entre les très anciens et les nouveaux et aussi qu'entre les très anciens et les moyennement anciens. Il est à remarquer par ailleurs, qu'il existe une forte corrélation entre les déclarations relatives à

l'accroissement du revenu individuel et celles relatives à l'augmentation du revenu du ménage (0,7). Cette corrélation s'élève au fur et à mesure du degré d'ancienneté dans la participation au programme ce qui indiquerait une sensibilité croissante du revenu du ménage au revenu individuel imputable à la micro-entreprise. La contre-performance relative du groupe des très anciens comparativement au groupe moyennement ancien semble induire un impact décroissant du programme (ils sont 10 sur 34 soit 29,4% des très anciens à avoir répondu par la négative quant à l'augmentation du revenu du ménage contre 4 seulement sur 33, soit 12,1% pour le groupes des moyennement anciens) (Tableau 8).

### L'amélioration de l'habitat :

Il s'agit des dépenses supérieures à 100 dinars affectées par le ménage à l'amélioration de l'habitat. Alors qu'ils sont en proportions comparables, 45,7% et 48,6% pour les nouveaux et les moyennement anciens à avoir répondu par l'affirmative, cette proportion s'élève à 71,4% pour les très anciens. Ici, l'impact du crédit en fonction de l'ancienneté est manifeste. Ce résultat est intéressant et semble indiquer que les très anciens, alors qu'ils déclarent comparativement aux moyennement anciens une moindre augmentation du revenu du ménage, procèdent d'une manière significative à l'amélioration de leur habitat (Tableau 8 bis).

### Comparaison des dépenses d'amélioration de l'habitat des trois catégories de clients

Tableau 8 bis

		Ancienneté			Total	
		premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme		
Dépenses habitat durant les deux dernières années (dépense supérieure à 100 DT)	non	Effectif	19	18	10	47
		% dans Dépenses habitat durant les deux dernières années (dépense supérieure à 100 DT)	40,4%	38,3%	21,3%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>54,3%</b>	<b>51,4%</b>	<b>28,6%</b>	<b>44,8%</b>
	oui	Effectif	16	17	25	58
		% dans Dépenses habitat durant les deux dernières années (dépense supérieure à 100 DT)	27,6%	29,3%	43,1%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>45,7%</b>	<b>48,6%</b>	<b>71,4%</b>	<b>55,2%</b>
Total		Effectif	35	35	35	105
		% dans Dépenses habitat durant les deux dernières années (dépense supérieure à 100 DT)	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

### 4.3 IMPACT SUR L'INDIVIDU

En termes de revenu, comme le montre le Tableau 9, 74% des clients déclarent que leur revenu a augmenté. Cette proportion est particulièrement forte chez le groupe intermédiaire (91,2%) contre, paradoxalement 68,6% pour les nouveaux clients et 62,9% pour les très anciens. Statistiquement, ces différences sont assez significatives pour conclure à l'effectivité de l'impact du programme en terme d'ancienneté dans la participation (Tableau 9).

#### Comparaison des revenus individuels des trois catégories de clients

Tableau 9

			Ancienneté			Total
			premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme	
Votre revenu a-t-il augmenté ?	non	Effectif	11	3	13	27
		% dans Votre revenu a-t-il augmenté ?	40,7%	11,1%	48,1%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>31,4%</b>	<b>8,8%</b>	<b>37,1%</b>	<b>26,0%</b>
	oui	Effectif	24	31	22	77
		% dans Votre revenu a-t-il augmenté ?	31,2%	40,3%	28,6%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>68,6%</b>	<b>91,2%</b>	<b>62,9%</b>	<b>74,0%</b>
Total		Effectif	35	34	35	104
		% dans Votre revenu a-t-il augmenté ?	33,7%	32,7%	33,7%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

De plus, les différences sont nettement affirmées entre le groupe intermédiaire par rapport aux nouveaux. Les très anciens serait relativement contre performants par rapport au groupe intermédiaire. Il se dégage de ce constat (vérifié statistiquement), qu'on assisterait à une dépréciation avec le temps de l'impact de l'utilisation du prêt. Cela paraît conforme avec les expériences vécues dans d'autres pays. Peut-on l'expliquer par une moindre satisfaction (réelle ou fictive ?) des anciens clients de l'utilisation et du rendement de leur prêt que les moyennement anciens ?

En terme d'épargne personnelle (« Avez-vous une épargne personnelle ? Oui/Non » - Tableau 10), près des deux tiers (61,5%) répondent par l'affirmative. Cette proportion est plutôt faible chez les nouveaux (40%) et forte et égale chez les 2 autres groupes (73,5%). Ici la différence entre les anciens et les nouveaux est (statistiquement) très significative et confirme l'existence d'un impact du micro-crédit. Par contre, en terme d'augmentation de cette épargne au cours des 12 derniers mois, il ne semble pas qu'il existe des différences significatives entre les groupes (Tableau 11).

**Comparaison de l'existence d'une épargne personnelle  
dans les trois catégories de clients**

**Tableau 10**

		Ancienneté			Total	
		premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme		
Avez-vous une épargne ?	non	Effectif	21	10	9	40
		% dans Epargne personnelle	52,5%	25,0%	22,5%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>60,0%</b>	<b>28,6%</b>	<b>26,5%</b>	<b>38,5%</b>
	oui	Effectif	14	25	25	64
		% dans Epargne personnelle	21,9%	39,1%	39,1%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>40,0%</b>	<b>71,4%</b>	<b>73,5%</b>	<b>61,5%</b>
Total	Effectif	35	35	34	104	
	% dans Epargne personnelle	33,7%	33,7%	32,7%	100,0%	
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	

**Comparaison de la variation de l'épargne personnelle  
dans les trois catégories de clients**

**Tableau 11**

		Ancienneté			Total	
		premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme		
Votre épargne durant la dernière année a-t-elle augmenté ?	non	Effectif	5	7	8	20
		% dans Votre épargne durant la dernière année a-t-elle augmenté ?	25,0%	35,0%	40,0%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>38,5%</b>	<b>28,0%</b>	<b>33,3%</b>	<b>32,3%</b>
	oui	Effectif	8	18	16	42
		% dans Votre épargne durant la dernière année a-t-elle augmenté ?	19,0%	42,9%	38,1%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>61,5%</b>	<b>72,0%</b>	<b>66,7%</b>	<b>67,7%</b>
Total	Effectif	13	25	24	62	
	% dans Votre épargne durant la dernière année a-t-elle augmenté ?	21,0%	40,3%	38,7%	100,0%	
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	

#### 4.4 L'IMPACT SUR L'ENTREPRISE

##### Utilisation des prêts :

En considérant le groupe intermédiaire et celui des très anciens, il s'agit de savoir dans quelle mesure le prêt a été utilisé dans une activité génératrice de revenu (AGR) en tout ou en partie (AGR+consommation ou épargne), force est de constater malgré les différences affichées- ils sont 32 sur 34 (soit 94,1%) dans le groupe intermédiaire à avoir utilisé leur prêt en totalité dans une AGR, ils ne sont que 29 sur 35 (82,9%) - au plan statistique ces différences ne sont pas significatives. Ainsi, peut-on conclure à un comportement similaire (Tableau 12).

#### Comparaison de l'utilisation du prêt enda par les trois catégories de clients

Tableau 12

			Ancienneté		Total
			12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme	
Utilisation du prêt	AGR	Effectif	32	29	61
		% dans Utilisation du prêt	52,5%	47,5%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>94,1%</b>	<b>82,9%</b>	<b>88,4%</b>
	AGR + Consomm ou Epargne	Effectif	2	6	8
		% dans Utilisation du prêt	25,0%	75,0%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>5,9%</b>	<b>17,1%</b>	<b>11,6%</b>
Total		Effectif	34	35	69
		% dans Utilisation du prêt	49,3%	50,7%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

##### Crise de trésorerie :

Dans quelle mesure les clients ont-ils traversé une crise de trésorerie et jusqu'à quel point le crédit enda a-t-il eu un impact à cet effet. Pour l'ensemble de l'échantillon, 72,5% déclare n'avoir pas connu de crise de trésorerie durant les 12 derniers mois. Ici on constate des différences à un faible niveau de significativité (10.8%). Il reste probable que la participation au programme affaiblit le risque d'occurrence d'une crise de trésorerie (Tableau 13).

## Comparaison des crises de trésorerie des trois catégories de clients

Tableau 13

			Ancienneté			Total
			premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme	
Crise de trésorerie	non	Effectif	21	26	27	74
		% dans Crise de trésorerie	28,4%	35,1%	36,5%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>60,0%</b>	<b>76,5%</b>	<b>81,8%</b>	<b>72,5%</b>
	oui	Effectif	14	8	6	28
		% dans Crise de trésorerie	50,0%	28,6%	21,4%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>40,0%</b>	<b>23,5%</b>	<b>18,2%</b>	<b>27,5%</b>
Total		Effectif	35	34	33	102
		% dans Crise de trésorerie	34,3%	33,3%	32,4%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Pour les difficultés rencontrées lors du remboursement du dernier prêt et en comparant seulement le groupe intermédiaire au groupe des plus anciens, on relève que tous les clients du groupe intermédiaire (ici 34) déclarent n'avoir pas eu de difficultés alors que parmi les très anciens on compte 3 clients sur 32 qui déclarent avoir rencontré des difficultés. Statistiquement, ces différences ne sont pas significatives (Tableau 14).

## Comparaison des difficultés de remboursement du prêt dans les trois catégories de clients

Tableau 14

			Ancienneté			Total
			premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme	
Difficultés lors du remboursement du dernier prêt	non	Effectif	5	34	32	71
		% dans Difficultés lors du remboursement du dernier prêt	7,0%	47,9%	45,1%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>91,4%</b>	<b>95,9%</b>
	oui	Effectif	0	0	3	3
		% dans Difficultés lors du remboursement du dernier prêt	,0%	,0%	100,0%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>,0%</b>	<b>,0%</b>	<b>8,6%</b>	<b>4,1%</b>
Total		Effectif	5	34	35	74
		% dans Difficultés lors du remboursement du dernier prêt	6,8%	45,9%	47,3%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Enfin, pour le recours à d'autres sources de crédit, comme le montre le Tableau 15, et le test statistique le prouve, aucune différence significative entre les groupes n'est à signaler.

### Comparaison du recours à d'autres sources de crédit dans les trois catégories de clients

Tableau 15

			Ancienneté			Total
			premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme	
Autres sources de crédit	non	Effectif	21	28	32	81
		% dans Autres sources de crédit	25,9%	34,6%	39,5%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>75,0%</b>	<b>82,4%</b>	<b>91,4%</b>	<b>83,5%</b>
	oui	Effectif	7	6	3	16
		% dans Autres sources de crédit	43,8%	37,5%	18,8%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>25,0%</b>	<b>17,6%</b>	<b>8,6%</b>	<b>16,5%</b>
Total		Effectif	28	34	35	97
		% dans Autres sources de crédit	28,9%	35,1%	36,1%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

En conclusion, sur l'utilisation du prêt, ce qu'il y a lieu de mettre en évidence est plutôt la similarité (vérifiée statistiquement) de comportement entre les moyennement anciens et les très anciens, même si au niveau de l'échantillon les clients du groupe intermédiaire ont tendance à déclarer utiliser en totalité leur prêt à l'AGR et à ne pas connaître des difficultés de remboursement de leur prêt. Il en est de même pour les difficultés de remboursement et le recours à d'autres sources de crédit. Tout au plus, il semble que la participation au programme affaiblit les risques de trésorerie.

#### L'appréciation des clients

Il s'agit ici seulement des clients anciens (2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> groupes). Il s'avère qu'il y a une similarité (statistiquement prouvée) entre ces 2 groupes quant à leur appréciation. Les différences qui peuvent être constatées ne sont pas significatives. En gros, la 1<sup>ère</sup> dimension relevée en terme de niveau d'appréciation est celle relative à la stabilité et à la continuité du financement, vient ensuite la qualité des relations avec les agents de crédit (surtout pour les très anciens). Enfin, l'ensemble constitué par la facilité des garanties, la rapidité et l'efficacité du service arrive en 3<sup>ème</sup> position (Tableau 16).

## Comparaison de l'appréciation dans les catégories

Tableau 16

		Ancienneté		
		12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme	Total
Ce que le client apprécie dans le programme 1	taux d'intérêt bas par rapports aux autres sources de financ	Effectif 1	2	3
	% dans Ce que le client apprécie dans le programme 1	33,3%	66,7%	100,0%
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>2,9%</b>	<b>5,7%</b>	<b>4,3%</b>
financement stable et continue	Effectif	20	16	36
	% dans Ce que le client apprécie dans le programme 1	55,6%	44,4%	100,0%
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>57,1%</b>	<b>45,7%</b>	<b>51,4%</b>
solidarité du groupe	Effectif	1		1
	% dans Ce que le client apprécie dans le programme 1	100,0%		100,0%
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>2,9%</b>		<b>1,4%</b>
relation avec les AC	Effectif	3	9	12
	% dans Ce que le client apprécie dans le programme 1	25,0%	75,0%	100,0%
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>8,6%</b>	<b>25,7%</b>	<b>17,1%</b>
services financiers variés	Effectif		3	3
	% dans Ce que le client apprécie dans le programme 1		100,0%	100,0%
	<b>% dans Ancienneté</b>		<b>8,6%</b>	<b>4,3%</b>
efficacité et rapidité de service par rapport à d'autres...	Effectif	4	3	7
	% dans Ce que le client apprécie dans le programme 1	57,1%	42,9%	100,0%
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>11,4%</b>	<b>8,6%</b>	<b>10,0%</b>
facilité des garanties	Effectif	4	1	5
	% dans Ce que le client apprécie dans le programme 1	80,0%	20,0%	100,0%
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>11,4%</b>	<b>2,9%</b>	<b>7,1%</b>
autres	Effectif	2	1	3
	% dans Ce que le client apprécie dans le programme 1	66,7%	33,3%	100,0%
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>5,7%</b>	<b>2,9%</b>	<b>4,3%</b>
Total	Effectif	35	35	70
	% dans Ce que le client apprécie dans le programme 1	50,0%	50,0%	100,0%
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

## Les bénéfices

L'impact le plus décisif du programme sur la micro-entreprise se trouve au niveau des bénéfices déclarés et/ou calculés. Comme le montre le Tableau 17, aussi bien pour les bénéfices déclarés que pour les bénéfices calculés, les différences entre les 3 groupes sont importantes et statistiquement très significatives. Les bénéfices du groupe des très anciens sont en moyenne 2 fois supérieurs à ceux du groupe intermédiaire et 4 fois supérieurs à ceux du groupe des nouveaux. Les différences au niveau du montant des bénéfices sont en gros, les mêmes entre le groupe intermédiaire par rapport au groupes des nouveaux et le groupe des très anciens par rapport au groupe des moyennement anciens.

Une analyse statistique plus fine montre que les écarts entre le groupe intermédiaire par rapport à celui des nouveaux sont plus significatifs que les écarts entre les intermédiaires et les très anciens ce qui signifierait très probablement une dépréciation quant au rendement du prêt dans le passage du 2<sup>ème</sup> au 3<sup>ème</sup> groupe.

### Comparaison entre les bénéfices mensuels dans les trois catégories de clients

Tableau 17

		N	Moyenne	Ecart-type
Somme des bénéfices déclarés des différentes activités	premier prêt	32	175,688	161,776
	12 à 18 mois dans le programme	28	389,643	240,897
	3 ans et plus ans dans le programme	31	748,452	896,245
	Total	91	436,637	593,771
Somme des bénéfices calculés des différentes activités	premier prêt	32	199,406	196,931
	12 à 18 mois dans le programme	35	418,743	369,792
	3 ans et plus ans dans le programme	35	777,914	847,087
	Total	102	473,176	597,030

## L'utilisation des profits de la micro-entreprise

Concernant l'affectation du profit, soit au réinvestissement dans le projet, soit à l'épargne ou à la consommation, il y a lieu de relever (Tableau 17-1) :

- Pour le réinvestissement dans le projet, c'est le groupe intermédiaire qui se singularise puisque plus de la moitié des clients de ce groupe (54,2%) réinvestissent dans la micro-entreprise alors qu'un très ancien sur 5 (20,3%) et un nouveau sur 4 (25,4%) procèdent de la sorte. Les différences sont donc très significatives et indiquent encore la contre-performance relative des très anciens ; ces derniers ont tendance à moins réinvestir dans leur projet alors qu'ils reçoivent de plus en plus de micro-crédits compte tenu de leur ancienneté.
- Ce constat se vérifie au niveau de l'affectation du profit à la consommation. Alors qu'ils ne sont que 2 sur 35 dans le groupe intermédiaire à allouer leur profit à la consommation, ils sont plus du tiers parmi les nouveaux (35,7%) et plus de la moitié (57,5%) a utilisé son profit à des fins de consommation. Là encore, les différences sont significatives et corroborent le constat sur la dépréciation du rendement du micro-crédit.

## Comparaison de l'utilisation des profits dans les trois catégories de clients

Tableau 17 - 1

		Ancienneté			Total
		premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme	
Poste de dépense du profit (1 seule catégorie)	Réinvestissement dans le projet	Effectif 15	32	12	59
	% dans Poste de dépense du profit (1 seule catégorie)	25,4%	54,2%	20,3%	100,0%
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>44,1%</b>	<b>91,4%</b>	<b>34,3%</b>	<b>56,7%</b>
	Epargne	Effectif 4	1	0	5
	% dans Poste de dépense du profit (1 seule catégorie)	80,0%	20,0%	,0%	100,0%
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>11,8%</b>	<b>2,9%</b>	<b>,0%</b>	<b>4,8%</b>
	Consommation	Effectif 15	2	23	40
	% dans Poste de dépense du profit (1 seule catégorie)	37,5%	5,0%	57,5%	100,0%
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>44,1%</b>	<b>5,7%</b>	<b>65,7%</b>	<b>38,5%</b>
Total	Effectif	34	35	35	104
	% dans Poste de dépense du profit (1 seule catégorie)	32,7%	33,7%	33,7%	100,0%
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

### Investissement dans la micro-entreprise

#### a) Achat de grand matériel durant la dernière année

Alors qu'ils ne sont que 5,7% parmi les nouveaux, ils représentent respectivement 38,2% et 40% pour les moyennement et les très anciens. Certes, la différence est significative entre nouveaux et anciens, mais entre ces derniers on peut dénoter une quasi similarité (Tableau 17-2).

#### b) Achat d'un moyen de transport

Ici encore, on peut faire le même constat avec un seuil de significativité légèrement inférieur (5,8%) alors qu'on ne compte aucun nouveau répondant par l'affirmative concernant l'acquisition d'un moyen de transport, 1 des très anciens sur 7 (14%) déclare avoir acheté un moyen de transport contre seulement 1 sur 18 environ (6%) parmi le groupe intermédiaire. Toutefois, au plan statistique les différences constatées parmi les anciens ne sont pas significatives (Tableau 17-3).

#### c) Grand investissement dans le site de vente

En dépit des différences constatées : 11,4% ; 21,2% et 8,6% pour les trois groupes, statistiquement on ne peut conclure à l'existence d'un impact du programme, puisqu'il y a similarité (Tableau 17-4).

Ainsi, d'une manière générale, concernant l'investissement dans la micro-entreprise, la différence est généralement significative entre les nouveaux et tous les anciens confondus (sauf pour l'investissement dans le site de vente). Toutefois, la similarité parmi les moyennement et très anciens est sujette à questionnement ... Les contre-performances relatives que nous avons relevées à propos des très anciens en comparaison avec les moyennement anciens ne trouvent pas ici une explication, puisque le comportement des 2 groupes en matière d'investissement dans la micro-entreprise n'est pas différent.

## Comparaison de l'investissement dans des équipements entre trois catégories de clients

Tableau 17-2

			Ancienneté			Total
			premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme	
Achat de grand matériel durant la dernière année	non	Effectif	33	21	21	75
		% dans Achat de grand matériel durant la dernière année	44,0%	28,0%	28,0%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>94,3%</b>	<b>61,8%</b>	<b>60,0%</b>	<b>72,1%</b>
	oui	Effectif	2	13	14	29
		% dans Achat de grand matériel durant la dernière année	6,9%	44,8%	48,3%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>5,7%</b>	<b>38,2%</b>	<b>40,0%</b>	<b>27,9%</b>
Total	Effectif	35	34	35	104	
	% dans Achat de grand matériel durant la dernière année	33,7%	32,7%	33,7%	100,0%	
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	

## Comparaison de l'investissement dans un moyen de transport entre les trois catégories de clients

Tableau 17-3

			Ancienneté			Total
			premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme	
Achat de moyen de transport durant la dernière année	non	Effectif	35	31	30	96
		% dans Achat de moyen de transport durant la dernière année	36,5%	32,3%	31,3%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>93,9%</b>	<b>85,7%</b>	<b>93,2%</b>
	oui	Effectif	0	2	5	7
		% dans Achat de moyen de transport durant la dernière année	,0%	28,6%	71,4%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>,0%</b>	<b>6,1%</b>	<b>14,3%</b>	<b>6,8%</b>
Total	Effectif	35	33	35	103	
	% dans Achat de moyen de transport durant la dernière année	34,0%	32,0%	34,0%	100,0%	
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	

## Comparaison de l'investissement dans le lieu de vente entre les trois catégories de clients

Tableau17-4

		Ancienneté			Total	
		premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme		
Grand investissement dans le lieu de vente durant la dernière année	non	Effectif	31	26	32	89
		% dans Grand investissement dans le lieu de vente durant la dernière année	34,8%	29,2%	36,0%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>88,6%</b>	<b>78,8%</b>	<b>91,4%</b>	<b>86,4%</b>
	oui	Effectif	4	7	3	14
	% dans Grand investissement dans le lieu de vente durant la dernière année	28,6%	50,0%	21,4%	100,0%	
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>11,4%</b>	<b>21,2%</b>	<b>8,6%</b>	<b>13,6%</b>	
Total		Effectif	35	33	35	103
		% dans Grand investissement dans le lieu de vente durant la dernière année	34,0%	32,0%	34,0%	100,0%
		<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

### 4.5 IMPACT SUR LA COMMUNAUTE

#### Nombre d'employés :

Alors que parmi les nouveaux clients, 33 sur 34 (soit 97,1%) déclarent ne recourir à aucun employé, on compte parmi le groupe intermédiaire 11 clients employant 1 ou 2 personnes. Ce nombre n'est que 8 pour le groupe des très anciens. Les différences entre les trois groupes sont très significatives et montrent encore une fois l'impact du programme avec une meilleure performance du groupe intermédiaire. Au vu de ces données, le nombre d'employés engagé durant les 12 derniers mois (**en dehors des micro-entrepreneurs-clients**) est de 26 pour 104 micro-entreprises (soit le ¼) ce qui signifie que le micro-crédit ne consolide pas seulement l'emploi (celui du client micro-entrepreneur, mais contribue à créer des emplois (à raison d'un emploi additionnel pour 4 micro-entreprises) (Tableau 18).

## Comparaison du nombre d'employés rémunérés dans les micro-entreprises des trois catégories de clients

**Tableau 18**

		Ancienneté			Total
		premier prêt	12 à 18 mois dans le programme	3 ans et plus ans dans le programme	
Nombre d'employés	0 Effectif	33	23	27	83
	% dans Nombre d'employés	39,8%	27,7%	32,5%	100,0%
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>97,1%</b>	<b>67,6%</b>	<b>77,1%</b>	<b>80,6%</b>
1	Effectif	0	8	6	14
	% dans Nombre d'employés	,0%	57,1%	42,9%	100,0%
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>,0%</b>	<b>23,5%</b>	<b>17,1%</b>	<b>13,6%</b>
2	Effectif	1	3	2	6
	% dans Nombre d'employés	16,7%	50,0%	33,3%	100,0%
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>2,9%</b>	<b>8,8%</b>	<b>5,7%</b>	<b>5,8%</b>
Total	Effectif	34	34	35	103
	% dans Nombre d'employés	33,0%	33,0%	34,0%	100,0%
	<b>% dans Ancienneté</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

### Scolarisation et travail des enfants :

Comme le montre le Tableau 19, les taux de scolarisation (enfants scolarisés / enfants en âge scolaire), en dépit des différences constatées de visu, sont similaires au plan statistique. Ainsi, le programme n'a pas d'impact à ce niveau.

### Comparaison du taux de scolarisation des enfants dans les trois catégories de clients

**Tableau 19**

Taux de scolarisation			
	N	Moyenne	Ecart-type
premier prêt	23	,94	,14
12 à 18 mois dans le programme	21	,90	,25
3 ans et plus ans dans le programme	26	,80	,37
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>,88</b>	<b>,28</b>

Quant aux enfants scolarisés âgés de moins de 11 ans, un seul enfant appartenant au groupe des très anciens a été déclaré travailler dans la micro-entreprise. Pour les enfants scolarisés âgés de 11 à 15 ans, 6 enfants au total ont été déclarés travaillant dans la micro-entreprise du client (2 pour le groupe

intermédiaire et 4 pour les très anciens). Pour les enfants non scolarisés et déclarés travailler dans l'une des entreprises du client, 3 enfants ont été déclarés (1 de moins de 11 ans pour le groupe intermédiaire et 2 de 11 à 15 ans pour les très anciens. Il semble, au plan statistique qu'il y a similarité entre les groupes et donc pas d'impact du programme à ce titre même si le groupe des très anciens a tendance à employer plus d'enfants (7 sur les 10 déclarés pour l'ensemble de l'échantillon).

#### 4.6 IMPACT SUR LA FEMME (EMANCIPATION, PRISE DE POUVOIR)

Quant à l'existence d'une patente ou agrément juridique pour le projet des micro-entrepreneurs femmes, l'ancienneté joue positivement puisque la proportion des femmes qui déclarent posséder une patente passe de 14,7% à 32,4% et à 52,9% (sur le total de l'échantillon, 40,5% des femmes clientes sont patentées). Les différences entre les groupes sont significatives au plan statistique et montrent l'impact positif du programme (Tableau 21).

#### Comparaison de l'existence d'une patente ou agrément juridique pour le projet dans les trois catégories de clientes

Tableau 21

		Existence d'une patente ou agrément juridique pour le projet		
		non	oui	Total
premier prêt	Effectif	19	5	24
	% dans Ancienneté	79,2%	20,8%	100,0%
	<b>% dans Existence d'une patente ou agrément juridique pour le projet</b>	<b>37,3%</b>	<b>14,7%</b>	<b>28,2%</b>
12 à 18 mois dans le programme	Effectif	22	11	33
	% dans Ancienneté	66,7%	33,3%	100,0%
	<b>% dans Existence d'une patente ou agrément juridique pour le projet</b>	<b>43,1%</b>	<b>32,4%</b>	<b>38,8%</b>
3 ans et plus ans dans le programme	Effectif	10	18	28
	% dans Ancienneté	35,7%	64,3%	100,0%
	<b>% dans Existence d'une patente ou agrément juridique pour le projet</b>	<b>19,6%</b>	<b>52,9%</b>	<b>32,9%</b>
Total	Effectif	51	34	85
	% dans Ancienneté	60,0%	40,0%	100,0%
	<b>% dans Existence d'une patente ou agrément juridique pour le projet</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Près de 2/3 des patentes enregistrées sont déclarées au nom de la cliente mais les nouvelles clientes ont une tendance statistiquement non négligeable à avoir une patente en leur nom propre (Tableau 22).

**Comparaison des Patentes au nom de la cliente  
dans les trois catégories de clientes**

**Tableau 22**

		Patente au nom de la cliente		Total
		non	oui	
premier prêt	Effectif	0	5	5
	% dans Ancienneté	,0%	100,0%	100,0%
	<b>% dans Patente au nom de la cliente</b>	<b>,0%</b>	<b>23,8%</b>	<b>15,2%</b>
12 à 18 mois dans le programme	Effectif	3	7	10
	% dans Ancienneté	30,0%	70,0%	100,0%
	<b>% dans Patente au nom de la cliente</b>	<b>25,0%</b>	<b>33,3%</b>	<b>30,3%</b>
3 ans et plus ans dans le programme	Effectif	9	9	18
	% dans Ancienneté	50,0%	50,0%	100,0%
	<b>% dans Patente au nom de la cliente</b>	<b>75,0%</b>	<b>42,9%</b>	<b>54,5%</b>
Total	Effectif	12	21	33
	% dans Ancienneté	36,4%	63,6%	100,0%
	<b>% dans Patente au nom de la cliente</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>