

# 20 ans de microcrédit en France

## Les enseignements de l'expérience de l'Adie



1. **Origine, missions et perspectives de l'Adie : les chômeurs créent leur emploi**
2. **Le marché du microcrédit en France**
3. **Crédit : adaptation des méthodes et diversification des produits**
4. **Formation, conseils et services aux clients : un appui indispensable pour réussir**
5. **Partenariat avec le secteur financier : un sas d'entrée pour les exclus dans les circuits classiques**
6. **Un appui décisif de l'Europe : du démarrage jusqu'à l'extension**
7. **Partenariat avec le secteur public : l'appui de l'Etat et des collectivités territoriales**
8. **Partenariat avec les entreprises socialement responsable : un moteur de développement**
9. **Changement de l'environnement institutionnel : une condition indispensable pour développer la microfinance en Europe**
10. **Le modèle économique de l'Adie**

# Introduction

Ces dix fiches résument de façon schématique le parcours de l'Adie, pionnière du microcrédit en Europe. Bien qu'il existe des différences sensibles entre les pays et les types de clientèle, l'expérience de l'Adie peut être utile à d'autres institutions, plus récentes.

Les principales leçons que l'on peut en tirer sont les suivantes.

- Une institution de microfinance peut être créée à partir de rien, à l'image des entreprises créées par ses clients.
- Si le marché potentiel existe, le développement de l'offre de microcrédit exige une adaptation de l'environnement institutionnel. Cette adaptation est rarement facile, mais elle est possible si l'on peut démontrer que le microcrédit contribue effectivement à la croissance et à l'emploi.
- Le développement du microcrédit en Europe, et plus particulièrement en Europe de l'Ouest, ne peut se faire qu'avec l'appui financier et politique des banques.
- Les services de formation, de conseil et d'appui aux clients sont en règle générale nécessaires, en complément du microcrédit, compte tenu de la complexité de l'environnement institutionnel.
- L'Europe, qui a contribué considérablement au développement du microcrédit en France en finançant notamment la formation et le conseil aux chômeurs créateurs d'entreprise, peut le faire de façon beaucoup plus large encore dans le cadre du programme 2007–2013 des fonds structurels. L'Initiative Européenne pour le Développement du Microcrédit publiée en novembre 2007 donne un cadre général à l'action des pouvoirs publics, des institutions financières et des institutions de microfinance.
- En Europe comme ailleurs, le microcrédit est un instrument de pouvoir mis à la disposition des personnes les plus démunies pour bâtir leur propre destin. Il est en phase avec les nouvelles technologies et l'évolution d'une économie industrielle vers une économie des services. Il est, en même temps un ferment social en faveur d'une démocratisation de l'économie.
- Pour jouer ce rôle et apporter un service continu à ses clients, les institutions de microcrédit doivent, comme partout ailleurs, arriver, à terme, à être pérennes, sans abandonner pour autant leur vocation sociale.

Maria Nowak  
Présidente de l'Adie

# Origine, missions et perspectives de l'Adie : Les chômeurs créent leur propre emploi

## ⇒ Adaptation d'une idée venue du Sud au contexte d'un pays industriel

L'Adie a été créée en décembre 1988 par trois bénévoles, sans capital de départ, s'inspirant de l'exemple de la Grameen Bank du Bangladesh. L'hypothèse de base était que la mutation vers la nouvelle économie basée sur les nouvelles technologies et la montée des services allait réhabiliter le travail indépendant, très dévalorisé par la prééminence du travail salarié et le rôle omniprésent de l'Etat providence. Dans cette hypothèse, les petites unités de production allaient retrouver leur place et le microcrédit leur ouvrirait l'accès au capital nécessaire pour leur création et développement.

## ⇒ Une triple mission : financer, accompagner et aider à l'adaptation du cadre légal

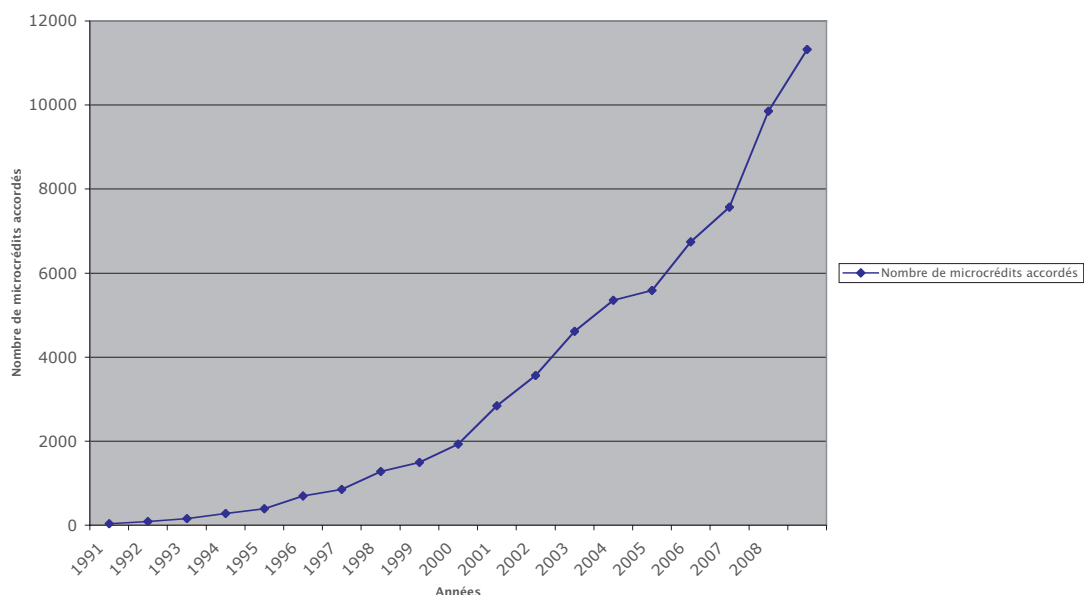
L'association s'est choisie, dès l'origine, une triple mission :

- Financer les personnes en difficulté, qui n'ont pas accès aux banques, et qui souhaitent créer une micro-entreprise,
- Leur apporter la formation, les conseils et les services dont elles ont besoin pour réussir,
- Tirer les enseignements de cette expérience en vraie grandeur pour proposer des changements législatifs et réglementaires levant les obstacles au développement des micro-entreprises et du microcrédit.

## ⇒ Une croissance continue

Partie de rien, à l'image de ses clients, l'Adie a augmenté régulièrement son activité. Son rythme de croissance est, aujourd'hui, de 30 % par an.

Courbe de croissance de l'Adie



## ⇒ Un public cible n'ayant pas accès direct au crédit bancaire

---

Le public de l'Adie est composé, pour 43%, des bénéficiaires du Revenu Minimum d'Insertion, allocation dont bénéficient des personnes n'ayant pas d'autres ressources, de 43% de chômeurs et 14% de travailleurs pauvres. Près de 36% sont des femmes. La caractéristique majeure du microcrédit accordé par l'Adie est qu'il touche aussi bien des personnes qui savent à peine lire et écrire (21%), que ceux qui ont fait des études universitaires (22%), et qui, dans un cas comme dans l'autre, n'ont pas accès au crédit bancaire.

Ce public est servi par un réseau qui couvre toute la France, y compris l'Outre-Mer avec 130 antennes et près de 400 permanences.

## ⇒ Bilan 2007

---

Les résultats chiffrés de l'année 2007 sont les suivants :

### Crédit

Nombre des prêts : 9 853  
Nombre de clients actifs : 18 031  
Taux d'impayés : 6,4%  
Taux de pertes : 2,5%

### Formation / Conseil

Entreprises nouvelles : 8 297  
Entreprises en développement : 1 556  
Taux de pérennité des entreprises : 65% sur 2 ans  
Taux d'insertion : 80%

La loi de modernisation de l'économie votée en juillet 2008 contient un volet sur le travail indépendant et le microcrédit.

Au-delà des résultats chiffrés, le véritable succès de l'Adie est d'avoir changé le regard de l'opinion publique sur les chômeurs et les bénéficiaires de l'aide sociale, leur capacité de créer leur propre emploi, d'emprunter et de rembourser les prêts. Comme tous les changements culturels, cette évolution a pris du temps. Les résultats concrets atteints par les clients de l'Adie ont donné à l'association la crédibilité nécessaire auprès des pouvoirs publics pour obtenir des changements législatifs rendant l'environnement institutionnel du microcrédit plus favorable à son développement. L'importance de la demande, révélée par l'offre et le bon contrôle du risque lui ont permis de bénéficier de l'appui de quasi toutes les banques françaises, tandis que la création d'emplois par et pour les publics en difficulté a justifié le financement par les pouvoirs publics – Etat, Commission Européenne, collectivités locales, des surcoûts du crédit et des services de formation et de conseil aux créateurs.

## ⇒ Perspectives du Plan triennal 2008-2010

---

Grâce à l'évolution du cadre légal, l'association peut envisager aujourd'hui de doubler son activité en 2010 et de devenir pérenne en matière de crédit, en jouant sur les quatre leviers : volume d'opérations, augmentation de la productivité, contrôle du risque et taux d'intérêt.

Elle le fera en restant fidèle à sa cible de population démunie, n'ayant pas accès aux banques, en veillant à la protection des usagers. Avec l'évolution de la précarité et l'intérêt croissant des banques dont certaines interviennent déjà directement sur le segment supérieur de la clientèle, l'Adie étendra sa cible vers les petites activités génératrices de revenu du secteur informel, qu'elle s'emploiera à officialiser, ainsi que vers les travailleurs pauvres. En même temps, pour mieux servir sa clientèle, elle diversifiera ses produits et ses méthodes, exploitant pleinement les possibilités ouvertes par les nouvelles technologies.

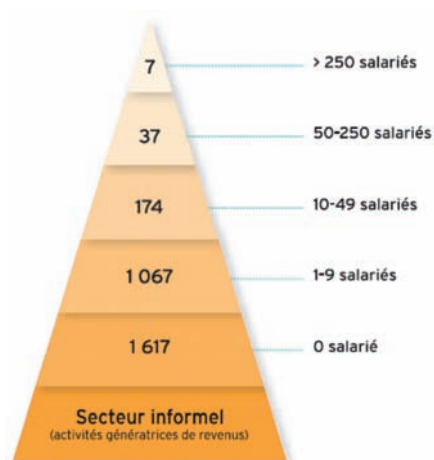
Parallèlement au crédit, les services de formation et de conseil aux clients vont continuer à se développer et à se professionnaliser suite à la séparation des deux pôles au niveau du personnel et de la gestion. Ils continueront à bénéficier de l'appui d'un nombre important de bénévoles et d'un financement, public en majorité, même si des dispositions sont prises pour mobiliser davantage de fonds privés.



# [ Le marché du microcrédit en France ]

## ⇒ Les micro-entreprises : une place essentielle dans l'économie française

- *Les micro-entreprises sont majoritaires dans le tissu économique français*



Sur 2,9 millions d'entreprises en France, 92% d'entre elles sont des micro-entreprises, entendues au sens d'entreprises de moins de 10 salariés. Elles représentent 1/5<sup>ème</sup> de la valeur ajoutée et 23% de l'emploi. Quant au secteur informel, il pèse entre 10% et 15% du PIB.

- *Des besoins de financement à la création peu élevés*

Les besoins de financement à la création sont faibles dans la plupart des cas : près de 60% des créations pures en France sont financées par un montant inférieur à 8000 euros ; 22% d'entre elles n'ont nécessité qu'un financement inférieur à 2000 euros. Aujourd'hui, quatre entreprises sur cinq se créent sans salarié.

- *Les personnes en situation précaire jouent un rôle moteur en matière de création d'entreprises*

En 2006, 113 000 chômeurs ont créé leur entreprise, soit 40 % des créateurs, contre 34% en 2002. La même année, 64 % des nouveaux entrepreneurs déclarent avoir créé leur affaire pour assurer leur propre emploi, soit 10 points de plus qu'en 2002.

## ⇒ La demande de microcrédit va croître dans les prochaines années

- La création d'activité est en augmentation régulière au cours des 10 dernières années (+13% entre 2006 et 2007).

- Dans une tendance à la désindustrialisation, l'économie de services gagne sans cesse du terrain, créant un contexte favorable à la progression des petites unités de production de biens et services.

- Comparée à ses partenaires de l'UE, la France accuse un certain retard dans ce domaine : les travailleurs indépendants représentent 10% de l'emploi total de l'économie marchande non financière, contre 16% dans l'UE 25. Par ailleurs, le travail indépendant séduit de plus en plus de Français, 41% d'entre eux déclarant préférer le statut d'indépendant à celui de salarié.

- Au plan réglementaire, les évolutions positives enregistrées ces dernières années laissent penser que l'environnement du microcrédit et des micro-entreprises continue à s'améliorer.

## ⇒ Une offre actuelle encore limitée et nettement inférieure à la demande potentielle

Les estimations de l'Adie concernant le marché du microcrédit en France sont basées sur la définition qu'en donne l'UE ; soit, en particulier, un montant inférieur à 25 000 euros.

- L'offre actuelle pour les deux segments (bancable et non bancable)

Le nombre annuel de micro-entreprises ayant accès à un microcrédit bancaire au démarrage peut être estimé à **environ 70 000** par an. Quant au nombre de micro-entreprises dans leur trois premières années d'existence, ayant accès à un microcrédit bancaire hors création, il est estimé à **environ 41 000**. Au total, l'offre bancaire annuelle est évaluée à **111 000 crédits**.

Quant au segment non bancable, il est assimilable à l'activité de l'Adie principale institution de microcrédit française. En 2007, l'Adie a distribué **10 000 microcrédits, dont 8 500 à la création d'entreprise et 1 500 pour leur développement**.

- Évaluation de la demande potentielle

Pour le segment bancable, l'Adie évalue la demande potentielle annuelle à **113 000 prêts à la création et 98 000 hors création** (durant les trois premières années d'existence). Ces chiffres sont, pour le segment non bancable, de **48 000 prêts à la création** en hypothèse basse (et jusqu'à 98 000 prêts en hypothèse haute), et à **42 000 prêts hors création**.

- Au total, l'écart entre offre et demande potentielle met en évidence l'insuffisance de l'offre actuelle

MARCHÉ DU MICROCRÉDIT NON BANCAIRE		Offre actuelle	Demande potentielle	Lacune du marché
	À la création	8 500	Entre 48 000 et 98 000	39 500 -89 500
	Hors création	1 500	42 000	40 500
	TOTAL	10 000	90 000-140 000	80 000-130 000

## ⇒ En matière de microcrédit, l'offre crée la demande

Dans un contexte de déficit de l'offre par rapport à la demande potentielle, et alors même que celle-ci est largement latente, il est nécessaire d'aller au devant de la clientèle pour développer le marché du microcrédit en France. Ceci passe par la mise en place d'une politique de marketing et de communication :

- Marketing : passer d'une offre globale à une stratégie de segmentation clients et produits, mieux connaître les attentes des différents segments de clientèle, créer des produits de crédit et d'accompagnement adaptés à leurs caractéristiques et besoins.
- Communication : mieux faire connaître le microcrédit au sein du grand public (action auprès des médias), mieux informer les différents publics cibles sur la création de micro-entreprise et ses possibilités de financement, adapter le discours aux divers types de clientèle (jeunes des « quartiers », gens du voyage, populations rurales...).



## Crédit : adaptation des méthodes et diversification des produits

### ⇒ Une diversification des méthodes en fonction des cibles

À défaut de pouvoir généraliser la méthode du groupe solidaire dans un pays où les solidarités locales ont été brisées par l'exode rural et où les emprunteurs ne se connaissent pas et sont éloignés les uns des autres, l'Adie l'a adaptée au contexte d'un pays industriel en remplaçant la solidarité du groupe par celle de l'entourage. Cette solidarité se traduit par une ou plusieurs cautions sur la moitié du prêt. Elle témoigne du fait que le client n'est pas isolé et sera soutenu dans son projet. Elle permet aussi de faire pression à travers les cautions pour obtenir le remboursement du prêt (soit par l'emprunteur, soit directement par la caution).

Ce principe a fait la preuve de son efficacité, en répartissant le risque et en responsabilisant l'emprunteur. Cependant, il ne convient pas forcément bien à tous les profils, ce qui a conduit l'Adie à élaborer des variantes, plus conformes à la situation de certains segments de clientèle.

- La méthode des groupes reste appliquée à certaines populations migrantes, notamment, mais pas exclusivement, celles originaires d'Afrique subsaharienne. Il s'agit de réunir un minimum de trois personnes ayant besoin de microcrédit, auxquelles on délivre des prêts, de façon individuelle, au même moment et pour la même durée de remboursement. En cas de défaillance de l'un des emprunteurs, le groupe peut soit exercer une pression sur celui-ci pour qu'il s'acquitte de ses obligations, soit suppléer au paiement.
- Pour les gens du voyage, plutôt qu'un cautionnement, l'Adie a mis en œuvre un système de témoignage. Chaque emprunteur fournit deux témoins de moralité, un emprunteur connu de l'Adie et un emprunteur potentiel : une défaillance de remboursement se traduit par l'impossibilité d'emprunter pour les deux témoins.

La méthode des prêts de montant progressif est par ailleurs pratiquée pour inciter au remboursement.

### ⇒ De nouveaux produits répondant aux besoins des clients

Si le microcrédit répond au départ à un besoin de financement pour le lancement d'une activité, l'expérience révèle l'existence d'autres attentes de la part des clients... Pour y répondre, l'Adie a mis en place ou expérimenté sous forme de projets pilotes, plusieurs produits complémentaires

#### 1. Prêts d'honneur, primes et avances remboursables

Les créateurs ont souvent des besoins en fonds propres ou quasi fonds propres que ne couvre pas le microcrédit accordé au départ (plutôt utilisé pour financer un stock, du matériel, le fonds de roulement, etc.). Pour pallier ce manque, l'Adie délivre :

- des prêts d'honneur sur des fonds mis à sa disposition par les collectivités locales et par les banques ou entreprises partenaires,
- des avances remboursables EDEN, dispositif financé par l'État et géré dans la majorité des régions par l'Adie,
- des primes, à la création accordées aux chômeurs par les collectivités locales en complément du prêt de l'Adie.

#### 2. Micro-assurance

L'accès des micro-entrepreneurs à l'assurance se heurte souvent à des difficultés : coût, adéquation de l'offre à leurs caractéristiques (« sur-assurance »), appréhension psychologique, complexité des polices, accès restreint pour certaines populations ou certains métiers... En collaboration avec des compagnies d'assurance, l'Adie teste actuellement un dispositif de micro-assurance, comprenant notamment la garantie multirisques professionnels, la garantie habitation, la garantie automobile et marchandises transportées et la garantie décennale pour les métiers du bâtiment. Une perspective d'un créateur sur deux souscrivant une micro-assurance est envisagée, et nécessaire afin de pérenniser le système, lequel repose sur la mutualisation du risque et doit s'autofinancer à terme.

### 3. Microcrédit d'insertion

L'objectif de l'Adie est d'octroyer des microcrédits aux particuliers dans l'objectif de favoriser le retour ou l'accès à l'emploi, et la stabilité dans l'emploi. Le public cible est constitué de personnes au chômage ou qui connaissent des formes précaires d'emploi (exemple : intérimaires). Le projet pilote initié par l'Adie concerne le financement des dépenses à visée d'insertion, notamment la mobilité (transport, permis de conduire, frais de déménagement et d'emménagement...) et la formation professionnelle.

#### **⇒ Un effort constant pour améliorer la pénétration et la pérennité du microcrédit, tout en assurant la protection des usagers**

Depuis la levée du plafond sur les taux d'intérêt en 2005, l'Adie peut envisager d'assurer la couverture progressive de ses coûts de crédit. Elle a pour cela procédé à une réforme interne de son organisation en séparant la gestion des deux pôles crédit et accompagnement et a augmenté à deux reprises ses conditions de prêts qui sont aujourd'hui les suivantes :

Produit	Montant maximum	Taux	Contribution	Durée maximum	Garantie
Microcrédit	5 500 euros	9,71 %	5 %	2 ans	50 % du prêt
Prêt d'honneur subordonné	Montant microcrédit	0	5 %	4 ans	Néant

À chaque fois, elle a organisé, au préalable des groupes de discussion avec ses clients pour assurer que les taux envisagés ne pesaient pas de façon excessive sur leur compte d'exploitation. L'opinion des clients est que

- l'accès au crédit est plus important que le coût du crédit
- le montant des échéances reste compatible avec leur revenu
- le coût du crédit est faible, par rapport à l'ensemble des services apportés par l'Adie

La marge actuelle ne permettant pas encore de couvrir le coût du crédit, l'Adie mène un effort parallèle pour augmenter le volume de son activité et améliorer la productivité à travers notamment la création d'une plateforme téléphonique et un système d'instruction sur Internet, des agences pilotes dans les quartiers populaires et des agences mobiles en milieu rural.

Les performances sociales de l'association sont suivies aussi attentivement que ses performances financières : sa population cible, reste la même depuis l'origine avec un effort croissant pour toucher la clientèle la plus démunie dans les quartiers urbains sensibles et en zone rurale. Le faible montant de ses prêts et du plan de financement global des emprunteurs (20 000 euros au maximum) par rapport au PIB par habitant (30 000 euros) est un indicateur qui va dans le même sens. Enfin, l'Adie a mis au point en 2007 un score social, indiquant le degré d'exclusion des clients. Ce score synthétique prend en compte quatorze indicateurs, sept d'exclusion sociale et sept d'exclusion financière. L'objectif est d'améliorer ce score au cours des 3 prochaines années, en espérant que le segment supérieur de la clientèle sera progressivement couvert par les banques.





## Formation, conseil et services aux clients : un appui indispensable pour réussir

### ⇒ L'accompagnement : une réponse à la complexité de l'environnement

Contrairement aux pays du Sud, où les petites entreprises opèrent dans un contexte administratif relativement simple et fluide, la situation des pays occidentaux, et particulièrement de la France, se caractérise par un environnement réglementaire à la fois complexe et instable.

Créer une micro-entreprise ou officialiser une activité informelle suppose des connaissances juridiques et administratives (procédure d'immatriculation, choix du statut juridique de l'entreprise, paiement des cotisations sociales, etc.) que ne possèdent pas nécessairement les créateurs. Une fois l'entreprise créée, sa réussite repose également sur une large palette de compétences : gestion administrative et financière, commercial, marketing, communication...

L'attribution d'un microcrédit est donc une condition nécessaire mais non suffisante du succès : il est généralement indispensable de la compléter par un accompagnement adapté, permettant de faire les bons choix au démarrage de l'activité, de respecter les obligations légales, d'anticiper les charges sociales et fiscales, de préparer le développement de l'entreprise grâce à une bonne relation bancaire, et d'identifier les perspectives commerciales au-delà de l'intuition initiale.

Ainsi l'Adie a-t-elle, dès le départ, conçu sa mission comme double, volets crédit et accompagnement étant presque toujours indissociables. À travers l'accompagnement, l'Adie vise à :

- favoriser l'autonomie et l'insertion professionnelle des personnes financées ;
- maximiser les chances de réussite des projets ;
- faciliter le développement du microcrédit.

### ⇒ Un coût couvert par les pouvoirs publics, l'appui des bénévoles et les dons privés

-*Pouvoirs publics* : L'accompagnement, qui s'analyse comme le coût de la complexité, est un service public d'insertion. Il a donc vocation à être financé sur fonds publics, d'autant plus que son coût (2 000 euros par projet) est faible par rapport au coût annuel moyen d'un chômeur (plus de 20 000 euros). En fait, le déficit des finances publiques, la croissance rapide de l'activité et la gestion difficile des conventions publiques en raison du nombre élevé de financeurs, d'un manque de visibilité budgétaire à moyen terme et du développement des procédures d'appel d'offre qui ne prennent pas suffisamment en compte les spécificités des publics, rendent nécessaire l'appel à d'autres sources.

-*Bénévoles* : L'Adie ne pourrait assurer sa mission d'accompagnement sans l'appui des bénévoles qui sont au cœur du dispositif. Après avoir participé à un programme de formation et intégré une équipe locale, les bénévoles accompagnent les micro-entrepreneurs dans différents domaines (commercial, gestion, administratif), animent des formations et apportent leur appui technique au cours de permanences. Aujourd'hui, plus de 800 bénévoles consacrent en moyenne trois jours par mois à l'accompagnement des créateurs et près d'un tiers se disent prêts à augmenter cet engagement. Le bénévolat représente l'équivalent de 176 emplois à temps plein.

-*Dons privés* : Enfin, l'accompagnement des créateurs bénéficie d'un appui croissant des entreprises socialement responsables et des particuliers. La création d'une fondation visant à collecter des ressources additionnelles auprès de nouveaux donateurs est en cours de préparation.

## ⇒ Une évolution vers des services de plus en plus élaborés

À l'origine, l'accompagnement était essentiellement individuel et ne concernait qu'une fraction minoritaire des créateurs financés, en fonction de l'intensité de leurs besoins et de la densité du réseau de bénévoles. L'offre s'est ensuite progressivement diversifiée et spécialisée, s'enrichissant, à côté de l'accompagnement individuel, d'une palette de services : formations collectives généralistes ou thématiques, recours à des experts, hotline... Aujourd'hui, l'accompagnement à l'Adie se structure en trois grandes catégories : « Accompagnement personnalisé », « Réussir votre démarrage » et « Vos services à la carte ».

ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISE	
	Suivi régulier des clients Adie (téléphonique pour Adie Contact, renforcé dans l'accompagnement pas-à-pas) afin de détecter leurs besoins, d'orienter vers les services adéquats, et de s'assurer que les problèmes repérés trouvent des solutions. Création d'un lien direct entre le créateur et le pôle accompagnement.
RÉUSSIR VOTRE DÉMARRAGE (formations collectives)	
« Bien Démarrer »	Présentation des démarches de l'immatriculation, des « bons plans » de la création, et de l'offre d'accompagnement de l'Adie.
« Gagnez du temps »	Méthode et principes pour une gestion optimale de l'activité (classement, organisation, paiement et facturation, suivi de l'activité).
« Gagnez de l'argent »	Principes élémentaires de la gestion de trésorerie (gestion des stocks, prélèvements et anticipation). Aide au créateur pour maîtriser les chiffres de son activité (charges fixes, marge, cotisations).
« Gagnez des clients »	Sensibilisation à la nécessité d'une démarche commerciale. Présentation de quelques principes essentiels pour sa mise en place.
VOS SERVICES A LA CARTE	
Perm'Adie	Possibilité de rencontrer un chargé d'accompagnement pour toutes questions administratives, fiscales, sociales, ou bancaires.
Rendez-vous Experts	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Comptabilité/Gestion.</li> <li>– Développement commercial : commercial / marketing / communication.</li> <li>– Accompagnement à la cessation d'activité : établir un diagnostic et si nécessaire apporter une aide dans les démarches.</li> <li>– Micro-assurance : proposer des solutions d'assurance adaptées.</li> </ul>
Conseils juridiques	Réponse à des problèmes juridiques précis rencontrés par les créateurs, grâce aux partenaires juridiques de l'Adie.
Formations spécialisées	<ul style="list-style-type: none"> <li>– « L'informatique en 3 clics » : formation informatique de base (bureautique), possibilité d'achat d'un ordinateur à moindre coût.</li> <li>– « Développement commercial » : techniques de vente, mise en valeur du point de vente, publicité...</li> <li>– « Banclarisation » : sensibilisation des créateurs à la relation avec la banque (point de vue du banquier, fonctionnement des comptes...).</li> </ul>
Adie Réseau	Possibilité de bénéficier du réseau Adie : tarifs bancaires préférentiels, tarifs négociés avec un comptable, mise en relation avec des créateurs Adie pouvant être des fournisseurs locaux (graphistes, imprimeurs, créateurs de sites Web...)
Adie Conseil	Plateforme téléphonique nationale pour toutes questions relatives à l'entreprise (administratives, fiscales, sociales, juridiques, commerciales...)
Libre-service informatique	Mise à disposition de postes informatiques tout équipés (dont logiciels spécifiques : comptabilité/gestion, PAO...).



## Partenariat avec le secteur financier : un sas d'entrée pour les exclus dans les circuits classiques

### ⇒ Un partenariat au service de l'insertion financière

Dans un pays fortement bancarisé et réglementé comme la France, la vocation d'une Institution de Microfinance est de conduire progressivement ses clients à s'insérer dans les circuits financiers classiques en accédant ainsi aux services bancaires de base et, dans un second temps, au crédit bancaire.

Le développement de l'action de l'Adie n'a été rendu possible que par une alliance avec le secteur financier, reposant sur un partage des rôles clairement établi. Les banques s'intéressent de façon croissante au microcrédit car d'une part cela renforce leur engagement socialement responsable, et d'autre part, elles peuvent ainsi capter une nouvelle clientèle de micro-entreprises.

### ⇒ Une alliance avec les banques qui a permis d'amender la loi bancaire

Jusqu'en 2003, la loi bancaire française interdisait aux associations d'emprunter pour prêter. L'Adie a par conséquent démarré son activité en prêtant sur ses fonds propres, puis, lorsque l'activité s'est développée, en mettant au point des partenariats avec les banques qui finançaient et géraient les prêts instruits et décidés par l'association, cette dernière apportant sa garantie à hauteur de 70%. La première banque avec laquelle un accord a été conclu est le Crédit Mutuel, rejoint ensuite par l'ensemble des grands réseaux français.

La modification de la loi bancaire, mise en application en 2003, a permis à l'Adie d'emprunter des lignes de crédit auprès de ses partenaires bancaires afin de gérer elle-même directement les prêts à ses clients. La quasi-totalité des banques ont adopté ce nouveau mode de fonctionnement, plus simple aussi bien pour le client que pour les banques et l'association.

### ⇒ Un partenariat efficace aux conditions privilégiées

Les partenariats reposent sur la répartition suivante :

- l'Adie instruit les demandes, met en place les prêts et en assure le recouvrement,
- les prêts sont financés par des lignes de crédit octroyées à l'Adie par les banques,
- le risque est partagé entre l'Adie, les banques et les fonds de garantie publics,
- les banques ouvrent des comptes professionnels aux clients de l'Adie et leur proposent différents services au fur et à mesure du développement de leurs activités : découverts, épargne, prêts, etc.

Certaines banques financent également, sous forme de mécénat, les actions d'accompagnement menées par l'Adie ou les fonds de prêts d'honneur, gérés par l'association et destinés à apporter aux créateurs d'entreprises des quasi-fonds propres en complément des microcrédits.

Les partenaires bancaires sont étroitement associés au fonctionnement de l'association : certains sont représentés à son Conseil d'administration ; tous sont présents au sein des comités de pilotage organisés aussi bien au niveau national que local. Enfin, certains partenaires bancaires siègent dans les comités de crédit qui prennent les décisions d'octroi des prêts et dans les comités des risques locaux.

## ⇒ Encours et garantie risque

---

Au 31 décembre 2007 :

Encours microcrédits	31 millions d'euros
Encours prêts d'honneur	12,5 millions d'euros

Répartition du risque sur l'encours des microcrédits :

Adie et micro-entrepreneurs	12 %
Banques	20 %
Fonds de garantie de l'Etat	48 %
FEI	9 %
Autres	11 %

## ⇒ La micro-assurance : un nouveau service en voie d'expérimentation

---

Même si les besoins sont de nature différente, la même approche a été retenue pour mettre au point une offre de micro-assurance destinée aux clients de l'Adie. Il s'agit là encore d'insérer les micro-entrepreneurs dans les circuits économiques classiques en leur apportant un service d'assurance adapté à leurs besoins au moment du démarrage de leur activité. L'Adie assure la sélection des demandeurs et les met en relation avec une plateforme gérant, pour le compte d'un groupe d'assureurs partenaires, la souscription des contrats, la collecte des primes et les éventuels règlements des sinistres. À ce jour, 422 micro-assurances ont été accordées dans quatre régions. L'expérimentation devrait normalement être étendue en 2009.



**Adie – Association pour le droit à l'initiative économique**  
Association reconnue d'utilité publique  
4, boulevard Poissonnière – 75009 Paris  
Tel : 01 56 03 59 00 / Fax : 01 56 03 59 77  
[www.adie.org](http://www.adie.org)

## Un appui décisif de l'Europe : du démarrage à l'extension

### ⇒ Soutien au démarrage du microcrédit en Europe

---

Le projet pilote qui a préparé le développement du microcrédit en France a été cofinancé pendant les cinq premières années par la DG Emploi et Affaires Sociales dans le cadre d'un programme de lutte contre la pauvreté. C'est pendant ces premières années que l'Adie a pu trouver sa clientèle-cible et mettre au point les produits et les méthodes adaptées aux besoins de cette clientèle et au contexte français.

### ⇒ Une aide majeure au financement de la formation et de conseil aux micro-entrepreneurs

---

À partir de 1995, le Fonds Social Européen (FSE) a pris en charge une part importante (20%) des dépenses de l'Adie liées à la formation et au conseil aux chômeurs créateurs d'entreprises. Sur la période 1995-2007, cette aide a représenté près de 10 M€.

Cette aide, gérée d'abord au niveau de l'Etat central est désormais déconcentrée au niveau régional et son montant global risque de décroître dans le cadre du programme 2007-2013.

Parallèlement et jusqu'à fin 1996, le FSE a cofinancé l'Aide aux Chômeurs Créateurs et Repreneurs d'Entreprises (ACCRE) qui comprenait à la fois l'exonération des cotisations sociales pendant un an et une prime au démarrage et qui était accordée par l'Etat.

### ⇒ Des expérimentations menées dans le cadre des programmes communautaires lancent de nouvelles pistes

---

Plusieurs projets pilotes ont pu être lancés en partenariat avec d'autres réseaux européens grâce aux programmes d'initiative communautaire Horizon, puis Integra et Equal. Ces projets ont porté notamment sur le développement d'actions dans les quartiers sensibles, l'expérimentation du microcrédit de groupe aux femmes d'origine africaine et aux gens du voyage, les nouveaux services aux entrepreneurs (formations informatiques, hotline de conseil, micro-assurance...)

Les résultats de ces projets pilotes ont été exploités pour améliorer les services apportés aux clients et mettre en place des programmes destinés aux groupes les plus vulnérables.

Le programme communautaire de lutte contre l'exclusion a soutenu par ailleurs le développement du microcrédit en Europe à travers les deux réseaux de Microfinance : le Réseau Européen de Microfinance (REM) et le Microfinance Centre pour Central and Eastern Europe and the NIS countries (MFC).

### ⇒ La DG Entreprises introduit le microcrédit dans son champ d'intérêt

---

À partir de 2003, la DG Emploi et Affaires Sociales n'a plus été la seule à s'intéresser au microcrédit. La DG Entreprises a organisé un groupe de travail sur ce thème qui a abouti au rapport intitulé « Microcredit for small businesses and business creation : bridging the market gap » : et à l'organisation conjointe avec le Réseau Européen de Microfinance d'une conférence à Bruxelles.

En 2008, le microcrédit a été aussi introduit par la DG Entreprise dans le Small Business Act promu en Europe.

## ⇒ La garantie du Fonds Européen d'Investissement aide au développement du Microcrédit

---

Dans le cadre du MAP (programme pluriannuel pour la promotion des entreprises), l'Adie a pu avoir accès, comme d'autres institutions de microfinance européennes aux fonds de garantie géré par le Fonds Européen d'Investissement.

Cette garantie lui a permis de couvrir, entre 2002 et 2007, le risque additionnel lié à la croissance de son activité.

Cette possibilité devrait être prolongée dans le cadre du Programme pour la Compétitivité et l'Innovation (the Competitiveness and Innovation Framework Programme) CIP (2007–2013).

## ⇒ L'Initiative Européenne pour le Développement du Microcrédit propose aux Etats une approche globale du microcrédit dans le cadre de l'Agenda de Lisbonne

---

En novembre 2007, la Commission publie une Initiative Européenne pour le Développement du Microcrédit en faveur de la Croissance et de l'Emploi, inspirée par l'expérience de microcrédit à l'Est et à l'Ouest de l'Europe. L'Initiative est structurée autour des quatre axes :

- amélioration de l'environnement juridique et institutionnel du microcrédit dans les États membres;
- création d'un climat plus favorable à l'esprit d'entreprise;
- encouragement de la diffusion des bonnes pratiques, notamment par la formation;
- apport de capital financier supplémentaire pour les organismes de microcrédit

Le dispositif d'assistance technique aux Institutions de Microfinance, prévu par la Commission Européenne et le dispositif financier, envisagé par la Banque Européenne d'Investissement avec l'appui du Parlement et des banques intéressées, pour aider les IMF européennes à développer leur activité, seront lancés à cette occasion et pourront vraisemblablement être mis en place à compter de 2009.

Ces instruments renforceront les mesures déjà prises dans le programme régional 2007–2013, qui permet aux fonds structurels gérés par les Etats membres d'investir non seulement dans l'accompagnement des créateurs mais aussi dans le financement du microcrédit, soit directement, soit à travers le dispositif JEREMIE.

On peut espérer que, parallèlement, les Etats adapteront l'environnement légal de leur pays au développement des micro-entreprises et du microcrédit.

## ⇒ L'appui du Parlement Européen traduit la prise de conscience politique de l'intérêt du microcrédit

---

Les initiatives de la Commission ont été pleinement soutenues et renforcées par le Parlement Européen, qui a voté une dépense de 6 millions d'euros pour financer un programme pilote qui sera lié avec le dispositif financier lancé dans le cadre de l'Initiative.

Par ailleurs, le Comité Economique et Monétaire a saisi la Commission pour qu'elle introduise le microcrédit dans sa politique à l'égard des services financiers, plus particulièrement lors de la révision de Bâle II.

## ⇒ Les perspectives futures et le rôle de l'Adie

---

L'évolution de l'économie et les initiatives prises par les autorités européennes en faveur du microcrédit vont clairement accélérer son développement en Europe.

L'Adie qui a déjà créé une institution de microcrédit rural au Kosovo, considérée par le Magazine Forbes, comme l'un des cinquante les plus efficaces du monde, est sollicitée par plusieurs partenaires, pour aider au lancement des programmes de microcrédit dans d'autres pays européens. Il est probable qu'elle le fera dans les prochaines années en partenariat avec des structures locales et l'appui des institutions financières intéressées.



## Partenariat avec le secteur public : l'appui de l'Etat et des collectivités locales

### ⇒ Un appui justifié par la création d'emplois

Dans un pays où la place du secteur public est très importante, où les lois et réglementations sont nombreuses et complexes rendant le développement de la microfinance plus difficile, les partenariats avec les différentes composantes du secteur public sont essentiels aussi bien en matière de financement qu'en matière d'amélioration de l'environnement pour les IMF et leurs clients.

Les Pouvoirs publics sont sensibles à l'efficacité de la microfinance en termes de création et de développement d'entreprises, d'emploi et de cohésion sociale, ainsi que d'aménagement du territoire.

### ⇒ L'Etat et le secteur public présents depuis l'origine de l'Adie

L'Etat et la Caisse des Dépôts ont cofinancé la phase d'action-recherche aux côtés des fondations privées et du Fonds Social Européen.

Au fur et à mesure que l'association s'est déployée sur l'ensemble du territoire, elle a pu bénéficier du soutien des collectivités locales :

- les régions, en charge du développement économique de leur territoire et de la formation professionnelle,
- les départements, compétents pour tout ce qui relève de l'action sociale, notamment en matière d'insertion des bénéficiaires du revenu minimum,
- les communes et groupements intercommunaux divers.

L'Etat a également joué un rôle important dans la phase de développement de l'association en finançant des emplois au sein de l'Adie (emplois- subventionnés des jeunes), en permettant à celle-ci de bénéficier de la garantie du Fonds de Garantie Insertion par l'Economique. Cette implication directe a facilité la prise en compte d'un certain nombre de propositions formulées par l'Adie pour encourager le développement du travail indépendant et du microcrédit en France.

Le déficit des finances publiques, notamment au niveau de l'Etat, limite toutefois désormais la possibilité d'augmenter les financements publics dont bénéficie l'Adie. Les fonctions transférées par la loi aux collectivités locales donnent à celles-ci un rôle plus important en matière de financement de services de formation et conseil aux micro-entrepreneurs ainsi que, le cas échéant, des fonds propres des créateurs.

### ⇒ Des formes d'appui multiples

Le partenariat entre l'Adie et le secteur public peut prendre diverses formes :

- soutien au démarrage du programme et au fonctionnement de la tête de réseau,
- contribution au financement des actions d'accompagnement par l'Etat et les collectivités locales,
- garantie par un fonds d'Etat des prêts octroyés par l'association,

- appui direct aux micro-entrepreneurs sous forme d'apport de fonds propres (primes accordées par certaines régions aux chômeurs créateurs d'entreprise) ou de quasi-fonds propres (dispositif d'Etat d'avances remboursables à taux 0, complémentaires des prêts de l'Adie) et d'exonérations temporaires de cotisations sociales,
- reconnaissance de l'Adie comme « association d'utilité publique » et avantages fiscaux accordés aux dons qui lui sont faits par des particuliers et des entreprises ou fondations,
- amélioration de l'environnement institutionnel des micro-entreprises<sup>1</sup>,
- création d'un cadre législatif et réglementaire favorisant le développement de la microfinance<sup>2</sup>.

## ⇒ Des emplois créés à faible coût

---

Dans un pays où le nombre de personnes en situation précaire (chômeurs, bénéficiaires d'aide sociale, travailleurs pauvres) atteint 7 millions, la création d'emplois est la première des priorités.

Le coût moyen de l'appui à la création d'une micro-entreprise, comprenant l'ensemble des coûts opérationnels (non compris le montant du crédit et des prêts d'honneur qui sont remboursés) est évalué par l'Adie à 2 000 euros. Même en ajoutant une prime régionale et le coût moyen du risque, le coût total pour les Pouvoirs publics ne dépasse pas 3 000 à 3 500 euros, alors que le coût moyen d'un chômeur est supérieur à 20 000 euros par an. Chaque entreprise financée par l'Adie crée en moyenne 1,2 emplois au cours de ses années de démarrage. Certaines de ces entreprises se développent et deviennent clientes des banques, peuvent créer plusieurs dizaines et parfois centaines d'emplois.



**Adie - Association pour le droit à l'initiative économique**  
Association reconnue d'utilité publique  
4, boulevard Poissonnière - 75009 Paris  
Tel : 01 56 03 59 00 / Fax : 01 56 03 59 77  
[www.adie.org](http://www.adie.org)

---

<sup>1</sup> Voir fiche 8

<sup>2</sup> Voir fiche 8



## Partenariat avec les entreprises socialement responsables : un moteur de développement

### ⇒ Nouvelle phase du capitalisme, la responsabilité sociale des entreprises est un contrepoids à ses dérives

En 2008 en France, 30 000 entreprises mécènes soutenaient l'ensemble des activités d'intérêt général pour plus de 2,5 milliards d'euros, et marquaient ainsi leur volonté d'intervenir de manière croissante dans le domaine de la solidarité, de la culture et de l'innovation sociale...<sup>1</sup>

Beaucoup de ces entreprises socialement responsables se reconnaissent dans l'action d'une institution de microcrédit dans la mesure où elle permet de promouvoir une démarche entrepreneuriale, proche de la leur, en aidant les personnes en difficulté à sortir de l'exclusion et à diminuer le poids du chômage sur l'économie.

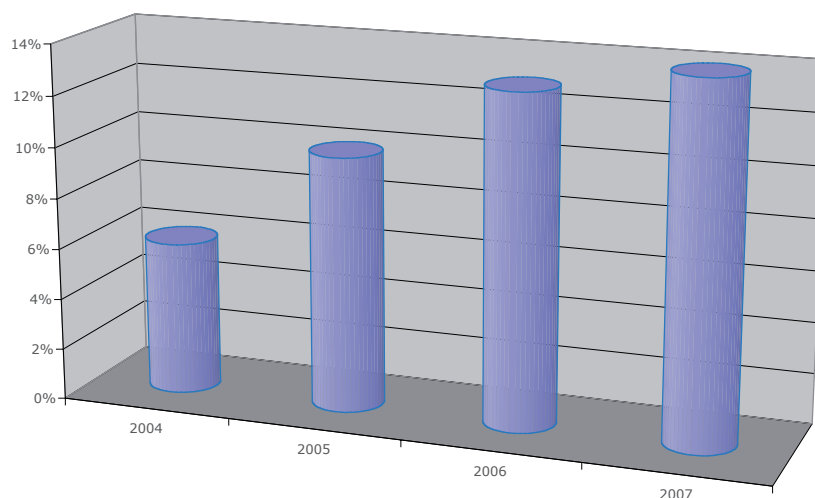
Ces entreprises bénéficient en même temps d'un double avantage :

- d'une part, cet engagement permet de mobiliser leurs salariés, leurs actionnaires et leurs clients autour d'une cause commune, porteuse de sens,
- d'autre part, elles bénéficient d'un avantage fiscal important : leurs donations étant exonérées d'impôt (crédit d'impôt de 60% du versement dans la limite de 5 pour mille du chiffre d'affaires hors taxes).

### ⇒ L'Adie développe les partenariats avec les entreprises socialement responsables au bénéfice de ses clients

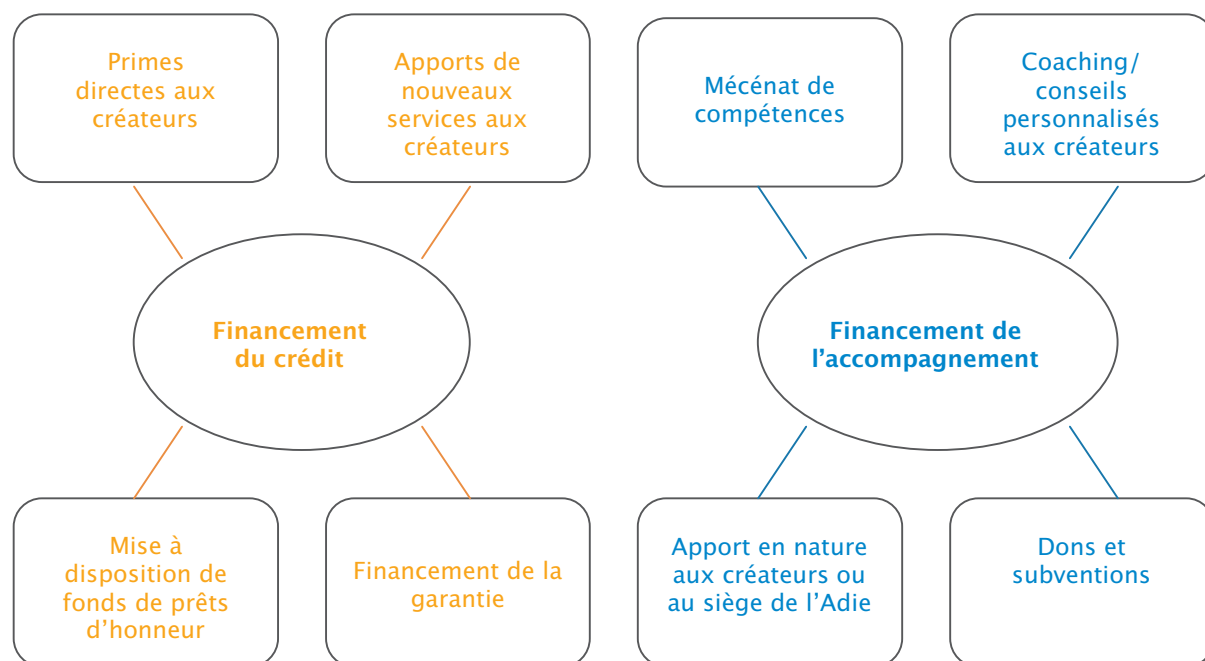
Depuis de nombreuses années, l'Adie s'appuie sur un grand nombre de partenaires privés qui ont souhaité soutenir son action. Elles contribuent financièrement au développement de son activité, leurs contributions représentant en 2007 près de 15% du montant total des subventions dont bénéficie l'association, contre 6% en 2004. A côté du soutien financier, les entreprises socialement responsables mettent par ailleurs, à la disposition des créateurs soutenus par l'Adie d'autres types de ressources.

Croissance des contributions privées



<sup>1</sup> Enquête Admical-CSA - Le mécénat d'entreprise en France - Juin 2008

Ces différentes formes d'aide apparaissent dans le schéma ci-dessous :



**⇒ Même si la gestion d'un grand nombre de partenariats n'est pas facile, le bénéfice pour les créateurs d'entreprise et le développement du microcrédit est substantiel**

Il est clair que gérer 50 partenariats en termes de reporting et de retour d'image est un travail considérable. L'avantage pour l'Adie et ses clients est néanmoins très important non seulement en termes d'appui direct, mais aussi en termes de création de réseau professionnel autour du créateur d'entreprise et de la promotion du microcrédit auprès des décideurs.

À titre d'illustration :

- Une grande société de logiciels finance une formation informatique de trois jours aux créateurs qui bénéficient par ailleurs d'un micro-ordinateur recyclé pour le prix de 100 euros par un atelier d'insertion.
- Plusieurs entreprises ou fondations d'entreprises interviennent dans l'accompagnement des créateurs appartenant à leur secteur d'activité tout en leur apportant des fonds propres.
- Plusieurs cabinets d'avocats apportent leur appui bénévole en répondant aux questions juridiques des micro-entrepreneurs et en aidant l'Adie à formuler des propositions de lois.
- Des institutions financières ou sociétés de consultants aident bénévolement l'association à monter un système de scoring ou à mettre en place son système d'audit interne etc.



## Changement institutionnel : une condition indispensable pour développer la microfinance en Europe

### ⇒ Faire évoluer l'environnement institutionnel pour libérer le potentiel de créativité des exclus

---

La difficulté de développer le microcrédit en Europe réside dans le fait que l'environnement institutionnel d'une économie industrialisée et d'un Etat Providence est par essence mal adapté aux micro-entreprises et au microcrédit, mais que, pour le changer, il faut montrer que leur développement est possible. Pour libérer le potentiel de créativité des personnes démunies il faut une action au long cours, qui est loin d'être achevée. Pour y arriver, l'Adie s'est fixée quatre grands objectifs :

*Premier objectif - Faire prendre conscience de l'importance du travail indépendant et des micro-entreprises dans une économie en voie de désindustrialisation*

Le travail indépendant et les micro-entreprises correspondent à l'économie moderne, évoluant de l'ère industrielle vers l'ère des services. Cependant, l'importance de ces formes d'activité n'est pas encore suffisamment reconnue en France, où on ne compte que 9% de travailleurs indépendants contre 15% en moyenne dans l'UE 25. L'Adie met en œuvre divers moyens pour attirer l'attention des Pouvoirs publics et de la société sur ces questions : contacts avec les politiques et les administrations, interventions dans les médias, réalisation d'étude participation à des conférences, organisation d'une Semaine du Microcrédit...etc. Elle veille notamment à ce que les mesures prises prennent en compte le travail indépendant au même titre que le travail salarié.

*Deuxième objectif - Sortir les travailleurs indépendants de la trappe au travail au noir*

Contrairement à d'autres pays, il n'existait pas en France de distinction légale entre les activités génératrices de revenu, le travail indépendant et l'entreprise. Or, les petites activités génératrices de revenu et dans une moindre mesure, le travail indépendant, sont d'une productivité et d'une rentabilité trop faibles pour s'inscrire dans le système dominant de protection sociale, basé sur des cotisations élevées et une complexité administrative qui correspond à un véritable « impôt temps ». À partir de son expérience, en vraie grandeur, l'Adie a donc obtenu :

- la possibilité d'expérimenter un régime simplifié de cotisations sociales de montant limité pour les activités génératrices de revenu dont le bénéfice annuel est inférieur à 10 000 euros,
- un statut d'auto-entrepreneur qui combine dispense d'enregistrement, simplifications fiscales et celles des cotisations sociales payées désormais chaque mois ou chaque trimestre sur la base du chiffre d'affaires réel, ainsi que l'exonération de la taxe professionnelle pendant les trois premières années.

*Troisième objectif - Promouvoir la création d'entreprise comme voie d'insertion*

Un nombre croissant de personnes au chômage réalisent que créer son propre emploi peut être une solution plus intéressante que bénéficier de l'aide sociale, d'un contrat de travail subventionné par l'Etat ou d'un contrat précaire.

En 2005, l'Adie a obtenu la reconnaissance légale de la création d'entreprise comme une voie d'insertion et le prolongement en deuxième et troisième année de l'exonération des cotisations sociales accordées par l'Etat aux chômeurs créateurs d'entreprises ayant des revenus faibles.

Parallèlement, les chômeurs indemnisés ont obtenu le droit de mobiliser une partie de leur indemnités sous forme de capital, pour faciliter la création d'entreprise et la possibilité de bénéficier des indemnités chômage en cas d'échec.

### Quatrième objectif – Vers des services financiers ouverts à tous

Les obstacles majeurs au développement du microcrédit ont longtemps été en France l'interdiction aux associations de prêter autrement que sur leurs fonds propres et le plafonnement du taux d'intérêt qui pour les prêts aux entreprises individuelles variait autour de 7% et ne permettait pas de couvrir les coûts de distribution du microcrédit. L'Adie a donc du mener un plaidoyer intensif pour obtenir :

- l'autorisation pour les institutions de microcrédit non bancaires d'emprunter pour prêter

Depuis 2003, les associations à but non lucratif peuvent emprunter auprès des établissements de crédit pour prêter ensuite aux chômeurs et titulaires de minima sociaux créateurs d'entreprise. Cette habilitation a considérablement simplifié la gestion des prêts pour la banque et l'Adie, amélioré le service aux clients et permis de réagir plus rapidement en cas d'impayés.

- la suppression du taux d'usure sur les prêts aux entreprises

L'Adie a obtenu en 2005, avec le soutien des banques, le déplaçonnement des taux d'intérêt aux prêts accordés aux entreprises individuelles. Un rapport d'évaluation de cette mesure par la Banque de France, publié en 2006, a montré ses effets bénéfiques. Grâce à l'augmentation de son taux d'intérêt, l'Adie peut désormais envisager l'autonomie financière à moyen terme de son pôle crédit.

### ⇒ **Malgré ces progrès, d'autres avancées sont nécessaires pour le développement du microcrédit**

---

Les deux enjeux majeurs sont aujourd'hui :

- la levée de nombreuses contraintes liées à l'exercice des métiers ou à des types d'entreprises. Ces contraintes sont contraires au droit d'entreprendre et ne peuvent se justifier que dans le cas de l'intérêt général.
- le financement effectif de la formation et du conseil aux créateurs sur les fonds de formation professionnelle.



# Le modèle économique de l'Adie

## ⇒ Un modèle pour chaque métier

---

Les deux métiers de l'Adie, l'octroi de crédits et l'accompagnement des créateurs d'entreprise sont intrinsèquement liés, mais ont des logiques économiques différentes.

À moyen terme, l'objectif de l'Adie est d'autofinancer l'octroi de crédits, pour pérenniser de façon autonome cette activité, alors que l'accompagnement, gratuit pour le client, a vocation à être financé par des partenaires externes, publics ou privés, par le biais de subventions ou de contrats issus d'appels d'offre, combinés avec des ressources bénévoles.

## ⇒ La levée des contraintes législatives permet une organisation mieux adaptée

---

Le dé plafonnement des taux sur les prêts aux entreprises et la reconnaissance de l'accompagnement des créateurs comme éligibles au financement des fonds de formation professionnelle ont entraîné en 2007 une réorganisation de l'Adie, séparant les deux métiers en deux pôles séparés avec des salariés et des bénévoles dédiés. Elle s'est également traduite dans la comptabilité analytique de l'Adie, ce qui permettra pour la première fois en 2008 de connaître le coût précis de chaque métier, avec des comptes de résultat distincts.

## ⇒ La situation de départ

---

En 2007, l'octroi de crédits a rapporté à l'Adie plus de 5,1 m€, via la participation financière des clients (contribution solidaire et intérêts) et la rémunération de la gestion de fonds pour compte de l'Etat. Ceci représente 23% des charges opérationnelles et financières de l'Adie, les deux métiers confondus. Subventions et dons ont permis de couvrir le solde des charges.

## ⇒ Les effets de levier pour pérenniser l'octroi de crédit

---

L'autofinancement de l'octroi de crédit permettra de répondre durablement à la mission de l'Adie, développer le droit à l'initiative économique.

### Le prix

L'élasticité de la demande au prix du microcrédit reste relativement élevée, mais le taux d'intérêt ne peut raisonnablement dépasser l'équivalent du plafond imposé au crédit à la consommation. Après avoir consulté ses clients, l'Adie a donc augmenté les conditions des prêts dès mi- 2006. La dernière revalorisation date du 1<sup>er</sup> juillet 2008 et a porté le coût du microcrédit à 5 % de contribution de solidarité (commission flat sur le montant du microcrédit) et à 9,71 % de taux d'intérêt.

### La productivité

Fin juillet 2008, les conseillers crédit, en moyenne, géraient des portefeuilles de 105 clients et avaient octroyé 37 microcrédits sur les 7 premiers mois de l'année.

La réorganisation de l'Adie en spécialisant les salariés de l'Adie, la formation liée et le travail permanent sur la méthodologie d'octroi des financements doivent permettre de continuer d'améliorer la productivité de chaque salarié. Un effort particulier est fait pour tirer parti des nouvelles technologies.

## Le risque

Le système de garantie mis au point par l'Adie avec l'Etat, l'Union Européenne et ses partenaires bancaires permet de limiter à environ 12% du risque la part effectivement supportée par l'Adie. Même si le taux d'impayés est de l'ordre de 6% et le taux de pertes de 3%, le taux de risque à 90 jours est trop élevé : 18,5% fin juillet 2008. Spécialisation, formation et méthodologie doivent dans ce domaine également permettre de réduire le coût du risque pour l'Adie, tout en réduisant le temps de travail dédié aux traitements des impayés par les salariés.

## Le coût de la ressource

La possibilité d'emprunter aux banques permet aujourd'hui de financer plus de 74 % de l'encours de microcrédits. Cette ressource est mise à disposition par les partenaires bancaires de l'Adie à des conditions préférentielles sur 2 ans. Un panachage de différents modes de financement (emprunts court terme, emprunts revolving moyen terme, épargne salariale et fonds propres) devrait permettre de diminuer au maximum ce coût de la ressource. Le manque des liquidités des banques peut cependant avoir un effet négatif sur l'Adie et d'autres instituts de microfinance.

## ⇒L'équilibre financier du crédit prévu en 2011

En portant le portefeuille moyen par conseiller crédit à 200 prêts et la production moyenne à 120 microcrédits par an, en limitant le taux d'impayés à 4%, et l'augmentation des charges opérationnelles à 4% par an, le pôle crédit de l'Adie devrait atteindre l'équilibre financier en 2011 avec une marge de 13% sur un encours de 72 millions euros de microcrédit, à laquelle il faut ajouter une marge de 5% sur 15 millions euros de prêts d'honneur.

L'Adie espère ainsi pouvoir répondre de façon pérenne à une part croissante de la demande de microcrédit, non couverte par le système bancaire.



# L'Adie, partout en France

Implantations de l'Adie en 2007  
130 antennes / 380 permanences





Adie - Association pour le droit à l'initiative économique  
Association reconnue d'utilité publique  
4, boulevard Poissonnière - 75009 Paris  
Tel : 01 56 03 59 00 / Fax : 01 56 03 59 77  
[www.adie.org](http://www.adie.org)