



**Les banques multinationales et l'offre de services en
microfinance: peut-on encore parler d'éthique
microfinancières? Une analyse par le paradigme "OLI"
revisité in les Cahiers de l'Association Tiers-Monde**

Célestin Mayoukou

► **To cite this version:**

Célestin Mayoukou. Les banques multinationales et l'offre de services en microfinance: peut-on encore parler d'éthique microfinancières? Une analyse par le paradigme "OLI" revisité in les Cahiers de l'Association Tiers-Monde. Les Cahiers de l'Association Tiers-Monde, 2015, 30. hal-02343258

HAL Id: hal-02343258

<https://normandie-univ.hal.science/hal-02343258>

Submitted on 11 Nov 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Les banques multinationales et l'offre de services en microfinance : peut-on encore parler d'éthique microfinancière ? Une analyse par le paradigme « OLI » revisité

Célestin MAYOUKOU¹

Les banques multinationales développent progressivement une offre de services en microfinance. Cette offre est orientée vers deux directions : les institutions de microfinance (IMF) d'une part et les clients des IMF d'autre part. Cette activité de multinationalisation microfinancière a débuté pour certaines banques depuis 1993. C'est le cas de la banque BNP-Paribas, la société générale et la Deutsche bank (Mayoukou, 2003). D'autres banques multinationales (Citigroup, Standard Chartered, Barclays) sont également engagées dans le même processus. Du point de vue éthique, l'activité des banques multinationales orientée « microfinance » s'inscrit dans la dynamique de la responsabilité sociale (RS) des banques multinationales (BMN). C'est le cas de BNP-Paribas. Mais cette qualification RS est simplement l'arbre qui cache la forêt. En effet, l'offre de services en microfinance s'inscrit dans une stratégie globale des banques multinationales, celle de l'extension de leurs activités vers de nouveaux métiers ayant une forte demande potentielle dans les pays en développement et émergents où une frange importante de la population n'a pas accès au secteur bancaire traditionnel. C'est vers l'offre de microfinance que ces populations se tournent. La microfinance, c'est l'offre de micro-prêt, de micro-assurance, de transferts de fonds en direction de cette population exclues de services bancaires traditionnels. La microfinance a servi aussi de mécanismes d'offre de services financiers permettant aux personnes pauvres de financer la création de micro-activités entrepreneuriales. Ces micro-activités qualifiées souvent « d'activités génératrices de revenus », ont pour vocation de contribuer à l'amélioration des conditions de vie de leurs créateurs. Les IMF pourvoyeuses de ces services financiers sont considérées comme celles ayant pour mission principale de lutter contre la pauvreté. L'éthique de la microfinance au travers de ses services, c'est la participation à une amélioration du bien-être des bénéficiaires de ses services. Cette éthique a été récompensée par un prix Nobel de la paix octroyé à la Grameen bank et à son fondateur Mohamad Yunus en 2006. L'année 2005 avait été proclamée celle de la microfinance. La responsabilité sociale d'une institution financière « se mesure par sa contribution à l'inclusion financière des populations. Sa production et sa diffusion de services financiers doivent se réaliser sans discrimination et selon des méthodes qui ne diminuent pas les niveaux de revenus des plus pauvres et qui n'accroissent pas les inégalités entre les différentes catégories de la population » (Servet, 2010, 207).

Cependant, plusieurs travaux soulignent que la microfinance perd progressivement son éthique. Ils parlent même de dérive de mission (Cull, Dermigüç-Kunt, Morduch, 2007 ; Mesland, Randoy, Oystein Strom, 2010). Cette dérive se traduit par la montée d'une commercialisation de plus en plus poussée de l'offre de services d'institutions de microfinance. Autrement dit, elles sont plus en plus guidées par la recherche d'une performance financière au détriment d'une performance sociale qui fondait leur éthique. L'entrée progressive des banques multinationales dans le marché microfinancier tend à amplifier la tendance de la commercialisation. La première question qui se pose est la suivante : la microfinance s'identifie-t-elle encore à une industrie au service d'une clientèle pauvre, exclue des systèmes financiers formels ? La seconde question qui est aussi fondamentale peut-être ainsi formulée : les banques multinationales en faisant leur entrée dans la microfinance par des stratégies multiples ne contribuent-elles pas à la dérive des missions de la microfinance ?

L'objet de cet article est de nous interroger, en mobilisant le paradigme OLI (Ownership advantage, localisation advantage et internalisation advantage) de Dunning (1977, 1981, 1982,) sur le fait de savoir si en pénétrant le segment de la microfinance par le biais de la création des structures dédiées, ou en prenant

¹ CREAM-Université de Rouen. celestin.mayoukou@univ-rouen.fr

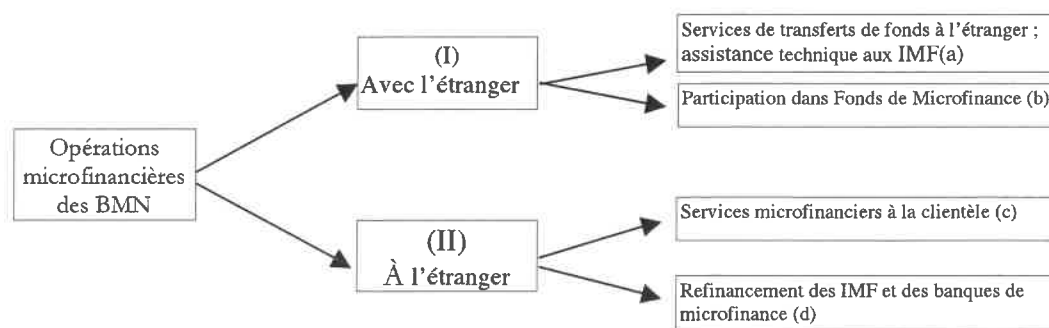
des participations dans des institutions de microfinance, en refinançant ces institutions et en fournissant parfois directement des micro-crédits aux clients des pays où elles sont implantées, les banques multinationales ne dénaturent-elles pas le micro-crédit ? Sommes-nous encore en face d'un produit qui s'appellerait toujours un micro-crédit ?

La première partie met en évidence les formes d'offres de services microfinanciers des banques multinationales. La deuxième propose la typologie de leurs activités microfinancières. La troisième mobilise la grille OLI pour l'analyse des raisons d'entrée des BMN dans la microfinance. La conclusion soulève la question de l'éthique que pose l'entrée des banques multinationales dans le marché microfinancier.

1. ÉMERGENCE D'UNE OFFRE DE SERVICES MICROFINANCIÈRE PAR LES BANQUES MULTINATIONALES : ANALYSE DES FAITS STYLISÉS

L'offre de services microfinanciers par les banques se développe progressivement en même temps que la mutation de l'industrie de la microfinance. Plusieurs banques locales ont, non seulement, accompagné l'activité de microfinance, mais tout en offrant aussi des services microfinanciers. En Afrique centrale l'ECO Bank s'est intéressée à la même clientèle que les institutions de microfinance en développant des services de collecte d'épargne dans les marchés par le moyen des agences mobiles. En France, plusieurs banques ont accompagné l'émergence de la microfinance en ouvrant des lignes de crédits aux associations impliquées dans le secteur, telle que l'association pour le droit à l'initiative économique (l'ADIE). La BNP-Paribas souligne dans ses différents rapports (RSE) qu'elle est engagée dans la promotion de la microfinance depuis 1993. Elle considère ce secteur comme un levier efficace de la lutte contre la pauvreté. Son engagement en faveur de l'insertion sociale l'a conduit à renforcer constamment son soutien à l'ADIE qui est l'association leader de la microfinance en France. Son implication en France dans la microfinance se fait selon plusieurs mécanismes : mise à disposition d'une ligne de crédit ; prise en charge partielle des risques résiduels de non remboursement ; participation aux frais de fonctionnement de l'ADIE. La fondation de sa filiale CETELEM, dans le cadre du soutien à l'ADIE résultant d'une convention signée entre la CDC et l'association CRESUS accorde des micro-crédits sociaux aux personnes en situation d'exclusion bancaire.

La BNP évoque dans son dernier rapport RSE (2012) qu'elle met à la disposition des créateurs d'entreprises clients de l'ADIE, gratuitement et pendant 6 mois un package de produits, « Esprit Libre Pro ». En 2007, la BNP-Paribas a soutenu 1731 porteurs de projets, ce qui représentait 18% de plus qu'en 2006. En outre, elle a poursuivi son activité sur la banlieue en France dès 2006 en renforçant les actions menées par sa « Fondation BNP-Paribas » auprès de l'ADIE. Cet appui a permis à l'ADIE d'ouvrir de nouvelles antennes dans les quartiers sensibles des grandes villes comme Marseille, Toulouse et Lyon. Dans d'autres pays, l'engagement des banques dans la microfinance a pris la même ampleur. En Asie, notamment en Malaisie, au Nepal, en Thaïlande et Inde des banques privées se sont fortement engagées dans la microfinance (Galema et al., 2011). Mais, le fait le plus marquant est l'entrée à l'étranger des banques multinationales dans ce segment de services financiers. La nouvelle relation banque et institution de microfinance peut se lire comme « une nouvelle forme d'entrée des banques sur des marchés étrangers ». Cette entrée comme nous allons le voir plus bas se traduit par deux types d'activités : une activité de gros et une activité de détail en direction de la microfinance. En reprenant à notre compte un découpage de Ruffini (1983, 59), nous pouvons décrire l'activité des banques multinationales orientée microfinance comme le montre le Schéma ci-dessous.



L'activité nouvelle est celle relative aux opérations microfinancières à l'étranger. Les banques multinationales entrent dans le segment de la microfinance depuis l'étranger. Cette entrée contribue à l'impulsion de la microfinance bancaire. Ces banques occupent une place de premier plan dans l'activité bancaire internationale au regard de leur classement dans le magazine « Banker ». On peut citer les banques ci-après : HSBC, Deutsche Bank, Goldman Sachs, la Société Générale, Citigroup, BNP-Paribas, Crédit Agricole, ABN Ambro, Barclays Bank. L'entrée de ces banques dans la microfinance a largement modifié dans certains pays l'offre de services bancaires à une clientèle qui n'était servie auparavant que par les institutions de microfinance. Cette clientèle a désormais accès aux services de cartes de crédits, aux distributeurs automatiques, « au mobile banking » et même à la micro-assurance bancaire. Dans l'activité microfinancière à l'étranger de gros, l'entrée des banques multinationales se traduit par une mutation dans la forme de financement voire de refinancement des IMF elles-mêmes. Les bailleurs de fonds ou les donateurs qui étaient jusqu'au à la fin des années 1990 et au début des années 2000 les principaux pourvoyeurs des capitaux aux IMF ont cédé progressivement la place aux investisseurs privés et surtout aux banques multinationales. Ainsi note-t-on désormais la présence des fonds d'investissements initiés ou détenus par des banques multinationales qui investissent dans les institutions de microfinance (Schmidt, 2013). La Deutsche Bank est très impliquée dans ce processus. Ainsi, the Microfinance Development Fund qu'elle a créé en 1997 contribue-t-elle fortement au refinancement des IMF (Mayoukou, 2013). La BNP-Paribas a créé au sein de son groupe depuis 2006 une activité de microfinance. L'objectif affiché par la banque est d'être positionnée parmi les grands acteurs bancaires de la microfinance grâce à une présence dans les pays émergents autour de la méditerranée. L'axe principal de son activité microfinancière à l'étranger est le refinancement en monnaie locale des institutions de microfinance des territoires où elle est présente. « La BNP-Paribas est la 3^e banque parmi celles qui prêtent au secteur de la microfinance en termes de volume des engagements » (BNP-Paribas, 2008, 96). À la fin de 2008, elle était déjà engagée dans une relation financière avec 22 IMF localisées dans 12 pays. « Ces engagements à la fin de cette période se répartissaient entre l'Afrique (63%), l'Amérique latine (21%) et l'Asie (16%) ». Dans ces pays elle développe aussi une activité de détail ou de gros orientée microfinance. Ces pays sont les suivants : l'Argentine, le Brésil, l'Égypte, la Guinée Conakry, l'Inde, le Mali, le Maroc, Madagascar, le Mexique, le Sénégal et les Philippines. Dans l'activité de détail à l'étranger, la BNP-Paris offre de services de micro-assurance décès en Inde. En Afrique, notamment au Sénégal, en Côte d'Ivoire et au Mali, elle offre un service de mobile banking, permettant aux particuliers non bancarisés d'effectuer des opérations bancaires simples par le biais du téléphone portable. Dans ses activités de gros avec l'étranger et orientée microfinance, « la BNP Paribas Wealth Management distribue depuis 2006 à sa clientèle internationale un fonds de microfinance qui permet de soutenir près 320 000 micro-entrepreneurs dans 40 pays en voie de développement » (BNP-Paribas, 2009, 84). Son fonds commun de placement Obli Etheis bénéficie du label Finansol pour ses investissements en microfinance (BNP-Paribas, 2009, 84). En 2011, souligne-t-elle dans son rapport RSE ; 2,3 millions de personnes dans les pays émergents ont bénéficié d'un accès aux services bancaires par ce biais. La BNP-Paribas oriente son activité vers deux types de marchés : les marchés dits matures et les marchés émergents. Sur ces deux types de marché, ses encours de refinancement s'élèvent respectivement à 15,4 et 33,1 millions d'euros. 4 IMF ont été refinancées dans les marchés matures en 2012 et 24 dans les marchés émergents au cours de la même période (BNP-Paribas, 2012). D'autres banques multinationales ont également fait leur entrée dans le segment microfinancier à l'étranger. Il s'agit de la Société Générale, de la Deutsche Bank, de Citigroup, du Crédit Agricole, de HSBC, de ABN Ambro et de la Barclays (Mesland et al., 2010).

Le Crédit Agricole, par le biais de la Grameen Bank Crédit Agricole Fondation, intervient fortement dans le financement des IMF en Afrique, en Europe de l'Est et en Asie. Son engagement auprès des institutions de microfinance progresse. En 2011 il était d'environ 9,02 millions d'euros². D'autres nouvelles institutions ont été refinancées. On peut citer le cas de Hekima au Kivu en République Démocratique du Congo, de KWT au Kenya, de ALIDé au Bénin. Citigroup et la Deutsche Bank sont également engagées dans un mouvement similaire. La Deutsche Bank déclare un refinancement de 119 institutions de microfinances dans plus de 50 pays. Elle intervient aussi par le biais de la Banque de Luxembourg (dont elle est actionnaire) et qui refinance des IMF au Salvador, au Cambodge et au Mexique³. Le mode d'intervention de la Deutsche Bank peut aller jusqu'à la fourniture des garanties aux banques engagées dans l'octroi des micro-crédits aux femmes. C'est le cas de MBK Venture en Indonésie.

² Cf. www.grameen-credit-agricole.org/content/hatta.

³ Ces trois pays totalisent 72 IMF qui ont bénéficié d'un refinancement soit des BMN soit des prêteurs privés avec une forte tendance de prêts des BMN. Les montants moyens de prêts sont élevés. Au Cambodge, ce montant est de 400000 dollars. Au Salvador le montant moyen de prêt atteint 915000 dollars. Et au Mexique il est de 591495 dollars.

La banque Citigroup a une stratégie directe via son réseau mondial. Par ce biais elle accorde des services de financements de fonds propres, de couverture de risques, de transferts de fonds et d'assurances aux IMF. Citigroup est la banque la plus engagée auprès des IMF des pays d'Amérique Latine⁴. La Société générale a centré son activité en direction de l'Afrique francophone où sa présence historique l'oriente naturellement vers le Sénégal, Madagascar et la Côte d'Ivoire⁵. En Asie c'est vers la Chine qu'elle axe son activité de Microfinance. À Madagascar, la Société Générale est également actionnaire de la banque « AccesBanque Madagascar » très engagée dans la microfinance.

2. TYPOLOGIES DES FORMES D'ENTRÉES DES BANQUES MULTINATIONALES DANS LES MARCHÉS MICROFINANCIERS ÉTRANGERS

Les faits stylisés font ressortir plusieurs formes d'entrées des banques multinationales dans le segment microfinancier. Mayoukou (2013) a mis en évidence quatre formes d'entrées⁶.

1- l'octroi des prêts directement aux clients ou aux IMF dans des pays ciblés en passant par les filiales localisées dans le pays. Cette première forme est qualifiée de stratégie **de type 1**.

2- la création d'une entité autonome dédiée au refinancement ou à l'accompagnement des IMF. Cette seconde forme a été dénommée stratégie **de type 2**.

3- la prise de participation directe (ou indirecte via un fond d'investissement, ou une structure dédiée) dans le capital d'une institution de microfinance. Cette troisième stratégie est qualifiée **de type 3**.

4- l'alliance stratégique, l'assistance technique ou l'offre de services de gestion de risques depuis le pays d'origine est la stratégie **de type 4**.

Toutes les banques multinationales ne mobilisent pas les quatre stratégies. Seules, les banques universelles, généralement européennes, inscrivent leurs stratégies dans les quatre formes d'entrées. Elles élargissent l'activité de leurs filiales à l'octroi des produits et services microfinanciers à la clientèle locale. Elles refinancent en monnaie locale ou en devises les IMF des pays où leurs filiales sont localisées. Ces banques prennent parfois des participations directes dans des fonds d'investissement ou développent des alliances stratégiques incluant une assistance technique ou une offre de services de gestion de risques. Les activités microfinancières des banques BNP-Paribas, Standard Chartered, Société Générale, Rabobank et HSBC sont illustratives de la combinaison de ces quatre stratégies. BNP-Paribas par exemple qualifie son activité de « *Wholesale loans microfinance* ». Elle développe depuis le début des années 2000 une activité de refinancement des institutions de microfinance. Elle s'adresse en priorité aux IMF de taille intermédiaire ou de grande taille localisées dans les marchés matures ou émergents. Les IMF ciblées sont celles qui figurent parmi les dix plus grandes IMF dans le classement du CGAP ou du Mix Market⁷. En 2009 elle a lancé Obli Etheis, son premier fonds de placement dans la microfinance. Ce fonds intègre 5 à 10% de son actif à destination de la microfinance. Une fraction de ce fonds est réinvestie dans « ResponsAbility Global Microfinance Fund ». BNP-Paribas soutient la microfinance en Tunisie par le biais de sa filiale UBCI. Cette institution cible prioritairement Enda Inter-Arabe. En 2012 son engagement auprès des institutions de microfinance s'est élevé à 56,3 millions d'euros, dont 33,1 millions envers les pays émergents. Les tableaux 1 et 2 donnent un aperçu de l'engagement de BNP-Paribas dans ces marchés.

Tableau 1 : Appui de BNP-Paribas à la Microfinance dans les marchés matures

	2010	2011	2012
Encours de financement en millions d'euros	9,2	8,1	15,4
Encours d'investissement en millions d'euros	1,7	4,1	6,3
Montants des dons en millions d'euros	nd	1,4	1,5
Nombre d'IMF	Nd	4	4
Total en millions d'euros	10,9	13,6	23,2
Nombre d'emprunteurs	Nd	6 395	12 786

Source : BNP-Paribas, Rapport RSE, 2012.

⁴ Le Mexique, l'Equateur et le Pérou sont les pays qui comptent le plus grand nombre d'IMF refinancées par les banques multinationales et les fonds d'investissement en microfinance. Cf. Mix-Market.

⁵ Selon le Mix-Market, ces pays attirent progressivement des financeurs des IMF. Au Sénégal, 11 IMF ont bénéficié d'un refinancement moyen de 271 604 dollars. En Côte d'Ivoire, 4 IMF ont bénéficié d'un refinancement de 204 311 dollars. À Madagascar, 5 IMF ont bénéficié d'un financement moyen plus élevé : 621 692 dollars.

⁶ L'évolution des stratégies des BMN a été pris en compte dans la rédaction de ce paragraphe.

⁷ Cf. How many MFIs and clients are there, the microfinance bulletin Mix, repris in Deutsche Bank research, décembre 2009.

Tableau 2 : Appui de BNP-Paribas à la Microfinance dans les marchés émergents

	2009	2010	2011	2012
Nombre d'IMF	17	18	26	24
Nombre d'emprunteurs	300 000	127 000	153 398	134 926
Encours en Millions d'euros	50	45,5	34,3	33,1

Source : BNP-Paribas, Rapport RSE, 2012.

La BNP-Paribas a mis en place une équipe dédiée à la microfinance dans son département « Asset Management Services » qui travaille en étroite collaboration avec certains cadres du groupe issus de ses réseaux internationaux de financement et d'investissement et de la banque de détail à l'international. Dans l'activité de détail orientée microfinance, elle a mis en place dans ses filiales « des comptes Pack Trankil » ouverts à 36 057 clients. Ces comptes favorisent l'accès aux services bancaires pour des populations disposant de revenus modestes. Ces solutions sont proposées par BNP-Paribas aux clients des pays du Maghreb et d'Afrique subsaharienne où le taux de bancarisation est encore très faible. Ces filiales (BICI)⁸ du Sénégal, de la Côte d'Ivoire, du Mali offrent ce service⁹. Sur la dimension activité microfinancière de gros avec l'étranger, elle a créé un fonds de microfinance de couverture de risque : MicroFix. Par le biais de ce fonds, la BNP-Paribas apporte son expertise et son assistance technique des marchés dérivés aux organismes engagées dans la microfinance internationale comme « Planet Finance ».

L'activité microfinancière de Standard Chartered (tableau 3) s'inscrit aussi dans la stratégie de type 1. Au regard des sommes engagées et au nombre des IMF financées, elle est probablement la plus impliquée dans le financement des institutions de microfinance. Ces financements sont assurés par les filiales implantées dans les pays originaires des IMF. Ce processus de financement s'étend dans 14 pays¹⁰.

Tableau 3 : Refinancement des IMF à la Banque Standard Chartered

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Crédits cumulés en millions de dollars	24	70	170	385	540	755	850
Montant moyens (USD en millions)	1	2	4	7	8	11	11
Nombre de personnes touchées en millions	0,16	0,47	1,2	2,6	3,6	5	5,6

La Société Générale (SG) axe ses interventions « en microfinance dans les pays où elle dispose d'une présence de banque universelle »¹¹. Cette intervention se fait « au travers des filiales locales qui apportent des sources de financement aux institutions de microfinance (IMF) de leur pays. Il s'agit principalement des lignes de crédits... »¹². Elle a accordé une ligne de crédit de 200 millions de roupies par le biais de sa filiale « Société Générale Munbaï » à Bandhan, une IMF indienne¹³. Cette activité se réalise grâce à un dispositif qualifié « autorisation de crédit ». Le montant des autorisations de refinancement en faveur du secteur de la microfinance s'élevait respectivement à 127 millions d'euros en 2007 et à 80 millions d'euros en 2011. Localisées dans des pays à dominante francophone, 17 filiales participent à ce processus. La Société générale a contribué en mobilisant ses filiales à la création des IMF au Cameroun, au Ghana, en Côte-d'Ivoire, en République démocratique du Congo, en Tanzanie et au Cambodge. Sa filiale BFV-SG Madagascar a pris une participation de 17% dans Acces Bank Madagascar. Sa filiale SGBC détient 20% du capital de Advans Cameroun. Les filiales du groupe de la banque de microfinance Advans, dont elle détient une participation, sont localisées au Ghana et en Côte d'Ivoire. Aussi en 2007 a-t-elle contribué à hauteur de 19,6%, aux côtés de AXA, la Société financière internationale (SFI), la Banque européenne d'investissement (BEI) et l'Agence française de développement (AFD), à la création ex nihilo de Microcred une holding de microfinance (Mayoukou, 2013). D'autres banques multinationales ont adopté une stratégie de type 2 ou de type 3 exclusivement, sans recourir à la stratégie de type 1. C'est le cas de la Deutsche Bank qui s'est engagée pour la première fois dans la microfinance en créant en 1997 « Deutsche Bank Microcredit Development Fund ». Cette structure dédiée a accordé des prêts à 60 IMF appartenant à 33 pays. En 14 ans, Deutsche Bank Microfinance Development Fund (DBMDF) a accordé 215 millions

⁸ Banque Internationale du Commerce et de l'Industrie.

⁹ « Le Pack Trankil » propose un compte bancaire, une carte de retrait, un service SMS sécurisé pour suivre son compte à distance et les conseils dans un centre de relation de crédit pour un coût de 1,5 € (985,43 francs CFA par mois).

¹⁰ Ces pays sont les suivants : le Bangladesh, l'Ouganda, le Botswana, la Jordanie, la Zambie, la Chine, le Kenya, la Sierra Leone, le Ghana, le Népal, l'Afrique du Sud, l'Inde, le Nigéria, la Tanzanie.

¹¹ Cf. Le groupe Société Générale, un soutien local stable pour le développement de la microfinance. <http://rse.societegenerale.com/layout/set/print/accueil/rse/>

¹² Ibid (12).

¹³ Cette IMF vient d'obtenir, l'agrément de banque de microfinance de la part de la Federal Reserve Bank of India (FBI). Les échos du 13 mai 2014.

de dollars de prêts à 119 IMF dans plus de 50 pays. En 2011, l'encours des crédits accordés à 37 IMF s'élevait à 126 millions de dollars. L'activité de la « DBMF » est très large. Elle octroie des prêts aux IMF, mais aussi directement aux micro-entrepreneurs. La « DBMF » apporte souvent un capital d'amorçage aux IMF nouvellement créées. Son activité s'étend également à l'apport de garantie. Celle-ci est accordée aux banques locales qui souhaitent refinancer des IMF.

Le Crédit Agricole est également engagé dans une stratégie de type 2. En partenariat avec la Grameen Bank, il a participé à la création de « Crédit-Agricole Grameen bank (CA-GB) » qui assure le refinancement des IMF. En 2011 CA-GB a financé Hekima, IMF de la République démocratique du Congo, pour un montant de 324 000 \$. En 2012, CA-GB a accordé un prêt de 610 000 € à ALIDé, une IMF du Bénin. Cette stratégie de type 2 a été également adoptée par d'autres banques multinationales : Citigroup, Commerzbank, Goldman Sachs, Morgan Stanley et JP Morgan. Chacune a fait le choix de séparer son activité principale d'avec celle de la microfinance. Ces structures dédiées à la microfinance accordent soit des refinancements aux IMF, prennent des prises de participation dans le capital des IMF, soit assurent l'accompagnement des IMF dans leur processus d'entrée en bourse. C'était le cas de Compartamos au Mexique et de SKS en Inde dont l'entrée en bourse a été assurée par JP Morgan.

La stratégie de type 4 relève à la fois des alliances stratégiques et d'octroi de services. Les alliances stratégiques recouvrent les différentes formes de partenariats : partenariat de fonds propres et de dépenses de personnel ; partenariat de notoriété ; partenariat de débouché ou de marché ; participation croisée, joints ventures. Les participations croisées et les joints ventures sont intégrées dans la stratégie de type 2. Nous ne retenons ici que les partenariats de notoriété, de débouché ou de marché. L'assistance technique et les services de gestion de risque ne participent pas fondamentalement aux alliances stratégiques car ce sont souvent des prestations que souscrivent certaines IMF auprès des banques multinationales.

Les alliances stratégiques sont encore en émergence. Quelques banques ont choisi cette stratégie qui relève d'une activité avec l'étranger dans la classification établie plus haut. Morgan Stanley l'a adopté par le biais de sa structure « Global Sustainable finance ». Une équipe du personnel de « Microfinance Institution Group (MIG) » est chargée d'apporter l'expertise de la banque à des micro-entreprises ou à des grandes entreprises sensibles aux questions de la microfinance. Via le MIG, Morgan Stanley accompagne Woman Wold banking. Elle a mis en place une relation de partenariat avec l'association internationale d'investisseurs en microfinance (O'Donohoe et *al.*, 2010). JP Morgan a également créé une fondation qui accorde des subventions aux ONG engagées dans la microfinance. Son soutien va en priorité au réseau « banquiers sans frontière », qui est un programme lancé par la fondation Grameen bank.

La Barclays bank a développé un partenariat avec l'ONG CARE qui a mis en place un programme d'associations villageoises d'épargne et de crédit (Village Savings and loans associations (VSLA)) en Inde, en Indonésie, au Kenya, au Mozambique, au Pérou, en Tanzanie, en Ouganda, au Ghana et au Vietnam. Par le biais du partenariat avec l'ONG CARE, les filiales de Barclays offrent des services de « mobile banking » ou de financements des implantations des VSLA. Ces prêts ont été respectivement de 54,9 millions de dollars en 2009, de 55 Millions de dollars en 2011 et de 63,3 millions en 2011. Le partenariat de la Barclays bank a été étendu aux tontiniers du Ghana. Elle coopère avec 500 tontiniers qui accordent des micro-prêts en se refinançant auprès de son réseau dans le pays.

L'assistance technique est aussi un domaine dans lequel s'impliquent les banques multinationales. Beaucoup d'entre elles le font par le biais d'association de volontaires. BNP-Paribas intervient par l'entremise de « l'Association microfinance sans frontière », animée par 200 bénévoles d'employés et de retraités de la banque. Plusieurs banques multinationales ont mis en place un département d'analyse de crédit et d'assistance technique pour accompagner les IMF dans la gestion des risques. Ce type de département offre des services de couverture de risque de change aux IMF qui empruntent en devises.

3. LE PARADIGME OLI, UNE GRILLE D'ANALYSE DES STRATÉGIES D'ENTRÉE DES BANQUES MULTINATIONALES DANS LES MARCHÉS MICROFINANCIERS ÉTRANGERS

L'analyse de l'internationalisation de la microfinance dont l'entrée des banques multinationales est l'une des facettes ne fait pas l'objet des travaux de la littérature en émergence. Les travaux actuellement disponibles traitent l'internationalisation microfinancière sous l'angle d'opportunité d'investissement. L'IMF est considérée comme un actif risqué que l'on peut ou pas intégrer dans un portefeuille. D'autres travaux s'intéressent à la question de l'attractivité des IMF pour les investisseurs. Les travaux de Ahlin, Lin et Maio (2010), Gonzalez (2007) ou Krauss et Walter (2009) sont représentatifs de cette tendance. En

s'appuyant sur les données du Mix Market, Krauss et Walter mettent en évidence la sensibilité des IMF aux chocs macroéconomiques. Ils concluent que l'environnement macroéconomique est déterminant dans la performance des IMF. Ces dernières semblent mieux résister aux chocs macroéconomiques. En d'autres termes, l'investissement dans une IMF diversifie le risque selon les auteurs. L'impact de l'internationalisation sur la performance des IMF est également étudié par Mersland et *al.* (2010) sous l'angle de l'internationalisation du passif. En mobilisant les approches de l'économie internationale, ils postulent que l'internationalisation affecte positivement la performance des IMF. Pour eux, la capacité de mobiliser des ressources internationales¹⁴ accroît la performance de l'IMF qui en est dotée comparativement à celle qui n'en a pas. Pour apprécier cet impact des ressources « dites internationales », ils retiennent trois indicateurs de performance : la rentabilité des actifs, l'autosuffisance opérationnelle et l'autosuffisance financière. Ces trois indicateurs leur permettent de capturer la complexité de la performance d'une IMF. Aussi identifient-ils quatre canaux par lesquels passent « ces effets de l'internationalisation » de l'IMF sur sa performance. Il s'agit de l'accès à des connaissances internationales grâce à l'actionnaire international, l'accès aux fonds internationaux par le biais de l'endettement international ou des subventions internationales, du monitoring international que peuvent exercer les actionnaires étrangers du conseil d'administration et, enfin, de l'appartenance à un réseau international favorisant l'accès à des connaissances spécifiques et aux équipements de pointe. En somme, la thèse de Mersland et *al.* n'est qu'une tentative de transposition, à la microfinance, de la théorie des avantages spécifiques des firmes multinationales localisées dans un pays par rapport aux firmes locales. Les travaux en émergence ne mobilisent pas fondamentalement la littérature disponible de la firme multinationale pour analyser les raisons de l'entrée des banques internationale dans la microfinance. Nous allons combler cette lacune en mobilisant la grille OLI de Dunning et en l'appliquant aux stratégies d'entrée des banques multinationales dans le marché microfinancier.

3.1 La Grille OLI revisitée

Le paradigme OLI (Ownership, Localisation, Internalization) a été appliqué pour la première fois à l'analyse de la firme multinationale par John H. Dunning (1981). Selon Dunning, la théorie de la multinationalisation de l'entreprise développée jusqu'alors cherchait à répondre séparément aux questions suivantes : pourquoi les entreprises produisent à l'étranger ? Comment sont-elles capables de concurrencer avec succès les firmes locales ? Où les firmes multinationales produisent-elles à l'étranger ? D'après Dunning (1981, 1982), la réponse à la première question tient à l'avantage en terme d'internalisation des activités par les firmes multinationales. Quant à la deuxième question, la réponse viendrait du fait que ces firmes multinationales possèderaient des avantages spécifiques (ownership) qu'elles peuvent transposer à l'étranger. Enfin, la réponse à la troisième question est l'avantage en termes de localisation que possèdent les firmes multinationales dans leurs lieux d'implantations. Pour Dunning, la mobilisation de ces trois explications ne doit pas être prise séparément. La capacité de la firme d'internaliser les marchés étrangers n'explique que partiellement les raisons qui conduisent les firmes multinationales à concurrencer avec succès les firmes locales. L'internalisation ne peut selon Dunning expliquer le cas où les firmes multinationales détiendraient un avantage absolu sur les firmes locales. Cet avantage pourrait résulter de l'expertise des firmes dans les activités délocalisées, ou de l'esprit d'entreprise du personnel de ces firmes. Les avantages spécifiques à la firme doivent être distingués des avantages en termes d'internalisation. Mais, la théorie de l'internalisation peut apporter qu'une réponse partielle sur l'analyse des raisons de la répartition de la production des biens entre les pays. Le paradigme OLI ou la théorie éclectique intègre les trois dimensions dans l'analyse explicative des raisons qui conduisent les firmes multinationales à produire à l'étranger. Selon la thèse de Dunning (1977, 1981) la décision pour une firme de délocaliser sa production à l'étranger implique que les trois avantages soient pris en même temps. Ainsi, une firme dont la maison mère est localisée à l'étranger, doit posséder des avantages spécifiques à la firme à l'égard des firmes locales si elle veut servir un marché étranger (O). En outre, la firme doit combiner les avantages spécifiques avec les dotations locales des pays étranger afin de profiter des avantages locaux des pays d'implantation (L) sinon, elle devrait servir le pays étrangers par l'exportation. Enfin, il devrait être bénéfique à la firme possédant ces avantages de pouvoir les utiliser elle-même plutôt que de les vendre ou de céder ces droits pour que des firmes étrangères puissent les utiliser (I). Cette analyse construite pour la firme multinationale a été appliquée à la banque multinationale par Gray and Gray (1981). La théorie a été adaptée aux activités hors frontières qui sont en concurrence avec les

¹⁴ C'est par exemple la présence des actionnaires étrangers dans le conseil d'administration, l'endettement international et l'appartenance à un réseau international.

segments de marché à l'intérieur des frontières. Les auteurs ont exclu les activités sur les euromarchés. Ils admettent l'existence des avantages en termes d'ownership (O), de localisation (L) et d'internalisation (I). L'article s'est focalisé sur les facteurs relevant de l'internalisation et de la localisation, car l'Ownership avantage ne distingue pas les banques entre elles. L'avantage en termes d'économies d'échelle ne jouant pas en ce qui concerne les banques multinationales car la banque qui décide de devenir multinationale possède déjà cet avantage. Les avantages en terme d'internalisation discutés par les auteurs sont les imperfections du marché du produit et celles qui touchent le marché et les économies de l'internalisation. S'agissant des avantages en termes de localisation, les auteurs ont retenu la préservation de la clientèle (part de marché), l'entrée dans un marché de croissance et le contrôle des matières premières.

La critique qui a été formulée à cette analyse par William (1997) à laquelle nous souscrivons est d'abord la transposition de la théorie éclectique élaborée pour la firme industrielle sans adaptation. La BMN est spécifique par rapport à la firme multinationale. Ensuite, la banque multinationale qui ne possède pas d'avantage spécifique ne peut véritablement le devenir. Yannopoulos (1983) a cherché à réaménager l'analyse de Gray et Gray (1981) en considérant que l'essentiel de l'activité des banques multinationales se déroule sur les euro-marchés. Cette dimension doit être prise en compte. En termes d'ownership (ou avantage spécifique à la firme), elle se situe selon Yannopoulos dans la différenciation des produits. Cet avantage résulte de deux sources : l'importance de certaines monnaies clés dans le commerce et la finance internationale ; la concurrence hors prix dans les services bancaires.

Sur l'angle de la localisation, les avantages pour l'activité bancaire multinationale incluent les différences dans les structures de réglementation ; le désir des investisseurs de protéger la monnaie des risques politiques ; la dispersion géographique de la clientèle bancaire de base ; la migration de la clientèle à l'étranger poussant les banques à suivre leurs clients ; l'accès à un pool de main-d'œuvre qualifiée.

Le travail de Yannopoulos (1983) qui n'a pas pris véritablement en compte l'internalisation a été diversement apprécié. Pour Alibert (1984), la première source de différenciation auprès de la clientèle est la monnaie. Les clients préfèrent selon Alibert être en relation avec une banque originaire de la monnaie de transaction de leurs activités. Mais, cet avantage n'est pas spécifique. En effet, on peut recourir à un correspondant étranger pour offrir un service en monnaie de transaction internationale sans avoir une présence à l'étranger. La théorie la plus fortement appliquée à l'analyse de la raison d'être des banques multinationales est la théorie de l'internalisation (Grubel, 1977). La banque multinationale est perçue dans ces travaux comme un moyen d'internalisation des coûts de transaction au sens de Coase. Nous postulons que l'extension de l'activité bancaire internationale à la microfinance peut s'analyser comme une entrée des banques étrangères sur un marché étranger. En effet, l'activité microfinancière de la Banque multinationale est totalement déployée à l'étranger ou à l'international depuis la maison mère. En appliquant l'analyse OLI aux stratégies d'entrée de types 1, 2, 3 ou 4 nous chercherons à examiner si pour développer une activité de microfinance à la fois de gros et de détail, les banques multinationales réunissent les trois avantages au sens de Dunning. Lorsqu'elles n'ont pas d'avantage spécifique en microfinance, les stratégies prises individuellement visent-elles à construire ces avantages ?

3.2 Possession et/ou construction d'avantages spécifiques par les banques multinationales

L'analyse des stratégies d'entrée de la banque multinationale dans le segment microfinancier laisse entrevoir que l'ownership avantage, au sens de Dunning n'est pas préexistant dans les banques multinationales. La plupart des banques ont d'abord cherché à l'acquérir par les stratégies de type 2, 3 ou 4. En effet, l'institution de microfinance a une supériorité dans le financement des micro-prêts et dans l'analyse des risques des activités des personnes exclues du système bancaire formel. François Fall (2011, 37) souligne « l'inadéquation des procédures bancaires dans l'offre de produits en faveur des populations à bas revenus ». Les stratégies 2 et 3 (Mayoukou, 2013, 207) ont pour vocation soit d'acheter cet avantage, soit de l'acquérir par apprentissage. L'exemple de BNP-Paribas est édifiant. Son partenariat construit avec l'ADIE dès 1993 dans la microfinance au niveau local, lui a permis de se lancer dans le refinancement des IMF de plusieurs pays. N'ayant pas d'avantage spécifique en microfinance, plusieurs banques ont développé des structures dédiés à cette activité (stratégie de type 2, Mayoukou, 2013, 210-211) afin d'acquérir ce savoir-faire. Cette expertise acquise, elles offrent des services microfinanciers destinés à la clientèle. Les prises de participations dans les institutions de microfinance ou dans un fonds d'investissement en microfinance (Société Générale, Deutsche Bank, BNP-Paribas, Rabobank) visent à acquérir par voie externe cet avantage spécifique. En faisant jouer son envergure dans le refinancement des IMF (stratégie de type 1) les banques multinationales font généralement naître in fine cet avantage

spécifique : le Ownership de Dunning. En posant ses conditions de refinancement aux IMF, telles que « les six principes de déontologie du CGA »¹⁵, les Banques multinationales attirent les IMF vers ce qu'elles savent bien faire en incitant les IMF vers la commercialisation. Les banques multinationales dépourvues au départ de cet avantage spécifique en microfinance, l'expriment désormais sur le segment de l'activité de détail. L'offre de services du mobile banking, des cartes de crédit, les refinancements en devises illustrent l'avantage spécifique des banques multinationales en terme Ownership.

3.3 Avantage en termes de Localisation

Les choix de localisation des banques multinationales pour développer leur activité de prêts sont déterminés, d'une part, par l'importance du marché de la microfinance et, d'autre part, par la performance financière et sociale des IMF. Les marchés les plus attractifs pour les banques multinationales sont aussi ceux qui sont également ciblés par les fonds d'investissement en microfinance. Au regard du choix de localisation de l'activité de refinancement ou de détail en direction de la microfinance, les banques s'implantent en fonction de l'avantage pays qu'elles combinent avec les avantages spécifiques dont elles bénéficient où qu'elles cherchent à acquérir dans le secteur de la microfinance (tableaux 4 et 5).

Tableau 4 : Encours de prêts des IMF auprès des investisseurs privés y compris les BMN

Pays	Nombre IMF financées	Encours millions de dollars	Montant médian en dollars
Bangladesh	33	2.569.531.371	543.872
Bolivie	23	2.167.366.035	249.569
Costa Rica	12	180.609.386	114.278
Cameroun	8	57.324.661	592.676
Côte-d'Ivoire	4	18.116.699	204.311
Ghana	27	107.765.455	205.599
Salvador	11	700.257.614	915000
Inde	120	11.562.694.509	787.662
Kenya	17	1.153.647.575	2.148.978
Guinée	3	6.365.835	228.760
Madagascar	5	57.359.082	621.692
Mali	12	238.736.082	326.991
Maroc	11	2.294.499.037	2.112.176
Mexique	44	4.150.658.946	591.495
Pérou	56	6.808.672.079	695.623

Source : Mix-Market.

Tableau 5 : Localisation des activités microfinancières des IMF

BMN	Structures dédiées	Niveau d'intervention	Types d'interventions	Formes
BNP-Paribas	Filiales ou succursales à l'étranger	Afrique, Maroc, Tunisie, Egypte, Sénégal, Côte-d'Ivoire, Mali	Refinancement des IMF par le biais des filiales	Prêts dominants
Citigroup	Citigroup's Export Agency Finance Group	Amérique latine surtout	Octroi du microcrédit via sa structure dédié	Prêts dominants
Crédit Agricole	Crédit-Agricole-Grameen Bank	RDC, Bénin, Mali	Refinancement des IMF et prise de participation	Prêts et prise de participation
Goldman Sachs	Goldman Microfinance Bank	Rwanda, Nigéria, RDC	Refinancement des IMF via Opportunités DRC	Prêts dominants
HSBC	Filiales ou succursales à l'étranger	Inde, Mexique, Philippines	Refinancement des IMF viables et à impact social	Prêts dominants
Société Générale	Filiales ou succursales à l'étranger et structure dédiée : Advans	Madagascar, Cameroun, Côte d'Ivoire, Ghana, Inde	Refinancement des IMF et prise de participation	Prêts et prise de participation
	Filiales ou succursales à l'étranger	Pays cibles	Prise de participation	Prise de participation
Standard Chartered	Filiales ou succursales à l'étranger	Monde entier	Refinancement des IMF	Prêts dominants

Source : Rapports d'activité des Banques multinationales et rapports ING, 2006, 2008 et 2012. Construit par l'auteur.

¹⁵ Ces principes concernent « la protection du client et la transparence, la transparence des prix ; des pratiques de collectes appropriées ; le respect des règles éthiques par le personnel des IMF ; un système de prise en compte des plaintes et de réparation ; la protection des données du clients » (BNP-Paribas, 2009, 84).

Les banques multinationales françaises développent leur activité dans les pays de la zone franc CFA où elles disposent d'un avantage historique : présence de longue date, connaissance du pays. Les banques américaines se localisent dans les pays d'Amérique Latine et en Inde, du fait de la présence des ONG américaines (ACCION, FINCA) qui ont été les premières à lancer des projets de microfinance au début des années 1980. On peut citer en exemple le Mexique et le Pérou (tableau 4).

Le redéploiement d'une partie de l'activité des filiales des BMN vers la microfinance dans les lieux d'implantation des filiales s'explique aussi par le fait que le marché bancaire est déjà sous le contrôle des banques étrangères. C'est le cas de Madagascar, du Mali, du Sénégal, du Pérou, du Bénin, de la Côte d'Ivoire et du Ghana (Van Horen, 2007, 84-86). Dans certains pays, la part des actifs des six étrangères sur l'ensemble des actifs des banques du pays représente plus de 50% (Bénin, Sénégal, Ghana, Cameroun) voire 100% (Madagascar, Mozambique) (Van Horen, 2007, 84-86).

3.4 *Avantages en termes d'internalisation*

En développant l'activité de microfinance au travers d'une prise de participation dans le capital d'une IMF, soit par le biais de leurs filiales locales qui ont déjà développé des relations avec des IMF, soit au travers d'une alliance stratégique, les banques multinationales veulent à la fois renforcer leur image de banque socialement responsable aux yeux des ONG, et des clients exclus du secteur bancaire, et montrer aux pouvoirs publics des pays du Sud, qu'elles participent à l'accompagnement de la transformation de IMF en banque de microfinance afin de contribuer au renforcement de l'inclusion financière¹⁶.

En somme, en entrant dans le capital de l'IMF, en s'associant avec une IMF, ou en prenant une participation dans un fonds d'investissement en microfinance (Crédit Agricole, Société Générale, Deutsche Bank, Rabobank) les banques multinationales veulent acquérir le savoir-faire microfinancier, autrement dit l'expertise dans le domaine du micro-financement. Or, dans le segment microfinancier, l'IMF affirme a priori sa supériorité par rapport à la banque sur le financement des micro-entrepreneurs. Face aux imperfections de l'information, la prise de participation ou le partenariat émerge donc comme la réponse endogène pour l'internaliser les coûts d'entrées dans le segment de la microfinance. Deux logiques d'internalisation peuvent être mises en exergue dans l'ensemble des stratégies d'entrée des banques dans la microfinance. Une logique de croissance interne et une logique de croissance externe. La croissance interne suppose que la banque dispose des ressources spécifiques en savoir microfinancier.

Si la banque multinationale ne possède pas ces ressources spécifiques, elle doit les accumuler soit de façon interne¹⁷, soit les acquérir par croissance externe¹⁸. Les banques multinationales utilisent l'une ou l'autre de ces modalités de croissance ou les deux en même temps.

Beaucoup d'IMF se refinancent auprès des fonds d'investissement dont le marché représente environ 10 milliards de dollars. Il existe une centaine de fonds dont une trentaine de type commercial. Or, plusieurs fonds se refinancent auprès des banques multinationales. Un certain nombre de banques multinationales ont créé elles-mêmes des fonds d'investissement. Par leur maîtrise des marchés financiers, les banques multinationales octroient des prêts (en devises ou en monnaie locale) à des taux plus faibles que ne peuvent le faire les fonds d'investissement en microfinance, ni même les banques locales.

CONCLUSION : l'offre de services microfinanciers par les banques multinationales et la question de l'éthique

La microfinance est entrée dans une approche commerciale¹⁹ depuis la fin des années 1990. L'entrée des BMN s'inscrit dans cette approche, et elle vient en amplification de la commercialisation. L'approche du modèle économique dominant d'offre de services microfinanciers est celle qui considère que « l'IMF sérieuse doit, dans une certaine mesure adopter une approche commerciale » (Schmidt, 2013, 244). Mais en terme éthique, l'entrée des MBN en microfinance en amplifiant le processus de commercialisation ne

¹⁶ Parmi ces trois responsabilités, la BNP-Paribas (2009, 9) se reconnaît une responsabilité civique, lutte contre la pauvreté de l'éducation et la culture (...), aide aux banlieues, microcrédit.

¹⁷ Notamment par une logique d'apprentissage du métier de microfinancier, en mettant en place des équipes dédiées à la microfinance, ou en créant ex nihilo une entité dédiée à la microfinance.

¹⁸ Par prise de participation ou partenariat.

¹⁹ Approche qui selon Schmidt (2013, 244) « fait référence à une stratégie de création et de gestion des IMF leur permettant de couvrir l'intégralité de leurs coûts, incluant le coût des fonds propres, au terme d'une courte période de démarrage et d'être définitivement indépendantes des subventions des institutions d'aide au développement. »

conduit-elle pas à la dénaturation même du produit phare qu'est le microcrédit ? C'est à cette question que nous allons répondre dans les lignes qui suivent.

En effet, le microcrédit produit phare de la microfinance est par définition entrepreneurial, autrement dit, générateur selon Coupez et *al.* (2009, 401) « de revenus à partir d'une activité économique ». Or le microcrédit personnel qui se développe en Europe et qui n'est autre qu'un prêt à la consommation déguisé, n'est-il pas celui que transpose entre autres services les BMN dans leur lieu d'implantation ? Le transfert de fonds qui est sous contrôle des multinationales de transferts dont le marché représente 300 milliards de dollars par an et qui est alimenté par environ 200 millions de migrants dans le monde, n'est-il pas celui que les BMN veulent capter en internalisant une partie de l'activité microfinancière ? On peut répondre par l'affirmative aux deux questions posées. En effet, les BMN constituent la quatrième vague des investisseurs dans la microfinance. Bien qu'elles contribuent à la professionnalisation du secteur par un apport de financement sous la forme de dettes, de capitaux, de garantie voire d'expertise, la question qui se pose est la suivante : les BMN servent-elles véritablement la clientèle exclue que servaient les IMF de la première génération, « autrement-dit de la philosophie à la Mohamad Yunus » ? Ou bien ciblent-elles tout simplement « la crème » de la clientèle, autrement dit les plus riches parmi les pauvres ? L'offre de services microfinanciers que nous avons mis en évidence dans les faits stylisés, va-t-elle conduire au respect d'un équilibre entre la rentabilité et la mission sociale ? Il est difficile pour l'instant de répondre à cette question, car les données sur la clientèle véritablement visée par l'offre des services microfinanciers des BMN font encore défaut. Toutefois, une institution responsable socialement sur le plan éthique est celle qui, selon Servet (2009, 418), maintient « une cohérence entre les fins poursuivies aux niveaux locaux et globaux et les moyens pour les atteindre ». Pour Servet, l'éthique d'une IMF, voire d'une BMN engagée dans la microfinance, devrait se mesurer par sa contribution à l'inclusion financière de l'ensemble de la population d'une part, et par les services financiers proposés qui doivent être véritablement accessibles par leurs coûts et par le mode de diffusion d'autre part. En outre, les produits financiers proposés doivent être adaptés aux besoins de la population. Mais Schmidt (2013) doute que les BMN ne respectent cette éthique. Selon lui, les BMN qui se sont lancées dans la microfinance, « que bien qu'elles qualifient de microfinance leurs activités de détail, celles-ci n'ont pas grand-chose à voir avec le financement de petites et très petites entreprises. Ce sont des prêts à la consommation » (Schmidt, 2013, 257). Il ajoute : « est-il défendable d'un point de vue éthique de financer la consommation des pauvres, d'autant plus quand le financement est accordé (comme au Mexique) sous une éthique trompeuse ? » Nous ne franchirons pas ce pas. Cependant, en élargissant son offre de services aux produits microfinanciers, la BMN soulève par ce choix stratégique une question éthique. Or, l'éthique économique pose dans le domaine financier la question du comportement des institutions. En offrant des services microfinanciers de détails et/ou de gros, directement via les filiales à l'étranger, ou par le biais de la création ex nihilo des structures dédiées (fonds d'investissement en microfinance), à une clientèle qu'elles ne servaient pas auparavant, même lorsqu'elles étaient présentes par des filiales, conduit à cette interrogation : les BMN poursuivent-elles une mission sociale comme elles le soulignent dans leurs rapports annuels sur la responsabilité sociale et environnementale, ou bien sont-elles attirées par l'appât du gain » microfinancier ? Une chose est désormais sûre, les BMN offrent des services, qu'elles dénomment microfinanciers, mais qui n'englobent pas fondamentalement le microcrédit dans son sens originel. Elles servent une clientèle dont elles n'ouvrent pas directement des comptes, mais à qui elles offrent des services bancaires de proximité dont le support est une technologie accessible presque à tous, le téléphone mobile. Les BMN font entrer la microfinance dans une nouvelle ère, celle du téléphone connecté. Elles apportent parfois des innovations tirées de la culture locale, c'est le cas de la BICIG Gabon, filiale de la BNP-Paribas, qui a proposé un produit, le « Kimi Crédit », conçu sur le modèle de la tontine à destination des ménages à revenus modestes ou des petites affaires du secteur informel (BNP-Paribas, 2008, 153, encadré).

BIBLIOGRAPHIE

- AHLIN C., LIN J., MAIO M. (2010) Where does microfinance flourish ? Microfinance institution performance in macroeconomic context, *Journal of Development Economics*, 95, 105-120.
- ALIBERT R. Z. (1984) A international banking, A survey, *Journal of Money, Credit and Banking*, 16, 661-712.
- BNP-Paribas (2012) *Les engagements d'une banque responsable, la preuve par l'action*, BNP Paribas, rapport de responsabilité sociale et environnementale.
- BNP-Paribas (2010), *Rapport de performance sociale 2010 : activité microfinance BNP Paribas*, Rapport BNP-Paribas.
- BNP-Paribas (2009) *Rapport sur la responsabilité sociale et environnementale 2009*, Rapport BNP-Paribas.
- BNP-Paribas (2008) *Rapport sur la responsabilité sociale et environnementale 2008*, Rapport BNP-Paribas.

- COUPEZ B., LUTZEL E., REILLE X. (2009) Paradoxes et défis de la microfinance : une industrie qui résiste à la crise, une nouvelle classe d'actifs, *Rapport moral sur l'argent dans le monde*, Association d'Économie Financière, 399-416.
- CULL R., DERMIGÜC-KUNT A., MORDUCH J. (2007) Financial performance and outreach: a global analysis of leading microbank, *Economic Journal*, 117 (517), 177-133.
- DEUTSCHE BANK Microfinance development fund, (2010) *A decade in perspective*, www.DBMF.org.
- DUNNING J. H. (1982) The eclectic theory of the multinational enterprise and the international hotel industry, in A.-M. Rugman (ed.) *New theories of the multinational enterprise*, British Library Cataloguing in Publication Data, 79-106.
- DUNNING J. H. (1981) Trade, Location of Economic activity and the multinational enterprise: a search for an eclectic approach, in J.-H. Dunning (1981) (ed.) *International production and the multinational enterprise*, London, Allen and Unwin, 21-45.
- DUNNING J. H. (1977) Trade, Location of economic activity and the MNE: a search for eclectic approach, in B. Ohlin (ed.), *The international allocation of economic activity*, The Macmillan Press LTD, 395-418.
- FALL F. S. (2011) La complémentarité banque microfinance dans les économies en développement: une perspective théorique, *Revue d'économie industrielle*, n° 133, 31-56.
- GALEMA R., LENSINK R., SPIERDIJK L. (2011) International diversification and microfinance, *Journal of International Money and Finance*, n° 30, 507-515.
- GONZALEZ A. (2007) Resilience of Microfinance Institutions to National Macroeconomic Events: An Econometric Analysis of MFI asset quality, *Mix discussion Paper*, n°1.
- GRAY J. M., GRAY H. P. (1981) The multinational bank: a financial MNC ? *Journal of Banking and Finance*, 5, 33-63.
- GRUBEL H. (1977) A theory of multinational banking, *Banca Nazionale de Lavarò Quarterly Review*, 349-363.
- KRAUSS N., WALTER I. (2009) Can Microfinance Reduce Volatility ? *Economic Development And Cultural Change*, Vol. 58, n° 1, Octobre, 85-110.
- MAYOUKOU C. (2013) L'extension de l'activité bancaire internationale à la microfinance: analyse des stratégies de quelques banques multinationales, in F.-H. Defoundoux, J.-R. Dirat, C. Mayoukou (éd.) *La microfinance contemporaine : défis et perspectives*, Rouen, PURH, 201-219.
- MESLAND R., RANDOY T., OYSTEIN STROM R. (2010) The impact of international influence on microbanks performance: a global survey, *International Business Review*, n° 20, 163-176.
- O'DONOHUE N., ROZIRA DE MARIZ F. (2010) All eyes on microfinance asset quality, in Microfinance Global Valuation Survey 2010, *Glogal Research*, 2 mars, www.morganmarkets.com
- RUFFINI P.-B. (1983) *Les banques multinationales*, Paris, PUF.
- SCHMIDT R. H (2013) Microfinance et éthique, *Revue d'Économie Financière*, n° 112, 242-276.
- SERVET J.-M. (2010) *Le grand renversement de la crise au renouveau solidaire*, Paris, Desclee de Brouwer, 264 p.
- SERVET J.-M. (2009) La responsabilité sociale en microfinance dans le contexte d'une commercialisation croissante du microcrédit, *Rapport moral sur l'argent dans le monde*, Association d'Économie Financière, 417-429.
- STANDARD CHARTERED (2009) Annual Report and Accounts.
- VAN HOREN N. (2007) Foreign banking in developing countries; origin matters, *Emerging Markets Review*, janvier, 81-105.
- WILLIAM B. (1997) Positive theories of multinational banking: eclectic theory versus internalization theory, *Journal of Economic Surveys*, vol. 11, n° 1, 71-97.
- YANNOPOULOS G. N., (1983) The Growth of Transnational Banking, in M. Casson (ed.) *The Growth of International Business*, London, Allen & Unwin, 236-257.