

MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT  
SUPERIEUR DE LA RECHERCHE ET DE  
L'INNOVATION (MESRI)



BURKINA FASO  
Unité – Progrès - Justice

UNIVERSITE THOMAS SANKARA  
(UTS)



INSTITUT DE FORMATION OUVERTE A  
DISTANCE (IFOAD)



Année universitaire : 2020-2021

**MEMOIRE DE FIN DE CYCLE**

Pour l'obtention du Master Professionnel en  
Economie et Gestion des Entreprises  
D'Economie sociale et solidaire (MEGEES)

**Promotion 2019-2021**

**THEME**

*Les Effets du microcrédit sur l'autonomisation des  
femmes de la commune de Saaba : cas de la Pan  
African Microfinance SA*

**Présenté et soutenu publiquement le 24/01/2023 par :**  
KABORE Abdou

**Maitre de stage**

Mme YAMEOGO/SAWADOGO Elise  
Chef de Guichet

**Directeur de mémoire**

Dr Denis B. AKOUWERABOU  
Enseignant-Chercheur/ UTS

## SOMMAIRE

<b>DEDICACES .....</b>	<b>II</b>
<b>REMERCIEMENTS.....</b>	<b>III</b>
<b>LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....</b>	<b>IV</b>
<b>LISTE DES GRAPHIQUES .....</b>	<b>V</b>
<b>LISTE DES TABLEAUX .....</b>	<b>VI</b>
<b>RESUME.....</b>	<b>VII</b>
<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>1</b>
<b>CHAPITRE I : CADRE CONCEPTUEL ET REVUE DE LITTERATURE.....</b>	<b>3</b>
I. Définition des concepts .....	3
II. Revue de la littérature .....	4
<b>CHAPITRE II : PRESENTATION DE LA PAN AFRICAN MICROFINANCE ET METHODOLOGIE DE RECHERCHE .....</b>	<b>7</b>
I. La méthodologie de l'étude.....	7
II. Présentation de la Pan African Microfinance SA.....	90
<b>CHAPITRE III : ANALYSE ET INTERPRETATION DES RESULTATS .....</b>	<b>13</b>
I. Les caractéristiques socio-démographiques des personnes enquêtées et des groupes de solidarité .....	13
II. Effets du microcrédit sur l'augmentation des activités commerciales des femmes.....	17
III. Effets du microcrédit sur le bien-être et l'épanouissement des femmes .....	23
<b>CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS .....</b>	<b>31</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>33</b>
<b>ANNEXE .....</b>	<b>X</b>
<b>TABLE DES MATIERES .....</b>	<b>XIII</b>

## DEDICACES

**A**

Mon épouse, **Florence**

Mon fils, **Betsalel**

Et mes parents **Inoussa KABORE** et **Haoua ZOUNGRANA**

Je dédie affectueusement ce document.

## REMERCIEMENTS

La présente étude a eu le concours de bonnes volontés, des personnes qui n'ont ménagé aucun effort pour sa réalisation. Nous ne saurons donc faire économie de notre gratitude à toutes les personnes qui ont participé à la rédaction de ce document. Nous remercions particulièrement du fond du cœur :

- ❖ le Dr. Denis B. AKOUWERABOU qui n'a ménagé aucun effort pour diriger la rédaction de ce mémoire avec beaucoup d'attention et qui s'est toujours rendu disponible toutes les fois que nous avons eu besoin de son assistance ;
- ❖ notre maitre de stage Mme Elyse YAMEOGO/SAWADOGO pour son encadrement durant notre période de stage et tout l'intérêt qu'elle a porté à la préparation de cette étude ;
- ❖ la Direction de l'IFOAD à travers le corps professionnel qui nous ont formé durant tout notre cursus ;
- ❖ la Direction Générale de Pan African Microfinance ainsi que son personnel qui nous a reçu en stage et formé pendant plus de 12 mois ;

Nous exprimons toute notre gratitude au Dr Ollo DAH, Enseignant-Chercheur à l'Université Norbert ZONGO pour ses apports considérables pendant la rédaction de ce mémoire.

Nous ne saurons clore nos propos en omettant de saluer la contribution de nos amis, parents et de nos camarades de promotion. Nous leur disons merci pour leur franche collaboration.

## LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

<b>AG</b>	: Assemblée Générale
<b>AGR</b>	: Activités génératrices de revenu
<b>BIT</b>	: Bureau International du Travail
<b>CA</b>	: Conseil d'Administration
<b>CC</b>	: Comité de crédit
<b>CI</b>	: Client Individuel
<b>DAT</b>	: Dépôt A Terme
<b>GS</b>	: Groupe de Solidarité
<b>INSD</b>	: Institut National de la Statistique et de la Démographie
<b>MEGEES</b>	: Maitrise en Economie et Gestion des Entreprises d'Economie Sociale et Solidaire
<b>PMBF</b>	: Pan African Microfinance
<b>ONG</b>	: Organisation Non Gouvernementale
<b>ONU</b>	: Organisation des Nations Unies
<b>PI</b>	: Prêt Individuel
<b>BACB</b>	: Banque Agricole et Commerciale du Burkina
<b>SOFIPE</b>	: Société de Financement de la Petite Entreprise
<b>UFR/SEG</b>	: Unité de Formation et de Recherche en Sciences Economiques et de Gestion
<b>IFOAD</b>	: Institut de Formation Ouverte à Distance
<b>UTS</b>	: Université Thomas Sankara

## LISTE DES GRAPHIQUES

<b>Graphique 1:</b> Age des enquêtées .....	13
<b>Graphique 2:</b> Nombre de personnes à charge.....	14
<b>Graphique 3:</b> Constitution des groupes de solidarité selon le type d'affiliation .....	16
<b>Graphique 4:</b> Effets du crédit sur le bénéfice annuel (en %).....	19
<b>Graphique 5:</b> Contribution du crédit à la prise en charge des dépenses.....	24
<b>Graphique 6:</b> Effet du crédit sur la scolarisation des enfants .....	25
<b>Graphique 7:</b> Effet du crédit sur la santé des femmes.....	26
<b>Graphique 8:</b> Effet du crédit sur l'estime de soi.....	27
<b>Graphique 9:</b> Effet du crédit sur le moral.....	27
<b>Graphique 10:</b> Effet du crédit sur la vie relationnelle .....	28
<b>Graphique 11:</b> Satisfaction envers le microcrédit .....	29

## LISTE DES TABLEAUX

<b>Tableau 1:</b> Répartition des enquêtées selon la situation matrimoniale .....	14
Tableau 2: Répartition des enquêtées selon le niveau d'éducation .....	15
<b>Tableau 3:</b> Relation entre le type d'affiliation et le montant du crédit obtenu (en %).....	17
<b>Tableau 4:</b> Répartition des clientes par secteur d'activité.....	18
<b>Tableau 5:</b> Relation entre le bénéfice annuel après le crédit et la réalisation d'un investissement (en %).....	20
<b>Tableau 6:</b> Relation entre le bénéfice annuel après le crédit et le domaine d'investissement (en %) .....	21
<b>Tableau 7:</b> Relation entre le bénéfice annuel après le crédit et le domaine d'activité (en %).....	22
<b>Tableau 8:</b> Relation entre le bénéfice annuel après le crédit et l'extension de l'activité (en %).....	23

## RESUME

La microfinance apparait de plus en plus comme un outil d'émancipation et de promotion de la condition féminine. Les objectifs visés par la microfinance sont multiples ; il s'agit entre autres de stabiliser et professionnaliser leurs activités, d'augmenter leurs revenus, de faciliter leur indépendance financière et d'améliorer leur statut au sein de la famille.

Cette présente étude se penche sur la contribution du microcrédit dans l'autonomisation économique des femmes. Il s'agit spécifiquement de cerner d'une part l'effet du microcrédit sur la croissance des activités commerciales des femmes bénéficiaires et d'autre part d'élucider la part contributive du microcrédit dans l'épanouissement social de la femme.

L'analyse des données nous révèle que plus de 93% des femmes bénéficiaires du microcrédit enregistrent une augmentation du volume de leurs ventes, ce qui se répercute nécessairement sur leurs bénéfices annuels. De même, leur vie relationnelle et morale s'est améliorée avec l'apport du microcrédit.

En somme, l'accès de ces femmes au microcrédit leur permet de s'assurer une autonomie économique même s'il faut néanmoins nuancer et continuer la réflexion à travers des études plus poussées.

Mots clés : Autonomisation économique ; microcrédit.

## ASBTRACT

Microfinance appears more and more as a tool for women's emancipation and the promotion of their status. The objectives of microfinance are multiple, it aims among other things to stabilize and professionalize their activities and increase their incomes to facilitate their financial independence and improve their status within the family. This present study examines the contribution of microcredit in the economic empowerment of women. It is specifically a question of determining on the one hand the effect of microcredit on the growth of the beneficiary women and on the other hand elucidating the contribution of microfinance in the social development of women. Data analysis reveals that more than 93% of women beneficiaries of microfinance record an increase in the volume of their sales which necessarily affects their annual profits. Moreover their relational and moral life has improved with the contribution of microcredit. In short, the access to these women to microcredit allows them to ensure economic autonomy even if it is nevertheless necessary to nuance and continue the reflection through more advanced studies.

Key words: economic empowerment, microcredit.

## INTRODUCTION

La plupart des habitants des pays en développement (PED) font face à un véritable problème, celui de l'accès aux services financiers formels. Boye et al. (2004) affirment dans ce sens que dans les PED, près de 75% de la population ne trouvent pas de réponse à leurs besoins en services financiers auprès des banques commerciales. Pour ce qui est du Burkina Faso, en 2019 on note un taux de bancarisation faible de l'ordre de 23.2% (Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest, 2020).

Une étude réalisée par l'UNESCO (2020) montre que les femmes sont confrontées à des difficultés d'accès aux facteurs de production, aux ressources et aux instances de décision. Le déficit d'accès aux services financiers empêche ces femmes de renforcer ou d'élargir leurs activités génératrices de revenus. Face à ce problème, la microfinance semble être une alternative. Défini comme étant un crédit de montant modeste et à court terme, consenti généralement à des personnes vulnérables le microcrédit a été reconnu comme instrument privilégié de lutte contre la pauvreté par la communauté internationale en 2005 (N'cho, 2020). Soulama (2005) trouve en effet, que la microfinance peut et doit contribuer à réduire la pauvreté en Afrique.

Pitt et al., (2006) ont aussi montré à travers des études que le microcrédit permet d'atteindre les ménages pauvres et vulnérables. De même, d'autres auteurs comme Kato et Kratzer ont souligné que le microcrédit contribue favorablement à l'autonomisation des femmes, car il donne de la fierté et de la confiance aux bénéficiaires et impulse un nouvel élan aux activités des femmes (Kato et Kratzer, 2013). En matière de gestion de crédit, la femme semble être plus responsable que l'homme, en témoigne cette affirmation du Professeur Yunus : « l'argent quand il est utilisé par une femme dans un ménage profite davantage à l'ensemble de la famille que lorsqu'il est utilisé par un homme » (M. Yunus ; A Jolis, 1998).

Le succès de la Grammen Bank en 1983 a montré que les populations pauvres, notamment les femmes sont capables de développer des activités génératrices de revenus et de rembourser les crédits octroyés avec un taux de remboursement de 98 % (Parkouda, 2015). Toujours à travers le crédit certaines femmes parviennent de plus en plus à exprimer leurs potentialités parce qu'elles étaient décomplexées (Mayoux, 2007). Toutefois, (Cheston et Kuhn, 2002) font observer que le microcrédit n'a pas permis de lever les considérations socioculturelles qui confinent les femmes dans leurs devoirs traditionnelles en les maintenant dans la soumission

aux hommes dans le foyer ; et Isabelle Guérin (2009) d'ajouter que les femmes après leur accès au microcrédit sont victimes de détournements des prêts par leur maris et se trouvent confrontées à la perte de contrôle de leurs entreprises, au surcharge de travail, à la fatigue et à l'augmentation du stress. Certaines femmes, se sentent confrontées à l'obligation de prendre en charge certaines dépenses que les hommes ont délaissé du simple fait que l'épouse a bénéficié d'un crédit.

A la lumière de ce qui précède, nous sommes en droit de nous demander : **Quelle peut être la contribution du microcrédit dans l'autonomisation économique des femmes ?**

De cette question centrale découle les questions spécifiques suivantes :

- Quel est l'effet du microcrédit sur la croissance des activités commerciales des femmes bénéficiaires ?
- Quelle peut être la part contributive du microcrédit dans l'épanouissement au niveau social de la femme ?

Cette étude s'appuiera sur un cas particulier, à savoir le « cas du crédit octroyé par la Pan African Microfinance SA ». Elle se fixe comme objectif général d'analyser l'effet que peut avoir le crédit sur l'autonomisation économique des femmes. De manière spécifique, il s'agit :

- De vérifier si le microcrédit a un effet sur l'évolution des entreprises individuelles tenues par les femmes ;
- De voir si le microcrédit permet aux femmes d'accroître leur estime de soi et leur niveau de responsabilité au sein de la famille.

Pour atteindre le but poursuivi par cette étude et exploiter toute la problématique soulevée, nous avons formulé deux (02) hypothèses :

**Hypothèse1** : L'octroi du crédit augmente les revenus des femmes et leur permet d'agrandir leurs commerces.

**Hypothèse2** : L'accès des femmes au crédit leur permet de s'épanouir et de se sentir plus utiles à la société.

La suite du travail s'articulera en trois (03) chapitres. Dans le premier chapitre nous présenterons le cadre conceptuel et la revue de littérature ; le deuxième chapitre s'attardera sur la présentation de la Pan African Microfinance et la méthodologie de recherche ; et le dernier chapitre sera consacré à l'analyse et l'interprétation des résultats.

## CHAPITRE I : CADRE CONCEPTUEL ET REVUE DE LITTERATURE

Nous tenterons dans ce chapitre de donner en premier lieu une définition aux concepts dont la compréhension s'avère importante pour saisir le contenu de notre travail et en second lieu nous présenterons une revue de littérature comportant le cadre théorique et empirique de notre travail.

### I. Définition des concepts

Il s'agit dans cette section, de donner un éclairage scientifique sur les concepts jugés importants dans notre étude.

#### 1. Le microcrédit

Pour Soulama S. (2005 :20), « le qualificatif "micro" vient de ce que la taille des transactions est faible (des prêts d'un montant de 30 000F CFA et des dépôts d'un montant de 2 000F CFA). Pour certains professionnels du microcrédit, c'est prêter des petites sommes de moins de 100 000F CFA. Pour d'autres, un crédit de 30 000F 250 000F voire plus est également du microcrédit ».

Dans le cadre de cette recherche, le microcrédit sera utilisé pour désigner un prêt d'argent que la PMBF SA consent à octroyer à un client sous un certain nombre de conditions de remboursement à terme échu.

#### 2. La confiance

La confiance, selon le Dictionnaire Droit Economie et Gestion, est un sentiment que les choses se passeront bien. Les agents se sont largement faits confiance les uns aux autres, car prendre en toute circonstance les précautions permettant de palier le non-respect des engagements pris par autrui conduiront à la paralysie.

La confiance c'est un sentiment d'assurance, de sécurité de celui qui se fie à quelque chose ; sur le plan politique, voter la confiance, en parlant de l'Assemblée Nationale, c'est émettre un vote favorable au gouvernement sur une question donnée. Sur le plan religieux, la confiance c'est avoir la foi, c'est être sûr de ce que l'on espère, c'est être convaincu de la réalité de ce que l'on ne voit pas.

Pour ce qui concerne cette étude, la confiance est conçue comme un sentiment d'assurance de la caisse vis-à-vis de ses clients dans le recouvrement des prêts à terme.

### **3. L'autonomisation économique**

L'autonomisation des femmes est un processus par le biais duquel la vie des femmes est transformée, d'une situation dans laquelle elles ont des pouvoirs limités en raison des obstacles liés aux inégalités entre femmes et hommes à une situation dans laquelle elles disposent des mêmes pouvoirs que les hommes.

Travailler à l'autonomisation économique des femmes, c'est leur fournir non seulement les ressources nécessaires, mais également les occasions de les utiliser de façons qui mènent à la réussite économique. De meilleurs emplois, des possibilités plus nombreuses de créer et de gérer des entreprises viables, un accès accru à la terre, à l'éducation et à l'acquisition de compétences, des occasions de participer aux processus décisionnels : voilà ce qui permettra aux femmes de sortir de la pauvreté et d'améliorer leur qualité de vie, ainsi que celle de leur famille et de leur collectivité (BIT, 1972).

## **II. Revue de la littérature**

### **1. Microcrédit et productivité des entreprises des femmes**

Dans les pays en voie de développement on peut distinguer le secteur formel dominé par des activités industrielles et des sociétés commerciales, et le secteur informel qui est le prolongement des secteurs d'activités traditionnelles de production de biens et services en dehors du cadre formel habituel de l'économie. Ce secteur informel est défini par le Bureau International du Travail (BIT, 1972) comme toute activité économique s'exerçant généralement dans les milieux urbains des pays du tiers monde et caractérisé par l'utilisation des ressources locales, la propriété familiale de l'entreprise, la petite taille des activités, et des formations acquises en dehors du système scolaire formel.

Au cours des dernières années, les organisations nationales et internationales, aussi bien dans les pays développés que dans ceux en développement, ont mis un accent sur le rôle vital de la micro-entreprise dans le développement économique. En effet, ces pays s'appuient aujourd'hui sur les micros et petites entreprises du secteur privé pour une véritable relance économique (Dirat, 2002). Face aux difficultés de financement que rencontrent ces unités de production dont 60% sont gérées par des femmes (Parkouda, 2015), la microfinance est présentée comme une solution idoine. En témoignent plusieurs études menées dans divers pays. Ainsi, dans ses travaux SOME F. (2015) montre qu'une grande partie de la population étudiée (soit 90,70%) enregistre une augmentation des bénéficiaires dans l'exercice de leurs activités après avoir reçu le

crédit ; dans le volet investissement, cette même étude démontre que 43,70% des bénéficiaires du microcrédit ont réalisé des investissements considérables grâce aux bénéfices engrangés dans leurs activités. Par ailleurs, la microfinance facilite l'embauche de main d'œuvre supplémentaire entraînant ainsi une croissance de la micro entreprise (Renaud J, 2007).

D'autres études, par contre, montrent que les microcrédits n'auraient pas d'effet sur la productivité des micro-entreprises (Montalieu, 2002). La croissance et le développement de ces entreprises seraient influencés par des caractéristiques réelles (caractéristiques liées au management du dirigeant, à sa personne et à son entreprise) plutôt que financières.

De l'autre côté, des auteurs comme Buckley (1997), trouvent que l'impact des microcrédits sur les petites entreprises est plutôt limité.

## **2. Microcrédit et autonomisation des femmes**

Les services de microfinance contribuent à l'autonomisation des femmes en exerçant une influence positive sur leur pouvoir de décision et en renforçant leur statut socioéconomique global. À la fin de 2006, la microfinance avait touché plus de 79 millions de femmes parmi les plus pauvres du monde (BIT, 2012). Le microcrédit est susceptible de promouvoir des moyens de subsistance durables et de meilleures conditions de travail pour les femmes. On constate que les clients sont souvent moins vulnérables que ceux qui n'ont pas accès à ce service, et dans de nombreux cas que leur revenu monétaire augmente. Selon YUNUS (2000), la lutte contre la pauvreté n'a pas besoin de charité : il suffit de créer les bonnes opportunités que les pauvres sauront saisir pour faire croître leur entreprise et rembourser emprunts et intérêts.

Selon une étude menée par l'ONG SOS FAIM au Burkina, Les femmes ont fait du micro-crédit un outil d'émancipation économique et sociale leur permettant de nourrir correctement les enfants et favoriser l'éducation, les soins de santé. Améliorer l'accès au crédit permet de développer des activités génératrices de revenus et au final mettre les femmes et leur famille à l'abri de la faim et de la pauvreté (SOS FAIM, 2011).

Par contre d'autres auteurs ont montré que les crédits octroyés aux femmes ont été utilisés à d'autres fins par leurs maris, ce qui ne permet pas à ces dernières de développer leurs activités (Guérin, 1997). Le même auteur a souligné que 56 % des femmes ont utilisé les revenus issus de leurs activités commerciales pour des activités non productives telles que le mariage de leurs filles. Le microcrédit n'a donc pas permis de lever les considérations socio-culturelles qui

confinent les femmes dans leurs devoirs traditionnels en les mettant dans la soumission aux hommes dans le foyer (Cheston ; Kuhn, 2002).

Cela demande un encadrement et une formation quant à la gestion du crédit après financement.

Dans ce chapitre il a été question de la conceptualisation et de la revue de littérature. Au regard de l'émergence du microcrédit dans le monde et à la lumière des différentes théories abordées, nous retiendrons que le microcrédit apporte un plus dans l'autonomisation des femmes. Par ailleurs, pour l'atteinte des résultats attendus de l'apport du crédit, la solidarité et la main d'association sont prônées dans les groupes de solidarité.

En quoi a consisté notre méthodologie et quelle est la structuration de la PMBF SA ?

## **CHAPITRE II : PRESENTATION DE LA PAN AFRICAN MICROFINANCE ET METHODOLOGIE DE RECHERCHE**

Dans ce chapitre il sera question d'une part de la présentation proprement dite de la PMBF SA, celle qui nous a accueilli dans ses locaux pour notre stage d'immersion et de la description de la méthodologie de recherche d'autre part.

### **I. La méthodologie de l'étude**

Ce cadre méthodologique comporte en un premier lieu la justification du choix de la méthode d'évaluation pour notre étude et en un second lieu la méthodologie utilisée pour l'enquête de terrain.

#### **1. Justification du choix de la méthode d'évaluation**

L'objectif premier de cette présente recherche est d'évaluer l'effet du crédit octroyé par la PMBF SA sur l'autonomisation des femmes.

Les méthodes d'analyse utilisant des groupes témoins comme l'approche transversale ne sont pas appropriées pour notre étude pour deux raisons majeures : le coût et la complexité de la gestion de deux échantillons. Nous jugeons donc indispensable et nécessaire pour notre étude la méthode de la comparaison « avant-après » ou « approche longitudinale ». Cette méthode consiste à comparer la situation des bénéficiaires avant le crédit, c'est-à-dire au moment de leur adhésion, à leur situation d'après obtention et usage du crédit.

La limite à ce type de comparaison vient du fait qu'il fasse appel à la mémoire. En effet, ce procédé se fie aux souvenirs peu fiables des bénéficiaires concernant leur situation avant l'octroi du crédit, vue que ces gens n'ont pas le réflexe de tenir des agendas par devers eux.

#### **2. Méthodologie pour l'enquête de terrain**

##### **2.1. Choix de la zone d'étude**

Dans la ville de Ouagadougou on dénombre plusieurs caisses d'épargne et de crédit. Mais par contrainte de temps et surtout de la limite de nos moyens, toutes les caisses ne pouvaient pas être retenues. Ainsi, la PMBF SA a été retenue car nous y avons déjà effectué notre stage.

Dans le cadre de cette recherche nous optons de mener des enquêtes dans la commune rurale de Saaba, zone d'emprise de la PMBF SA. Nous nous intéresserons seulement aux femmes bénéficiaires du microcrédit exerçant leurs activités dans les marchés et les quartiers couverts par la caisse.

## **2.2. Constitution de l'échantillon**

La population concernée par cette étude est l'ensemble des personnes bénéficiaires du crédit communautaire octroyé par la PMBF SA. La population mère est composée de 82 groupes de solidarité. Chaque groupe est constitué de 3 à 5 personnes. L'échantillon retenu est de 86 clientes.

La technique de l'échantillonnage aléatoire systématique a été utilisée dans les répertoires des comptes d'épargne et des dossiers de crédit pour le choix des individus de l'échantillon.

## **2.3. Techniques, outils, types de données collectées et variables de l'étude**

### **2.3.1. Techniques de collecte des données**

Dans ce travail de recherche, nous choisissons d'utiliser une technique de collecte des données à la fois quantitative et qualitative. Un tel choix se justifie par le fait que la méthode qualitative permet de compléter les informations obtenues de l'étude quantitative. L'emploi de la méthode quantitative nous conduira à l'administration d'un questionnaire auprès des bénéficiaires du crédit communautaire. Quant à la méthode qualitative, elle nous permettra de recueillir l'opinion des enquêtées à l'aide d'un guide d'entretien. Ainsi, l'utilisation de la méthode mixte nous permettra de décrire, d'expliquer et d'appréhender la contribution du crédit communautaire dans l'amélioration du bien-être socio-économique des ménages.

### **2.3.2. Les outils de collecte de données**

Le questionnaire d'enquête est un outil quali-quantitatif administré aux bénéficiaires du crédit communautaire. Il est conçu et élaboré sur la base de nos hypothèses. C'est un questionnaire composé de questions fermées et de quelques questions ouvertes. Quant au guide d'entretien, il est composé de questions ouvertes et dirigées sur la thématique pour permettre une explication approfondie des thèmes abordés.

### **2.3.3. Les types de données collectées**

Dans le cadre de cette étude, deux types de données ont été collectées :

- Les données primaires : elles sont issues des informations mobilisées à partir du questionnaire d'enquête et du guide d'entretien que nous avons élaboré ;
- Les données secondaires : elles sont mobilisées à partir de la recherche documentaire que nous avons effectuée.

### 2.3.4. Les variables de l'étude

Pour une meilleure compréhension du sujet de l'étude, certaines variables ont été dégagées.

- **Le secteur d'activité** : cinq branches ont été dégagées. Il s'agit du commerce, du tissage, de la coiffure, de la restauration et de la transformation. Il s'agit de mesurer le secteur qui occupe plus les femmes.
- **Augmentation du chiffre d'affaire** : elle permet de connaître le nombre de femmes ayant enregistré une croissance leur chiffre d'affaire.
- **Augmentation du bénéfice** : permet de percevoir la proportion des femmes ayant connu une amélioration de leurs bénéfices.
- **Situation matrimoniale** : elle permet de percevoir la proportion des femmes qui ont plus de responsabilités familiales.
- **Niveau d'éducation** : elle permet de cerner le lien entre l'éducation et la gestion du crédit.
- **Niveau de satisfaction** : elle permet de percevoir la proportion des femmes ayant connu une amélioration de leur autonomie.

### 2.4. La Saisie et le traitement des données

Pour l'analyse des données primaires recueillies, nous procédons à une analyse statistique, en utilisant les graphiques, les tableaux croisés, ainsi que l'analyse des fréquences. Ces analyses nous permettront de faire des regroupements d'informations en rubriques afin de tester nos hypothèses formulées. Quant à l'analyse des données, la méthode est essentiellement descriptive. Chaque hypothèse est présentée sous forme de thématique et les données sont croisées en vue de sa vérification.

### 2.5. L'enquête de terrain

L'enquête s'est déroulée du 04 octobre 2022 au 02 novembre 2022 dans la commune rurale de Saaba. Nous avons soumis un questionnaire individuel aux femmes bénéficiaires du microcrédit et avons aussi procéder aux enregistrements de quelques entretiens.

## II. Présentation de la Pan African Microfinance SA

### 1. Historique, missions et objectifs de la Pan African Microfinance

La Pan African Microfinance Burkina Faso (PMBF-SA) initialement appelé société de financement de la petite entreprise (SOFIPE) a été créé en 2008 par la Banque Agricole et

Commerciale du Burkina (BACB) avec de deux investisseurs sociaux Africaps et OIKO crédit en vue de la pérennisation et de l'atomisation du programme Linkage géré depuis 1993 par la BACB.

Elle a démarré ces activités de dépôt en Aout 2010 et ses activités de crédit en Février suite à la fusion de la BACB par Ecobank Burkina, La PMBF-SA est devenue la filiale de Microfinance du Groupe ECOBANK au BURKINA FASO.

Afin de donner une identité unique a toutes ses filiales de microfinance reflétant celle de ECOBANK, le Groupe ETI a décidé de donner une même dénomination a l'ensemble de ses structures de microfinance en Afrique.

Rappel du processus d'opérationnalisation de la SOFIPE. Il s'est déroulé en trois 3 grandes étapes décrites ainsi qu'il suit :

Etapes	Description
Incubation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avant Avril 2008 : mise en œuvre du projet Linkage par l'ex Banque Agricole et Commerciale du Burkina (BACB). L'ambition de ce projet était d'établir un lien de partenariat financier entre la banque et les groupements socio-professionnels villageois en vue de la mobilisation de l'épargne et l'octroi du crédit.</li> <li>• Avril 2008 : création de la société et son immatriculation au registre du commerce sous le n° BF OUA 2008 B2138 avec pour but de poursuivre l'inclusion financière des groupes socio-professionnels marginalisés en s'appuyant sur les acquis du projet Linkage précédemment initié par la BACB.</li> <li>• Septembre 2009 : obtention de l'autorisation d'exercer de l'activité de microfinance au Burkina Faso pour une durée de cinq ans (05 ans) (convention n° C-13-09-0384/MEF/SG/DGTCP/DM).</li> </ul>
Démarrage	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aout 2010 : démarrage des activités de collecte de l'épargne auprès de la clientèle à travers le guichet de Gounghin.</li> <li>• Février 2011 : démarrage des activités d'octroi de crédit à la clientèle à travers le guichet de Gounghin.</li> </ul>
Expansion	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mai et Juin 2011 : ouverture à la clientèle des 2èmes et 3èmes guichets dans la capitale de Ouagadougou notamment le guichet de Bendogo et Toessin.</li> <li>• Février, Avril, Juillet et septembre 2012 : ouverture à la clientèle des 4ème, 5ème, 6ème et 7ème guichet dont deux (2) à l'Ouest et deux (2) autres à l'Est du pays.</li> <li>• Septembre 2012 : obtention de l'agrément d'exercé de l'activité de microfinance n° A-1312 0460/MEF/SG/DGTCP/DMF.</li> </ul>

Source : Manuel de politique de la PMBF (2014)

## 2. Les services offerts par la structure

La Pan African Microfinance offre une gamme variée de prestations à des personnes regroupées en associations (ou groupes de solidarité), aux individus (femmes ou hommes) et aux personnes morales.

### 2.1. La gamme des produits de crédit

- Le crédit communautaire à double solidarité (CDS) : Il est destiné aux groupements, coopérations mutuelles et associations formels de femmes ou d'hommes à vocation sociale n'excédant pas trente (30) membres et qui sont organisées en sous-groupes de 3 à 5 personnes. Il est utilisé pour le financement des activités économiques du type production agro-Sylvio-pastorale, petit commerce emboûche restauration, vente de condiments, stockage ou commercialisation de céréales ou produits agricoles, vente de produits manufacturés, service et menées individuellement par chaque membre. Ces activités peuvent être multipliées selon les périodes de l'année.
- Le crédit solidaire micro-entreprise (CSM) ou crédit communautaire : Il est affecté aux micro-entrepreneurs femmes ou hommes regroupés en groupes de solidarité informels restreints entre (3 et 5 personnes) vivant en milieu urbain ou rural. Leurs besoins de financement sont de court terme et concernent les activités économiques du type production AGRO-Sylvio-pastorale, petit commerce, emboûche, restauration, transformation agro-alimentaire, l'artisanat, l'achat des marchandises pour revente à l'Etat (commerce d'import/import l'achat des matières premières pour la transformation), les activités artisanales, le financement d'opérations de stockage, l'achat de petits équipements, d'animaux pour revente ou emboûche.
- Le crédit TIKALI : Il est destiné aux femmes pauvres des zones rurales organisées en groupes d'épargne (GE) dont la taille varie de quinze à trente (15 à 30 membres). C'est un fond de roulement utilisé surtout pour le commerce et des activités agro-Sylvio-pastorales.
- Le crédit individuel petite entreprise (CIPE) : Les clients potentiels sont les petites entreprises commerciales, des artisanales, de transformation agro-alimentaire, des anciens clients femmes et hommes du crédit micro-entrepreneur ou crédit communautaire à double solidarité ou des nouveaux clients des deux (2) sexes. Il sert

aux financements du besoin en fonds roulement notamment l'achat des marchandises pour revente à l'Etat (import/export), des matières premières, des opérations des stockages, approvisionnement en monnaie électronique, du préfinancement de marché, des animaux pour revente ou embuche et d'acquisition de petit équipement productif.

- Le crédit équipement productif (CEP): Il est destiné aux clients solvables du crédit communautaire a doublé solidarité, du crédit solidaire micro-entrepreneurs, du crédit individuel petite entreprises individuel et des nouveaux clients tous types. Il sert aux financements des matériels ou équipements productifs.
- Le crédit individuel à la consommation (CIC) : Les clients sont les salariés du secteur privé, publics qui le désirent. Il sert à financer tout besoin de consommation individuel (investissement, mobilier, commerciale...)

## **2.2. La gamme des produits d'épargne**

Il s'agit des :

- Dépôt à vue (ou dépôts courants) : ce produit d'épargne ordinaire permet à tout client titulaire d'un compte, de pouvoir y effectuer des opérations de dépôts et de retraits de fonds, qu'il ait ou non l'intention d'obtenir un crédit.
- Dépôts à terme : c'est une opération qui consiste à bloquer pour un temps ; un montant au profit de la PMBF SA moyennant une rémunération.
- Epargne de garantie : il s'agit d'une épargne à déposer dans le compte du client avant l'octroi du crédit. Cette épargne de garantie représente 20% du montant de crédit demandé en milieu urbain pour les individus et les groupements de solidarité et 10% en milieu rural pour les groupements d'épargne.
- Tontine digitale : c'est une forme de collecte de proximité qui se fait quotidiennement en général suivant la mise ou cotisation journalière du client avec une mise minimale de 1 000f.

## CHAPITRE III : ANALYSE ET INTERPRETATION DES RESULTATS

Ce chapitre a pour objectif de présenter, d'analyser et d'interpréter les résultats obtenus à partir des données collectées. Nous présenterons, en premier lieu, les caractéristiques socio-démographiques des individus qui composent notre échantillon. En second lieu, nous présenterons les résultats de l'enquête sur l'effet du microcrédit sur l'autonomisation des femmes.

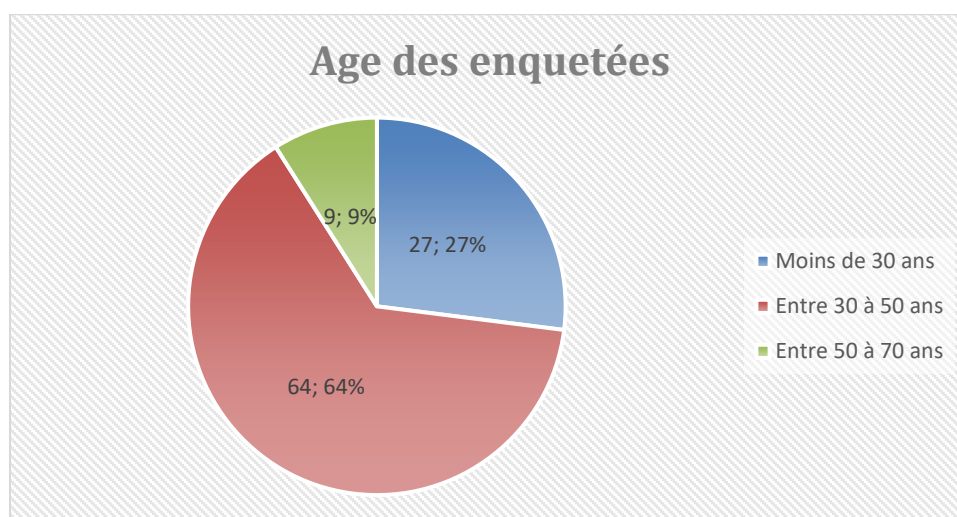
### I. Les caractéristiques socio-démographiques des personnes enquêtées et des groupes de solidarité

#### 1. Les caractéristiques socio-démographiques des enquêtées

##### 1.1. Age des enquêtées

La question traitant de l'âge montre que l'échantillon est constitué de personnes adultes et jeunes. En effet, la lecture du graphique 1 ci-dessous montre que la majorité des clients, soit 64,64 % ont une tranche d'âge comprise entre 30 et 50 ans. Ce résultat exprime la jeunesse des clients de la caisse. Vient ensuite la tranche d'âge de moins de 30 ans avec une représentation de 27,27 %. Enfin, pour la tranche d'âge de 50 à 70 ans nous notons une représentation de 9,9%.

**Graphique 1: Age des enquêtées**



Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

##### 1.2. Situation matrimoniale des enquêtées

Le tableau 1 ci-dessous présente la situation matrimoniale des personnes enquêtées. Les données de ce tableau indiquent que l'échantillon est composé majoritairement de femmes

mariées soit 54.7%. Il s'agit du mariage coutumier, du mariage légal ou du mariage de fait. Ensuite, notre échantillon compte 9 célibataires soit 10.4 % et un nombre considérable de veuves soit 32.6%. Enfin, un nombre négligeable de divorcés, soit 2,3%.

**Tableau 1: Répartition des enquêtées selon la situation matrimoniale**

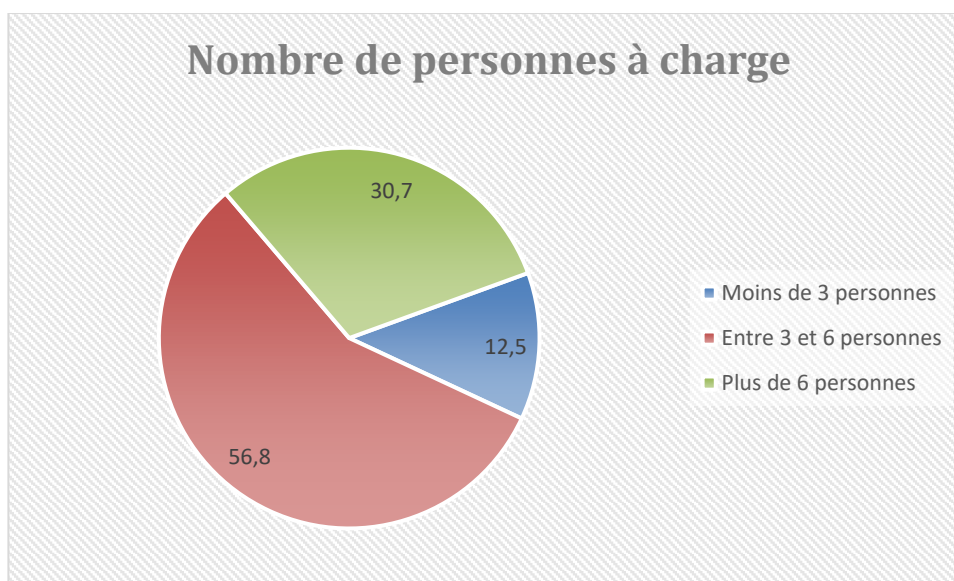
Situation matrimoniale	Effectifs	Pourcentage
mariée	47	54.7
célibataire	9	10.4
veuve	28	32.6
divorcée	2	2.3
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100</b>

Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

### 1.3. Nombre de personnes à charge

Les données de notre enquête montrent d'abord que le nombre de personnes qui sont sous la charge des enquêtées varie entre 2 et 9. Ensuite, le graphique n°2 ci-dessous montre que 56.8 % des enquêtées ont sous leur charge entre 3 et 6 personnes, 30.7 % ont plus de 6 personnes à charge et 12.5 % ont moins de 3 personnes à charge.

**Graphique 2: Nombre de personnes à charge**



Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

#### 1.4. Niveau d'éducation

Le tableau 2 ci-dessous nous renseigne sur le niveau d'éducation des personnes enquêtées. La lecture du tableau nous permet de constater que 29 % des enquêtées sont des analphabètes ; ce qui n'est pas un taux négligeable. Ensuite, 40.7 % des personnes enquêtées ont été alphabétisées (il s'agit de l'alphabétisation en langues nationales) ; 14 % des interrogées qui ont fait des études primaires. Enfin, 12.8 % des enquêtées affirment avoir poursuivi des études jusqu'au premier cycle du secondaire contre 3.5 % qui sont parvenues au second cycle du secondaire.

**Tableau 2: Répartition des enquêtées selon le niveau d'éducation**

Niveau d'instruction	Effectif	Pourcentage
<b>Aucun</b>	25	29
<b>Alphabétisation</b>	35	40.7
<b>Primaire</b>	12	14.0
<b>Secondaire premier cycle</b>	11	12.8
<b>Secondaire second cycle</b>	3	3.5
<b>Total</b>	86	100

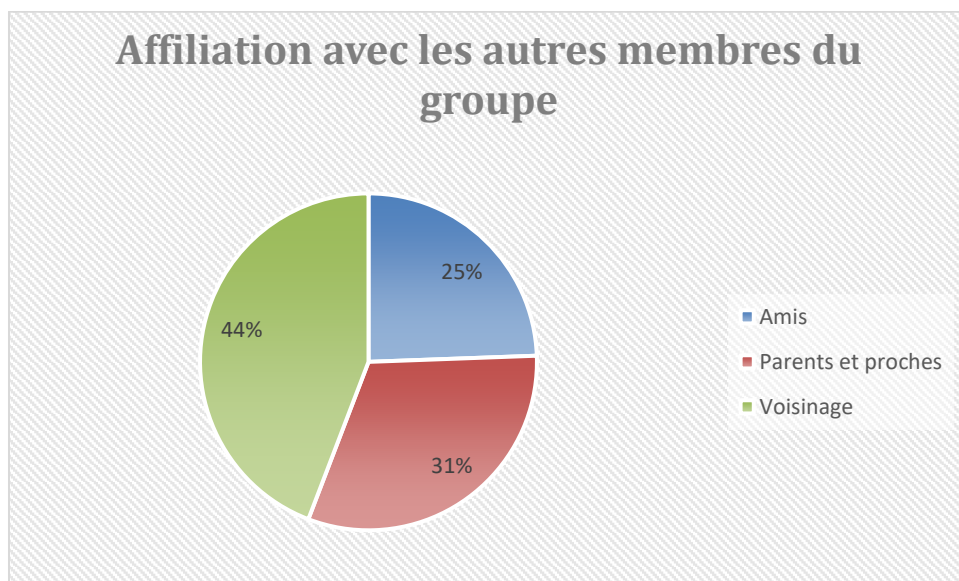
Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

## 2. Les caractéristiques des groupes de solidarité

### 2.1. Constitution des groupes de solidarité par type d'affiliation

Les données de notre enquête montrent que les groupes de solidarité se sont constitués soit par l'amitié, soit par le voisinage, soit par la parenté. Le graphique n°3 ci-dessous montre que c'est le voisinage au marché et/ou dans le quartier qui a permis à la majorité des clients (44%) de constituer leur groupe de solidarité. Cette proximité permet aux clients de renforcer leurs liens sociaux et de cultiver la solidarité entre eux. Vient ensuite le regroupement selon la parenté 31%. L'amitié a aussi intéressé les clients (25%) dans la constitution de leur groupe.

**Graphique 3: Constitution des groupes de solidarité selon le type d'affiliation**



Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

## 2.2. Relation entre le type d'affiliation et le montant du crédit octroyé

Le tableau 3 montre que la proportion des clients qui contracte un crédit varie en fonction du type d'affiliation. Ainsi, 66,67% des clients ont contracté le plus grand montant de crédit (+500 000F CFA) à travers le voisinage au marché et/ou dans le quartier. Cela s'explique par le fait que le voisinage, de par sa proximité, permet aux groupes de se concerter régulièrement afin de rembourser à temps le crédit contracté. En outre, la parenté a été utilisée comme type d'affiliation pour contracter du crédit d'un faible montant (100 000F CFA). En effet, 61% des clients interrogés ont contracté la somme de 100 000F CFA à travers la parenté.

**Tableau 3: Relation entre le type d'affiliation et le montant du crédit obtenu (en %)**

Type d'affiliation	Montant du crédit obtenu							
	100000	150000	200000	300000	400000	500000	+500000	Total
<b>Amis</b>	0	10	9.1	42.86	40	66.67	0	18
<b>Parents et proches</b>	61	70	9.1	28.57	10	0	33.33	29
<b>Voisinage</b>	39	20	81.8	28.57	50	33.33	66.67	39
<b>Total</b>	100	100	100	100	100	100	100	86

Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

## II. Effets du microcrédit sur l'augmentation des activités commerciales des femmes

L'analyse de l'effet du crédit sur le renforcement des activités génératrices de revenu des clients de la PMBF nous permettra de tester l'hypothèse selon laquelle l'octroi du crédit augmente les revenus des femmes et leur permet d'agrandir leurs commerces. Cette analyse sera abordée sur plusieurs points. On s'intéressera surtout au chiffre d'affaire, au bénéfice réalisé et aux investissements.

### 1. Le secteur d'activité

L'analyse du tableau 4 ci-dessous montre que les clients s'intéressent à plusieurs domaines d'activités. Ainsi, il ressort que 47,8% des enquêtées exercent dans le commerce contre 23,2% qui sont dans la coiffure. Particulièrement les femmes qui font le tissage sont les plus organisées car, à les entendre, dans toute la chaîne de production il y a une organisation collective. Le domaine de la transformation est le plus faiblement représenté avec seulement 2,3% des enquêtées.

**Tableau 4: Répartition des clientes par secteur d'activité**

Domaine d'activité	Effectifs	Pourcentage
Commerce	41	47.8
Tissage	15	17.4
Coiffure	20	23.2
Restauration	8	9.3
Transformation	2	2.3
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100</b>

Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

## 2. Effets du crédit sur le chiffre d'affaires

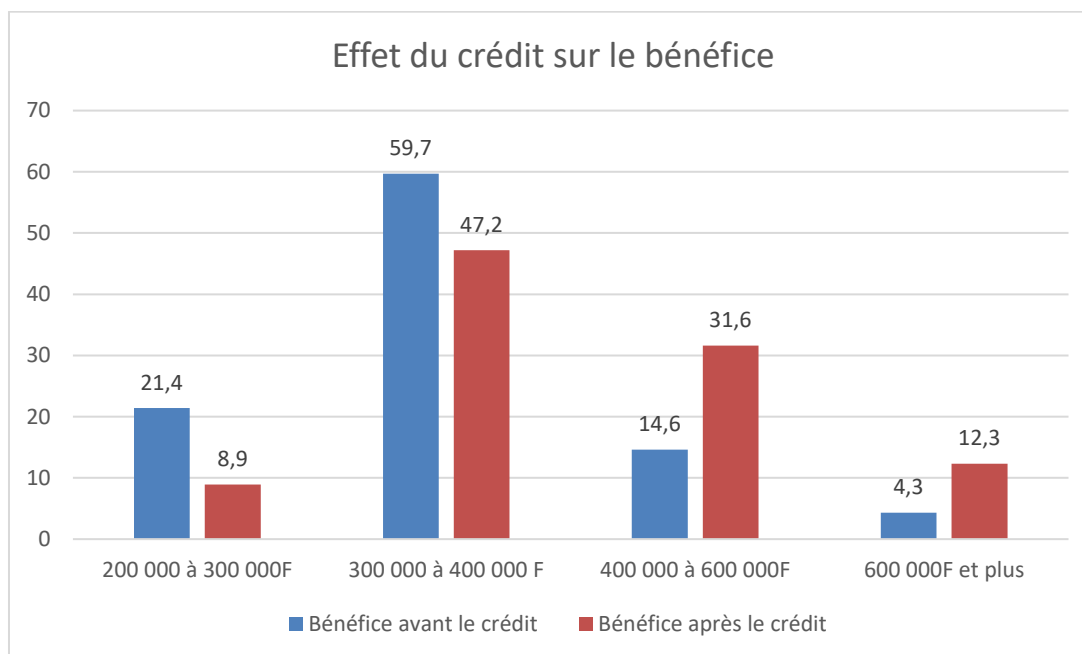
A la lumière des données de notre enquête nous constatons que 79 femmes soit 91.86 % des personnes interrogées ont enregistré une augmentation de leurs ventes au cours de l'année contre 7 personnes qui déclarent le contraire. Nous notons alors un effet positif du crédit sur le chiffre d'affaires annuel des bénéficiaires. Cela s'explique par le fait que les clients, avant l'octroi du crédit, ne disposent pas de fonds nécessaires pour mener à bien leurs activités. Mais avec le crédit en main, ces clients disposent de fonds qui leur permettent de booster leurs activités. Les femmes qui exercent par exemple dans le domaine du tissage arrivent à se procurer de la laine en quantité suffisante pour leur activité, ce qui leur permet d'augmenter leur production.

## 3. Effets du crédit sur le bénéfice annuel des femmes

Le graphique 4 ci-dessous montre l'effet positif du crédit sur le bénéfice annuel des bénéficiaires. L'effet positif du crédit sur le chiffre d'affaires se ressent aussi sur le bénéfice annuel des clients. En effet, la lecture du graphique montre d'abord qu'avant leur accès au crédit, 21.4% des enquêtées réalisaient un bénéfice annuel compris entre 200 000 et 300 000F CFA. Ce bénéfice annuel avant le crédit était aussi compris entre 300 000 et 400 000F CFA pour 59.7% contre 14.6% qui réalisait un bénéfice annuel avant le crédit entre 400 000 et 600 000F CFA.

Après l'accès des clients au crédit, nous constatons une amélioration du niveau de leur bénéfice. En effet, dans la tranche de bénéfice annuel après le crédit de 200 000 à 300 000F CFA on constate un décalage très net, la proportion passant de 21.4% à 8.9%, soit une baisse de 12.5%. L'apport du crédit a donc permis à un grand nombre de personnes de réaliser des bénéfices supérieurs à la tranche de 200 000 à 300 000F CFA. Globalement, selon notre enquête, on constate que 31.6% des clients ont réalisé un bénéfice après crédit compris entre 400 000 et 600 000F CFA, soit un écart de 17%. On note aussi qu'après le crédit 12,3% des enquêtées ont réalisé le plus grand bénéfice. Au regard de ces résultats, on peut affirmer que le crédit a eu un effet positif sur le bénéfice annuel des clients.

**Graphique 4: Effets du crédit sur le bénéfice annuel (en %)**



Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

### 3.1. Relation entre le bénéfice après le crédit et l'investissement

Le tableau 5 ci-dessous nous fait constater que 79.05% des enquêtées ont pu réaliser un investissement dans leurs activités. Nous remarquons que les personnes qui ont enregistré la plus grande part de bénéfice sont celles qui ont réalisé des investissements. Ainsi, 97.3% de celles qui ont atteint le plus grand niveau de bénéfice annuel après crédit (600 000F et plus) ont pu réaliser un investissement. Il s'agit particulièrement des moyens de transport (motos, vélos dame, etc.), des équipements de production (machines à tisser, matériel pour la coiffure ...). Nous

avons une cliente qui a affirmé ceci « avec le crédit de 250 000F j'ai agrandi l'activité et j'ai pu acheter une moto de 700 000F pour ma fille ».

**Tableau 5: Relation entre le bénéfice annuel après le crédit et la réalisation d'un investissement (en %)**

Bénéfice après crédit	Réalisation d'un investissement		Total
	OUI	NON	
200 000 à 300 000F	42	58	100
300 000 à 400 000F	86.4	13.6	100
400 000 à 600 000F	90.5	9.5	100
600 000F et plus	97.3	2.7	100
<b>Total</b>	79.05	20.95	100

Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

### 3.2. Relation entre le bénéfice après le crédit et le domaine d'investissement

Les données de notre enquête montrent clairement que les domaines d'investissement dans lesquels les clients se sont intéressés concernent notamment les équipements de production, les moyens de transport et bien d'autres. Il faut noter tout d'abord que 5.77% des clients affirment n'avoir pas investi dans aucun domaine. Ensuite, nous constatons qu'un grand nombre des personnes interrogées ont investi dans les moyens de transport, ce qui met en exergue la mobilité des clients de la caisse quand on sait que plusieurs femmes mènent le commerce ambulante. En effet, pour la tranche de bénéfice réalisé après crédit comprise entre 400 000 et 600 000F CFA, 57,1% ont investi dans les moyens de transport contre 28,6% dans les équipements de production (confère tableau 6 ci-dessous). Les moyens de transport dont il est question se résume à des motos pour certaines ou à des vélos pour d'autres. Quant aux moyens de production, on retrouve des machines à tisser, des matériaux de fabrication de savon, des machines servant pour la coiffure, etc.

**Tableau 6: Relation entre le bénéfice annuel après le crédit et le domaine d'investissement (en %)**

Bénéfice après crédit	Domaine d'investissement				Total
	Aucun	Equipements de production	Moyens de transport	Autres	
200 000 à 300 000F	0	100	0	0	100
300 000 à 400 000F	13.6	14.8	58	13.6	100
400 000 à 600 000F	9.5	28.6	57.1	4.8	100
600 000F et plus	0	63	37	0	100
<b>Total</b>	5.77	51.6	38.02	4.61	100

Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

### 3.3. Relation entre le bénéfice après le crédit et le domaine d'activité

Les données de notre enquête font ressortir que le nombre de clients qui réalisent le bénéfice de montant plus important varie selon le domaine d'activité. En effet, le tableau 7 ci-dessous montre que ceux qui réalisent le bénéfice annuel après crédit le plus élevé (600 000F et plus) exercent dans les domaines du commerce (50%) et de la restauration (28.4%). On peut alors retenir que les clients exerçant dans le domaine du commerce et de la restauration réalisent plus de bénéfice que ceux exerçant d'autres types d'activités. Une commerçante nous confia ceci : « Avec le crédit de 650 000F que j'ai contracté avec la PMBF j'ai pu me procurer des marchandises notamment des pagens en gros à moindre coût, ce qui m'a permis de réaliser plus de bénéfice qu'auparavant ».

**Tableau 7: Relation entre le bénéfice annuel après le crédit et le domaine d'activité (en %)**

Bénéfice après crédit	Domaine d'activité					Total
	Commer ce	Tissage	Coiffure	Restauration	Transfo rmation	
<b>200 000 à 300 000F</b>	0	0	21	3	76	100
<b>300 000 à 400 000F</b>	54.5	22.4	18.6	4.5	0	100
<b>400 000 à 600 000F</b>	38.1	38.1	4.8	14.3	4.8	100
<b>600 000F et plus</b>	50	0	21.6	28.4	0	100
<b>Total</b>	35.65	15.12	16.5	12.55	20.18	100

Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

### 3.4. Relation entre le bénéfice après le crédit et l'extension de l'activité

Le tableau 8 ci-dessous fait ressortir la relation existant entre le bénéfice après crédit et l'extension de l'activité. Nous notons globalement que 71.72% des clients déclarent avoir étendu leur activité par le démarrage de nouvelles activités contre 28.28%. Il ressort que le bénéfice a permis aux clientes d'étendre leurs activités. En effet, 62.8% de ceux qui ont engrangé un bénéfice annuel compris entre 400 000 et 600 000F ont pu étendre leur activité. Quant à la tranche de bénéfice annuel la plus élevée (600 000F et plus), 67% ont pu étendre leurs activités. Une femme affirme dans ce sens « avec le crédit de 300 000F j'ai pu associer la vente de boissons gazeuses à la vente du dolo, ce qui me rapporte plus ». On note alors un effet positif du bénéfice sur l'extension de l'activité des femmes.

**Tableau 8: Relation entre le bénéfice annuel après le crédit et l'extension de l'activité (en %)**

Bénéfice après crédit	Extension de l'activité		Total
	OUI	NON	
200 000 à 300 000F	100	0	100
300 000 à 400 000F	57.1	42.9	100
400 000 à 600 000F	62.8	37.2	100
600 000F et plus	67	33	100
<b>Total</b>	71.72	28.28	100

Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

Les résultats de notre analyse ont démontré que le crédit a un effet sur la situation économique en ce sens qu'il permet à une bonne partie des clients d'augmenter le volume de leurs ventes et de réaliser des bénéfices. Il contribue également à l'extension des activités des bénéficiaires. Ainsi notre première hypothèse qui stipule que « l'octroi du crédit augmente les revenus des femmes et leur permet d'agrandir leurs commerces » se trouve validée.

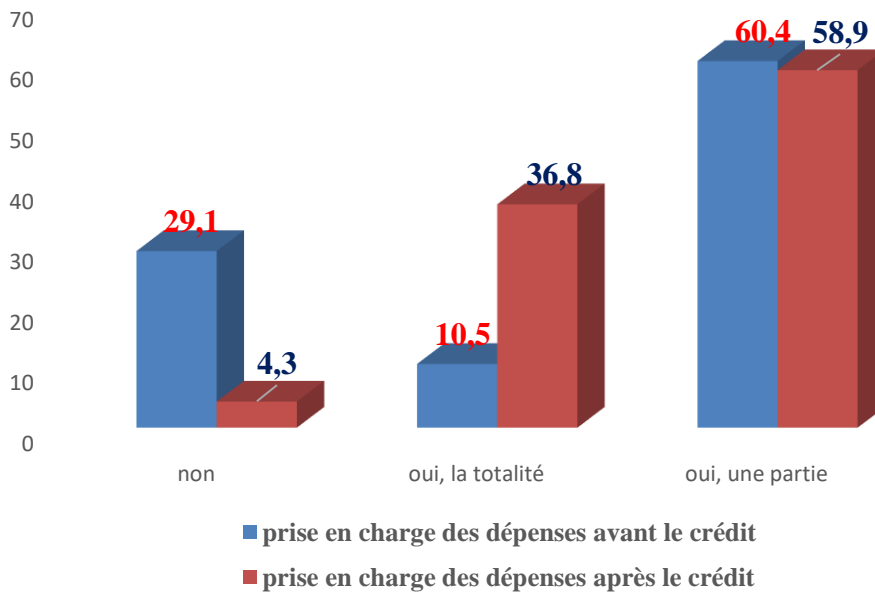
### III. Effets du microcrédit sur le bien-être et l'épanouissement des femmes

#### 1. Contribution du crédit à la prise en charge des dépenses familiales

Il convient de rappeler que notre échantillon est constitué de femmes toutes clientes de PMBF SA. Le graphique 5 ci-dessous fait apparaître l'effet du crédit sur la prise en charge des dépenses familiales. Ainsi, avant le crédit, 29.1% des personnes enquêtées affirment qu'elles ne participaient pas à la prise en charge des dépenses et 60,4% contribuaient aux dépenses.

Après le crédit nous remarquons que seulement 4.3% ne participent pas aux dépenses, soit un écart de 24,8. En revanche, la totalité des dépenses est prise en charge par 36.8% des enquêtées (soit un écart de 26.3). Il ressort alors que le crédit permet aux clients de s'impliquer dans les dépenses familiales. Ils arrivent à pourvoir aux besoins quotidiens de leurs familles et cela améliore sans doute leur bien-être.

**Graphique 5: Contribution du crédit à la prise en charge des dépenses**



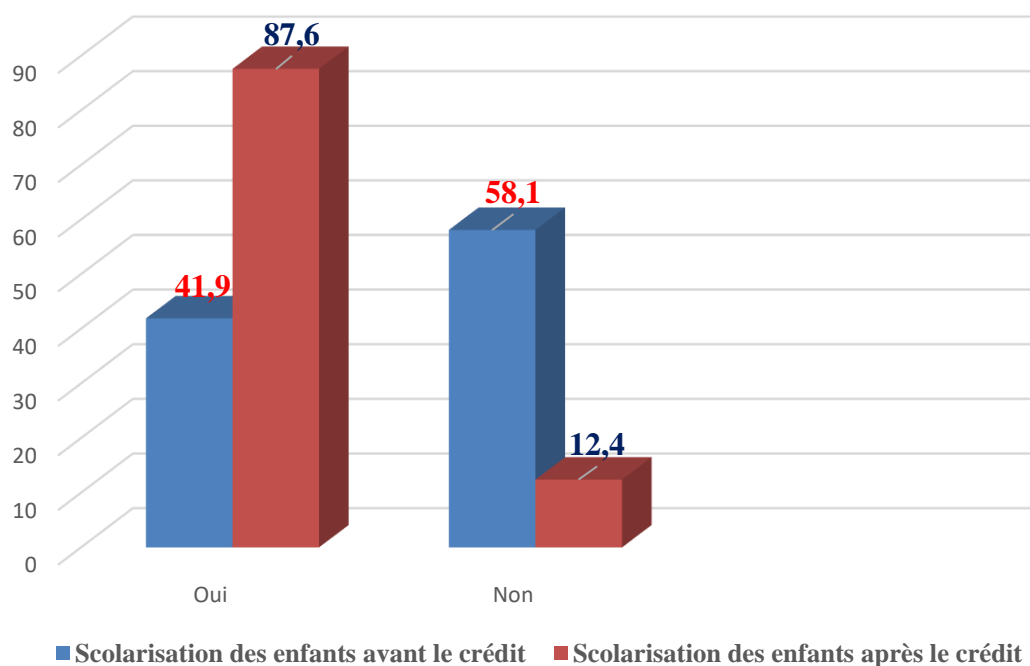
Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

## 2. Effet du crédit sur la scolarisation des enfants

La majorité de nos enquêtées affirment avoir au centre de leurs dépenses la scolarisation de leurs enfants. Le graphique 6 ci-dessous montre l'incidence du crédit sur la scolarisation des enfants. Avant le crédit, 41.9% des enquêtées contribuaient à la scolarisation de leurs enfants contre 58.1% qui ne contribuaient pas. Il faut noter que cette contribution était partielle car certaines femmes ont eu à déclarer qu'elles ne font qu'épauler leur mari.

Après le crédit, 87.6% arrivent à contribuer à la scolarisation des enfants (ce taux passe de 41.9% à 87.6%). Ce qui explique un effet positif du crédit sur la scolarisation des enfants.

**Graphique 6: Effet du crédit sur la scolarisation des enfants**



Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

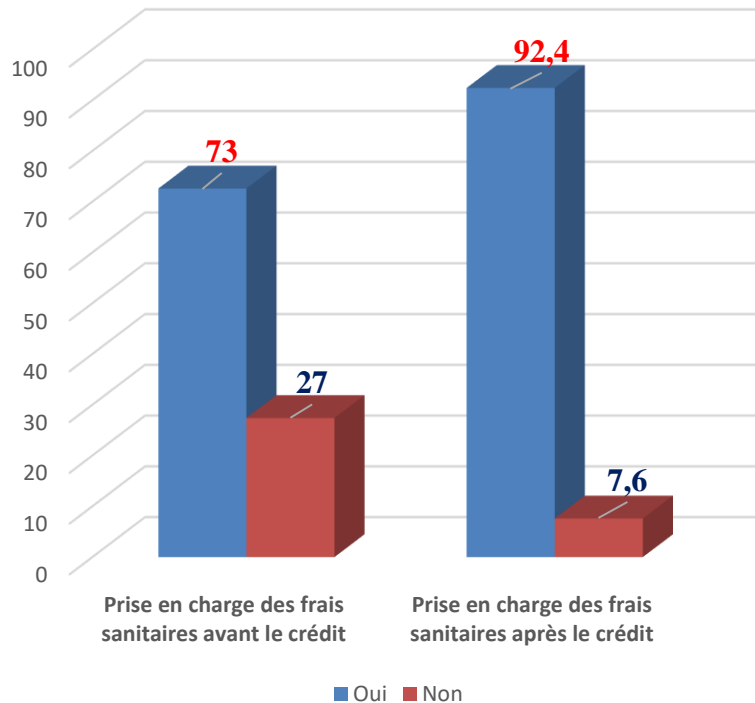
Au regard de ces résultats, on ne peut nier l'effet du crédit sur la scolarisation des enfants. Les clients (les femmes particulièrement) arrivent à soutenir leur conjoint à travers entre autres l'achat de kits scolaires, le paiement de la scolarité ou l'argent de poche des enfants. Nous allons donc nous pencher sur le niveau de santé des clients après leur accès au crédit.

### 3. Effet du crédit sur la prise en charge des frais sanitaires

Le graphique 7 ci-dessous montre qu'avant le crédit 73% des personnes enquêtées contribuaient aux dépenses pour la santé de leur famille contre 27% qui ne contribuaient pas.

Après le crédit nous constatons une amélioration. En effet, 92.4% arrivent à contribuer aux dépenses sur le plan sanitaire (soit un écart de 19.4). On perçoit alors un effet positif du crédit sur la santé des clients. Mais le crédit à lui seul ne peut pas influencer sur le bien-être des ménages, c'est son bon usage qui permet aux clients de générer des bénéfices et de participer aux dépenses sanitaires de leur famille.

**Graphique 7: Effet du crédit sur la santé des femmes**

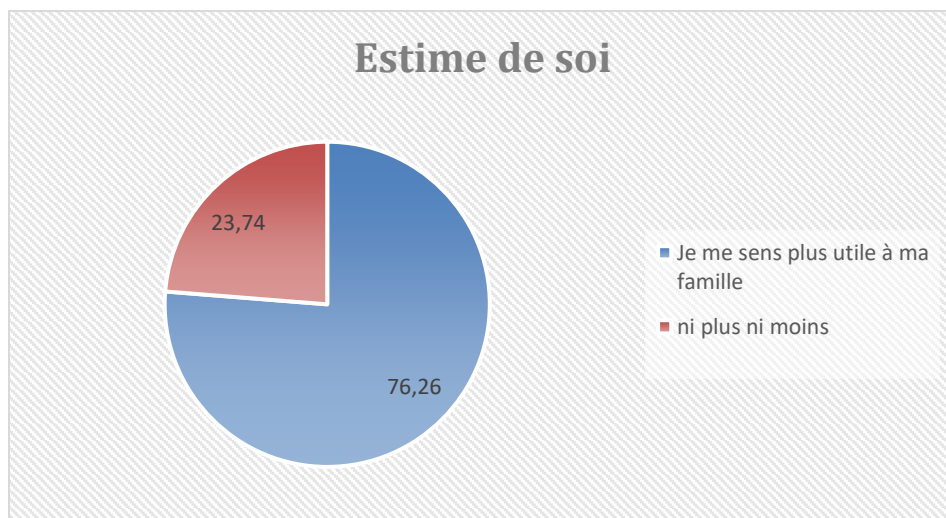


Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

#### 4. Effet du crédit sur l'estime de soi

Le graphique 8 ci-dessous montre l'effet du crédit sur le niveau de l'estime de soi des femmes. Les données de l'enquête montrent que 76.26% ont constaté une amélioration de leur niveau d'estime de soi après avoir contracté le crédit. Lors de nos enquêtes, un commerçant nous confia ceci : « avec l'apport du crédit, je me sens plus utile et fière de pouvoir subvenir aux besoins de mes enfants ». Par contre, 23.74% des enquêtées ne voient aucun effet sur leur niveau d'estime de soi.

**Graphique 8: Effet du crédit sur l'estime de soi**



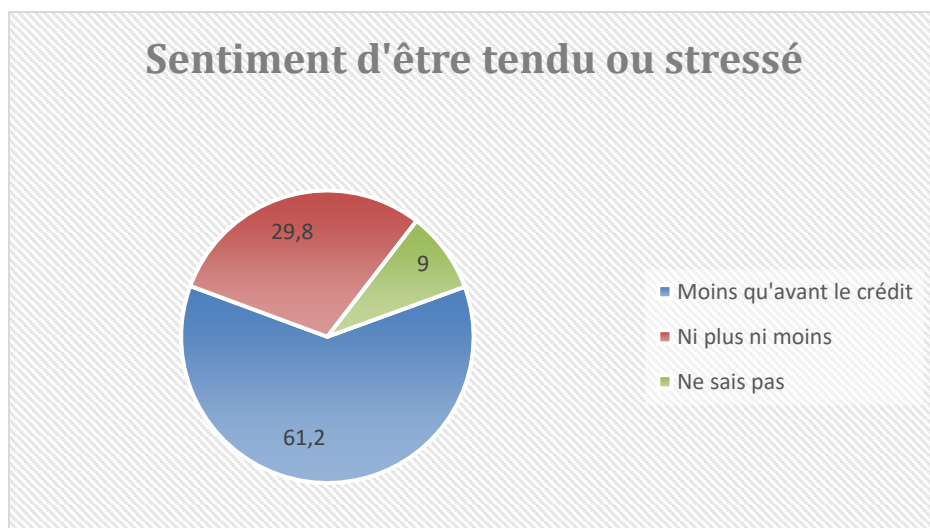
Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

### 5. Effet du crédit sur la vie morale et relationnelle des femmes

Les données de notre enquête montrent que le crédit a une répercussion sur le moral des clients. En effet, selon le graphique 9 ci-dessous 61.2% des personnes interrogées déclarent avoir un bon moral avec l'apport du crédit ; c'est-à-dire que ces personnes se sentent moins stressées et moins tendues qu'avant le crédit, elles jugent leur moral meilleur qu'avant l'accès au crédit. De l'autre côté, 29.8% affirment que rien n'a changé dans leur moral.

Globalement, le crédit a eu un effet positif sur le moral des clients interrogés. Mais le crédit à lui seul ne peut améliorer le moral, il s'agit notamment de l'usage qui en est fait.

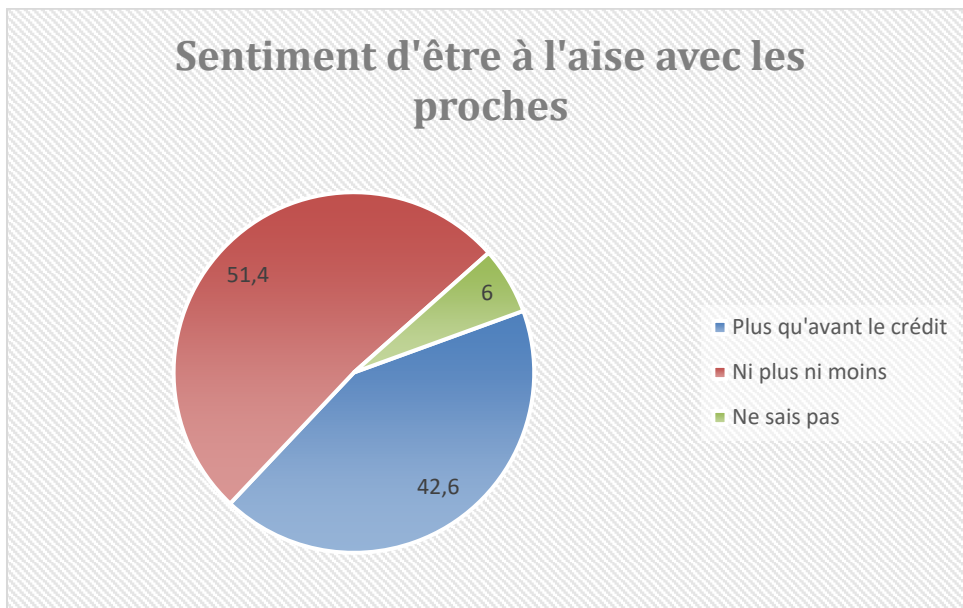
**Graphique 9: Effet du crédit sur le moral**



Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

En plus de son impact sur le moral, le crédit a aussi un impact sur le relationnel des clients. En effet, 42.6% des clients affirment être plus à l'aise avec les proches qu'avant le crédit (confère graphique 10 ci-dessous). Ces personnes disent avoir constaté un changement dans leur relationnel depuis leur accès au crédit, soit avec leur conjoint(e) soit avec leurs proches. De l'autre côté 51.4% des interviewées ne voient aucun effet du crédit sur leur vie relationnelle.

**Graphique 10: Effet du crédit sur la vie relationnelle**

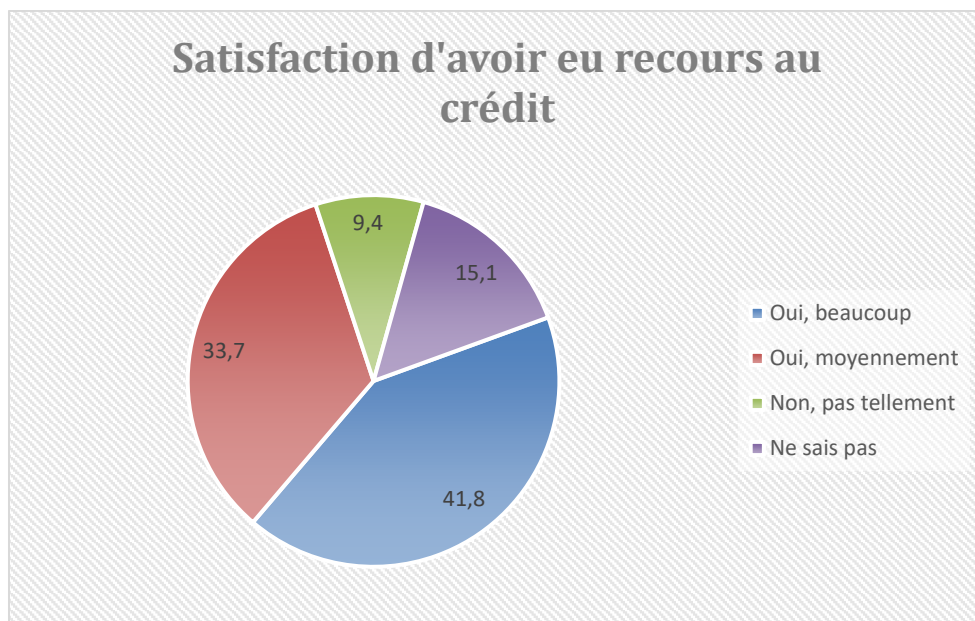


Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

## 6. Satisfaction globale

La graphique 11 ci-dessous montre la satisfaction globale des personnes interrogées vis-à-vis du crédit. 41.8% des enquêtées disent être très satisfaites d'avoir eu recours au crédit contre 9.4% qui affirment le contraire. La satisfaction des clients a plusieurs motifs : certains se disent satisfaits parce qu'ils ont pu réaliser des projets ou des investissements, d'autres trouvent leur satisfaction dans l'accessibilité même du crédit communautaire.

Graphique 11: Satisfaction envers le microcrédit



Source : Construit par l'auteur à partir des données de l'enquête (Octobre 2022)

De ces résultats il ressort que le crédit a une incidence sur le bien-être social des femmes. En effet, la majeure partie des clientes trouvent que leurs conditions de vie et de santé se sont améliorées grâce au crédit. Elles arrivent à mieux scolariser leurs enfants, à assurer les paiements des ordonnances médicales et à élever leur niveau de consommation. Aussi, plusieurs se sentent moins tendues et moins stressées qu'avant le crédit, leur moral a été amélioré avec l'apport du crédit.

Au vue de ces résultats nous pouvons affirmer que notre deuxième hypothèse selon laquelle « l'accès des femmes au crédit leur permet de s'épanouir et de se sentir plus utiles à la société » est confirmée.

## CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

L'objectif général de cette étude était d'analyser l'effet du microcrédit sur l'autonomisation des femmes bénéficiaires à travers une étude descriptive (analyse des fréquences, des graphiques et des tableaux croisés). L'étude s'est portée sur le cas du crédit octroyé aux groupes de solidarité composés de femmes par la PMBF SA.

Nous avons eu à formuler deux hypothèses : notre première hypothèse stipule que « l'octroi du crédit augmente les revenus des femmes et leur permet d'agrandir leurs commerces » et la deuxième hypothèse présumait que « l'accès des femmes au crédit leur permet de s'épanouir et de se sentir plus utiles à la société ».

Pour vérifier ces hypothèses sur le terrain, nous avons administré un questionnaire aux membres des groupes de solidarité bénéficiaires du crédit dans la commune rurale de Saaba.

Au regard des résultats présentés ci-dessus, notre première hypothèse se trouve être validée. En effet, nous avons constaté avec admiration que 93,48% des clients ont enregistré une augmentation du volume de leurs ventes, ce qui a eu une répercussion sur leurs bénéfices annuels. Ainsi, 21,7% des enquêtées ont réalisé le bénéfice annuel le plus élevé (1 600 000F et plus) après l'accès au crédit.

La deuxième hypothèse a aussi été confirmée par les résultats. En effet, 36,8% des enquêtées sentent une amélioration dans la prise en charge de leurs dépenses familiales, 87,6% injectent une partie des profits réalisés dans la scolarité de leurs enfants et 92,4% trouvent que leur niveau de santé s'est amélioré. L'effet du crédit se fait sentir aussi sur le relationnel et le moral des clients. Les résultats ont montré que 61,2% des enquêtées se sentent moins tendues et moins stressées qu'avant le crédit et 42,6% ont vu leur relation avec les proches s'améliorer.

Au terme de cette étude, nous pouvons conclure que le crédit a un effet sur l'autonomisation des femmes dans une moindre mesure.

Comme suggestions en vue d'améliorer l'accès au crédit et son impact sur l'autonomisation des femmes, nous proposons ce qui suit :

- Promouvoir les services d'accès au crédit ;

- Une intensification de la formation accordée aux membres des groupes de solidarité (GS) ;
- Une formation spécifique sur la tenue des comptes puisque certains clients ne disposent pas de cahiers de comptent (cahier de recettes-dépenses, cahiers des stocks, cahier de caisse, etc.), ils font les comptes au jour le jour ;
- Un bon encadrement des GS à travers la proximité ;
- Un encouragement à l'égard des membres fidèles et dynamique ;
- Accentuer la collecte de l'épargne auprès des clients afin de sécuriser leurs avoirs.

Comme tout travail scientifique, notre travail présente certainement quelques limites, mais nous osons croire qu'il contribuera à l'amélioration du secteur de la micro finance. D'autres personnes pourront certainement l'étendre dans d'autres domaines en l'approfondissant à travers d'autres méthodes d'études plus commodes.

## BIBLIOGRAPHIE

Zida, P. M. (2005). Microfinance et pauvreté: une classification des structures de microfinance au Burkina Faso. P. 62. Ouagadougou.

Ayuk, E. T. (2015). *La microfinance en Afrique centrale: le défi des exclus*. (c. d. international, Éd.)

Bama, F. (2012). Impact socio-économique du micro-crédit sur les femmes: cas de la coopérative d'épargne et de crédit de l'Association "Femmes de l'Avenir". P72. Ouagadougou.

Bendsen, N. e. (2011). *Réduction de la pauvreté par la microfinance*. Berlin.

Budget, M. d. (2012). Stratégie nationale de Microfinance et Plan d'actions 2012-2016. Ouagadougou.

Ky, K. (2012). Initiation des populations à une meilleure participation aux projets et programmes de développement: cas du Programme d'Appui aux Filières Agro-Sylvo-Pastorales (PAFASP). P.66. Ouagadougou.

Mancur, O. (1987). *La logique de l'action collective*. (PUF, Éd.)

Parkouda, P. (2015). Effet du microcrédit sur la promotion de l'entrepreneuriat féminin: cas du crédit aux femmes commerçantes (CFC) de la Caisse Populaire de Sin Yiri à Ouagadougou. P. 79. Ouagadougou.

Rugambwa, A. I. (2007). Les micro-crédits et le bien être socio-économique des ménages. P. 107. RD CONGO.

Soulama, S. (2005). *Micro finance, Pauvreté et développement*. (A. Contemporaines, Éd.) Paris.

Walras, L. (1898). *Théorie du crédit, Revue d'économie politique* (Vol. Tome 12).

Walras, L. (1990). *Les associations populaires coopératives*. Paris.

<https://www.insd.gov.bf>

<https://www.lamicro-finance.org>

<https://www.mays.mouissi.com>

<https://www.micro-finance.lu>

<https://www.microworld.org>

<https://beijing20.unwomen.org/fr/news-and-events/stories/2014/10/oped-muhammad-yunus>

<https://www.creditcommunautaire.com/>

## ANNEXE

### *Fiche individuelle d'enquête*

N° :.....

#### **I. Identité et profil socio-économique de l'enquêté**

1. Nom :.....
2. Prénom :.....
3. Profession :.....
4. Age (en années) : .....
5. Niveau d'éducation :

0. Aucun /\_\_/
1. Alphabétisation /\_\_/
2. Primaire /\_\_/
3. Secondaire premier cycle /\_\_/
4. Secondaire second cycle /\_\_/
5. Universitaire premier cycle /\_\_/
6. Universitaire second cycle /\_\_/
7. Universitaire troisième cycle /\_\_/

7. Etes- vous chef de ménage ? 1. Oui /\_\_/ 0. Non /\_\_/

Si non, qui est le chef de ménage ? 1. Epoux /\_\_/ 2. Père /\_\_/ 3. Mère /\_\_/

8. Situation matrimoniale de l'enquêté

1. Marié /\_\_/ 2. Célibataire /\_\_/ 3. Veuf/ Veuve /\_\_/ 4. Divorcé /\_\_/

9. Combien d'enfants avez-vous ?

- a. 0 à 5 ans /\_\_/
- b. 6 à 12 ans /\_\_/
- c. 13 à 15 ans /\_\_/
- d. 16 à 20 ans /\_\_/
- e. 21 ans et plus /\_\_/

#### **II. Connaissances générales sur le crédit communautaire**

1. Quelle a été la source de vos financements au démarrage de votre activité ?

a. Epargne personnelle /\_\_/ b. Tontine /\_\_/ c. Contribution du conjoint /\_\_/

2. Avez-vous accès au crédit communautaire ?

1. Oui /\_\_/ 0. Non /\_\_/

3. Avez-vous souscrit à un autre crédit en dehors du crédit communautaire ?

1.Oui /\_\_/ 0. Non /\_\_/

Si Oui, quel était le montant de ce crédit ?/\_\_\_\_\_ /

4. Depuis combien de temps (en années) souscrivez-vous à ce crédit ? /\_\_\_\_\_ /

5. Quels sont les liens qui existent entre vous et les autres membres du groupe auquel vous appartenez?

a. Amis /\_\_/ b. Parents et proches /\_\_/ c. Voisinage /\_\_/ d. Aucun lien /\_\_/

6. Quel est l'effectif total des membres de votre groupe ? /\_\_\_\_\_ /

7. Quel est le montant du crédit que vous avez contracté avec Pan African Microfinance ? /\_\_\_\_\_ /

8. A quel cycle de crédit souscrivez-vous ?.....

9. Un membre de votre groupe a-t-il déjà été exclu d'un cycle de crédit ?

1.Oui /\_\_/ 0.Non /\_\_/

Si oui, pourquoi ?

.....

### III. Effet du crédit communautaire sur les activités génératrices de revenu des bénéficiaires?

1. Quelle est l'activité que vous menez actuellement ?

a.Commerce /\_\_/ b.Restauration /\_\_/ c. Artisanat /\_\_/ d.Autres

(Préciser).....

2. Depuis combien de temps (en années) exercez-vous votre activité ?

/\_\_\_\_\_ /

3. Le crédit communautaire a-t-il contribué à l'augmentation de votre chiffre d'affaire ? 1.Oui /\_\_/ 0.Non /\_\_/

4. Pouvez-vous nous donner le montant de votre chiffre d'affaire annuel ?

/\_\_\_\_\_ /

5. Quel est le montant de votre bénéfice annuel avant le crédit ?

/\_\_\_\_\_ /

6. Quel est le montant de votre bénéfice annuel après le crédit ?

/\_\_\_\_\_ /

7. Votre activité vous a permis de réaliser un investissement ?

1.Oui /\_\_/ 0.Non /\_\_/

8. Dans quels domaines avez-vous investis ?

1.Equipement de production /\_/ 2.Moyens de transport /\_/ 3.Autres  
(Préciser).....

9. Le crédit communautaire vous a-t-il permis d'associer de nouvelles activités à  
votre activité de base ? 1.Oui /\_/ 0.Non /\_/

10. Si oui, quelles sont ces activités ?

1. .... 2. .... 3.....

#### IV. Effet du crédit communautaire sur le bien-être des ménages

1. Combien de personnes avez-vous en charge ? /\_\_\_\_/

2. Votre conjoint est-il au courant du crédit que vous contracté ? 1.Oui/\_\_/ 0.Non/\_\_/

3. Avez-vous son aval ? 1. Oui /\_\_/ 0. Non /\_\_/

4. Supportez-vous une partie des dépenses de la famille ? 1. Oui /\_\_/ 0. Non /\_\_/

5. Supportez-vous seule toutes les dépenses de la famille ? 1. Oui /\_\_/ 0.Non /\_\_/

6. Sentez-vous une amélioration dans la prise en charge de ces dépenses avec l'apport  
du crédit? 1. Ou i/\_\_/ 0. Non /\_\_/

Si oui, Expliquez.....

7. Utilisez-vous les profits réalisés grâce au crédit pour régler la scolarité de vos  
enfants ? 1. Oui /\_\_/ 0. Non /\_\_/

8. Pouvez-vous dire que le crédit a contribué aux paiements de vos ordonnances  
médicales ? 1. Oui /\_\_/ 0. Non /\_\_/

9. Que pouvez-vous dire de votre niveau de consommation après avoir contracté le  
crédit ?

1.Amélioré /\_/ 2.Inchangé /\_/ 3.Détérioré /\_/

10. Depuis l'obtention du crédit, avez-vous le sentiment d'être tendu, stressé ?

1.Moins qu'avant le crédit /\_/ 2.Plus qu'avant le crédit /\_/ 3.Ni plus, ni moins /\_/

4.Ne sais pas /\_/

11. Depuis l'obtention du crédit, vous sentez-vous à l'aise avec vos proches ?

1.Plus qu'avant le crédit /\_/ 2.Ni plus, ni moins /\_/ 3.Moins qu'avant le crédit /\_/

4.Ne sais pas /\_/

12. Globalement, êtes-vous satisfait d'avoir eu recours au microcrédit ?

1.Oui beaucoup /\_/ 2.Oui moyennement /\_/ 3.Non pas tellement /\_/ 4.Non pas du tout /\_/

5.Ne sais pas /\_/

**Vos suggestions à l'endroit de la**

**caisse** :.....

.....X

## TABLE DES MATIERES

<b>SOMMAIRE .....</b>	<b>I</b>
<b>DEDICACES .....</b>	<b>II</b>
<b>REMERCIEMENTS.....</b>	<b>III</b>
<b>LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....</b>	<b>IV</b>
<b>LISTE DES GRAPHIQUES .....</b>	<b>V</b>
<b>LISTE DES TABLEAUX .....</b>	<b>VI</b>
<b>RESUME.....</b>	<b>VII</b>
<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>1</b>
<b>CHAPITRE I : CADRE CONCEPTUEL ET REVUE DE LITTERATURE.....</b>	<b>3</b>
<b>I. Définition des concepts.....</b>	<b>3</b>
1. Le microcrédit.....	3
2. La confiance .....	3
3. L'autonomisation économique .....	4
<b>II. Revue de la littérature.....</b>	<b>4</b>
1. Microcrédit et productivité des entreprises des femmes .....	4
2. Microcrédit et autonomisation des femmes.....	5
<b>CHAPITRE II : PRESENTATION DE LA PAN AFRICAN MICROFINANCE ET METHODOLOGIE DE RECHERCHE .....</b>	<b>7</b>
<b>I. La méthodologie de l'étude.....</b>	<b>7</b>
1. Justification du choix de la méthode d'évaluation .....	7
2. Méthodologie pour l'enquête de terrain .....	7
2.1. Choix de la zone d'étude .....	7
2.2. Constitution de l'échantillon .....	8
2.3. Techniques, outils, types de données collectées et variables de l'étude .....	8
2.4. La Saisie et le traitement des données.....	9
2.5. L'enquête de terrain .....	9

<b>II. Présentation de la Pan African Microfinance SA</b> .....	9
1. Historique, missions et objectifs de la Pan African Microfinance .....	9
2. Les services offerts par la structure .....	11
2.1. La gamme des produits de crédit.....	11
2.2. La gamme des produits d'épargne .....	12
<b>CHAPITRE III : ANALYSE ET INTERPRETATION DES RESULTATS</b> .....	<b>13</b>
<b>I. Les caractéristiques socio-démographiques des personnes enquêtées et des groupes de solidarité</b> .....	<b>13</b>
1. Les caractéristiques socio-démographiques des enquêtées .....	13
1.1. Age des enquêtées .....	13
1.2. Situation matrimoniale des enquêtées .....	13
1.3. Nombre de personnes à charge.....	14
1.4. Niveau d'éducation .....	15
2. Les caractéristiques des groupes de solidarité.....	15
2.1. Constitution des groupes de solidarité par type d'affiliation .....	15
2.2. Relation entre le type d'affiliation et le montant du crédit octroyé .....	16
<b>II. Effets du microcrédit sur l'augmentation des activités commerciales des femmes</b>	
177	
1. Le secteur d'activité.....	17
2. Effets du crédit sur le chiffre d'affaire .....	18
3. Effets du crédit sur le bénéfice annuel des femmes.....	18
3.1. Relation entre le bénéfice après le crédit et l'investissement.....	19
3.2. Relation entre le bénéfice après le crédit et le domaine d'investissement .....	20
3.3. Relation entre le bénéfice après le crédit et le domaine d'activité.....	21
3.4. Relation entre le bénéfice après le crédit et l'extension de l'activité.....	22
<b>III. Effets du microcrédit sur le bien-être et l'épanouissement des femmes</b> .....	<b>23</b>
1. Contribution du crédit à la prise en charge des dépenses familiales .....	23

---

2. Effet du crédit sur la scolarisation des enfants .....	24
3. Effet du crédit sur la prise en charge des frais sanitaires.....	25
4. Effet du crédit sur l'estime de soi .....	26
5. Effet du crédit sur la vie morale et relationnelle des femmes.....	27
6. Satisfaction globale.....	27
<b>CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS .....</b>	<b>30</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>33</b>
<b>ANNEXE .....</b>	<b>IX</b>
<b>TABLE DES MATIERES .....</b>	<b>XII</b>