

L'ACCÈS À L'ÉNERGIE PAR LA MICROFINANCE EN AFRIQUE : une approche partenariale

Marion Allet

Chargée de Programme Environnement & Microfinance, PAMIGA
marion.allet@pamiga.org



Des femmes Masai découvrent des solutions solaires durant une session de démonstration au Kenya - Source : PAMIGA

Marion Allet (PhD) est Chargée de Programme Environnement & Microfinance au sein de PAMIGA. Elle apporte son appui aux institutions de microfinance (IMF) rurales dans le développement de services financiers facilitant l'accès à l'énergie solaire en Afrique subsaharienne.

PAMIGA (Participatory Microfinance Group for Africa - Groupe Microfinance Participative pour l'Afrique) est une ONG internationale qui vise à libérer le potentiel économique de l'Afrique en favorisant la croissance des institutions financières qui desservent les zones rurales. PAMIGA apporte une assistance technique à un réseau de 16 IMF en Afrique subsaharienne.

MOTS CLÉS

- ÉNERGIE SOLAIRE
- ACCÈS À L'ÉNERGIE
- MICROFINANCE
- MODÈLE PARTENARIAL
- AFRIQUE SUBSAHARIENNE RURALE

Le manque de ressources financières est un obstacle clé à l'accès à l'énergie en Afrique rurale. Depuis 2013, PAMIGA aide les institutions financières rurales à développer des prêts solaires pour surmonter cet obstacle. L'approche choisie est un modèle partenarial (« two-hand model ») dans lequel une institution financière et un fournisseur de solutions solaires décident de collaborer.

Cet article présente le principe et les caractéristiques du modèle, les premiers résultats obtenus ainsi que les principaux défis et enseignements tirés de sa mise en œuvre au Cameroun, en Ethiopie et au Kenya.

INTRODUCTION

Les progrès technologiques considérables de ces dernières années ont permis de concevoir des solutions solaires mieux adaptées à la base de la pyramide et de réduire le prix des composants des dispositifs solaires. Divers modèles économiques sont actuellement testés pour mettre ces technologies à la disposition des populations rurales à faible revenu de manière durable.

Depuis 2013, PAMIGA (Groupe Microfinance Participative pour l'Afrique), ONG internationale fournissant une assistance technique à un réseau de 16 institutions de microfinance (IMF) rurales en Afrique subsaharienne, a commencé à travailler avec ses IMF membres sur le développement de produits financiers visant à faciliter l'accès de leurs clients ruraux vulnérables à des solutions pico-solaires de qualité. L'approche choisie est un modèle partenarial (« two-hand model ») dans lequel une institution financière et un (ou plusieurs) fournisseur(s) de solutions solaires décident de collaborer. Cet article commence par exposer les raisons qui ont conduit PAMIGA et ses partenaires à opter pour un modèle partenarial, puis présente la méthodologie de mise en œuvre du modèle et ses premiers résultats. Enfin, l'article analyse les principaux défis et enseignements tirés de la mise en œuvre du modèle au Cameroun, en Ethiopie et au Kenya. Il en émerge notamment la nécessité de développer des réseaux « d'Entrepreneurs Énergie » situés dans les villages pour atteindre le dernier kilomètre plus efficacement (le modèle d'Entrepreneur Énergie est présenté plus en détails dans l'article suivant Allet (2016), « Entrepreneurs Énergie : un modèle innovant pour atteindre le dernier kilomètre »).

1. POURQUOI UN MODÈLE PARTENARIAL (« TWO-HAND MODEL ») ?

1.1. DES BESOINS EN ÉNERGIE NON SATISFAITS DANS LES ZONES RURALES

Les institutions financières rurales membres du réseau PAMIGA proposent des services de crédit et d'épargne aux populations à faible revenu d'Afrique subsaharienne. Elles sont principalement présentes dans les zones rurales où l'accès à l'électricité est encore extrêmement limité. Au cours de leurs visites sur le terrain, PAMIGA et ses IMF membres ont pu constater que les populations rurales pauvres comptaient sur leur aide pour accéder à des solutions énergétiques propres. Afin de mieux comprendre la situation des clients de la microfinance en zone rurale, PAMIGA et ses IMF partenaires ont réalisé des évaluations quantitatives et qualitatives des besoins au Cameroun, en Éthiopie et au Kenya (entre 2013 et 2015). Des études quantitatives ont été effectuées sur un échantillon de foyers ruraux. Étant donné que les IMF voulaient avant tout répondre aux besoins de leurs clients, les foyers interrogés ont été sélectionnés de manière aléatoire dans les zones d'intervention des institutions (en se concentrant généralement sur 4 à 8 agences rurales), principalement parmi les clients existants (bien que quelques non-clients aient été interrogés également). Les études quantitatives ont été complétées avec des groupes de discussion qualitatifs pour une meilleure compréhension des perceptions et attentes des populations rurales pauvres. Ces évaluations des besoins ont confirmé la forte demande parmi les clients des IMF d'un meilleur accès à l'énergie, comme illustré dans le Tableau 1.

Tableau 1. Principaux résultats des évaluations des besoins en énergie réalisées par PAMIGA

	Cameroun	Éthiopie	Kenya
Nb de clients de microfinance interrogés	86	152	110
Personnes interrogées NON raccordées au réseau électrique	82 %	99 %	88 %
Personnes interrogées utilisant des lampes au kérosène	84 %	92 %	79 %
Personnes interrogées utilisant des lampes torches / lampes de poche	48 %	88 %	68 %
Dépenses énergétiques mensuelles moyennes	24 €	12 €	65 €
Part des dépenses énergétiques mensuelles moyennes dans le budget du foyer	10 %	11 %	15 %
Personnes interrogées NON satisfaites de leur accès actuel à l'électricité	100 %	100 %	93 %
Personnes interrogées intéressées par une solution solaire	96 %	97 %	100 %

En outre, les évaluations des besoins ont montré que ces populations rurales vulnérables connaissent l'existence des solutions solaires et les perçoivent globalement comme une option appropriée pour elles. Néanmoins, des obstacles majeurs demeurent : (a) le manque d'accessibilité à ces solutions, les fournisseurs n'étant souvent pas présents dans les zones rurales ; (b) le manque d'informations nécessaires à la sélection de solutions fiables ; (c) l'absence d'options de financement pour de tels investissements.

Face à ces demandes insatisfaites de leurs clients, les IMF du réseau PAMIGA ont décidé qu'elles pouvaient jouer un rôle pour faciliter l'accès aux solutions solaires. Ce domaine étant nouveau pour elles, elles ont demandé l'assistance technique de PAMIGA.

1.2. VECTEURS D'IMPLICATION DES INSTITUTIONS DE MICROFINANCE RURALES

Les IMF sont souvent perçues comme étant bien placées pour gérer certains des obstacles majeurs à l'accès à l'énergie propre. Comme mentionné par Levai et al. (2011), les IMF rurales peuvent présenter les avantages suivants : (a) elles sont largement présentes dans les zones rurales, souvent plus que tout autre réseau de distribution ; (b) elles jouissent d'une situation de confiance auprès des ménages locaux ; et (c) elles offrent un accès à des services financiers adaptés pour faciliter l'achat de nouvelles technologies.

Initialement, l'implication des IMF partenaires de PAMIGA a été motivée par le fait de pouvoir remplir leur mission sociale : en facilitant l'accès aux solutions solaires, elles pouvaient contribuer à améliorer les conditions de vie de leurs clients et encourager le développement économique local (Allet, 2014; Levai et al., 2011). Ces IMF rurales ont également décidé de s'impliquer dans des crédits énergie car elles s'attendaient à des bénéfices stratégiques et financiers pour elles-mêmes, par exemple se différencier de la concurrence, attirer de nouveaux clients, fidéliser les clients existants, diversifier leur offre et leur portefeuille, construire une image positive en tant qu'institution socialement et environnementalement responsable, et attirer de nouvelles sources de financement (en ligne avec les conclusions de Alderdice & Rogers, 2000; Allet, 2014; Levai et al., 2011).

1.3. AVOIR OU NON DES PARTENAIRES SOLAIRES SPÉCIFIQUES ?

Le métier principal des IMF est d'offrir des services financiers (épargne et crédit). Adoptant une approche de « libre marché » (Groh & Taylor, à paraître), les IMF peuvent décider de se limiter à accorder des prêts et à laisser les clients trouver et acheter la solution énergétique qu'ils souhaitent. Cette approche est davantage répandue dans les zones où le marché des solutions énergétiques propres est déjà bien développé (par exemple, les appareils à économie d'énergie dans les zones urbaines d'Amérique Latine). Cependant, dans les zones rurales des pays subsahariens, la chaîne logistique des solutions solaires reste limitée. Si les IMF rurales se limitaient à offrir des prêts, elles aideraient à surmonter l'obstacle financier à l'investissement mais pas les obstacles liés au manque d'informations et au manque d'accessibilité des solutions solaires dans les zones rurales.

Les groupes de discussion, conduits par PAMIGA avec les clients de la microfinance rurale au Cameroun, en Éthiopie et au Kenya, ont révélé que les foyers ruraux sont préoccupés par la qualité médiocre des solutions solaires. Étant donné qu'ils font confiance à leur IMF, bon nombre d'entre eux préfèrent se faire aider et guider dans le choix de la solution solaire la mieux adaptée à leurs besoins. De manière plus surprenante encore, en Éthiopie, les clients de la microfinance dont les revenus ou l'épargne leur permettraient d'acheter un petit kit solaire en cash ont clairement déclaré qu'ils préféreraient

contracter un prêt (et ainsi, payer un peu plus) afin de bénéficier des différents services proposés via l'IMF, comme la livraison du kit au niveau de l'agence rurale et la garantie pour au moins la durée du prêt.

Au vu de leur contexte d'intervention, les IMF partenaires de PAMIGA ont ainsi décidé d'opter pour une approche partenariale, dans laquelle elles scellent des partenariats avec certains fournisseurs de solutions solaires. L'avantage de cette approche est que, grâce à de tels partenariats, les IMF peuvent mettre des solutions de qualité à la disposition de clients cibles dans les zones rurales. En outre, elles peuvent contrôler l'utilisation du prêt en décaissant l'argent directement au partenaire sélectionné, pour la solution de qualité sélectionnée et, par conséquent, atténuer le risque de crédit lié aux pannes de l'équipement. Toutefois, le modèle partenarial implique également une contrainte majeure pour les IMF : les clients sont susceptibles de les tenir directement responsables en cas de problème avec la technologie car ils considéreront que cette dernière a été promue par l'IMF, et ils pourront alors décider de cesser de rembourser leur prêt. Lorsqu'elles optent pour une approche partenariale, les IMF doivent donc faire une sélection rigoureuse des solutions et des partenaires afin de préserver leur réputation et d'atténuer les risques de crédit (Morris et al., 2007).

2. LE MODÈLE PARTENARIAL TESTÉ PAR PAMIGA

Depuis 2013, PAMIGA teste ce modèle partenarial entre les IMF et les fournisseurs de solutions solaires dans trois pays (Cameroun, Ethiopie, Kenya) avec un total de six IMF (A3C, ICS et UCCGN au Cameroun ; Buusaa Gonofaa et Wasasa en Ethiopie ; WPS au Kenya). Se fondant sur les enseignements tirés d'initiatives similaires dans le monde, PAMIGA applique une méthodologie claire, présentée dans les sections suivantes.

2.1. SÉLECTION DE SOLUTIONS SOLAIRES ET DE FOURNISSEURS PARTENAIRES

Les évaluations des besoins énergétiques et financiers, qui ont été menées au préalable par PAMIGA et ses IMF partenaires, ont contribué à identifier les types de solutions solaires qui répondraient aux besoins et attentes des clients de la microfinance cibles. Sur la base de ces résultats, PAMIGA a appuyé les IMF dans l'examen de l'offre de solutions solaires et la sélection de technologies de qualité et de fournisseurs fiables qui étaient intéressés par l'établissement de partenariats contractuels avec une IMF.

A cette fin, PAMIGA a défini une liste de critères de présélection de solutions solaires adéquates et de fournisseurs. Les solutions solaires ont notamment été évaluées en fonction de leurs capacités (que peuvent-elles alimenter ? Répondent-elles aux besoins des différents segments ?), leur durée de vie, la qualité de leurs composants (type de batterie et de panneau

solaire, etc.), leur certification par Lighting Global et/ou toute autre autorité compétente, leur facilité d'utilisation, les conditions de garantie, la disponibilité des pièces de rechange, leur caractère évolutif et leur prix. Quant aux fournisseurs de solutions solaires, ils ont été évalués d'après leur présence sur le marché local, leur offre de solutions solaires adéquates, leur réputation, leur expérience du marché de la base de la pyramide et du travail dans les zones rurales et leur volonté d'explorer ce marché, leur capacité à importer et gérer un stock local, leur capacité à livrer des solutions dans les zones rurales, leur capacité à offrir des services après-vente efficaces et à récupérer le matériel usagé, leur volonté de s'associer à une IMF et de proposer une formation au personnel de l'IMF, etc. (conformément aux recommandations formulées par Levai et al., 2011; Winiecki et al., 2008).

PAMIGA a ensuite organisé un premier atelier qui a permis aux IMF et aux fournisseurs présélectionnés de se rencontrer. Au cours de ces ateliers, chaque partie prenante a présenté son organisation, ses activités et sa motivation à s'engager dans un tel partenariat. Les fournisseurs présélectionnés ont fait une démonstration de leurs solutions solaires et expliqué les services qu'ils proposaient. De tels ateliers sont essentiels car, au-delà d'un processus de sélection technique, le succès d'un modèle partenarial réside dans la capacité des partenaires à collaborer. Il est ainsi primordial que l'IMF et le fournisseur de solutions solaires aient un bon pressentiment quant à leur capacité à communiquer et travailler ensemble. Ainsi, à l'issue d'une première réunion, la décision a été laissée aux IMF partenaires et aux fournisseurs présélectionnés de décider s'ils voulaient poursuivre les discussions et mettre en place des partenariats.

Dans le cadre de ce processus de sélection, PAMIGA a encouragé une approche progressive, conseillant aux IMF de commencer avec un nombre limité de partenaires de solutions solaires (un ou deux) afin de tester le nouveau modèle et de faciliter l'intégration du nouveau produit financier pour les agents de crédit. Puis, si la phase pilote était réussie, les IMF pouvaient décider d'intégrer d'autres fournisseurs partenaires afin de diversifier la gamme de solutions solaires proposée aux clients. Dans le cadre de cette stratégie progressive, la plupart des IMF ont décidé de commencer avec des lanternes solaires pour les besoins de base en éclairage et recharge de téléphones portables, des produits d'entrée « à rentabilité rapide ». Puis, à mesure que le modèle et les partenariats se sont renforcés, elles ont progressivement commencé à passer à des installations solaires plus importantes, pour un usage domestique et/ou productif.

Suivant cette approche, les trois IMF au Cameroun (A3C, ICS et UCCGN) ont entamé un partenariat avec un distributeur local en 2013 et ont intégré un second fournisseur partenaire en 2015. En Ethiopie, les deux IMF (Buusaa Gonofaa et Wasasa) ont également commencé avec un seul fournisseur en 2013 ; en 2015, Wasasa a décidé d'intégrer deux autres partenaires. Au Kenya, WPS a entamé un partenariat avec un distributeur en 2014, puis a intégré un second partenaire pour des solutions solaires plus puissantes en 2015.

2.2. RÉPARTITION DES RÔLES ET DES RESPONSABILITÉS ENTRE LES PARTENAIRES

Les enseignements tirés des expériences de terrain soulignent toujours l'importance de définir une répartition claire des rôles et des responsabilités entre les partenaires dans de tels modèles (Levai et al., 2011 ; Morris et al., 2007 ; Rippey, 2009 ; Winiecki et al., 2008). L'idée générale de ce modèle est que chaque acteur apporte ses compétences respectives et collabore pour surmonter ensemble les principaux obstacles à l'accès à l'énergie propre : manque de solutions disponibles, manque d'informations et manque de ressources financières pour investir dans une solution énergétique propre. D'un côté, le fournisseur de solutions solaires offre des technologies de qualité et des services clients essentiels comme la livraison, l'installation, la formation des clients, la garantie et les services

Figure 1. Solutions solaires sélectionnées par les IMF partenaires



après-vente. De l'autre, l'IMF donne accès à sa base de clients et propose des services financiers pour faciliter l'investissement dans la solution solaire. Toutefois, dans chaque cas, la démarcation exacte des rôles peut légèrement différer afin de trouver le modèle le plus efficace en fonction des capacités et des attentes de chaque partenaire et de leur contexte d'intervention. Par exemple, dans certains contextes, l'IMF peut vouloir prendre la responsabilité de livrer les solutions solaires depuis ses agences jusqu'aux clients finaux tandis que dans d'autres contextes, cette tâche sera assurée par des techniciens sous contrat avec le fournisseur de solutions solaires.

Pour aider les partenaires à définir une répartition des rôles équilibrée et optimale, PAMIGA a organisé des ateliers participatifs supplémentaires au cours desquels les IMF et les distributeurs de solutions solaires pouvaient discuter des termes des partenariats (responsabilités et rôles de chaque partie, procédures à suivre durant la mise en œuvre). L'un des buts des ateliers était de s'assurer que chaque partenaire avait une compréhension claire des contraintes et des responsabilités de l'autre. Ce processus a abouti à la signature de protocoles d'accord (spécifiant les responsabilités et rôles respectifs de chaque partenaire ainsi que le partage des coûts pour les activités conjointes) et au développement de Mémos de Procédures détaillés.

Tableau 2. Répartition type des tâches dans le modèle partenarial de PAMIGA (certaines variations existent d'un partenaire à l'autre)

	IMF	Fournisseur de solutions solaires
Promotion	RESPONSABILITÉ CONJOINTE L'IMF se concentre généralement sur la promotion des produits financiers.	RESPONSABILITÉ CONJOINTE Le fournisseur se concentre sur la promotion des kits solaires.
Demande/évaluation/approbation des prêts	RESPONSABILITÉ EXCLUSIVE	
Livraison des kits solaires	FACILITATION L'IMF facilite la livraison des kits solaires depuis les agences rurales aux clients finaux.	RESPONSABILITÉ Le fournisseur livre les solutions solaires aux agences rurales de l'IMF.
Installation des kits solaires		RESPONSABILITÉ Lorsque l'installation est nécessaire
Formation des clients	RESPONSABILITÉ CONJOINTE	RESPONSABILITÉ CONJOINTE
Remboursement des prêts	RESPONSABILITÉ EXCLUSIVE	
Services après-vente	FACILITATION L'IMF peut faciliter le contact entre les clients et les fournisseurs.	RESPONSABILITÉ

2.3. ADAPTER LE PRODUIT FINANCIER AU MODÈLE PARTENARIAL

Parallèlement à la mise en place de partenariats, les IMF ont travaillé sur le développement d'un produit financier spécifique destiné à financer l'accès à l'énergie propre : le Crédit Solaire. PAMIGA a fourni une assistance technique pour la conception du produit financier en s'appuyant sur une approche de gestion des risques. Cette méthodologie consiste à identifier, avec le personnel de l'IMF, les risques spécifiques liés aux crédits énergie et, par conséquent, à identifier les caractéristiques et procédures du prêt qui doivent être adaptées afin d'atténuer ces risques. Les IMF peuvent ainsi développer un nouveau produit de prêt qui s'inscrit pleinement dans leurs procédures existantes : par exemple, si elles fournissent uniquement des crédits de groupe, le Crédit Solaire sera également un crédit de groupe ; si elles fournissent des crédits individuels, le Crédit Solaire sera un crédit individuel ; si les IMF ont des montants maximum par cycle de prêt, les mêmes règles s'appliqueront aux Crédits Solaires, etc. Seules quelques spécificités sont définies.

Par exemple, en Éthiopie, les IMF partenaires ont décidé de conserver le même type de garanties sur les Crédits Solaires que sur les autres prêts (15 % d'épargne obligatoire et une responsabilité solidaire) ; mais afin de réduire le risque de crédit spécifiquement lié aux Crédits

Solaires (par exemple, clients refusant de rembourser en raison d'une panne de l'équipement), elles ont décidé de demander un acompte représentant 10 % du coût de la solution solaire, afin de créer un sentiment de propriété plus marqué chez les clients (en supposant que cela réduirait les risques de mauvaise utilisation ou de mauvais entretien du kit solaire). Au Kenya, l'IMF a conservé la même méthodologie de prêt et les mêmes durées de prêt possibles que pour les autres crédits ; mais, parce que la plupart des clients qui veulent investir dans une solution solaire ont encore besoin d'avoir accès à un prêt d'entreprise, l'IMF a décidé d'autoriser l'octroi des Crédits Solaires en parallèle à un autre prêt d'entreprise (ce qui n'est pas autorisé pour tout autre type de prêt). Afin d'atténuer les risques créés par l'autorisation de prêts parallèles, l'IMF a alors renforcé le processus d'évaluation du prêt pour les Crédits Solaires et a défini des échéanciers de remboursement en fonction des économies d'énergie mensuelles découlant de l'utilisation du kit solaire (afin de s'assurer que le Crédit Solaire ne constitue pas un fardeau supplémentaire pour le foyer mais qu'il peut être remboursé grâce aux économies d'énergie).

Dans ce type de modèle partenarial, un ajustement clé est lié au décaissement du prêt : au lieu de décaisser des espèces aux clients, les IMF font un paiement direct au fournisseur de solutions solaires, qui livre

“CHAQUE ACTEUR APPORTE SES COMPÉTENCES RESPECTIVES ET COLLABORE POUR SURMONTER ENSEMBLE LES PRINCIPAUX OBSTACLES À L'ACCÈS À L'ÉNERGIE PROPRE.”

Tableau 3. Exemples de caractéristiques des Crédits Solaires

	Cameroun	Éthiopie	Kenya
Nom local	Crédit Lumière	Liqa Solaarii	Mkopo wa Sola
Type de prêt	Prêt individuel	Prêt collectif	Prêt collectif
Contribution personnelle / acompte	Non	10 % du coût total du kit solaire	Non
Montant de prêt minimum	10 000 FCFA	500 ETB	1 200 KES
Montant de prêt maximum	90 000 FCFA	15 000 ETB	60 000 KES
Durée du prêt	3 à 12 mois	4 à 24 mois	6, 9 ou 12 mois
Fréquence des versements	Mensuelle, trimestrielle, biannuelle ou à terme	Mensuelle avec différents montants	Mensuelle
Taux d'intérêt	24 % fixe par an	13 à 18 % fixe par an (en fonction du montant du prêt)	24 % fixe par an
Garanties	30 % de dépôt de garantie, nantissement d'actifs, garants personnels	15 % de dépôt de garantie, responsabilité solidaire	15 % de dépôt de garantie, responsabilité solidaire, nantissement d'actifs

ensuite le kit solaire. Ainsi, les clients reçoivent leur Crédit Solaire « en nature » sous la forme de la solution solaire, et devront rembourser leur prêt comme d'habitude, auprès de l'IMF. Pour l'IMF, cela peut impliquer d'ajuster la gestion interne de la trésorerie car les versements aux fournisseurs partenaires sont dans ce cas effectués par le siège, tandis que les décaissements de prêts peuvent d'habitude être plutôt gérés au niveau des agences. Cela implique également des ajustements au niveau des formulaires de demande de crédit et des contrats de prêts signés avec les clients, et éventuellement au niveau du système d'information de gestion. Certaines IMF étaient en fait déjà habituées à de tels processus de décaissement (pour les crédits agricoles liés à l'achat d'intrants ou pour des crédits d'équipements) ; pour d'autres, il s'agissait d'une innovation, spécifique à ce modèle partenarial.

Cette approche consistant à adapter seulement quelques caractéristiques du prêt aux risques spécifiques des crédits énergie facilite l'intégration d'un nouveau produit financier dans l'institution, permettant aux agents de crédit d'assimiler plus facilement quelques spécificités seulement.

2.4. PHASE PRÉPARATOIRE ET LANCEMENT

Durant la phase préparatoire, PAMIGA a également aidé les IMF à définir les rôles et responsabilités de chaque membre du personnel en interne, à rédiger un manuel de procédures adapté pour le Crédit Solaire, à travailler sur des projections financières pour fixer la bonne tarification et identifier le

seuil de rentabilité, à ajuster les programmes d'incitation existants pour le personnel, à définir la stratégie marketing, à développer un plan de suivi et à former le personnel sur le nouveau produit financier.

D'autre part, les fournisseurs et distributeurs partenaires devaient travailler sur leurs propres projections financières, anticiper une gestion des stocks appropriée, définir leur organisation interne, déterminer leur stratégie marketing et leurs outils de communication, élaborer des guides de l'utilisateur et des cartes de garantie adaptés aux populations cibles (dans la langue locale, avec des illustrations), et dispenser une formation sur leurs solutions solaires au personnel de terrain de l'IMF.

Les opérations ont alors débuté avec des sessions de démonstration conduites conjointement par les agents de terrain de l'IMF et des fournisseurs partenaires avec des groupes de clients de la microfinance. Entre les évaluations des besoins initiales et ces premières activités de promotion, le processus préparatoire a duré de 4 à 9 mois, en fonction du pays. Le modèle partenarial est testé depuis août 2013 au Cameroun, septembre 2014 en Éthiopie et juillet 2015 au Kenya.

3. PRINCIPAUX RÉSULTATS ET ENSEIGNEMENTS

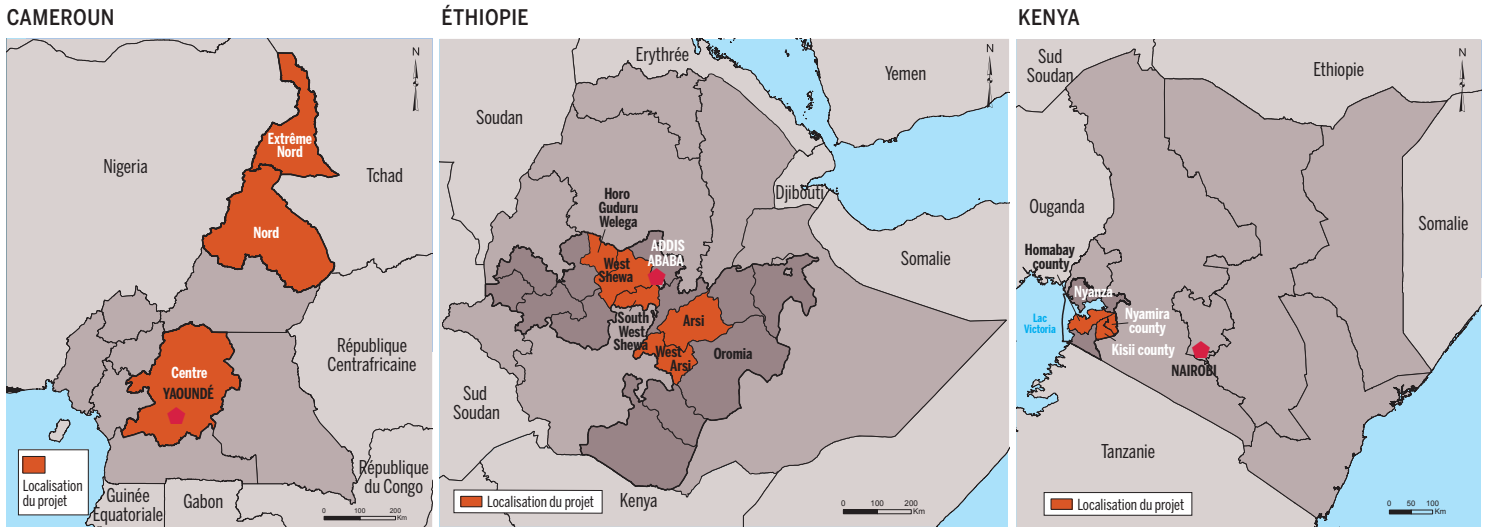
3.1. PREMIERS RÉSULTATS

Depuis la fin décembre 2015, ont été distribués via ce modèle partenarial un total de 1 993 kits solaires au Cameroun, 1 124 kits en Éthiopie et 446 kits au Kenya.

Tableau 4. Premiers résultats

	Cameroun	Éthiopie	Kenya
Nombre de solutions solaires distribuées	1 993	1 124	446
Nombre de mois d'opérations	28 mois	15 mois	5 mois
Couverture géographique	40 agences dans la région Centre + 8 agences dans les régions du Nord et de l'Extrême Nord	11 agences dans la région d'Oromia	15 agences dans les comtés de Kisii, Nyamira et Homabay (province de Nyanza)
Pourcentage de pico-solutions	97 %	78 %	91 %
Pourcentage de systèmes solaires domestiques	3 %	22 %	9 %

Figure 2. Localisations des projets



Source : FERDI

Même si ces résultats sont positifs, ils sont bien en-deçà des attentes initiales de l'ensemble des partenaires. Au Cameroun et en Éthiopie, les opérations ont commencé plutôt lentement malgré un fort enthousiasme initial de la part des IMF et des fournisseurs de solutions solaires. De plus, les résultats ont montré des fluctuations importantes d'une zone à l'autre, comme l'illustrent les trois figures suivantes. En fait, la mise en œuvre du modèle partenarial a été confrontée à divers problèmes (détaillés dans la section 3.3) qui ont eu un impact négatif sur la demande de Crédits Solaires. Les partenaires ont dû progressivement trouver des solutions pour gérer ces problèmes (cf. section 3.3) ce qui a ensuite eu un effet positif sur les résultats.

3.2. PREMIERS IMPACTS MENTIONNÉS PAR LES CLIENTS RURAUX

Pour évaluer les premiers impacts des Crédits Solaires sur les clients ruraux, PAMIGA a organisé des groupes de discussion avec plus de 200 clients au Cameroun (en juin-juillet 2014, dans le cadre d'une enquête de satisfaction client) et 75 clients en Éthiopie (en mars et en octobre 2015). Les foyers interrogés ont été sélectionnés de manière aléatoire parmi les clients de la microfinance qui avaient investi dans une solution solaire grâce à ce modèle partenarial. Ces entretiens qualitatifs ont révélé que, assez rapidement après avoir acheté leur solution solaire (1 à 3 mois), les clients mentionnaient déjà des impacts positifs :

Un meilleur accès à des solutions solaires de qualité

Aussi évident que cela puisse paraître, les partenariats entre les IMF et les fournisseurs solaires ont tout d'abord permis aux foyers d'investir plus facilement dans une solution solaire de qualité. En Éthiopie, en septembre 2013, 97 % des foyers interrogés ont déclaré être intéressés par l'énergie

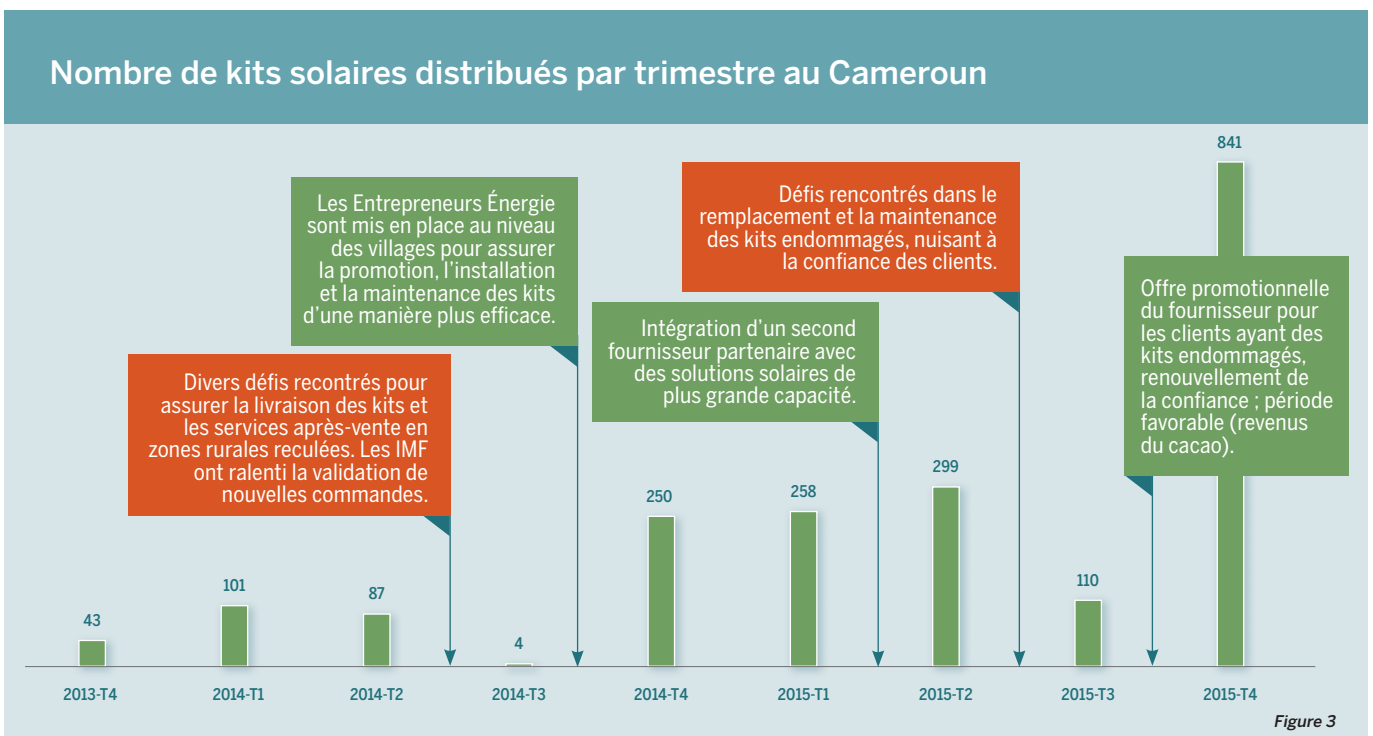


Figure 3

Nombre de kits solaires distribués par trimestre en Éthiopie

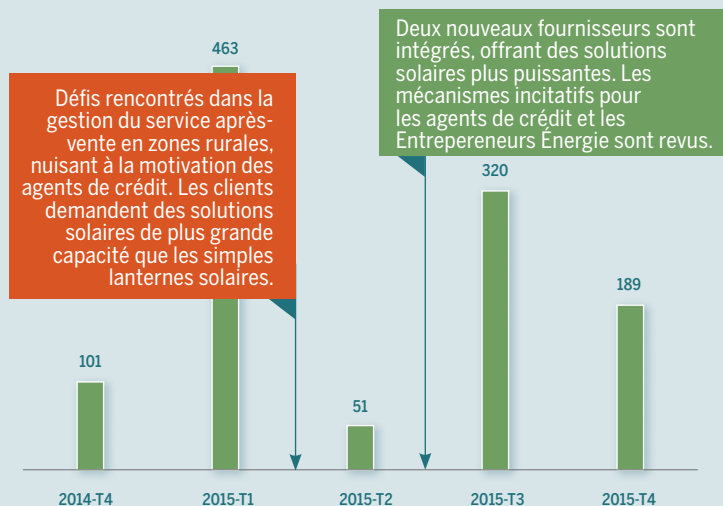


Figure 4

Nombre de kits solaires distribués par trimestre au Kenya

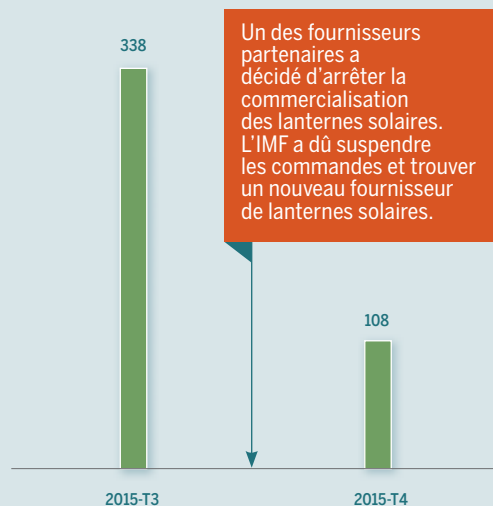


Figure 5

solaire pour leur habitation ; mais seul un foyer interrogé sur 152 utilisait une solution solaire (cf. résultats de l'évaluation des besoins). En 2015, lorsqu'il leur a été demandé pourquoi ils n'avaient pas investi plus tôt, les clients de Crédits Solaires ont généralement répondu qu'ils ne disposaient pas de suffisamment d'informations sur les solutions solaires disponibles ; certains ont déclaré qu'ils auraient pu en acheter une cash sur le marché d'une ville voisine mais qu'ils avaient eu peur de tomber sur un produit de qualité médiocre sans garantie. L'IMF a ainsi joué ici un rôle essentiel en apportant des informations aux foyers ruraux, en présélectionnant pour eux une gamme de solutions solaires de qualité avec garantie et services après-vente, ce qui les a rendus plus confiants pour investir dans le solaire.

De manière intéressante, le même mécanisme semble s'appliquer au Cameroun. La plupart des lanternes solaires distribuées via le modèle partenarial a en fait été achetée cash par des clients ruraux, et non via un Crédit Solaire. Étant donné que les kits solaires sont plus répandus là-bas qu'en Éthiopie, ces clients auraient pu choisir d'acheter une lanterne solaire eux-mêmes, directement auprès des vendeurs locaux. Cependant, ils ont préféré commander leur kit solaire via l'IMF et payer des petits frais de service pour cela, car l'IMF garantissait que le kit solaire serait de bonne qualité et que le fournisseur assurerait des services après-vente et respecterait la période de garantie. Toutefois, une étude quantitative plus rigoureuse est nécessaire pour évaluer plus précisément la manière dont les Crédits Solaires et les partenariats entre les IMF et les fournisseurs solaires augmentent le taux d'adoption général de solutions solaires dans les zones rurales.

De meilleures conditions d'éclairage et de vie

Au Cameroun, l'étude a révélé que les clients des Crédits Solaires augmentaient en moyenne leur durée d'éclairage par jour de 2 heures, les kits solaires leur permettant d'avoir de l'éclairage jusqu'à 5 heures par jour. Dans les deux pays, de nombreux clients mentionnent également que la solution solaire a amélioré la qualité de l'éclairage de leur maison (plus grande luminosité) et leur a permis d'avoir de l'éclairage dans plusieurs pièces en même temps.

« Nous avons l'habitude d'utiliser une lampe au kérosène pour nous éclairer, notamment lors de la préparation des repas. À présent, nous

disposons d'un bon éclairage dès la tombée de la nuit, à 18 h, jusqu'à ce que nous éteignons, à 22 h. » (Cliente à Bivouna au Cameroun)
« Auparavant, nous n'avions de l'éclairage que dans une pièce, nous devons toujours rester tous ensemble dans la même pièce. À présent, avec le solaire, nous les parents pouvons être dans le salon pendant que les enfants jouent dans leur chambre. » (Client au village de Tuli en Éthiopie)

Réduction des dépenses énergétiques

Dans les deux pays, les clients interrogés ont constaté une diminution importante de leurs dépenses énergétiques car la solution solaire leur a permis d'utiliser moins souvent, voire plus du tout, les lampes au kérosène et de ne plus payer de services de recharge de téléphone portable en ville.

« Auparavant, nous utilisons 2 L de kérosène par semaine. Maintenant, nous n'utilisons plus qu'un litre par semaine. » (Cliente à Bivouna au Cameroun)

« Avant mon kit solaire, je payais 58 000 FCFA pour l'éclairage de mon bar et de ma maison. Aujourd'hui, je ne dépense plus que 28 000 FCFA, c'est un miracle ! » (Couple à Bivouna au Cameroun)

« Nous sommes une famille de six. Avant le kit solaire, nous dépensions 20 Birr par semaine en kérosène, et 6 Birr par semaine pour la recharge de nos téléphones portables. Désormais nous n'utilisons plus de kérosène, nous faisons des économies. » (Client au village de Bola en Éthiopie)

Les premiers effets sociaux

D'autres impacts sont également régulièrement mentionnés par les clients interrogés, comme la possibilité pour les enfants de mieux étudier le soir à la maison (grâce à un éclairage plus long et de meilleure

qualité), la diminution des problèmes de santé liés à l'utilisation de lampes au kérosène, ou des possibilités d'échanges sociaux plus fréquents dans le village.

« *Uparavant, quand j'éternuais, c'était tout noir et sale [en raison des émissions des lampes au kérosène]. Maintenant, ce n'est plus noir !* » (Client à Tulu Habib en Éthiopie)

« *Je suis fier, j'ai de la lumière comme les gens d'Addis ! De nombreux voisins viennent chez nous le soir et nous prenons plaisir à discuter ensemble.* » (Client à Yeron Ama Tole en Éthiopie)

3.3. PRINCIPAUX DÉFIS ET ENSEIGNEMENTS

Même si le contexte des interventions est assez différent d'un pays à l'autre, certains enseignements clés ont émergé de ces expériences :

L'adaptation des solutions solaires aux besoins locaux est un facteur de réussite essentiel.

Des solutions qui ont été couronnées de succès en Asie n'ont pas systématiquement rencontré le même engouement au Cameroun ou en Éthiopie. Par exemple, dans des régions où les gens ont une expérience extrêmement limitée des appareils électriques, certaines solutions, initialement considérées comme simples à utiliser, se sont révélées trop complexes à gérer pour les clients cibles seuls. Pour stimuler la demande, les partenaires ont dû développer un service d'installation pour les clients qui n'étaient initialement pas à l'aise avec la solution solaire ; cela a impliqué un léger ajustement du prix de la solution, pour inclure le coût de ce service supplémentaire.

En Éthiopie, plusieurs clients se sont plaints que les câbles de connexion entre les lampes et la batterie n'étaient pas suffisamment longs pour desservir toutes leurs pièces. En réalité, les solutions solaires n'ont peut-être pas été adaptées aux caractéristiques traditionnelles des foyers éthiopiens ruraux qui sont souvent composés de 2 à 3 petites maisons. Dans ce cas, pour éviter des frustrations chez les clients, les partenaires ont dû mettre l'accent sur la formation des clients au moment de la promotion, afin de s'assurer qu'ils commanderaient une solution solaire adaptée à la disposition de leurs pièces et de leurs maisons.

Dans les trois pays, de nombreux clients ont voulu rapidement gravir l'échelle énergétique et passer des petites lanternes solaires à des solutions solaires comprenant plus de lampes et d'autres applications. Pour répondre à ces besoins, les IMF, qui se limitaient au début aux lanternes solaires, ont décidé d'inclure progressivement des solutions solaires plus grandes et de nouveaux fournisseurs partenaires.

Dans un contexte d'innovation technologique rapide, d'évolution des besoins et de concurrence féroce de la part des produits de qualité médiocre, avoir la capacité d'offrir une gamme de solutions adaptées est ainsi crucial pour les fournisseurs de solutions solaires et pour les IMF.

Il est essentiel de faciliter les synergies entre les univers de la microfinance et de l'énergie.

La création de partenariats locaux solides entre les IMF et les distributeurs de solutions solaires est essentielle pour le bon déploiement d'un tel modèle. Les premiers mois d'opérations ont montré qu'il est important de ne pas sous-estimer le temps nécessaire pour instaurer la compréhension et la confiance entre les différents acteurs. Les IMF et les fournisseurs de solutions solaires viennent de deux secteurs différents qui n'ont pas l'habitude de travailler ensemble. Ils peuvent décider de collaborer sur la base d'objectifs similaires (amélioration de l'accès à des solutions d'énergie propre pour les populations à faible revenu), mais ils ont chacun leur propre vision, leurs propres procédures et leur propre langage technique. Par exemple, les distributeurs locaux cherchent à optimiser les ventes de solutions solaires et, ainsi, stimulent la demande au maximum ; tandis que les IMF veulent atteindre un grand nombre de clients tout en gérant une bonne relation-clients et le risque de crédit. Les IMF doivent suivre une courbe d'apprentissage, intégrer de nouveaux produits et de nouvelles pratiques, et appliquer des processus stricts d'évaluation des crédits qui peuvent parfois sembler aussi interminables qu'inefficaces aux yeux des distributeurs.

En outre, les IMF et les distributeurs locaux ne comprennent pas bien leurs contraintes mutuelles (par exemple, la livraison de volumes minimum pour les distributeurs, ou la saisonnalité des demandes de prêt dans les zones rurales pour les IMF). Ces différences en termes d'attentes et l'incompréhension des contraintes de l'autre ont parfois conduit à des tensions entre les partenaires. Les pilotes ont montré que pour que les deux secteurs se comprennent, communiquent et travaillent ensemble efficacement, il est essentiel d'avoir une organisation qui puisse agir comme facilitateur durant la phase de démarrage, pour apaiser les tensions et progressivement faire que les partenaires se comprennent mieux (via des ateliers réguliers, des visites d'échange, des ajustements des procédures détaillées, la modération des échanges, etc.). Toutefois, on ne peut pas s'attendre à ce qu'un tel modèle partenarial soit totalement fonctionnel et durable dès le début : former des partenariats entre les IMF rurales et les fournisseurs de solutions solaires demeure un processus d'apprentissage qui nécessite un haut degré de motivation, d'engagement, de patience et de persévérance de la part de l'ensemble des partenaires.

Motiver les distributeurs de solutions solaires et le personnel de terrain des IMF est essentiel pour obtenir de bons résultats.

Les **distributeurs de solutions solaires** sont typiquement situés dans des zones urbaines et ont des connaissances très limitées des besoins de la base de la pyramide et des difficultés de travail dans les zones rurales. Au Cameroun, le distributeur partenaire était au début enthousiaste à l'idée d'explorer ce nouveau segment de marché. Toutefois, son degré de motivation et d'engagement s'est rapidement atténué lorsque l'entreprise a réalisé les spécificités et les complexités du travail dans les zones rurales et a commencé à remettre en question le marché potentiel de l'accès à l'énergie propre pour les populations rurales pauvres, ce qui a freiné la progression du pilote. En Éthiopie, la situation était très différente : le distributeur partenaire a montré un fort degré d'intérêt et d'engagement, ce qui a permis d'instaurer une relation de confiance avec les IMF rurales plus facilement. Toutefois, le distributeur est principalement motivé par sa responsabilité sociale et est plutôt sceptique sur la rentabilité que représente ce nouveau marché. Le manque de business cases réussis et la lenteur des retours sur investissement sont des difficultés majeures pour maintenir la motivation des distributeurs nationaux.

Motiver le **personnel de terrain des IMF** est également primordial. Les agents de crédit perçoivent souvent les Crédits Solaires comme complexes et chronophages. Gérer ces produits a nécessité une forte implication



Panneau solaire installé sur le toit d'une maison rurale au Kenya
Source : PAMIGA

du personnel de terrain, en particulier pour coordonner les bons de commande et les livraisons, aider les clients à installer les kits et les former sur la bonne utilisation de ces solutions. A certains moments, les agents de crédit ont même dû jouer le rôle de facilitateurs pour les services après-vente. Le risque est alors que les agents de crédit donnent la priorité à des prêts plus traditionnels aux dépens des Crédits Solaires. Les pilotes ont manifestement montré qu'il était essentiel de communiquer clairement auprès des équipes sur les avantages financiers et stratégiques attendus pour leur institution ainsi que d'avoir un système de motivation adapté (financier ou autre, dédié aux Crédits Solaires et étant en même temps totalement intégré dans le système de motivation global de l'IMF), tout en ajustant la répartition des rôles entre les IMF et les distributeurs locaux.

Les IMF rurales ne peuvent pas tout faire.

Il est apparu assez rapidement que la répartition initiale des rôles et des responsabilités définie entre les acteurs de la microfinance et de l'énergie ne pouvait pas s'appliquer. Les distributeurs de solutions solaires, historiquement installés dans des zones urbaines, ne disposaient pas de représentants décentralisés dans les zones rurales pour effectuer les tâches nécessaires de marketing et de services après-vente. Ils tendaient même à assimiler les IMF rurales à des revendeurs de solutions solaires, s'attendant à ce qu'elles promeuvent activement les solutions solaires et les distribuent en leur nom. Ainsi, le personnel de terrain des IMF devait assumer diverses activités supplémentaires, allant de la livraison des kits à la formation des clients sur l'utilisation de la solution solaire ainsi que la gestion des services après-vente. Cela va bien au-delà des missions habituelles des institutions de microfinance et cela a eu un impact direct sur la motivation du personnel : les nouveaux produits financiers ont alors été perçus comme trop complexes, onéreux et chronophages pour les agences rurales. L'absence de présence locale du distributeur de solutions solaires et la faible motivation des agents de terrain de la microfinance ont considérablement limité le marketing des produits solaires et des Crédits Solaires, aboutissant à une faible demande de la part des clients.

Les pilotes ont révélé que les IMF seules ne peuvent pas tout faire : elles ne sont pas en position d'agir comme un détaillant et de gérer tous les services techniques (ex. : marketing, livraison, installation, formation des clients, services après-vente). Les agents de crédit ne peuvent pas devenir des « agents commerciaux » obtenant une commission pour chaque solution solaire vendue. Un tel positionnement représenterait une dérive de mission qui pourrait mettre en danger toute l'institution. Pour combler le fossé

entre les distributeurs de solutions solaires basés en ville et les clients cibles en zones rurales, PAMIGA et ses partenaires ont alors décidé de mettre en place des réseaux d'Entrepreneurs Énergie, situés dans les villages. Ces entrepreneurs sont chargés de promouvoir les solutions solaires et d'offrir des services locaux de qualité aux clients (livraison, installation, services après-vente). Un modèle économique a été défini afin que les Entrepreneurs Énergie soient intégrés de manière rentable et durable dans le partenariat entre les IMF et les distributeurs de solutions solaires (se reporter à l'article suivant Allet (2016), « *Entrepreneurs Énergie : un modèle innovant pour atteindre le dernier kilomètre* »).

3.4. POTENTIEL DE PASSAGE À L'ÉCHELLE ET DE RÉPLICABILITÉ

Fort de ces enseignements, PAMIGA aide désormais ses IMF partenaires au Cameroun, en Ethiopie et au Kenya à passer à l'échelle en déployant les Crédits Solaires dans l'ensemble de leurs réseaux d'agences rurales et en diversifiant l'offre de solutions solaires (des lanternes solaires à des installations solaires domestiques, de l'usage domestique de l'énergie à un usage productif). Le modèle partenarial est également répliqué dans de nouveaux pays où PAMIGA a des IMF partenaires, comme le Bénin et le Sénégal, chaque fois avec une attention particulière donnée au contexte local et avec une vision à long terme visant à construire un modèle économique durable, rentable et à fort potentiel de croissance.

**“LES INSTITUTIONS DE
MICROFINANCE SEULES
NE PEUVENT PAS TOUT FAIRE.”**

RÉFÉRENCES

Allderdice, A. & Rogers, J. (2000), *Renewable Energy for Microenterprise*, Golden Colorado : National Renewable Energy Laboratory

Allet, M. (2014), "Why do microfinance institutions go green?", *Journal of Business Ethics*, 122(3), 405-424.

Allet, M. (2016), "*Entrepreneurs Énergie : un modèle innovant pour atteindre le dernier kilomètre*"; Numéro spécial FACTS Reports – Electrification décentralisée et développement

Groh, S., & Taylor, H. (forthcoming), "The role of microfinance in energy access – changing roles, changing paradigms and future potential", *Enterprise Development & Microfinance*

Levai, D., Rippey, P. & Rhyne, E. (2011), *Microfinance and energy poverty*. Washington: USAID-CFI at ACCION International

Morris, E., Winiacki, J., Chowdhury, S. & Cortiglia, K. (2007), "Using microfinance to expand access to energy services". Washington DC: The SEEP Network

Rippey, P. (2009), "Microfinance and climate change: threats and opportunities". CGAP Focus Note 53, Washington DC: CGAP

Winiacki, J., Cortiglia, K., Morris, E. & Chowdhury, S. (2008), "Sparking strong partnerships: field tips from microfinance institutions and energy companies on partnering to expand access to energy services". SEEP Network & Sustainable Energy Solutions