

Clientélisme, courtage et gestion des risques en microfinance. Étude de cas en Inde du Sud

Isabelle Guérin, Santosh Kumar***

Pour une organisation de microfinance, gérer le risque est étroitement lié à la gestion de l'information, et plus particulièrement aux asymétries d'informations entre prêteur et emprunteur. Les défis sont doubles : comment s'informer sur la solvabilité des emprunteurs afin de les sélectionner ? Une fois que le prêt a été accordé, comment surveiller et contrôler les comportements de remboursement ? La spécificité de la clientèle visée par la microfinance (en particulier absence ou insuffisance de garanties matérielles et de critères permettant d'évaluer la faisabilité de projets économiques de très petite taille, la plupart du temps appartenant au secteur informel) a amené les organisations de microfinance à mettre en œuvre de multiples innovations visant à collecter l'information et/ou à inciter les emprunteurs à respecter leurs engagements. Le principe de la caution solidaire est probablement le plus connu sans pour autant être le plus répandu ni le plus efficace¹. Bien d'autres mécanismes existent et ont fait leurs preuves, certains combinant de manière variable incitation, sanction et collecte de l'information, d'autres se focalisant uniquement sur l'un des trois. La littérature académique abonde de réflexions visant à analyser la pertinence de ces différents mécanismes et leur capacité à optimiser la relation prêteur/emprunteur. À l'exception de quelques travaux isolés², deux faiblesses sont récurrentes. La première est de nature empirique, avec l'absence d'analyses de terrain relatives tant à la nature effective des relations agent de crédit/emprunteur que des relations intragroupes (lorsqu'il s'agit de prêt collectif). Les modes d'interaction, de socialisation, la nature des échanges, le type d'information qui circule : ce sont là autant de questions généralement occultées des débats et des réflexions, alors qu'elles sont absolument essentielles. Le rôle et la place occupés par les agents de crédit ne font l'objet d'aucune analyse, ils sont

* Économiste, IRD-LPED, Institut Français de Pondichéry – isabelle.guerin48@wanadoo.fr.

** Anthropologue – Institut Français de Pondichéry – sankunny2002@yahoo.co.in.

1. Voir par exemple Guérin [2000], Morduch [1999], Morvant [2006a, 2006b], Servet [2006].

2. Citons par exemple Fernando (éd.) [2006], Morvant [2006a, 2006b].

considérés implicitement comme des marionnettes dont le rôle se limiterait à divulguer des informations techniques. Cette faiblesse empirique est elle-même liée à un soubassement théorique fortement problématique (même s'il est souvent implicite). D'une part, agents de crédit comme emprunteurs sont considérés comme des individus asociaux, désincarnés, débarrassés de leur sexe, de leur statut social, de leur histoire. D'autre part, la relation qui se noue entre les deux est considérée comme contractuelle et ponctuelle, le comportement de chacun étant motivé uniquement par le souci d'optimiser la transaction présente. L'analyse fait fi des relations préexistantes, le temps est suspendu, où du moins limité à l'horizon de la relation financière. Agents de crédit et clients sont d'abord et avant tout des *personnes* imbriquées dans un ensemble de droits et d'obligations qui conditionnent en partie leurs comportements. Certes, optimiser la relation présente fait partie de leurs préoccupations (pour les uns, réussir à emprunter le plus rapidement possible et/ou obtenir le montant maximal ; pour les autres, optimiser le remboursement de leurs clients). Mais emprunteurs comme agents de crédit sont également attentifs à des questions de dignité, d'honneur, de respect, de reconnaissance sociale. Une analyse fine révèle l'intensité et la profondeur des relations nouées : on y trouve de l'affection, de la proximité mais aussi de la rancœur, de l'amertume voire de la haine.

Dans le prolongement de travaux de nature anthropologique portant sur l'insertion territoriale de projets de développement³, nous faisons l'hypothèse suivante : dans le Sud de l'Inde, les relations entre certaines organisations de microfinance (probablement pas toutes) et leurs clients ne répondent pas du tout aux critères d'une relation marchande mais plutôt à ceux d'une relation de clientèle et de courtage⁴. Cette relation de clientèle met en scène un « patron » (l'organisation de microfinance ou son bailleur, ici, en l'occurrence, il s'agit le plus souvent de l'État), des « courtiers de terrain » (agents de crédit, qui délèguent une partie de cette fonction de courtage à des *leaders* locaux et à des *leaders* de groupes) et enfin des « clients » (usagers des services de microfinance).

Décrire la microfinance indienne, ses impacts, mais aussi ses ambiguïtés et ses limites, dépasse de loin l'ambition de cet article⁵. Nous nous contentons ici d'analyser la spécificité de la relation ONG/emprunteurs, en insistant sur plusieurs dimensions :

- le contexte d'intervention des ONG de microfinance, puisque la forte concurrence ainsi que la manière dont elles sont perçues (pas seulement comme des institutions financières mais aussi comme des formes d'accès aux programmes et services publics) permet de mieux comprendre la prédominance des liens de clientèle ;

3. Voir par exemple Bierschenck *et alii* (éd.) [2000], Mosse [2005]. Voir également la thèse en cours de C. Jauzelon et Jauzelon [2006].

4. Pour une analyse détaillée de la distinction entre relation marchande et relation de clientèle, voir Servet [2007]. Voir aussi Morvant [2006a, 2006b] : ses travaux au Mexique insistent sur l'importance des liens de clientèle dans le secteur de la microfinance, mais en se focalisant sur les relations intra-groupes.

5. Nous nous permettons de renvoyer le lecteur à d'autres publications, par exemple Guérin et Palier [2005], Guérin *et alii* [2007], ou encore aux articles de C. Fouillet, M. Roesch et O. Hélias dans ce même numéro.

- les modes de sélection et de recrutement de la clientèle, où le courtage via des *leaders* locaux et des *leaders* de groupes d'emprunteurs est la méthode la plus courante ;
- la diversité des biens et des services échangés, de nature aussi bien économique que sociale, morale et politique : support, protection, fidélité et loyauté sont au cœur de la relation ;
- les relations se caractérisent également par une réciprocité de type hiérarchique, mais cette asymétrie n'empêche pas la contestation et l'existence de rapports de force, au sein desquels les courtiers jouent un rôle essentiel d'ajustement.

Clientélisme et courtage

Le lien de clientèle est généralement défini comme un lien de dépendance personnelle entre un « patron » et un « client », non lié à la parenté. Au contraire, patron et clients appartiennent à des groupes sociaux disposant de ressources matérielles et symboliques de valeur très inégale. La relation repose sur des échanges durables de biens et de services⁶, elle est à la fois réciprocaire (car mutuellement bénéfique) et asymétrique voire hiérarchique. Au-delà de cette définition très générale, il existe une très forte diversité de relations, qui se distinguent en particulier par des degrés d'asymétrie et de hiérarchie fort variables. Le degré d'asymétrie observé ici est infiniment plus faible que celui du patronage agricole indien, en vigueur jusque dans les années 1950 [Breman, 2007] mais que l'on trouve encore aujourd'hui dans certains secteurs⁷. Nombre de relations de clientélisme reposent sur un système pyramidal impliquant une diversité d'intermédiaires entre le patron et ses clients, les intermédiaires étant qualifiés de « courtiers », dont le pouvoir est beaucoup plus limité que celui de leur patron [Abercrombie, Hill, 1976]. Largement étudié par les politologues et les anthropologues pour analyser l'évolution politique et démocratique des sociétés, la notion de courtage a été utilisée plus récemment pour analyser la mise en œuvre de l'aide au développement dans les pays du Sud, les « courtiers en développement » étant présentés comme des figures locales désormais incontournables⁸. Face à des projets impliquant une très forte diversité d'acteurs mais aussi de systèmes de représentations et de valeurs, les courtiers jouent un rôle essentiel de traduction et de médiation, d'autant plus nécessaire compte tenu de la décentralisation de l'aide au développement et de la floraison d'associations locales de toutes sortes. Dans le secteur de la microfinance indienne, le rôle des courtiers « de terrain », c'est-à-dire ceux qui se situent à l'interface entre les ONG et les populations (alors que le terme courtier « en développement » est également employé pour désigner les interfaces entre projets et bailleurs), dépasse les fonctions

6. Pour une présentation théorique, voir par exemple Abercrombie et Hill [1976], Eisenstadt et Roniger [1984], Médart [1976].

7. Voir par exemple le secteur des rizeries [Roesch *et alii*, à paraître].

8. Voir en particulier les travaux de l'équipe de recherche (principalement française) de l'APAD [Bierschenk *et alii*, 2000 ; Olivier de Sardan, 1995], ainsi que les travaux de David Mosse [Lewis, Mosse, 2006 ; Mosse 2005].

de traduction et de médiation. Ce sont eux qui assurent (au moins partiellement) la loyauté et la fidélité des bénéficiaires. Compte tenu des contraintes qui pèsent sur les organisations de microfinance sur le territoire étudié, cette fonction est indispensable.

Les ONG de microfinance en Inde du Sud : concurrence et dépendance à l'égard des autorités publiques

Le secteur de la microfinance indienne, très fortement développé au cours de la dernière décennie, présente les caractéristiques suivantes : une prédominance de financements publics (même si le secteur privé bancaire prend de plus en plus d'importance), la mise en œuvre étant ensuite déléguée à des ONG, une prédominance également du prêt collectif (environ 65 % de l'offre, à travers les *self-help-groups*), un ciblage quasi-exclusif sur les femmes (environ 95 % de la clientèle) et, enfin, des inégalités territoriales fortes, à la fois entre États (avec une forte concentration en Inde du Sud) et entre départements [Fouillet, 2006, à paraître], conduisant parfois à une concurrence très forte sur certains territoires.

C'est le cas du territoire étudié ici : le *district* de Tiruvalur, situé au Nord Ouest du Tamil Nadu⁹. Outre son caractère hyper concurrentiel, l'offre de microfinance est assurée par des ONG polyvalentes, converties à la microfinance depuis peu sous la pression des autorités publiques, et dont les services sont de qualité médiocre. Actions de coordination, d'échange et de réflexion commune sont rares : les relations quotidiennes entre ONG sont davantage rythmées par des rivalités et des conflits de nature diverse¹⁰.

Même si nombre d'ONG dépendent en partie de bailleurs étrangers, la concurrence se joue beaucoup sur la capacité à collaborer avec les autorités publiques. La lutte porte d'abord sur l'éligibilité aux programmes gouvernementaux, fort nombreux. Elle se joue également en termes de légitimité et de reconnaissance : légitimité à l'égard des populations cibles, tout d'abord, qui, tout en étant très critiques vis-à-vis de l'État « qui ne fait rien pour les pauvres », n'en continuent pas moins de considérer que l'État est la principale solution à leurs problèmes. Indépendamment des programmes explicitement délégués aux ONG, certaines d'entre elles jouent de manière informelle un rôle d'intermédiaire pour l'ensemble des services et des programmes publics, dont le degré d'opacité et d'arbitraire implique un recours à des intermédiaires. Pour les populations, une « bonne » ONG est souvent jugée sur sa proximité avec l'État, celle-ci permettant l'obtention rapide de tel ou tel service ou de tel ou tel programme. La légitimité se joue également en termes d'image et de notoriété à l'échelle locale et à l'égard de diverses institutions, organisations, administrations (les banquiers, la Police, la préfecture, etc.). Or, ces réputations se font et se défont lors de discussions et de rencontres, formelles et

9. Les districts indiens sont l'équivalent administratif des départements français. Celui étudié ici fait 3 200 km² pour une population de près de 3 millions de personnes.

10. Nos propres observations confirment très largement celles de F. Bourdier [1999] dans le domaine de la santé au Tamil Nadu.

La construction des liens et des réseaux de clientèle

Relations de proximité versus courtage

L'analyse des méthodes employées par le personnel des ONG pour recruter leur clientèle met en évidence deux stratégies. La première, la plus courante, consiste à s'appuyer sur des personnalités locales, hommes ou femmes, issues du village ou quartier où l'ONG cherche à s'implanter. Choies pour leur autorité et leur légitimité locales, elles vont tout simplement servir d'intermédiaire entre l'ONG et les populations d'emprunteurs, avec deux missions principales : recruter puis garantir la fidélité de leurs recrues. C'est par elles que transite l'information, que se règlent les conflits et les tensions. Dans leur espace d'influence (un quartier de village pour certains, plusieurs villages pour d'autres), c'est sur elles que reposent la crédibilité et la légitimité de l'ONG. La seconde stratégie, beaucoup moins fréquente, consiste à nouer des relations de proximité avec chaque client(e). Les quelques agents de terrain que nous avons rencontrés qui s'évertuent à fonctionner ainsi sont parfois critiqués par leurs pairs pour leur « innocence » et leur « naïveté » : ils n'auraient pas compris les « astuces » et les « techniques » du métier. Cette attitude est révélatrice du mépris que suscite dans certains milieux le travail de terrain de base et le contact direct avec les populations. Indépendamment de questions de statut et de mépris pour le terrain qu'expriment certains agents, le recours à un système de courtage est bel et bien le résultat de contraintes financières et matérielles. Les contraintes actuelles de la plupart des organisations de microfinance (souvent imposées par leurs bailleurs) sont telles qu'il est en effet très difficile pour les agents de terrain de disposer du temps nécessaire pour nouer des relations de proximité avec chaque client. Certains ont d'ailleurs démarré ainsi, mais ont été contraints d'abandonner du fait d'exigences de résultats quantitatifs. À l'heure actuelle, les dispositions financières du programme public en vigueur dans le *district* étudié ici obligent les ONG à affecter un agent de terrain pour environ 70 groupes, soit près de 1 200 clients : la taille du portefeuille, réparti dans plusieurs dizaines de villages et dans un contexte où les infrastructures de déplacements restent encore mauvaises, exclut de fait la possibilité de relations personnalisées.

La question essentielle est bien sûr celle de l'efficacité comparée des deux stratégies, en particulier en matière de transmission d'information. Le principe du courtage, du simple fait qu'il multiplie les intermédiaires, provoque nécessairement une dilution de l'information (de manière délibérée ou pas) voire tout simplement l'absence de transmission de certaines informations. Le degré d'ignorance des clients est parfois surprenant. L'opacité de la relation n'est pas pour autant incompatible avec la fidélité des emprunteurs et leur confiance : tout dépend de la personnalité et des stratégies développées par ces « courtiers de terrain ».

Le rôle des « courtiers de terrain »

On est en présence d'un fonctionnement pyramidal, une « chaîne de courtage », pour reprendre l'expression de Bierschenk *et alii* [2000]. Les agents de terrain sont

recrutés en partie sur leur connaissance des structures de pouvoir locales, leur capacité à négocier et discuter et ils s'appuient sur leurs propres réseaux de relations pour identifier à un échelon plus local des personnes ressources. Prenons l'exemple de cet agent de terrain, Ramesh, qui avant d'être embauché par l'ONG était secrétaire de *panchayat* (municipalité). Ses fonctions antérieures lui ont permis d'acquérir une connaissance très fine des jeux de pouvoir locaux. Pour chaque village, il sait quels sont les interlocuteurs légitimes. C'est eux qu'il sollicite avant toute intervention ou nouvelle implantation.

Le profil de ces courtiers de terrain est très varié. On trouve des femmes comme des hommes. Ces derniers interviennent alors moins auprès des clientes que de leur la famille et en particulier des hommes (époux, beaux-pères, frères), ce qui est d'ailleurs souvent plus efficace puisque les déplacements des femmes sont très souvent étroitement contrôlés par la famille. Si l'autorité et la légitimité de ces courtiers à l'échelon local sont des critères essentiels, celles-ci peuvent venir de différents facteurs. Le statut de la famille (ancienneté dans le village, aisance financière et patrimoniale, emploi gouvernemental d'un des membres de la famille) entre en jeu sans être un facteur exclusif et systématique. L'éducation, la capacité d'expression publique, l'implication associative ou politique ou encore les responsabilités religieuses peuvent être des facteurs tout autant déterminants. Revenons au cas de Ramesh. Le premier courtier qu'il sollicite est un tailleur. Son atelier est au centre du village et fait office d'espace public. C'est ici que les hommes se retrouvent, discutent, échangent des informations stratégiques, c'est ici que l'information circule – informations relatives à la vie quotidienne et aux « commérages » de voisinage, mais aussi informations stratégiques concernant le village, l'emploi, les relations avec les communautés environnantes, les prochaines élections, etc. C'est ici que les relations sociales entre hommes se construisent, que les liens sociaux se tissent. En misant sur le tailleur, Ramesh est assuré de la rapidité de transmission de l'information et de l'organisation rapide et aisée des réunions (rassembler les gens et les regrouper ensemble en un même lieu est toujours un défi). Dans le village voisin, c'est un jeune qui a été sollicité, déjà habitué à assumer des responsabilités de *leadership* puisqu'il est président d'un *fan club* de star de cinéma¹¹. Ailleurs encore, c'est un joueur de *kabadi* (sport collectif très populaire au Tamil Nadu) qui a été choisi, pour deux qualités principales : ses capacités d'organisation – il a une longue expérience en matière d'organisation de rencontres sportives – et l'aura qu'il exerce auprès des jeunes.

La fonction officielle des courtiers de terrain au sein de l'ONG est variable. Certains sont *leaders* de groupes d'emprunteurs – c'est ici que l'on trouve des femmes – tout en ayant implicitement la charge d'informer, de surveiller, de contrôler les autres groupes de leur village. D'autres n'ont aucune fonction officielle, ils ou elles se définissent comme des bénévoles engagés au service de leur

11. Les *fan clubs* de stars de cinéma sont probablement la forme associative la plus courante et la plus populaire en milieu rural en Inde du Sud, tout en étant étroitement liés à des partis politiques puisque nombre de femmes et d'hommes politiques ont d'abord fait carrière au cinéma.

communauté. Les arrangements entre courtiers de terrain et ONG sont également très variables. Les contreparties financières sont quasi-systématiques, sous la forme de « dédommagements », mais dont les montants sont bien supérieurs aux dépenses effectivement engagées et permettent une certaine forme de rémunération. Outre les compensations directement liées au service rendu, la relation prend généralement place dans un ensemble de prestations réciproques. Ainsi pour le président du *fan club* mentionné plus haut, la contrepartie prend la forme d'un soutien financier de l'ONG lors d'événements organisés par l'association (réception en l'honneur d'une star de cinéma, match de cricket). L'espoir d'obtenir un emploi au sein de l'ONG, que ce soit pour le courtier ou pour un membre de sa famille, est également fréquent. Enfin quand les courtiers sont par ailleurs *leaders* de groupes, leur donner un accès privilégié à certains services de l'ONG est une forme de compensation.

Le point de vue de l'ONG

Le contrôle des groupes d'emprunteurs : un enjeu essentiel

Une caractéristique essentielle du lien de clientèle est son caractère asymétrique : l'échange repose sur un principe de réciprocité de nature foncièrement inégalitaire. Le client « achète » sa protection, à l'égard des incertitudes et des menaces de l'environnement et du caractère arbitraire de l'accès aux biens et services (publics et privés). Le « prix » à payer pour cette protection, implicite mais bel et bien permanent, revêt plusieurs formes. Il consiste à rendre certains services, mais aussi à accepter le contrôle exercé par le « patron » [Eisenstadt, Roniger, 1984, p. 214].

La microfinance indienne, rappelons-le, s'adresse à des groupes d'emprunteurs (*self-help-groups*) qui se chargent ensuite de répartir les prêts entre leurs membres et de collecter l'épargne et les remboursements. La manière dont les responsables d'ONG et certains agents de terrain parlent de « leurs » groupes est sans ambiguïté sur leur propre perception de leur relation aux populations. La perte ou l'insuffisance de contrôle et d'emprise qu'ils ont sur tel ou tel territoire, telle ou telle communauté et les stratégies qu'il convient de déployer pour y faire face sont au cœur des préoccupations quotidiennes. Ainsi cette femme agent de terrain, exaspérée face à des groupes qui refusent de se plier à ses exigences, s'exclame : « c'est nous qui créons les groupes, on est comme Brahma (le Dieu créateur dans la trilogie hindou) ». Citons également l'image employée par une autre lorsqu'elle décrit la subtilité des relations à établir avec les populations. Elle compare son métier avec le travail du bambou. L'intérêt du bambou réside dans sa malléabilité. Humidifié graduellement et à bon escient, il devient flexible à souhait ; en revanche un bambou trempé à la hâte résiste et finit par se casser. En d'autres termes, il est essentiel d'exercer une certaine emprise sur les populations ; pour cela, il est dangereux de donner trop et trop vite, il convient de doser finement les services proposés aux populations et leur évolution au cours du temps afin de maintenir ce contrôle.

même s'il est plus implicite, pour le personnel de terrain, souvent mal payé alors que les conditions de travail sont difficiles (journées longues, multiples déplacements pas toujours dédommagés) et parfois méprisé par ses supérieurs.

Le point de vue des clients : des attentes multiples

Des services financiers de qualité

Du côté des emprunteurs, la qualité des services financiers est au cœur des attentes. Très rigides (montants et modalités de remboursements sont fixes), peu rapides, mal adaptés au financement de l'agriculture, la plupart des services disponibles sont de qualité médiocre. Les clientes continuent de jongler avec une infinité de sources, essentiellement de nature informelle, tout en essayant néanmoins d'optimiser la qualité des services de microfinance, évaluée essentiellement en termes de rapidité d'obtention et de montant des prêts, de taux d'intérêt, l'idéal étant d'accéder aux prêts subventionnés de certains programmes publics. Les services d'épargne sont surtout considérés comme une contrainte d'éligibilité au prêt. Tontines, placements sociaux et épargne en nature, en particulier l'or, restent les supports d'épargne les plus populaires même en présence de services innovants¹². Les attentes ne se limitent toutefois pas aux questions financières : nombre d'emprunteurs sont également en attente forte d'aide et de protection de nature diverse, assurées selon les circonstances soit par le personnel de l'ONG, soit par les courtiers de terrain.

Aide

Aider, cela signifie surtout faciliter l'accès à des services de nature multiple. L'Inde regorge de textes législatifs non appliqués et de programmes publics de toutes sortes, mais qui atteignent rarement leur cible, faute de méthode de ciblage appropriée et/ou de corruption excessive. Ici encore, cooptation et clientélisme sont les méthodes les plus efficaces et nombre d'agents et de courtiers de terrain jouent un rôle d'intermédiaire dans l'accès aux services publics. Certains se chargent d'obtenir des certificats administratifs (certificat d'appartenance de caste, pièce essentielle des dossiers programmes de discrimination positive ; certificats de propriété ; carte d'alimentation subventionnée), épargnant à leur « client » un labyrinthe infini et parfois très coûteux. Certains agents et courtiers de terrain ont un accès privilégié à l'hôpital et y introduisent leur protégé(e), lui évitant ainsi d'attendre indéfiniment, de payer de multiples pots de vins, lui permettant également d'avoir accès à quelques médicaments. Ce rôle d'intermédiaire intervient également pour certains services privés : biens de consommation diverse, mais surtout accès au crédit, qu'il soit formel (compagnies financières, compagnies d'assurance et prêteurs sur gage ayant pignon sur rue) ou informel (principalement des prêteurs ambulants ou des personnalités locales qui cherchent à placer leur épargne). Leur intervention prend la forme d'une cooptation (permettant des prix

12. Voir l'article de M. Roesch et O. Héliès dans ce même numéro.

pour optimiser les services sont multiples : jongler avec plusieurs ONG, faire jouer la concurrence, clamer que telle ONG offre telle et telle prestation afin de faire monter les enchères, ou encore faire courir des rumeurs sur les agents de crédit.

Les courtiers sont au cœur de ce rapport de force permanent et jouent un rôle d'ajustement. Ce rôle consiste à percevoir les attentes locales, les sources potentielles de tensions, de résistance et à adapter l'offre de services en fonction. Concrètement, et de manière un peu caricaturale, cela signifie sanctionner les groupes récalcitrants et rebelles, récompenser les groupes fidèles et disciplinés, ce qui suppose de les identifier puis d'imaginer des mesures appropriées et adaptées aux contextes locaux. Cela signifie également anticiper les risques de perte de marché du fait d'une forte concurrence en privilégiant les groupes des zones fortement concurrentielles. Sanctions et récompenses passent par une offre plus ou moins généreuse de services financiers, mais aussi par d'autres services proposés par l'ONG (par exemple écarter un groupe rebelle de la création d'une fédération ou d'une coopérative, ne pas l'inviter lors de telle ou telle cérémonie ou événement public). Renforcer ou au contraire assouplir les critères d'obtention des prêts est une autre option. Par exemple pour les groupes qui s'avèrent trop exigeants, s'il n'y a pas d'offre de microfinance concurrente localement, certains agents de terrain n'hésitent pas à les faire délibérément patienter pour leur faire prendre conscience de la difficulté du rôle de l'ONG et les inciter ainsi à être moins demandeurs (par exemple leur demander de venir au siège présenter leurs comptes, au lieu de se déplacer à leur domicile).

Conclusion

Insistons pour conclure sur le caractère inéluctable de ces courtiers. Leur présence ne peut être considérée comme une anomalie ou une dérive de la microfinance. Certes, les caractéristiques de l'offre de microfinance sur le territoire étudié ici justifient en partie leur présence. Face à la médiocrité des services financiers, à la taille des portefeuilles des agents de crédit et au climat hyper concurrentiel de l'offre, proposer des services annexes et surtout construire des relations d'obligations permet de garantir la fidélité des clientes. Nous faisons néanmoins l'hypothèse que ces liens de clientèle sont aussi le reflet de modes de fonctionnement en vigueur localement. En Inde, les intermédiaires sont au cœur de la construction sociale des « marchés » [Vidal, 2003], et on peut faire l'hypothèse que le clientélisme est un moyen de concilier l'ouverture au « marché » et la permanence de relations hiérarchiques [Eisenstadt, Roniger, 1984, p. 180]. Nous faisons également l'hypothèse que l'Inde n'est pas une exception : courtage et liens de clientèle se développent naturellement dans les sociétés caractérisées par un climat de forte incertitude, en particulier dans l'accès aux biens et aux services (publics et privés) et par des modes de construction des identités individuelles et collectives fortement liées à des sentiments d'obligation et d'honneur [Eisenstadt, Roniger, 1984]. Faut-il, pour autant, en conclure à la reproduction systématique des inégalités locales, comme le font certains travaux récents [Fernando, 2006 ; Mosse, 2005] ? À l'instar

des observations menées par d'autres auteurs en Afrique [Bierschenk *et alii*, 2000], la diversité des profils de courtiers montre que la réalité est plus complexe. Si la transformation radicale des structures territoriales de pouvoir est exceptionnelle, on assiste bel et bien, du moins dans certains cas, à des formes de recomposition et à des dynamiques sociales innovantes se combinant aux « solidarités » locales tout en les dépassant, faisant là aussi écho à d'autres travaux menés en Asie [Guérin *et alii*, 2005].

BIBLIOGRAPHIE

- ABERCROMBIE N., HILL S. [1976], « Paternalism and patronage », *British Journal of Sociology*, 27 (4), p. 413-429.
- BIERSCHENK Th., CHAVEAU J.-P., OLIVIER DE SARDAN J.-P. (éd.) [2000], *Courtiers en développement. Les villages africains en quête de projet*, Paris, APAD/Karthala.
- BOURDIER F. [1999], « Risques, enjeux et partenaires de la lutte internationale contre le sida », *Revue Autrepart*, p. 124-158.
- BREMAN J. [2007], *Labour bondage in West India. From past to present*, Oxford, Oxford University Press.
- EISENSTADT S.N., RONIGER L. [1984], *Patrons, Clients and Friends. Interpersonal Relations and the Structure of Trust in Society*, Oxford, Oxford University Press.
- FERNANDO J.L. (éd.) [2006], *Microfinance. Perils and Prospects*, Londres, Routledge.
- FOUILLET C. [2006]. « Microfinance indienne : disparité spatiale et économique », *Le mensuel de l'université*, n° 5, mai. <http://www.lemensuel.net/Microfinance-indienne-disparite.html>.
- FOUILLET C. [à paraître], « Microfinance development sector in India : Reach and limits », in J. Yogesh (éd.), *Fulfilling Millennium Development Goals : Institutional Responses in South Asia*, London, Oxford University Press.
- GUÉRIN I. [2000] « Le prêt collectif peut-il être considéré comme une innovation financière ? », *Savings and Development*, n° 2, XXIV, p. 219-247.
- GUÉRIN I., PALIER J. (éd.), [2005], *Microfinance challenges : empowerment or disempowerment of the poor ?*, Pondichery, Éditions de l'Institut Français de Pondichéry.
- GUÉRIN I., MARIUS-GNANOU K., SERVET J.-M. (éd.) [2005], *La microfinance en Asie. Entre traditions et innovations*, Paris/Pondichéry, Khartala/IFP/IRD.
- JAUZELON C. [2006], « Social workers and "beneficiaries": power and status relations », Contribution au colloque « Labour relationships, identities and bondage », Pondichéry/Institute for Human Development/Institut de recherche pour le développement/Maison des Sciences de l'Homme/Bureau international du travail, 7-9 février.
- LEWIS D., MOSSE D. (éd.) [2006], *Development brokers and translators. The ethnography of aid and agencies*, Bloomfield CT, Kumarian Press.
- MORDUCH J. [1999], « The microfinance promise », *Journal of Economic Literature*, vol. XXXVII, December, p. 1569-1614.
- MORVANT-ROUX S. [2006a], *Processus d'appropriation des dispositifs de microfinance : un exemple en milieu rural mexicain*, thèse de doctorat en Sciences Économiques, Université Lumière Lyon 2.
- MORVANT-ROUX S. [2006b], « Mécanismes d'ajustement de l'offre aux besoins des clients d'une institution de microfinance en situation quasi monopolistique », *Revue Tiers monde*, n° 186, p. 329-348.

- MOSSE D. [2005], *Cultivating development. An ethnography of aid policy and practice*, London, Pluto Book.
- ROESCH M., VENKATASUBRAMANIAN, GUÉRIN I. [à paraître], « Bonded labour in rice mills : fate or opportunity ? », in J. Breman, I. Guérin et A. Prakash, *Bonded labour in India*, New-Delhi, Oxford University Press.
- SERVET J.-M. [2006], *Banquiers aux pieds nus : La microfinance*, Paris, Odile Jacob.
- SERVET J.-M. [2007], « Le principe de réciprocité chez Karl Polanyi. Une contribution à la définition d'un prétendu "oxymoron" : l'économie solidaire », *Revue Tiers-Monde*, juin-juillet.
- VIDAL D. [2003], « Markets », in Veena Das (éd.), *The Oxford India Companion to Sociology and social Anthropology*, vol. II, p. 1123-1135.