



Actes de la conférence internationale

*ENJEUX et PERSPECTIVES ÉCONOMIQUES en AFRIQUE
FRANCOPHONE*

Dakar, 4-5-6 février 2019

Les institutions de microfinance (IMF) entre langue officielle et langues locales : étude de cas au Sénégal concernant l'obstacle de la langue dans la recherche de financement des personnes à faible revenu

Mouhamadou DIOP

Doctorant et assistant en économie à l'Université de Genève, Genève, Suisse

mouhamadou.diop@unige.ch

RÉSUMÉ *Le développement de l'Afrique est souvent défini en des termes technocratiques qui accordent peu de place à la question linguistique et notamment l'apport des langues locales. Or, bon nombre d'expériences semblent montrer que certains aspects de sous-développement manifestement fréquents dans la plupart des pays africains sont liés d'une façon ou d'une autre à la question de la langue. L'intégration des langues locales dans les circuits officiels et administratifs devrait non seulement contribuer aux politiques de développement, mais pourrait également donner lieu à un rééquilibrage entre langues officielles et langues locales, permettant ainsi une meilleure implication des groupes linguistiques minoritaires et des personnes illettrées.*

Dans ce cas d'étude, nous verrons comment au Sénégal la différence linguistique entre l'institution de microfinance (IMF) et le client affecte de manière significative le comportement de ce dernier lors de ses futurs remboursements. Ensuite, toujours en se basant sur des enquêtes réalisées au Sénégal, nous présenterons les principaux obstacles que rencontrent les groupes linguistiques minoritaires et les personnes illettrées dans leur recherche de financement auprès des IMF. Enfin, nous proposerons un mode d'organisation interne des IMF pour contourner ces obstacles linguistiques

MOTS CLÉS *Microfinance, langues locales, barrières linguistiques*

Les idées et opinions exprimées dans les textes sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'OFE ou celles de ses partenaires. Aussi, les erreurs et lacunes subsistantes de même que les omissions relèvent de la seule responsabilité des auteurs.

Pour citer ce document :

Diop, M. 2019. « Les institutions de microfinance (IMF) entre langue officielle et langues locales : étude de cas au Sénégal concernant l'obstacle de la langue dans la recherche de financement des personnes à faible revenu », dans *Enjeux et perspectives économiques en Afrique francophone* (Dakar, 4 – 6 février 2019). Montréal : Observatoire de la Francophonie économique de l'Université de Montréal, 297-327 pages.

Introduction

Le développement de l'Afrique est souvent défini en des termes technocratiques qui accordent peu de place aux questions culturelles, notamment linguistiques. Or, de nombreuses expériences semblent montrer que certains aspects de sous-développement, manifestement fréquents dans la plupart des pays africains, sont liés d'une façon ou d'une autre à la question de la langue. Dans le cas du Sénégal, qui fait l'objet de cette étude, et après plus de soixante ans d'indépendance, le français reste l'unique langue officielle. Bien que plus de 50% de la population ne sache ni le lire ni l'écrire, toutes les informations officielles, par exemple les lois et règlements, doivent être véhiculées en français. La constitution reconnaît deux catégories de langues et définit leur statut : une langue officielle, qui est le français, et six langues nationales qui sont le diola, le malinké, le poular, le sérère, le soninké et le wolof, ainsi que toutes autres langues locales codifiées. Les langues nationales n'ont aucune fonction officielle établie. Elles sont cependant incontournables dans la vie quotidienne de la plupart des Sénégalais, à divers degrés entre zones urbaines et zones rurales. Il n'existe aucune disposition réglementaire obligeant une institution à traduire un document officiel en langues nationales. Le secteur financier ne fait pas exception. Les institutions financières, les banques, ou les IMF, travaillent officiellement en français. Autrement dit, nous avons des IMF unilingues qui s'adressent à des clients multilingues dont la plupart ont pour première langue une langue autre que celle dans laquelle travaillent les IMF. La plupart des langues locales sont strictement réservées à l'usage familial et au marché informel. Cependant, des auteurs tels qu'Arcand et Grin (2013) ont récemment démontré, à partir d'études quantitatives, les effets positifs d'un système multilingue dans l'économie d'un pays où cohabitent plusieurs langues sur le marché du travail, comme c'est le cas au Sénégal.

Le cas d'étude présenté ici a pour objectif premier de mettre en évidence, à travers l'exemple du Sénégal, que la différence linguistique entre l'institution de microfinance et le client est source de dysfonctionnement dans la relation contractuelle entre les deux acteurs. Dysfonctionnement se matérialisant en partie dans certaines pratiques observées chez les clients. Ensuite, toujours en se basant sur des enquêtes réalisées au Sénégal, nous nous intéresserons à la nature des principaux obstacles que rencontrent les groupes linguistiques minoritaires et les personnes illettrées dans leur recherche de

financement. Enfin, nous proposerons un mode d'organisation interne des IMF pour contourner cet obstacle linguistique.

1. Revue de littérature

Les définitions les plus classiques du développement se réfèrent souvent à celle donnée par l'économiste français François Perroux (1981). Selon ce dernier, résumer le développement à la croissance économique est une approche partielle et limitée, qui néglige d'autres paramètres au moins aussi importants que la croissance. Dans la définition de Perroux, le développement est conçu comme « la combinaison des changements mentaux et sociaux d'une population qui la rendent apte à faire croître cumulativement et durablement son produit réel et global » (Perroux, 1981, p.16). Cela implique deux éléments principaux. En premier lieu, le développement est tout d'abord un processus de long terme de changements positifs, à la fois quantitatifs et qualitatifs. En second lieu, son appréciation peut être subjective dans la mesure où une grande importance est accordée aux valeurs sociales et culturelles de la population concernée, bien que ces dernières aient tendance à être négligées dans la plupart des analyses économiques, notamment quand il s'agit des pays en développement. L'approche de Perroux a été novatrice dans les années 1990 parce qu'elle intègre des dimensions sociales longtemps orphelines dans les approches classiques. Cependant, il faut souligner que bien que Perroux soit vu comme l'un des premiers économistes à aborder la question du développement sous cet angle, l'opinion selon laquelle les facteurs sociaux et culturels sont un déterminant important dans le processus de développement économique est ancienne. Il est bon de se souvenir qu'il y a plus d'un siècle en occident, le point de vue dominant sur les origines de la révolution industrielle en Grande-Bretagne était associé à l'éthique des travailleurs protestants (Weber, 1964). Plus d'un siècle plus tard, il est toutefois impossible d'affirmer que cette approche ait réussi à bouleverser la tendance dominante de la conception du développement dans les sciences économiques. Selon Arcand (1996), les travaux théoriques actuels tendent à ignorer les facteurs sociaux et culturels dans l'analyse du processus de développement. La question du langage, par exemple, qui au-delà d'un outil de communication, est aussi un élément culturel auquel s'identifie un groupe de personnes, une ethnie ou même une région, n'est que rarement prise en compte dans les études de développement.

Par conséquent, jusque dans les années 1960, les études d'impact du langage sur le développement sont rarement évoquées, même dans des régions comme l'Inde, l'Asie

du Sud-est et l'Afrique, où la langue en tant que dimension culturelle est très importante en matière d'efficacité, d'organisation ou de productivité du travail.

Il faut remonter au milieu des années 1960 pour voir la dimension linguistique intégrer les analyses économiques dans une chaire appelée « économie des langues ». Sous l'hypothèse que la coopération et la division du travail sont susceptibles d'améliorer la situation des agents opérant sur le marché, les économistes commencèrent, bien que timidement, à s'intéresser aux effets de comportement d'optimisation des situations individuelles des agents. Il s'agit précisément de la problématique de l'article de Becker, DeGroot et Marschak (1964), qui fut par la suite considéré comme le point de départ de l'approche économique du langage. Leur postulat est qu'une partie de l'évolution interne du langage suit le principe d'économie au sens d'un raisonnement « coût-efficacité » dans la communication entre agents économiques. L'idée a été reprise par Rubinstein (1996), notamment dans ces recherches sur l'origine des langues, utilisant la théorie économique au domaine linguistique : « La théorie économique est une tentative pour expliquer des régularités dans l'interaction des humains et en dehors de la sphère physique, la régularité la plus fondamentale dans l'interaction des humains est le langage naturel. La théorie économique analyse soigneusement le dessein des systèmes sociaux ; le langage est, pour une part, un mécanisme de communication. L'économie cherche à expliquer les institutions humaines en tant que régularités découlant de l'optimisation de certaines fonctions ; cela peut s'appliquer également au langage » (Rubinstein 1996, p. 350). Dans certaines approches plus modernes, l'économie de la langue est abordée comme une démarche analytique, se référant à la définition fondamentale de Grin (1996) pour qui, « l'économie des langues s'appuie sur le paradigme de la théorie économique et se sert des concepts et outils de l'économie dans l'étude de relations dans lesquelles interviennent des variables linguistiques ; elle se penche principalement, mais pas exclusivement, sur les relations dans lesquelles interviennent également des variables économiques » (Grin, 1996, p.6).

2. Cadre théorique

Dans une analyse plus approfondie, mais non exhaustive, l'approche de la langue comme dimension culturelle dans l'activité économique peut être matérialisée à travers deux perspectives. La première, qui est surtout une approche microéconomique, est une perspective où la langue comme attribut culturel d'une communauté joue un rôle essentiel dans les choix des acteurs, tels que l'allocation des ressources ou le

rationnement du crédit dans le marché financier, en contexte d'information imparfaite. La seconde, plutôt avec une approche macroéconomique, est une perspective où la langue est prise comme facteur endogène dans la fonction de production. Dans cette étude, nous nous intéressons davantage à la relation communicationnelle entre IMF et client, l'approche microéconomique nous paraît donc plus pertinente, dans la mesure où elle met en perspective le fondement des choix des clients et des agents de crédits en contexte d'information imparfaite.

L'information constitue un élément important dans les sciences économiques. Son niveau d'accessibilité et sa fiabilité conditionnent le comportement des agents économiques, pris individuellement, en groupes isolés ou communautaires. Bien qu'elle soit plus accessible et plus fiable dans les pays développés, l'information reste un bien économique particulier avec des degrés de complexité qui varient constamment selon le contexte environnemental. De nombreuses études, notamment en sciences économiques, se sont intéressées à la question de l'information et de ses enjeux dans le marché financier, en particulier (Marshall et al., 1906 ; Akerlof, 1978 ; Stiglitz et Weiss, 1981). Cette branche de l'économie, plus connue sous le nom de « l'économie de l'information », étudie en particulier les cas où les agents manquent d'information sur la qualité des biens et services qui doivent être échangés, mais aussi les cas où ils ont peu d'informations fiables sur les autres agents avec lesquels ils doivent effectuer des transactions. Ainsi, l'hypothèse de l'information parfaite, qui est une caractéristique fondamentale dans la concurrence pure, est remplacée par celle d'une information imparfaite. Selon Stiglitz (1988), l'économie de l'information imparfaite apporte une contribution majeure dans l'approche du développement économique, et plus particulièrement dans les régions où le secteur informel est important. Dans ce contexte particulier et fréquent dans les pays africains, l'information n'est pas toujours disponible, et l'accès devient, par conséquent, coûteux. Dans certains cas, les échanges ont lieu entre des acteurs qui n'ont pas la même information sur le bien ou le service échangé, et cela a de nombreuses implications, avec des degrés d'importance qui varient d'un agent à l'autre. Lorsque les agents économiques n'acquièrent pas des informations parfaites, leurs comportements peuvent donc être très différents de ceux qu'ils auraient été s'ils avaient eu accès à la bonne information. Par exemple, lorsque des personnes usuriers, exerçant comme activité le prêt de crédit, se trouvent dans un contexte où il existe des informations imparfaites sur les demandeurs de crédit, il est

fort probable que la quantité de transactions qui serait souhaitable en présence d'informations parfaites soit supérieure à celle effectivement réalisée. Dans ce cas, pour Stiglitz et Weiss (1981), les institutions, ou simplement les prêteurs s'adaptent à la situation pour refléter ces coûts d'information (hausse des coûts de transaction) dans leurs opérations. Ce qui explique que dans des cas comme celui-ci, répandus dans le marché du crédit et notamment dans les pays en développement, les institutions ne doivent pas être considérées comme exogènes. Elles sont endogènes et les changements de l'environnement peuvent entraîner, avec certes un certain retard, des altérations dans la structure institutionnelle. Les stratégies développées par les acteurs pour s'adapter à un environnement où l'accès à l'information fiable à un coût raisonnable est pratiquement nul peuvent être matérialisées à travers ce qu'on appelle la relation d'agence.

2.1 L'approche par la relation d'agence à partir des coûts de transaction

La relation d'agence¹, telle que définit par Jensen et Meckling (1976), met en évidence un contrat par lequel une personne (le principal) engage une autre personne (l'agent) pour exécuter en son nom une tâche quelconque impliquant la délégation d'un certain pouvoir de décision à l'agent. Le concept, très utilisé dans l'analyse des formes d'organisations économiques, a été repris par Akerlof (1978) pour analyser la dynamique de sous-information existant dans le marché des voitures d'occasion, et par Stiglitz et Weiss (1981) sur la question du rationnement de crédit sur le marché financier.

La nature de la relation d'agence fait que les intérêts des deux acteurs, le principal et l'agent n'évoluent pas toujours dans le même sens, surtout lorsque le principal ne peut, à des coûts raisonnables, contrôler l'activité de l'agent. Par conséquent, un élément central dans l'analyse de la relation d'agence, et qui nous intéresse particulièrement dans cette étude, est les coûts de transaction.

En effet, l'approche par les coûts de transaction permet d'appréhender l'implication de l'information imparfaite en économie de développement. Le mouvement économique néo-institutionnel, lancé par Ronald Coase (1960), soutient que les institutions sociales évoluent dans le but de minimiser les coûts de transaction consécutifs à la présence d'informations imparfaites. De nombreux articles traitant de l'économie de la langue,

¹ Nous y reviendrons plus amplement sur la partie théorique.

tels que Carr (1985), Breton (1964, 1978), Breton et Mieszkowski (1979), et Stiglitz (1988) peuvent être interprétés comme des exemples de l'approche des coûts de transaction.

2.2 La langue comme attribut ethnique en contexte d'information imparfaite

Selon Arcand (1996), l'implication de l'information imparfaite dans la relation d'agence peut être appréhendée à travers la relation qui existe entre langue et développement. Sur ce point précis, Arcand entend par « langue » non pas un simple outil de communication, mais, et surtout, un attribut culturel et identitaire auquel peut s'identifier un groupe de personnes. Prenant l'exemple du propriétaire foncier et du paysan locataire², Arcand (1996) estime qu'il existe au moins deux manières par lesquelles la dimension linguistique peut influencer sur les termes du contrat entre les deux acteurs.

Premièrement, si le paysan et le propriétaire foncier appartiennent au même groupe linguistique, il se peut que le problème de risque moral, c'est-à-dire le caractère non observable du niveau d'effort fourni par le paysan, soit atténué. Lorsque, par exemple, les récoltes sont mauvaises, il peut être difficile de connaître avec exactitude la part de responsabilité imputée à des facteurs exogènes, tels que la météo, et celle du paysan. Dans ce cas de figure, le fait que les deux acteurs appartiennent au même groupe linguistique, et donc culturel peut permettre de réduire ce niveau d'incertitude. En effet, le propriétaire partageant le même environnement socioculturel que son locataire est censé disposer des informations nécessaires lui permettant de connaître le niveau d'implication de ce dernier et sa part de responsabilité sur la mauvaise récolte, notamment grâce au réseau social existant entre les membres de la même communauté. Le fait que le propriétaire foncier et son locataire appartiennent au même groupe linguistique permet, dans ce contexte, de réduire l'effet négatif que pourrait avoir le manque d'information parfaite entre les deux acteurs. Une des implications est que la production attendue, toutes autres choses égales par ailleurs, devient plus importante, comparativement à une situation où les deux acteurs sont issus de groupes linguistiques, et donc culturels, différents. Cette situation est d'autant

² Dans cet exemple, on suppose que le paysan doit payer un prix fixe pour disposer des terres, mais aussi à la fin de la récolte il doit partager sa production avec le propriétaire foncier, qui lui doit fournir tout le matériel et intrant dont a besoin le paysan.

plus valable dans le contexte sénégalais où selon les groupes linguistiques, les activités principales peuvent être considérablement distinctes et par conséquent maîtrisées différemment d'une communauté à l'autre. L'élevage de ruminants est plutôt une activité dominée par les Peuls. Quant à l'agriculture de maraîchage, elle est plutôt répandue dans les localités habitées par les Wolofs, les Sérères et les Diolas.

Secondement, l'appartenance à un groupe linguistique minoritaire peut entraîner la mise en place de normes sociales, parfois rigides, auxquelles le propriétaire qui fixe les règles ne peut déroger sans risque de se faire exclure socialement (Sen, 2000). En d'autres termes, le propriétaire peut encourir des sanctions sociales s'il traite un paysan de son propre groupe linguistique comme tout autre paysan. Il se peut qu'une certaine «prime linguistique» doive être accordée aux paysans du même groupe linguistique, en particulier si les deux appartiennent au même groupe minoritaire. Autrement dit, le propriétaire ne pourra pas facturer au locataire un prix supérieur à celui qui est socialement accepté dans leur communauté. Dans ce cas, on peut observer un comportement contraire au premier. Le propriétaire, pour éviter de devoir verser cette prime linguistique, peut choisir de louer son terrain à un locataire issu d'une autre communauté, et donc d'un autre groupe linguistique. Par contre, rien ne nous dit que ce comportement sera privilégié par le propriétaire, car ce dernier sait que l'appartenance au même groupe linguistique réduit le niveau d'incertitude concernant le comportement futur de son locataire. Par conséquent, le choix du propriétaire dépendra alors de l'effet dominant entre la prime linguistique et les gains induits par l'appartenance au même groupe linguistique.

3. Méthodologie

Cette recherche porte sur des dynamiques et processus existant dans les interactions entre les IMF et leurs clients. Elle essaie de comprendre, d'une part, comment les deux acteurs interagissent sur le marché de la microfinance et, d'autre part, ce qui motive certaines pratiques et certains comportements observés dans les interactions. Cette démarche n'a pas vocation à quantifier ou à mesurer le niveau de satisfaction des clients à faible revenu sur le marché de la microfinance, mais elle consiste à construire une démarche procédurale et interprétative en recueillant des données mixtes auprès des

deux groupes d'acteurs.

Pour cela, nous allons utiliserons dans un premier temps, des données quantitatives³, récoltées auprès de 25 IMF sénégalaises, couvrant la période 1994-2014. L'enquête longitudinale porte sur trente-deux variables, parmi lesquelles figure une variable linguistique (niveau de compétence en français des clients)⁴ qui sera centrale pour la suite de ce travail. Dans un deuxième temps, nous compléterons les analyses quantitatives par des analyses qualitatives réalisées au Sénégal durant la période 2014-2018 auprès de 32 clients, réparties entre deux IMF (Microcred et Pamecas), dans le but de déterminer les liens pouvant exister entre la variable linguistique et des variables financières dans l'industrie de la microfinance.

4. Analyses et résultats

L'objectif recherché est d'identifier les liens pouvant exister entre certaines pratiques des clients et leur niveau de compétence en français. Rappelons que les IMF travaillent officiellement en français alors que la majorité de leurs clients ne sait pas communiquer en français, comme nous le verrons dans les données qui suivent. Trouver ce lien permet de mieux comprendre, dans le contexte multilingue sénégalais, la place des langues locales dans la microfinance, laquelle s'est fixée comme objectif de mieux inclure financièrement et socialement les personnes à faible revenu.

4.1 La langue est-elle un facteur important dans l'industrie de la microfinance sénégalaise ?

Pour répondre à cette première question, portant sur le degré d'importance des langues utilisées dans les IMF, nous partons de l'hypothèse que dans le cas du Sénégal, la différence linguistique entre le français, qui est la langue de travail de l'IMF, et la première langue du client, qui très souvent est une langue locale, appelée parfois « dialecte », constitue un déterminant majeur du comportement du client dans ses futurs remboursements. Dans cette première analyse, l'idée est de voir comment certaines pratiques évoluent chez les clients des IMF en fonction de leur niveau de compétence en français.

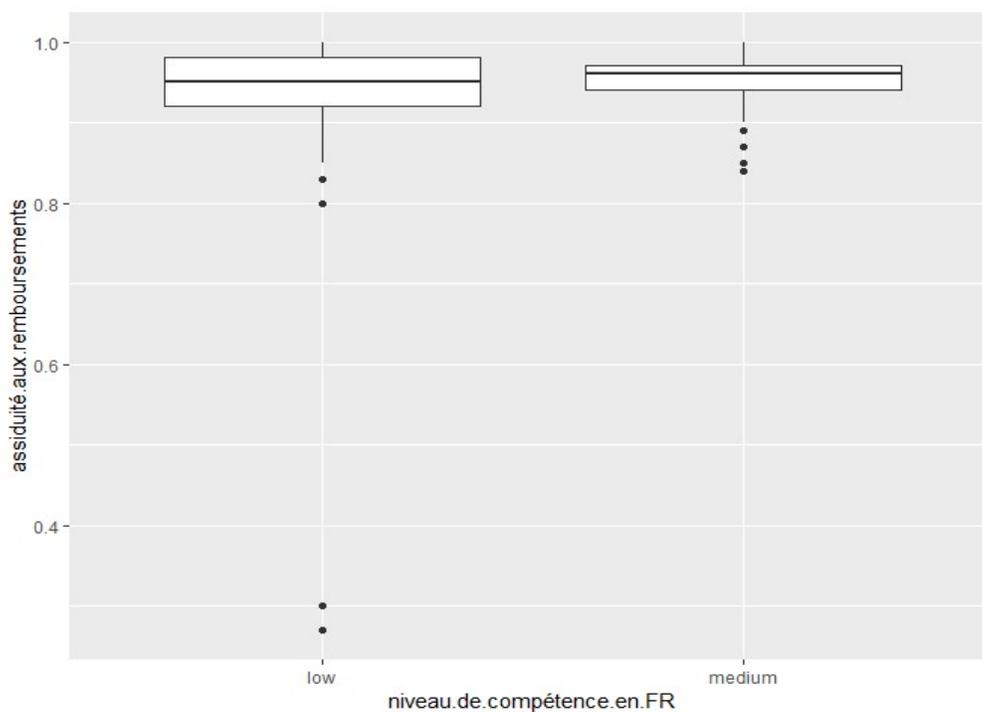
³ Les données quantitatives sur lesquelles nous travaillons proviennent d'enquêtes réalisées par le groupe Microfinance Exchange Information (MIX) dans une vingtaine d'IMF sénégalaise durant la période 1997-2014. Les enquêtes ont précisément porté sur trente-deux variables et vingt-cinq IMF, ce qui nous offre 800 observations en tout.

⁴ Niveau de compétence en Fr

4.1.1 Évolutions des remboursements en fonction du niveau de compétence en français

L'objectif de ce premier point est de se faire une idée plus précise de l'interaction entre le niveau de compétence du client en français et sa régularité dans les remboursements. Établir ce lien pourrait contribuer à une meilleure compréhension de la place des langues dans l'industrie de la microfinance en contexte multilingue, bien que n'étant pas suffisant pour formaliser un lien définitif entre la régularité des remboursements des clients et leur niveau de compétence en français.

Graphique 1 : Remboursement du crédit en fonction du niveau de compétence du client en français



Source : Diop, 2019

Nous constatons que les clients qui ont de meilleures compétences en français ont des taux de remboursements moyens (95,30%) légèrement plus élevés que les clients à niveau de compétence faible en français (93,34%). Bien que la différence ne soit pas très importante, elle nous apporte néanmoins une information non négligeable, d'autant plus qu'au Sénégal le taux moyen de remboursement des crédits dans le secteur de la microfinance est estimé à 95% (DM, 2015).

Cependant, dans cette partie, l'analyse de la dispersion, liée au risque de non-remboursement que présente chaque client, nous paraît plus pertinente. Vu que nous sommes dans le secteur bancaire, le facteur risque au niveau individuel, au-delà des valeurs moyennes, est d'une importance toute particulière pour les décideurs. Pour cela, intéressons-nous aux variances de dispersion de chaque groupe. Nous constatons à première vue que la distribution de la variable « assiduité aux remboursements⁵ » est plus dispersée chez les clients à faible compétence en français que chez les clients à compétence moyenne ou élevée en français, avec notamment des variances respectives de 0,8 et 0,12. Non seulement les clients à faible compétence en français sont en moyenne moins réguliers dans leurs remboursements, mais ils présentent aussi un risque plus élevé de non-remboursement compte tenu de l'importance relative des variances entre les deux groupes. Nous observons alors une différence marquée entre les deux groupes, selon leurs niveaux de compétences en français. Ce constat semble se confirmer avec la régression bivariée (voir annexe 1) qui montre que la variable compétence en français est tendanciellement corrélée, bien que faiblement, à l'assiduité des clients aux remboursements. Autrement dit, la tendance qui se dégage, du moins jusque-là, est que les clients qui ont un niveau plus élevé en français sont plus assidus aux remboursements que les clients qui ont de la peine à soutenir une discussion en langue française. À ce stade, bien que le lien entre les deux variables semble exister, il est impossible d'exclure l'effet du revenu des clients. Nous pouvons en effet supposer une corrélation positive entre le niveau de richesse et le niveau de compétence en français, d'autant plus qu'il est démontré que la pauvreté au sein des ménages sénégalais est un des facteurs de l'abandon scolaire (Diallo, 2004). Dans ce cas, la tendance observée pourrait être expliquée non pas par le niveau de compétence en français, mais par le niveau de richesse du client. Ainsi, avant de poursuivre plus avant, nous vérifierons la nature du lien entre le niveau de richesse des clients et la régularité des remboursements.

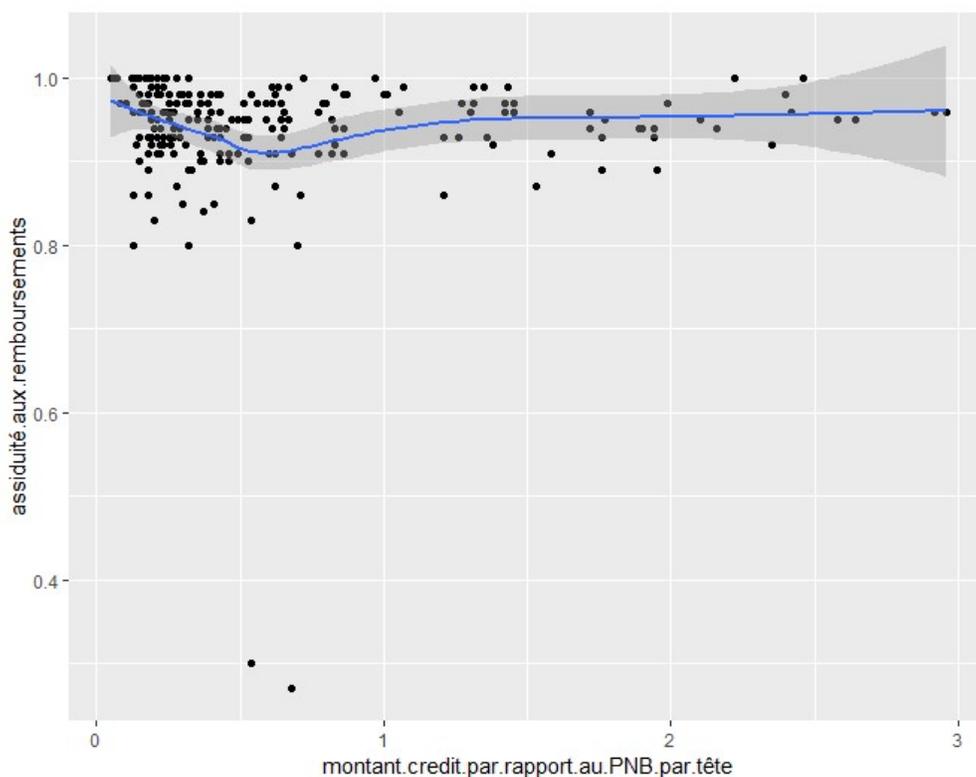
4.1.2 Évolutions des remboursements en fonction du niveau de revenu

En effet, on sait que les clients les plus aisés ont tendanciellement un niveau d'instruction plus élevé. Nous ne pouvons donc exclure à ce stade, que la corrélation,

⁵ Elle fait référence à la régularité des clients aux remboursements, au respect des échéances préétablies dans le contrat de crédit. En principe, les remboursements sont mensuels, et prescrits à des dates précises.

tendanciellement observée entre l'assiduité aux remboursements et le niveau de compétence en français s'explique par une variable intermédiaire qui serait le niveau de richesse des clients. Pour exclure cette possibilité, nous allons reprendre la variable « assiduité aux remboursements » et étudier sa distribution par rapport au niveau de richesse des clients.

Graphique 2 : remboursement du crédit en fonction du revenu



Source : Diop, 2019

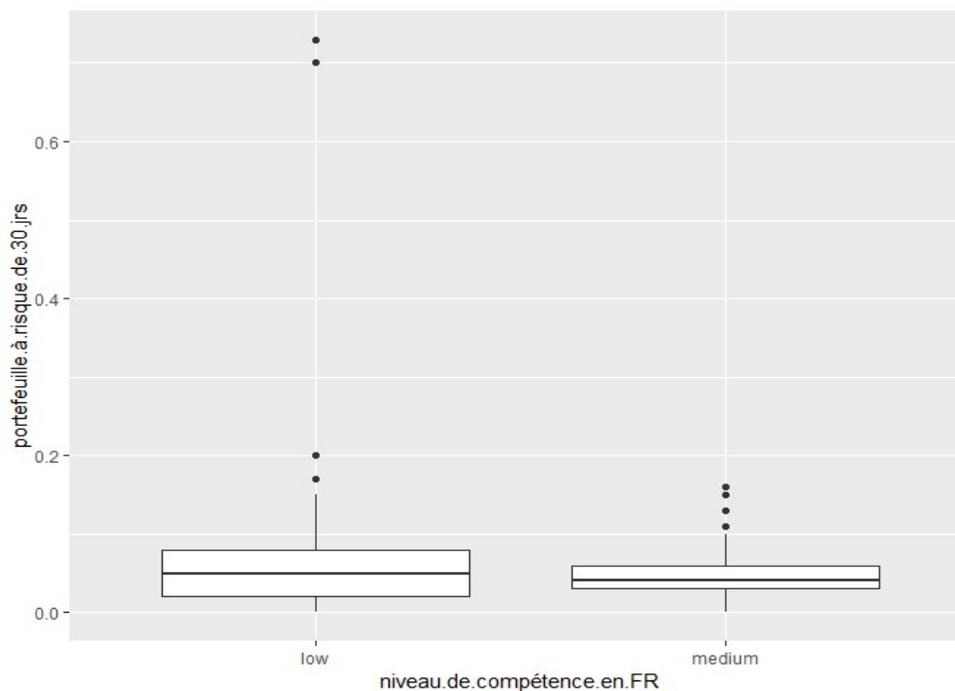
La forme de la distribution de la variable « assiduité aux remboursements » par rapport au montant du crédit exclut l'hypothèse d'un lien significatif entre l'assiduité des clients aux remboursements et leur niveau de revenu. En effet, la variable « montant du crédit par rapport au produit national brut par tête » indique le montant du crédit relatif de chaque client. Bien que cet indicateur ne nous donne qu'une idée sur la taille du crédit octroyé, il nous paraît important pour classer les clients en fonction de leurs niveaux de richesse. Nous sommes partis d'un fait réel dans la pratique des IMF. Les clients sont financés sur la base de l'évaluation financière de leurs activités. Cela explique que les IMF qui travaillent avec une clientèle plus aisée aient généralement des montants moyens de crédit plus importants (Fouillet et al, 2016), ce qui est d'ailleurs constaté en

zone urbaine, où la clientèle est plus aisée. Sur cette base, nous avons utilisé la variable montant du crédit comme une variable de revenu pour les clients. L'absence de lien significatif entre l'assiduité des clients aux remboursements des crédits et leur niveau de revenu est importante dans la mesure où, même si elle reste insuffisante pour expliquer le lien existant entre l'assiduité des clients aux remboursements et leur compétence en français, elle exclut au moins la corrélation entre cette première et le niveau de richesse du client. D'autres analyses complémentaires, notamment qualitatives, nous permettront d'approfondir ces premiers résultats.

4.1.3 Distribution du portefeuille à risque par rapport au niveau de compétence en français

Pour approfondir nos analyses, toujours sur la variable linguistique, nous allons voir maintenant comment la compétence linguistique des clients en français est distribuée par rapport à la variable « portefeuille à risque de 30 jours » (PAR 30). En effet, dans le système comptable des IMF, une partie du portefeuille global est appelée PAR 30. Elle correspond aux montants de crédit des clients qui sont en retard d'au moins trente jours sur leurs remboursements. Cela permet aux IMF d'inscrire cette créance considérée comme douteuse au compte de provision. Le PAR 30 est l'un des premiers indicateurs de risque que les acteurs de la microfinance doivent observer lors de l'analyse des performances financières d'une IMF. Dans le graphique suivant, nous observons la façon dont le PAR 30 est distribué par rapport au niveau de compétence linguistique du client en français.

Graphique 3 : distribution du PAR30 par rapport au niveau de compétence du client à parler français



Source : Diop, 2019

Sur ce graphique, nous voyons que les clients qui ont moins de compétences linguistiques en français présentent un risque plus important d'entrer dans le PAR 30, avec un risque moyen de 6,5% contre 4,7% pour les clients à compétence moyenne ou élevée en français. Concernant la variance, on constate également une dispersion de la distribution du risque de crédit plus important chez les clients à niveau de compétence faible en français par rapport aux autres clients, avec des valeurs respectives de 0,78 et 0,12. Ces résultats, certes partiels, ne nous permettent pas à ce stade de confirmer le caractère significatif du lien entre compétences linguistiques et assiduité aux remboursements, mais contribuent à notre hypothèse de départ selon laquelle la différence linguistique entre l'IMF et le client est déterminante dans le comportement futur du client vis-à-vis de l'IMF. Ainsi, ces résultats nous permettent de penser que les clients qui possèdent le moins de compétences linguistiques en français présentent un risque financier plus important par rapport aux autres clients. Cela nous amène à supposer l'existence d'un obstacle lié à la langue entre les deux acteurs, les clients et l'IMF, qui pourrait être, en partie, à l'origine des écarts constatés dans ces premières analyses. Pour creuser davantage cette question, nous avons réalisé des enquêtes

qualitatives avec des clients et des dirigeants d'IMF dans le but d'observer et de comprendre les différentes interactions pouvant exister entre les deux acteurs durant le processus de crédit, mais aussi le sens que les auteurs donnent à leurs pratiques.

4.2 Qu'en est-il des pratiques dans les IMF ?

Dans le contexte sénégalais, les IMF travaillent dans une langue que la majorité de leurs clients ne comprend pas. La communication entre les deux acteurs a toutes les chances d'être imparfaite à cause de l'existence d'un obstacle linguistique. Si cet obstacle linguistique existe, comme semblent le montrer nos premières analyses, comment pouvons-nous l'observer dans le contexte sénégalais ? Existe-t-il une ou des solutions pour contourner cet obstacle linguistique ? C'est à ces questions que nous essayons de répondre dans cette seconde partie du travail.

En outre, nous cherchons à comprendre si les IMF ont mis en place des stratégies d'entreprise bien définies pour l'utilisation des langues de travail et, si oui, comment elles les mettent en œuvre. Pour cela, nous avons réalisé des entretiens avec différents acteurs, avec trois types de questions (voir annexe 2). Les premières questions, sous forme de diagnostic général, permettent de faire un état des lieux des contextes linguistiques dans les IMF. Ensuite, nous avons utilisé un second type de questions portant sur les problèmes linguistiques diagnostiqués de façon plus approfondie. Enfin, le troisième type de questions s'intéresse aux intérêts et au degré d'implication des acteurs (dirigeants et employés) pour la mise en place de politiques linguistiques dans les IMF. Les résultats obtenus auprès de trente-deux clients sont résumés ci-après.

Tableau 1 : fréquence des niveaux de compétence en français des clients

	Comprendre des gens qui parlent la langue	Parler cette langue	Lire cette langue	Écrire dans cette langue
« parfaitement ou presque »	2.3%	5.5%	7%	10.6%
« bien »	3%	7.7%	11%	13.3%
« basique »	32.7%	38.3%	39.2%	41.5%
« rien ou presque »	62.0%	48.5%	42.8%	34.6%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Source : Diop, 2018

Intéressons-nous au type de compétence « lire cette langue⁶ ». Sur le total des 32 clients interrogés⁷, plus de 42% estiment ne pas comprendre un texte écrit en français, et près de 40% estiment être en mesure de comprendre de quoi parle un avis ou une affiche écrits en français, mais pas plus. Seuls 7% des personnes interrogées se considèrent être en mesure de lire et de comprendre les textes écrits en français, même dans un style soutenu. Le pourcentage des clients pouvant lire et comprendre le français nous paraît très important, dans la mesure où tous les contrats de crédit liant le client et l'IMF sont écrits en français, et sachant qu'il n'existe aucun service de traduction ou d'interprétation disponible pour les clients.

⁶ Voir le tableau de matrix de l'annexe 2 pour la correspondance des valeurs.

⁷ 32 personnes ont été interrogées sur cette partie, mais seulement 26 ont répondu à toutes les questions.

Tableau 2 : fréquence des niveaux de compétences en premières langues des clients

	Comprendre des gens qui parlent la langue	Parler cette langue	Lire cette langue	Écrire dans cette langue
« parfaitement ou presque »	91%	92.3%	5.8%	5%
« bien »	5.2%	4.2%	9.0%	10.4%
« basique »	3.8%	3.5%	15.2%	6.3%
« rien ou presque »	0%	0%	70%	78.3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Source : Diop, 2018

Plus de 90% des personnes interrogées estiment parler parfaitement leur première langue et sont aussi en mesure de suivre et de comprendre les discussions dans cette langue sans effort particulier. Les langues que les clients interrogés estiment avoir comme première langue sont le wolof (45%), le poular (21%), le sérère (17), le diola (5%) et autres langues (12%). Le tableau 2 montre un autre résultat non moins important. Nous constatons que la compréhension des clients de leurs premières langues se limite quasiment à l'oralité. Bien qu'ils sachent communiquer parfaitement à l'oral dans leur première langue, ils sont moins de 6% à pouvoir la lire et l'écrire.

La combinaison des deux tableaux montre la portée limitée du français en matière de compréhension chez les clients, alors que les langues nationales telles que le wolof, le poular et le sérère sont de loin les langues les plus parlées. Il faut noter que le poids relatif des langues change considérablement selon que l'on se trouve en milieu urbain ou en zone rurale. Par exemple, dans les entretiens réalisés à Dakar, plus de 65% des personnes interrogées ont le wolof comme première langue, contrairement à Mboro, en zone rurale, où le poular est la langue dominante, 70% des clients l'ayant comme première langue. En zone urbaine, le wolof est généralement compris de tous, même ceux dont il n'est pas la langue maternelle. On estime qu'en milieu urbain, neuf personnes sur dix savent communiquer en wolof (Faty, 2014).

Dans les zones rurales, le décor linguistique change considérablement. Le wolof, qui sert comme langue véhiculaire par excellence en zone urbaine, cède la place à une variété de langues locales. À Kolda, c'est surtout le poular qui est utilisé comme langue véhiculaire, à Ziguinchor et à Kédougou ce sont surtout le diola et le malinké, qui sont utilisés.

À partir des enquêtes réalisées, nous avons identifié l'existence d'obstacles linguistiques sur le marché sénégalais de la microfinance à deux niveaux différents.

4.2.1 En milieu urbain

Le premier obstacle linguistique apparaît lors des campagnes de prospections qui consistent à recruter de nouveaux clients et à faire la publicité des nouveaux services proposés par l'IMF. Suivant que l'on soit en ville ou en zone rurale, la situation n'est pas la même. Dans pratiquement toutes les grandes villes du pays comme Dakar, Thiès, Saint-Louis ou Diourbel, le wolof reste la langue de communication par excellence. Par conséquent, les agents de crédit rencontrent moins de difficultés à communiquer avec la population urbaine. Pour ce type de clientèle urbaine, la difficulté principale réside dans l'explication et la compréhension des services financiers proposés par les IMF. Même si la plupart des clients des centres urbains parlent wolof⁸, cela ne suffit pas pour comprendre le fonctionnement des produits financiers comme les taux d'intérêt lorsqu'ils ne sont pas constants, les découverts et les pénalités engendrées, la caution solidaire, le dépôt à terme ou l'épargne avec ses différentes variantes. Dans un tel contexte, même si les agents de crédit parlent le wolof, le manque d'éducation financière dans cette langue constitue un handicap pour l'intégration financière d'une population qui, en général, maîtrise mal la langue de travail de l'IMF. D'autant plus que, même chez les plus avertis, comprendre les produits financiers nécessite la maîtrise du langage technique et de concepts complexes (Bunzova, 2014). Les documents qui servent de référence pour les agents de crédit sont écrits et illustrés en langue française. La plupart du temps, les agents de crédit doivent faire l'interprétation du français vers le wolof pour expliquer aux clients le contenu des documents, une tâche qui peut être complexe suivant la nature du document, à plus forte raison que les agents de crédit n'ont pas été formés pour ce genre d'exercice. Prenons par exemple la question des taux d'intérêt ; les agents de crédit soulignent les difficultés qu'ils ont à les expliquer

⁸ Plus de 80% de la population dakaroise parlent le wolof (Franke, 2001).

aux clients de façon précise, surtout ceux dont la durée de remboursement est inférieure à douze mois.

Dans les interviews réalisées avec les clients, nous nous sommes rendu compte que la plupart des clients interrogés ignorent l'essence du taux d'intérêt, bien qu'ils disent avoir compris après que leurs agents de crédit leur ont expliqué. Par exemple, à la question « savez-vous à quel taux d'intérêt Microcred vous prête de l'argent ? », beaucoup de répondants donnent une valeur plus ou moins juste (entre 20% et 23%). Mais en creusant davantage la question, en leur demandant « s'ils jugeaient ce taux élevé ou normal », on se rend compte qu'ils n'en savent pas plus. En effet, de façon unanime, l'ensemble des participants a déclaré que le taux d'intérêt n'était pas élevé, certains le considéraient même comme bas. Pour nous assurer de la justesse de leur réponse, nous leur avons présenté un cas concret. Il s'agit d'un client qui avait emprunté 150'000 FCFA à Microcred, et qui devait rembourser 177'000 CFA en neuf mois. Ils ont tous estimé, et certains avec stupeur, qu'un intérêt de 27'000⁹ CFA sur 150'000 CFA en neuf mois était trop élevé. Un client parmi eux a même qualifié « d'exagération » un tel intérêt prélevé sur des personnes pauvres.

En zone urbaine, bien que le wolof puisse jouer ce rôle de langue véhiculaire, permettant aux IMF de mieux communiquer avec la clientèle peu à l'aise en français, il s'avère nécessaire de mieux outiller les agents de crédit en langues nationales, et en wolof en particulier, afin qu'ils puissent jouer leur rôle. Cette stratégie, sur laquelle nous reviendrons, devrait passer par une intégration du wolof aux langues officielles avec lesquelles travaillent les IMF en milieu urbain.

4.2.2 En milieu rural

Si les obstacles linguistiques posent moins de problèmes en zone urbaine, grâce au rôle que joue la langue wolof, en milieu rural la situation est différente. La langue wolof qui servait de substitut au français devient de moins en moins partagée par les locuteurs. On voit apparaître de plus en plus de langues différentes en fonction des régions. Au nord nous retrouvons la langue poular, au centre la langue sérère avec ses différentes variantes, au sud-ouest plusieurs langues cohabitent, telles que le diola, le socé, le malinké, le mankagne, le poular, et au sud-est le bambara. Dans ces régions périphériques, il est très fréquent de voir des personnes qui ne parlent que leur langue

⁹ Ce qui équivaut un intérêt annuel de 24%.

maternelle, assez souvent différente du wolof. Dans ce cas précis, le locuteur ne parle pas non seulement pas la langue officielle du pays, qui est la langue de travail des IMF, mais ne parle également pas le wolof. Il ne peut donc se servir que de sa langue maternelle. Dans une telle situation, assez fréquente en milieu rural et dans une certaine mesure dans les banlieues, les IMF, dont une partie importante de la clientèle habite ou provient de ces zones, font face à un obstacle interlinguistique. Elles ont des agents de crédit qui, certes, parlent tous le français et le wolof à quelques exceptions près, mais qui sont confrontés à des clients potentiels qui ne parlent ni le français ni le wolof. L'obstacle interlinguistique constaté sur le marché de la microfinance, plus particulièrement en zone rurale, ne facilite pas l'implantation des IMF dans ces zones, où réside pourtant une partie importante de la cible originelle de la microfinance, à savoir les personnes à faible revenu.

Bien que travaillant en contexte multilingue, il apparaît clairement que les IMF n'ont pas encore réussi à développer des stratégies leur permettant de répondre de façon efficace aux réalités locales telles que le niveau de compétence des clients en français, généralement très faible par rapport à ce que nécessite la relation contractuelle. La principale conséquence est le déficit de communication claire et précise identifié entre les clients à niveau d'instruction faible et l'IMF, tant au niveau des agents de crédit qu'au niveau des gestionnaires de clients. Ce problème communicationnel dû à l'absence de stratégies claires et officielles et à l'incapacité des agents à utiliser un langage adapté aux clients nous paraît pertinent pour expliquer en partie les écarts identifiés dans la régularité des remboursements entre les groupes de clients classés selon leurs niveaux de compétence en français.

5. Stratégies de contournement

Même si, en milieu urbain sénégalais, le wolof, comme langue de substitut au français, permet aux agents de crédit d'entrer en matière avec la plupart de leurs clients sous-scolarisés ou illettrés, les IMF ne peuvent ignorer les minorités linguistiques qui font partie de la cible prioritaire de la microfinance. Une solution consisterait à prendre le temps de former des agents de crédit qui parlent parfaitement les langues locales présentes dans ces villes, en tenant compte des minorités linguistiques. L'objectif serait de les préparer techniquement et psychologiquement, et de les immerger dans la culture des populations locales, dans ses pratiques et ses symboles, afin qu'ils soient en mesure d'instaurer une communication claire et précise avec les clients, quelles que soient la

nature des produits financiers et leur complexité. L'empathie avec les populations concernées est une nécessité afin d'établir une relation de confiance avec ces dernières. S'agissant des produits financiers comme le taux d'intérêt, l'expérience montre que les personnes sous-scolarisées peuvent avoir des difficultés à les comprendre. Une meilleure stratégie consisterait non pas à leur parler du taux d'intérêt appliqué, mais plutôt à leur donner le montant supplémentaire qui sera versé sous forme d'intérêt. Les résultats des focus group montrent toute la pertinence d'une telle stratégie auprès des personnes sous-scolarisées ou illettrées.

Si en milieu urbain, la problématique concerne surtout la non-prise en compte des minorités linguistiques, en milieu rural c'est surtout l'accès des clients aux IMF qui pose problème. En dehors de la faiblesse des montants demandés considérée comme frein au développement de la microfinance en zone rurale (Servet, 2006, et Morvant-Roux, 2009), des études montrent que même lorsque les IMF sont présentes en zone rurale, l'obstacle linguistique freine l'adhésion de nouveaux clients (Mbouya, 2014).

En milieu rural où les obstacles linguistiques entre les agents de crédits et les personnes à faible revenu sont plus persistants, un des défis des IMF doit nécessairement passer par une réorganisation interne de leurs stratégies. L'une de ces stratégies serait de tenir compte de cette diversité linguistique et même ethnique dans la formation des agents de crédit et dans leur affectation. C'est donc dire que les IMF ont tout intérêt à développer des stratégies leur permettant de contourner l'obstacle linguistique en zone rurale, d'autant plus que dans le contexte sénégalais, 70% des adultes sont illettrés. Pour ce genre de situation, les IMF peuvent développer une formation en langues locales, exclusivement destinée à la clientèle locale, tout en essayant d'ajuster leurs produits de sorte qu'ils soient compatibles avec les réalités locales. Pour Lämmermann (2010), quelle que soit l'opinion que l'on ait à ce sujet, que l'on soit pour ou contre, il est clair qu'intégrer dans les institutions de microfinance et dans les procédures de prêt une meilleure compréhension des besoins des minorités, tel que le monde rural, qui soit sensible à leur culture, constitue la première étape vers l'offre d'un service inclusif pour ce genre de clients potentiels importants. Une méthode utilisée par certaines IMF, comme Microcred, est de faire appel à des « interprètes informels » dans les régions où les clients et les agents de crédits ne parlent pas la même langue. Mais cette stratégie a montré ses limites, car les personnes engagées comme « interprètes » ne sont pas des professionnels du milieu et ne maîtrisent pas forcément les produits financiers en

question ; d'où la nécessité de recruter et de former des agents qui pourront communiquer avec les clients, dans leurs langues locales. Dans l'étude Mbouya (2014), portant sur le multilinguisme dans le contexte camerounais, une des personnes interrogées, chargées de clientèle dans une IMF disait : « lorsque dans la prospection vous détectez un client qui partage la même langue locale que vous, ce patrimoine commun crée rapidement une relation et un climat de confiance, car le client voit tout de suite un frère ou une sœur du village qui ne peut certainement pas lui mentir » (Mbouya, 2014, p.12). Ceci est d'autant plus valable que la microfinance souffre d'une crise de confiance ces dernières années. Quand l'agent de crédit parle la langue de son client, il se donne la possibilité de lui expliquer oralement les détails des services et le contenu du contrat, mais aussi de l'aider pour le remplissage des documents. À Microcred, une pratique qu'utilisent les clients sous-scolarisés ou illettrés consiste à venir avec un membre de leur famille ou un ami, qui a un bon niveau de compétence en français, dans le but d'être assisté durant toute la procédure administrative.

Cependant, il convient aussi de souligner que lorsque les relations entre l'agent de crédit et son client sont trop personnalisées, parce qu'ils parlent par exemple la même langue locale, ou qu'ils sont de la même ethnie, cela présente certes des avantages comme nous venons de le montrer, mais cela peut aussi engendrer des difficultés, surtout sur le long terme. En effet, un lien linguistique ou ethnique peut créer une familiarité entre l'agent de crédit et son client, pas toujours bénéfique pour l'IMF. Un agent de crédit rencontré à Mboro et membre de l'ethnie peule dit avoir, dans certains cas, transféré des clients à d'autres agents parce qu'il n'arrivait plus à gérer la relation devenue trop familière.

Ce lien de familiarité, s'il n'est pas bien entretenu et canalisé, peut amener le client à prendre des libertés dans le remboursement de sa dette, pensant que son « ami ou frère linguistique » prendra sa défense au cas où il ne rembourserait pas comme il faut.

Conclusion

À travers les analyses quantitatives et les entretiens qualitatifs réalisés, nous apercevons assez clairement l'existence d'obstacles linguistiques, dans le paysage de la microfinance au Sénégal, entre les IMF et leurs clients. Ces obstacles linguistiques observés proviennent de l'écart linguistique entre des IMF, qui officiellement travaillent uniquement en français, et des clients dont moins de 15% savent parfaitement communiquer en français. L'expérience montre que selon que l'on est en

zone urbaine ou rurale, la nature des obstacles peut considérablement changer. À voir l'ampleur de ces difficultés rencontrées par les IMF, notamment au niveau des remboursements et du risque que présentent les clients à faible compétence en français, il s'impose aux IMF de mettre sur pied des stratégies diverses et adéquates afin d'apporter une solution à ce problème. Cela devrait commencer par l'intégration de la question linguistique dans les stratégies économiques des IMF, ce qui nécessite de prendre des décisions explicites, de prévoir des investissements, du temps, du personnel et des moyens matériels et juridiques, comme elles le feraient pour élaborer une stratégie de recrutement ou toute autre stratégie économique.

Annexe 1 : régression bivariée

```
> fit1<-glm(formula = assiduité.aux.remboursements ~ niveau.de.compétence.en.FR , data = x)
> summary(fit1)
```

```
Call:
glm(formula = assiduité.aux.remboursements ~ niveau.de.compétence.en.FR,
     data = x)

Deviance Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-0.66431 -0.01431  0.00699  0.03569  0.06569

Coefficients:
                Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)      0.934306   0.006261 149.237 <2e-16 ***
niveau.de.compétence.en.FRmedium 0.018708   0.010794   1.733  0.0845 .
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

(Dispersion parameter for gaussian family taken to be 0.005644035)

    Null deviance: 1.2304  on 216  degrees of freedom
Residual deviance: 1.2135  on 215  degrees of freedom
AIC: -503.63

Number of Fisher Scoring iterations: 2
```

Annexe 2 : Question-guide pour les entretiens avec les clients

Diagnostic général :

1. Pouvez-vous commencer par me dire votre activité, votre âge et dans quelle zone régionale vous travaillez ?
2. Depuis quand êtes-vous client dans cette IMF ?
3. Quelle est votre première langue ou celle que vous parlez le mieux ?
4. Quelles autres langues estimez-vous parler bien ? C'est-à-dire dans quelles langues estimez-vous pouvoir soutenir une conversation sur à peu près n'importe quel sujet ?
5. Pour communiquer avec votre agent de crédit, utilisez-vous tous les jours ou presque plus d'une langue ?
 - Si oui, pouvez-vous me dire quelles sont ces langues ?
 - Pouvez-vous m'indiquer dans l'ordre d'importance toutes les langues que vous utilisez tous les jours ou presque avec votre agent de crédit ?
6. Pouvez-vous nous expliquer en tant que client, comment faites-vous pour choisir la langue de communication avec votre IMF ?
 - Le degré de formalité de l'interaction joue-t-il un rôle
7. Comment faites-vous pour choisir la langue de communication avec votre agent de crédit ?

8. En tant que client, avez-vous déjà rencontré un problème de communication de nature linguistique dans une IMF ?
 - Si oui comment ?
9. Avez-vous déjà rencontré un agent de crédit qui ne comprend aucune de vos langues de communication ?
 - Si oui, quelles solutions intermédiaires aviez-vous adoptées ?
10. Selon vous, la barrière linguistique peut-elle empêcher un client potentiel de faire une demande de crédit ?
 - Si oui, en avez-vous connu un cas ?
11. Pensez-vous que le fait que les langues locales, à part le wolof, ne soient pas utilisées dans les IMF puisse être un handicap pour certains clients ?
 - Si oui comment ?

Nature des problèmes linguistiques diagnostiqués :

12. Comment jugez-vous votre compétence en votre langue première si autre que le français¹⁰ ?

Type de compétence Niveau de compétence	Comprendre des gens qui parlent la langue	Parler cette langue	Lire cette langue	Écrire dans cette langue
« parfaitement ou presque »	Écoute et compréhension sans effort	Discussion au téléphone sans problème	Lire des textes même difficiles	Rédiger sans difficulté des textes
« bien »	Suivre un exposé, comprendre une émission de télévision avec un certain effort	Discussion en direct ou au téléphone, mais avec un certain effort	Lire des textes de tous genres, mais moins facilement que dans sa première langue	Écrire des lettres, mais avoir besoin de se faire corriger
« basique »	Comprendre si l'interlocuteur parle lentement et avec des termes simples	Se faire comprendre dans des situations quotidiennes (par exemple demander une adresse)	Comprendre de quoi parlent un avis, une affiche, les titres d'un quotidien	Être capable d'écrire des phrases très simples (salutation)
« rien ou presque »	Je ne comprends pas un mot, ou presque rien	Je ne parle pas un mot, ou presque rien	Je ne comprends pas du tout textes ou affiches	Je ne suis absolument pas capable d'écrire un message, même simple dans cette langue

13. Comment jugez-vous votre compétence en français ?

¹⁰ Le tableau ci-après, utilisé lors des entretiens, permet de mieux comprendre les valeurs des tableaux de fréquence des pages 14 et 15. Par exemple, à la question comment jugez-vous votre compétence en français, le client a la possibilité de choisir une parmi les quatre réponses suivante : « Comprendre des gens qui parlent la langue », « Parler cette langue », « Lire cette langue », ou « Ecrire dans cette langue ». S'il choisit par exemple « Comprendre des gens qui parlent la langue », nous essayons de trouver son niveau de compétence en utilisant le contenu de la matrix sous forme de question.

Type de compétence Niveau de compétence	Comprendre des gens qui parlent la langue	Parler cette langue	Lire cette langue	Écrire dans cette langue
« parfaitement ou presque »	Écoute et compréhension sans effort	Discussion au téléphone sans problème	Lire des textes même difficiles	Rédiger sans difficulté des textes
« bien »	Suivre un exposé, comprendre une émission de tv avec un certain effort	Discussion en direct ou au téléphone, mais avec un certain effort	Lire des textes de tous genres, mais moins facilement que dans sa première langue	Écrire des lettres, mais avoir besoin de se faire corriger
« basique »	Comprendre si l'interlocuteur parle lentement et avec des termes simples	Se faire comprendre dans de situations quotidiennes (par exemple demander une adresse)	Comprendre de quoi parlent un avis, une affiche, les titres d'un quotidien	Être capable d'écrire des phrases très simples (salutation)
« rien ou presque »	Je ne comprends pas un mot, ou presque rien	Je ne parle pas un mot, ou presque rien	Je ne comprends pas du tout textes ou affiches	Je ne suis absolument pas capable d'écrire un message, même simple dans cette langue

14. En tant que client, avez-vous le sentiment d'avoir compris le contenu de vos contrats de crédit ?
15. Qu'est-ce qui selon vous explique ce sentiment ? Autrement dit, comment pouvez-vous justifier ce sentiment ?
16. Comment a procédé votre agent de crédit pour vous expliquer le contenu de votre contrat de crédit ?

17. Quelles langues ont été utilisées par l'agent de crédit ?
18. Pensez-vous avoir compris tout ce qui vous paraît nécessaire après votre entretien avec l'agent de crédit ?
19. Selon vous, quels sont les éléments les plus fondamentaux que le client doit nécessairement comprendre dans le contenu du contrat ?
20. Existe-t-il des questions dans le formulaire de demande de crédit qui permettent à l'IMF de connaître votre langue de préférence pour communiquer avec votre agent de crédit ?
21. Pensez-vous qu'une telle information soit nécessaire ?
 - Si oui comment et pourquoi ?
22. Au niveau personnel, en quelles langues vous sentez-vous le plus à l'aise pour communiquer avec votre IMF/avec votre agent de crédit ?
23. Vous sentez-vous plus à l'aise quand vous avez devant vous un agent de crédit qui parle la même langue que la vôtre ?
 - Si oui pourquoi ?
24. En vous basant sur votre expérience, le fait de partager la même langue maternelle (ou la même ethnie) avec votre agent de crédit présente-t-il des avantages ou des inconvénients ?
 - Sur quels faits ou expériences vous basez-vous pour affirmer cela ?

Intérêts éventuels et niveau d'implication des clients :

25. Selon votre expérience et votre entourage, la question de la diversité linguistique est-elle une réalité dans le quotidien des clients des IMF ?
26. Pensez-vous que la capacité de parler au moins une langue locale doit être un critère pour le recrutement d'un agent de crédit ?
27. S'il vous avait été possible de choisir un agent de crédit qui a pour première langue la même que vous, l'auriez-vous pris ou bien cela vous laisserait-il indifférent ?
28. Si vous pensez que la diversité linguistique doit être prise en compte dans les IMF, comment selon vous cela devrait-il être appliqué ?

29. Si vous aviez la possibilité de choisir votre agent de crédit, comment le feriez-vous ? Autrement dit, quels critères vous paraîtraient importants pour votre choix ?
30. Pensez-vous que la capacité de parler au moins une langue locale doit être un critère pour le recrutement d'un agent de crédit ?
31. Pensez-vous que la prise en compte de cette diversité linguistique doit être un élément important et explicite dans la stratégie des IMF ?
 - Si oui dans quels buts ?
 - Comment de telles mesures pourraient-elles être intégrées dans les procédures qu'appliquent les IMF ?
32. En tant que client, seriez-vous prêt à payer plus pour disposer d'un service d'interprétation en votre langue de choix ?

Bibliographie

- Akerlof, G. A. 1978. « The market for “lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism ». in *Uncertainty in Economics*, 235–251. Elsevier.
- Arcand, J. L. 1996. *Development economics and language: the earnest search for a mirage?* Walter de Gruyter, Berlin/New York.
- Arcand, J. L. et F. Grin. 2013. « 11 Language in Economic Development: Is English Special and is Linguistic Fragmentation Bad? » in *Elisabeth Erling et Philip Seargeant, English and development: Policy, pedagogy and globalization* 17: 243–61.
- Becker, G. M., M. H. DeGroot, et J. Marschak. 1964. « Measuring utility by a single-response sequential method ». *Behavioral science* 9 (3): 226–232.
- Breton, A. 1964. « The economics of nationalism ». *Journal of Political Economy* 72 (4): 376–386.
- Breton, A. 1978. « Nationalism and language policies ». *Canadian Journal of Economics*, 656–668.
- Bunzova, M. 2014. « L’in/exclusion financière des minorités ethniques sous les projecteurs ». *ENAR*, 28.
- Carr, J. 1985. « Le bilinguisme au Canada: l’usage consacre-t-il l’anglais monopole naturel ». *Economie et langue. Québec, Canada: Conseil de la langue française*, 27–37.
- Coase, R. H. 1960. « The problem of social cost ». In *Classic papers in natural resource economics*, 87–137. Springer.
- Diallo, M. L. 2004. *Le Sénégal, un lion économique?: essai sur la compétitivité d’un pays du Sahel*. KARTHALA Editions.
- Diop, Mouhamadou. 2019. « Adéquation des services et produits de la microfinance aux besoins des personnes à faible revenu au Sénégal ». Manuscrit de thèse de doctorat. Université de Genève.
- Direction de la microfinance. 2015. « Rapport sur la situation globale du secteur ». Ministère de la femme, de la famille et de l’enfance.
- Faty, E. A.A. 2014. « Politiques linguistiques au Sénégal au lendemain de l’Indépendance. Entre idéologie et réalisme politique ». *Mots. Les langages du politique*, n° 106: 13–26.
- Fouillet, C., I. Guérin., S. Morvant-Roux, et J.M. Servet. 2016. « De gré ou de force: le microcrédit comme dispositif néolibéral ». *Revue Tiers Monde*, n° 1: 21–48.
- Franke, M. 2001. *Le wolof de poche*. Assimil France.
- Grin, F. 1996. *The economics of language: Survey, assessment, and prospects*. Walter de Gruyter, Berlin/New York.
- Jensen, M. C. et W. H. Meckling. 1976. « Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure ». *Journal of financial economics* 3 (4): 305–360.
- Lämmermann, S. 2010. « Financial exclusion and access to credit ». *European Social Watch Report*.
- Marshall, A., F. Sauvaire-Jourdan, et F. S. Bouyssy. 1906. *Principes d’économie politique*. V. Giard & E. Brière.

- Mbouya, I. 2014. « Stratégies de contournement de l'obstacle linguistique par les EMF dans la conquête et la gestion d'une clientèle sous scolarisée/illettrée en contextes multilingues », *working paper*, Université de Yaoundé.
- Morvant-Roux, S. 2009. *Exclusion et liens financiers: microfinance pour l'agriculture des pays du Sud: rapport 2008-2009 réalisé à l'initiative de, et publié par, la Fondation FARM*. Economica.
- Perroux, F. 1981. *Pour une philosophie du nouveau développement*. Vol. 4. Aubier: Presses de l'UNESCO.
- Rubinstein, A. 1996. « Why are certain properties of binary relations relatively more common in natural language? » *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 343–355.
- Sen, A. 2000. *Un nouveau modèle économique : développement, justice, liberté*. Odile jacob.
- Servet, J. M. 2006. *Banquiers aux pieds nus: La microfinance*. Odile Jacob.
- Stiglitz, J. E. 1988. « Economic organization, information, and development ». *Handbook of development economics 1*: 93–160.
- Stiglitz, J. E., et A. Weiss. 1981. « Credit rationing in markets with imperfect information ». *The American economic review* 71 (3): 393–410.
- Weber, M. 1964. « L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme suivi d'un autre essai ». *Revue Française de Sociologie* 5 (3): 354.