

Impact du crédit des SFD sur la vie des ménages



CAS DES REVENDEUR(SE)S DES GRANDS MARCHES DU TOGO

Direction APSFD-TOGO

Tel : +228 70 42 90 76

Numéro vert : 80 00 00 00

E-mail : apsfd_togo@yahoo.com

Lomé - Adidogomé

SOMMAIRE

- Introduction
- Objectifs de l'enquête
- Méthodologie de l'enquête
- Difficultés rencontrées
- Analyse des résultats de l'enquête
- Recommandations et pistes d'amélioration
- Conclusion

INTRODUCTION

Contexte et justification



CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Le secteur de la microfinance, incarné par les Systèmes Financiers Décentralisés (SFD), joue un rôle crucial dans l'inclusion financière des populations vulnérables. Au Togo, l'APSFD-TOGO s'engage activement à promouvoir et à réguler ce secteur. Dans le cadre de sa conférence publique annuelle, marquant la Journée Internationale de la Femme, cette enquête se penche sur l'impact spécifique du crédit des SFD sur la vie des ménages, avec une attention particulière portée aux commerçantes des grands marchés à travers le territoire togolais.

CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Contrairement à l'enquête précédente axée sur la satisfaction client, cette analyse cherche à quantifier et qualifier les retombées concrètes de l'accès au crédit, offrant ainsi une perspective approfondie sur son rôle dans le développement socio-économique et l'autonomisation féminine.

Objectifs de l'enquête



OBJECTIFS DE L'ENQUÊTE

L'objectif général de cette enquête est d'évaluer l'impact du crédit octroyé par les Systèmes Financiers Décentralisés (SFD) sur les conditions de vie et l'activité économique des commerçantes des grands marchés au Togo.

Plus spécifiquement, cette enquête vise à :

- Analyser l'utilisation du crédit (Identifier les principales affectations des fonds empruntés par les commerçantes)
- Évaluer l'amélioration des revenus et des activités commerciales
- Apprécier l'impact sur le bien-être des ménages
- Formuler des recommandations (proposer des stratégies concrètes pour optimiser l'efficacité des produits de crédit des SFD)

Méthodologie de l'enquête



METHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

- **L'échantillon**

l'échantillon est constitué de 1680 commerçantes opérant sur différents marchés à travers le Togo, couvrant toutes les régions du Togo.

- **Outil de collecte des données**

Nous avons utilisé Google Forms pour la compilation en ligne des réponses, facilitant ainsi la centralisation et le traitement des données. La période de collecte de donnée s'étend du 08/12/2025 au 13/02/2026.

- **Méthodes d'analyse des données**

Les données collectées et l'échantillon seront soumis à une analyse combinée :

METHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

Statistiques descriptives : Calcul des fréquences, pourcentages, moyennes et autres indicateurs de dispersion pour chaque variable du questionnaire. Cela permettra de broser un tableau précis des caractéristiques de l'échantillon, de l'utilisation des services de microfinance et des impacts perçus.

Analyse qualitative : Les réponses aux questions ouvertes feront l'objet d'une analyse thématique. Cette approche permettra d'extraire des verbatim, d'identifier les préoccupations récurrentes, les besoins non satisfaits et les suggestions d'amélioration exprimées directement par les commerçantes, offrant ainsi une richesse de perspective qui complète les données quantitatives.

Cette méthodologie garantit une exploration rigoureuse et nuancée de l'impact du crédit des SFD, en s'appuyant à la fois sur des indicateurs chiffrés et sur la voix des bénéficiaires.

METHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

Difficultés rencontrées

Au cours de la phase d'administration des questionnaires, l'équipe d'enquête a fait face à des défis significatifs, particulièrement auprès des commerçantes des marchés de Grand Lomé. Une résistance notable a été observée, la quasi-totalité de ces dames n'ayant pas souhaité participer à l'enquête.

Les principales raisons invoquées par ces participantes potentielles se rapportent à un sentiment de non-respect d'engagements antérieurs :

- **Promesses non tenues** : Les commerçantes ont exprimé leur déception concernant des promesses faites par des Directeurs Généraux (DG), notamment des visites sur les marchés qui n'auraient pas eu lieu.
- **Doléances non résolues** : Des préoccupations majeures, telles que le passage des tontiniers le samedi et des problèmes de vol liés aux tontines, n'auraient pas été résolu, laissant les participantes frustrées et méfiantes.

SECTION 1 : PROFIL DES CLIENTS/MEMBRES INTERROGÉS

Analyse des résultats de l'enquête

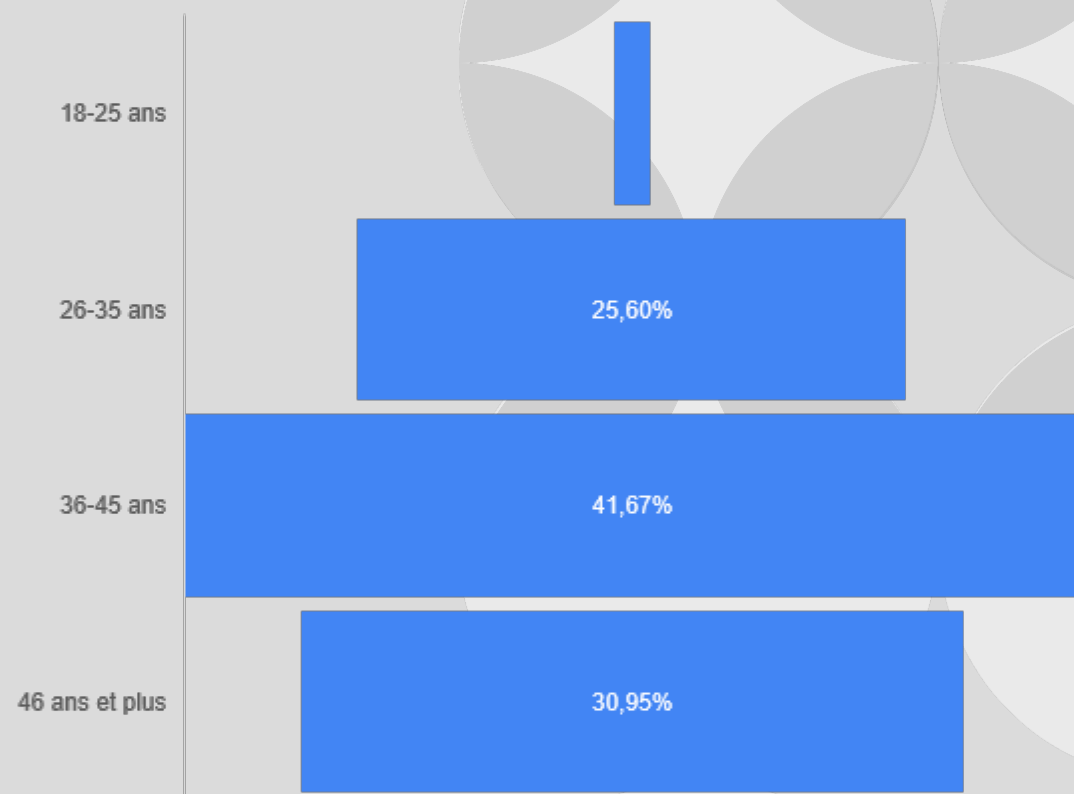


PROFIL DES CLIENTS/MEMBRES INTÉRROGÉS

1. Âge des répondants

Le graphique montre que la majorité des commerçantes enquêtées se situe dans les tranches d'âge 36–45 ans (**41,67 %**) et 46 ans et plus (**30,95 %**), suivies de celles âgées de 26–35 ans (25,60 %). La tranche 18–25 ans reste très faiblement représentée dans l'échantillon de 1 680 répondantes.

Cette répartition indique que les activités commerciales dans les grands marchés sont principalement exercées par des femmes adultes disposant déjà d'une certaine expérience. Le crédit des SFD semble donc davantage soutenir des activités économiques déjà établies plutôt que favoriser l'entrée des plus jeunes dans le commerce.



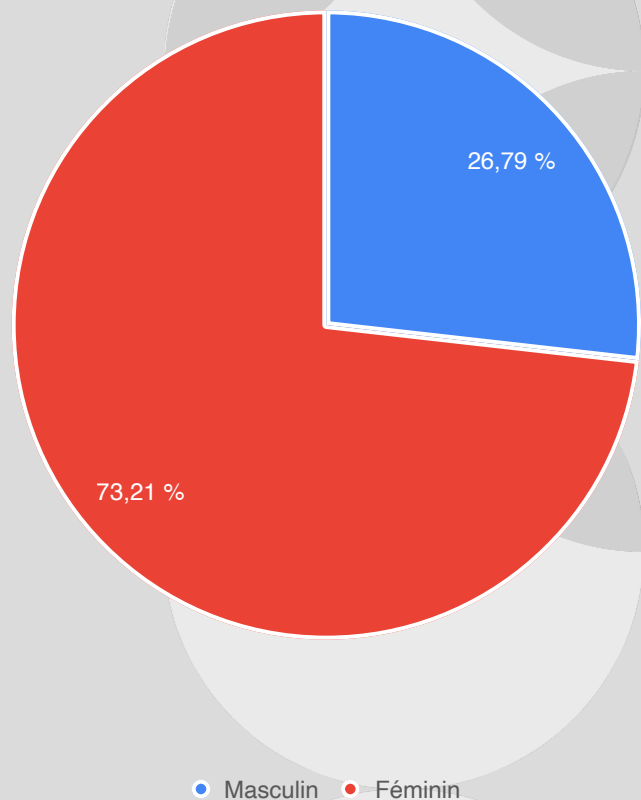
PROFIL DES CLIENTS/MEMBRES INTÉRROGÉS

5. Sexe des répondants

Le graphique relatif au sexe des répondants montre que **73,21 %** des personnes enquêtées sont des femmes, contre **26,79 %** d'hommes.

Cette répartition met en évidence une forte prédominance des femmes parmi les commerçants des grands marchés concernés par l'enquête. Elle reflète également le rôle central des femmes dans les activités commerciales de détail et leur forte implication dans les dispositifs de financement proposés par les SFD.

Cela suggère que le crédit octroyé par ces institutions contribue principalement au soutien et au développement des activités économiques féminines, avec des effets potentiels sur l'amélioration des conditions de vie des ménages.



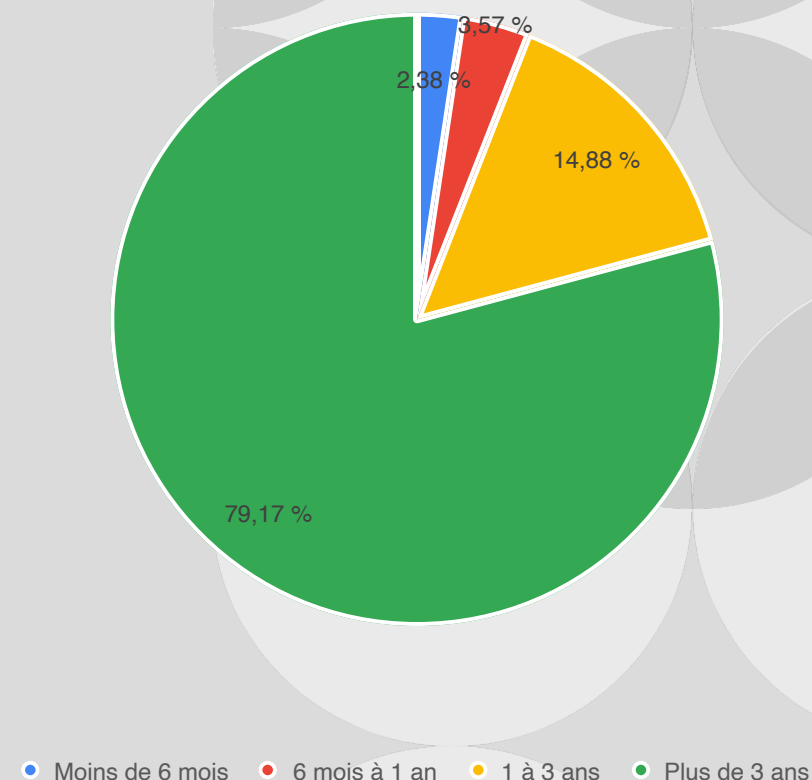
PROFIL DES CLIENTS/MEMBRES INTÉRROGÉS

2. Depuis combien de temps utilisez-vous les services de microfinance ?

Le graphique montre que **79,17 %** des répondants utilisent les services des SFD depuis plus de 3 ans, contre 14,88 % depuis 1 à 3 ans, 3,57 % depuis 6 mois à 1 an et 2,38 % depuis moins de 6 mois.

Cette répartition indique que la grande majorité des commerçantes entretient une relation relativement ancienne avec les institutions de microfinance.

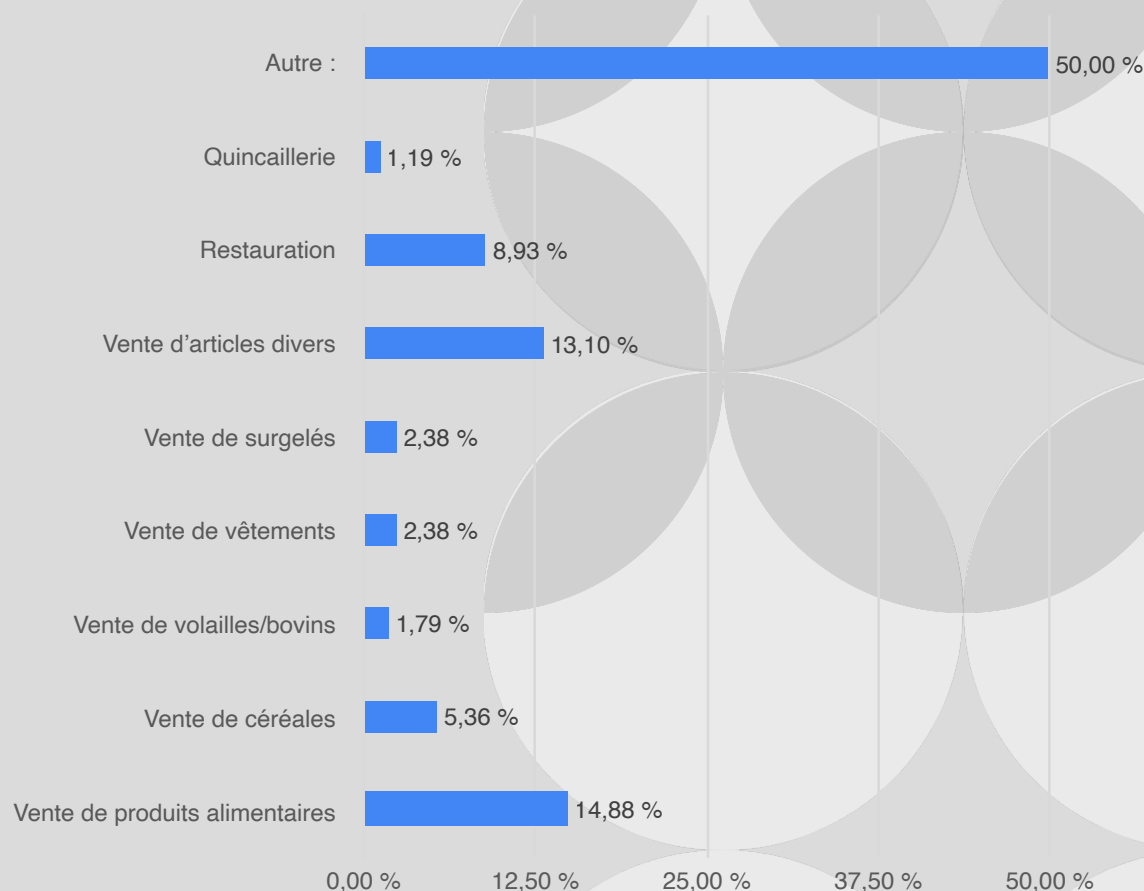
Cela traduit une certaine fidélité aux services des SFD et suggère que ces institutions jouent un rôle durable dans le financement des activités commerciales. La faible proportion de nouveaux utilisateurs pourrait toutefois indiquer une intégration progressive des nouveaux clients ou un accès encore limité pour certains acteurs du marché



PROFIL DES CLIENTS/MEMBRES INTÉRROGÉS

3. Quelle est votre activité principale sur le marché ?

Cette répartition met en évidence la prédominance des activités commerciales de petite échelle et fortement diversifiées dans les grands marchés. La part importante de la catégorie « autres » (50%) traduit la variété des petits métiers exercés par les commerçantes. La présence notable du commerce de produits alimentaires (14,88%) et d'articles divers (13,10%) indique également que les crédits des SFD soutiennent principalement des activités liées à la consommation quotidienne, qui constituent souvent la base des revenus des ménages.

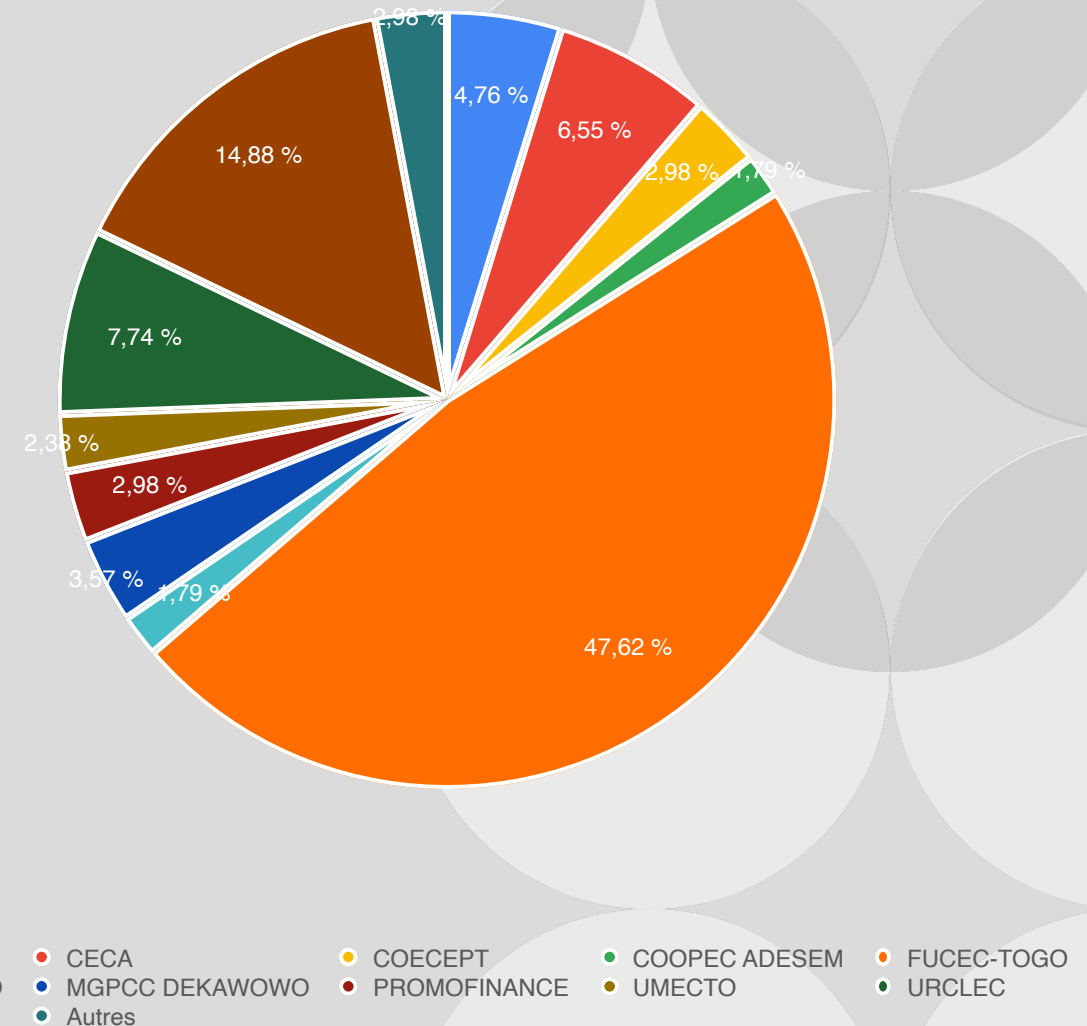


PROFIL DES CLIENTS/MEMBRES INTÉRROGÉS

4. De quelle institution êtes-vous membre ?

Le graphique montre que 47,62 % des répondants sont clients de la FUCEC-TOGO, suivis de WAGES (14,88 %), URCLEL (7,74 %) et CECA (6,55 %). Les autres institutions représentent des parts plus faibles, notamment AFP (4,76 %), MGPCC DEKAWOWO (3,57 %), tandis que les autres SFD se situent chacun entre 1 % et 2 %.

Cette répartition met en évidence la forte présence de certaines grandes institutions de microfinance dans le financement des commerçantes des grands marchés. La prédominance de la FUCEC-TOGO suggère une couverture et une implantation importantes auprès de cette catégorie d'acteurs économiques.

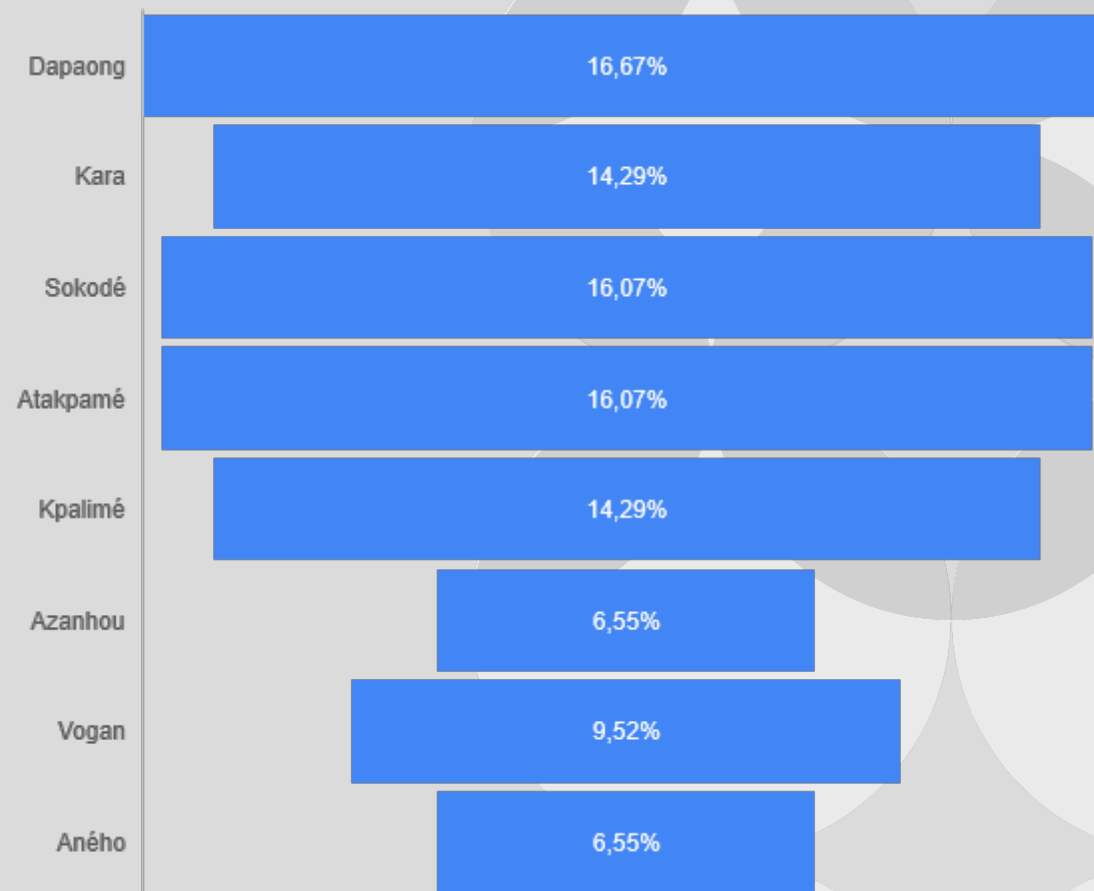


PROFIL DES CLIENTS/MEMBRES INTÉRROGÉS

6. Marchés des répondants

Le graphique montre une répartition relativement équilibrée entre plusieurs grands marchés du pays. Les parts les plus importantes sont observées à Dapaong (16,67 %), Sokodé (16,07 %) et Atakpamé (16,07 %), suivis de Kara (14,29 %) et Kpalimé (14,29 %).

Cette répartition montre que l'enquête couvre plusieurs pôles commerciaux importants du pays, permettant ainsi de prendre en compte des réalités économiques variées selon les localités. La présence significative des répondants dans différents marchés suggère que l'analyse de l'impact du crédit des SFD repose sur un échantillon géographiquement diversifié, ce qui renforce la représentativité des résultats de l'enquête.

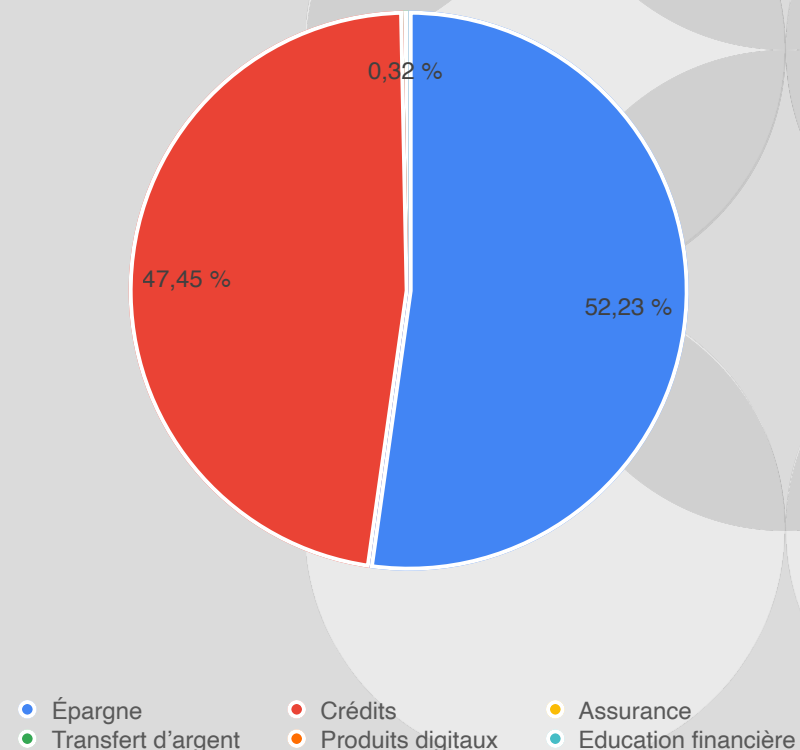


PROFIL DES CLIENTS/MEMBRES INTÉRROGÉS

7. Quels produits ou services utilisez-vous ?

Le graphique montre que l'épargne (52,23 %) et le crédit (47,45 %) constituent les principaux services sollicités par les répondants auprès des SFD. En revanche, le transfert d'argent reste très marginal (0,32 %), tandis que les produits digitaux, l'éducation financière et l'assurance sont pratiquement inexistantes dans l'utilisation des services.

Cette répartition indique que les relations entre les commerçantes et les institutions de microfinance reposent essentiellement sur les services financiers traditionnels, notamment l'épargne et le crédit. La très faible utilisation des autres services suggère une diversification encore limitée de l'offre ou une faible appropriation de ces produits par les clients.



SECTION 2 : RELATION AVEC LES SFD ET LE CRÉDIT

Analyse des résultats de l'enquête

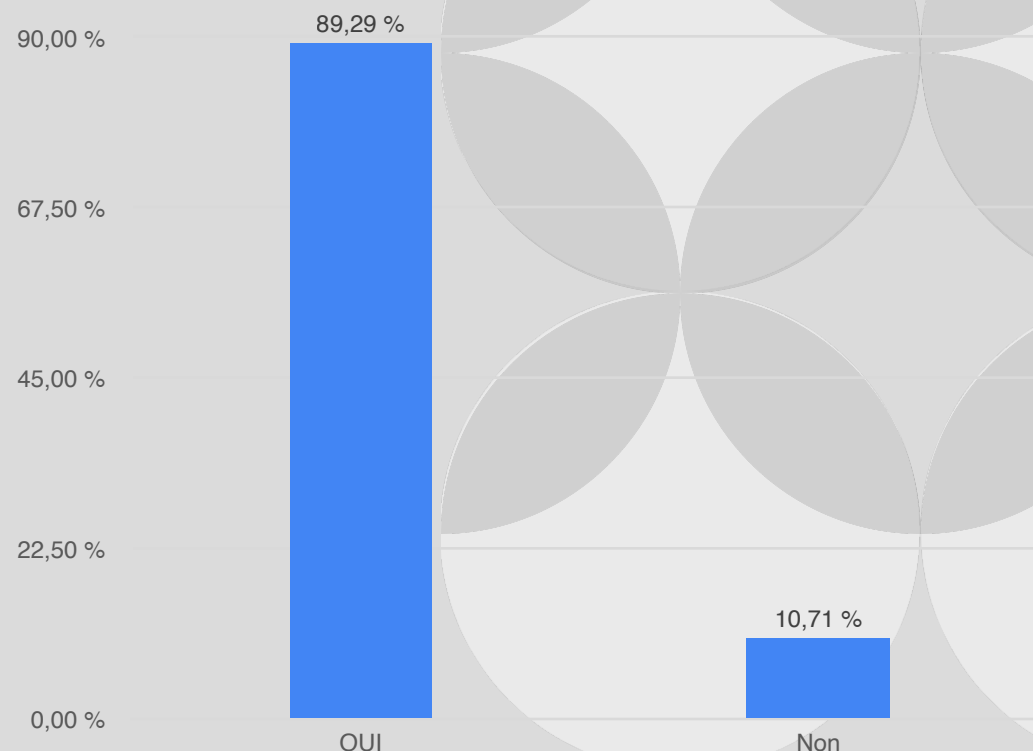


RELATION AVEC LES SFD ET LE CRÉDIT

8. Avez-vous déjà sollicité un crédit auprès d'un SFD ?

Le graphique relatif à la sollicitation du crédit auprès des SFD montre que 89,29 % des répondants déclarent avoir déjà sollicité un crédit, contre 10,71 % qui affirment ne l'avoir jamais fait.

Cette forte proportion indique que le recours au crédit constitue une pratique largement répandue parmi les commerçantes des grands marchés. Cela traduit l'importance des institutions de microfinance dans le financement des activités commerciales. Le crédit apparaît ainsi comme un levier essentiel permettant aux commerçantes de soutenir ou de développer leurs activités économiques.

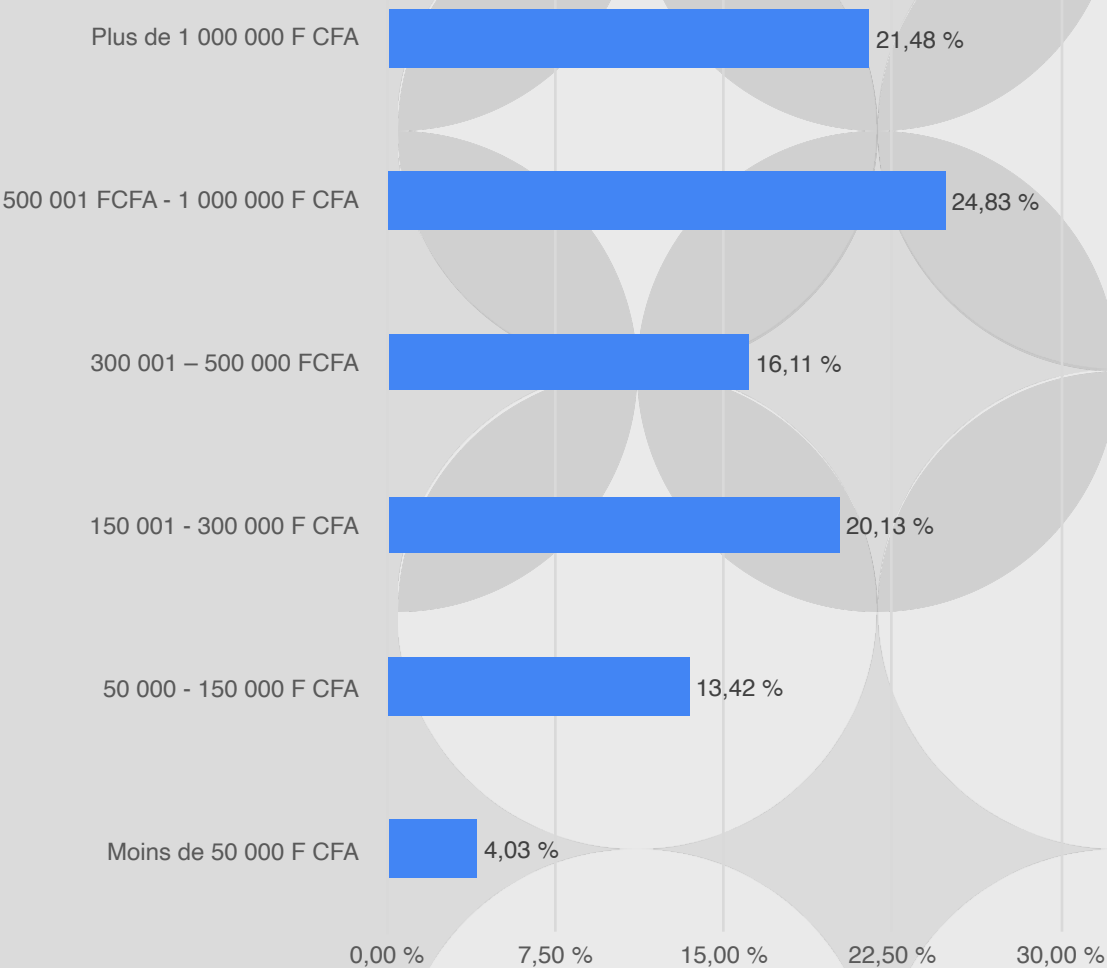


RELATION AVEC LES SFD ET LE CRÉDIT

9. Montant du dernier crédit obtenu

Le graphique montre que 24,83 % des répondants ont bénéficié d'un crédit compris entre 500 000 et 1 000 000 FCFA, tandis que 21,48 % ont obtenu un montant supérieur à 1 000 000 FCFA. Les autres bénéficiaires se répartissent entre 150 000 et 300 000 FCFA (20,13 %), 300 000 et 500 000 FCFA (16,11 %), 50 000 et 150 000 FCFA (13,42 %) et moins de 50 000 FCFA (4,03 %).

Cette répartition montre que les montants de crédit accordés aux commerçantes sont relativement variés, avec une concentration notable sur les montants moyens et élevés. Cela suggère que les SFD contribuent de manière significative au financement des activités commerciales, en permettant aux bénéficiaires de mobiliser des ressources financières parfois importantes.

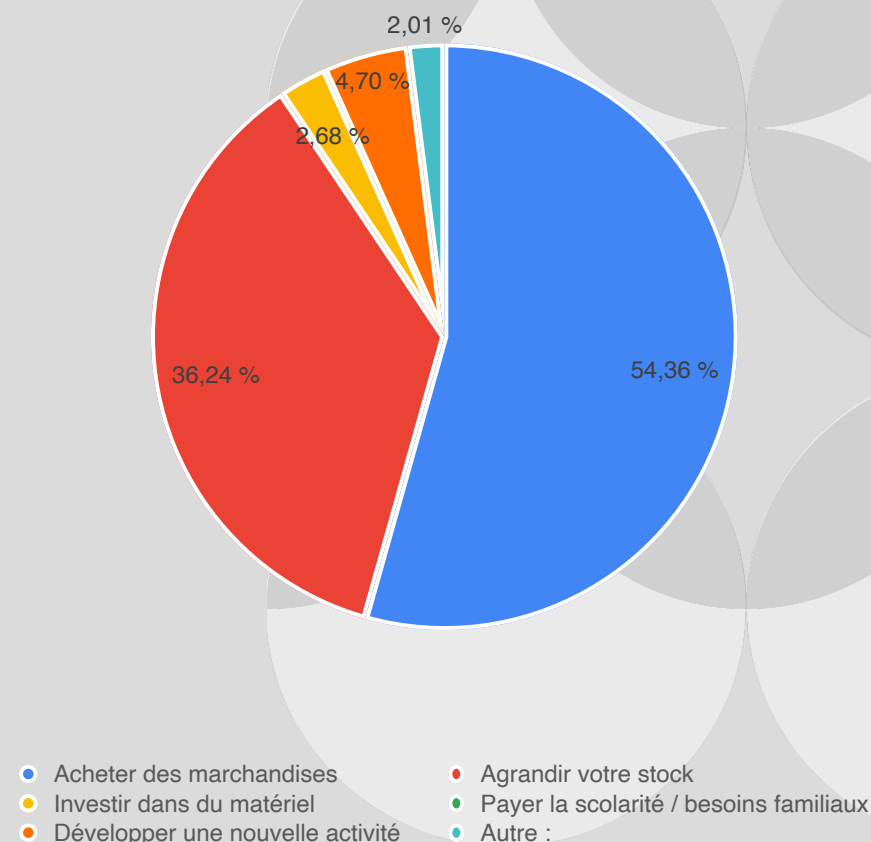


RELATION AVEC LES SFD ET LE CRÉDIT

10. Le crédit a-t-il été utilisé pour :

La majorité des commerçantes (54,36 %) utilisent le crédit principalement pour acheter des marchandises, suivies de celles qui l'emploient pour agrandir leur stock (36,24 %). Une petite minorité investit dans du matériel (2,68 %) ou développe de nouvelles activités (4,70 %).

Le crédit octroyé par les SFD semble surtout renforcer l'activité commerciale existante plutôt que de permettre une diversification ou une modernisation. Cela suggère que les femmes privilégient la consolidation de leur activité principale pour générer un revenu immédiat, plutôt que d'investir dans des projets à long terme ou du matériel, ce qui pourrait expliquer un impact direct mais limité sur l'expansion économique ou l'innovation dans leurs business.

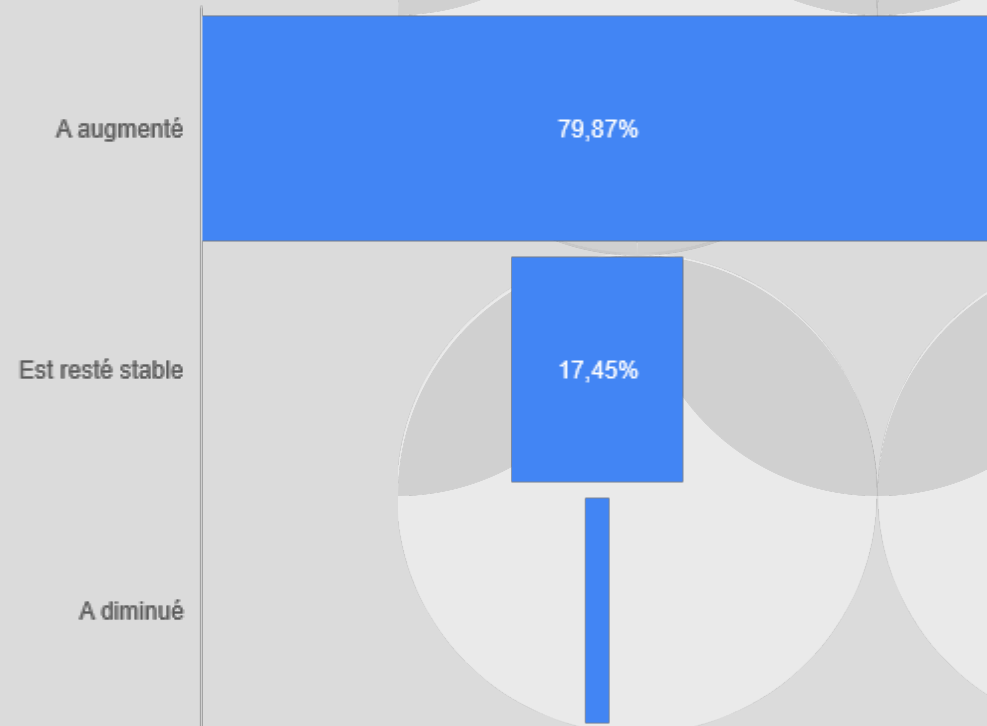


RELATION AVEC LES SFD ET LE CRÉDIT

11. Votre niveau de stock après le crédit

Après l'octroi du crédit, une large majorité des commerçantes (78,87 %) ont vu leur stock augmenter, 17,45 % le maintiennent stable et seulement 2,68 % ont connu une diminution.

Le crédit contribue clairement à renforcer la capacité d'approvisionnement des commerçantes. L'augmentation du stock traduit une meilleure disponibilité de marchandises pour répondre à la demande et potentiellement accroître le chiffre d'affaires. La stabilité observée pour certaines indique un usage prudent du crédit, tandis que la baisse marginale pourrait refléter des difficultés ponctuelles de gestion ou de vente. Globalement, le crédit agit comme un levier efficace pour soutenir la croissance immédiate de l'activité commerciale.

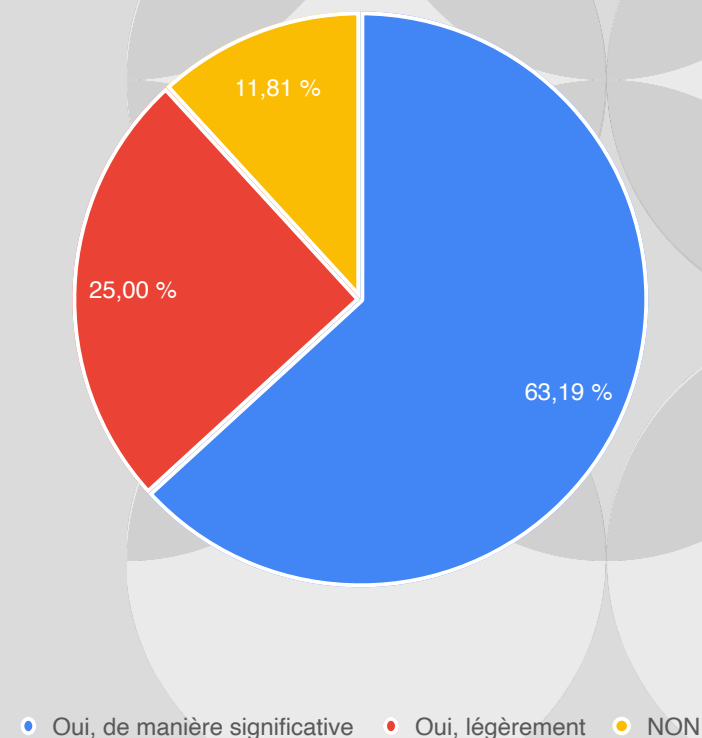


RELATION AVEC LES SFD ET LE CRÉDIT

12. Le crédit vous a-t-il permis d'améliorer votre situation personnelle ou familiale ?

La majorité des commerçantes (63,19 %) estiment que le crédit a nettement amélioré leur situation personnelle ou familiale, 25 % notent une amélioration légère, tandis que 11,81 % déclarent ne pas avoir constaté de changement :

Le crédit semble avoir un impact positif sur le bien-être des bénéficiaires, en améliorant leurs conditions de vie ou celles de leur famille. La forte proportion de réponses positives indique que le financement soutient non seulement l'activité économique mais aussi le confort ou la sécurité financière au quotidien. Cependant, le quart des répondantes qui ne perçoivent qu'une amélioration légère et la minorité insatisfaite suggèrent qu'il existe encore des limites, peut-être liées au montant du crédit, à la gestion ou aux contraintes extérieures.

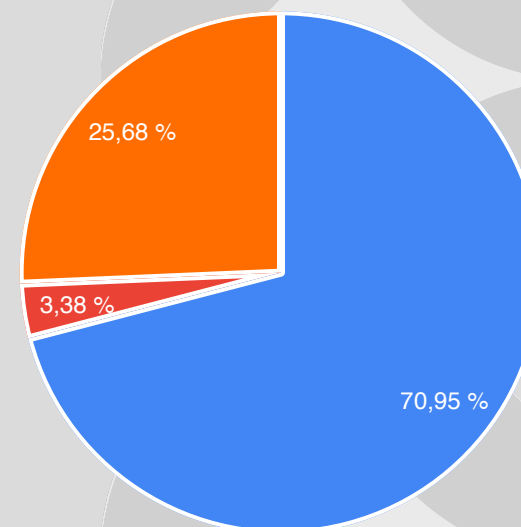


RELATION AVEC LES SFD ET LE CRÉDIT

13. Grâce au crédit, avez-vous réussi à :

La majorité des commerçantes (70,95 %) ont utilisé le crédit pour financer la scolarité de leurs enfants. Une minorité l'a consacré à améliorer l'alimentation du foyer (3,38 %), tandis que 25,68 % l'ont utilisé pour d'autres besoins.

Le crédit joue un rôle significatif dans le soutien éducatif des familles, renforçant l'investissement dans le capital humain. L'usage limité pour l'alimentation suggère que les commerçantes privilégient des dépenses à plus long terme ou stratégiques pour la famille plutôt que des besoins quotidiens. La catégorie « autres » montre une certaine flexibilité dans l'usage des fonds, reflétant des priorités variées selon les situations personnelles, mais toujours orientées vers l'amélioration du bien-être familial ou des activités économiques.



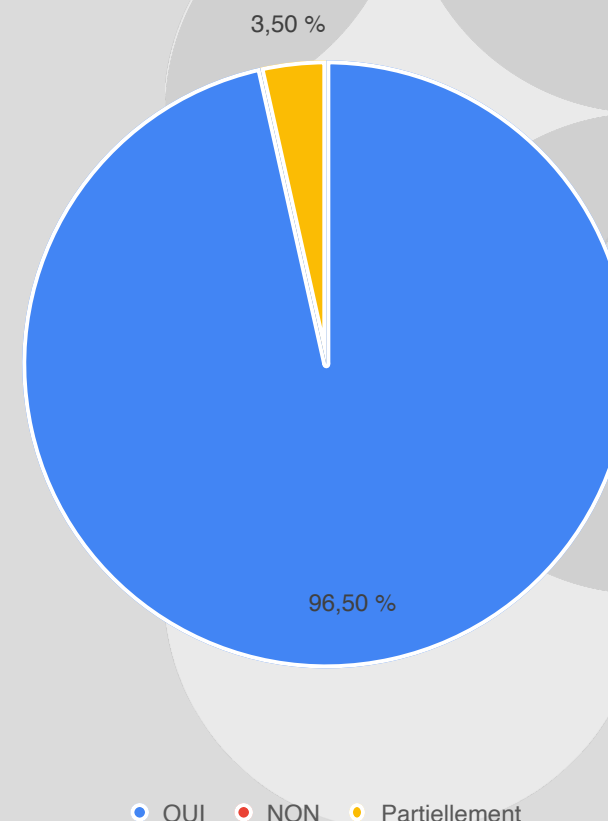
- Financer la scolarité des enfants
- Améliorer l'alimentation au foyer
- Gérer des urgences de santé
- Améliorer le logement
- Autre :

RELATION AVEC LES SFD ET LE CRÉDIT

14. Le crédit a-t-il renforcé votre autonomie financière ?

Presque toutes les commerçantes (96,50 %) estiment que le crédit a renforcé leur autonomie financière, 3,50 % considèrent l'effet partiel, et aucune ne signale un effet négatif.

Le crédit agit comme un véritable levier d'autonomie pour les femmes, leur permettant de mieux gérer leurs revenus et de prendre des décisions financières plus indépendantes. L'effet quasi unanime souligne que l'accès à ces ressources change concrètement la capacité des commerçantes à contrôler leurs affaires et leurs finances personnelles. L'effet partiel pour quelques-unes peut refléter des contraintes de marché ou des montants de crédit limités, mais globalement l'impact sur l'émancipation économique est fort et tangible.

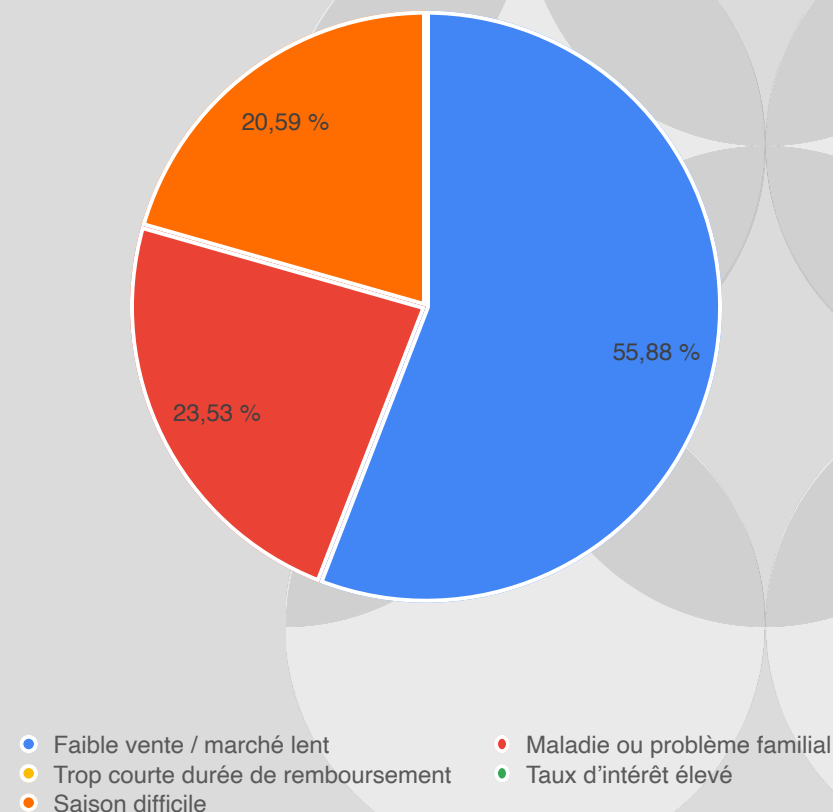


RELATION AVEC LES SFD ET LE CRÉDIT

15. Quelles sont les principales difficultés de remboursement de votre crédit ?

Les principales difficultés rencontrées pour le remboursement du crédit sont la faible vente ou un marché lent (55,88 %), suivie des problèmes de santé ou familiaux (23,53 %) et des saisons économiques difficiles (20,59 %). Aucune commerçante n'a mentionné la courte durée de remboursement ou le taux d'intérêt comme obstacle.

Les obstacles au remboursement sont principalement liés aux aléas du commerce et à la vie personnelle plutôt qu'aux conditions du crédit lui-même. Cela montre que même avec un financement adéquat, la réussite dépend fortement de la dynamique du marché et de la stabilité familiale.

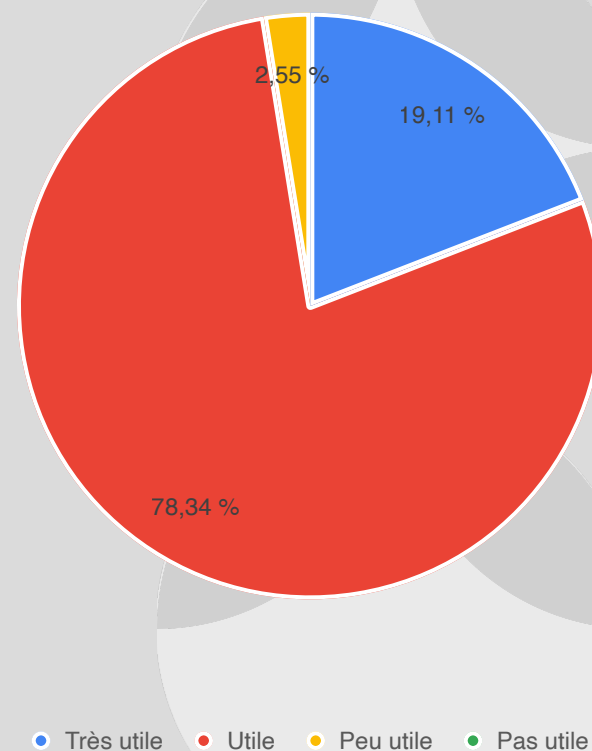


RELATION AVEC LES SFD ET LE CRÉDIT

16. Globalement, pensez-vous que le crédit des SFD est utile pour les vendeuses/vendeurs des marchés ?

La quasi-totalité des commerçantes considère le crédit des SFD comme utile : 19,11 % le jugent très utile, 78,34 % utile, 2,55 % peu utile, et aucune ne le considère inutile.

Le crédit est perçu comme un outil essentiel pour soutenir l'activité commerciale et améliorer les conditions de vie des commerçantes. L'adhésion massive montre que ces financements répondent à un besoin réel et apportent un soutien concret. La minorité qui le juge peu utile pourrait refléter des expériences ponctuelles de difficultés ou des besoins spécifiques non couverts par le crédit, mais globalement, son impact est largement positif et reconnu par la majorité des bénéficiaires.

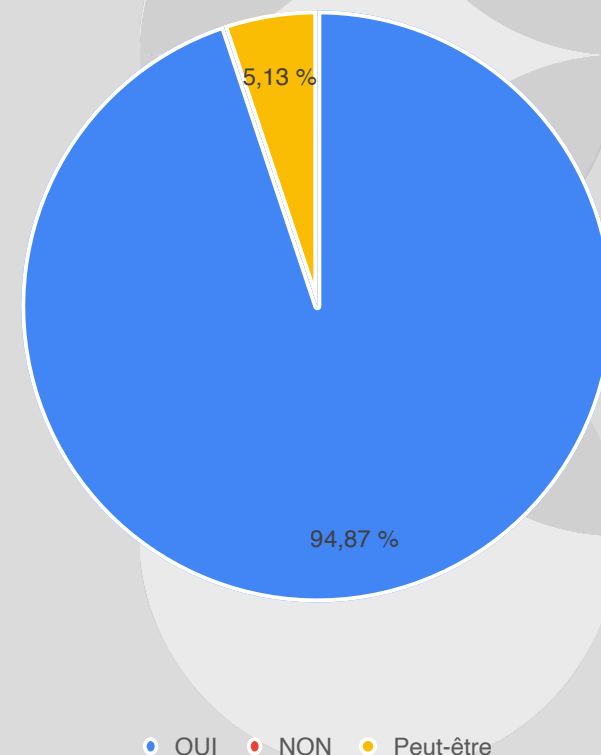


RELATION AVEC LES SFD ET LE CRÉDIT

17. Seriez-vous prêt(e) à reprendre un crédit dans le futur ?

Une écrasante majorité des commerçantes (94,87 %) se déclarent prêtes à reprendre un crédit à l'avenir, 5,13 % hésitent, et aucune ne refuse catégoriquement.

La forte disposition à recourir de nouveau au crédit montre la confiance des commerçantes dans ce mécanisme de financement et son rôle perçu comme moteur de développement de leur activité. Même les quelques hésitantes témoignent d'une prudence naturelle plutôt que d'une insatisfaction. Globalement, cela confirme que les SFD jouent un rôle central dans la continuité et l'expansion de l'activité commerciale féminine dans les marchés.

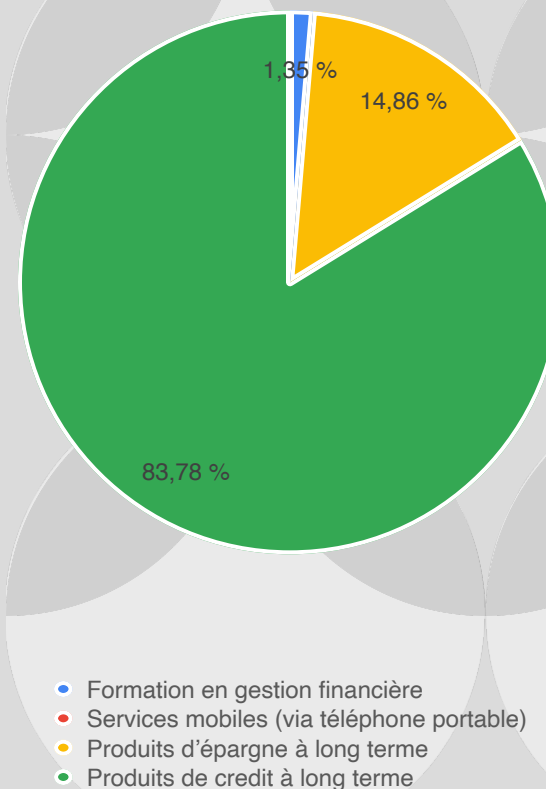


RELATION AVEC LES SFD ET LE CRÉDIT

18. Quels nouveaux services souhaiteriez-vous voir proposer par votre institution de microfinance ?

La majorité écrasante des commerçantes (83,78 %) souhaitent que leur institution propose des produits de crédit à long terme, 14,86 % privilégient des produits d'épargne à long terme, et une minorité (1,35 %) demande des formations en gestion financière.

Les besoins des commerçantes sont fortement orientés vers un accès élargi au crédit, en particulier pour des projets ou investissements à plus long terme, ce qui montre leur volonté de stabiliser et développer leur activité. L'intérêt pour l'épargne à long terme, bien que moindre, reflète un désir de sécurité financière. La faible demande de formation suggère que, pour l'instant, la priorité est davantage aux ressources financières directes qu'à la montée en compétences, mais cela pourrait évoluer avec l'expérience et la diversification des activités.



SECTION 3 : RECOMMANDATIONS ET PISTES D'AMÉLIORATION

Analyse des résultats de l'enquête



RECOMMANDATION ET PISTES D'AMÉLIORATION

À partir des avis exprimés par les commerçantes, plusieurs recommandations peuvent être formulées afin d'améliorer la qualité des services offerts par les SFD :

- 1 **Améliorer la célérité des services financiers**, notamment au niveau des opérations de caisse et du déblocage des crédits, afin de réduire les délais d'attente dans les agences
- 2 **Réexaminer la structure des coûts du crédit**, en particulier les taux d'intérêt et les frais d'assurance, dans l'optique de les rendre plus adaptés à la capacité de remboursement des commerçantes.
- 3 **Diversifier les services financiers numériques**, notamment par l'intégration des services de transfert d'argent et de monnaie électronique tels que Flooz et Yas.
- 4 **Adapter les conditions de remboursement des crédits**, en revoyant certains délais afin de mieux tenir compte des cycles d'activité commerciale des bénéficiaires.
- 5 **Améliorer l'organisation des horaires d'ouverture des agences**, en privilégiant la journée continue afin de faciliter l'accès des commerçantes aux services financiers.

Conclusion





CONCLUSION

L'évaluation montre que le crédit des SFD joue un rôle clé dans le renforcement de l'activité commerciale et l'amélioration des conditions de vie des commerçantes des grands marchés au Togo.

Il favorise l'augmentation des stocks, le financement de la scolarité des enfants et l'autonomie financière, tout en restant un outil largement apprécié et réclamé pour de futurs investissements.

Les principales limites restent liées aux aléas du marché et aux contraintes personnelles, mais l'impact global est clairement positif, confirmant que le crédit constitue un levier essentiel pour le développement économique et social de ces femmes.

Merci à vous

Direction APSFD-TOGO

Tel : +228 70 42 90 76

Numéro vert : 80 00 00 00

E-mail : apsfd_togo@yahoo.com

Lomé - Adidogomé