


L'économie sociale et solidaire face aux défis de l'innovation sociale et du changement de société



AXE 2 : Différences sectorielles et recompositions territoriales dans l'ESS confrontée aux nouvelles régulations et à l'injonction à innover

Atelier 2.3 Nouveaux outils : monnaies, microfinance, appuis à l'emploi

► **Titre de la communication :**

La diffusion de la finance solidaire : entre intéressement, alliances et différenciation.

► **Acronyme :**

[RSTUV]

► **Auteur :**

Amélie ARTIS
(ESEAC, Sciences Po Grenoble)

XIIèmes Rencontres du RIUESS
6 au 8 juin 2012 à Nantes

« La diffusion de la finance solidaire : entre intéressement, alliances et différenciation »

Amélie Artis, (ESEAC- IEP de Grenoble)

Docteur en sciences économiques

amelieartis@yahoo.com

Organisme d'affiliation : ESEAC / Sciences Po Grenoble

Résumé :

Cette communication vise à étudier le processus de diffusion de la finance solidaire dans le système financier. Bien que la finance solidaire représente une partie marginale des flux financiers à travers le monde, elle est aujourd'hui présente dans l'offre de services financiers de très nombreux opérateurs financiers avec un nombre croissant de produits labellisés par exemple. Cette diffusion repose sur un processus d'intéressement et de jeux d'alliances entre les acteurs, leur permettent avec souplesse d'ajuster les modalités des innovations. Ce processus conjoint d'adoption des principes et d'adaptation des attributs de la finance solidaire favorise la différenciation entre les agents financiers et la structuration d'un marché de clientèle.

Mots Clés : finance solidaire, innovation, différenciation, partenariat,

Classification JEL : G21, L30

XIIèmes Rencontres du RIUESS

6 au 8 juin 2012 à Nantes

« La diffusion de la finance solidaire : entre intéressement, alliances et différenciation »

Amélie Artis, (ESEAC- IEP de Grenoble)

Depuis les années quatre vingt, la finance moderne a été source de nombreuses innovations. Pourtant, force est de constater que la plupart de celles-ci n'ont pas été toujours créées pour soutenir l'économie réelle ou pour améliorer le niveau de vie des populations, mais souvent pour créer des marchés de rente. Le développement de cette « haute finance » a aussi entraîné à sa marge des initiatives de finance solidaire ayant pour vocation soit de corriger les externalités négatives de sa « grande sœur » soit de transformer les règles du jeu. En effet, l'accroissement de la sélectivité de la finance moderne a accru les besoins de financements de projets économiques rationnés ce qui a encouragé la recherche d'innovations technologiques et organisationnelles pour développer une offre de financements solidaires.

La finance solidaire se caractérise par un système de relations sociales de financement qui réunifie des relations monétaires et de lien social dans un ensemble cohérent. (Artis, 2012). A la différence d'une relation de financement classique, elle n'est pas une simple relation d'échange marchand anonyme et incertaine. Elle instaure un système complexe de relations financières et de formes de socialisation, qui s'exprime par des relations de confiance, des relations d'accompagnement et des relations financières.

La finance solidaire se caractérise par plusieurs innovations sociales¹ dans le domaine des relations financières telles que :

- la création de nouveaux outils financiers solidaires : des produits d'épargne solidaire (Cod'Adie, etc.), des produits d'investissement (titres participatifs, contrat d'association, etc.),
- l'émergence de nouvelles structures associatives et coopératives de financement (en France, l'ADIE, la NEF, la Caisse Solidaire Nord Pas de Calais, des plateformes de financement...), soutenues par certains réseaux bancaires coopératifs,
- la mise en place de nouveaux critères d'évaluation (Guérin I. Lapenu C. Doligez F. 2009)

Les objectifs de ces innovations étaient de créer des nouveaux espaces/circuits de financement pour des entreprises socialement responsables et créatrices d'emplois, tout en développant de nouvelles logiques socio économiques.

¹ Nous nous référons à la définition du Centre de recherche sur les innovations sociales (CRISES) de l'innovation sociale.

Alors qu'il semble admis que la finance solidaire ait été un laboratoire d'innovations sociales (Glémain, 2009), la question de la diffusion et des effets d'entraînements reste ouverte.

Aujourd'hui, la finance solidaire affirme sa place dans le paysage financier français et international avec une croissance ininterrompue de ses activités, pas seulement du microcrédit, aussi d'autres outils de financement (apports en capital), et de ses services d'épargne. En 2010 en France, l'encours des placements d'épargne solidaire a connu une croissance de plus de 47 % par rapport à 2008 pour atteindre 2,4 milliards d'euros début 2010 ; 507 millions de ces fonds sont directement investis par des organisations de finance solidaire (Finansol, 2010).

Parler de diffusion de la finance solidaire est donc pertinent. Néanmoins, il est indispensable de préciser la nature de la diffusion et en direction de quels acteurs économiques. La question a été principalement traitée par rapport aux emprunteurs. Par exemple, les impacts financiers de la microfinance montrent des résultats très mitigés (Doligez, 2002). La substitution avec l'usure, les réductions de taux ou l'amélioration des revenus existent dans certains contextes, mais les effets à plus long terme sont plus difficiles à prouver. Pourtant la propagation de l'outil de microcrédit, mis en œuvre par des opérateurs différents (associations, banques), est incontestable. Dès lors, notre propos est d'analyser la diffusion de la finance solidaire vers les autres acteurs économiques du système financier (établissements bancaires, sociétés financières, gestionnaires de fonds, etc.). Autrement dit, il s'agit d'analyser à qui profite les innovations initiées par la finance solidaire, comment elles se sont diffusées dans la finance inclusive et la finance traditionnelle et si cette diffusion respecte les finalités originelles de la finance solidaire. Dès lors on peut s'interroger si le changement d'échelle, appelé par les acteurs, ne soit pas à la source d'instabilités et de perte de sens.

La littérature sur l'innovation est dominée par l'approche économique qui permet de comprendre pourquoi les entreprises innovent. Dans cette communication, au vue des caractéristiques de la finance solidaire, il nous a semblé pertinent d'interroger la manière dont la finance solidaire se diffuse dans un système financier, qu'elle critique et dont elle fait partie. Dès lors, les analyses issues de la sociologie de l'innovation, en particulier le modèle de l'intéressement (Akrich, Callon, Latour, 1988), ont été mobilisées.

Méthodologiquement, cet article s'appuie sur des études de cas issues d'un travail de thèse en sciences économiques sur la finance solidaire. La collecte de données repose sur des données primaires obtenues par des entretiens semi-directifs (Artis, 2012) et sur des données secondaires provenant de sources documentaires des organisations de finance solidaire et d'organisations professionnelles du secteur bancaire et financier (Novethic, Finansol, etc.). Le cadre théorique s'appuie plus traditionnellement sur une revue de littérature à la fois dans le domaine des sciences économiques (économie de l'innovation, économie industrielle, économie bancaire et financière) et dans le domaine de la sociologie (sociologie de l'innovation, sociologie économique).

Dans un premier temps, la combinaison de certaines approches économiques et sociologiques de l'innovation nous permettra de poser nos hypothèses de recherche, puis dans un deuxième temps, les composantes de la diffusion de la finance solidaire sont analysées, enfin, dans un troisième temps, nous interrogeons les avantages de cette diffusion.

Section 1 L'innovation : une affaire d'incitation et d'intéressement

Pour comprendre la question de l'innovation dans la finance solidaire, nous proposons de revenir sur l'approche schumpétérienne de l'innovation : d'une part cette approche est encore très présente dans la littérature contemporaine, et d'autre part elle introduit plusieurs dimensions – destruction, diffusion et différenciation. Or par rapport à l'innovation technologique schumpétérienne, la finance solidaire relève plus de l'innovation sociale, mettant en lumière autant la réponse aux besoins sociaux que l'action collective. Dès lors, les travaux de la sociologie de l'innovation nous permettent de mieux dégager les enjeux pour la finance solidaire. Dans un premier temps, nous développons le cadre théorique mobilisé puis dans un second temps, nous formulons nos propositions de recherche.

1.1 L'articulation entre innovation technologique, innovation sociale et intéressement

Concrètement l'innovation peut avoir plusieurs facettes : produits innovants, procédés innovants, organisations ou méthodes de travail, etc. (OCDE, 2005). Dans une approche linéaire, l'innovation se diffuse grâce à ses qualités intrinsèques, et les clients l'adoptent par imitation, les produits se suivent et se transforment par étapes successives.

Les travaux de Schumpeter ont une place significative dans la littérature théorique sur l'innovation car ils explorent le comportement et les motivations des agents économiques en faveur de l'innovation. L'innovation, comme processus de « destruction créatrice », induit du déclassement pour les anciens procédés, voire des transformations socio-économiques plus profondes comme l'introduction des NTIC dans l'organisation du travail.

Pour Schumpeter, l'innovation à la différence de l'invention, se caractérise par une mise à l'épreuve par l'utilisateur réussie (ou par une première transaction commerciale réussie). Autrement dit, il n'y a pas de bonne innovation qui ne se diffuse pas. L'innovation est donc sanctionnée par des usagers ou un marché, autrement dit l'innovation se définit comme la rencontre d'un besoin (réel ou potentiel), d'un marché et des solutions réalisables. Aussi, l'innovation est aussi un moyen pour les entreprises de se différencier et de créer des situations de rente pour les entrepreneurs novateurs sur des marchés concurrentiels.

Par ailleurs, l'analyse schumpétérienne met en lumière le rôle du crédit et du banquier dans le soutien à l'innovation, et cet apport a été réaffirmé dans les nouvelles théories de la croissance endogène. Or paradoxalement, les innovations financières ont pu être justifiées pour répondre aux besoins de financement des entreprises pour soutenir l'économie réelle alors qu'elles ont en fait favorisé des comportements spéculatifs, se désintéressant du financement de l'économie réelle et créant de nouveaux besoins sociétaux.

Depuis quelques années déjà, des travaux mettent en lumière l'innovation sociale (Harrison & Vézina, 2006) définie comme « un ensemble d'initiative prises par des acteurs sociaux qui produisent de nouveaux services par la mise en point de nouveaux types de rapports entre eux », (Harrison & Vézina, 2006 : 130), l'innovation sociale « concerne la coordination des relations entre les acteurs sociaux dévolus à la résolution des problèmes socio-économiques pour améliorer les performances et le bien-être des collectivités » (Harrison & Vézina, 2006 : 130).

Cette approche se différencie de la vision standard de l'innovation sur l'origine de l'innovation, celle-ci répond à un besoin social et non à un marché tout en soulignant l'importance des processus collectif d'appropriation, d'apprentissages et de diffusion.

En termes d'innovation sociale, la finance solidaire s'y intègre à double titre. En premier lieu, elle répond à des besoins de financement émanant de la société civile, soit en opposition à la logique dominante, soit en voulant intégrer des personnes n'ayant pas accès au crédit. En second lieu, elle constitue une évolution des représentations du monde bancaire, et à ce titre, elle véhicule une innovation des représentations d'un groupe social en particulier.

Il est alors pertinent d'articuler les approches économistes de l'innovation (pourquoi) et les approches plus sociologiques (comment).

La sociologie de l'innovation s'attache à comprendre les processus d'innovation à travers deux questions principales : qu'est ce qui fait le succès des innovations ? Comment se construit l'acceptation sociale et politique d'une technique ? Deux apports nous semblent importants pour comprendre les processus de la diffusion de l'innovation, au delà des intérêts stratégiques de la firme positionnée sur un marché concurrentiel, à l'image de l'entrepreneur schumpétérien. Le premier est de mettre en lumière les processus d'appropriation par les usagers, au delà des qualités intrinsèques des objets. S'appuyant sur la science des techniques, le processus d'innovation repose sur l'articulation avec un contexte technique et social (Akrich, Callon, Latour, 1988). De même, pour N. Alter (2005) le « *processus d'innovation obéit à des séquences qui représentent dans le temps, les formes d'appropriation d'une invention par le corps social* » (ALTER N., 2005, p. 39). Le second est de montrer l'importance de l'activité collective, par les jeux d'alliances, dans la diffusion réussie. De ce fait, l'innovation est considérée comme une activité collective, contrairement aux récits d'invention habituellement qui insistent sur l'inventeur, qui se joue au sein de l'organisation, avec les parties prenantes et avec l'environnement.

L'innovation est souvent rejetée par les autres agents car elle est « hors norme », aussi bien pour les innovations technologiques que les innovations sociales. Ainsi, le comportement des « pionniers » est considéré comme n'étant pas acceptable « *par les tenants de la norme* ».

Pourtant, la réussite de l'innovation dépend de la capacité de ses créateurs à la faire accepter par les autres agents (usagers, concurrents, régulateurs). Cette « *capacité réticulaire* » (ALTER N., 2005, p. 18) va lui permettre d'exploiter ses ressources pour développer et diffuser l'innovation. Autrement dit, les pionniers possèdent des réseaux d'influence. Ils ont aussi la capacité à faire adhérer une grande partie de la collectivité à la diffusion de l'invention tout en agissant contre l'ordre établi, c'est l'« *inversion des normes* » (ALTER N., 2005).

Le rôle de ces pionniers consiste à diffuser l'innovation qui s'inscrit dans une perspective collective. En effet, l'innovation se diffuse par la constitution d'un réseau d'alliés autour du projet, c'est « l'art de l'intéressement ». Ces alliances supposent des ajustements, des adaptations, voire une évolution du projet : celui-ci doit rencontrer l'intérêt de ceux dont il a besoin pour se diffuser² (Akrich, Callon, Latour, 1988). Il s'agit de construire de véritables dispositifs

² Nombreuses sont les projets qui échouent faute d'avoir pris en compte l'articulation avec les usages ou par leur trop grande fermeture aux usages imprévus. On peut prendre comme exemple des outils informatiques : ils sont souvent

d'intéressement dont le rôle est de stabiliser la définition des intérêts de chacun, de stabiliser les liens, de sceller les alliances. Ces dispositifs peuvent prendre des formes extrêmement diverses.

1.2 Hypothèses de recherche

A partir de ce cadre théorique, deux hypothèses sont formulées.

H1 : Même si les chiffres de la finance solidaire (épargne collectée, investissement réalisés) témoignent d'une activité marginale par rapport à l'ensemble de masses financières circulant sur les marchés financiers, plusieurs indicateurs (nombre de produits solidaires, labellisation, forum, partenariats, etc.) attestent de la diffusion et de l'institutionnalisation de la finance solidaire dans le secteur bancaire et financier.

L'approche sociologique définit le processus de diffusion par l'acceptation par le corps social de normes, jusqu'à une « inversion des normes » (Alter, 2005). Dans notre cas, deux normes, jusqu'alors inacceptables pour la profession dans son ensemble, sont acquises : d'une part, les emprunteurs pauvres remboursent avec des taux de recouvrement très satisfaisants, et d'autres part les épargnants acceptent une moindre rémunération de leur capital si elle est compensée par une plus value sociale ou des externalités positives pour la société, autrement dit les épargnants ont d'autres préoccupations que le rendement.

H 2 : Cette diffusion se traduit par des processus d'adoption et d'adaptation des pratiques socio-financières de la finance solidaire. Cette adoption-adaptation se stabilise sur un minimum commun d'attributs (plus value sociale, initiative économie/emploi, partenariat) qui fait l'objet d'ajustements.

Dans ce sens, la métaphore du jeu de scrabble proposé par Callon et Latour (1985) permet de mieux appréhender le processus de diffusion de l'innovation. En effet, l'adoption d'une innovation passe par l'articulation avec un contexte technique et social : en scrabble, rien ne sert d'avoir des mots de 7 lettres sur son chevalet, encore faut-il pouvoir les placer et gagner un maximum de points. On y trouve une même part d'aléatoire (les résultats de la recherche), de compétition, d'irréversibilité.

Dans le processus d'intéressement, l'innovateur ne peut à lui seul rassembler tous les acteurs et ressources nécessaires à son projet. Il va nécessairement avoir recours à des porte-parole qui vont lui servir de relais, mobiliser les ressources et les acteurs utiles, aider à reformuler le projet pour mieux les associer... Le choix des porte-parole est donc décisif.

Le nombre des organisations de finance solidaire et des produits atteste de cette adoption tandis que leur diversité révèle le phénomène d'adaptation. Le consensus est construit sur un nombre restreint d'attributs mais dont les déclinaisons sont très nombreuses et diverses, ce qui nourrit les controverses sur les finalités et les périmètres entre la finance solidaire, la finance sociale, la finance responsable et la microfinance.

L'enjeu de cette contribution est de mettre à l'épreuve ces propositions par l'analyse des processus d'émergence, de diffusion et d'institutionnalisation des innovations de la finance

des boîtes noires pour leurs utilisateurs qui ne disposent d'aucune prise pour les adapter aux spécificités de leur situation de travail, ou l'usage de kits d'énergie photovoltaïques ne permettant aucun bricolage pour les usagers.

solidaire, à la fois dans les activités d'épargne solidaire, d'investissements solidaires et de microcrédit.

Section 2 Le processus de diffusion de l'innovation : entre partenariats et compromis

Au début des années quatre vingt, de nouveaux produits d'épargne solidaire et d'organisations financières solidaires émergent. Par exemple, le Crédit Coopératif crée le fonds solidaire *FCP Faim et Développement*, l'épargnant place son capital ; à la fin de l'année il reverse une partie de la rémunération du capital au profit du Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement (CCFD). A partir de cette expérience, le Crédit Coopératif a développé une large gamme de produits bancaires solidaires : des cartes de paiement solidaires (Carte Agir), des livrets d'épargne solidaire (Livret Agir, Codesol, etc.), des placements de partage (FCP Faim et Développement, FCP Epargne Solidaire, etc.), des placements éthiques (SICAV Epargne Ethique Actions), des prêts écologiques.

Aujourd'hui, les produits d'épargne solidaire, la microfinance et les autres exemples de circuits courts de financement solidaire émanent d'établissements financiers conventionnels comme coopératifs, par des sociétés financières lucratives comme par des associations. Pourtant, cette diffusion n'est pas synonyme d'imitation ou de transformations radicales des règles de la finance, alors qu'implique cette diffusion ? Comment s'est-elle construite ?

Il semble indispensable dans un premier temps de revenir sur la nature des innovations- produits, organisationnelles, institutionnelles - dans la finance solidaire avant de pouvoir analyser dans un deuxième temps le processus de diffusion, enfin dans un troisième temps de comprendre le phénomène d'adaptation –d'adoption autour d'un compromis.

2.1 De l'innovation de produits aux innovations organisationnelles et institutionnelles

La finance solidaire émerge pour répondre aux besoins de financement d'entrepreneurs dépourvus de liens et de patrimoine familiaux mais aussi d'associations ou de projets collectifs à la recherche de nouvelles sources de financement. Face à ce renouveau de l'exclusion financière, des épargnants critiques vis-à-vis du modèle dominant s'organisent entre eux d'une part, et d'autre part, des organisations de l'économie sociale et solidaire s'associent pour développer de nouveaux circuits de financement.

D'abord, la finance solidaire a été à l'origine de la création de nouveaux outils financiers solidaires : des produits d'épargne solidaire (Cod'Adie, etc.), des produits d'investissement (titres participatifs, contrat d'association, etc.), dans lesquels la rentabilité financière n'est pas l'unique motivation. Ils reposent sur l'imbrication des revenus du capital, ressources marchandes, et des dons, ressources non marchandes, créant de nouvelles sources de financement pour les associations.

Puis, la finance solidaire se caractérise aussi par l'émergence de nouvelles structures associatives et coopératives de financement (en France, l'ADIE, la NEF, la Caisse Solidaire Nord Pas de Calais, des plateformes de financement...), soutenues par certains réseaux bancaires coopératifs,

Parmi les formes organisationnelles, quatre configurations coexistent :

- des circuits directs entre les épargnants et les emprunteurs tels que les clubs d'investisseurs solidaires,
- des sociétés financières solidaires proposant un circuit court (une seule intermédiation) entre les épargnants et les emprunteurs (Garrigue, La Nef, Autonomie & Solidarité, etc.),
- des structures associatives intermédiaires entre des emprunteurs et des bailleurs de fonds,
- des sociétés de garantie solidaire (France Active Garantie).

Ces configurations montrent l'influence significative de la participation des épargnants et le rôle des structures dans la médiation de la relation de financement solidaire.

Au niveau national, les financiers solidaires ont constitué une association professionnelle *Finansol* regroupant les acteurs de la finance solidaire dès 1995. Cette association a pour objet de promouvoir la finance solidaire par des actions de communication, de plaider auprès des pouvoirs publics, de labelliser les placements solidaires selon des critères de solidarité et de transparence, et de favoriser la coopération entre les organisations de la finance solidaire et les établissements bancaires et financiers engagés dans une démarche de solidarité. *Finansol* édite un sondage sur la visibilité de l'épargne solidaire auprès du grand public nommé *Baromètre des finances solidaires* ; elle coordonne des campagnes nationales d'appels à l'épargne solidaire avec la *Semaine de la finance solidaire* afin d'accroître la connaissance, la visibilité et la notoriété de la finance solidaire. Ce regroupement participe à la reconnaissance institutionnelle de la finance solidaire. La normalisation des pratiques vise une plus large mobilisation de l'épargne.

Pourtant des organisations de l'ESS continuent de transgresser les règles. Par exemple, le Crédit Coopératif a créé le concept de Contribution Volontaire sur les Transactions de Change (CVTC) afin de garantir des financements stables pour l'aide au développement dans le cadre des Objectifs du Millénaire pour le Développement. A partir du 1^{er} mars 2011, le Crédit Coopératif va donc reverser à des acteurs reconnus de l'aide au développement international 0.01% du montant total des opérations de change interbancaires traitées. A l'heure actuelle, seule cette banque propose ce service, les autres établissements bancaires étant encore dans l'attente.

Fondées sur des relations interpersonnelles et informelles, ces innovations se sont transformées en produits financiers solidaires dépersonnalisés afin d'essaimer et normaliser les valeurs de l'épargne solidaire. Ancrés dans une relation d'engagement militant personnalisée, les produits d'épargne solidaire établissent une relation de financement plus normalisée au profit d'associations.

La gestion des produits d'épargne et d'investissement solidaire (FCP, prêt d'honneur, microcrédit, fonds territoriaux) est organisée par des structures intermédiaires auxquelles sont associés les épargnants, les banques, les entreprises et les collectivités territoriales. Ces structures favorisent des relations de financement collectives dans laquelle plusieurs acteurs interagissent (emprunteurs, bénévoles, partenaires, etc.) et posent d'emblée la finance solidaire comme novatrice par rapport à la relation bancaire traditionnellement bilatérale.

Le développement des produits d'épargne solidaire témoigne d'une évolution des représentations et des normes des gestionnaires d'épargne. Pour le Crédit Coopératif, la logique des produits d'épargne solidaire est fondée sur une relation partenariale dans laquelle la banque met à disposition une réponse technique, qui se situe entre l'interpellation de la société civile et la solution apportée à la personne défavorisée (Bancel, 2010).

Par rapport aux formes d'émergence, ces innovations ont besoin de sortir du cadre de la relation affinitaire interpersonnelle différenciée pour s'incarner dans des produits et services dépersonnalisés et banalisés. Dans ce sens, elles ont dû consolider des partenariats locaux par l'essaimage de fonds solidaires plus standardisés et normalisés.

Ainsi, les innovations de la finance solidaire ont-elles formalisé de pratiques financières informelles (tontines, prêts communautaires) fondées sur des relations d'appartenance et de filiation ; elles ont développé des produits de financement standardisés tout en maintenant des relations interpersonnelles dans l'accompagnement entre les bénévoles et les emprunteurs et dans le cautionnement par la mobilisation de l'entourage de l'emprunteur tout en induisant une évolution des normes.

Aujourd'hui, les normes, telles la moindre rémunération en faveur de projets d'utilité sociale ou le taux de remboursement des personnes en précarité financière, sont admises par la profession bancaire et financière.

2.2 Des jeux d'alliances diversifiées

Aujourd'hui, l'investissement socialement responsable et les produits d'épargne de partage font partie des normes bancaires (Le Monde, 2006). La majeure partie des établissements bancaires en France ont noué un partenariat avec une association de microcrédit : par exemple, le Crédit Mutuel, le Crédit Coopératif, les Banques Populaires, les Caisses d'Epargne et, plus récemment, par BNP Paribas financent plus de 60% de l'encours des prêts de l'Adie. De même, l'association Finansol labellise depuis 1997 des placements d'épargne solidaire (actionnariat solidaire, livrets ou fonds solidaires proposés par les banques, compagnies et mutuelles d'assurance et fonds solidaires d'épargne salariale) selon des critères de solidarité et de transparence (Finansol). Parmi les 128 produits labellisés actuellement³, cohabitent les organisations de finance solidaire fondateurs et plusieurs établissements de crédit, qui proposent au moins un produit.

Bensebaa et Béji-Bcheur (2007) mettent en lumière trois phases chronologiques dans la diffusion : en premier, l'expérimentation mise en œuvre par des individus qui utilisent leurs réseaux interpersonnels pour détourner des produits financiers existants et les rendre accessible à de nouveaux publics selon des finalités différentes, puis le développement par la mise en place de partenariats avec des institutions publiques et des organisations de l'ESS conduisant à une sophistication technique des produits financiers solidaires et de leurs processus organisationnels et institutionnels, enfin, la diffusion par l'entrée des autres opérateurs bancaires et financiers sur ce marché. Ce découpage chronologique met en relief l'évolution des partenariats et des réseaux mobilisés, passant des réseaux affinitaires, à la collaboration avec les pouvoirs publics puis à la coopération avec des entreprises privées lucratives.

Au niveau local comme au niveau national, la finance solidaire essaye de dépasser le cercle des fondateurs, souvent des militants initiés, vers un plus large public. Ce passage de la relation affinitaire à la reconnaissance institutionnelle s'effectue par la création de règles communes et par le partage de valeurs avec des alliés.

Parallèlement, l'implication des banques coopératives dans les organisations de finance solidaire s'opère sous de nouvelles formes politiques (participation aux conseils d'administration et aux

³ Source provenant du site internet de Finansol (www.finansol.org) consulté pour la dernière fois en mai 2012.

orientations stratégiques des organisations, collaboration dans les comités d'engagement) et financières (mise en place de nouveaux produits bancaires d'épargne spécifiques, constitution de fonds solidaires, prise de participation, ouverture de lignes de crédit, cofinancement des projets, etc.). Des administrateurs de caisses s'investissent localement mais ce sont principalement les salariés qui participent régulièrement aux instances de décisions. Les réseaux bancaires coopératifs, du fait de leur histoire et d'un partage de valeurs communes, réaffirment leurs spécificités coopératives (sociétés de personnes, réinvestissement des profits dans des actions sociales, lien au territoire, gouvernance partenariale, ...) à travers les partenariats et le financement de la finance solidaire.

Les collectivités territoriales s'investissent aussi dans la création et la gestion des structures financières associatives et coopératives afin d'offrir des financements réservés aux activités implantées localement, de mobiliser l'épargne locale et de créer de nouveaux leviers d'actions (en dehors de la fiscalité) pour la création d'activité. Par exemple, la communauté d'agglomération grenobloise *La Métro* fut à l'origine de la création d'une association regroupant une plateforme d'initiatives locales du réseau France Initiative pour les chômeurs-créateurs et d'un fonds territorial de France Active pour les organisations de l'ESS. La communauté d'agglomération essaye d'orchestrer et d'organiser l'offre dynamique de finance solidaire sur le territoire avec l'appui des banques coopératives locales.

Alors que les précurseurs remettaient en cause les règles établies, les alliés de la deuxième phase ont participé à l'objectivation des normes, et les suiveurs, souvent des acteurs beaucoup plus puissants, se sont ré-appropriés les règles, attestant « *un processus d'institutionnalisation de normes venues du secteur de l'économie solidaire vers celui de l'économie conventionnelle capitaliste* » (Bensebaa et Béji-Bcheur, 2007, p 84).

Il y a donc un processus d'adoption de l'idée de finance solidaire, au sens de système partenarial de relations de financement et une adaptation des règles. Par exemple, le choix des modalités de la garantie (garantie personnelle ou garantie solidaire) ou de la participation financière des emprunteurs (taux d'intérêt nul ou pas) varient considérablement, les produits sont différents en terme de publics (créateurs-chômeurs d'entreprises, entreprises collectives, femmes –créatrices, etc.).

L'étude comparée entre les partenariats entre la Caisse d'Epargne Ile-de-France et l'ADIE Ile de France (France) et entre la Caisse Populaire Desjardins de Lévis et ACEF Rive-Sud (Québec) confirme nos propositions (Lapoutte, 2002) :

- les expérimentations sociales reposent sur une configuration organisationnelle et institutionnelle innovantes, qui se concrétisent par le partenariat ;
- le partenariat s'articule autour d'un consensus autour du besoin social, tout en acceptant la coexistence de logiques d'acteurs différentes, qui sont sur certains points en désaccords ; dès lors des ajustements, des arrangements, en un mot de la flexibilité sont indispensables. Autrement dit, il peut avoir un compromis alors que les valeurs intrinsèques des organisations soient en désaccords.
- les usagers (épargnants, micro-entrepreneurs) sont faiblement intégrés dans la construction des processus d'innovation : ils sont mobilisés directement dans la construction de leur cas individuel. Dans plusieurs cas, on observe des représentations intermédiaires (par des commissions d'administrateurs ou de salariés ou de partenaires) qui participent collectivement aux processus d'innovation.

L'analyse des « alliés » dans le processus d'intéressement révèle que les utilisateurs finaux (épargnants comme micro entrepreneurs) ne sont pas intégrés dans le processus ; on observe néanmoins dans les exemples de succès que des groupes intermédiaires représentant les usagers sont pris en compte, à l'image des confréries dans le développement du FCP « Faim et Développement » entre le Crédit Coopératif et l'association CCFD. Cette absence permet de comprendre la diffusion lente des produits de finance solidaire du fait de la difficulté à s'allier avec l'épargnant, celui-ci étant trop vague, trop généraliste et en même temps énigmatique. On observe aussi que les personnels de vente, en face-à-face avec les épargnants, sont aussi évincés du processus de diffusion, pouvant aussi s'interpréter comme un frein à la diffusion. De plus, le choix des alliés permet de comprendre aussi les logiques de diffusion territoriale. En effet, la finance solidaire ne suit pas une diffusion homogène au sein des territoires, avec une dynamique et une diffusion plus fortes dans des territoires déjà attractifs (Glémain et al, 2010).

Les difficultés pour atteindre les territoires les plus fragilisés peuvent s'expliquer par le manque de ressources locales (faiblesse de l'épargne locale), la présence de freins affinitaires, la défiance des populations vis-à-vis des opérateurs financiers. En effet, l'absence de l'acteur collectif « épargnant » dans certaines zones renvoie les emprunteurs vers des financements informels, familiaux et communautaires, au risque de payer des taux d'intérêts usuraires et de subir une forte pression sociale en cas de difficultés.

2.3 Un compromis autorisant des ajustements

La diffusion de la finance solidaire s'est opérée autour d'un consensus sur une délimitation restreinte de celle-ci, permettant aux partenaires et aux suiveurs de faire des ajustements. En effet, les alliances entre les parties prenantes de la finance solidaire induit une combinaison de logiques d'action différentes. Selon les auteurs des Economies de la Grandeur, la confrontation entre des logiques d'action relevant de mondes différents, n'aboutit par toujours à la dispute effective : un accord composite, le compromis, rend acceptable l'action sans nier la nature différente des personnes, des objets et de leurs qualités en présence (Boltanski & Thévenot, 1991 : 337-342).

La finance solidaire est fondée sur l'articulation de différentes logiques d'actions et de valeur. Ces logiques et ces valeurs (proximité, éthique, intersubjectivité) sont différentes des référentiels de la finance marchande spéculatrice (anonymat, lucrative, impersonnel). Cette différenciation par rapport à la finance marchande et capitaliste constitue le compromis fondamental de l'accord entre les parties prenantes de la finance solidaire. Ce compromis se concrétise par la création d'objets réels tels que le prêt d'honneur ou les produits d'épargne solidaire sur lesquels les partenaires s'accordent. Il est aussi fondé sur l'acceptation que la moindre rentabilité des projets est conditionnée à la préservation de l'équilibre et la rentabilité générale de l'organisation.

Ce compromis entre les logiques d'actions des parties prenantes se concrétise dans le discours de l'association professionnelle Finansol. Cette dernière propose une définition acceptée par tous les membres de la finance solidaire et formalise la combinaison de différentes logiques d'actions⁴.

⁴ Nous notons en italique les mots les plus significatifs de chaque monde, et nous leur appliquons un indice pour montrer son appartenance à un monde : d pour domestique, i pour industriel, m pour marchand, c pour civique.

« A la différence de la finance orientée vers la recherche exclusive du profit, la finance solidaire participe à une économie réelle centrée sur la *personne humaine*^d au profit d'une meilleure *cohésion sociale*^c. La finance solidaire permet une *relation*^d entre la personne qui fait *fructifier*^m son *épargne*ⁱ de manière *solidaire*^c et l'*entrepreneur*^m d'*activités*ⁱ *solidaires*^c. Finansol *fédère*^c les financeurs solidaires et des établissements financiers. Sa mission est de développer *la solidarité*^c dans l'*épargne*ⁱ et la *finance*ⁱ » (extrait de la présentation générale de Finansol, site internet de l'association).

Cependant, l'association supérieure de la finance et de la solidarité demeure vulnérable, étant donné que certaines représentations de la finance solidaire présentent des incompatibilités fortes (Artis, 2012).

Ainsi, le modèle d'adoption –d'adaptation de la finance solidaire se fonde sur un consensus resserré autour de quelques caractéristiques – soutien à l'initiative économique, le partenariat et la plus value socio-financière- repris par différentes organisations financières. L'adaptation met en lumière des éléments de différenciation : publics, entreprises, territoires, etc.

Facteurs de différenciation	Caractéristiques du consensus	Facteurs d'indifférenciation
Publics financés : associations, créateurs d'entreprises, etc.	Soutien à l'initiative économique	Nature de l'opérateur financier
Formes d'entreprises soutenues	Partenariat	Modalités du financement (prêt, capital risque)
Territoires d'action	Plus value socio-financière-	

Cette modalité de diffusion est souple, permettant d'intéresser de nouveaux acteurs sur le marché des produits de la finance solidaire, en leur offrant des espaces de différenciation dans un marché très concurrentiel comme le marché de l'épargne.

Section 3 De l'innovation à la différenciation

La diffusion des innovations de la finance solidaire répond aux besoins de différenciation des acteurs financiers pour l'emprunteur et l'épargnant. De plus, du fait de la concurrence sur le marché des produits financiers, les opérateurs financiers (établissements de crédit, institutions financières, compagnie d'assurance, etc.) sont à la recherche de produits de différenciation, ayant comme caractéristique de personnaliser la relation avec le client, afin de renforcer des barrières à l'entrée. Ainsi, le choix des partenariats avec les associations sont déterminantes dans cette course au marché de niche.

Pour l'emprunteur, l'organisation du marché de la finance solidaire se caractérise par une faible concurrence entre les intermédiaires financiers solidaires qui s'explique par la présence de barrières à l'entrée de différentes natures et une différenciation importante ; ces attributs impliquent de redéfinir le marché de la finance solidaire comme un marché spécifique : un « *marché de clientèle* » au sens d'Okun (1981).

Les spécificités du marché de clientèle de la finance solidaire impliquent des barrières à l'entrée de nature endogène et informationnelle. L'offre de financement solidaire est un produit sur mesure coproduit dans le cadre d'une relation de service et d'un contrat implicite. Par conséquent, la nature relationnelle du financement solidaire induit que l'intermédiaire financier solidaire dispose d'une rente informationnelle interne qui lui confère des avantages par rapport à ces concurrents.

Les caractéristiques financières (montant du financement, taux d'intérêt, garanties) sont intrinsèquement liées aux profils de l'emprunteur, à l'évaluation faite par l'intermédiaire financier et à la relation de confiance existante, rendant la relation unique. Le processus de financement dans la finance solidaire favorise la différenciation entre les demandeurs de prêts à la source d'une spécificité du produit financier.

Une première différenciation s'appuie sur les profils des emprunteurs. Mesquita (2009) corrobore la présence d'une segmentation de la finance solidaire en Haute Normandie. Il s'agit d'une recherche statistique sur un sous ensemble, celui des associations de prêts solidaires inférieurs à 15 000 euros. Il est démontré que l'association de microcrédit choisira une clientèle plutôt jeune, sans emploi, avec peu de diplôme et appartenant le plus souvent au secteur du BTP tandis que l'association de prêt d'honneur choisira une clientèle plutôt âgée dont la difficulté d'accès à l'emploi est peu prononcée et avec un niveau d'études plus élevé que les clients du microcrédit. En outre, ces clients appartiennent essentiellement au secteur du commerce et des activités de services. Cette segmentation par caractéristiques socio-économiques de la clientèle est renforcée par les outils et les procédures de financement.

Par ailleurs, on constate que les organisations de finance solidaire se spécialisent en fonction de deux variables financières différentes. Le premier niveau de spécialisation s'opère en fonction des opérations financières : soit la distribution de prêts solidaires, soit l'apport en capital risque solidaire. Par exemple, les associations se spécialisent dans la distribution de prêts solidaires tandis que les sociétés financières privilégient les apports en haut de bilan. Le second niveau de différenciation s'effectue par le niveau des montants investis : les financements inférieurs à 15 000 euros d'une part, et les financements supérieurs à 15 000 euros d'autre part.

Dans le cas du financement de l'activité productive des entrepreneurs individuels rationnés (tel le microcrédit professionnel), les banques et les organisations de la finance solidaire s'orientent majoritairement vers une logique de complémentarité selon les caractéristiques de la clientèle, évitant alors la logique de concurrence. La finance solidaire facilite la médiation d'un côté entre les emprunteurs et les épargnants solidaires et de l'autre côté, entre ces agents et les réseaux bancaires afin de favoriser l'inclusion financière et bancaire. Les banques préfèrent renforcer leur partenariat avec les organisations de finance solidaire en reconnaissant leur savoir-faire face à certaines problématiques dans les relations financières. Ces partenariats accroissent la différenciation, selon des métiers différents et des méthodes d'évaluation extra financières.

Pourtant le positionnement par rapport à l'épargne est tout autre. Aujourd'hui, le comportement de l'épargnant reste méconnu avec des actions volatiles face à une offre très dense et assez homogène. La finance solidaire permet alors de personnaliser la relation financière avec son intermédiaire financier, à l'opposé de relations financières spéculatives très anonymes et désintermédiées. Le développement de produits d'épargne solidaire est porté par les établissements financiers conventionnels principalement et des institutions financières spécifiques pour qui les produits d'épargne solidaire sont aussi des produits d'appel pour cibler des épargnants volatiles ou réticents aux produits d'épargne plus classiques. Ils apportent aussi une meilleure connaissance de l'épargnant-client du fait de la personnalisation de la relation.

Conclusion

Les vagues d'innovations dans la finance se sont autant propagé sur marchés financiers et leurs produits dérivés, que sur la finance solidaire, dans une sorte de mouvement de balancier entre instabilité et stabilité, entre sphère réelle et sphère spéculative, entre proximité et détachement, entre les exclus et les mieux dotés.

Comme nous l'avons vu, la finance solidaire est porteuse d'innovations organisationnelles comme institutionnelles qui lui permettent de répondre à des besoins sociaux de financement. Ces innovations ont de fait impliqué des passerelles entre les organisations de finance solidaire, souvent de taille modeste, et de grands établissements bancaires. Certains observateurs semblent mettre en doute la diffusion de la finance solidaire dans le système financier dans sa globalité, en raison de la difficulté à prouver son apport pour les emprunteurs ou les épargnants et de la persistance de la crise.

Pourtant, l'idée de finance solidaire est présente dans l'offre de tous les acteurs financiers. Cette « inversion des normes » ne s'est pas traduite par une transformation ou un amoindrissement des processus de financiarisation en cours. Paradoxalement, on pourrait penser que cette diffusion participe à un renforcement partiel de la logique de financiarisation.

Nous avons pu montrer que sa diffusion dans le « milieu » s'est fait par la mobilisation d'alliés, en premier lieu les banques coopératives et d'autres (en particulier BNP Paribas), et en second lieu les collectivités territoriales. Néanmoins, la diffusion s'est faite par adoption, de l'idée de finance solidaire, et adaptation des règles et de normes qui en découlent. Ces ajustements, présents dans tout processus de diffusion, expliquent les controverses sur le périmètre de la finance solidaire, voire sur la coexistence d'une finance solidaire plus sociale ou plus commerciale. Dans tous les cas, la finance solidaire, ou du moins ces produits ou sa logique, est devenue un élément de différenciation des établissements financiers, soit pour capter une population d'emprunteurs rentables, soit pour séduire des épargnants plus volatiles et infidèles.

Ces innovations ne permettent pas de répondre pleinement à la problématique du financement local car des poches d'exclusion persistent alors que leur développement privilégie des territoires riches et dynamiques. L'absence d'épargnants et de formes de médiation adaptées, agissant comme acteurs collectifs sur ces territoires, freinent l'implantation de la finance solidaire.

Bibliographie

- Alter N., 2005, *L'innovation ordinaire*, Paris, PUF, Col. Quadrige
- Alter N. (2002) (dir), *Les Logiques de l'innovation : approche pluridisciplinaire*, Paris, La Découverte
- Akrich M., Callon M., Latour B., (1988), A quoi tient le succès des innovations, Premier épisode : L'art de l'intéressement, *Gérer et comprendre*, 11, pp. 4-17.
- Akrich M., Callon M., Latour B., (1988), A quoi tient le succès des innovations, Second épisode : L'art de choisir les bons porte-parole, *Gérer et comprendre*, 12, pp. 14-29.
- Artis A (2012), *La finance solidaire : analyse socio-économique d'un système de financement*, éditions Houdiard
- Bensebaa et Béji-Bcheur, 2007, Institutionnalisation et rationalisation des pratiques de RSE, *Finance Contrôle Stratégie*, 10(2), 63-95.

- Boltanski Luc, Thévenot Laurent (1991) *De la justification*, Paris, Gallimard.
- Callon et Latour (1985), Les paradoxes de la modernité, *Prospective et santé*, n° 36, 13-25.
- Doligez F (2002), « Microfinance et dynamiques économiques : quels effets après dix ans d'innovations financières ? », *Revue Tiers Monde*, XLIII, n°172, oct-déc 2002, p 783-808
- Glémain P., Bioteau E. et Artis A (2010), « Finances solidaires et territoires : analyses en Bretagne et Pays-de-la-Loire », *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, n°2, pp. 213-233.
- Glémain P. (2009), Innovations bancaire et financière : quels défis pour les finances solidaires ? in J.L. Laville et P. Glémain (dir.), *L'économie sociale et solidaire aux prises avec la gestion*, Desclée de Brouwer, pp. 63-105
- Guérin I. Lapenu C. Doligez F. (eds) (2009), « La microfinance est-elle socialement responsable ? », *Revue Tiers Monde*, Numéro spécial, n°197, Janvier-Mars
- Harrisson & Vézina, (2006), numéro spécial *Annals of public and cooperative economics*, vol 77, n°2, juin 2006
- Lapoutte A. (2002), *Une main tendue. Partenariats dans le domaine du crédit solidaire et renouveau du projet fondateur des caisses. Deux cas: Caisse d'Epargne et ADIE en France, Caisse populaire Desjardins et ACEF au Québec*, mémoire de master, HEC Montréal
- Le Monde (2006), « Les fonds éthiques sont en plein essor », 21/22 mai.
- Mesquita D. (2009), *Les institutions de finance solidaire et le financement de l'inclusion sociale : application au cas de la région Haute-Normandie*, thèse de sciences économiques, université de Rouen
- Richez-Battesti N (2008), « Innovations sociales et territoires : une analyse en termes de proximité ; une illustration par les banques coopératives », *Marché et Organisation*, n°7, novembre 2008.
- Schumpeter, J.A., (1935), *Théorie de l'Evolution Economique*, Dalloz, Paris, trad.