

Dar Assafaa : Première société de financement alternatif au Maroc

Economie

Posté par: Visiteur

Publié le : 07-07-2010 10:42:54

Filiale à 100% d'Attijariwafa bank, cette entité est dotée d'un capital de 50 MDH.

Bank Al Maghrib (BAM) a donné son aval le 13 mai dernier pour la création de la première société de financement alternatif au Maroc. Ainsi, « Dar Assafaa », filiale à 100% du groupe Attijariwafa bank qui distribue depuis plus de deux ans des produits islamiques, a démarré hier son activité. Dotée de 9 agences éparpillées sur 8 villes marocaines (Casablanca, Marrakech, Rabat, Tanger, Agadir, Meknès, Fès et Oujda), cette nouvelle entité indépendante, d'un capital de 50 millions de dirhams, repose pour son financement, dans un premier temps, sur des fonds propres institutionnels ainsi que des instruments alternatifs de dettes.

La probabilité d'ouvrir le capital à des institutions financières spécialisées n'est, d'ailleurs, pas exclue. Une fois atteinte, la vitesse de croisière de ce nouveau concept censé réinventer le crédit, le renflouement des caisses de cet établissement de crédit devrait s'imposer. Ainsi, celui-ci commence doucement son activité. Dans un début, « Dar Assafa », dotée d'un savoir-faire spécifique dans les services financiers alternatifs, cible les particuliers et les professionnels désireux de financer leurs projets immobiliers et l'acquisition de leurs biens de consommation par le biais de produits alternatifs. Ainsi, elle met à la disposition de ses clients de nouvelles formules de financement: Safaa Immo, Safaa Auto, Safaa Conso et Safaa Tadjiz.

Une palette qui serait appelée à s'enrichir dans le futur. En tout cas, le management semblerait confiant quant au développement du marché des produits alternatifs. « Ce qu'a fait le marché dans deux mois est le double de ce qu'il a fait dans deux ans, ce qui est rassurant pour nous », a rétorqué Nour Eddine Cherkani El Hassani, président du directoire de Wafa Immobilier, qui chapeaute désormais cette nouvelle filiale du groupe dont le lancement n'est pas fortuit d'après le management. Le potentiel du marché et sa maturité, les nouvelles dispositions fiscales et les expériences réussies à l'international sont autant de facteurs qui ont appuyé cette initiative. Sur le plan fiscal, si la taxe auparavant était calculée sur la base de la totalité de la redevance, la donne a changé avec les dispositions apportées par la loi de finances 2010. Ainsi, « les tarifs ont été revus à la baisse et le produit est devenu plus compétitif. Seulement, la tarification ne sera pas le seul déterminant de l'acte d'achat. Il y'aura d'autres éléments à prendre en compte tels l'accueil et l'écoute du client », a-t-il ajouté.

Le positionnement des places financières internationales (Paris et Londres) sur cette activité ainsi que le développement d'institutions financières d'envergures au Moyen Orient (Emirates Islamic Bank, QIB, Kuwait Finance House...) et au Maghreb notamment Algérie et la Tunisie ne sont pas en reste. A titre d'illustration, ce marché a affiché au Royaume Uni une croissance de 68% entre 2000 et 2005 contre 117% au Pakistan. L'Indonésie et le Qatar ont enregistré des taux de croissance de 60% et 40% respectivement.

Reste à préciser que BAM interdit de faire référence, lors des campagnes de communication, à la

connotation religieuse des produits de finance islamique. Cette obligation ne serai-elle pas contraignante du moment que le label halal est l'argument principal de vente de ces produits. Il est en effet dommageable de restreindre la publicité de ces produits financiers dans la mesure où ils pourraient contribuer de façon significative au financement de la croissance économique marocaine.

La «Moucharaka» pas prisée par les Marocains

La palette des produits islamiques est construite autour de trois principaux produits. Il s'agit d'abord de la « Moucharaka » qui correspond à une adaptation islamique du capital investissement où la banque s'engage à financer un projet, et à en partager les profits et les pertes qui en découlent en fonction d'un ratio préétabli. Ce concept n'est pas prisé au Maroc. Ensuite de la « Ijara » où la banque achète un bien et le loue à son client avec une promesse de vente à terme. Enfin de la « Mourabaha », qui est un prêt à court terme sans intérêt rémunéré par une marge prédéterminée. Une offre qu'une large frange de la population attend afin d'accéder au crédit et à de nouveaux produits d'épargne sans avoir à se soucier du dilemme de conscience posé par les produits de financement conventionnels.

En effet, conjugué à des facteurs objectifs comme la faiblesse des revenus ou la part élevée de personnes analphabètes, le facteur culturel, dominé par l'aspect religieux, explique la réticence des Marocains à utiliser les instruments modernes de financement. Résultat. Un taux de bancarisation de moins de 40%. Et depuis longtemps, l'économie marocaine souffre d'un taux d'épargne faible, ce qui ne lui permet pas de financer le niveau d'investissement qui serait nécessaire au maintien d'une croissance économique forte et stable.

Expériences réussies à l'international

Le taux de croissance du marché des produits islamiques a atteint :

117% au Pakistan entre 2000 et 2005

68% au RU entre 2000 et 2005

60% en Indonésie entre 2002 et 2006

40% au Qatar entre 2002 et 2006

LE MATIN