

**Approche théorique des enjeux de la fixation de la marge
bénéficiaire du financement Mourabaha dans les institutions
financières islamiques (IFI)**

Dr Han-Madou ILBOUDO, PhD en finance islamique, Université Joseph KI-

ZERBO (Burkina Faso)

E-mail : ilboudo1@yahoo.fr

Février 2021

Résumé

La Mourabaha financement est actuellement le produit le plus disponible au niveau des institutions financières islamiques. Elle consiste en une vente au prix d'achat majoré d'une marge bénéficiaire réalisée par la banque au profit d'un client demandeur ou donneur d'ordre. Cette marge qui rentabilise l'opération pour la banque représente un enjeu pour celle-ci à la fois pour la compétitivité du produit dans une situation de concurrence avec les crédits ordinaires des banques classiques, et pour la rentabilité de l'opération et partant de la banque islamique.

C'est ainsi que cet article s'est intéressé à une analyse théorique des enjeux de fixation de la marge bénéficiaire. Ainsi après une brève présentation du produit dans ses conditions et mécanismes, les différentes approches de marge en valeurs absolues et relatives ont été expliquées avec les formules de calcul. Cette analyse a permis de mettre en exergue le risque commercial lié à la fixation de la marge et de faire des recommandations pour assurer la compétitivité du financement Mourabaha et sa rentabilité pour le développement de la banque islamique.

Mots clés : Mourabaha- marge bénéficiaire- banque islamique- compétitivité- rentabilité

Abstract

Mourabaha financing is currently the most available product at the level of Islamic financial institutions. It consists of a sale at the purchase price plus a profit margin made by the bank for the benefit of a requesting client. This margin which makes the operation profitable for the bank represents a stake for the latter both for the competitiveness of the product in a situation of competition with the ordinary credits of conventional banks, and for the profitability of the operation and therefore from the Islamic bank.

This is how this article focused on a theoretical analysis of profit margin issues. Thus after a brief presentation of the product in its conditions and mechanisms, the different approaches to margin in absolute and relative values were explained with the calculation formulas .This analysis made it possible to highlight the commercial risk linked to setting the margin and to make recommendations to ensure the competitiveness of Mourabaha financing and its profitability for the development of Islamic banking.

Keywords: Mourabaha- profit margin- islamic bank- competitiveness- profitability

Introduction

La finance islamique moderne qui a pris son envol dans les années 1970 est aujourd'hui en pleine croissance dans plusieurs pays. Présentée comme une finance alternative à la finance conventionnelle, la finance islamique est caractérisée par des principes spécifiques dont l'interdiction de la pratique de l'intérêt, l'interdiction du gharar (incertitude) et du maysir (hasard), l'interdiction de financement des activités illicites, le partage des profits et des pertes et l'adossement aux actifs tangibles. Ces principes spécifiques sont à l'origine d'instruments et de contrats spécifiques pour le fonctionnement des institutions financières islamiques (IFI).

Les IFI disposent de plusieurs offres de financement qui peuvent être classées en deux groupes que sont d'une part les instruments participatifs et d'autre part les instruments de financement. Les instruments participatifs permettent à l'IFI d'apporter tout ou partie des fonds à un entrepreneur dans le but de partager les profits et pertes éventuels de l'activité en lieu et place d'un taux d'intérêt que demanderait une banque conventionnelle pour son financement. Les deux principaux instruments participatifs sont la Moudharaba et la Moucharaka. Ces instruments participatifs compte tenu de la complexité de leur mise en œuvre et de leur risque élevé pour l'institution, sont très rares dans la pratique des IFI (Ilboudo, 2019a). De l'autre côté, on a les instruments de financement dont la liste de contrats est la plus longue dont la Mourabaha, le Salam, l'Ijara, l'Istisna'a, etc.

Sur cette liste des contrats d'instruments de financement, la Mourabaha retient plus l'attention compte tenu de son importance dans les financements des IFI. Bien que sa pratique ait été controversée dans les premières années de la finance islamique pour sa ressemblance au crédit classique à intérêt, la Mourabaha est aujourd'hui le principal instrument utilisé par les banques islamiques. Elle se définit comme un contrat de vente au prix de revient majoré d'une marge bénéficiaire convenue entre un vendeur et un acheteur. Autrement dit la banque islamique achète un bien mobilier ou immobilier (maison, voiture,

etc.) au comptant auprès d'un fournisseur et le revend à terme généralement à son client donneur d'ordre à prix majoré.

L'élément qui retient l'attention dans le contrat de Mourabaha reste la marge bénéficiaire. Dans un contexte de concurrence avec les banques conventionnelles en matière de coût de financement et dans son souci de rentabilité de l'opération une question se pose par rapport à la fixation de cette marge bénéficiaire dans le financement Mourabaha. Comment fixer la marge pour être compétitive et rentable ? Autrement, quels sont les enjeux liés à la fixation de la marge bénéficiaire pour la banque islamique ?

Notre objectif dans le présent travail est d'apporter des réponses à cette préoccupation dans une analyse théorique de la marge bénéficiaire.

Notre travail va ainsi consister en une analyse documentaire et est structuré en trois sections abordant respectivement, la présentation de la Mourabaha, le cadre théorique de la marge bénéficiaire et les enjeux de la marge bénéficiaire pour les IFI.

1. Présentation de la Mourabaha

Cette première section est consacrée à une brève présentation du produit Mourabaha des banques islamiques, qui fait l'objet de notre étude quant à la fixation de sa marge bénéficiaire.

1.1 Définition

Selon l'instruction n° 004-05-2018 de la Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO), relative aux caractéristiques techniques des opérations de finance islamique exercées par les établissements de crédit de l'Union Monétaire Ouest Africaine (UMOA), « La mourabaha financement est un contrat de vente d'un bien meuble ou immeuble, conclu entre un établissement de crédit propriétaire et un client, sur la base d'un coût d'acquisition et d'une marge connus d'avance par les deux parties ». Selon la même instruction, l'opération est dénommée Mourabaha financement avec ordre d'achat, lorsque le bien est acquis, à la demande du client, par l'établissement de crédit. Ce dernier devient ainsi propriétaire du bien, préalablement à la vente au client.

De façon simple, on peut alors dire que le produit Mourabaha est une vente d'un bien au coût d'achat majoré d'une marge bénéficiaire qu'une institution financière islamique (IFI) réalise au profit de son client demandeur d'un financement dont le but est l'achat d'un bien. Ainsi au lieu de donner les fonds au client sous forme de prêt pour que ce dernier acquière lui-même le bien voulu et ensuite rembourser le montant du prêt majoré d'un intérêt comme le cas des banques classiques, la banque islamique procède autrement pour les raisons suivantes :

- L'interdiction de prendre des intérêt sur un prêt, en effet la loi islamique sur laquelle est basé leur fonctionnement interdit le prêt à intérêt pour le prêteur et l'emprunteur y

compris les intermédiaires dans ce genre de prêt. Les preuves de cette interdiction sont entre autres les suivantes dans la loi islamique. « Ceux qui mangent de l'intérêt usuraire ne se tiennent au jour du jugement dernier que comme se tient celui que le toucher de Satan a bouleversé. Cela parce qu'ils disent : ' Le commerce est tout à fait comme l'intérêt' » alors qu'Allah a rendu licite le commerce et illicite l'intérêt. Celui, donc, qui cesse dès que lui est venue une exhortation de son Seigneur, peut conserver ce qu'il a acquis auparavant, et son affaire dépend d'Allah. Mais quiconque récidive... alors les voilà, les gens du Feu ! Ils y demeureront éternellement » (coran, chapitre 2, verset 275), « Dieu a maudit, celui qui pratique l'usure comme celui qui prend un prêt usuraire, l'écrit ou y sert comme témoin ». (Hadith rapporté par Boukhari)

- La recherche de la rentabilité ; pour respecter le principe d'interdiction de l'intérêt en finance islamique, la banque a la possibilité d'accorder un prêt au client pour acquérir son bien mais ce dernier remboursera ultérieurement le même montant sans rien ajouter et dans le finance islamique, ce type de prêt prend le nom de Qard Hassan qui figure parmi les produits de financement islamique. Si la banque qui cherche plutôt à rentabiliser son financement, n'opte pas pour ce produit, la solution réside dans la Mourabaha en s'appuyant sur l'enseignement contenu dans le verset ci-dessus qui dit qu'Allah a rendu le commerce licite et illicite l'intérêt (riba). Ainsi la banque islamique opte d'acheter le bien pour revendre à terme avec une marge pour être dans la logique du commerce au lieu de donner le prêt. C'est vrai que pendant longtemps ce produit n'a pas fait l'unanimité au niveau des savants musulmans quant à sa conformité avec la charia, au vu de la similitude au prêt à intérêt de par la technique utilisée pour un même but. Mais au fil du temps le produit s'est imposé pour devenir le principal dans la plupart des banques islamiques. Toutefois, les savants musulmans qui ont autorisé sa pratique insistent sur le fait pour l'institution de devenir propriétaire du bien en assumant la responsabilité et le risque et cela est la condition pour que la marge soit commerciale (profit) et non financière (intérêt).

Ce qui vient d'être dit montre que des conditions doivent être réunies pour justifier le caractère licite de la Mourabaha en finance islamique.

1.2 Conditions de validité de la Mourabaha

Selon la norme charaïque n° 8 de l'AAOIFI¹, la principale condition de validé du contrat Mourabaha est la possession effective du bien par l'institution avant sa revente au client, car selon la loi islamique, il est interdit de vendre ce que l'on ne possède pas. Cette condition est appelée condition de double vente qui implique que dans un premier temps, le fournisseur du bien le vende à la banque et ensuite la banque le vende à son tour au client. On parle aussi de condition de double transfert de propriété car après la première vente, il faut que le fournisseur transfère la propriété du bien à la banque (juridique et ou physique), avant que cette dernière ne transfère à son tour la propriété à son client après la deuxième vente qu'elle va réaliser sur le bien, on dit aussi qu'il faut la validité du premier acte d'achat, c'est-à-dire celui entre le fournisseur et la banque avant qu'il n'y ait l'achat du client de la banque.

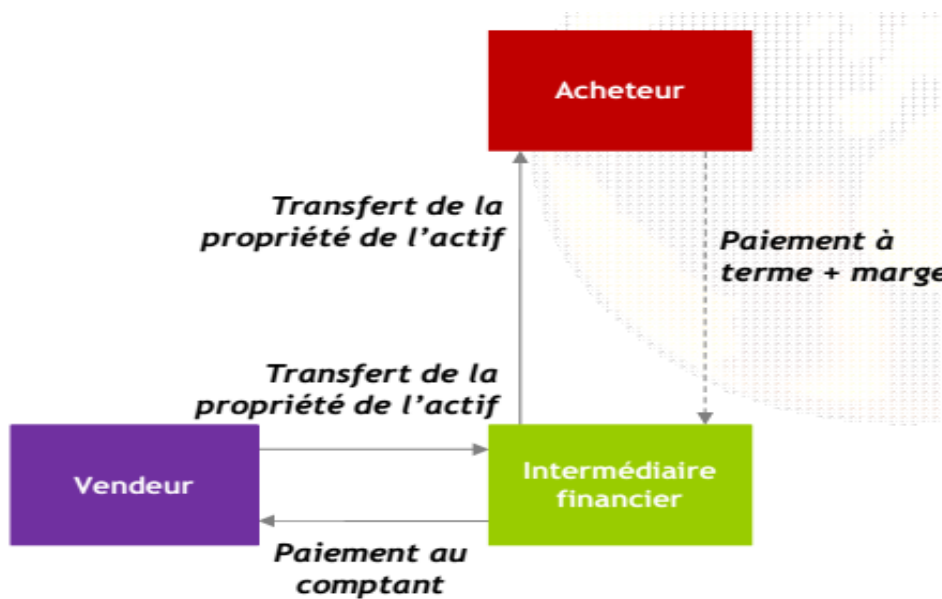
A côté de cette condition principale, d'autres conditions existent, notamment :

- le consentement des deux parties au contrat ;
- les deux contractants doivent jouir de la capacité juridique de contracter ;
- l'objet du contrat doit être connu qualitativement et quantitativement ;
- la connaissance parfaite du prix de revient ou prix d'achat ;
- la connaissance parfaite du montant du bénéfice qui fait partie intégrante du prix de vente, ce bénéfice peut être exprimé en unités monétaires comme il peut être exprimé en pourcentage du prix de revient.

1.3 Processus de mise en œuvre

Pour le respect des conditions précédemment énumérées, la conclusion d'un contrat Mourabaha passe par les étapes suivantes résumées dans le schéma.

¹ Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions



Source : Illumine consulting, *introduction à la finance islamique*, p10.

Concrètement:

- le client, présente à la banque un dossier pour obtenir le financement d'un bien déterminé en spécifiant la quantité et les caractéristiques ;
- la banque étudie le dossier ;
- le client signe avec la banque une promesse d'acheter le bien demandé conformément aux caractéristiques techniques mentionnées ;
- la banque procède à l'achat du matériel demandé auprès d'un fournisseur ;
- A l'arrivée du bien, le client et la banque discutent des modalités pratiques de la vente : marge bénéficiaire, prix de vente, échéancier de paiement et conclut le contrat de vente ;
- La banque transfère la propriété du bien au client ;
- Le client paie le prix de vente qui comporte une marge pour la banque par rapport à son coût d'achat.

2. La marge bénéficiaire

Dans cette deuxième section, il sera question d'analyser les aspects théoriques de la marge bénéficiaire.

2.1 Définition du concept

Selon le dictionnaire « Le Larousse », la marge bénéficiaire est la différence entre le montant des ventes et celui des achats. Son calcul permet de connaître le bénéfice réalisé sur les ventes d'une période donnée. Il existe plusieurs types de marges, on peut ainsi avoir marge brute, marge nette, marge commerciale, marge sur coût variable, etc.

2.1.1 Les différentes marges

La marge brute est la différence entre le prix de vente hors taxes et le prix d'achat hors taxes des marchandises vendues.

$$\text{MARGE BRUTE HT} = \text{PRIX DE VENTE HT} - \text{PRIX D'ACHAT HT}$$

La marge nette ou plus complet marge nette commerciale correspond à la marge brute nette des frais de gestion commerciale (rémunérations de vendeurs, frais de distribution, etc.)

$$\text{MARGE NETTE HT} = \text{MARGE BRUTE HT} - \text{FRAIS DE GESTION COMMERCIALE HT}$$

Ou

$$\text{MARGE NETTE HT} = \text{PRIX DE VENTE HT} - \text{PRIX D'ACHAT HT} - \text{FRAIS DE GESTION COMMERCIALE HT}$$

Pour une société industrielle, la marge industrielle est la marge brute diminuée des frais liés directement à la fabrication industrielle du produit.

$$\text{MARGE INDUSTRIELLE HT} = \text{MARGE BRUTE HT} - \text{FRAIS DIRECTS DE PRODUCTION}$$

Ou

$$\text{MARGE INDUSTRIELLE HT} = \text{PRIX DE VENTE HT} - \text{PRIX D'ACHAT HT} - \text{FRAIS DIRECTS DE PRODUCTION HT}$$

Certaines entreprises ont des frais logistiques directement liés à la vente et on peut déterminer leur marge logistique.

MARGE LOGISTIQUE HT= MARGE BRUTE HT- FRAIS DIRECTS LOGISTIQUES HT

Ou

MARGE LOGISTIQUE HT= PRIX DE VENTE HT- PRIX D'ACHAT HT-FRAIS DIRECTS LOGISTIQUES HT

Les frais directs aussi peuvent être variables ou fixes, ce qui peut amener à parler de la marge sur coût variable comme la différence entre le prix de vente et le coût variable d'un produit.

MARGE SUR COÛT VARIABLE= PRIX DE VENTE HT- COÛT VARIABLE HT

2.1.2 Interprétation de la marge nette

Des différentes marges exposées ici, la marge nette nous simple celle importante pour apprécier le produit Mourabaha financement au niveau des IFI. Le calcul de la marge nette est à la fois importante en amont pour arrêter les conditions de banque et en aval pour déterminer la performance de ce produit dans le fonctionnement de l'institution. Il importe donc de voir les éléments à prendre en compte pour la détermination de cette marge d'une part et d'autre part le niveau auquel il peut être fixé pour être rentable mais aussi compétitif. La marge a donc une grande importance pour la réussite des banques islamiques en concurrence avec les banques conventionnelles.

2.2 Les taux de marge et interprétations

Pour les besoins d'analyse, la marge est le plus souvent exprimée en valeur relative en considérant une valeur de 100 pour la vente ou l'achat selon les besoins, on parle de taux de marge ou taux de marque.

2.2.1 Le taux de marge

Le taux de marge brute ou nette est le rapport de la marge brute ou nette au coût d'achat d'une marchandise (prix d'achat et frais directs d'achat). Il désigne la marge brute ou nette en pourcentage du coût d'achat.

$$\text{Taux de marge brute (\%)} = \text{Marge brute HT/Coût d'achat HT} \times 100$$

$$\text{Taux de marge nette (\%)} = \text{Marge nette HT/Coût d'achat HT} \times 100$$

2.2.2 Le taux de marque

Le taux de marque quant à lui compare la marge brute au prix de vente d'un produit. Il correspond au rapport entre la marge brute et le prix de vente et permet d'estimer la rentabilité de la vente d'un produit ou encore de fixer son prix de vente.

$$\text{Taux de marque} = \text{Marge brute HT/ Prix de vente HT} \times 100$$

2.2.3 Le coefficient multiplicateur

De nombreuses entreprises commerciales utilisent le coefficient multiplicateur pour déterminer le prix de vente TTC à partir du prix d'achat HT de leurs marchandises. Ainsi le pilotage de la marge de l'entreprise peut se faire également sur la base d'un coefficient multiplicateur moyen.

$$\text{Coefficient multiplicateur} = \text{Prix de vente TTC/ Prix d'achat HT}$$

Tous des indicateurs qui visent à établir l'écart existant entre le prix d'achat ou le coût d'achat d'un produit et son prix de vente montrent l'importance de la marge qui désigne l'écart entre ces deux prix et son enjeu pour la performance financière d'une entreprise. Il est alors normal de porter un regard sur la Mourabaha défini comme une vente avec marge bénéficiaire au niveau des banques islamiques. Ainsi dans une analyse théorique, il est ici question de mener la réflexion sur une possible stratégie de marge commerciale pouvant favoriser le développement des IFI dont l'essentiel du financement est actuellement basé sur ce produit.

3. Enjeux de la marge bénéficiaire pour les IFI

La marge est un indicateur de compétitivité de l'entreprise. A ce titre, les ratios de marge permettent de comparer les entreprises d'un même secteur d'activité ou la performance d'une entreprise dans le temps. Ces ratios servent aussi à faire des choix stratégiques, en permettant d'apprécier la contribution d'un produit dans la performance de l'entreprise. Au vu de l'importance de la Mourabaha en termes de volumes de transactions dans les banques islamiques, la fixation de la marge bénéficiaire de ce produit comporte plusieurs enjeux tant au niveau de la compétitivité que de la rentabilité des banques islamiques.

3.1 La compétitivité du financement Mourabaha

Pour le financement des agents économiques, les banques islamiques sont en concurrence avec les banques conventionnelles. On peut dire que compte tenu de l'ancienneté et de l'expérience des banques conventionnelles, les barrières sont plutôt du côté des banques conventionnelles qui cherchent à se faire une place dans le secteur. En effet, le métier de banquier dans sa formule traditionnelle est une pratique très ancienne avec l'apparition des premières banques depuis le XI^{ème} siècle. Le mot banque dérive de l'Italie « banca » qui désigne un banc en bois sur lequel les changeurs du Moyen Âge exerçaient leur activité. A partir du XI^{ème} siècle, les banquiers sont principalement des Italiens et la première banque a été créée à Venise en 1151. Par contre les principes de banque islamique ont été écrits par le théologien pakistanais Sayyid Abul Ala Maududi en 1940. La première institution financière islamique a été créée en Egypte en 1963, la caisse de Mit Ghamr et la Banque Islamique de Développement (BID), véritable institution pour la finance islamique est créée par l'Organisation de la Conférence Islamique (OCI) en 1974.

Aussi comme précédemment dit, le fonctionnement actuel des banques islamiques est basé essentiellement sur la Mourabaha au titre des mécanismes de financement. Ce produit étant basé sur l'application d'une marge bénéficiaire. Cette marge de la banque représente en réalité le coût du financement pour le client à l'image de l'intérêt pour le cas de la banque conventionnelle. Elle impacte en conséquence la compétitivité du produit Mourabaha en concurrence avec le prêt ordinaire à intérêt de la banque conventionnelle. Comme expliqué par Ilboudo (2019b), il s'agit pour le client de comparer, le prix de vente à payer à terme composé du coût d'achat du bien majoré de sa marge commerciale pour la banque islamique

au montant à rembourser pour la banque conventionnelle qui se compose du montant de l'emprunt augmenté des intérêts. En effet, pour l'acquisition d'un bien, le client se trouve à choisir, entre acheter le bien avec la banque islamique dans le contrat Mourabaha pour payer un prix de vente selon les échéances contractuelles ou obtenir un montant en prêt et acheter son bien sur le marché pour ensuite rembourser le montant emprunté avec intérêts selon les échéances contractuelles.

Il est vrai qu'il peut exister d'autres critères pour le choix du client comme par exemple la foi pour des clients musulmans qui cherchent à éviter le riba (intérêt), mais la rationalité économique va amener tous les clients indépendamment du critère religieux à être regardant sur le critère de coût. Le coût a donc sûrement une influence sur le choix du type de banque ou de produit par le client (Ilboudo, 2019b). C'est dans ce sens que la comparaison entre taux d'intérêt de la banque classique et taux de marge de la banque islamique sera toujours faite par le client demandeur du financement d'un bien, en présence des deux types de banques. Les banques islamiques sont dans une contrainte de fixer le taux de marge de la Mourabaha en étant regardant sur le taux moyen d'intérêt au niveau des banques conventionnelles.

Dans la réalité le problème est plus complexe pour la banque islamique et ne peut se limiter à un alignement des taux d'intérêt pour fixer les taux de marge. En effet, il y a le problème de coût d'achat qui impacte directement la marge et le prix de vente. C'est ainsi qu'avec un coût d'achat élevé du bien auprès du fournisseur, même avec un taux de marge réduit, le financement peut devenir plus cher pour le client qui obtiendrait un emprunt à un taux d'intérêt de même niveau que le taux de marge, mais pourrait obtenir le bien à un coût d'achat inférieur à celui de la banque sur le marché. En définitive, la banque islamique pour s'en sortir dans cette concurrence avec la banque conventionnelle avec son produit Mourabaha doit à la fois travailler à réduire son coût d'achat et sa marge commerciale pour être compétitive en termes de coût. Prenant en compte l'analyse précédente qui fait ressortir la différence entre taux de marge et taux de marque, nous disons que la banque islamique doit partir d'un taux de marge souhaité sur le coût de son produit et fixer son prix de vente à négocier avec le client. Le taux de marque pourra être déterminé au terme de l'opération pour apprécier la rentabilité de celle-ci pour la banque.

3.2 La rentabilité du financement Mourabaha

S'il est bon pour la banque islamique de réduire son taux de marge dans l'opération Mourabaha pour être compétitive face à la concurrence des prêts ordinaires à intérêts du système conventionnel, elle doit aussi avoir une marge permettant de rentabiliser le financement. On se trouve alors confronté à un double défi de compétitivité et de rentabilité. Avant d'indiquer les voies possibles à utiliser pour concilier compétitivité et rentabilité dans le contrat Mourabaha dans la partie suivante, il importe de voir les déterminants de la rentabilité de ce financement.

On peut dire que le niveau de la marge bénéficiaire en absolu ou en relative (pourcentage) est un indicateur de la rentabilité du financement Mourabaha. Ainsi, une marge nette importante conduit à une bonne rentabilité tandis qu'une faible marge est synonyme de faible rentabilité. Sans être le résultat net de la banque islamique, la marge sur les opérations Mourabaha au vu du volume élevé de ce financement a une grande influence sur celui-ci et donc de la pérennité et du développement de ces banques. Si cette finance islamique limitée à la Mourabaha est critiquable et doit être corrigée (Ilboudo, 2019b), il reste la réalité à l'heure et sa contribution est beaucoup attendue dans la pérennité de la banque avant le développement des autres produits notamment ceux participatifs comme la Moudharaba et la Moucharaka, mais aussi les autres instruments de financement du même groupe que la Mourabaha comme l'Ijara, le Salam, l'Istisna'a, etc.

Avoir donc des marges bénéficiaires sur les financements Mourabaha qui rentabilisent l'ensemble des opérations de la banque est une préoccupation pour tout banquier islamique. Certains professionnels estiment même que la banque islamique exposée à plus de risques que la banque conventionnelle doit pouvoir compenser cela par des marges importantes sur ces financements Mourabaha considérées comme les plus sûrs et les moins risqués (Ilboudo, 2019b). C'est vrai que cet argumentaire mérite d'être discuté quand on part de l'assertion en finance selon laquelle la rentabilité d'un investissement est une fonction croissante du risque. En considérant le financement Mourabaha moins risqué, sa rentabilité devrait être faible et les produits participatifs plus risqués devraient rapporter plus de rentabilité dans le partage des profits et des pertes.

3.3 La stratégie de marge bénéficiaire

Au vu des contraintes ci-dessus évoquées au sujet de la fixation de la marge bénéficiaire du contrat Mourabaha pour les banques islamiques, il y a lieu de mener la réflexion sur les stratégies à adopter face à ces contraintes. Le but étant d'arriver à la conciliation compétitivité-rentabilité de ce mode de financement. Tout d'abord il est clair qu'avoir un prix de vente bas avec une bonne marge bénéficiaire impose d'avoir un coût d'achat bas. Le coût d'achat est la somme de deux grandeurs que sont d'une part le prix d'achat du produit et d'autre part les frais directs d'achat. Quelle stratégie mettre en place alors pour réduire ces deux composants afin d'avoir un coût qui permettrait d'être compétitif dans le prix de vente et rentable dans la marge bénéficiaire ?

3.3.1 Stratégie de prix d'achat

Le prix d'achat a une grande influence sur la compétitivité et la rentabilité du produit Mourabaha au niveau des banques islamiques. Pour bien vendre et se faire une bonne marge il faut d'abord bien acheter. Pour avoir de bons prix à l'achat, il y a lieu pour l'IFI d'utiliser les stratégies développées dans les points qui suivent.

3.3.1.1 La bonne connaissance du marché

Cette bonne connaissance du marché va permettre de connaître les meilleurs fournisseurs des différents produits concernés par ses ventes Mourabaha. Parmi le personnel de l'institution, une équipe pourra se spécialiser sur la question en menant régulièrement les études qui s'imposent et en maîtrisant les techniques de choix et de négociation avec les fournisseurs.

3.3.1.2 La spécialisation

Cela consiste pour la banque à se spécialiser sur des produits pour les financements Mourabaha. Elle affiche clairement les produits pour lesquels elle offre ce financement comme par exemple Mourabaha immobilier ou encore Mourabaha voitures. Cela a l'avantage de faciliter la maîtrise du marché tel que évoqué précédemment pour avoir de bons prix à l'achat compte tenu de l'expertise et de l'expérience dans le domaine ; cela peut avoir aussi un avantage commercial auprès de la clientèle qui connaît telle institution pour sa spécialisation dans le financement de tel produit. Dans tous les cas, en matière de stratégie d'entreprise, la spécialisation a toujours ses avantages et ses inconvénients et il appartient à

l'institution qui opte de le faire pour la Mourabaha de travailler à maximiser les avantages pour minimiser les inconvénients.

3.3.1.3 Le partenariat

Dans le but d'obtenir des offres avantageuses pour ses achats, l'entreprise peut en amont tisser des partenariats gagnants-gagnants avec certains fournisseurs de produits envisagés pour le financement Mourabaha. La fidélisation à ces fournisseurs va procurer des avantages lors des achats comme l'obtention de remises commerciales qui permettront d'arriver à des prix d'achat nets concurrentiels.

Le prix d'achat peut être maîtrisé mais aussi la condition de validité du contrat Mourabaha qui recommande que la propriété du bien acheté soit transférée à la banque avant sa revente au client donneur d'ordre fait qu'il y a lieu de chercher à minimiser d'éventuels frais directs occasionnés par ce transfert.

3.3.2 Stratégie de frais directs d'achat

A ce niveau, il y a la nécessité de trouver les bonnes pratiques pour minimiser ces frais qui font partie intégrante du coût d'achat du produit. Cela n'est pas suffisant pour être compétitif, une sensibilisation mérite d'être faite à l'endroit des clients et clients potentiels pour faire prendre connaissance d'une réalité du financement Mourabaha en comparaison au crédit ordinaire à intérêt.

3.3.2.1 La minimisation des frais directs d'achat

Les frais directs d'achat sont de plusieurs ordres selon les types de produits. On note par exemple l'existence de frais de transport, frais de transit, droit de mutation, droit d'enregistrement, frais d'assurance etc. Si ces frais sont élevés, on peut arriver à coût d'achat non compétitif malgré un bon prix d'achat, c'est pourquoi ils doivent être maîtrisés et minimisés, soit à travers la capacité de négociation avec les tiers ou de textes fiscaux pour une neutralité fiscale pour ce qui concerne les droits et taxes dus aux administrations. C'est pour cela que dans certains pays beaucoup d'efforts restent encore à faire pour aménager un cadre fiscal spécifique propice au développement de la finance islamique.

Ces pays peuvent s'appuyer sur l'exemple de certains pays qui disposent déjà de tels textes comme le Maroc. En effet, avec la loi n° 103-12 relative aux établissements de crédit et organismes assimilés au Maroc, la circulaire n° 1/W/17 du Wali de Bank Al Maghrib et la note n° CI 1383/18/DGI de la Direction Générale des Impôts du Royaume, il existe des dispositions fiscales spécifiques avec des exonérations de certaines taxes pour le financement Mourabaha par les banques participatives afin de rendre leur financement compétitif par l'instauration d'une neutralité fiscale par rapport aux financements des banques classiques.

Les frais liés à l'acquisition du bien peuvent être minimisés mais pas éliminés par la banque islamique qui veut respecter la condition de double transfert de propriété du financement Mourabaha, d'où la nécessité d'avoir une communication à l'endroit de la clientèle au sujet de ces frais.

3.3.2.2 Communication sur les frais d'achat

Parmi les moyens à mettre en œuvre pour la compétitivité du financement Mourabaha, il y a lieu de faire une communication à l'endroit des clients et clients potentiels pour faire comprendre une réalité. Cela, parce que comparer le prix de vente dans le contrat Mourabaha au montant remboursé dans le cas d'un emprunt ordinaire à intérêt qui sera utilisé par le client pour acheter lui-même son bien, peut induire celui-ci dans une erreur d'appréciation qui peut à tort trouver le financement Mourabaha plus coûteux.

En effet, les frais d'appropriation du bien par la banque qui viennent augmenter le prix d'achat et augmentent en conséquence le prix de vente de la banque vont aussi exister entre le fournisseur du bien et le client s'il venait à obtenir le prêt avec la banque conventionnelle pour s'acheter lui-même le bien. Sans une sensibilisation par la communication, ce n'est pas sûr que le client demandeur tienne compte de ces frais ultérieurs qui lui reviendront dans sa comparaison de coûts de financement entre la banque conventionnelle et la banque islamique.

Une bonne communication peut amener le client à voir cette réalité de frais ultérieurs pour acquérir le bien lui-même, qui pourra ainsi comprendre et accepter facilement, un prix de vente Mourabaha légèrement supérieur au montant à rembourser dans un emprunt classique à intérêt.

Conclusion

La Mourabaha qui est aujourd'hui le produit le plus répandu au niveau des institutions financières islamiques est un contrat par lequel la banque islamique achète un bien pour revendre avec une marge bénéficiaire à un client qui en a fait la demande. La marge bénéficiaire qui assure la rentabilité de l'opération pour l'institution représente le coût du financement pour le client à l'image de l'intérêt dans une banque classique.

La comparaison entre taux d'intérêt et taux de marge est alors un élément déterminant pour le choix d'un client demandeur de financement pour l'achat d'un bien, entre la banque islamique et la banque classique. C'est ainsi que sa fixation représente des enjeux de compétitivité et de rentabilité pour les IFI. Cet article a d'abord procédé à une analyse théorique des approches de marge où il a été surtout question de la distinction entre marge brute et marge nette commerciale mais aussi de taux de marge et de taux de marque pour voir les grandeurs à prendre en compte dans les analyses.

Le risque commercial lié à une marge trop importante qui rendrait la Mourabaha trop chère par rapport au crédit ordinaire à intérêt a été montré au niveau de l'analyse de la compétitivité du produit. Par la suite d'autres analyses ont permis de formuler des recommandations pour gérer ce risque commercial tout en garantissant la rentabilité du financement pour le développement de la banque islamique.

Il se trouve que la mise en œuvre de certaines de ces recommandations ne relève pas du ressort de la banque islamique. C'est le cas de la nécessité d'avoir de dispositions réglementaires et fiscales en mesure d'instaurer une neutralité fiscale de ce financement par rapport aux produits des banques conventionnelles. Des études méritent d'être menées ainsi sur cette problématique dans les pays où ce problème est toujours d'actualité comme le cas des pays de l'espace UEMOA².

² Union Economique et Monétaire Ouest Africaine

Bibliographie

Ouvrages

AAOIFI (2017), Normes charaïques, texte intégral des normes charaïques pour les Institutions Financières Islamiques

Mémoire et Thèses

Hassen Ben Ouhiaba (2015), Les banques islamiques : études de positionnement, spécificités règlementaires et particularités d'audit, Islamic Business Reseachers Center

Han-Madou Ilboudo (2018), Problématique de financement des petites et moyennes entreprises (PME) au Burkina Faso : contribution de la finance islamique, London School of Modern Studies

Articles scientifiques

Han-Madou Ilboudo (2019), Pratique des produits participatifs par les Institutions Financières Islamiques (IFI) en Afrique : réalités et perspectives, Recherches et Applications en Finance Islamique, Volume 3, Numéro 1, pages : 72-87, a

Han-Madou Ilboudo (2019), Etude de l'impact du cout du crédit sur l'accès au financement pour les PME au Burkina Faso dans une analyse comparative entre les institutions de finance classique et celles de finance islamique, J. Rech. Sci. Univ. Lomé (Togo), Spécial 2019, 21(1): 431-444, b

Textes règlementaires

BCEAO (2018), Instruction n° 004-05-2018, relative aux caractéristiques techniques des opérations de finance islamique exercées par les établissements de crédit de l'Union Monétaire Ouest Africaine (UMOA)

Loi n° 103-12 relative aux établissements de crédit et organismes assimilés au Maroc

Circulaire n° 1/W/17 du Wali de Bank Al Maghrib relative aux spécificités techniques des produits participatifs

Note de service n° CI 1383/18/DGI du 19 mars 2018 de la Direction Générale des Impôts du Royaume du Maroc relative à l'acquisition des logements sociaux dans le cadre des contrats Mourabaha ou Ijara mountahia bi-tamlik

Sites web

Review University Without Borders for the Open Society (RUFSO)

ISSN: 2313-285X Volume :23, Issue : 14 , February 2021

Content available at <http://www.rufso.org/publications>

www.leblogdudirigeant.com, consulté le 06 février 2020

www.lafinancepourtous.com, consulté le 07 février 2020