

Social Performance Indicators Initiative

Audit des Performances Sociales

des Institutions de Microfinance

Compatible SPS
Standards de
Performances Sociales
définis par la SP Task
Force et reportés au MIX

GUIDE OPERATIONNEL

Pour le questionnaire SPI

Version 3.0

Janvier 2009

CERISE, 14 PASSAGE DUBAIL, 75010 PARIS
cerise@globenet.org

QUESTIONNAIRE et GUIDE OPERATIONNEL DISPONIBLES GRATUITEMENT
EN FRANCAIS, ANGLAIS, ESPAGNOL

<http://www.cerise-microfinance.org>

Index

Index	2
Présentation	3
Module 1 – Cadre général Pourquoi et comment mesurer les performances sociales en microfinance ?	5
Que sont les performances sociales ? Définition.....	5
Pourquoi évaluer socialement la microfinance ?.....	5
Différents niveaux d'évaluation	6
Auditer les performances sociales avec l'outil SPI.....	7
Description de l'outil	7
Application de l'outil SPI.....	8
MODULE 2 – L'outil SPI Les principales composantes du questionnaire SPI.....	12
Première partie – Présentation de l'IMF, son contexte, sa stratégie sociale.....	12
Sections « 1. Identité de l'IMF » et « 2. Performances financières ».....	12
Section « 3. Contexte et stratégie sociale de l'IMF ».....	13
Section « 4. Implication des acteurs pour la Performance Sociale dans l'IMF ».....	15
Deuxième partie – Indicateurs Dimension 1: Ciblage des pauvres et des exclus.....	17
Hypothèses qui sous-tendent la dimension 1	17
Les critères de la dimension 1	17
Critère 1 – Ciblage géographique.....	19
Critère 2 – Ciblage individuel	26
Critère 3 – Méthodologie financières pour les pauvres (9 points)	34
Dimension 2: Produits et Services	42
Hypothèses qui sous-tendent la dimension 2	42
Critère 1 – Gamme des services traditionnels (7 points).....	43
Critère 2 – Qualité des services (9 points)	52
Critère 3 – Services innovants et non financiers (9 points).....	61
Dimension 3: Bénéfices pour les clients	68
Hypothèses qui sous-tendent la dimension 3	68
Les critères de la dimension 3	68
Critère 1 – Les avantages économiques pour les clients	70
Critère 2 – Participation des clients (9 points)	77
Critère 3 - Renforcement du capital social des clients / « empowerment » (8 points)	84
Dimension 4: Responsabilité Sociale.....	89
Hypothèses qui sous-tendent la dimension 4	89
Les critères de la dimension 4	89
Critère 1 – Responsabilité à l'égard du personnel (9 points)	91
Critère 2 – Responsabilité sociale envers les clients (9 points).....	97
Critère 3 – Responsabilité sociale envers la communauté et l'environnement (7 points).....	105
Annexe: Revenu national brut par habitant 2007 en USD (Méthode Atlas)	109

Présentation

La mesure des performances sociales des institutions de microfinance nécessite une compréhension fine des concepts et indicateurs utilisés. Ce guide opérationnel a été pensé comme un manuel permettant d'accompagner les IMF et les auditeurs externes qui remplissent le questionnaire SPI 3.0.

Il se compose en deux modules.

Le premier module présente un cadre général pour la compréhension des performances sociales pourquoi et comment les mesurer et le type d'évaluation que permet le questionnaire SPI.

Le deuxième module présente en détail chacun des éléments qui composent cet outil. Il décrit tout d'abord la première partie du questionnaire SPI, essentielle pour situer le contexte et la mission sociale de l'IMF, ce qui évite d'en faire un outil normatif. Dans la deuxième partie, le guide détaille les dimensions, les critères et chacun des indicateurs de l'outil. En fonction des questions, il contient :

Justification

Afin de bien interpréter chaque question, il est essentiel de comprendre la logique qui la sous-tend. Cette rubrique explicite donc pour chaque indicateur le principe général qu'il vise à caractériser, expliquant sa pertinence en termes de performances sociales.

Définition

Les énoncés de plusieurs indicateurs reposent sur des notions importantes. Afin d'éviter les équivoques, cette rubrique clarifie les concepts et les méthodes de calcul. Les définitions fournies sont compilées dans un glossaire consultable à la fin du guide.

Exemples

A plusieurs reprises, des cas pratiques sont présentés afin que les utilisateurs de l'outil puissent se figurer concrètement la manière dont peuvent se concrétiser les indicateurs.

Modalités

Lorsqu'une ambiguïté est possible entre plusieurs réponses, cette rubrique sert à clarifier les éléments qui déterminent l'option à sélectionner et le score correspondant.

Source d'information

Les données SPI reposent sur 5 sources d'information principales :

- Déclaration de la direction: collecte centralisée d'information sous forme d'entretiens ou de pré-remplissage du questionnaire par la direction de l'IMF (directeur général et/ou directions techniques en fonction du type de questions)
- Consultation de documents écrits: informations collectées à la lecture de documents publics (rapports d'activités, audits, plans d'affaires, catalogue des produits, études d'impact, etc.) ou internes (Contrats de travail, compte rendus de réunions, études de marché, notes, etc.)
- Entretiens avec le personnel des agences : Certaines pratiques étant différentes entre le siège et les agences, il est à plusieurs reprises suggéré de compléter la collecte centralisée

des informations en recoupant les réponses avec les gérants et les agents de crédit de quelques agences.

- Consultation du SIG : collecte d'informations à partir du système d'information et de gestion de l'IMF. En cas d'absence ou de défaillance du SIG, la réponse à certaines questions peut s'avérer problématique.
- Animation de discussions : cette configuration s'utilise pour les applications participatives (voir plus bas dans la présentation de l'outil). Elle implique la constitution de "focus group" ou l'organisation de réunions de travail pour aborder certaines questions clé du questionnaire SPI ou afin d'analyser collectivement les résultats de l'évaluation. Il est important que ces échanges comptent sur une présence équilibrée de différentes parties prenantes de l'institution : directions, mais aussi gérants et personnels d'agences. Dans le cas des coopératives, il faut également associer des élus. Selon les objectifs de l'exercice, il est également possible d'associer d'autres parties prenantes : clients, bailleurs, investisseurs, représentants d'autres IMF ou encore des fonctionnaires publics.

Module 1 – Cadre général

Pourquoi et comment mesurer les performances sociales en microfinance ?

Que sont les performances sociales ? Définition

La notion de « performances sociales » a été définie au sein de la Social Performance Task Force (http://www.microfinancegateway.com/resource_centers/socialperformance) comme « la traduction effective dans la pratique de la mission sociale d'une institution de microfinance en lien avec des valeurs sociales communément acceptées qui fixent de servir un nombre croissant de personnes pauvres et exclues, d'améliorer la qualité et l'adaptation des services financiers, de créer des bénéfices pour les clients et d'améliorer la responsabilité sociale d'une IMF ».

Cette acception se base sur le principe que les institutions de microfinance ont généralement un double objectif de résultat (« *double bottom line* » en anglais), à la fois financier et social. Dans cette perspective, les performances sociales et financières d'une IMF sont complémentaires et composent ensemble ses performances globales.

Les notions de performances sociales et de responsabilité sociale de la microfinance sont aujourd'hui considérées comme une entrée nouvelle et complémentaire de l'évaluation financière du secteur.

Responsabilité sociale et performances sociales

On entend ici par responsabilité sociale la préoccupation des parties prenantes (IMF, réseaux, investisseurs, bailleurs) à s'assurer que leurs actions sont transparentes (*accountability*), qu'elles contribuent à l'offre de services financiers et qu'elles n'ont pas d'effets négatifs sur leurs partenaires (employés, clients, communauté, environnement). La notion de performances sociales va un pas plus loin dans la mesure où les IMF cherchent par leurs actions à remplir une mission sociale en faveur de leurs clients et s'assurent que ces derniers et leur famille en tirent un bénéfice économique et social (Cerise, 2008).

Pourquoi évaluer socialement la microfinance ?

Face aux enjeux de changement d'échelle et à la montée parallèle des critiques du secteur, le renforcement et la valorisation des performances sociales de la microfinance sont cruciaux pour sa crédibilité et sa pérennité.

Jusqu'il y a quelques années, l'évaluation sociale provenait d'une demande avant tout extérieure. En effet, la solidité du secteur doit beaucoup à l'appui des bailleurs, des ONG et des gouvernements qui ont vu dans la microfinance un outil efficace de lutter contre la pauvreté. Ayant choisi d'investir dans ce secteur, il est important pour ces acteurs de prouver qu'il existe un lien entre les activités de microfinance et les changements observés sur la population cible. Ainsi, à la fin des années 1980, on privilégiait l'impact économique sur les clients avec des études très académiques, souvent longues, coûteuses et peu adaptées aux praticiens.

Au milieu des années 1990, l'objet d'attention principal s'est porté sur la croissance et la pérennité du secteur. On s'est focalisé sur le nombre de clients, la rentabilité, l'autonomie vis-à-vis des subventions, etc. Cependant aujourd'hui, la résurgence de crises (impayés, faillites, désaffections massives de clients) et de critiques conduit à rappeler l'importance de l'analyse

qualitative et à reposer la question de l'adéquation des services microfinanciers vis à vis de leur clients.

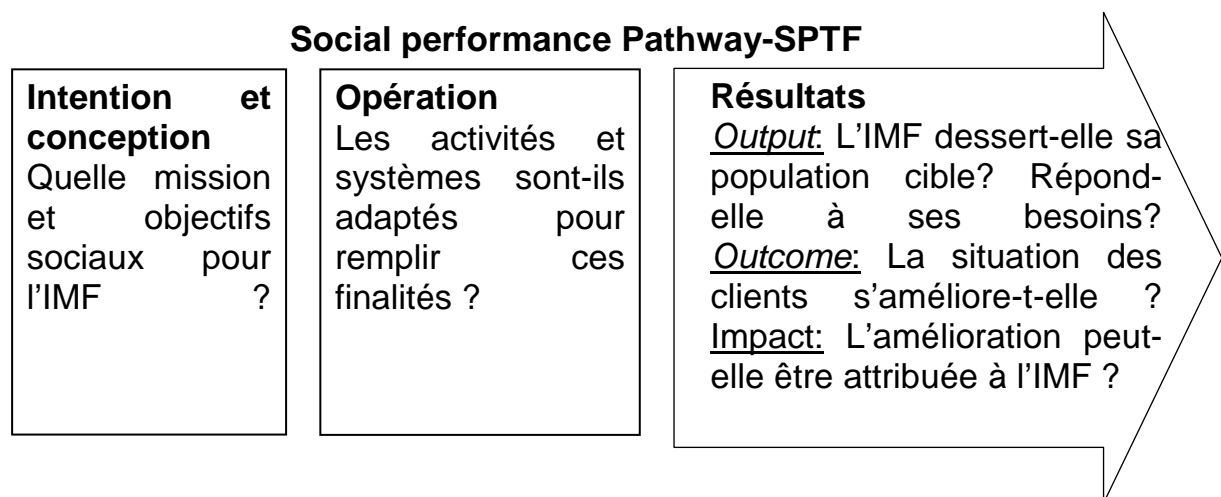
On assiste à un regain d'intérêt de la part des investisseurs privés, qui veulent connaître la plus-value sociale de leurs investissements. Pour leur part, les bailleurs et les États s'interrogent aussi sur le soutien réglementaire et financier dont bénéficie la microfinance.

De leur côté, les IMF sont conscientes que renforcer les performances sociales peut être un moyen de renforcer leurs performances financières. En effet, dans un contexte de concurrence accrue, l'amélioration de leurs relations avec la clientèle permet de limiter les impayés et les abandons de clients, ainsi que d'attirer des investisseurs ou d'autres partenaires.

Grâce au développement récent d'un nouveau pan de l'évaluation de la microfinance, on s'achemine aujourd'hui vers un nouvel équilibre dans la gestion des IMF, qui prend en compte les performances à la fois sociales et financières.

Différents niveaux d'évaluation

En 2005, le CGAP et les fondations Argidius et Ford ont impulsé la création de la Social Performance Task Force, un groupe de travail dont l'une des premières réalisations a été de définir un cadre de référence commun entre les différentes initiatives qui travaillent sur le thème des performances sociales et de promouvoir les outils d'évaluation et de gestion des performances sociales.



On peut en déduire plusieurs types d'évaluation, tout au long de la chaîne, en utilisant **une gamme d'outils complémentaires**, chacun permettant de répondre à des questions spécifiques :

- L'activité de l'IMF est-elle adaptée à ses objectifs sociaux ?
- Qui sont les clients de l'IMF ?
- L'IMF répond aux besoins des clients ?
- Quels sont les effets de l'IMF sur les conditions de vie de ses clients ?
- Comment aller plus loin pour améliorer les performances sociales ?

L'outil SPI constitue un point d'entrée dans les performances sociales en permettant de répondre à la première question.

Auditer les performances sociales avec l'outil SPI

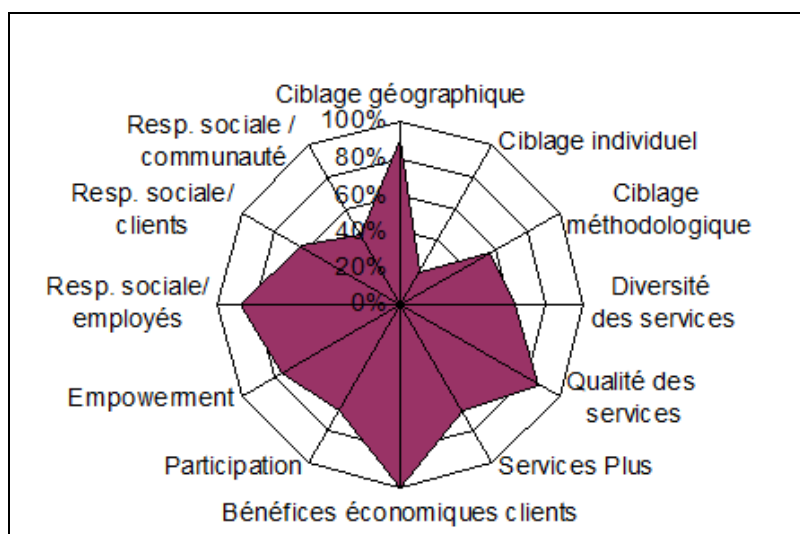
Description de l'outil

L'outil "Indicateurs de Performances Sociales" (SPI pour ses initiales en anglais) mesure les performances sociales des Institutions de Microfinance (IMF) en évaluant leurs intentions et leurs activités. En analysant les systèmes internes et les processus organisationnels, l'outil SPI détermine dans quelle mesure l'institution met en œuvre les moyens nécessaires pour atteindre ses objectifs sociaux. Le principe qui sous-tend cette démarche est que l'effectivité des processus internes constitue un indicateur fiable des performances sociales.

L'outil SPI porte sur les processus de gestion, c'est à dire aux objectifs formulés par l'IMF et l'effectivité des systèmes qu'elle met en place pour les atteindre. Il permet d'analyser les performances sociales selon une large gamme d'indicateurs (4 dimensions et 12 critères), ce qui permet aux IMF d'avoir une vision exhaustive de leur mission et actions par rapport à un ensemble d'objectifs sociaux potentiels. Le même cadre peut être appliqué à toutes les IMF, permettant la comparaison entre institution, les analyses par groupe de pairs, ou encore des études sur les liens entre performances sociales et performances financières. Sur un plan individuel, les résultats d'une institution sont analysés sur la base de ses propres objectifs, tels que définis dans la mission qu'elle s'est elle-même fixée.

Les avantages de SPI :

- Il est standardisé
- Il s'adapte à la diversité des contextes et des IMF.
- Il est facile à utiliser et permet l'auto évaluation en interne par les IMF.
- Chacun des indicateurs est simple, imputable directement à l'IMF
- Ils reposent sur des données faciles d'accès pour une IMF et aisément vérifiables par un auditeur externe
- Ses résultats donnent une image claire et visuelle des performances sociales d'une IMF et peuvent être comparés avec ceux d'autres institutions



SPI bénéficie de l'appui de plusieurs grands réseaux et d'IMF car il leur permet de :

- Accompagner leurs efforts d'amélioration des PS et susciter des avancées sur la stratégie sociale.
- Gagner en transparence et améliorer leur crédibilité auprès des clients et bailleurs.

- Renforcer leur système de gouvernance et la connaissance de leur activité.
- Améliorer leurs performances financières au travers de leurs performances sociales.
- Se différencier de la concurrence en se positionnant explicitement sur une approche sociale.

SPI a été élaboré à partir de 2002 en suivant un processus ouvert, concerté et transparent. En décembre 2008, plus de 150 institutions à travers le monde ont utilisé l'outil. L'outil SPI a été adapté après trois ans d'utilisation et plus de 100 évaluations afin d'inclure les indicateurs Mix de performances sociales et mieux valoriser des thématiques d'actualité pour le secteur (taux d'intérêt, protection du consommateur, environnement)

Prise en compte des Standards de Performances sociales de la SPTF, prochainement publiés sur le Mix Market

Grâce aux échanges d'IMF et de leurs réseaux, d'investisseurs, de bailleurs, d'organismes d'appui et d'experts, la Social Performance Task Force a créé des Standards de Performances Sociales. Il s'agit d'un ensemble d'indicateurs qui seront publiés sur le Mix Market courant 2009. Ils ont pour objet de compléter les indicateurs de performances financières pour donner une compréhension plus globale des performances des IMF. Ces indicateurs reflètent les pratiques les plus abouties actuellement en cours pour mesurer les performances sociales et s'attachent tout particulièrement à la collecte des informations relatives aux processus et procédures internes des IMF et des caractéristiques de leurs clients. Au niveau des processus, la production des indicateurs repose sur un ensemble de questions simples à renseigner basées sur les politiques et les opérations courantes de l'IMF. Au niveau des clients, les indicateurs ont pour objet de refléter les critères de sélection des ménages, d'estimer la portée et le caractère inclusif des services de microfinance, enfin, de recenser l'information pertinente et disponible pour suivre les évolutions dans le temps. La troisième version de SPI a été spécialement conçue pour inclure tous ces indicateurs de processus (la plupart étaient déjà présents dans la version précédente) afin d'assurer une compatibilité parfaite et d'éviter un double travail aux IMF.

Application de l'outil SPI

Cet outil a été conçu pour être suffisamment simple pour qu'une IMF puisse l'appliquer en interne si elle souhaite effectuer un auto-diagnostic. SPI permet aux IMF d'accompagner leurs efforts d'amélioration des PS et de susciter un dialogue interne sur la stratégie sociale, de gagner en transparence et d'améliorer leur crédibilité auprès des clients et partenaires externes. L'analyse de ces résultats exprime d'une façon formalisée et visuelle les résultats de l'IMF dans l'accomplissement de sa mission sociale. Ces indicateurs peuvent être étudiés et suivis régulièrement par la direction de l'IMF. La notion d'auto-évaluation permet ainsi de pouvoir identifier ses atouts et ses propres limites pour changer ses pratiques et innover en faveur des performances sociales des IMF pour aboutir à un meilleur impact sur ses clients. L'analyse exhaustive des différents volets des performances sociales offre aux IMF des pistes concrètes d'amélioration de leurs pratiques en faveur de leurs clients, des indicateurs de suivi régulier, des systèmes d'alerte à prendre en compte dans l'évolution de leurs pratiques, des outils de communication avec les conseils d'administration ou avec les partenaires extérieurs. Les résultats des auto-évaluations engagent ainsi les IMF dans une démarche de réflexion et de changements de pratiques.

Néanmoins, dès lors que les résultats ont vocation à être communiqués aux parties prenantes ou au grand public, l'intervention d'un auditeur externe est indispensable. L'auditeur peut accompagner également l'IMF dans le diagnostic et l'identification des points à améliorer.

L'outil SPI peut être utilisé avec deux approches :

- Une approche « centralisée », n'associant que la direction de l'IMF dans la phase de réalisation, pour faire le point sur la cohérence et l'efficacité des actions mises en œuvre par l'IMF pour atteindre sa mission sociale ;
- Une approche « participative », qui associe différents niveaux de l'IMF (direction centrale mais aussi directions au niveau des agences, élus, partenaires extérieurs, clients, etc.) pour recueillir les perspectives de ces différents niveaux, favoriser une démarche d'échange et susciter l'analyse interne des pratiques de l'IMF. L'expérience montre que cette approche présente de nombreux avantages pour la représentativité du diagnostic et l'appropriation des conclusions et recommandations opérationnelles.

L'application de SPI peut se diviser en trois phases distinctes: préparation (0,5 jour), mise en œuvre (1 à 3 jours selon les niveaux de l'IMF impliqués), et le reporting (1 jour).

Phase de préparation

La phase de préparation consiste à introduire l'outil SPI auprès de l'IMF : généralement, il s'agit d'un atelier d'échange d'une demi-journée qui permet de présenter les principes de l'outil et son contenu. Cette introduction est conduite par l'auditeur. La démarche autour de l'outil SPI associe généralement à cette fonction d'auditeur des personnes au sein de réseaux d'IMF qui travaillent sur cette question des performances sociales et connaissent bien l'outil SPI. Il faut noter que Cerise et l'Alliance ProsperA (Promotion of Social Performance) réalisent un travail important de formation de formateurs, définition de processus de contrôle de qualité, suivi et accompagnement des auditeurs dans l'analyse des résultats, afin de faciliter l'évaluation et la promotion de ces approches au niveau des IMF.

Les participants à cet atelier introductif peuvent être les directeurs de l'IMF (approche centralisée) mais l'atelier peut être aussi plus largement ouvert aux différents niveaux de l'IMF qui participeront à l'audit SPI (approche participative).

Phase de mise en œuvre

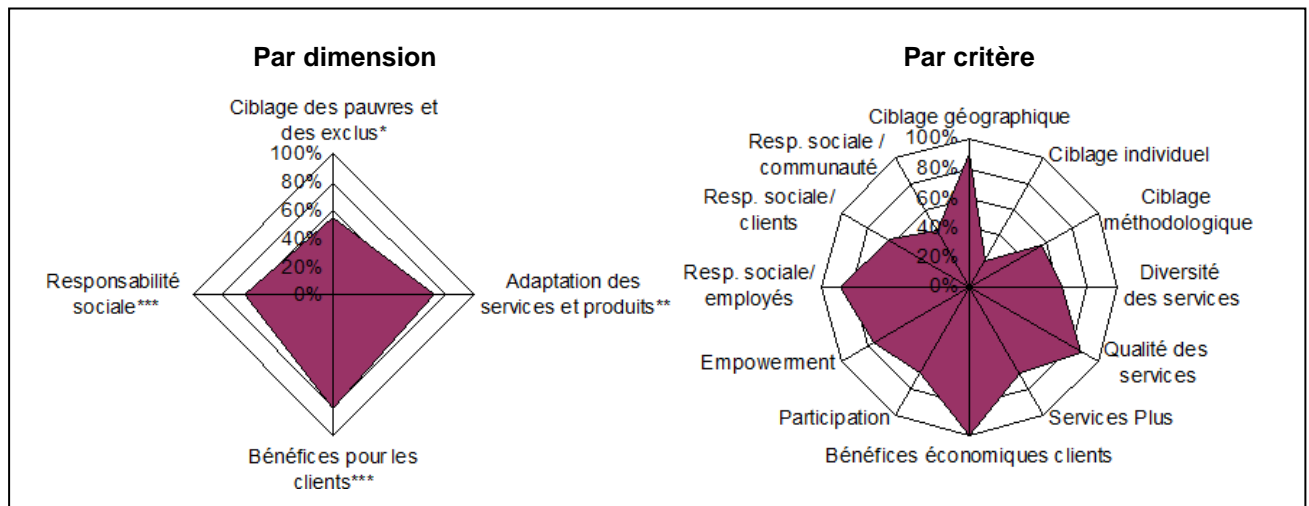
Lorsque l'IMF connaît l'outil, elle peut alors remplir en interne le questionnaire. Ceci peut être effectué par la direction uniquement (approche centralisée), ou bien par les différents niveaux de l'IMF associés à l'analyse (approche participative). Parfois, des groupes de discussion avec les clients sont organisés pour recevoir le feedback des clients de l'IMF.

L'auditeur conduit des interviews pour remplir et/ ou vérifier le questionnaire SPI avec les différents niveaux impliqués dans l'analyse: management (HQ and field), staff (HQ and field), directors, donors, investors, clients, and other stakeholders.

Dans un deuxième temps, les résultats du questionnaire SPI sont présentés à l'IMF pour discussions, commentaires et suggestions, éventuellement au travers d'un atelier d'échange.

La présentation visuelle des résultats de SPI (« diamant » des 4 dimensions et « toile d'araignée » des 12 sous – dimensions ; voir graphique XX) facilite la vision d'ensemble des résultats de l'IMF et ouvre la discussion sur les points forts et les faiblesses de l'IMF en termes de performances sociales. Cette phase permet aussi de comparer la perception des différentes parties prenantes en termes de performances sociales attendues et effectives, afin de renforcer une vision commune sur la stratégie institutionnelle.

Graphique : la visualisation des résultats SPI



Phase de reporting

Le rapport SPI consiste à présenter le questionnaire avec l'ensemble des commentaires et détails qui ont permis d'attribuer un score pour chaque indicateur.

Un résumé de deux pages est aussi produit qui présente une synthèse des résultats de l'IMF pour chacune des 4 dimensions, offre la représentation graphique par dimension et sous-dimension, met les résultats en relation avec les performances financières et propose des pistes de réflexion pour l'IMF sur les stratégies possibles d'amélioration et de renforcement des performances sociales.

Lorsque l'IMF transmet ses résultats à ProsperA pour la base de données centralisée qui regroupe l'ensemble des résultats SPI (130 IMF au 31/07/2008 ; 200 IMF prévues au 31/12/2008), elle peut en outre recevoir des résultats personnalisés comparant ses scores SPI par groupe de pair : IMF du pays, de la région, résultats du groupe de pair par taille (clients, portefeuille), âge, intervention urbaine, rurale ou mixte, etc.

Utilisation des résultats SPI

Interne :

Les résultats SPI sont en premier lieu utilisés en interne par les IMF pour informer leur conseil d'administration ou leur équipe de gestion sur les résultats en termes de performances sociales. L'analyse SPI exprime d'une façon objective, synthétique et visuelle la qualité du processus de l'IMF dans l'accomplissement de sa mission sociale et les implications que cela peut avoir pour ses résultats opérationnels et financiers. Par ailleurs, ces indicateurs peuvent être suivis par la direction de l'IMF pour alimenter les prises de décisions stratégiques sur ces thématiques. Parfois, un processus d'animation et de formation des employés autour de l'analyse de l'audit social SPI peut être nécessaire, conduisant à des discussions, à la formalisation des résultats et à la prise de mesures concrètes pour leur amélioration (formalisées dans un plan d'affaire). L'audit permet ainsi d'identifier ses atouts et ses propres limites pour changer ses pratiques pour améliorer la gestion des performances sociales des IMF et aboutir à un meilleur impact sur ses clients.

A la suite de l'audit SPI, les IMF peuvent entreprendre une analyse de leur mode de gouvernance pour évaluer la chaîne de décision concernées par les différentes dimensions des performances sociales et identifier, de la planification à la mise en oeuvre, quels sont leurs points forts et les faiblesses pour parvenir à meilleure cohérence entre la mission, actions et

résultats pour un meilleur impact sur ses clients. Cette analyse se fait en lien avec l'ensemble des aspects de l'activité de l'IMF d'optimiser l'équilibre entre résultats sociaux, opérationnels et financiers.

Externe :

Le rapport synthétique de SPI peut être diffusé en externe pour valoriser les performances sociales de l'IMF. Les résultats SPI alimentent le reporting des IMF (rapports annuels, publications de résultats, relations publiques). De nombreuses IMF utilisent SPI comme une base d'échange et de discussion avec leurs partenaires investisseurs ou bailleurs de fonds.

On observe également des efforts des IMF pour mettre en place avec leurs réseaux ou autorité de supervision des processus de régulation ou ou autorégulation qui prennent en compte leurs performances sociales. Ceci contribue à améliorer la relation au sein du secteur et vis à vis de l'Etat et de l'opinion publique.

MODULE 2 – L’outil SPI

Les principales composantes du questionnaire SPI

Première partie – Présentation de l’IMF, son contexte, sa stratégie sociale

Pourquoi une première partie sur le contexte et la stratégie sociale ?

Dans cette partie l’IMF (i) explicite ses choix propres en terme de stratégie sociale (pour ne pas faire de SPI un outil normatif) et (ii) décrit son histoire et son environnement socioéconomique et culturel et analyse les atouts et les contraintes qui en résultent dans la mise en œuvre de sa stratégie sociale.

Chaque dimension de SPI sera évaluée par l’IMF en fonction de ses propres objectifs sociaux. Il est important de comprendre le contexte et le positionnement de l’IMF afin de lui donner la possibilité de justifier ses orientations stratégiques. Cela contribuera à mettre les indicateurs de performances sociales - collectés dans la seconde partie - dans leur contexte historique, géographique et socio-économique, et ainsi à faciliter l’interprétation de la deuxième partie.

Comment remplir la première partie?

Approche centralisée : Discussion et déclaration des instances dirigeantes de l’IMF

Audit externe : La vérification peut s’appuyer sur l’ensemble des documents écrits qui traduisent l’orientation stratégique de l’institution (plans stratégiques, rapports d’activité, compte-rendus de conseils d’administration ou d’assemblées générales, etc.)

Approche participative : collecte et échanges entre le point de vue de différentes parties prenantes (membres du conseil d’administration, cadres, salariés de base, élus, etc.)

Sections « 1. Identité de l’IMF » et « 2. Performances financières »

L’objectif de ces sections est d’obtenir des données générales qui permettront de donner des points de repères indispensables pour l’analyse. Les renseignements fournis permettront ainsi de positionner les résultats d’une IMF par rapport à un groupe de pair. On a pour cela retenu les catégories mises en avant sur le Mix Market en les complétant avec une prise en compte de la zone d’intervention (rurale, urbaine ou mixte).

Ces renseignements sont complétés par un petit nombre d’indicateurs financiers, qui correspondent aux ratios clé publiés sur le Mix Market.

Avec une base de données significative, ces informations permettent aussi de faire progresser les connaissances sur les relations entre performances sociales et financières. Pour plus d’information sur ce point, consulter le site de CERISE et celui du MIX Market.

Afin de mettre en perspective les données financières, la direction de l’IMF est invitée à donner son appréciation sur le niveau de priorité de sa viabilité financière.

Section « 3. Contexte et stratégie sociale de l'IMF »

3.1. Mission sociale de l'IMF

-Existe-t-il une formulation explicite de la mission sociale? Comment est-elle formulée (mentionner l'année de formulation ou de la mise à jour):

-Si aucune formulation explicite n'existe, comment pouvez vous résumer la mission sociale de l'IMF?
-Est-ce que la mission sociale a changé depuis sa création, en particulier en lien avec la croissance de l'IMF ?

Mix/sptf

Hypothèse

Les performances sociales sont définies en fonction de la stratégie sociale qu'une institution a elle-même définie. Ces questions visent donc à prendre en compte les finalités que l'IMF s'est officiellement fixée. Il importe aussi de savoir comment ces objectifs ont évolué dans le temps.

Source d'information

Pour ces questions, il est important de privilégier des références explicites et formelles qui doivent être contenues dans des documents écrits connus et reconnus par les employés et dirigeants de l'IMF. En fonction des cas particuliers, ces références peuvent être : statuts juridiques de l'organisation, charte, règlements, codes, document de communication largement diffusés, etc.

3.2. Stratégie sociale de l'IMF

Hypothèse

La position interne de l'IMF (histoire, valeurs partagées, clarté des objectifs sociaux, culture de la performance sociale, etc.) ainsi que les atouts ou contraintes de son contexte (l'IMF bénéficie de circonstances favorables ou au contraire rencontre des difficultés à développer une stratégie plutôt qu'une autre) éclairciront et justifieront les choix de l'IMF par rapport à sa stratégie sociale. Cette deuxième section analyse la stratégie de l'IMF selon les quatre dimensions du questionnaire SPI sur la performance sociale.

Modalités

L'IMF doit expliciter sa stratégie vis-à-vis des 4 dimensions de SPI et analyser en fonction des forces et faiblesses, atouts et contraintes de l'environnement économique, juridique, social et culturel dans lequel elle s'insère pourquoi chacune des dimensions est importante ou pas pour elle.

L'IMF conclura sur chaque dimension en remplissant le tableau, tel qu'illustré dans l'exemple.

Exemple

Cas d'une institution albanaise	1. Pas un objectif	2. Objectif mineur	3. Objectif important	4. Objectif majeur
Dimension 1 : Ciblage des pauvres et des exclus	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dimension 2 : Adaptation des services	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Dimension 3 : Bénéfices économiques et sociaux pour les clients	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Dimension 4 : Responsabilité sociale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

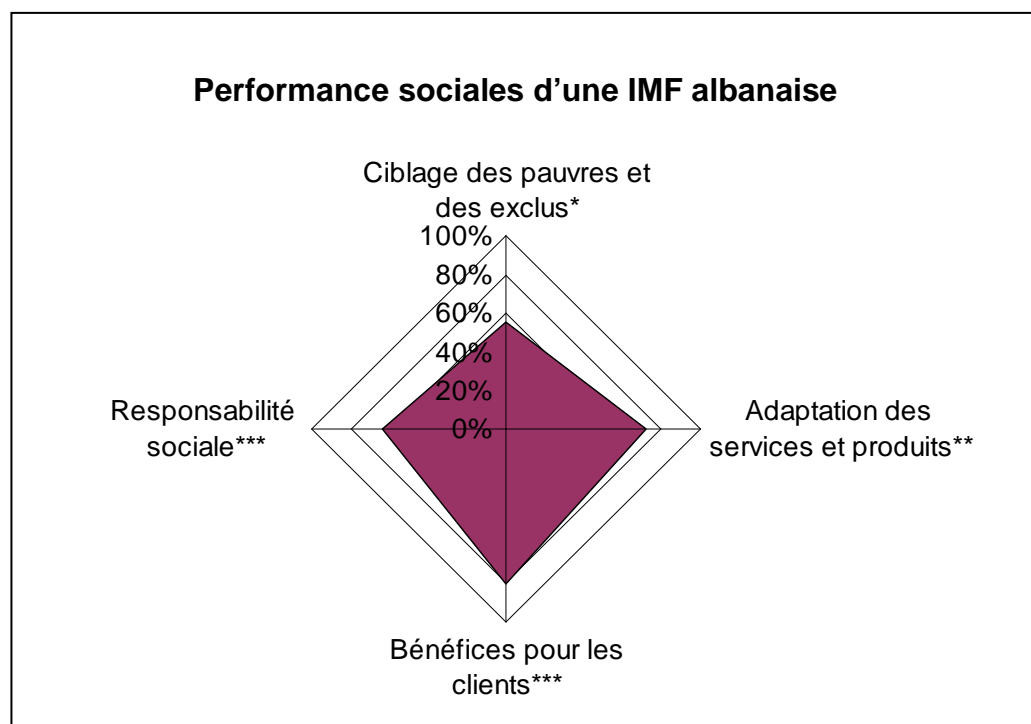
Cette institution albanaise se situe dans un contexte économique et politique qui fait suite à 40 ans de communisme : à la faveur de la réforme agraire, les ménages ruraux ont reçu autour d'un hectare de terre et une ou deux vaches. L'intérêt de l'IMF n'est pas de cibler les plus pauvres, mais plutôt de créer un nouveau tissu économique (en finançant par exemple une laiterie) et de ré-activer les solidarités locales qui existaient au sein des villages avant la période communiste. L'IMF aura alors tendance à noter 2 la première dimension et 4 les dimensions 3 (participation des clients) et 4 (responsabilité sociale vis-à-vis de la communauté).

Source d'information

Déclaration de la direction de l'IMF

Utilisation de l'information

Le classement des quatre dimensions est visualisé à la fin de l'audit sur le « Diamant SPI » sous forme d'étoiles, pour voir quelles sont pour l'IMF les dimensions prioritaires ou secondaires et les notes SPI obtenues (= pas un objectif ; *** = Objectif majeur)



Reprenant l'exemple albanais, l'institution a un score SPI relativement faible pour la dimension de ciblage de la pauvreté mais celle-ci est classée comme un objectif mineur par l'institution. Le score le plus élevé se retrouve pour la dimension 3 – bénéfices socio-économiques, considéré comme un objectif majeur. Les faibles scores dans les dimensions 2 « adaptation des services » et 4 « responsabilité sociale » suggèrent de réaliser des améliorations sur ces aspects.

Le tableau 2 reprend un certain nombre d'objectifs sociaux précis et l'IMF doit déclarer s'ils font partie, implicitement ou explicitement, de sa mission sociale. Il correspond à des questions sur les principes et intentions dans les indicateurs SPS MIX/SPTF.

Le tableau 3 reprend plus précisément les avancées de l'IMF en termes de politiques de responsabilité sociale. Il correspond à des questions sur les principes et intentions dans les indicateurs SPS MIX/SPTF.

Section « 4. Implication des acteurs pour la Performance Sociale dans l'IMF »

Question 4.a. Quelles sont les principales parties prenantes (dirigeants, employés, clients, actionnaires, bailleurs de fonds, banques / investisseurs, etc.) et quel est leur intérêt social?

Question 4.b Est-ce que la culture de la performance sociale de l'IMF est forte, à tous les niveaux de l'institution?

Question 4.c Comment la direction de l'IMF assure-t-elle la réalisation de la mission sociale?

Hypothèse

Au-delà de la stratégie explicite (questions précédentes) et des pratiques concrètes (indicateurs SPI), un levier fondamental des performances sociales d'une institution réside dans l'engagement qu'elles représentent pour ses parties prenantes. Bien que très important, cet aspect reste cependant difficile à évaluer de manière complète et objective. Cette section vise par conséquent à révéler quelques éléments clés de l'engagement des principaux acteurs de l'IMF en faveur de la mission sociale.

Modalités :

4.a : Identification des acteurs internes et des acteurs externes, mais influents dans la prise de décision, et leur « intérêt social », c'est-à-dire leur implication et attentes en termes de définition et de poursuite de la mission sociale de l'IMF.

4.b : Identification de la « visibilité » et de la l'inscription de la mission sociale dans le quotidien des acteurs de l'IMF, comme un élément majeur des activités de l'IMF.

4.c : Identification des éléments formels qui attachent la réalisation de la mission sociale au cœur de la stratégie de l'IMF

Exemple

4.a) Une IMF A sous forme de société anonyme identifiera les acteurs suivants:

- Dirigeants. Intérêt social : pérennité de l'IMF, ciblage, adaptation des services
- Investisseur X. Intérêt social : faible, sa préoccupation est essentiellement financière
- Investisseur Y : Intérêt social : promotion de l'inclusion financière, place des femmes, protection de l'environnement
- Cadres. Intérêt social : avant tout mobilisés sur des enjeux de performance financière, bien que certains soient sensibles à la mission sociale de l'IMF
- Salariés de base : préoccupés avant tout par des considérations opérationnelles, mais très proches de la clientèle et très impliqués en leur faveur.

4.b) La culture des PS est forte chez la plupart des employés, mais pas tous car l'accent a été mis sur les questions de rentabilité ces dernières années et les nouveaux venus n'ont pas été sensibilisés à la mission sociale de l'IMF

4.3) La direction promeut l'accomplissement de sa mission sociale en gardant des statuts très clairs à ce sujet, mais certains systèmes pourraient être mis en place

Les dirigeants et l'investisseur Y sont les principaux acteurs porteurs de la mission sociale

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF

Audit externe : relecture et entretien avec les diverses parties prenantes

Approche participative : animation d'une discussion rassemblant diverses parties prenantes pour confronter les différentes vision sur ce sujet.

Question 4.4 Pour lesquels des domaines suivants le Conseil d'administration utilise-t-il les informations sur la performance sociale?

Question 4.5 Pour lesquels des domaines suivants la Direction Générale utilise-t-elle les données sur la performance sociale?

Question 4.6 L'IMF a-t-elle des mécanismes d'incitation/ primes pour le personnel qui prennent directement en compte ses objectifs de performances sociales par rapport aux clients

Question 4.7 Quel type d'employés niveau d'employé reçoit des incitations/p rapport aux performance sociales ?

Mix

Hypothèse

Les performances sociales seront effectivement renforcées au niveau des IMF si elles sont suivies au travers d'une collecte régulière de données et que ces informations alimentent les prises de décisions stratégiques et opérationnelles.

Modalités

Ces questions, issues des critères SPTF/MIX, cherchent à vérifier que les informations sur les performances sociales sont effectivement utilisées dans la gestion de l'IMF, soit par les instances qui prennent des décisions (CA, DG) soit sous forme de systèmes d'incitations pour les employés. Il est donc essentiel de ne retenir ici que les pratiques qui sont suffisamment systématiques pour avoir un effet réel sur l'activité de l'institution.

Source d'information :

Approche centralisée : Déclaration de l'IMF

Audit externe : discussion avec les services chargés du SIG et celui gérant les ressources humaines.

Deuxième partie – Indicateurs

Dimension 1: Ciblage des pauvres et des exclus

Hypothèses qui sous-tendent la dimension 1

Les IMF ont été développées pour atteindre une population exclue du système financier classique. Elles peuvent avoir pour objectif d'atteindre les populations socialement exclues ou pauvres, ou simplement d'offrir des services financiers dans une région où les systèmes bancaires classiques sont absents, ou encore à des personnes, pas nécessairement pauvres ou socialement exclues, mais qui restent écartées des banques.

Dans la dimension 1, l'outil SPI examine la stratégie que l'IMF emploie, les modes de vérification utilisés par l'IMF pour contrôler la fiabilité de sa stratégie et les résultats observés pour cette stratégie.

Les critères de la dimension 1

On observe trois stratégies principales pour atteindre les pauvres et les exclus, qui correspondent aux trois critères de la dimension 1:

Critère 1 - Ciblage géographique :

Ce critère évalue si l'IMF fournit ses services dans des zones pauvres ou isolées, ou dans des zones où d'autres services financiers formels ne sont pas disponibles.

Critère 2 - Ciblage individuel :

Ce critère évalue si l'IMF sélectionne les personnes qui ne remplissent pas les conditions pour l'accès au secteur financier classique et/ou qui remplissent un critère de pauvreté et/ou d'exclusion, et refuse l'accès aux personnes qui sont considérées comme moins pauvres ou moins exclues.

Critère 3 - Ciblage méthodologique ou méthodologie « pour les pauvres » :

Ce critère se réfère à la conception spécifique des services pour la population cible des pauvres ou des exclus : mise en œuvre de modalités de services spécialement appropriés à ce public pauvre ou exclus, avec l'idée que la population non ciblée ne sollicitera pas ce type de services qui ne sera pas adapté à ces propres besoins. Cela peut se faire au travers de modes de garantie, de la taille des montants de transaction pour les prêts et l'épargne, etc.

- Voir dans le glossaire les concepts de « pauvreté », « exclusion ».
- Voir en annexe les débats autour des notions de pauvreté et de ciblage.

Score total sur cette dimension 1 : maximum 25 sur 28 points.

Le total de la dimension 1 est supérieur à 25 points (28 points : 9 sur le ciblage géographique, 10 sur le ciblage individuel, 9 sur le ciblage méthodologique) mais généralement une IMF ne peut pas cumuler les trois stratégies de ciblage (se situer dans les zones les plus pauvres et cibler la population pauvre parmi les pauvres, avec des transactions financières de très faibles montants). Le total de points disponibles dans cette dimension est donc de 28, mais le plafond est fixé à 25. Ceci prend en compte les multiples stratégies qu'une IMF peut mettre en œuvre pour atteindre les pauvres et les exclus, mais il n'est pas jugé nécessaire (voire utile ou même

possible, en particulier en termes de viabilité financière) d'utiliser toutes ces stratégies pour atteindre le score maximum sur le ciblage.

Critère 1 – Ciblage géographique

Indicateur 1.1 L'IMF sélectionne-t-elle les zones dans lesquelles elle intervient selon des critères de pauvreté et / ou d'exclusion ?

Définition: Zones pauvres ou exclues = Zones où le taux de pauvreté supérieur à la moyenne nationale ; zones sans accès aux services de base: eau, électricité, éducation, santé, assainissement, infrastructure ; Zones marginalisées qui ont des services de base, mais sont enclavées ; En milieu rural: zones rurales reculées, manque d'infrastructures (routes, marchés), accès limité aux services publics, principalement dépendant de l'agriculture vivrière, etc. En milieu urbain: foyers pauvres, manque d'accès aux services publics, chômage élevé, zones d'installation de migrants, etc.

- 0 = Pas un critère dans le choix des zones d'intervention
- 1 = Critères de sélection, mais pas le plus important
- 2 = Un des principaux critères, intégré dans la planification stratégique de l'IMF

Spécifiez: Si la réponse est 1 ou 2, quels sont les indicateurs que l'IMF prend en compte pour considérer une zone géographique comme "pauvre" ou "exclue ":

Hypothèse 1.1

Le ciblage géographique requiert une définition claire du critère que l'IMF prend en compte pour sélectionner les zones d'intervention. Cette question est basée sur *l'intention* de l'IMF.

Définition

Zones pauvres ou exclues : Zones où le taux de pauvreté est supérieur à la moyenne nationale; zones sans accès aux services de base (eau, électricité, éducation, santé, assainissement, infrastructure) ; Zones marginalisées qui ont des services de base, mais sont enclavées ;

En milieu rural: zones rurales reculées, manque d'infrastructures (routes, marchés), accès limité aux services publics, principalement dépendant de l'agriculture vivrière, etc.

En milieu urbain: foyers pauvres, manque d'accès aux services publics, chômage élevé, zones d'installation de migrants, etc.

Modalités

Les modalités distinguent le degré d'influence du critère géographique (zones pauvre ou exclue) dans le choix des zones d'intervention.

Sources d'information

Approche centralisée : déclaration de la direction de l'IMF

Audit externe : consultation des plans d'affaires

Approche participative : déclaration des autres acteurs impliqués = directions régionales, élus, membres du conseil d'administration

Indicateur 1.2 Quel est le pourcentage des prêts accordés dans ces régions pauvres ou exclues?

- 0 = Ne sais pas / moins de 10% du nombre total de prêts en cours
- 1 = Moins de 50 % du nombre total de prêts en cours
- 2 = Plus de 50 % du nombre total de prêts en cours

Spécifiez: Si la réponse est 1 ou 2, quelle est la source d'information?

Hypothèse 1.2

Un ciblage géographique efficace nécessite des connaissances sur les caractéristiques des zones d'intervention et signifie que l'IMF peut savoir le pourcentage du nombre de prêts accordés dans ces zones (lieu de résidence des emprunteurs).

Définition

Voir 1.1

Modalités

Traduit le ciblage géographique en nombre de prêts accordés dans ces zones.

Si l'IMF a beaucoup d'épargnants en zone pauvre, cela apporte également un service utile, mais si l'épargne n'est pas redistribuée localement sous forme de prêts, cela limite l'effet économique sur ces zones.

Prêts en cours afin de montrer la situation au moment de l'enquête. Quand l'information sur les encours n'est pas disponible, l'information sur les prêts décaissés pendant les 12 derniers mois ou durant la dernière année fiscale peut être prise en compte (spécifier alors la nature de l'information).

Sources d'information

L'information peut provenir de données nationales qui distinguent les zones administratives selon leur niveau de richesse. Si ce type d'information n'est pas disponible, une IMF qui se concentre sur un ciblage géographique peut utiliser un critère objectif tel que ceux cités dans la description de l'indicateur pour classer ses zones d'intervention par secteur plus réduits (voir définition de l'indicateur 1.1).

Le SIG peut donner le nombre de prêts en cours par secteur ou autres sub-division. A défaut, déclaration de la direction de l'IMF ou services concernés.

Indicateur 1.3 Comment l'IMF vérifie le niveau de pauvreté des zones où elle exerce ses activités?

- 0 = Rien n'est fait
 1 = Vérification informelle (par exemple retours de la part du personnel ou des autres parties prenantes)
 2 = Enquête formelle sur les conditions de pauvreté et d'exclusion dans les zones d'intervention / données nationales disponibles qui confirment le niveau de pauvreté des zones en questions
Spécifiez: *Si la réponse est 1 ou 2, quelle est la méthode de vérification?*

Hypothèse 1.3

Un ciblage géographique efficace requiert une vérification de la réalité des critères qu'il emploie.

Définition

Critère de pauvreté d'une zone géographique : voir indicateur 1.1

Exemple

Enda Tunisie et la cartographie des zones de pauvreté : Enda Tunisie a développé un outil qui permet de visualiser sur une carte électronique la population tunisienne par niveau de vulnérabilité. Le niveau de vulnérabilité est basé sur un indicateur composite prenant en compte des données économiques par délégation (une unité géographique d'environ 700 km² qui correspond approximativement à la zone d'intervention d'une branche). Cet outil est utilisé dans la planification stratégique pour appuyer la prise de décision pour l'ouverture de nouvelles branches et pour définir de nouveaux produits. (voir Plateforme européenne de Microfinance et la Revue Dialogue Européen – à paraître en 2009)

Modalités

Vérification informelle : discussion avec des personnes ressources qui connaissent la zone, observation par l'agent de crédit ou d'autres membres du personnel de l'IMF, information indirecte au niveau national, etc.

Enquêtes formelles : des enquêtes sur les questions de pauvreté menées dans les zones d'intervention de l'IMF soit par l'IMF soit par d'autres institutions spécialisées (instituts nationaux de statistiques, universités, etc.)

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF

Audit externe : L'auditeur externe peut consulter des enquêtes et des publications de l'IMF, la classification nationale des zones géographiques en termes de pauvreté et la comparer aux zones d'intervention de l'IMF, etc.

Indicateur 1.4 L'IMF dessert-elle des clients dans les zones rurales?

Mix

Définitions: *Zones rurales* = Les zones où les principales activités sont liées à l'agriculture (production, transformation, commercialisation, et.), faible densité de population par rapport à la moyenne nationale.

Zones péri-urbaines = les zones où les activités agricoles ne sont pas la principale source de revenu, densité de population équivalente ou supérieure à la moyenne nationale, manque de services urbains de base.

- 0 = Ne sais pas / moins de 30% du nombre total de prêts en cours
 1 = Oui, plus de 30% du nombre total de prêts en cours dans les zones rurales

Spécifiez: *Pourcentage des prêts en cours (en nombre):* _____ *Pourcentage de clients dans les zones rurales:* _____ ; *dans les zones urbaines :* _____ ; *dans les zones peri-urbaines:* _____ *Si la réponse est 1, spécifiez la source d'information/évaluation:* _____ *Donnez la définition précise utilisée par les IMF de :* zones rurales, urbaines et péri-urbaines:

Hypothèse

Les zones rurales – en particulier où la production agricole et les activités agricoles liées aux cultures vivrières sont les principales sources de revenu – sont les zones les plus défavorisées en termes de services financiers. Les services financiers peuvent appuyer ces populations pour développer leurs productions.

Définition

Zones urbaines et rurales : Les définitions officielles de zones urbaines et rurales renvoient à des densités de population et des situations très différentes d'un pays à l'autre. Cependant, dans les pays en développement, les localités considérées comme rurales (moins de 5 000 habitants) sont normalement peuplées de manière clairsemée et la population est principalement employée dans l'agriculture, alors que les villes (plus de 20 000 habitants) sont densément peuplées et l'emploi est à 85-95% non agricole. Les situations intermédiaires correspondent à des zones périurbaines et des villes secondaires (Lipton et Ravallion, 2005).

La définition rural/ urbain peut reposer également sur les activités principales :

Zones rurales = Les zones où les principales activités sont liées à l'agriculture (production, transformation, commercialisation, et.), faible densité de population par rapport à la moyenne nationale.

Zones péri-urbaines = les zones où les activités agricoles ne sont pas la principale source de revenu, densité de population équivalente ou supérieure à la moyenne nationale, manque de services urbains de base.

L'IMF peut préciser comment sont définies dans son cas « zones rurales », « zones urbaines » et « zones péri-urbaines ».

Modalités

Traduit le ciblage géographique en nombre de prêts accordés dans les zones rurales spécifiquement.

Si l'IMF a beaucoup d'épargnants en zone rurale, cela apporte un service utile, mais si l'épargne n'est pas redistribuée localement sous forme de prêts, cela limite l'effet économique sur les zones rurales.

Prêts en cours afin de montrer la situation au moment de l'enquête. Quand l'information sur les encours n'est pas disponible, l'information sur les prêts décaissés pendant les 12 derniers

mois ou durant la dernière année fiscale peut être prise en compte (spécifier alors la nature de l'information).

La question porte sur les prêts accordés en zone rurale (lieu d'habitation de l'emprunteur).

Lorsque l'IMF touche un nombre important de clients épargnant localisés en zone rurale, elle peut le signaler pour information

Sources d'information

Approche centralisée : Système d'information et de gestion de l'IMF. A défaut, déclaration de la direction de l'IMF ou les services concernés.

Audit externe : l'auditeur peut contrôler la définition des zones et la manière dont le pourcentage a été calculé.

Indicateur 1.5 Quel est le pourcentage des points de services qui sont localisés dans des zones sans autres IMF ou agences bancaire?

Définition : Points de services : inclut les agences de l'IMF, les agences de service mobile ou les dispositifs d'octroi de services qui opèrent au moins un jour par semaine. Zone sans autres IMF ou agence bancaire : les autres IMF ou agences bancaires sont à plus de 50 km (ou 2 heures de transport)

- 0 = Aucun point de services ou moins de 5%
 1 = Moins de 30 % des points de services
 2 = Plus de 30% des points de services

Spécifiez: Nombre de points de service dans les zones sans autre banque / IMF: _____ Pourcentage des points de services: _____
Pourcentage du portefeuille de crédits gérés par ces points de services : _____

Hypothèse 1.5

Le fait d'intervenir dans des zones où aucun autre service financier formel n'est disponible constitue une stratégie importante pour atteindre des personnes exclues du système financier.

Définition

Point de service : Ce terme désigne tout mécanisme par lequel une IMF donne accès aux services financiers à ses clients. Cela inclut les agences de l'IMF mais aussi les agences de service mobile ou les dispositifs d'octroi de services qui opèrent au moins un jour par semaine de façon décentralisée et proche des clients.

Moyenne distance / temps : la notion de décentralisation est traduite ici par une donnée de distance (50 km) ou de temps (2 heures de transport) nécessaires pour aller du point de services de l'IMF jusqu'à des agences d'une autre banque ou IMF.

La distance en kilomètres peut être utilisée quand des véhicules privés ou des services très réguliers de transport collectif sont disponibles. Le temps nécessaire pour qu'un client atteigne l'agence bancaire peut être utilisé quand les distances sont relativement réduites (moins de 50 km), mais la plupart des foyers n'ont pas de véhicule et doivent emprunter des transports publics ou en marchant. Combien de temps cela prend-il en moyenne à un client pour atteindre une agence ?

Modalités

Dénombrer le pourcentage de points de services de l'IMF situés dans des zones sans autres IMF ou agences bancaire.

Spécifiez : on précise ici le nombre de points de services concernés, on en déduit le pourcentage (à partir du nombre total de points de services de l'IMF). On précise le pourcentage du portefeuille de prêts que cela concerne (pour information).

Le pourcentage du portefeuille des clients n'est pas pris en compte dans le score mais il peut donner une information qualitative sur le poids de ce secteur. Toutefois, utiliser le pourcentage de clients afin d'établir le score peut conduire à sous-estimer les efforts déployés par l'IMF pour atteindre des zones reculées (on peut imaginer que les IMF auraient moins de clients dans ces agences lointaines).

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF ou des services concernés (agences locales, unions régionales, etc.)

Audit externe : Un auditeur externe peut comparer la localisation des agences avec les données nationales qui peuvent être disponibles sur l'implantation de banques commerciales, coopératives et autres IMF.

Critère 2 – Ciblage individuel

Indicateur 1.6 L'IMF recourt-elle à un dispositif/outil de ciblage visant à sélectionner les clients pauvres?

Définition : un outil de ciblage est utilisé pour améliorer la couverture des pauvres par l'IMF en collectant des informations sur le niveau de vie des clients pour écarter les "riches" ou pour sélectionner les «pauvres» pour la demande de prêt. Ne s'applique pas si la mesure de la pauvreté est faite une fois que le client est sélectionné (voir 1.8).

Exemples d'outils: PPI, USAID-IRIS PAT, Index de logement, Evaluation participative de la richesse, Enquête sur les ressources, etc. (voir le guide SPI pour plus d'information)

0 = Pour moins de 10% des nouveaux clients sur l'année en cours

1 = Pour moins de 50% des nouveaux clients sur l'année en cours

2 = Pour plus de 50% des nouveaux clients sur l'année en cours

Spécifiez: Si la réponse est 1 ou 2, quel est le dispositif de ciblage: _____, Nombre de clients de l'année en cours qui ont été ciblés par le biais de cet outil: _____.

Nombre total de clients pour l'année en cours: _____.

D'où le pourcentage des nouveaux clients sélectionnés par « screening »: _____.

Hypothèse 1.6

L'utilisation de dispositifs/outils de ciblage en amont du choix des clients contribue à la précision dans la sélection de la population cible.

Définition

Dispositif/outil de ciblage : le dispositif de ciblage collecte des informations (informations visuelle, enquêtes quantitatives ou qualitatives, entretiens) avant qu'un nouveau client ne soit accepté. Il est utilisé pour améliorer la couverture des pauvres par l'IMF en collectant des informations qui permettent d'écarter les « riches » ou de sélectionner les «pauvres» pour la demande de prêt. Ce dispositif ne s'applique pas si la mesure de la pauvreté est faite une fois que le client est sélectionné (voir indicateur 1.8).

Exemples

PPI, Index de logement, Evaluation participative de la richesse, Enquête sur les ressources, etc.

- Indicateurs basés sur la situation objective du client : structure familiale (nombre d'enfants, nombre d'adultes qui travaillent, etc.), illettrisme, index du logement (taille et état du logement, électricité, service d'eau, d'assainissement, etc.), limite/absence d'un patrimoine particulier (actifs productifs ou biens de consommation tels que des équipements électroménagers, véhicules, etc.), de gages (épargnes, bijoux), de terres agricoles, etc. ;
- Estimation du revenu du foyer ;
- Evaluation participative de la richesse : dans cette méthode, les membres de la communauté se classent eux-mêmes en fonction de leurs propres critères de richesse et pauvreté ;

Modalités

Les réponses portent sur les nouveaux clients (clients entrés sur l'année écoulée) pour connaître le développement actuel de cette stratégie par l'IMF

Source d'information

Approche centralisée : Déclarations de la direction de l'IMF et système d'information et de gestion pour le pourcentage.

Audit externe : Les auditeurs externes peuvent vérifier la nature et l'utilisation du dispositif de ciblage.

Approche participative : Dans une approche participative, on interrogera les agents de crédits sur la nature et les modalités d'utilisation de l'outil de ciblage.

Indicateur 1.7 Comment l'IMF s'assure-t-elle que l'outil est utilisé de manière adéquate par les agents de crédit ?

0 = Rien n'est fait

1 = Formation de tous les agents de crédit à l'utilisation de l'outil et/ou l'exactitude et la fiabilité de l'application est vérifiée par des recoupements formels / contrôle des informations collectées par les agents de prêt

Spécifiez: Si la réponse est 1, quelle est la méthode de vérification?

Hypothèse 1.7

Un ciblage individuel efficace implique la vérification de la qualité de l'outil et le contrôle de son application.

Définition

Cf. 1.6

Modalités

Exactitude : Le critère de sélection permet-il de faire la distinction entre les pauvres et les riches ? Le critère permet-il d'identifier les exclus ? Y a-t-il un risque que des personnes éligibles soient écartées et une population non cible sélectionnée ?

Fiabilité de son application: Le dispositif de ciblage est-il appliqué pour tous les nouveaux clients? Les agents de crédit sont-ils formés pour l'appliquer ? Les agents de crédit risquent-ils de remplir l'outil sans la présence du client avec des données approximatives ?

Recoupements formels : des enquêtes sont-elles réalisées auprès des clients sélectionnés et des clients rejetés pour vérifier qu'il n'y ait pas eu d'erreurs dans le processus de sélection ?

Source d'informations

Approche centralisée : Déclarations de la direction de l'IMF.

Audit externe : Vérification des formations, dispositifs et processus mis en place pour vérifier la bonne utilisation de l'outil de ciblage. Informations issues des agents de crédit sur leur compréhension de l'outil, les formations reçues, les vérifications faites sur leur propre travail par l'IMF.

Approche participative : Il est possible d'animer une discussion pour échanger sur la perception qu'ont les différents acteurs de l'IMF sur la fiabilité et l'utilité de tels outils.

Indicateur 1.8 L'IMF mesure-t-elle le niveau de pauvreté de ses nouveaux clients (sans que cela soit nécessairement un critère de sélection)?

0 = Rien n'est fait pour mesurer

1 = Enquête effectuée il y a moins de 2 ans auprès d'un échantillon ou par des enquêtes systématiques auprès des clients

Spécifiez : Comment l'IMF évalue-t-elle le niveau de pauvreté de ses nouveaux clients? Outil de mesure: PPI / USAID-IRIS / Index d'habitat Cashpor / Méthode participative de classification de richesse (PWR) / Enquête sur le ressources / Indice de sécurité alimentaire / Dépenses par personne / Revenus du foyer Revenu par personne / Indicateur proxy de pauvreté interne / Autre : _____

Quand l'IMF mesure-t-elle cette information? A l'entrée ou rapidement après / Après 2 mois dans le programme / Après 6 mois dans le programme / Après un an dans le programme

L'IMF collecte l'information sur la base d'un échantillon / pour tous les clients? Veuillez fournir les détails de l'échantillon. Veuillez à inclure la méthode d'échantillonnage, la taille de l'échantillon par rapport à l'ensemble des catégories de clients (crédits solidaires/individuels) et zones (urbain/rural) du programme.

Mix

Hypothèse 1.8

La mesure du niveau de pauvreté des nouveaux clients permet de vérifier le profil des clients qui ont accès aux services de l'IMF. Ces enquêtes, au moment de l'octroi d'un premier service, peuvent ensuite servir de référence pour suivre les changements de niveau de vie des clients.

Définition

Nouveaux clients : idéalement, les clients entrants au moment où ils viennent de recevoir leur premier prêt. Lorsque les enquêtes se font a posteriori (et non pas au moment où le client remplit le formulaire de demande de prêt), un « nouveau » client devra avoir reçu son prêt moins de 6 mois avant l'enquête (parfois, on peut compter un an si le nombre de nouveaux clients est trop faible pour tirer un échantillon représentatif).

Les enquêtes sur le niveau de pauvreté des « clients » portent généralement sur le niveau de vie du ménage plutôt que du client individuellement (actifs du ménage, structure familiale, etc.). Si l'enquête porte spécifiquement sur le client, on doit pouvoir isoler strictement ce qui appartient au client et les revenus qu'il maîtrise directement.

Modalités

Les enquêtes peuvent porter sur un échantillon de clients (en général, analyse a posteriori) ou sur l'ensemble de la clientèle (en général, formulaire de prêts qui recueille systématiquement les informations sur le niveau de vie).

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF.

Audit externe / approche participative : Discussion avec les agents de crédit sur les modalités d'octroi des prêts, la nature et le mode de remplissage des formulaires de demande. Vérification des informations disponibles dans le SIG. Pour des enquêtes ponctuelles, revue des rapports d'enquêtes, des questionnaires, des modalités de l'enquête.

Indicateur 1.9 Quel est le pourcentage des clients entrants qui sont pauvres (au-dessous du seuil national de pauvreté ou au-dessous de US \$ 2/jour)?

- 0 = Ne sait pas / moins de 10% des nouveaux clients sont pauvres;
 1 = Plus de 10% des nouveaux clients sont pauvres
 2 = Plus de 30% des nouveaux clients sont pauvres

Si la réponse est 1 ou 2, mentionner la source de l'information : _____

Spécifiez: Fournissez les informations disponibles pour l'IMF sur les nouveaux clients de l'année passée

- Quel pourcentage est au-dessous du seuil national de pauvreté ? _____
 Quel pourcentage est 50% au dessous du seuil national de pauvreté ? _____
 Quel % gagne moins de 2US \$ /par jour(en PPA) par membre du foyer? _____
 Quel % gagne moins de 1US \$ /par jour(en PPA) par membre du foyer? _____
 Si l'IMF a utilisé une définition différente, quel % est pauvre _____ / très pauvre _____

Dans ce dernier cas, indiquez la définition et quel seuil de pauvreté l'IMF considère comme pertinent dans son contexte: _____

Si la réponse est 1 ou 2, mentionnez la source d'information _____

Ces données ont été collectées auprès de : un échantillon de clients / tous les clients. S'il s'agit d'un échantillon, veuillez fournir les détails de l'échantillon : _____

Quelle ligne de pauvreté est considérée comme appropriée par l'IMF dans son contexte et en fonction de ses objectifs sociaux ? _____

Mix

Hypothèse 1.9

Les IMF peuvent suivre pour établir la part de leur clientèle pauvre qui a accès à leurs services les définitions internationales de la pauvreté reposant sur des seuils exprimés en dollar par jour (2USD par jour pour la pauvreté), ou bien les définitions nationales de seuil de pauvreté.

Définition

Les outils de mesure de pauvreté prennent généralement en compte un ou deux seuils:

Ligne d'extrême pauvreté : seuil dit de 1 US\$ par jour par personne, correspondant en réalité à 1,08 US\$ en Parité de Pouvoir d'Achat de 1993, ajusté par le taux d'inflation depuis 1993. Parfois, la ligne d'extrême pauvreté est fixée à la médiane du seuil national de pauvreté.

Le seuil international d'extrême pauvreté vient d'être réévalué par la Banque Mondiale, passant à 1,25 US\$.

Ligne de pauvreté : seuil de 2 US\$ par jour, ou seuil national de pauvreté.

Seuil national de pauvreté : ligne de pauvreté définie pour un pays et qui repose généralement sur le coût d'un panier de bien de consommation de base.

Modalités

Dénombrer le pourcentage du portefeuille des nouveaux emprunteurs qui sont pauvres, soit sur la base de données sur l'ensemble des nouveaux emprunteurs, soit sur la base d'un échantillon d'emprunteurs. Les données d'enquêtes doivent être récentes (moins de deux ans)

Spécifiez : La définition de la pauvreté utilisée par l'IMF doit être précisée, ce qui déterminera la ligne de pauvreté utilisée pour donner le résultat de l'IMF (seuil national, 50% au dessous du seuil national, 1USD/J, 2USD/J, définition propre de l'IMF)

Pour répondre à l'indicateur 1.9, on prend en compte le niveau de pauvreté (seuil national, 2USD/J, définition propre) plutôt que l'extrême pauvreté (50% au dessous du seuil national, 1USD/J).

Les données sur l'échantillon (nombre de clients enquêtés, mode de sélection de l'échantillon) permettent d'avoir une idée de la précision des résultats.

Source d'information

Approche centralisée : Système d'information et de gestion si les données sont systématiquement collectées, saisies, nettoyées et analysées.

Audit externe : Vérifier sur la base de rapports d'enquête récents portant sur le profil de pauvreté des nouveaux clients.

Indicateur 1.10 Quel est le pourcentage de femmes parmi les clients?

- 0 = Ne sait pas / moins de 10% du nombre total de prêts en cours
- 1 = Moins de 50% du nombre total de prêts en cours
- 2 = Plus de 50% du nombre total de prêts en cours

Spécifiez: *Pourcentage des prêts en cours (en nombre)*: _____ .

Mix

Hypothèse 1.10

Les femmes sont généralement plus exclues de l'accès aux services financiers que les hommes. Leur accès au crédit peut aussi avoir un impact plus direct sur le bien être de la famille. Toutefois, le ciblage spécifique des femmes implique d'adapter spécifiquement ses services aux contraintes et aux besoins des femmes (voir l'indicateur 3.14)

Modalités

On dénombre le pourcentage de prêts en cours accordés à des femmes. Les services d'épargne peuvent être utiles aussi (voir les indicateurs 2.6 et 2.7) mais l'accès au prêt représente une contrainte plus forte pour les femmes.

Source d'information

Approche centralisée : Système d'information et de gestion

Audit externe : vérifier comment l'information est collectée dans le SIG.

Indicateur 1.11 Quel pourcentage des clients de l'IMF sont issus de groupes socialement marginalisés et / ou vulnérables ?

Mix

Définition : Les groupes marginalisés / vulnérables, selon les distinctions définies par la race, la caste, l'ethnie, les minorités religieuses, les personnes handicapées, les sans-abri, les personnes déplacées, les réfugiés. Les groupes exclus selon les critères de la microfinance peuvent également être: les agriculteurs recevant les services financiers pour les activités agricoles, les jeunes (16-25 ans). Les données doivent dater de moins de 2 ans.

Quelle est la définition de groupes socialement marginalisés ou vulnérables qui s'applique au pays de l'IMF et qu'elle utilise : _____

0 = Ne sais pas / moins de 10% du nombre total de prêts en cours

1 = Moins de 30% du nombre total de prêts en cours

2 = Plus de 30% du nombre total de prêts en cours

Spécifiez: Pourcentage de l'encours des prêts en utilisant la définition de l'exclusion de l'IMF: _____ Si la réponse est 1 or 2, mentionnez la source d'information: _____

Hypothèse 1.11

Un ciblage individuel efficace requiert des connaissances sur les caractéristiques des clients. Cet indicateur se focalise sur l'« exclusion » et la « vulnérabilité » et pas spécifiquement de la pauvreté

Définition

Les groupes marginalisés / vulnérables, selon les distinctions définies par la race, la caste, l'ethnie, les minorités religieuses, les personnes handicapées, les sans-abri, les personnes déplacées, les réfugiés. Les groupes exclus selon les critères de la microfinance peuvent également être: les agriculteurs recevant les services financiers pour les activités agricoles, les jeunes (16-25 ans).

Modalités

On dénombre le pourcentage de prêts en cours accordés à des groupes marginalisés. Les services d'épargne peuvent être utiles aussi mais l'accès au prêt représente une contrainte plus forte pour les groupes marginalisés/ vulnérables.

Source d'information

Approche centralisée : Système d'information et de gestion ou des études récentes sur des groupes cibles.

Audit externe : Vérification du critère d'exclusion retenu par l'IMF.

Approche participative : ces principes d'exclusion semblent-ils pertinents aux différents acteurs de l'IMF ? Quel est leur perception du pourcentage de clients exclus ?

Critère 3 – Méthodologie financières pour les pauvres (9 points)

Indicateur 1.12 L'IMF accorde-t-elle des prêts s'appuyant uniquement sur des garanties sociales ?

Définition: *garanties telles que la solidarité entre les groupes, recommandation par un tiers de confiance, garanties physiques qui ont une valeur commerciale inférieure au montant du prêt. L'épargne bloquée ne peut pas être considérée comme une garantie sociale car elle réduit la liquidité disponible pour l'emprunteur et induit une augmentation du taux d'intérêt effectif.*

- 0 = pour moins de 10% du nombre total des prêts en cours
- 1 = pour moins de 50 % du nombre total des prêts en cours
- 2 = pour plus de 50 % du nombre total des prêts en cours

Spécifiez: *Quelle est la forme de garantie « sociale » utilisée par l'IMF: _____ Pourcentage des prêts en cours (en nombre): _____*

Hypothèse 1.12

La garantie « sociale » 1) réduit les barrières à l'entrée pour les pauvres et les exclus et 2) crée une relation de confiance entre les IMF et les clients en raison d'une approche différente de celle des banques commerciales.

Définition

Garanties sociales : La garantie sociale inclut tous les types de garantie que les banques n'accepteraient généralement pas: garanties telles que la solidarité au sein d'un groupe, recommandation par un tiers de confiance, garanties physiques qui ont une valeur commerciale largement inférieure au montant du prêt, mais qui sont importantes pour les emprunteurs, etc.

Si des garanties physiques légales sont exigées pour le prêt, il n'est plus considéré comme un prêt sécurisé par des garanties sociales.

Si l'IMF exige une épargne, alors il existe plusieurs options:

l'épargne obligatoire avant de recevoir le prêt n'est pas considérée comme une garantie sociale puisqu'elle peut être assimilée à une garantie physique, à moins que le montant requis ne soit symbolique (moins de 10% du prêt).

l'épargne déduite du prêt n'est pas une barrière à l'entrée, mais elle peut augmenter le coût du prêt. Elle peut être considérée comme une garantie « sociale » si le montant pris est plus symbolique qu'une garantie physique (moins de 10% du prêt). Bien sûr, cette forme d'épargne forcée peut être questionnée : elle n'incite pas réellement à épargner ni ne contribue au développement d'une habitude d'épargne, mais en terme de garantie elle ne limite pas l'accès à l'épargne pour les pauvres.

Modalités

On dénombre le pourcentage de prêts en cours accordés sans garanties physiques.

Le calcul peut être la somme des crédits par type identifiés comme octroyés sans garanties physiques dans la définition de leur modalités (ex : somme des prêts de groupe en cours + somme des prêts d'urgence en cours).

Prêts en cours afin de montrer la situation au moment de l'enquête. Quand l'information sur les encours n'est pas disponible, l'information sur les prêts décaissés pendant les 12 derniers

mois ou durant la dernière année fiscale peut être prise en compte (spécifier alors la nature de l'information).

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF + SIG pour le pourcentage.

Audit externe : Vérification de la classification des prêts comme garantie sociale et contrôle de la manière dont le pourcentage a été établi.

Approche participative : discussion autour de l'utilité des garanties sociales pour les clients (remplacent-elles vraiment des garanties physiques ?)

Indicateur 1.13 L'IMF accorde-t-elle des prêts avec d'autres formes de garantie qui facilitent des prêts productifs?

Définition: Les formes de garantie qui facilitent les prêts productifs s'appliquent aux cautions qui s'appuient sur les dynamiques de production des clients, au lieu d'actifs préexistants. Par exemple: le crédit-bail, warrantage, le factoring, etc.

- 0 = Moins de 10% du nombre total des prêts en cours sont couverts par cette forme de garantie
 1 = Plus de 10% du nombre total des prêts en cours sont couverts par cette forme de garantie

Spécifiez: Quelle est la forme de garantie utilisée: _____ Pourcentage de prêts en cours (en nombre) sécurisés avec ces garanties: _____

Hypothèse 1.13

Lorsque l'IMF propose des formes de garanties alternatives s'appuyant sur des biens acquis avec le prêt ou non classiques, elle permet de favoriser l'accès aux prêts des ménages pauvres. Par ailleurs, en favorisant les prêts productifs, elle dynamise l'économie du ménage et l'économie locale (versus des prêts à la consommation ou à la commercialisation).

Définition

Les formes de garantie qui facilitent les prêts productifs s'appliquent aux cautions qui s'appuient sur les dynamiques de production des clients, au lieu d'actifs préexistants.

Warrantage/ Crédit-bail : Le "crédit-stockage" ou warrant agricole vise à sécuriser le crédit à des agriculteurs, en s'appuyant sur des contrats de stockage de la production agricole. Il permet aux producteurs de l'utiliser comme gage pour un prêt destiné à faire face à des coûts de commercialisation ou de transformation, ou à attendre une remontée des cours.

Le crédit-bail, leasing ou location vente : La location-vente (ou leasing), inspirée du crédit-bail, est une alternative au crédit moyen terme classique pour l'équipement, qui permet de lever la contrainte de la garantie. Il permet ainsi à un client d'obtenir un financement pour l'achat d'outils qui constituent eux-mêmes une garantie. Plus précisément, le leasing consiste à séparer la propriété d'un actif avec son droit d'usage : l'institution reste légalement propriétaire de l'équipement jusqu'à ce que le client ait fini de rembourser.

Le factorage/Garantie sur contrat de commande : Ce mécanisme permet à un bon de commande de servir de caution pour un prêt.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF ; documents décrivant les formes de prêts productifs proposés par l'IMF.

Audit externe : vérification que les prêts en question sont effectivement conçus à des fins productives.

1.14 L'IMF fournit-elle des petits prêts ($\leq 30\%$ du Revenu National Brut/hab.) qui peuvent faciliter l'accès aux pauvres?

Définition: Les petits prêts = le montant,, est inférieur à 30% du RNB annuel par habitant. Exemple: Dans un pays où le RNB par habitant est de 1000 USD, petit prêt = montants inférieurs à 300 USD décaissés pour 12 mois. Afin de limiter les biais, les prêts d'une durée inférieure à trois mois ne sont pas pris en compte dans le calcul..

0 = les petits prêts représentent moins de 30% du nombre total de prêts en cours

1 = les petits prêts représentent moins de 50% du nombre total de prêts en cours

2 = les petits prêts représentent plus de 50% du nombre total de prêts en cours

Spécifiez: (1) RNB par habitant: _____ USD

(2) Taux de change : USD = _____ (monnaie locale)(date du taux spécifié : __/__/__)

(3) RNB par habitant en monnaie locale (1)x(2) = _____ (monnaie locale)

(4) Petits prêts = 30% du RNB = (3) x 0,3

Quel est le pourcentage des prêts en cours - au niveau individuel- inférieurs à (4): _____?

Hypothèse 1.14

Les gens pauvres n'ont pas nécessairement besoin uniquement de petits prêts, mais pour faciliter l'accès des pauvres et des personnes disposant de faibles capacités de remboursement, les IMF doivent s'assurer d'avoir au moins une partie de leur portefeuille distribué sous forme de petits prêts (inférieurs à 30% du RNB par habitant).

Définition

Revenu national brut : Le revenu national brut (RNB) – Gross national income (GNI) en anglais – est une valeur assez proche du produit national brut (PNB). Il est la somme des revenus (salaires et revenus financiers) perçus, pendant une période donnée, par les agents économiques résidant sur le territoire. Il faut retrancher au PNB la valeur de la dépréciation des actifs pour obtenir le RNB. Il s'agit d'une référence couramment utilisée pour les statistiques internationales (Mix, Banque Mondiale, Nations Unies, etc.).

Le RNB par habitant n'est pas une référence idéale pour les comparaisons (différences régionales, inégalités dans les pays, etc.) mais il y a peu de choix alternatifs qui permettent de conserver le caractère simple et standardisé pour le questionnaire SPI.

Deux types d'informations sont disponibles au plan national : le RNB par habitant et le RNB à parité de pouvoir d'achat (PPA). Cette dernière donnée résulte d'un ajustement réalisé pour les comparaisons internationales qui traduit le RNB en prix internationaux, ou en fonction de ce qu'il permet d'acheter sur ce marché international virtuel. Comme les crédits sont utilisés dans un cadre local, les prix locaux et le pouvoir d'achat doivent être pris en considération. De la sorte, il est certainement nécessaire d'utiliser les données du RNB qui NE SOIENT PAS corrigées en terme de PPA.

Voir la liste des données par pays en annexe.

Actualisation par pays sur le site du [MIX Market](#) en prenant les données par pays « GNI per capita – Atlas Method (Current USD)»

Modalités

Calcul

(1) Le RNB par habitant est donné en USD ; (2) il faut alors renseigner le taux de change USD / monnaie locale pour (3) convertir le RNB par habitant en monnaie locale et (4) calculer l'équivalent en monnaie locale de 30% du RNB par habitant.

On recherche alors dans le SIG le nombre de prêts en cours (au niveau individuel) inférieur ou égal à ce montant et on le traduit en pourcentage des prêts totaux en cours.

Afin de limiter les biais dans l'information, il est demandé d'exclure les petits prêts déboursés pour une durée de moins de trois mois, afin que des crédits commerciaux par exemple, déboursés trois ou quatre fois pour un même client, ne viennent augmenter artificiellement le ratio.

Certains facteurs peuvent compliquer le renseignement de cet indicateur :

- Des prêts aux groupes enregistrés dans le SIG comme un seul prêt. Une moyenne peut être utilisée : avec un groupe de 20 personnes pour un prêt collectif de 1000 USD, le prêt moyen est de 50 USD par individu.
- Une classification différente par montant des prêts dans le SIG (ex : 500/1000/1500 USD alors que 30% du RNB/hab équivaut à 800 USD) ; des tendances peuvent être fournies à partir de la classification de l'IMF. Certains SIG peuvent être capables de recalculer cette donnée en fonction du RNB/hab.
- Aucune classification des prêts par montant dans le SIG : ceci signifie que le SIG est plutôt déficient.

Source d'information

Approche centralisée : SIG

Audit externe : vérifier la façon dont les données sont saisies et agrégées dans le SIG.

1.15 L' IMF autorise-t-elle le versement de petites mensualités de remboursement (<1% du RNB par hab.)?

Définition: *Petites mensualités de remboursement $\leq 1\%$ du RNB/habitant, sur base mensuelle. Exemple: Dans un pays où le RNB/habitant est de 1000 USD, remboursement mensuel \leq USD 10, Remboursement hebdomadaire \leq USD 2.5. Ceci doit concerner au moins 5% des prêts.*

0 = la mensualité minimum est supérieure à 1% du RNB par hab.

1 = la mensualité minimum est inférieure ou égale à 1% du RNB par hab.

Spécifiez: *Quelle est la taille, en monnaie locale, du minimum de remboursement, pour les prêts avec des remboursements mensuels?* _____

Hypothèse 1.15

Pour les pauvres, le montant des prêts n'est pas une condition suffisante pour s'assurer qu'ils peuvent facilement y avoir accès. Afin de prendre en compte les contraintes de liquidités de ses clients, de petites mensualités de remboursement doivent être proposées par l'IMF.

Définition

Voir indicateur 1.14

Exemple

Ce n'est pas la même chose d'emprunter 600 USD pour trois mois avec un remboursement mensuel de 200 USD et d'emprunter 600USD pour un an avec des remboursements mensuels de 50 USD. La deuxième possibilité est préférable pour des gens qui ont des contraintes de liquidité. Dans un pays où le RNB/habitant est de 1000 USD, on considère des remboursements mensuels inférieurs à USD 10, ou des remboursements hebdomadaires inférieurs à USD 2.5.

Modalités

(1) Le RNB par habitant est donné en USD ; (2) il faut alors renseigner le taux de change USD / monnaie locale pour (3) convertir le RNB par habitant en monnaie locale (Cf. indicateur 1.14) et (4) calculer l'équivalent en monnaie locale de 1% du RNB par habitant.

On recherche alors dans le SIG ou auprès des agents de crédit si 5% au moins des remboursements mensuels sont inférieurs à ce montant.

L'information est basée sur le remboursement mensuel. Quelques ajustements peuvent être nécessaires: Pour des IMF qui ne proposent que des remboursements hebdomadaires: montant minimum pour un remboursement hebdomadaire x4 Bien sûr, cela ne signifie pas exactement la même chose pour le client de rembourser 100 USD chaque mois au lieu de rembourser 25 USD chaque semaine – cette deuxième option peut être plus appropriée pour les clients qui ont des contraintes de liquidité – et l'ajustement ne sera utilisé comme approximation que si aucun remboursement mensuel n'est disponible dans l'IMF étudiée. Le remboursement mensuel est cependant l'une des modalités les plus fréquemment proposées par les IMF.

Le montant minimum doit être une modalité utilisée de manière suffisamment fréquente pour être prise en compte (au moins 5% des prêts se remboursent avec ce montant).

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration des agents de crédit, SIG

Audit externe : vérification que le produit en question touche au moins 5% des prêts

1.16 L'IMF permet-elle d'ouvrir un compte d'épargne avec de très petits dépôts ($\leq 1\%$ du RNB par hab.) ?

Définition: *Petit montant $\leq 1\%$ du RNB/habitant. Exemple: Dans un pays où le RNB par habitant est de 1000 USD, le montant minimum pour ouvrir un compte est ≤ 10 USD. Si l'IMF ne peut pas offrir des services d'épargne, mais facilite activement ce produit avec une autre institution, mentionnez le montant minimum pour cette institution*

0 = Montant minimum $> 1\%$ RNB

1 = Montant minimum $\leq 1\%$ RNB

Spécifiez: *Montant minimum en monnaie locale:* _____

Hypothèse 1.16

Pour favoriser la mobilisation d'épargne, les personnes disposant de peu de capacité financière devraient avoir la possibilité de réaliser des petits dépôts sur une base régulière.

Définition

Voir indicateur 1.14

Exemples

Dans un pays où le RNB par habitant est de 1000 USD, le montant minimum pour ouvrir un compte est ≤ 10 USD. Si l'IMF ne peut pas offrir des services d'épargne, mais facilite activement ce produit avec une autre institution, mentionnez le montant minimum pour cette institution partenaire.

Modalités

Calcul : voir indicateur 1.15

Certaines IMF peuvent n'avoir aucune règle sur un montant minimum et accepter n'importe quel montant. Dans ce cas, le score est de 1.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration des agents de crédit, SIG

Audit externe : documentation décrivant les modalités des services d'épargne, entretiens avec les caissiers.

1.17 L'IMF a-t-elle mis en place un système de solidarité entre les différentes agences de l'institution ou entre les différents produits de crédit?

Exemples: *Les excédents des agences les plus rentables permettent de maintenir des agences moins rentables, parce qu'elles sont nouvelles, en difficulté ou situées dans des zones particulièrement pauvres ou enclavées. Les excédents des produits les plus rentables permettent de continuer à offrir des produits moins rentables mais jugés utiles pour la clientèle. Une agence performante assume la formation des agents de crédit d'autres agences.*

- 0 = Non
 1 = Un certain degré de solidarité, mais des mécanismes informels
 2 = Oui, par des stratégies formelles (fonds, différence des taux d'intérêt, etc.)
Spécifiez: *Si la réponse est 1 ou 2, précisez la stratégie:*

Hypothèse 1.17

Afin de développer un réseau et avoir la possibilité d'implanter des agences dans des environnements difficiles et atteindre des clients "coûteux" (ceux qui entraînent des coûts de transaction élevés du fait de la distance, du faible montant des transactions, du coût élevé de supervision, etc.), l'IMF peut profiter d'une partie stable de ses activités pour soutenir des activités plus coûteuses et risquées (au travers de subventions croisées, fonds de solidarité, partage des profits, etc.). Cette solidarité entre les agences ou les produits peut aider l'IMF à promouvoir le développement économique de communautés reculées ou d'activités risquées.

Exemples

Les excédents des agences les plus rentables permettent de maintenir des agences moins rentables, parce qu'elles sont nouvelles, en difficulté ou situées dans des zones particulièrement pauvres ou enclavées. Les excédents des produits les plus rentables permettent de continuer à offrir des produits moins rentables (subventions croisées) mais jugés utiles pour la clientèle. Une agence performante assume la formation des agents de crédit d'autres agences.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF

Audit externe : nature et principes des fonds de solidarités, niveau et justification du taux d'intérêt des différents types de prêts, etc.

Dimension 2: Produits et Services

Hypothèses qui sous-tendent la dimension 2

La contribution de la microfinance au développement ne dépend pas seulement des personnes qu'elle cible, mais aussi de la manière dont elle les dessert. Les services des IMF sont trop souvent standardisés: petits prêts, remboursements mensuels, groupes solidaires, etc. La qualité et l'adaptation des services dépendent du degré d'innovation dans la mise en œuvre des services pour qu'ils soient locaux, rapides et transparents, ainsi que d'une stratégie proactive qui vise à combiner l'accès à des services non financiers et l'accès à des services financiers pour un impact économique et social renforcé.

Pour être pertinente, l'offre de services financiers doit s'adapter à ses usagers, ce qui implique de bien les connaître. Pour cette dimension, les indicateurs portent donc sur les caractéristiques des services, leurs processus de définition, ainsi que l'étendue des connaissances dont dispose l'IMF sur les besoins de ses clients. Les indicateurs sont simples et standardisé et donc nécessairement un peu réducteurs au regard de la notion de qualité privilégiée par chaque IMF. Ceci n'empêche pas des analyses plus détaillées (que ce soit au travers de discussions internes ou au cours d'un audit) de l'ensemble du processus suivi pour adapter les services et limiter la sortie de clients qui seraient insatisfaits par les services.

Le total maximum des scores de la deuxième dimension équivaut à 25 points.

Critère 1 – Gamme des services traditionnels (7 points)

Ce critère évalue la diversité des services traditionnels (épargne et prêts) offerts par l'IMF. Depuis la perspective du client, la diversité de l'offre qui lui est proposée est essentielle. En effet, c'est elle qui favorise l'existence de modalités adaptées aux différents besoins financiers. Partant de ce principe, ce critère valorise la pluralité des produits de l'IMF. Dans ce sens, une IMF qui propose à la fois de l'épargne et du crédit sera mieux évaluée qu'une IMF qui ne propose que du crédit.

Ceci étant, au moment d'interpréter les résultats de ce critère, il faut prendre en compte les restrictions qui peuvent limiter la capacité de l'IMF à diversifier ses produits, en lien avec les points relevés dans la première partie du questionnaire SPI. Les restrictions peuvent être légales (interdiction de capter de l'épargne par exemple), ou financière, une IMF pouvant décider d'offrir une gamme limitée de produits pour optimiser le rapport coût / efficacité. Ainsi, une IMF jeune opérant dans un cadre réglementaire restrictif aura donc forcément un résultat relativement moindre (d'où l'intérêt de l'analyse des résultats SPI par groupes de pair).

Attention toutefois, le questionnaire laisse la possibilité de prendre en compte les services qui ne sont pas proposés directement par l'IMF, mais auxquels elle cherche à ouvrir l'accès à ses clients. Ceci permet de valoriser la démarche d'IMF qui, comme c'est le cas dans plusieurs pays, ne proposent pas elles-mêmes tous les produits financiers, mais établissent des alliances avec d'autres organisations pour que leurs clients accèdent à d'autres services.

2.1 Combien de types de prêts l'IMF propose-t-elle?

Définition: Pour être considérés comme différents, deux produits doivent avoir au moins deux caractéristiques distinctes parmi les paramètres suivants: l'objet, les conditions de décaissement, le montant minimum et maximum, la durée, la garantie, le taux d'intérêt et le calendrier de remboursement. Exemple: une IMF propose deux prêts, l'un pour 3 mois et un autre pour 5 mois, mais l'objet, les montants minimum et maximum, la garantie, les taux d'intérêt et le calendrier sont les mêmes. Dans ce questionnaire, ces deux types de prêts doivent être considérés comme un seul et même produit.

0 = Seulement un ou deux

1 = Plus de deux

Hypothèse

La diversité des types de prêts facilite l'adaptation de l'IMF aux besoins de ses clients. La diversité des prêts permet de répondre à différents types de besoins des micro entrepreneurs: investissement, fonds de roulement, trésorerie, mais aussi aux besoins de la famille. La diversité des prêts peut aussi permettre des subventionnements croisés par le biais de taux d'intérêts différenciés en fonction de l'objet et des clients du prêt.

Définition

Pour être considérés comme différents, deux produits doivent avoir au moins deux caractéristiques distinctes parmi les paramètres suivants: l'objet, les conditions de décaissement (épargne préalable, etc.), le montant minimum et maximum, la durée, la garantie, le taux d'intérêt et le calendrier de remboursement.

Exemple

Une IMF propose deux prêts, l'un pour 3 mois et un autre pour 5 mois, mais l'objet, les conditions de décaissements, les montants minimum et maximum, la garantie, les taux d'intérêt et le calendrier sont les mêmes. Dans ce questionnaire, ces deux types de prêts doivent être considérés comme un seul et même produit.

Modalités

Pour être pris en compte, le type de prêts doit être octroyé à au moins 5% des clients.

Type de prêt	Objet	Conditions	Montant Min-Max	Durée	Garantie	Taux d'intérêt	Calendrier de remboursement
Type 1							
Type 2							
Type 3							
Type 4							

Des produits différents peuvent être offerts dans des zones géographiques distinctes afin d'adapter les services aux caractéristiques spécifiques des zones d'intervention.

Une IMF peut proposer trois produits différents dans trois localités distinctes. Chaque client a seulement accès à un seul type de prêt, mais l'hypothèse est que chaque prêt est adapté à la localité et qu'ainsi l'IMF a diversifié et adapté son offre et fournit trois types de prêt.

Source d'information

Déclaration de la direction de l'IMF et documentation portant sur la description des produits de l'IMF.

Pour approfondir la question dans un contexte participatif, il est possible d'organiser une discussion avec des membres de la direction, des employés de terrain et des clients.

2.2 L'IMF accorde-t-elle des prêts sociaux/d'urgence?

Définition: *Prêt d'urgence= à court terme (moins de 3 mois), déboursement très rapide (1 ou 2 jours), pas d'objet spécifique requis pour le prêt, ou attribué officiellement à des fins de consommation, but social ou d'urgence, etc.*

0 = Non

1 = Oui

Spécifiez: *Quels types de prêts :* _____

Hypothèse

Les prêts sociaux ou d'urgence sont un service important pour les groupes vulnérables qui les aide à faire face à des situations difficiles et inattendues.

Définition

Prêts sociaux ou d'urgence: à court terme (moins de 3 mois), déboursement très rapide (1 ou 2 jours), pas d'objet spécifique requis pour le prêt ou attribué officiellement à des fins de consommation, but social ou d'urgence, etc.

Source d'information

Déclaration de la direction de l'IMF et description des produits de l'IMF

L'auditeur peut également vérifier auprès du personnel de terrain quel usage est fait des prêts d'urgence et s'assurer qu'ils sont bien généralement orientés vers des nécessités sociales.

2.3 L'IMF fournit-elle des produits de prêt spécifiquement adaptés aux besoins sociaux des clients?

0 = Pas de produit spécifique

1 = Un ou plus d'un produit spécifique (doit inclure au moins l'une des options ci-dessous)

Spécifiez: *Lequel parmi les suivants?* Logement, Education, Santé, Autres, précisez:

Hypothèse

Une IMF fournit souvent des prêts d'une durée maximale d'un an et sans adaptation spécifique aux besoins des clients. Des crédits définis de manière adaptés permettent aux clients d'améliorer leur logement, d'acquérir un nouveau domicile, de faire scolariser leurs enfants, de préparer des évènements sociaux, etc.

Modalité

Pour être pris en compte dans le questionnaire, les prêts doivent être fournis à au moins 5% des clients.

Source d'information

Déclaration de la direction de l'IMF et documentation portant sur la description des produits de l'IMF.

L'auditeur peut également vérifier auprès du personnel de terrain quel usage est fait de ce type de prêts, par exemple s'assurer que le personnel l'offre bien pour les finalités prévues.

2.4 L'IMF fournit-elle des produits spécifiquement adaptés aux besoins productifs des clients ?

0 = Pas de produit spécifique

1 = Un ou plus d'un produit spécifique (doit inclure au moins l'une des options ci-dessous)

Spécifiez: Si 1, Long terme (>1 an) prêts pour des activités productives, Flexibilité de remboursement (au moins 3 mois) , Autres, précisez: _____

Hypothèse

Les IMF ont tendance à offrir des prêts qui sont destinés à la consommation ou à des fins commerciales, sans nécessairement créer de la valeur. Pour les ménages exclus, il est important d'avoir accès à des services adaptés qui renforceront leur système productif pour leur permettre de créer de la richesse, même si cela peut correspondre à des prêts plus risqués. La plupart des activités productives sont marquées par des caractéristiques spécifiques. Pour y répondre, des prêts courts ou impliquant des remboursements mensuels dès le premier mois s'avèrent souvent inadaptés. Des modalités spécifiques (long terme, flexibilité de remboursement, volumes, formes de garanties, etc.) permettront que l'offre de l'IMF convienne par exemple aux secteurs artisanaux ou agricoles.

Source d'information

Déclaration de la direction de l'IMF et description des services crédits proposés par l'IMF.

Pour approfondir, il peut être intéressant de discuter avec les agents de crédits des sollicitations qui leur sont faites pour aménager les caractéristiques des produits. Sans être aussi rigoureuse qu'une étude de marché, une telle réflexion permet souvent d'envisager les pistes d'améliorations souhaitables.

2.5 L'IMF permet-elle à ses agences locales d'adapter leurs services aux besoins des clients?

- 0= Non, toutes les procédures sont fixées au niveau de l'unité centrale
 1= Une certaine souplesse est permise dans la définition locale des produits (sous le contrôle de l'unité centrale)

Hypothèse

Dès lors qu'elles étendent leur zone d'activité, les IMF sont conduites à intervenir dans des contextes différents, que ce soit en termes d'activité économique dominante, de profil de la clientèle, de contexte culturel, de facilité d'accès, etc. Dans ces conditions, une offre uniforme définie au siège s'avère souvent inadaptée à certaines situations locales. Cette question a pour but de valoriser les institutions qui, de manière organisée et contrôlée, prévoient des aménagements au niveau de leurs agences.

Exemples

Dans plusieurs pays, les cycles agricoles diffèrent d'une zone à l'autre. Dans ce cas, l'IMF peut laisser le soin à chaque agence d'ajuster les échéances et calendriers de remboursements qu'elle propose.

Source d'information

Déclaration de la direction de l'IMF et documentation décrivant les services de crédits proposés par l'IMF.

Pour approfondir, il peut être intéressant de discuter avec le personnel des caisses locales et celui du siège pour évaluer si une plus forte décentralisation leur semblerait pertinente ou au contraire difficile.

2.6 L'IMF propose-t-elle des produits d'épargne volontaire, directement ou en partenariat, ou promeut-elle activement l'épargne ?

Définition: Les services peuvent être proposés au sein de l'IMF ou facilités par l'intermédiation d'une institution financière réglementée partenaire lorsque l'IMF n'est pas autorisée à collecter l'épargne.

- 0 = Pas de produits d'épargne volontaire (ou cela concerne moins de 5% des clients de l'IMF ou moins de 5% du volume du portefeuille de crédit)
- 1 = Les services d'épargne volontaires sont offerts par l'IMF, ou par un partenariat actif avec une autre institution financière, ou l'IMF a des activités d'information ou de formation pour promouvoir l'épargne (en lien avec des institutions qui collectent de l'épargne).

Hypothèse

L'épargne constitue un service important pour les clients de la microfinance afin de réduire leur vulnérabilité (constitution d'une épargne de précaution) ou pour prévoir des investissements. L'épargne est moins risquée pour les clients que les prêts. Certaines IMF non régulées ne sont pas en mesure de collecter l'épargne, mais elles peuvent travailler avec des institutions financières régulées de manière à offrir un accès à des services d'épargne pour leurs clients.

Définition

Epargne volontaire versus épargne obligatoire : l'épargne volontaire est constituée par le ménage pour répondre à ses besoins. L'épargne répond à des exigences de l'IMF en vue, généralement, d'obtenir un prêt. Elle n'est pas prise en compte ici: elle est souvent vue par les clients comme une contrainte (et ainsi n'a aucun effet "éducatif" pour fournir des incitations à l'épargne), elle ne peut pas être utilisée par les clients quand ils le veulent et comme ils le veulent, le plus souvent n'est pas rémunérée et les clients la maintiennent souvent au niveau requis par l'IMF.

Source d'information

Déclaration de la direction de l'IMF et documentation décrivant les produits d'épargne de l'IMF.

2.7 L'IMF (ou une institution financière partenaire) offre-t-elle des produits d'épargne volontaire spécifiquement adaptés aux besoins sociaux des clients ?

0 = Pas de produits d'épargne spécifiques

1= Des services d'épargne volontaires sont accordés par l'IMF (ou par l'intermédiation d'une autre institution financière)

Spécifiez: *Services offerts par l'IMF?* Logement, Education Retraite Santé Autres, Précisez: _____
Décrivez les conditions: _____

Hypothèse

Au même titre que les modalités de crédit peuvent être adaptés aux besoins sociaux (question 2.3), certains aménagements facilitent l'utilisation de l'épargne à des fins spécifiques telles que la prévoyance maladie ou vieillesse, l'immobilier, la scolarisation, etc. Dans plusieurs cas, des produits d'épargne adéquats s'avèrent même plus adaptés que le crédit, en particulier pour les ménages les plus vulnérables. En outre, ces aménagements rendent souvent l'épargne plus attractive et permettent à l'IMF d'augmenter sa captation de liquidité.

Source d'information

Déclaration de la direction de l'IMF et documentation décrivant les services d'épargne de l'IMF.

Pour approfondir, il peut être intéressant de discuter avec les agents de crédits des sollicitations qui leur sont faites pour aménager les caractéristiques des produits. Sans être aussi rigoureuse qu'une étude de marché, une telle réflexion permet souvent d'envisager les pistes d'améliorations souhaitables

Critère 2 – Qualité des services (9 points)

Ce critère évalue la qualité à travers des indicateurs indirects, mais objectifs et vérifiables

La qualité des services est un aspect essentiel, mais difficile à appréhender de manière standardisée et objective. Méthodologiquement, SPI privilégie des indicateurs concrets et vérifiables. Il est par conséquent important de bien renseigner les champs d'information complémentaires et d'accompagner l'évaluation de discussions afin de pouvoir mettre en perspective le résultat obtenu.

2.8 Quel est le ratio de décentralisation de l'IMF ?

Définition : Le ratio de décentralisation est la somme du carré des parts de clientèle par agence. Un résultat élevé indique que l'activité est concentrée dans un petit nombre d'agence, alors qu'un résultat faible traduit une répartition homogène dans un grand nombre d'agence.

Exemple: une IMF a 2 agences qui desservent 70% et 30% des clients

Ratio de décentralisation = $0,7^2 + 0,3^2 = 0,49 + 0,09 = 0,58$

0 = Ratio de décentralisation $\geq 0,5$

1 = Ratio de décentralisation $< 0,5$

Spécifiez :

Hypothèse

Une caractéristique essentielle de la microfinance est de proposer des services de proximité. A ce titre, la concentration des activités dans un nombre réduit d'agences permet de réduire les coûts de fonctionnements, mais elle nuit bien souvent à la qualité de la relation entre l'IMF et ses clients ainsi qu'à l'accessibilité des services. De plus, cette concentration se fait souvent au profit des principaux centres urbains au détriment de zones rurales ou marginalisées.

Définition

Cet indicateur se base sur l'indice d'Herfindahl, qui est utilisé pour évaluer le degré de concentration des organisations. Un ratio élevé indique une institution très centralisée (une institution desservant toute sa clientèle avec une seule agence obtiendra 1), un ratio faible une institutions très décentralisée (une institution répartissant sa clientèle entre 20 agences obtiendra 0,05).

Exemple

Une IMF a une seule agence :

Ratio de décentralisation = $1^2 = 1$

Une IMF a 2 agences qui desservent 70% et 30% des clients

Ratio de décentralisation = $0,7^2 + 0,3^2 = 0,49 + 0,09 = 0,58$

Une IMF a 20 agences qui desservent chacune 5% des clients

Ratio de décentralisation = $20 \times 0,05^2 = 0,05$

Modalités

Remplir le tableau suivant et calculer le ratio.

Nom de l'agence	Nombre de clients desservis par l'agence	Part des clients desservis (clients de l'agence / total)	Part au carré (x^2)
Total de clients :		Total des parts au carré :	

Source d'information

SIG et documentation sur l'implantation des agences de l'IMF

2.9 Rapidité: En moyenne, quel est le temps nécessaire pour le décaissement du premier prêt?

Définition: Le temps moyen entre la demande formelle de premier prêt et le décaissement du prêt, pour de nouveaux clients au cours des 12 derniers mois, en incluant la formation, les délais imprévus dus à des contraintes telles que le manque de liquidités, le manque de disponibilité des agents de crédit, etc.

- 0 = Plus de deux semaines
 1 = Moins de deux semaines

Spécifiez: Temps nécessaire à l'IMF : _____ jours

Hypothèse

Pour de nombreux clients, un décaissement rapide du prêt est un service appréciable qui leur permet de saisir des opportunités, de s'adapter à un calendrier d'affaire ou de faire face à une urgence.

Définition

Le temps nécessaire pour le décaissement du premier prêt est comptabilisé comme le temps moyen entre la demande formelle du premier prêt et le décaissement du prêt, pour de nouveaux clients au cours des 12 derniers mois, en incluant la formation, les délais imprévus dus à des contraintes telles que le manque de liquidités, le manque de disponibilité des agents de crédit, etc.

Premier prêt: seule l'information collectée pour le premier prêt permet de donner de l'homogénéité aux réponses des IMF. Les IMF tendent à réagir plus rapidement une fois qu'elles connaissent les clients et prendre en compte l'ancienneté des prêts requiert une analyse trop complexe à standardiser

Modalités

Certains biais dans les résultats pourraient provenir de la différence entre le processus théorique et son application réelle: les délais peuvent provenir d'un retard de transmission de la demande de prêt par l'agent de crédit, de difficultés rencontrées par l'IMF dans le déboursement du prêt en raison de contraintes de liquidités, etc.

Source d'information

Déclaration de la direction de l'IMF et des agents de crédit

Vérification par un contrôle externe du processus depuis la demande jusqu'au décaissement.

2.10 Quel est le taux d'intérêt effectif du principal produit de prêt?

Définition: *Principal produit de prêt = produit de prêt qui est utilisé par le plus grand nombre de clients.*

Taux d'intérêt effectif = taux d'intérêt nominal + charges + conditions spéciales (voir 2.10)

Coût de la ressource : Pour les IMF qui ne captent pas d'épargne: taux de refinancement Pour les IMF qui captent de l'épargne : taux versés pour rémunérer l'épargne (à terme) + 4%

0 => coût de la ressource + 30 %

1 = < coût de la ressource + 30 %

2 = < coût de la ressource + 20 %

Taux d'intérêt effectif : _____ Formule de calcul : _____

Coût de la ressource pour l'IMF : _____

Spécifiez : rendement du portefeuille: _____ ; Montant moyen du prêts (devise locale) :

_____ Taux annuel d'inflation : _____

Hypothèse

La question du niveau des taux d'intérêt en microfinance fait l'objet d'un vif débat qu'il faut aborder avec discernement. Les IMF ont besoin de récupérer leurs coûts pour être pérennes et les limitations des taux ont le plus souvent pour effet de les pousser à sortir des zones rurales, à desservir des gens moins défavorisés et à proposer des produits plus standardisés. A l'opposé, des pratiques de tarification excessives existent et il est essentiel que le coût des services financiers pour les clients soient transparents. Cet indicateur vise à divulguer clairement le taux pratiqué par l'IMF, tout en le mettant en relation avec les charges de refinancements auxquelles elle est confrontée. Au moment d'interpréter ce résultat, il est indispensable de se reporter aux caractéristiques de l'IMF et de prendre en compte son âge, si elle intervient en zone rurale ou urbaine, le montant moyen de ses crédits, le type de services qu'elle propose, etc.

Définition

Le principal produit de prêt est pris en compte ici comme référence pour choisir de quel taux d'intérêt on va parler. Il s'agit du produit de prêt qui est utilisé par le plus grand nombre de clients.

Le coût de la ressource fait référence à la charge qui revient à l'IMF pour obtenir les liquidités qu'elle prête. Pour les IMF dont les liquidités proviennent essentiellement d'emprunts externes, il faut prendre en compte le taux moyen qui s'applique à ces refinancements. Pour les IMF dont les liquidités proviennent principalement d'épargne, il convient de prendre en compte le taux de rémunération de l'épargne en compte courant, en y ajoutant 4 points qui correspondent aux frais moyens impliqués par la gestion des comptes d'épargne des clients.

Taux d'intérêt effectif : Un taux effectif donne lieu à la conversion de tous les frais financiers (par ex. intérêts, charges, et commissions) aux fins du calcul des intérêts sur capital restant dû pour la période de remboursement. Le taux effectif représente le coût financier assumé par l'emprunteur s'il n'existe aucune obligation de constitution d'épargne. Il englobe la totalité des frais financiers représentés par un pourcentage du montant du prêt utilisé durant chaque période de paiement. Ce taux est différent du taux d'intérêt nominal, indiqué dans le contrat

de prêt, généralement exprimé en pourcentage mensuel ou annuel et qui ne tient pas compte ni des charges, ni des commissions, ni des autres frais associés au prêt.

Le taux effectif global doit être calculé en utilisant une formule standard disponible en anglais dans la Focus Note du CGAP

Pour les francophones, le Programme CAPAF met à disposition sur son site un outil de calcul du taux d'intérêt effectif destiné aux IMF et autres acteurs de la microfinance (http://www.capaf.org/pages/Toolbox/Cacul_taux_interet_effectif.html)

Modalités

D'une façon générale, on peut admettre que le coût de la ressource + 20% reste dans une gamme de taux peu élevé, alors que le coût de la ressource + 30% et plus peut cacher des inefficiences de l'IMF ou des coûts abusifs portés par les clients.

On notera aussi le rendement du portefeuille (qui donne un ordre d'idée des ressources apportées à l'IMF par les intérêts), le montant moyen des prêts (qui permet de relativiser les coûts de transaction à la charge de l'IMF si par exemple les montants moyens sont faibles) et le taux d'inflation (qui permet également de relativiser le niveau des taux d'intérêt). Ces deux dernières informations pourront permettre de réviser la modalité choisie pour la réponse à l'indicateur (ex : taux d'intérêt effectif = coût de la ressource + 35% mais montant moyen des prêts inférieur à 150 USD et taux d'inflation élevé, le choix de la réponse pourra être « 1 »).

Source d'information

SIG et vérification auprès des administrateurs financiers, contrôle de quelques contrats de prêt.

2.11 Comment l'IMF obtient-elle des retours des clients sur ses produits et services ?

Mix

- 0 = Aucune procédure spécifique de feedback
- 1 = Retours informels, retours au travers des interactions avec le personnel de terrain
- 2 = Etudes de satisfactions formelles, études de marché (tous les 2-3 ans) ou des discussions régulières en « focus groups »

Spécifiez: *Si la réponse est 1 ou 2, spécifiez outils, dimensions des études, fréquence, etc. :*

Hypothèse 2.11

Il est important de savoir ce dont les clients ont besoin et quels services pourraient être offerts aux non clients qui font partie de la population cible de l'IMF. Avec l'implication des clients, les informations relatives à l'évolution de leurs besoins sont constamment disponibles, ce qui aide l'IMF à prendre en compte leur perspective et à éviter de dévier de sa mission.

Définition

Etude de satisfaction : étude auprès des clients sur leur niveau de satisfaction quant aux services proposés par l'IMF.

Etudes de marché

Etude auprès des clients et des non clients qui cherche à identifier les besoins, les goûts ainsi que les caractéristiques générales de comportement des utilisateurs actuels et potentiels de biens et services, étudier les budgets familiaux et l'utilisation des services financiers. Une étude de marché sert à ce que l'IMF développe de nouveaux produits.

Modalités

Des discussions informelles ou des analyses des demandes de prêt peuvent être une première source d'information. Une avancée supplémentaire est de connaître les besoins des clients au travers d'enquêtes informelles auprès des clients et des non clients. Enfin, l'IMF peut conduire des études formelles (satisfaction, marchés) auprès d'un échantillon de clients et de non clients, ou dans des discussions de groupe formalisées (focus group).

Source d'information

Déclaration de la direction de l'IMF.

Une vérification externe peut consister à contrôler les résultats des études formelles réalisées.

2.12 Quel est le taux d'abandon des clients pour la dernière année comptable ?

Mix

Définition proposée : Un abandon correspond à un client qui n'a effectué aucune transaction avec l'IMF au cours des 12 derniers mois. Formule =

$$\frac{\text{Nombre de clients sortis}}{(\text{Clients en début de période} + \text{Nouveaux clients pendant l'année} - \text{Clients à la fin de l'année}) / 2}$$

- 0 = Plus de 30%
 1 = De 15 à 30%
 2 = Moins de 15%

Spécifiez: Quel est le taux d'abandon enregistré par l'IMF pour la dernière année comptable ? _____
Comment l'IMF définit et calcule la sortie / l'abandon des clients?

Avec quelle fréquence l'IMF calcule son taux d'abandon ? hebdomadaire Mensuelle semestrielle Jamais

2.13 Comment l'IMF obtient-elle des retours sur les raisons de l'abandon des clients ?

Mix

- 0 = aucune étude sur les causes de départ ou retours informels via l'interaction avec les agents de terrain
 1 = Enquêtes formelles ou entretiens réguliers réalisés sur les abandons.

Spécifiez: Quel pourcentage de clients entrés il y a 5 ans sont encore dans l'IMF ? _____
Quel pourcentage des clients entrés il y a 3 ans sont encore dans l'institution ? _____

Hypothèses 2.12/ 2.13

La sortie ou l'abandon des clients est une question sensible puisque cela représente un investissement perdu pour l'IMF et donc un coût, et à laquelle il faut aussi donner un sens alors qu'il n'est pas automatique, et naturel, de collecter des informations auprès de clients qui ont quitté l'IMF.

Un niveau élevé de sorties ou d'inactivité des clients traduit généralement un manque de satisfaction. Il y a bien sûr un pourcentage "naturel" de clients qui décident de quitter l'IMF car ils n'ont plus besoins de ses services, ou ont accès à une banque formelle qui propose d'autres types de services, ou ont déménagé, migré, etc. Il est important pour l'IMF de connaître les raisons du départ ou de l'absence de transaction ainsi que d'évaluer approximativement le pourcentage de clients qui sont partis parce qu'ils n'étaient pas satisfaits par les services fournis par l'IMF ou parce que l'accès aux services financiers a détérioré leur situation socioéconomique.

Définition

Sortie et/ou clients inactifs: Aucune transaction de crédit et d'épargne depuis plus d'un an ou depuis la dernière année fiscale.

Cette définition standard vise à donner un critère commun pour la sortie des clients, bien qu'en interne, les institutions utilisent parfois des critères différents. Certaines comptabilisent comme sortis tous les client ou groupes qui ne sollicitent pas un nouveau prêt directement

après le précédent. Cette conception surestime les sorties car il est fréquent que les usagers attendent plusieurs mois avant d'emprunter à nouveau. Dans les coopératives, on ne considère généralement un client comme sorti que lorsqu'il retire sa part de la coopérative. Pourtant, les difficultés règlementaires pour ces retraits amène souvent les sociétaires à y renoncer. Afin de ne pas sous-estimer les sorties dans les coopératives, on complète donc ce concept avec celui de client inactif, c'est-à-dire qui ne réalise aucune transaction pendant un délai d'une année.

La formule la plus simple et la plus classique utilisée est la suivante :

Nombre de clients sortis = (Clients en début de l'année + Nouveaux clients pendant l'année - Clients à la fin de l'année) / [(Clients en début d'année + clients à la fin de l'année) / 2]

Source d'information

2.12 : Dans certains cas, l'information est disponible dans le SIG, sinon, elle peut être recalculée selon la formule ci-dessus.

2.13 : Déclaration de la direction de l'IMF et des agents de crédit. Pour approfondir, il peut être très intéressant que la direction et certains agents de terrains échangent sur leur interprétation des raisons de la sortie des clients. Des discussions avec certains clients voire avec des personnes déjà sorties peuvent aussi apporter des éléments précieux à l'analyse.

Critère 3 – Services innovants et non financiers (9 points)

Ce critère évalue les efforts de l'IMF pour adopter des approches innovantes et adapter ses services à une gamme élargie de besoins des clients.

Poser la question des services financiers peut surprendre, alors que le discours dominant a longtemps été de pousser les IMF à se consacrer exclusivement à l'épargne et au crédit. Néanmoins, plusieurs études montrent que des prestations complémentaires ont un effet très positifs sur l'impact des services financiers. Comme pour la gamme des services financiers classiques, il n'est pas nécessaire pour ce critère que ce soit l'IMF qui dispense les services innovants ou non financiers. Ceux-ci sont également considérés s'ils sont offert par une autre organisation, en partenariat avec l'IMF.

2.14 L'IMF fournit-elle des services financiers innovants qui soient accessibles à plus de 5% de ses clients (directement ou par l'intermédiaire d'autres organisations spécialisées)?

- 0 = Non
- 1 = Un service innovant
- 2 = Plus d'un service innovant

Spécifiez: Parmi les services innovants ci-dessous, lesquels l'IMF fournit-elle?: produits d'assurance (sauf assurance décès sur les prêts, voir 4.13 ci-dessous); Préciser le type d'assurance (santé, vie, bétail, etc.) _____ Transfert d'argent Paiement par chèque Autres services financiers innovants Autres services innovants: _____

Hypothèse

Au-delà des services financiers classiques (crédit et épargne), les IMF sont une plateforme de services qui peuvent proposer des produits financiers et non financiers innovants pour satisfaire les besoins à une gamme de clients exclus des banques classiques. L'innovation démontre en outre la volonté de l'IMF de rester active et à l'écoute de ses clients.

Modalités

Pour être validée, cette question n'implique pas nécessairement que l'IMF offre directement ces services. Dans certains cas, comme l'assurance ou les transferts, les IMF facilitent l'obtention de ces services en s'associant à des institutions spécialisées.

Source d'information

Déclaration de la direction de l'IMF et documentation décrivant les produits innovants proposés par l'IMF

2.15 Services mobiles: pour les opérations financières régulières, les agents de crédits quittent-ils les locaux de l'IMF pour se rendre chez leurs clients ou les clients peuvent-ils réaliser des transactions sans se rendre à l'IMF ?

Définition: L'opération réalisée au cours de la visite des agents de crédit peut être: demande de prêt, décaissement du prêt, remboursement régulier, collecte de l'épargne. Les visites uniquement liées au recouvrement des prêts ne s'appliquent pas. Les nouvelles technologies de l'information concernent des technologies telles que les guichets automatiques, les terminaux de paiements, Internet ou les transactions via téléphones portables, PDA, etc.

- 0 = Pour moins de 5 % des clients
- 1 = Pour moins de 30% des clients (visites avec les services traditionnels)
- 2 = Pour plus de 30% des clients (services traditionnels) et / ou usage des nouvelles technologies de l'information (plus de 5% des clients)

Hypothèse 2.15

Afin de faciliter l'accès des clients aux services, une IMF peut décider d'envoyer des agents directement auprès des clients ou de mettre en place des services bancaires mobiles comme façon de réduire les barrières sociales, de l'information plus accessible, et de faciliter les procédures. Ces mécanismes permettent de réduire les coûts de transaction pour les usagers des services qui sinon auraient à se déplacer, parfois sur de très longues distances, pour accéder aux agences de l'IMF.

Les nouvelles technologies de l'information offrent en outre des outils supplémentaires pour faciliter la gestion à distance par l'IMF et donner une plus grande souplesse aux usagers dans l'utilisation des services.

Définition

Nouvelles technologies de l'information : elles concernent des technologies telles que les guichets automatiques, les terminaux de paiements, Internet ou les transactions via téléphones portables, PDA, etc.

Source d'information

Déclaration de la direction de l'IMF.

Vérification par un contrôle externe du rythme et des objectifs des visites.

2.16 L'IMF a-t-elle établi des liens et des synergies avec d'autres secteurs et d'autres acteurs en dehors de la microfinance afin d'améliorer les services délivrés à ses clients?

Exemples: *des liens avec des organisations de producteurs, avec les banques commerciales, avec des ONG locales, avec des entreprises privées, avec des services de santé ou d'éducation, etc.*

0 = Non

1 = Echanges formels et de collaborations avec d'autres secteurs ou acteurs

Spécifiez: *Si la réponse est 1, type d'organisation et formes de liens et de synergies:* _____

Hypothèse 2.16

Il n'est pas réaliste de prétendre que la microfinance peut à elle seule permettre le développement économique et social d'une société. Cette idée conduit parfois à faire porter sur les IMF des responsabilités qu'elles ne peuvent assumer seules (santé, éducation, développement économique de secteurs d'activités). Néanmoins, il s'agit de problématiques intimement liées à la fonction sociale et économique de la microfinance. Une manière appropriée de les prendre en compte est donc souvent de créer des alliances afin d'établir des synergies avec d'autres acteurs du développement mais aussi d'autres acteurs économiques telles que les banques ou les entreprises privées (commercialisation, transformation, filières d'exportation, etc.).

Modalités

Pour valider cet indicateur les liens établis entre l'IMF et l'acteur extérieur (ONG, entreprise, Banque) doivent être formalisés et déjà donner lieu à des activités communes.

Sources d'information

Déclaration de la direction de l'IMF, documentation portant sur la formalisation des accords de partenariats. Pour approfondir, il peut être intéressant d'interroger des représentants des organisations partenaires.

2.17 L' IMF offre-t-elle des services liés à la gestion financière (directement ou en partenariat avec d'autres institutions)?

Mix

Définition : Ces services peuvent être proposés directement par les IMF ou activement favorisés par le biais du partenariat avec une autre organisation qui les offre.

Exemple: formation en entreprise, développement des compétences financières, gestion du budget familial

0 = Non

1 = Oui

Spécifiez : Education financière, % de clients desservis : _____, formation à l'entreprise, % de clients desservis : _____, appui au marketing de l'entreprise, % des clients desservis, autre (s) : _____ % des clients desservis : _____

2.18 L'IMF propose-t-elle (directement ou en partenariat institution) des services adaptés aux besoins sociaux des clients?

Exemple: service de santé, alphabétisation, accès à des travailleurs sociaux, conscientisation sur les questions de genre, etc.

0 = Non

1 = Oui

Spécifiez : services de santé, % de clients desservis : _____, éducation à la santé, % de clients desservis : _____ alphabétisation, % de clients desservis : _____, autre : _____, % de clients desservis : _____.

Hypothèses

Les services non financiers peuvent améliorer l'efficacité des services financiers fournis aux clients. Ils peuvent notamment renforcer la capacité des clients à utiliser les prêts ou l'épargne de manière plus efficace. Si une IMF propose des prêts pour impulser des activités économiques ou aider des clients vulnérables et que ceux-ci sont assistés dans leurs procédures, ils peuvent avoir ensuite davantage de chance de réussir. Par conséquent, il peut être nécessaire de leur offrir des services non financiers complémentaires qui viennent accompagner les services financiers.

Modalités

Ces services ne doivent pas forcément être fournis directement par l'IMF, ce qui pourrait être trop coûteux pour elle, ou incompatible avec ses moyens techniques et organisationnels. Pour ces deux indicateurs, il est possible de prendre en compte les services fournis par une organisation partenaire, en coordination avec l'IMF.

Source of information

Déclaration de la direction de l'IMF. Entretiens avec les personnes responsables des services non financiers. Pour approfondir, il est possible d'engager une discussion avec différents acteurs de l'IMF et ses clients pour savoir quelle est leur perception de la pertinence et de la qualité des services non financiers fournis.

2.19 L'IMF s'assure-t-elle que les services non financiers sont adaptés aux besoins de ses clients ?

0 = Non

1 = Oui, de manière informelle, par des discussions les clients et le personnel de terrain

2 = Oui, de manière formelle et systématique

Spécifiez, si la réponse est 2 : étude de satisfaction, collecte systématique de l'avis des clients, Modifications/mises à jour régulière des services pour s'adapter à la demande et aux besoins, autre :

Hypothèse

Les services non financiers doivent répondre à une demande et un besoin des clients. Une critique récurrente faite aux services non financiers est qu'ils sont soumis à moins de contrôle de qualité que les services financiers, ce qui peut entraîner un certain laxisme dans leur conception et leur mise en œuvre. En outre, lorsqu'ils sont obligatoires dans un parcours d'accès aux services financiers, ils peuvent être vus comme une formalité par les clients et l'IMF et perdre de leur pertinence.

Modalités

L'enjeu ici est de pouvoir distinguer entre des mécanismes de contrôle de qualité qui soient inclus dans les processus institutionnels.

Source d'information

Déclaration de la direction de l'IMF. Entretiens avec les personnes responsables des services non financiers. Documentation portant sur la nature, le contenu, les modalités d'application des services non financiers.

Dimension 3: Bénéfices pour les clients

Hypothèses qui sous-tendent la dimension 3

Pour être un outil de lutte contre la pauvreté et de réduction de la vulnérabilité des ménages, une IMF doit s'assurer que ses clients retirent des avantages substantiels des services fournis. Les avantages économiques sont la première justification de l'accès aux services financiers. Pourtant, une IMF peut aussi chercher à renforcer les liens sociaux, les capacités de ses clients, les associer à la gouvernance, et définir globalement une stratégie centrée sur leurs bénéfices économiques et sociaux.

Les critères de la dimension 3

1. Bénéfices économiques pour les clients

Ce critère évalue le processus mis en œuvre par l'IMF visant à promouvoir et vérifier l'amélioration de la situation économique des clients.

Pour renforcer les capacités économiques de ses clients, une IMF peut mettre en œuvre une série de mesures qui chercheront à accompagner la réussite économique de ses clients en vérifiant les changements auprès des ménages touchés, en réduisant ses coûts et en tournant ses efforts (et en particulier ses profits) en priorité vers eux.

2. Participation des clients

Ce critère apprécie le degré d'implication des clients dans la prise de décision (au niveau des clients et au niveau de l'IMF).

Dans la perception courante, la microfinance est très souvent associée à l'idée de participation des bénéficiaires. La recherche d'une proximité avec les populations, la volonté de mettre en œuvre des services adaptés à la demande, et susceptibles d'être des outils de développement sont des valeurs que partagent beaucoup de systèmes de microfinance. Les acteurs internes ont, ou sont capables de construire, une vision stratégique du rôle du crédit dans leur propre évolution et celle de leur milieu, et cette vision peut être déterminante pour la construction et la pérennisation de l'IMF.

Pourtant, dans les faits, les situations sont très diverses. Les formes et degrés de la participation des bénéficiaires dans les structures de gouvernance des institutions de microfinance sont extrêmement variés. Leur mise en œuvre et leur consolidation sont des processus de longue durée. Associer, impliquer les bénéficiaires et /ou les salariés dans la gouvernance requiert un apprentissage, du temps, et un effort soutenu et durable d'accompagnement et de formation. Des dérives sont possibles. La structure de gouvernance de l'IMF doit être conçue pour limiter les risques de confiscation de l'outil au profit d'un groupe, et préserver son ouverture à des catégories sociales marginalisées dans les normes locales.

Enfin, il y a des cas où la mise en œuvre de l'option de participation n'est pas possible ou bien ne serait possible que moyennant un effort de formation et des durées incompatibles avec les réalités des contraintes financières des IMF (trop fort isolement des clients, tensions sociales, historique désastreux de participation, etc.).

3. Renforcement du capital social des clients / « empowerment »

Ce critère évalue les actions de l'IMF, au-delà de la fourniture de services financiers, pour renforcer le capital social de ses clients, c'est-à-dire, renforcer les liens et capacités à travers la formation de groupes, l'action collective, la coopération pour atteindre des objectifs communs, les liens avec d'autres programmes, l'accès à des services non accessibles auparavant.

Ces liens offrent de nouvelles potentialités aux clients et donnent la possibilité de se prémunir mutuellement contre les risques économiques et sociaux et d'améliorer la capacité des individus à faire face à des crises. Ils permettent par conséquent de réduire la vulnérabilité des individus et des groupes.

Les indicateurs de performances sociales doivent mesurer le degré de confiance et de solidarité ainsi que les efforts de l'IMF pour rassembler ses clients et leur donner du poids et des responsabilités au sein de l'organisation et au-delà (communauté, gouvernement local, national, etc.) avec dans l'idée de les aider à alléger autant que possible les contraintes économiques et sociales qui pèsent sur eux.

La dimension 3 est notée sur 25 points.

Critère 1 – Les avantages économiques pour les clients

3.1 L'IMF a-t-elle un système de suivi des changements relatifs au statut économique de ses clients?

Définition: *Statut Économique = actifs, revenus, logement, éducation, sécurité alimentaire, accès aux services, vulnérabilité, etc.*

- 0 = Aucune information collectée sur l'évolution de la situation économique des clients ou seulement des données empiriques concernant les changements
- 1= Suivi en continu des changements de la situation économique des clients

Spécifiez: *Si la réponse est 1, listez les types de changements dans les conditions de vie de des clients que l'IMF cherche à observer:* _____

Hypothèse

Le suivi régulier de l'évolution du statut économique des clients permet à l'IMF d'identifier si les ménages clients ont plutôt tendance à améliorer leur situation ou si elle se dégrade. Même si ces évolutions ne peuvent pas être directement attribuées à l'effet des services de l'IMF (suivi des changements et non étude d'impact), cela permet à l'IMF d'avoir des signaux d'alarme en cas de dégradation (et de pousser l'analyse pour identifier les causes de détérioration) ou de comprendre, par type de clients, l'évolution de leur situation et la façon dont elle peut accompagner au mieux les ménages.

Définition

Statut Économique : on prend en compte la valeur (ou le nombre) des actifs principaux, les revenus, la qualité du logement, le niveau d'éducation, le degré de sécurité alimentaire, l'accès aux services de base (eau potable, électricité, services de santé, d'éducation, etc.) ou encore le degré de vulnérabilité des ménages, etc. Ces données sont généralement collectées au niveau des ménages car il est difficile de les isoler pour un client, membre d'un ménage.

Modalités

Les données empiriques ne sont pas collectées de façon systématique et ordonnée, et proviennent d'informations occasionnelles et parcellaires des agents de crédit en particulier.

Le suivi en continu implique un système formalisé de collecte et de traitement de l'information qui permet régulièrement de faire le point sur l'évolution de la situation des clients.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF

Audit externe : Vérification des modalités de collecte et d'analyse de l'information

Approche participative : Discussions avec les acteurs internes sur la nature de l'information collectée, les modalités, la nature des résultats et leur utilisation.

3.2 L'IMF a-t-elle conduit des études d'impact au cours des 3 dernières années?

- 0 = Aucune étude ces trois dernières années
- 1 = Entretiens/groupes de discussion avec des clients et non clients, collecte d'information qualitative dans le cadre des demandes de prêts
- 2 = Etude d'impact conduite sur un échantillon de clients et de non clients et analyse formelle des résultats

Spécifiez: *Si la réponse est 1 ou 2, précisez la date et le type d'étude:* _____

Hypothèse

L'engagement de l'IMF en faveur de ses clients signifie qu'elle ne fournit pas seulement des services financiers mais qu'elle s'assure aussi que ses services ont un impact social et économique positif sur eux.

L'IMF doit comprendre l'impact que ses services financiers ont sur la situation économique et financière de ses clients, mais aussi sur les liens sociaux, les structures familiales et communautaires, éventuellement aussi sur l'environnement, etc.

Définition

Etude d'impact : elle nécessite des enquêtes en profondeur au niveau des clients avec nécessairement la comparaison avec un groupe de contrôle qui permettra de comprendre les différences entre des ménages qui ont eu accès aux services financiers de l'IMF et ceux qui n'y ont pas eu accès.

Exemple

Les IMF avec une participation des clients intégreront dans l'étude d'impact des analyses sur le processus de sélection des élus, leur rôle, leur perception de leurs responsabilités et la perception de leur action par les clients ordinaires.

Les IMF à fort pourcentage de femmes étudieront l'impact sur les liens sociaux au sein de la famille, la pression sur les femmes, etc. : les femmes peuvent être forcées par leurs maris à solliciter des prêts car aucune autre institution financière ne fournit de prêts dans la zone, ce qui peut entraîner des conflits entre hommes et femmes et un accroissement de la pression économique sur les femmes au travers des prêts (contraintes de temps, contraintes financières, etc.).

Modalités

Le suivi de l'impact peut être mené de manière qualitative au travers de la collecte d'informations auprès de groupes de clients ainsi que de non clients (« focus group »), avec une analyse des différences entre ces deux groupes.

Un degré de formalisation supplémentaire signifie que l'échantillonnage des clients et non clients a été conduit de façon rigoureuse, que les données ont été collectées sur la base de questionnaires individuels préétablis et que les données ont été saisies et analysées avec des procédures statistiques.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF

Audit externe : Entretien avec le service responsable des études, examen des études.

Approche participative : Discussions avec les acteurs internes (direction, service responsable des études, agents de crédit, élus, etc.) sur les modalités et la nature des informations collectées, les résultats et leur utilisation.

3.3 L'IMF a-t-elle pris des mesure correctives (comme des changements dans les produits) à chaque fois que les effets de ses activités étaient négatifs sur la cohésion sociale ou le bien-être de ses client (à l'exception du surendettement – voir dimension 4)?

Exemple: *Après avoir pris conscience d'un effet négatif, dû à sa procédure de collecte de prêt, sur les liens sociaux des membres de la communauté, l'IMF a modifié sa stratégie de recouvrement.*

0 = Aucune étude / étude, mais pas de changement jusque là

1 = Changements effectués après l'identification du problème /études formelles et pas de problème enregistré

Spécifiez : Si la réponse est I, décrivez les changements: _____

Hypothèse

Fournir des services financiers à une population et en particulier s'appuyer sur des liens sociaux, n'est pas sans effet sur l'organisation sociale et économique locale. Les IMF doivent être conscientes de leurs effets et être prêtes à changer leurs procédures en cas de conséquences négatives de ses services et procédures.

Exemple

Les stratégies de collecte de prêts reposent sur différentes formes de pression que les institutions peuvent exercer sur leurs clients qui ne remboursent pas. Une IMF peut associer ses clients dans la procédure de recouvrement pour que ceux-ci exercent une pression sur les mauvais payeurs. Ces méthodes peuvent faire du tort aux clients et parfois, rompre des liens sociaux. Dans ce cas, l'IMF pourra chercher à améliorer sa stratégie de recouvrement. Voir aussi exemple 3.2 sur les femmes.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF

Audit externe : Vérification des modifications récentes dans les procédures des services financiers

Approche participative : Discussions avec les acteurs internes sur les risques d'effets négatifs identifiés et corrigés (ou pas).

3.4 L'IMF cherche-t-elle à réduire au maximum le coût de ses services pour ses clients ?

0= pas une stratégie explicite de l'IMF

1= efforts inscrits dans la stratégie de l'IMF pour réduire ses propres coûts opérationnels en vue de réduire les taux d'intérêts sur les prêts

Spécifiez : Si la réponse est 1, quelle est la politique de réduction des coûts opérationnels et a-t-elle eu un impact sur la réduction des taux d'intérêt : _____

Hypothèse 3.4

Les coûts de transaction sont généralement élevés pour les IMF, ce qui entraîne des taux d'intérêt importants sur les prêts. Cependant, l'IMF ne doit pas faire porter l'inefficacité de ses opérations sur ses clients, et doit donc réfléchir de façon régulière et formalisée à la façon de réduire ses coûts de transaction (tout en offrant des services de qualité) pour pouvoir réduire ses taux d'intérêt sur les prêts.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF, documentation stratégique sur la gestion des coûts opérationnels de l'IMF

Audit externe : Vérification des documentations stratégiques, des procédures de gestion. Suivi de l'évolution des taux d'intérêt

Approche participative : Discussions avec les acteurs internes sur l'efficacité des procédures de l'IMF et les opportunités de réduction des coûts.

3.5 L'IMF a-t-elle une politique formelle concernant le partage de ses profits au bénéfice de ses clients, en particulier en réduisant les taux d'intérêt?

Définition: Une politique formelle implique une règle explicite ou l'inscription officielle dans la planification stratégique de l'IMF.

0= Aucune politique formelle au bénéfice des clients ou des bénéfices partagés seulement parmi les actionnaires ou gardés en réserve par l'IMF

1= Aucune stratégie officielle, mais quelques tendances et décisions ponctuelles en faveur des clients (ou porte sur moins de 15% des profits)

2= Politique formelle, ouverte et transparente de répartition des profits en faveur de ses clients en particulier visant à la réduction des taux d'intérêt (et porte sur plus de 15% des profits)

Spécifiez : Si la réponse est 1 ou 2, quelle est la politique : _____ Veuillez donner des données chiffrées en cas de réduction des taux d'intérêt : _____

Hypothèse 3.5

L'enjeu pour les IMF est de pouvoir s'assurer que ses clients sont les principaux bénéficiaires de ses services et que les profits générés par ses activités puissent leur être (en partie) redistribués.

Définition

Une politique formelle implique une règle explicite ou l'inscription officielle dans la planification stratégique de l'IMF.

Exemple

Les profits générés par l'IMF peuvent permettre de réduire les taux d'intérêt des prêts, être en partie affectés pour investir dans la communauté où intervient l'IMF (Exemple du Crédit Rural de Guinée qui affecte 15% de ses profits pour aider au développement des services dans ses zones d'intervention), ou affectés aux clients au travers de fonds spéciaux (Pamecas au Sénégal a créé une fondation pour financer la protection sociale par le biais d'une ristourne collective à partir des excédents des caisses).

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF, documentation stratégique sur l'affectation des profits

Audit externe : Vérification des documentations stratégiques, des compte-rendu des réunions où les décisions d'affectation ont été prises

Approche participative : Discussions avec les acteurs internes et les bénéficiaires sur l'affectation des profits de l'IMF.

3.6 L'IMF adopte-t-elle des mesures spéciales/ a-t-elle un fonds en cas de catastrophe collective?

- 0 = Non ou mesures prises en cas par cas
 1 = Fonds ou réserves disponibles en cas de catastrophe collective

Spécifiez: *Si la réponse est 1, spécifiez les mesures adoptées:* _____

Hypothèse

Il peut être difficile de se confronter à un désastre collectif à la fois pour les clients et l'IMF. L'IMF peut aider les clients en cas de difficultés en identifiant les risques, en adoptant des mesures adaptées et en fournissant des fonds spéciaux. Pour cela, l'IMF doit avoir des zones d'intervention suffisamment diversifiées par rapport aux risques identifiés pour que ses clients ne soient pas tous affectés en même temps.

Exemple

Catastrophe collective : cyclone, sécheresse, inondation, perte de récoltes, etc.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF, documentation sur le(s) fonds.

Audit externe : Vérification de la nature et du mode de fonctionnement du/des fonds et de son utilisation si ce fonds a été sollicité récemment.

Critère 2 – Participation des clients (9 points)

3.7 Les clients de l'IMF participent-ils à la prise de décisions?

a) Décisions au niveau des clients (par exemple groupes auto-gérés)

0 = Non

1 = Oui

b) Contrôle et prise de décision au niveau de la direction de l'IMF

0 = Non

1 = Oui

Spécifiez: L'IMF tient-elle des assemblées générales régulièrement Oui / Non / Pas Applicable

Mix

Hypothèse

Il y a différents niveaux de participation des clients au sein d'une IMF.

Le premier niveau concerne la participation à la définition des services fournis par l'IMF et ceci a été vu dans la question 2.11.

Le deuxième niveau (3.7 a) concerne la participation à la prise de décision au niveau du client (ou groupe de client): qui va recevoir le prêt? Comment les clients décident d'effectuer le remboursement? Comment le remboursement est organisé? etc.

A ce niveau, l'IMF donne des responsabilités aux clients, montrant sa confiance en eux. Ceci conduit à un renforcement des capacités au niveau des clients, permet aussi à l'IMF de réduire ses coûts et de développer des services dans des zones pauvres ou reculées et par conséquent étendre la limite d'accès à la microfinance.

Cependant, la participation au niveau des clients peut aussi conduire à l'exclusion de certaines parties de la population, ce qui implique une vigilance particulière de la part de l'IMF (voir les questions 3.2 et 3.3).

Le troisième niveau (3.7 b) concerne la participation des clients à la prise de décisions et au contrôle au niveau de l'IMF. Ceci concerne l'implication des clients dans la gouvernance de la structure (au travers de forme coopérative ou d'autres modes de participation: association de clients, de représentants des clients, etc.). L'implication dans la gouvernance peut augmenter le sentiment d'appartenance et de responsabilité du client; elle permet aussi de renforcer ses capacités. La stratégie de l'IMF doit alors correspondre aux objectifs du client.

Cependant, l'implication du client implique la compatibilité avec d'autres formes d'organisations sociales (règles démocratiques, transparence, etc.). Elle peut aussi être difficile à appliquer dans des sociétés déstructurées (ex: zones post conflit) ou des sociétés ou les personnes n'ont pas confiance les unes envers les autres.

Exemple

On voit des représentants de clients prendre des décisions dans la structure de gouvernance dans les coopératives mais aussi dans les entreprises privées (les clients comme actionnaires) et dans des associations autogérées (ex: certaines formes de caisses villageoises) => La question 3.4b et la suivante ne sont pas limitées à des coopératives.

Modalités

La tenue d'assemblées générales permet l'implication des bénéficiaires dans l'accès à l'information sur l'IMF, et éventuellement à la prise de décision.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF, statuts de l'IMF

Audit externe : Vérification de l'application des statuts à travers les procès verbaux des assemblées générales, conseils d'administrations et des différents comités.

Approche participative : Discussions avec les acteurs impliqués dans la gouvernance sur leur rôle et leurs responsabilités.

3.8 Y a-t-il des représentants élus de la clientèle au niveau de la direction?

0 = Non

1 = Oui

Spécifiez: Les élections du conseil d'administration sont-elles en conformité avec les statuts de l'IMF? Oui /
 Non / Pas Applicable

Mix

Hypothèse

Pour une participation active et légitime à la gouvernance de l'IMF, des représentants des clients doivent être élus pour jouer ce rôle.

Modalités

Dans le cas d'une participation à la gouvernance à travers un ou plusieurs représentants élus des clients, c'est généralement au niveau du conseil d'administration que les clients joueront leur rôle. Il s'agit de vérifier que les élections se font en conformité avec les statuts.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF (au niveau du conseil d'administration, en particulier les représentants des clients)

Audit externe : Vérification des textes et des procès-verbaux des conseils d'administration

Approche participative : Discussions avec les acteurs internes sur les modalités de sélection des clients dans le conseil d'administration.

3.9 Au niveau des clients et de la direction, l'IMF a-t-elle un système efficace de rotation pour assurer la participation des clients?

0 = Non

1 = Oui

Spécifiez : si la réponse est 1, quelle est la politique qui combine la rotation et le renforcement des capacités des membres élus ? _____

Hypothèse

Si un système démocratique d'élections est mis en place, il faut s'assurer, aussi bien au niveau du client (question 3.7 a) qu'au niveau de l'IMF (question 3.7b), que les règles sont respectées: secret du vote, transparence des procédures de sélection des candidats, rotation régulière, remplacement des représentants pris en défaut, etc.

Modalités

Spécifiez : la rotation des élus implique également une politique de formation des nouveaux élus à leurs rôles et responsabilités.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF, membres du conseil d'administration

Audit externe : Vérification des statuts et des procès-verbaux des assemblées générales et conseil d'administration ; évaluation du rythme de rotation des élus

Approche participative : Discussions avec les acteurs internes et en particulier les clients sur le mode de fonctionnement des instances représentatives des clients.

3.10 Au niveau des clients ou de la direction, quel est le pourcentage de femmes parmi les représentants des clients, en comparaison avec le pourcentage de femmes parmi tous les clients ?

- 0 = Aucune femme représentante ou moins de 20%
- 1 = Plus de 20% de femmes parmi les représentants des clients

Hypothèse

Afin de respecter une égalité de genres, les femmes doivent être représentées dans les instances de participation (3.7a et 3.7b) dans une proportion équivalente à celle de la clientèle féminine.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF, données sur les élus telles que les listes des représentants de clients et/ou des membres des différentes instances.

Audit externe : Vérification sur des données collectées sur les instances élues, Procès-verbaux des AG et CA.

Approche participative : Discussions avec les acteurs internes, et en particulier les femmes élues sur leur accès aux différentes instances.

3.11 Au niveau des clients ou de la direction, l'IMF délivre-t-elle de la formation et des services de renforcement des capacités aux représentants / clients élus pour leur permettre d'exercer une gouvernance efficace ?

Mix

0 = Non

1 = Oui, pas régulièrement (ou seulement au niveau des groupes de clients)

2 = Oui, régulièrement, dans le cadre de la stratégie et en fonction de la rotation des représentants

Hypothèse

L'implication active des clients (au niveau des clients – 3.7a – ou au niveau de l'IMF – 3.7b) nécessite des qualifications spécifiques et une bonne compréhension des rôles et responsabilités d'un élu afin d'assurer sa fonction. Ceci requiert une formation spécifique des représentants des clients. L'IMF doit proposer de la formation et des informations visant à assurer la capacité des clients et ne pas simplement instrumentaliser leur participation (on attend des clients qu'ils assument une partie de la gestion) afin de réduire les coûts de transaction.

Définition

Gouvernance efficace : pour les élus parmi les clients, il est important d'avoir une vision stratégique claire et partagée avec les autres acteurs de la gouvernance, d'avoir accès et de comprendre les informations stratégiques et opérationnelles, de pouvoir suivre les principes d'organisation, d'avoir la légitimité et les capacités pour exercer les fonctions requises, etc.

Modalités

Les différences entre les modalités portent sur la régularité et la systématisation des formations des élus à leur rôle en particulier pour accompagner la rotation des élus, et les accompagner dans une gouvernance efficace de l'IMF.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF et en particulier des services de formation

Audit externe : Vérification de la nature, des calendriers et des participants aux formations/ appuis destinés aux représentants élus des clients.

Approche participative : Discussions avec les élus sur leur compréhension de leur rôle et les appuis reçus pour exercer leur responsabilité d'élus.

3.12 Ces instances de participation sont-elles efficaces?

Définition: Pour être considérées comme efficaces ces instances doivent avoir déjà influencé les décisions et provoqué des changements. Les représentants dans ces organes doivent aussi remplir leur rôle indépendamment de toute intervention requise par des acteurs extérieurs: personnel, directeur, etc.

0 = Non, elles n'existent pas, elles sont plus symboliques que réellement actives, ou elles ne remplissent pas leur rôle correctement

1 = elles remplissent leur rôle la plupart du temps, mais il manque certaines compétences (temps, formation, information, etc.); les instances participatives sont, le plus souvent informelles, ou seulement efficaces au niveau des clients

2 = Oui, elles remplissent leur rôle

Spécifiez: Si la réponse est 1 ou 2, quels sont les mesures et les critères que l'IMF met en place pour assurer que la gouvernance des membres soit efficace: _____

Hypothèse

L'efficacité des instances de participation (au niveau du client – 3.7a ou au niveau de l'IMF – 3.7b) est un élément subjectif. Toutefois, au sein d'une IMF, on peut faire la différence entre l'application des règles, qui peut n'aboutir qu'à une participation symbolique ou théorique, et une implication réelle des clients dans les processus, qui reflète leur engagement et leur intérêt à soutenir et faire partie de l'évolution de l'IMF.

Mix

Définition

Pour être considérées comme efficaces ces instances doivent avoir déjà influencé les décisions et provoqué des changements. Les représentants dans ces organes doivent aussi remplir leur rôle indépendamment de toute intervention requise par des acteurs extérieurs: personnel, directeur, etc.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF et du conseil d'administration

Audit externe : Vérification au travers de la discussion avec des parties prenantes (rotation des clients, capacité à remplir leurs fonctions, vérification des procès-verbaux de réunions des instances élues – niveau d'implication, contenu des discussions, etc. Identification de sujets qui ont pu être conflictuels entre élus et salariés et la façon dont ils ont été résolus.

Approche participative : Discussions avec les élus et les salariés sur leur rôle respectif dans la gouvernance de l'IMF.

Critère 3 - Renforcement du capital social des clients / « empowerment » (8 points)

3.13 L'IMF aide-t-elle les clients à résoudre certains problèmes au-delà de l'accès aux services financiers?

Exemple: *Les actions de l'IMF envers les clients qui facilitent la création de liens entre eux, mais aussi avec des acteurs socio-économiques locaux, des réseaux ; espaces de discussion pour résoudre les problèmes communs afin de faciliter l'accès aux services publics (santé, éducation, électricité, etc.), l'accès aux biens publics (ressources naturelles, pâturages, etc.), la résolution de problèmes juridiques, de problèmes de sécurité dans la communauté, etc.*

- 0= Non
- 1= De façon anecdotique
- 2= Oui, régulièrement

Spécifiez: *Si la réponse est 1 ou 2, décrivez les problèmes et les apports de l'IMF:*

Hypothèse

Au-delà de l'accès aux services financiers, la forme d'organisation et les actions de l'IMF peuvent faciliter la résolution de problèmes: des échanges réguliers entre les clients d'une même communauté, ou entre les clients et les autorités locales, peuvent accroître la transparence, la compréhension mutuelle et donner des occasions de résoudre des conflits ou des difficultés.

Exemple

Pour résoudre des problèmes non financiers, on peut identifier les actions de l'IMF envers les clients qui facilitent la création de liens entre eux, mais aussi avec des acteurs socio-économiques locaux, des réseaux ; la mise en place d'espaces de discussion pour résoudre les problèmes communs afin de faciliter l'accès aux services publics (santé, éducation, électricité, etc.), l'accès aux biens publics (ressources naturelles, pâturages, etc.), la résolution de problèmes juridiques, de problèmes de sécurité dans la communauté, etc.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF

Audit externe : identification des formes d'action collective et des actions/réalisations conduites entre les clients, les clients et l'IMF, en lien éventuellement avec les acteurs socio-économiques locaux

Approche participative : Discussions avec les acteurs concernés pour échanger sur les liens « extra-financiers » qui se lient autour des services de l'IMF

3.14 L'institution offre-t-elle (directement ou en partenariat) des services d'appui qui visent spécifiquement le renforcement du capital social de ses clientes ?

Mix

Définition: L'objectif du ciblage des femmes peut être essentiellement d'impliquer les femmes en tant que clientes (objectif neutre, aucune stratégie spécifique au-delà de la participation des femmes comme clientes) ou l'IMF prévoit dans sa mission d'identifier les contraintes et chercher à aider les femmes à les surmonter en augmentant leurs possibilités de génération de revenus, le leadership, etc. (objectif de transformation)- voir le guide pour plus d'information

- 0 = Non / services pour les femmes mais pas spécifiquement adaptés pour le renforcement du capital social des clientes (neutres)
 1 = oui, un ou deux produits conçus pour les femmes avec un objectif de transformation sociale
 2 = oui, plus de deux produits conçus pour les femmes avec un objectif de transformation sociale

Spécifiez, si la réponse est 1 ou 2 quels sont les produits et services

Services financiers

- Produit de crédit particulier pour les femmes
 Calendrier et procédure de remboursement adaptés
 Type spécifique de mode de garantie
 Assurance maladie particulières pour les clientes ou les femmes des clients
 Stratégie adaptée pour l'accès à des montants supérieurs de prêt
 Produit d'épargne spécifique pour les femmes
 Autres: _____

Services non financiers

- Services de santé
 Service d'alphabétisation/éducation
 Services pour le développement des entreprises
 Programme d'assistance contre la violence domestique
 Formation d'association pour divers finalités de développement économique
 Formation d'association pour divers finalités solidaires
 Services pour les femmes atteintes du VIH
 Services pour les adolescentes
 Services pour les femmes et filles victimes d'abus sexuels

Mix

Hypothèse

Les IMF, dont beaucoup touchent une majorité de femmes, peuvent avoir un objectif de ciblage des femmes en les impliquant essentiellement en tant que clientes (objectif neutre, aucune stratégie spécifique au-delà de la participation des femmes comme clientes) ou l'IMF prévoit dans sa mission d'identifier les contraintes et chercher à aider les femmes à les surmonter (objectif de transformation) en augmentant leurs possibilités de création de revenus, leur leadership, en renforçant les liens sociaux et le capital social qui offrent un filet de sécurité pour elles et leurs familles dans des contextes de précarité et d'incertitude économiques.

Définition

Capital social: liens et capacités qui renforcent les potentialités des clients à travers la formation de groupes, l'action collective, la coopération pour atteindre des objectifs communs, les liens avec d'autres programmes, faciliter l'accès aux services non accessibles auparavant. Ils donnent la possibilité de se prémunir mutuellement du risque et d'améliorer la capacité des individus à faire face à des crises. Ils permettent par conséquent de réduire la vulnérabilité des individus et des groupes.

Exemple

Le renforcement du capital social peut être obtenu au moyen de différentes méthodologies et ne présuppose pas forcément de travailler avec des groupes: la constitution adéquate de groupes de clientes, mais aussi l'action collective, la coopération pour atteindre des buts communs, la mise en relation avec d'autres programmes (adult literacy, training courses, reproductive health education and services, child care, education on nutrition.), l'aide à l'accès à des services auparavant non accessibles, etc. Les méthodologies ont vocation à améliorer la capacité des personnes à coopérer et s'allier pour poursuivre des objectifs communs.

Cependant, les liens sociaux peuvent aussi avoir des inconvénients: relations autocratiques, dépendance, conflits d'intérêt, etc. Les liens sociaux au sein d'un groupe ne doivent pas provoquer la fragmentation de la communauté en groupes qui agiraient indépendamment et qui pourraient accroître encore les mécanismes d'exclusion. Il est dans l'intérêt de l'IMF de mesurer les avancées dans la cohésion sociale, la coopération et le travail conjoint qui lient ses clients et leur communauté.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF et services de développement des produits

Audit externe : Revue des produits et services proposées aux femmes clientes, leur définition et leur modalités d'application

Approche participative : Discussions avec les acteurs (agents de crédits, département responsable des produits, clientes) sur la qualité et l'intérêt, au-delà des services financiers, des liens et relations qui ont été créés pour les femmes pour renforcer leurs capacités économiques et sociales.

3.15 L'IMF met-elle en oeuvre des stratégies efficaces pour communiquer ses décisions stratégiques à ses clients et membres ordinaires ?

Mix

Exemples: réunions régulières avec les clients (clients ou représentants), documents spécifiques disponibles et adaptés aux clients, etc.

0 = Non

1 = Au travers de publications générales accessibles via le Web (Mix Market, réseaux) ou disponibles auprès de l'IMF sur demande

2 = Communication au travers de moyens spécifiquement adaptés aux clients : ateliers, assemblées générales, présentations, brochures, etc.

Spécifiez: *Si la réponse est 2, décrivez la stratégie de communication de l'IMF:*

Hypothèse

Le renforcement des capacités et de l'implication des clients auprès de l'IMF passe par une transparence et un échange régulier, témoin de confiance mutuelle.

Exemple

La communication entre l'IMF et ses clients peut passer par des réunions régulières avec les clients (clients ou représentants), des documents spécifiques disponibles et adaptés aux clients, etc.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF, documents de communication

Audit externe : Vérification de la nature et de la diffusion des documents de communication

Approche participative : Discussions avec les acteurs internes sur les documents et réunions d'échange avec les clients (qualité, contenu, feedbacks des clients, etc.).

3.17 Les actions de l'IMF cherchent-elles à accroître l'influence de ses clients auprès des autorités locales ou nationales (l'IMF individuellement ou à travers la participation à des réseaux)?

- 0= Non
 1= Indirectement, objectif mineur
 2= Directement, objectif majeur

Spécifiez: Si la réponse est 1 ou 2, précisez (en particulier dans le cas d'une participation à un ou des réseaux): le(s)quel(s)? avec quel objectif?: _____

Hypothèse

L'IMF (ou le réseau dont fait partie l'IMF) peut constituer une organisation influente qui est entendue par les autorités locales ou nationales.

Réseau: Les IMF dans un pays peuvent être concurrentes, mais afin de faciliter le développement du secteur de la microfinance (lobbying, représentation du secteur, discussion sur le cadre légal et réglementaire, etc.), elles peuvent trouver certains avantages à travailler ensemble au travers de réseaux identifiés comme les associations professionnelles nationales.

En raison de leur proximité avec les clients, les IMF sont susceptibles de bien connaître leurs situations et leurs besoins. Les IMF (et les réseaux) peuvent profiter de leur position, de leur poids économique et institutionnel ainsi que de leur réputation pour participer à la formation de politiques publiques nationales dans d'autres secteurs que la microfinance, tels que la santé, les infrastructures, l'éducation, l'environnement rural ou l'agriculture.

Les liens avec le gouvernement peuvent aussi avoir leurs inconvénients: certains dirigeants peuvent utiliser leurs relations à des fins personnelles au lieu de le faire au profit des clients.

Exemple

Les réseaux d'IMF de Bolivie (Finrural) ou d'Equateur (Red Financiera Rural) par exemple cherchent à influencer les réglementations pour favoriser le travail des IMF membres en particulier pour faciliter leurs interventions auprès des clients en zones rurales. L'Adie en France travaille avec le gouvernement pour simplifier les démarches administratives des micro et petites entreprises pour faciliter leur essor.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF

Audit externe : Vérification des rapports d'activité, liens de l'IMF avec des réseaux locaux, nationaux ou régionaux, avec les autorités ; vérification des thèmes de discussions et des changements obtenus

Approche participative : Discussions avec les acteurs internes sur le degré d'influence de l'IMF sur les autorités en faveur des clients et sur le degré d'influence directe des clients.

Dimension 4: Responsabilité Sociale

Hypothèses qui sous-tendent la dimension 4

Il existe une nuance entre Performances sociales et Responsabilité Sociale. La première est propre au secteur de la microfinance et à son double objectif de résultat (« double bottom line » en anglais) et à sa mission sociale : servir des exclus, avec des services adaptés pour leur procurer des bénéfices sociaux et économiques. La seconde est commune à l'ensemble des secteurs (c'est-à-dire que des secteurs sans mission sociale explicite ont aussi une responsabilité sociale) et vise à maîtriser les externalités de l'activité sur les différentes parties prenantes (salariés, clients, communauté, environnement). Dans ce sens, les Performances Sociales incluent la Responsabilité sociale.

On entend ici par responsabilité sociale la préoccupation des IMF à s'assurer au minimum que leurs actions sont transparentes (*accountability*), qu'elles contribuent au développement de l'offre de services financiers et qu'elles n'ont pas d'effets négatifs sur les parties prenantes (travail décent des employés, protection des consommateurs, protection de l'environnement, etc.). On résume parfois cette approche par l'expression « do not harm » - ne pas nuire (et « Do good », bien faire, pour les performances sociales).

La responsabilité sociale implique une politique de ressources humaines appropriée, l'adaptation de la culture d'entreprise de l'IMF à son environnement culturel et socioéconomique, une responsabilité sociale envers ses clients, la communauté et l'environnement.

Les critères de la dimension 4

1. Responsabilité à l'égard du personnel (9 points)

Ce critère évalue les conditions de travail que l'IMF propose à ses employés

En microfinance, la question des ressources humaines a longtemps été reléguée au second plan, avec la mise en avant du service aux usagers et de la réduction des coûts de fonctionnement. On a ainsi longtemps considéré que l'engagement des employés en faveur de la population cible pouvait compenser des niveaux relativement faibles de salaires et un travail prenant, entraînant parfois un certain malaise au sein des institutions et une forte désertion dès lors que la concurrence entre IMF ou avec d'autres secteurs économique augmente. On reconnaît aujourd'hui qu'il s'agit d'un aspect essentiel de la responsabilité sociale des IMF et il s'avère par ailleurs que cette dimension est souvent essentielle pour garder un personnel de qualité, bien formé et motivé par les activités.

2. Responsabilité sociale envers les clients (9 points)

Ce critère évalue six principes de protection du consommateur largement reconnus pour le secteur de la microfinance, qui concernent le surendettement, la transparence des prix, les pratiques de collecte, le comportement des employés, les procédures de plainte et la confidentialité des données des clients.

La microfinance, qui cible les exclus du système bancaire classique, s'adresse généralement à un public vulnérable (faible niveau d'alphabétisation, exclusion sociale, niveau élevé de pauvreté, etc.). Cela implique d'adopter une approche adaptée pour s'assurer que les clients sont informés des conditions de l'offre des services financiers, et éviter par exemple les risques de surendettement ou une tarification abusive.

La protection du consommateur renvoie à un certain nombre de principes, et à leur modes d'application, qui permettent de préserver les intérêts des usagers de produits ou services, ainsi que de garantir une relation commerciale équilibrée avec les vendeurs ou prestataires.

3. Responsabilité sociale envers la communauté et l'environnement (7 points)

Ce critère prend en compte l'action de l'IMF en faveur du développement économique, social et culturel local ainsi que la protection de l'environnement

Une part importante des mécanismes qu'utilise la microfinance dépend de la qualité des liens sociaux locaux : garantie solidaire, confiance, information sur les clients, etc. Le principe de préserver la cohésion de la communauté apparaît donc comme une réciprocité éthique, mais aussi comme un instrument de pérennité.

Cependant, des débats subsistent pour déterminer jusqu'où s'étend le rôle de l'IMF au sein de la communauté dans laquelle elle intervient. Quelles limites y a-t-il entre le respect de la culture locale et l'évolution de ces valeurs? Quel rôle peut jouer une IMF dans l'évolution de valeurs vers des principes "universels" de transparence, démocratie, égalité, etc.? Quel rôle peut jouer une IMF à propos de l'investissement dans des biens publics? L'objectif de cette partie est de valoriser l'action d'institutions qui tentent d'avoir une attitude proactive dans ce domaine.

Critère 1 – Responsabilité à l’égard du personnel (9 points)

4.1 L’IMF a-t-elle une grille de salaires?

Définition: Une grille de salaires / barème des traitements, disponible pour tous les employés, qui a un salaire défini pour chaque profil de poste.

0= Non

1= Oui

Spécifiez: Donnez plus de détails concernant la politique de ressources humaines de l’IMF en incluant les différentiels de salaires, la gestion des carrières, les primes et intéressements, etc.

La stratégie de l’IMF prend-elle en considération la dimension genre – pour son personnel féminin ? (par exemple, horaires de travail et déplacements adaptés aux contraintes familiales, opportunités de carrières, aménagements pour la maternité, etc.) Oui / Non

Pourcentage de cadres féminins (à l’unité centrale, en agence): _____ ; _____

Pourcentage du personnel de terrain féminin : _____

Mix

Hypothèse 4.1

Les niveaux de rémunération du personnel sont difficilement comparables d’un pays à l’autre et il est très difficile d’établir un référent permettant de juger s’ils sont appropriés.

L’existence d’une grille de salaires atteste de l’engagement de l’IMF en faveur d’une politique réfléchiée et transparente de ressources humaines et donne un indice de suivi (augmentation de salaire, différence de salaire entre des cadres dirigeants et des agents de crédit, etc.). La divulgation effective de la table de salaire à chaque employé est un indicateur de base d’une gestion opérationnelle des ressources humaines.

Modalités

Pour valider cette question, la grille de salaire doit s’appliquer à l’ensemble du personnel et être disponible pour l’ensemble des salariés.

Source d’information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l’IMF et du service des ressources humaines,

Audit externe : consultation de la grille des salaires vérification au niveau du SIG,.

4.2 Quel pourcentage du personnel est employé avec un contrat à long terme ?

Définition: L'ensemble du personnel inclut toutes les personnes qui ont travaillé plus d'un mois au cours de l'année, c'est à dire les employés (à durée déterminée ou indéterminée), les consultants, les stagiaires, etc.

Contrat à long terme : Contrat à durée indéterminée ou contrat à durée déterminée > 1 an

- 0 = Moins de 40%
- 1 = Plus de 60%
- 2 = Plus de 80%

Hypothèse

Outre la transparence de rémunération, la stabilité de l'emploi est un critère important pour de bonnes conditions de travail.

Modalités

Dans certains pays, les emplois stables sont établis sous forme de contrats à durée indéterminée, mais cette forme juridique n'existe pas dans tous les pays. Les contrats dont la durée dépasse une année sont aussi considérés comme des emplois stables.

Sources d'informations

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF et du service des ressources humaines,

Audit externe : consultation du statut des salariés et des contrats de travail.

4.3 Les formations sont-elles accessibles régulièrement à toutes les catégories d'employés?

Définition: *Catégorie d'employés = agent de crédits au niveau des agences; back-office à différents niveaux - local, régional, central, etc.; direction ; dans certains cas, cela peut concerner aussi des volontaires. Les formations peuvent être fournies par l'IMF ou par d'autres organismes de formation, payés par l'IMF ou subventionnés.*

0= Moins de 50% du personnel

1= Plus de 50% du personnel avec au moins deux jours en moyenne par employé

Spécifiez: Remplissez le tableau

Certains employés reçoivent-ils des formations au sujet de la mission sociale de l'IMF?

Oui / Non.

Si oui, précisez la catégorie d'employés et le type de formation : _____

Mix

Hypothèses

La formation des employés est importante pour leur qualification et adaptation à leur fonction, mais aussi pour leur motivation et implication dans l'IMF.

Néanmoins, il arrive que la formation touche peu d'employés, car elle est parfois considérée comme trop coûteuse par l'IMF, ou elle se concentre sur ses cadres dirigeants. Par conséquent il est aussi important de prendre en compte le nombre de jours de formation par type de personnel afin d'avoir une meilleure idée des investissements en formation pour l'ensemble des employés.

Modalités

Pour considérer qu'une catégorie de salariés a accès à la formation, il faut que chaque salarié bénéficie en moyenne de deux jours par an consacrés à cette activité. Afin de le déterminer, on remplit le tableau suivant :

Catégorie d'employés	Nombre d'employés catégorie (1)	total par	Nombre total de jours de formation ces 12 derniers mois. (2)	Nombre moyen de jours (2)/(1)

Source d'information

Audit interne : Déclaration de la direction de l'IMF. Information et discussion avec le service responsable de la formation. Vérification à différents niveaux de l'IMF: siège central mais aussi agences locales.

Audit externe : consultation du plan de formation de l'IMF, des documents de formation interne ou contacts avec les organismes de formation externe

Approche participative : échanges avec les différentes catégories d'employés sur la nature, la qualité et l'intérêt des formations suivies.

4.4 Les employés peuvent-ils participer à la prise de décision stratégique de l'IMF ?

- 0 = Non
- 1 = Par des réunions spécifiques et régulières entre le personnel et la direction
- 2= Par un corps consultatif élu ou par un autre biais de participation à la gouvernance

Hypothèse 4.4

Au travers de leur participation à la prise de décision, les employés sont largement impliqués et s'identifient avec l'institution, ce qui améliore leur motivation.

Cependant, ceci implique des efforts de formation ainsi qu'une stratégie claire pour éviter une dérive de la mission (avec les intérêts des salariés qui l'emporteraient sur la mission sociale de l'institution) ou des conflits internes créant des difficultés dans le processus de prise de décision.

Modalités

1) Des informations et réunions spécifiques peuvent constituer une méthode informelle d'implication qui soit efficace. La transmission d'informations est un premier pas dans ce processus. Mais les propositions des employés peuvent ne pas être toujours prises en compte et l'influence des prises de position du personnel risque d'être remise en cause par des changements de direction dans l'IMF.

2) Une participation au travers d'un corps consultatif élu ou dans une structure de gouvernance est un moyen plus formel de prendre en compte les positions des employés.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF, statuts de l'IMF.

Audit externe : Vérification à plusieurs niveaux de la structure de l'IMF: siège central mais aussi agences locales.

Approche participative : Pour approfondir, il peut être intéressant d'interroger la direction et le personnel pour savoir dans quelle mesure ils considèrent que ces mécanismes sont efficaces et adaptés.

4.5 L'IMF fournit-elle une couverture de santé à ses employés?

Définition: pour être ici pris en compte, le service doit être additionnel au système de couverture sociale national public

0 = Non

1 = Oui

Hypothèse 4.5

Une couverture de santé pour les employés peut être une bonne incitation et fournir une sécurité pour les employés et leurs familles en réduisant leur vulnérabilité et le risque de subir de variations de revenu.

Modalités

La couverture de santé peut être fournie en collaboration avec une compagnie d'assurance. Pour être une incitation véritable et un plus pour l'IMF, elle doit être additionnelle et supérieure au minimum légal du système de couverture de santé national.

Source d'information

Déclaration de la direction de l'IMF, contrats de travail et contrats de l'IMF avec la compagnie d'assurance.

4.6 Quel est le pourcentage du personnel qui a quitté l'IMF au cours des 12 derniers mois?

Définition: En pourcentage du nombre moyen d'employés, y compris pour départ volontaire, licenciement, fin de contrat, etc

Mix

0 = Plus de 15 % 1 = Moins de 15 % 2 = Moins de 5%

Spécifiez:

Quel est le pourcentage du personnel a quitté l'IMF au cours de la dernière année comptable

L'IMF conduit-elle ou commandite-t-elle des enquêtes de satisfaction du personnel?

Oui Non

Avec quelle fréquence ? =Régulièrement/en cours / Semestriellement Annuellement / Tous les deux ans / Occasionnellement - de temps en temps

Mix

Hypothèse 4.6

La rotation du personnel est un indicateur de la satisfaction des employés dans l'institution et reflète la qualité de la relation entre l'institution et son personnel.

Un départ volontaire peut être dû à l'existence d'opportunités plus intéressantes, mais dans ce cas, l'IMF devrait penser aux moyens de conserver son personnel au travers d'incitations (qui peuvent ne pas être seulement financières).

Si les employés sont licenciés, cela signifie qu'il peut y avoir certaines faiblesses dans les procédures et le contrôle de l'IMF ainsi qu'un manque de respect et de confiance entre l'IMF et son personnel. Un départ dû à une fin de contrat peut signifier que l'IMF n'offre pas de contrats stables à ses employés.

Modalités

Voici une formule permettant de calculer simplement le taux de rotation du personnel :

$$\frac{\text{Nombre de salariés sortis}}{(\text{Salariés en début de période} + \text{Nouveaux salariés pendant l'année} - \text{Salariés à la fin de l'année})} \\ (\text{Salariés en début d'année} + \text{salariés à la fin de l'année}) / 2$$

Source d'information

Déclaration de la direction IMF et du service des ressources humaines.

Vérification à plusieurs niveaux de l'IMF: siège central mais aussi les agences locales.

Critère 2 – Responsabilité sociale envers les clients (9 points)

4.7 L'IMF prend-elle des mesures pour éviter de mettre ses clients en situation de surendettement ?	
<input type="checkbox"/> 0 = Aucune étude ou action entreprise	Mix
<input type="checkbox"/> 1 = Etude mais pas de mesure prise pour le moment	
<input type="checkbox"/> 2 = Etude et pas de problème identifié/mesures prises après identification du problème	
<i>Spécifiez: Si la réponse est 2, parmi les mesures suivantes, lesquelles ont été mises en oeuvre: <input type="checkbox"/> recherche d'informations sur l'historique de crédit des clients, <input type="checkbox"/> évaluation avec précision de la capacité de remboursement des clients <input type="checkbox"/> mise au point d'incitations/prime pour les agents de crédit et le management pour éviter les crédits irresponsables, <input type="checkbox"/> mise en relation avec d'autres institutions financières pour organiser une centrale de risque, <input type="checkbox"/> autres, spécifiez : _____ Comment l'IMF s'assure-t-elle que ces mesures sont efficaces ? _____</i>	

Hypothèse

Des cas de surendettement peuvent être fréquents, particulièrement dans des zones de forte compétition entre organisations financières. Même avec une seule IMF, une évaluation erronée des besoins et des capacités de remboursement des clients peut conduire à un surendettement des ménages.

Il est important de prendre des précautions sur ce point: le déclin des taux de remboursement peut être un indice tardif des problèmes que rencontrent les clients (les groupes peuvent avoir remboursé pour un client ayant des difficultés de paiement avant de révéler qu'un foyer est en crise, un client peut entrer dans un cercle vicieux d'endettement plutôt que d'être pris en défaut de paiement par l'IMF, etc.).

Exemples

Recherche d'informations sur l'historique de crédit des clients

Evaluation avec précision de la capacité de remboursement des clients

Mise au point d'incitations/prime pour les agents de crédit et le management pour éviter les crédits irresponsables,

Mise en relation avec d'autres institutions financières pour organiser une centrale de risque,

Modalités

Les différentes mesures pouvant être prises pour éviter le surendettement sont mentionnées dans la partie dédiée aux spécifications.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction des IMF. Discussion avec le service responsable des études.

Audit externe: révision des études et des procédures mises en œuvre suite aux études

Approche participative : entretiens avec les agents de crédits sur les modalités qui limitent le surendettement et l'évaluation de la situation des clients.

4.8 Transparence des prix : L'IMF présente-t-elle, à l'écrit et d'une manière compréhensible, le coût effectif des intérêts (en incluant les charges et les conditions spéciales)?

Définition: *Les conditions spéciales incluent l'épargne forcée, les formations obligatoires, les frais etc.*

Mix

0 = Pas de relevés écrits ou une information peu claire ou partielle

1 = Le client connaît, pour chaque prêt, le montant principal et le montant des intérêts, des charges et conditions spéciales

Spécifiez: *Selon quelles méthodes, parmi les suivantes, l'IMF présente-t-elle cette information?*: Information écrite affichée de manière visible dans chaque agence Information écrite dans le contrat Communication additionnelle à l'oral pour les clients illettrés séances de formation ; Autre:

Comment vous assurez-vous que cette communication est efficace ? _____

Hypothèse

La transparence implique de fournir des informations complètes sur les différentes caractéristiques de la transaction proposée. Celle-ci peut porter sur trois aspects : le coût des services, la qualité des services et les conditions contractuelles. Cette question porte plus spécifiquement sur le premier aspect, pour laquelle il est plus facile à vérifier de manière standardisée. A ce titre, les prix et conditions dont les produits financiers sont assortis (y compris les charges d'intérêts, primes d'assurance, honoraires, etc.) doivent être établis de manière transparente et publiés sous une forme compréhensible pour les clients.

Exemples

- Information écrite affichée de manière visible dans chaque agence
- Information écrite dans le contrat
- Communication additionnelle à l'oral pour les clients illettrés
- Séances de formation

Modalités

Pour être reconnue, la transparence doit s'appliquer aux différents stades de l'interaction entre le client et l'IMF :

Avant la vente: Que l'IMF ne fasse aucune publicité mensongère ou qui pourrait être mal comprise par les clients. Il faut aussi qu'elle s'assure que ses agents de crédit transmettent une information conforme lors de leurs activités de prospection ou de démarchage.

Lors de la vente : Ne pas constater de formulations inexactes des contrats, une mauvaise compréhension par les clients pour des questions éducatives ou linguistiques, explication orale erronée par le personnel de l'agence.

Après la vente : Eviter un manque de clarté dans l'enregistrement des transactions.

Sources d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction, vérification dans les documents publicitaires, l'information diffusées, les contrats de prêts, les justificatifs de remboursements. Audit externe : vérification de la compréhension des prix des services financiers, auprès de quelques clients sélectionnés aléatoirement.

4.9 Condition des prêts et pratiques de collecte : L'IMF explique-t-elle aux clients leurs droits et devoirs ainsi que le processus de remboursement avant l'octroi du prêt ?

- 0 = Non, il n'y a pas de procédure systématique qui ait été mise en place pour expliquer aux clients leurs droits, responsabilités et le processus de recouvrement
- 1 = Oui, des procédures explicites garantissent que les clients ont une vision claire de leurs responsabilités et du processus de recouvrement avant que le prêt ne soit déboursé, grâce à la distribution de documents écrits et compréhensibles, à des formations ou des entretiens avec les agents de crédit (en particulier pour les clients illettrés), etc.

Mix

Spécifiez: *Si oui, expliquez:* _____

Hypothèse

Maintenir des niveaux élevés de remboursement est indispensable pour la pérennité des IMF et la sauvegarde de l'épargne qu'elles captent. Néanmoins, il arrive que cet impératif pousse certaines IMF ou leurs agents à exercer sur les clients en défaut des pressions qui portent atteinte à leur dignité ou aux normes sociales locales. Il est par conséquent indispensable de prendre des mesures pour qu'en aucun cas les pratiques de recouvrement des créances ne soient abusives ou coercitives et qu'elles soient été clairement divulguées avant le déboursement du prêt.

Modalités

Pour être qualifiée, il faut que la divulgation soit plus que purement administrative. En d'autres termes, des dispositions inscrites en petits caractères dans un contrat de prêts ne sauraient être considérées comme des explications claires des conditions de prêt. Il faut pour cela qu'elles s'accompagnent de mesures plus didactiques comme des brochures explicatives ou des sessions d'information.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction, consultation des contrats de prêts

Audit externe : vérification auprès des agents de crédits et interrogation des clients.

Approche participative : il peut être intéressant d'animer une réflexion collective sur la manière dont les coûts sont perçus par les différents acteurs.

4.10 Comportement des employés : L'IMF dispose-t-elle d'un code de conduite écrit/explicite concernant ses actions envers les clients ?

Mix

- 0 = Non, pas de code de conduite spécifique ; un code mais pas appliqué
 1 = Code de conduite écrit/spécifique/collectivement défini et appliqué, qui prend en compte les différentes actions ci-dessous

Spécifiez : Politique pour limiter les taux d'intérêts excessifs, politique pour limiter la pression à emprunter au-delà de la capacité d'absorption, politique pour faire respecter les droits des clients concernant la saisie des garanties, politiques pour encourager l'épargne plutôt que le crédit dans certaines situations et développer la culture de l'épargne, Politique pour prévenir des traitements non éthiques envers les clients, en particulier envers les clients qui sont en défaut de paiement, autre, Spécifiez:

Si la réponse est 1 quels systèmes existent pour en garantir la mise en oeuvre ? _____

Mix

Hypothèse 4.10

Pour être socialement responsable vis-à-vis de ses clients, l'IMF peut bénéficier d'un code de conduite explicite sur les aspects les plus sensibles de l'apport des services financiers : niveaux de taux d'intérêt, pression à emprunter, la prise de garanties, la promotion de l'épargne comme un filet de sécurité moins onéreux et moins risqué que les prêts, etc. En particulier, le personnel de l'IMF se doit se conformer à des normes d'éthique rigoureuses dans ses rapports avec les clients, et lesdits prestataires veillent à ce que des mesures de sauvegarde suffisantes soient en place pour détecter et corriger tout acte de corruption ou de maltraitance des clients. La manière la plus courante d'explicitier ces normes et principes est de les inclure dans un code de conduite qui engage l'ensemble du personnel.

Exemples

Politique pour limiter les taux d'intérêts excessifs,

Politique pour limiter la pression à emprunter au-delà de la capacité d'absorption,

Politique pour faire respecter les droits des clients concernant la saisie des garanties,

Politiques pour encourager l'épargne plutôt que le crédit dans certaines situations et développer la culture de l'épargne,

Politique pour prévenir des traitements non éthiques envers les clients, en particulier envers les clients qui sont en défaut de paiement,

Modalité

Pour être considéré comme appliqué, le contenu du code doit être connu par l'ensemble du personnel et des mécanismes de correction ou sanction doivent être prévus en cas de manquement.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction de l'IMF. Contenu des codes de conduite.

Audit externe / approche participative : vérification du niveau de connaissance et d'application des codes de conduite auprès des différents acteurs

4.11 Procédures de plainte : L'IMF a-t-elle une procédure de réclamation/plainte pour les clients et qui leur est expliquée ?

Mix

Définition: pour être ici prise en compte, la procédure de réclamation doit permettre au client de rencontrer quelqu'un d'autre que l'agent de crédit ou un caissier en cas de conflit avec ce type d'employé

- 0= Aucune procédure de réclamation
- 1=Une procédure de réclamation existe, mais elle n'est pas largement diffusée et expliquée aux clients
- 2= La procédure de réclamation existe et elle est largement diffusée et expliquée aux clients

Spécifiez: Si la réponse est 1 ou 2, parmi les points suivants, quels sont ceux qui sont compris dans la procédure de réclamation: Numéro de téléphone du responsable dans l'organisation; Boîte de suggestions/réclamations dans l'enceinte de l'agence; Personne identifiée à laquelle se référer en cas de plainte, Autres, décrivez: _____

Hypothèse

Avec la croissance des institutions de microfinance, il est de plus en plus difficile pour les dirigeants d'avoir un contact direct avec les clients. Pour cette raison, il leur est parfois malaisé d'être au courant de la nature ou de l'ampleur des pratiques indésirables dont ces derniers peuvent être victimes (pressions à l'emprunt, différends sur les sommes effectivement versées, sur les montants déjà remboursés, pots de vins, etc.). Sur le terrain, le personnel opérationnel se retrouve souvent en première ligne pour traiter des situations conflictuelles, avec le risque d'être à la fois juge et partie.

Il est ainsi nécessaire d'instaurer des systèmes de recueil des plaintes et des différends qui ne soient pas exposés à d'éventuels comportements de rétention d'information par le personnel de terrain.

Exemples

Centres d'appels téléphoniques: Des systèmes plus efficaces, mais qui n'intéresse pas nécessairement les IMF de taille petite ou moyenne, n'ayant pas une échelle suffisante pour avoir un service permanent de ce type et qui auront plus facilement recours à un médiateur.

Délai de rétractation: Après avoir souscrit à une demande de prêt et avant l'octroi, le client dispose d'une période de réflexion qui lui permet de dénoncer le contrat s'il estime avoir été poussé ou mal conseillé.

Personnes identifiées/Chargés de clientèle: L'IMF désigne dans chaque agence un interlocuteur qui est clairement identifié pour traiter des questions de relation avec les usagers.

Enquêtes de satisfaction: L'IMF réalise, à intervalle régulier, des études auprès de ses clients. Elles doivent combiner des sondages sur des échantillons assez significatifs pour pouvoir détecter des pratiques anormales, avec des discussions en groupe pour affiner sa compréhension des attentes et de la perception de la clientèle.

Boîtes de suggestions: un système simple et peu coûteux, mais qui n'est pas toujours très efficaces et s'avère très limité là où les niveaux de scolarisation sont faibles.

Procédures de plainte: un mécanisme interne qui doit permettre que les réclamations soient traitées de manière systématique et impartiale.

Médiation extérieur: recours à une autorité externe en cas de blocage

Sources d'information

Approche centralisée: Déclaration de la direction.

Audit externe / approche participative : Vérification de l'effectivité de ces dispositifs (avec des agents de crédits, et éventuellement des clients, selon la nature du mécanisme mis en place) afin de répondre à une question simple : un client ayant une réclamation justifiée à formuler verra-t-il sa démarche aboutir de manière favorable ?

4.12 Confidentialité des données : L'IMF a-t-elle mis en place des politiques de protection de la confidentialité des informations sur les clients dans les agences et au niveau du Système d'Information et de Gestion?

- 0 = Non, pas de processus formel de protection
 1 = Oui, les agents de crédits et membres des comités de crédit sont officiellement tenus à l'écart des informations professionnelles et les documents écrits et le SIG sont exclusivement accessibles au personnel autorisé.

Mix

Spécifiez: *Si oui, expliquez:* _____

Hypothèse

Les agents de crédit collectent une quantité considérable d'informations concernant les clients. Parmi les données requises pour faire une bonne analyse de prêt, certaines peuvent s'avérer sensibles et doivent être considérées comme confidentielles. Etant donnée la relative proximité sociale entre les agents de l'IMF (salariés, élus, etc.) et les clients, il est nécessaire de mettre en place des systèmes adaptés afin que ces renseignements ne soient pas utilisés à mauvais escient.

Modalités

Afin de garantir la confidentialité des données, il est avant tout essentiel que le client sache que les informations qu'il fournit à l'IMF sont confidentielles, pour qu'il se sente en droit de se plaindre si ce principe n'est pas respecté. Cela implique également de règlementer étroitement l'accès à l'information. La plupart des systèmes d'informations permettent de définir des droits différents en fonction des profils d'utilisateurs (caissiers, agents de crédits, gérants, élus, comité de crédit, etc.). Il est toutefois nécessaire que les responsables de l'institution paramètrent et utilisent correctement ces fonctionnalités. Enfin, il est là encore nécessaire de mettre en place des mécanismes de contrôle et de rétorsion éventuels en cas de manquement.

Source d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction, manuel de procédures.

Audit externe : Vérification auprès du personnel de terrain pour s'assurer qu'il connaît et respecte ces mécanismes.

4.13 L'IMF fournit-elle une forme d'assurance sur les prêts en cas de décès de l'emprunteur?

Définition: assurance sur le prêt qui libère la famille du poids de la dette en cas de décès de l'emprunteur

- 0 = Non ou seulement après une analyse au cas par cas
 1 = Abandon des créances ou assurance systématiquement prévus dans les procédures de prêt

Spécifiez: Si la réponse est 1, quel est le coût par client ? _____

Comment cette information est-elle divulguée aux clients ? _____

Hypothèse

La perte d'un membre économiquement actif a généralement de lourdes conséquences sur la situation financière d'un ménage. Dans ces conditions, le report de la dette du défunt sur les autres membres de sa famille est susceptible d'entraîner des situations de surendettement. Pour cette raison, il est souhaitable que les IMF appliquent des procédures d'annulation de la dette.

Modalités

Pour être validée, les situations ne doivent pas seulement être étudiées au cas par cas, mais s'appliquer de manière systématique, soit par le biais d'assurances sur les crédits, soit au moyen d'annulations pures et simples.

Sources d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction. Définition des modalités des prêts

Audit externe : Vérification dans les contrats de prêts et/ou d'assurance.

Critère 3 – Responsabilité sociale envers la communauté et l'environnement (7 points)

4.14 L'IMF vérifie-t-elle que ses actions sont en harmonie avec la culture et les valeurs locales (positives)?

Exemples : *Etudes socio - anthropologiques, discussions avec la communauté ou les autorités locales/personnes ressources, agents de crédit qui parlent la langue locale et connaissent la culture locale, participation active à la vie de la communauté afin de comprendre ses préoccupations / intérêts*

0 = Aucune action spécifique au cours des deux dernières années

1 = De l'information est collectée auprès de personnes – clés de la communauté

Spécifiez: *Si la réponse est 1, quel genre d'information?* _____

Hypothèse 4.14

L'harmonie avec la culture et les valeurs locales est essentielle pour la pérennité sociale de l'IMF. Elle assure que les clients et la communauté ne soient pas gênés par les activités de l'IMF, elle aide à réduire le risque d'un impact négatif sur les liens sociaux au sein de la communauté et évite que l'IMF ne soit perçue comme un objet étranger.

Bien sûr, toute la "culture locale" n'a pas forcément vocation à être intégrée aux valeurs de l'IMF, et certaines évolutions/adaptations peuvent être souhaitables pour que les actions de l'IMF aident les valeurs locales à devenir plus démocratiques, transparentes et égalitaires. Par exemple, la construction du capital social des femmes ou la prise de décision démocratique ne sont pas toujours ancrées dans la culture locale, mais peuvent être promues par les actions de l'IMF (et d'autres organisations).

Modalités

Etant donné qu'il est très difficile de juger de manière objective de la qualité de l'adaptation d'une institution à son contexte ou encore de la pertinence des tendances d'évolution qu'elle tente d'introduire, un préalable concrètement vérifiable porte sur sa capacité à connaître la culture locale.

Source d'information

Approche centralisée : Discussion avec la direction de l'IMF.

Audit externe/ approche participative : Pour approfondir, il est possible d'animer une discussion sur ce thème avec différents niveaux de l'IMF (en particulier les agents de crédit) pour évaluer s'il existe une perception cohérente concernant la relation de l'action de l'IMF avec les valeurs locales.

4.15 L'IMF a-t-elle une intervention proactive en faveur du développement économique local ?

0 = Non ou de manière irrégulière (moins de 5% du portefeuille)

1 = Oui, de manière régulière et avec une stratégie planifiée

Spécifiez : *Si la réponse est 1, donnez des détails sur les modalités d'intervention* : *Collaboration formelle avec les acteurs du développement local*, *Efforts spécifiques de promotion de la création d'emploi local (au-delà de l'autoemploi ou des activités génératrices de revenus)* *Financement d'activités locales risquées mais innovantes* *Des membres de la direction sont membres des zones d'opération de l'IMF*, *Eviter de financer des activités de commercialisation qui concurrencent l'économie locale (artisanat, agriculture, etc.)* *Autre: __*

4.16 L'IMF a-t-elle une intervention proactive par rapport au développement social local ?

0 = Non, ou de manière irrégulière (moins de 5% du portefeuille)

1 = Oui, de manière régulière, en suivant une stratégie planifiée

Spécifiez : *Si la réponse est 1, précisez les modalités d'intervention* *identification des activités qui présentent des conditions de travail indignes, comme le travail des enfants ou l'exploitation de genre, et mise en place de politiques pour éviter de les financer ou améliorer ces situations*, *Financement et promotion d'activités qui emploient des minorités, des personnes handicapées, des personnes indigentes, des veuves, etc.* *Financement d'activités avec une forte valeur ajoutée sociale, comme des services de soin médical ou de prévention, de culture, des infrastructures communautaires, etc.*

Hypothèse 4.15/ 4.16

L'IMF peut assumer une responsabilité sociale pour financer (pour tout ou partie du portefeuille) des activités éventuellement plus risquées ou qui ont une forte valeur économique ou sociale ou rejeter les demandes de prêts pour des activités qui peuvent avoir des conséquences économiques ou sociales négatives (migration des savoir-faire locaux, des activités qui peuvent léser les gens, des activités de commercialisation qui concurrencent l'activité locale, etc.).

Dans ce cas, les produits financiers offerts ne sont pas considérés comme des services quelconques et l'IMF a une stratégie proactive dans le choix des activités financées.

Modalités

Pour être prises en compte, de telles politiques doivent être systématiques, renseignées dans la stratégie de l'IMF et concerner, pour les activités financées, au moins 5% du portefeuille de crédit.

Source d'information

Approche centralisée : Déclarations de la direction de l'IMF. Système d'information et de gestion.

Audit externe/ approche participative : Vérification dans une ou plusieurs agences pour s'assurer que ces politiques sont connues et appliquées.

4.17 L'IMF a-t-elle une politique à l'égard de l'environnement - pour les activités qu'elle finance ? Mix

0 = Non
 1 = Politique partielle, informelle, aucun système en place pour garantir la mise en oeuvre
 2 = Oui, politique formelle et systèmes en place pour garantir la mise en oeuvre

Spécifiez: *Si la réponse est 1 ou 2, quel genre de politique?:* _____
 identification des entreprises avec des risques pour l'environnement, et politique de réduction de ces risques, *identification et appuis à des pratiques environnementales durables dans les principaux secteurs de prêt,* *Autres, décrivez: _____* *Si la réponse est 2, quels systèmes existent pour garantir la mise en oeuvre _____*

4.18 L'IMF a-t-elle des politiques de responsabilité sociale envers l'environnement – pour ses propres activités, tant au siège que dans les agences (énergie, eau, papier, déchets) ?

0 = Non
 1 = Politique partielle, informelle, aucun système en place pour garantir la mise en oeuvre
 2 = Politique formelle, systèmes en place pour garantir la mise en oeuvre

Mix

Spécifiez : *Minimiser l'utilisation d'électricité conventionnelle* *Minimiser l'utilisation de carburant conventionnel* *Minimiser l'utilisation de l'eau, recyclage de l'eau* *Minimiser l'utilisation du papier, recyclage du papier* *Autre: _____* *Si la réponse est 2, quels systèmes existent pour garantir la mise en oeuvre ? _____*

Hypothèse

La prise en compte de l'environnement est une préoccupation assez récente en microfinance (même si des IMF pionnières ont déjà pris en compte cette dimension dans leur stratégie). Aujourd'hui, il existe néanmoins un consensus sur cette question. En effet, la situation de précarité des clients de la microfinance peut conduire certains à se livrer à des activités prédatrices pour le milieu naturel (déforestation, rejet de déchets toxiques, etc.) et la question des effets des activités sur l'environnement devient d'une façon générale incontournable.

Il est par conséquent important que l'IMF intègre des considérations environnementales dans ses procédures et politiques. Celles-ci peuvent concerner aussi bien les activités de l'institution que celles des clients qu'elle finance.

Exemples

Financement d'activités de traitement et d'amélioration de la qualité de l'eau (Ceprodel en... Cf. MF Award), listes d'exclusion (cf. procédures de la FMO, European Dialogue), appui à des activités de substitutions pour limiter le développement d'activités prédatrices (à proximité des parcs nationaux à Madagascar ou en favorisant des activités de commercialisation en gros plutôt qu'en petits contenants pour limiter les déchets aux Philippines), etc.

Modalités

Etant donné la relative nouveauté de la prise en compte de cet aspect en microfinance, il est important de mettre en valeur des démarches qui restent encore ponctuelles ou partielles. Cependant, il convient de bien les différencier de procédures systématiques dont l'application

est garantie par des mécanismes de contrôle, celle-ci restant les seules à même d'avoir un impact significatif sur la préservation de l'environnement.

Sources d'information

Approche centralisée : Déclaration de la direction. Procédures de prêts, éventuelles listes d'exclusion

Audit externe : Vérification de l'application dans une ou plusieurs agences de l'IMF.

Approche participative : entretiens avec les acteurs internes sur le niveau de conscience des enjeux sur l'environnement et leur prise en compte effective dans les activités de l'IMF

Annexe: Revenu national brut par habitant 2007 en USD (Méthode Atlas)

Albania 3,290	Dominica 4,250	Liberia 150	Saudi Arabia 15,440
Algeria 3,620	Dominican Republic 3,550	Libya 9,010	Senegal 820
Andorra a	Ecuador 3,080	Liechtenstein a	Serbia 4,730 d
Angola 2,560	Egypt, Arab Rep. 1,580	Lithuania 9,920	Seychelles 8,960
Antigua and Barbuda 11,520	El Salvador 2,850	Luxembourg 75,880	Sierra Leone 260
Argentina 6,050	Equatorial Guinea 12,860	Macedonia, FYR 3,460	Singapore 32,470
Armenia 2,640	Eritrea 230	Madagascar 320	Slovak Republic 11,730
Australia 35,960	Estonia 13,200	Malawi 250	Slovenia 20,960
Austria 42,700	Ethiopia 220	Malaysia 6,540	Solomon Islands 730
Azerbaijan 2,550	Fiji 3,800	Maldives 3,200	South Africa 5,760
Bahrain 19,350 a	Finland 44,400	Mali 500	Spain 29,450
Bangladesh 470	France 38,500 c	Malta 15,310 a	Sri Lanka 1,540
Belarus 4,220	Gabon 6,670	Marshall Islands 3,070	St. Kitts and Nevis 9,630
Belgium 40,710	Gambia, The 320	Mauritania 840	St. Lucia 5,530
Belize 3,800	Georgia 2,120	Mauritius 5,450	St. Vincent and the Grenadines 4,210
Benin 570	Germany 38,860	Mexico 8,340	Sudan 960
Bermuda a	Ghana 590	Micronesia, Fed. Sts. 2,470	Suriname 4,730
Bhutan 1,770	Greece 29,630	Moldova 1,260 e	Swaziland 2,580
Bolivia 1,260	Grenada 4,670	Mongolia 1,290	Sweden 46,060
Bosnia and Herzegovina 3,790	Guatemala 2,440	Montenegro 5,180	Switzerland 59,880
Botswana 5,840	Guinea 400	Morocco 2,250	Syrian Arab Republic 1,760
Brazil 5,910	Guinea-Bissau 200	Mozambique 320	Tajikistan 460
Brunei Darussalam 26,930 a	Guyana 1,300	Namibia 3,360	Tanzania 400 f
Bulgaria 4,590	Haiti 560	Nepal 340	Thailand 3,400
Burkina Faso 430	Honduras 1,600	Netherlands 45,820	Timor-Leste 1,510
Burundi 110	Hong Kong, China 31,610	New Zealand 28,780	Togo 360
Cambodia 540	Hungary 11,570	Nicaragua 980	Tonga 2,320
Cameroon 1,050	Iceland 54,100	Niger 280	Trinidad and Tobago 14,100
Canada 39,420	India 950	Nigeria 930	Tunisia 3,200
Cape Verde 2,430	Indonesia 1,650	Norway 76,450	Turkey 8,020
Cayman Islands a	Iran, Islamic Rep. 3,470	Oman 11,120 a	Uganda 340
Central African Republic 380	Ireland 48,140	Pakistan 870	Ukraine 2,550
Chad 540	Isle of Man 40,600 a	Palau 8,210	United Kingdom 42,740
Channel Islands a	Israel 21,900	Panama 5,510	United States 46,040
Chile 8,350	Italy 33,540	Papua New Guinea 850	Uruguay 6,380
China 2,360	Jamaica 3,710	Paraguay 1,670	Uzbekistan 730
Colombia 3,250	Japan 37,670	Peru 3,450	Vanuatu 1,840
Comoros 680	Jordan 2,850	Philippines 1,620	Venezuela, RB 7,320
Congo, Dem. Rep. 140	Kazakhstan 5,060	Poland 9,840	Vietnam 790
Congo, Rep. 1,540	Kenya 680	Portugal 18,950	West Bank and Gaza 1,230 a
Costa Rica 5,560	Kiribati 1,170	Qatar a	Yemen, Rep. 870
Côte d'Ivoire 910	Korea, Rep. 19,690	Romania 6,150	Zambia 800
Croatia 10,460	Kuwait 31,640 a	Russian Federation 7,560	Zimbabwe 340 a
Cyprus 24,940	Kyrgyz Republic 590	Rwanda 320	
Czech Republic 14,450	Lao PDR 580	Samoa 2,430	
Denmark 54,910	Latvia 9,930	San Marino 45,130 a	
Djibouti 1,090	Lebanon 5,770	São Tomé and Príncipe 870	
	Lesotho 1,000		

a. 2007 data not available; ranking is approximate. b. Estimate is based on regression; other PPP figures are extrapolated from the 2005 International Comparison Program benchmark estimates. c. Data include the French overseas departments of French Guiana, Guadeloupe, Martinique, and Réunion. d. Data exclude Kosovo and Metohija. e. Data exclude Transnistria. f. Data refer to mainland Tanzania only. g. Estimated to be low income (\$935 or less). h. Estimated to be upper middle income (\$3,706 to \$11,455). i. Estimated to be high income (\$11,456 or more). j. Estimated to be lower middle income (\$936 to \$3,705)

Source: World Bank

In case you need more recent or precise data, please refer to the Mix Market website: <http://www.mixmarket.org/en/environment/environment.search.asp> or World Bank statistics website: http://www.worldbank.org/data/countrydata/aag/ago_aag.pdf