

Liens entre performances sociales, satisfaction des clients et impact : combinaison d'évaluations sociales en Bolivie

Introduction

Finrural, le réseau bolivien des IMF non lucratives, a réalisé en 2002 et 2006 auprès d'IMF membres des études d'impact sur la situation économique et le développement personnel de leurs clients. En 2004, Finrural a mis en œuvre des études de satisfaction des clients.

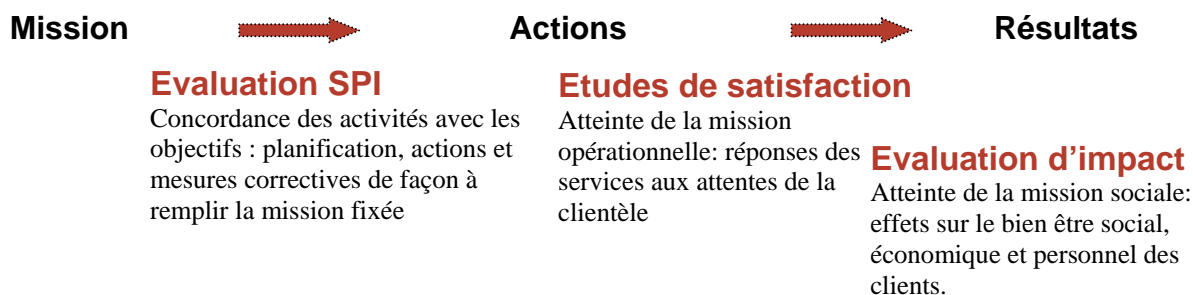
Par ailleurs, Finrural a participé au processus d'élaboration de SPI, outil de mesure des performances sociales. Cet outil a été appliqué dans 10 IMF boliviennes en 2006, grâce à la collaboration de Profin, programme d'appui impulsé par la coopération suisse.

Sur la base d'un questionnaire, SPI permet d'évaluer les processus d'une IMF selon 4 dimensions clé:

1. Ciblage des pauvres et des exclus
2. Adaptation des produits et services
3. Renforcement du capital social et politique
4. Responsabilité sociale de l'institution.

En 2007, Finrural et CERISE ont réalisé un travail conjoint de comparaison entre les résultats de SPI, des études d'impact et des études de satisfaction des clients disponibles en Bolivie. L'hypothèse de départ pour ce travail de comparaison est que certains processus spécifiques (évalués par SPI) conduisent à avoir des effets particuliers (évalués par les études d'impact et de satisfaction). Au niveau méthodologique, démontrer une telle relation contribue à valider des hypothèses de SPI de liens entre processus et résultats. Très concrètement, les éléments issus de cette analyse fournissent des enseignements essentiels pour la sélection et l'adaptation d'indicateurs pour le système de suivi de performances sociales et d'impact que Finrural et ForoLacFr, réseau latino-américain d'IMF, projettent de mettre en place d'ici 2008.

Complémentarité des évaluations sociales d'une IMF



Méthodologie

Sept institutions ayant des approches différentes ont été évaluées selon ces trois démarches : deux IMF de type banque villageoise, dont la méthodologie est basée sur l'autogestion de groupes de prestataires pouvant aussi épargner ; deux IMF d'approche productive, tournées prioritairement vers les premiers maillons de la chaîne de valeur, particulièrement en zone rurale ; deux IMF d'approche intégrale, cherchant à desservir toute la gamme des besoins de leurs clients ; enfin, une institution régulée, autorisée à capter de l'épargne du public.

Conclusions de la comparaison SPI - études de satisfaction - d'impact

1. Des impacts économiques différenciés selon le ciblage de la clientèle mis en lumière par SPI

Certaines IMF dites productives ou intégrales, ainsi que l'IMF régulée, appliquent peu de mécanismes de ciblage des pauvres et des exclus, et obtiennent par conséquent de faibles résultats dans la première dimension de SPI. Elles tendent à avoir des effets principalement sur le capital fixe et l'emploi des unités économiques de leurs clients. A l'inverse, les IMF qui opèrent en

banques villageoises et certaines dites productives ou intégrales, ciblant plus activement des clients pauvres et exclus, tendent alors à enregistrer un impact plus prononcé sur le capital circulant des unités économiques de leurs clients, ainsi que sur le niveau de revenu de leurs unités familiales.

Ceci peut s'expliquer par le fait que les personnes qui ont des profils de pauvreté ou d'exclusion plus marqués pratiquent des activités économiques qui impliquent moins de capital fixe, le capital circulant étant donc la principale variable affectée par le crédit. De plus, les entreprises étant peu formalisées, la croissance de l'activité affecte plus directement les revenus de l'unité familiale. Enfin, les activités des pauvres et des exclus étant généralement caractérisées par le micro-entrepreneuriat et la pluriactivité, les crédits qu'ils perçoivent n'ont que peu d'impact sur la création d'emplois. A l'inverse, les crédits octroyés à des personnes moins pauvres et exclues ont proportionnellement plus d'impact sur le capital fixe et l'emploi des unités économiques.

2. Empowerment et développement personnel des clients par les services non financiers

Les études d'impact montrent que les IMF offrant des services non financiers génèrent chez leurs clients plus d'impact en termes de développement personnel (confiance en soi, participation, leadership et capacité à entreprendre) que les IMF qui ne dispensent pas ces services.

Par ailleurs, dans certains cas, les services non financiers semblent contribuer à améliorer l'impact des crédits. Néanmoins, on relève plusieurs exemples où les crédits engendrent des impacts sociaux significatifs sans s'accompagner de services non financiers. Dans ces cas, leur absence semble compensée par un ciblage actif des pauvres et des exclus, accompagné d'une forte diversité des services.

3. Fidélisation et satisfaction de la clientèle en raison de l'adéquation et de la qualité des services

Cette étude a permis de vérifier que les IMF qui obtiennent de bonnes performances SPI en termes d'adaptation et de qualité des services sont celles qui obtiennent les meilleurs niveaux de satisfaction de leurs clients et qui sont perçues comme ayant les meilleurs avantages comparatifs.

4. Correspondance entre la fidélisation/satisfaction de la clientèle et son empowerment

Les institutions qui enregistrent une performance élevée dans la dimension 3 de SPI obtiennent la meilleure fidélisation des clients et les niveaux les plus élevés de satisfaction quant aux conditions d'accès au crédit et aux institutions. Ceci montre que les pratiques de transparence et la participation permettent effectivement d'entretenir et d'approfondir une relation privilégiée avec les clients.

Bilan et perspectives

L'analyse a permis de valider plusieurs hypothèses à l'origine de SPI et de confirmer la pertinence des indicateurs choisis, particulièrement concernant la dimension 2 (adéquation des services) et la dimension 3 (renforcement du capital social et politique). En outre, ceci a permis d'identifier des indicateurs de processus clé qui contribuent à la création d'impacts sociaux et économiques : le type et le degré de ciblage, la diversité et la qualité des produits, les services non financiers, la participation et l'*empowerment* des clients.

Pour approfondir ce travail, il serait intéressant d'élargir ces comparaisons à d'autres types d'études. Par exemple, inclure à cette analyse des mesures de la pauvreté permettrait de vérifier la concordance entre les efforts entrepris par les IMF pour servir les pauvres et les exclus et le profil réel de leurs clients. En croisant les résultats SPI avec ceux d'études de marché, on pourrait en outre savoir si de bonnes performances sociales en termes de responsabilité sociale, de confiance et de transparence, influencent effectivement l'image de l'institution auprès du public. Cette étude a ensuite été complétée par des comparaisons entre les résultats SPI et des données de performances financières (voir la Synthèse SPI N°7).

Au final, ce travail a donné l'opportunité d'étudier les relations qui existent entre un outil qui évalue des processus institutionnels et des outils qui mesurent des résultats sur les clients. On a ainsi pu mettre en évidence une correspondance forte entre ces deux démarches complémentaires et montrer que ces liens peuvent être approfondis afin de développer des approches intégrées d'évaluation de gouvernance et de gestion des performances sociales, perspective encourageante pour permettre aux IMF de combiner viabilité économique et utilité sociale.

CERISE: +33 (0) 1 40 36 92 92

www.cerise-microfinance.org cerise@globenet.org

FINRURAL: + (591-2) 244 13 26

www.finrural-bo.org

finrural@finrural-bo.org

