

Evaluation SPI - ERISE

CCOM (Juillet 2008)

En étudiant les processus organisationnels à partir d'une information disponible au sein de l'IMF, l'outil SPI permet d'établir dans quelle mesure celle-ci se donne les moyens de remplir ses objectifs sociaux : Quels sont ses clients, comment sont-ils ciblés ? Quelle est l'adéquation des produits à leurs besoins ? Quels sont les bénéficiaires pour eux, en particulier en termes d'amélioration du capital social ? Quelle est la responsabilité sociale de l'institution ? L'évaluation présentée ci-dessous concerne la CCOM et elle a été réalisée en juillet 2008.

Données clé¹

Nb. de clients actifs: 19 895

Nb. de caisses: 11²

Statut: projet en phase d'institutionnalisation

Zone d'intervention: urbaine et rurale

Année de création: 1998

Méthodologie principale: crédit solidaire

Nb. de crédits octroyés: 40 400

Montant du portefeuille actif: 85 671 979 Mtn

Montant moyen des crédits: 11 905 Mtn

Nombre de salariés: 46

PAR 30 jours : 45,2%

Indice de Gini (2007): 47, 3%

PIB/habitant (2007): 8 941Mtn

Taux d'intérêt annuel : 54% et 36%

Ratio d'autonomie opérationnelle³: _

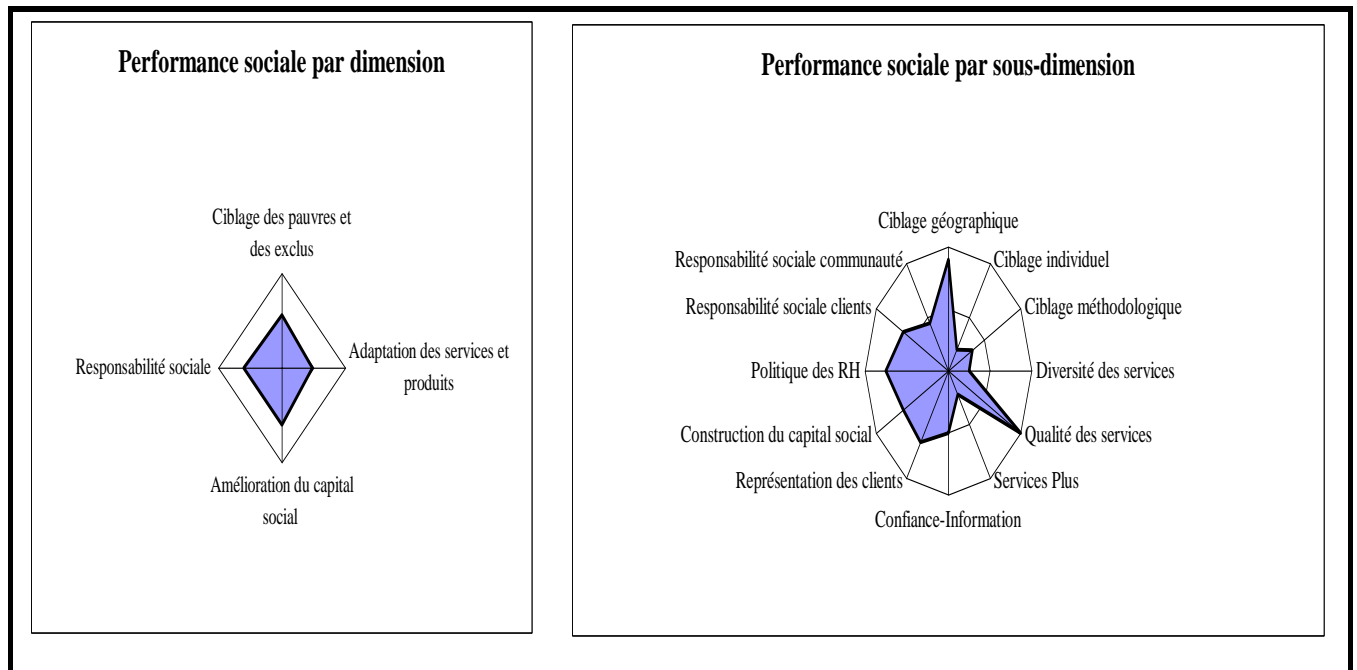
Rentabilité des actifs : _

Rentabilité des Fonds Propres : _

Mission et stratégie sociale de la CCOM

La mission de la CCOM est de «fournir aux exclus du système financier traditionnel dans le secteur des zones urbaines et rurales l'accès à des services financiers de qualité». A l'origine, l'intitulé de ce projet était : « Projecto de Crédito decentralizado para o sector familiar (informal) urbano e rural» soit « projet de décentralisé pour le secteur informel urbain et rural ».

Résultats SPI



¹ Source: tableau de bord « Apresentação da situação geral da actividade de crédito », juin 2008

² Dont une caisse est en phase d'ouverture, 3 ont encore le statut de guichet et 2 sont en cours de recrutement et de construction

³ _ en attente de la clôture des comptes 2007

Synthèse des résultats

Ciblage des pauvres et des exclus

Sur le plan géographique, la CCOM a été conçue pour s'adresser aux populations qui ont une activité dans une zone urbaine ou rurale. D'après les fiches descriptives des produits, une activité exercée depuis au moins d'un an est une des conditions d'accessibilité au crédit. Il s'agit de desservir surtout des zones très marginalisées qui sont identifiées à partir d'une étude de faisabilité. Au niveau du ciblage individuel en revanche, la CCOM n'exerce aucune sélection sur des critères sociaux ou économiques, mais plusieurs caractéristiques des produits proposés permettent un accès privilégié aux personnes les plus démunies, par exemple le crédit solidaire ou le plafonnement du montant des prêts. Mais l'épargne obligatoire (20%) déduite du prêt augmente le coût du prêt pour le client, elle ne peut donc pas être considérée comme une garantie « sociale ».

Adaptation des services et des produits aux clients cibles

Cette dimension est en cours de développement. La CCOM propose uniquement des produits de crédit avec la particularité du taux dégressif et un remboursement in fine pour l'activité agricole. Elle ne dispense pas actuellement ni de services non financiers ni de produits d'épargne. Une étroite proximité entre les membres et l'organisation est garantie par une bonne transparence des activités. L'enquête met en évidence le souci de connaître ses clients, comme des études de faisabilité ou des enquêtes de satisfaction, mais le suivi de qualité n'est pas assuré car il y a une absence de données fiables comme les taux de sorties ou d'inactivités des membres dans le système de gestion utilisé au Front Office.

Amélioration du capital social et politique des clients

La CCOM est encore en phase de projet et elle appartient collectivement à ses membres, lesquels la contrôlent par le biais de représentants au niveau de chaque caisse. La CCOM est ainsi animée par un système particulièrement démocratique, dont la qualité est garantie par des mécanismes de formation des élus, qui assistent les salariés dans la gestion des activités. Le point fort est la présence féminine dans les instances représentatives qui dépasse les minimums requis. Cependant, les élus n'assurent pas encore complètement leur rôle « cible » décisionnel.

Responsabilité sociale de l'IMF

La plupart des principes importants pour de bonnes conditions de travail des salariés sont assurés, (cantine, convivialité...) bien qu'il n'existe encore aucun instrument qui permette de sonder leur degré de satisfaction et de stabilité. Le service Ressources Humaines n'est pas encore structuré, il est en phase d'être développé. Vis-à-vis de ses membres, la CCOM fournit une assurance qui libère la famille de la dette en cas de décès et il prévoit même des rééchelonnements en cas de désastre.

Conclusion

La CCOM a plusieurs points forts : la qualité des services et le ciblage géographique et la particularité de maintenir un système démocratique dans la gouvernance.