

Initiative sur les Indicateurs de Performance Sociale (SPI2)

Audit des Performances sociales des Institutions de Microfinance : Définition d'un Outil

Rapport N°1
Version SPI2.1 du questionnaire

Juin 2005

Coopération suisse pour le Développement
(SDC)

et

Fondation Charles Léopold Mayer pour le progrès de l'Homme
(FPH)

Indicateurs de performance sociale (SPI-2)

Questionnaire pour les institutions de microfinance (IMF)

Version 2.1

Base de travail de l'initiative SPI :

SPI-1 (Juin 2002-Octobre 2003): Cécile Lapenu (Cerise), Manfred Zeller (Université de Goettingen, Allemagne) et Martin Greeley (International Development Studies IDS-Imp-Act, UK), appuyé par l'atelier de travail du comité directeur: Syed Hashemi (C-Gap), Renée Chao-Beroff (CIDR/Cerise), Koenraad Verhagen (Fondation Argidius) et le chantier Finance solidaire de l'Alliance pour un monde pluriel, responsable et solidaire. Rapport final d'Octobre 2003, version SPI 1.0 du questionnaire.

Octobre 2003: atelier de travail du chantier Finance Solidaire, révision du questionnaire, version SPI1.1

SPI-2 (Juin 2004-Mars 2005) – tests de terrain de SPI1.1: CERISE, atelier de travail "Finance Solidaire", appuyé par le comité directeur: Hansruedi Pfeiffer (Coopération suisse pour le Développement), Ruth Egger (Intercoopération Suisse), Philippe Amouroux (FPH), Koenraad Verhagen (Fondation Argidius), Manfred Zeller (Université de Goettingen, Allemagne). Après la phase de test, version SPI2.0.

Mars 2005: atelier avec les partenaires SPI, révision du questionnaire, actuelle version SPI2.1.

Pour plus d'informations

<http://www.cerise-microfinance.org/publication/impact.htm#telecharger>

<http://finsol.socioeco.org>

Ce questionnaire sur la performance sociale donne des informations supplémentaires sur l'évaluation financière et donne une plus large vision de ce que sont les performances des IMF.

Les IMF répondront au questionnaire de façon déclarative, en basant leurs affirmations sur leur gestion et leur système d'information ; un travail supplémentaire peut être fait avec un consultant extérieur pour discuter des actions de l'IMF, des sources d'information et de l'interprétation des réponses.

L'utilisation de ce questionnaire est facilitée par un guide pratique (SPI2- Rapport n°2 – encore à traduire en français).

PREMIERE PARTIE : CONTEXTE DE L'IMF ET STRATEGIE SOCIALE

Cette première partie est basée sur des discussions et déclarations sur le management/gestion et permettra de mieux comprendre la stratégie, la logique et l'évolution de l'IMF en terme d'objectifs sociaux.

Cela aidera à replacer les indicateurs de performance sociale-collectés dans la seconde partie- dans un contexte historique, géographique et socio-économique et faciliter l'interprétation de la seconde partie.

1. Histoire de l'IMF, valeurs et mission sociale

Où et comment l'IMF a-t-elle été créée ?

Qui sont les principaux acteurs et leur intérêt social ?

Quelles seraient les valeurs principales qui caractériseraient l'action de l'IMF ?

Existe-t-il une formulation explicite de la mission sociale de l'IMF ?

Y a-t-il eu des changements depuis la création, en particulier après croissance de l'IMF ?

Les objectifs sociaux de l'IMF sont-ils partagés par les acteurs de l'IMF (direction, personnel, clients, autres personnes concernées par l'IMF)?

L'IMF peut-elle dire que la culture de la performance sociale est forte, à tous les niveaux de l'institution ?

Non ? Seulement au niveau supérieur de management ? Oui parmi la majorité des employés ? Oui pour tous les employés et clients ?

Comment la direction de l'IMF assure-t-elle la réalisation de sa mission sociale ?

Rien n'est fait ? C'est écrit dans le règlement administratif avec une communication claire de la mission pour tout le personnel et les clients ? C'est écrit dans les statuts de l'IMF , avec un système interne de surveillance et de rapport sur la conformité des missions, ou des vérifications régulières par des personnes extérieures (travaillant spécifiquement sur des objectifs sociaux) ? La diversité de la composition de la structure de gouvernance (compétences financières mais sensibilité pour la mission sociale) ?

Viabilité financière

Comment la direction de l'IMF classerait-elle les objectifs de viabilité financière ?

Objectif mineur ? Objectif important mais ne peut être atteint à court terme ? Objectif majeur atteint dans 2 à 3ans ? L'institution est déjà viable financièrement ?

2. Stratégie sociale de l'IMF

Cette seconde section concerne les quatre dimensions de ce questionnaire sur les performances sociales, et analyse la stratégie de l'IMF.

Dimension 1 : Ciblage des pauvres et des exclus

Justification de la première dimension

Les IMF cherchent généralement à atteindre une population exclue du système financier commercial. Des IMF peuvent avoir l'objectif de cibler des populations exclues socialement ou des pauvres, ou simplement elles offrent des services financiers dans une région où le système bancaire est absent ou à des personnes rejetées par le système bancaire (mais qui ne sont pas nécessairement pauvres ou socialement exclues)

Quelle est la stratégie de l'IMF concernant le ciblage des pauvres et des exclus ?

Quelles sont les forces et les faiblesses de l'environnement économique, social et culturel qui facilitent ou limitent l'implantation d'une stratégie sur les pauvres et les exclus ?

Dimension 2 : Adaptation des services et des produits aux clients cibles

Justification de la seconde dimension

Il ne suffit pas de décider de viser une population cible. Les services de microfinance sont trop souvent standardisés. L'IMF doit étudier la population cible et travailler sur l'élaboration de ses services financiers pour qu'ils puissent être adaptés aux besoins des clients.

Quelle est la stratégie de l'IMF concernant l'adaptation des services et des produits aux clients ciblés ?

Quelles sont les forces et les faiblesses de l'environnement économique, social et culturel qui facilitent ou limitent l'implantation d'une stratégie d'adaptation des produits ?

Dimension 3 : Amélioration du capital social et du capital politique des clients

Justification de la troisième dimension

Pour l'IMF, la confiance entre l'IMF et le client peut réduire les coûts de transaction et améliorer le taux de remboursement. Cela peut favoriser l'action collective et réduire les comportements de « cavalier seul », les comportements opportunistes, et réduire les risques. Pour les clients, renforcer leur capital social et politique peut renforcer leur organisation sociale (action collective, partage de l'information, lobbying,...) et la confiance en soi pour faciliter leur développement économique et social.

Quelle est la stratégie de l'IMF concernant l'amélioration du capital social et du capital politique de ses clients ?

Quelles sont les forces et les faiblesses de l'environnement économique, social et culturel qui facilitent ou limitent l'implantation d'une stratégie sur le capital social et politique ?

En particulier, quels sont les liens sociaux préexistants dans les zones d'intervention de l'IMF? Y a-t-il une forte cohésion sociale et de fortes valeurs d'échange et de solidarité ?

Dimension 4 : Responsabilité sociale de l'institution

Justification de la quatrième dimension
Une conscience sociale est nécessaire pour constituer un comportement responsable socialement. La responsabilité sociale demande une politique de ressources humaines adéquate, une adaptation de la culture de l'IMF au contexte culturel et socio-économique, une responsabilité sociale envers ses clients et envers la communauté dans laquelle elle évolue.

Quelle est la stratégie de l'IMF concernant la responsabilité sociale ?

Quelles sont les forces et les faiblesses de l'environnement économique, social et culturel qui facilitent ou limitent l'implantation d'une stratégie de responsabilité sociale ?

3. Principaux objectifs sociaux de l'IMF

Quel serait le classement des quatre dimensions, pour l'IMF, en terme d'objectifs sociaux visés ?

| | 1. Ce n'est pas un objectif | 2. Objectif mineur | 3. objectif important | 4. Objectif majeur |
|---------------------------------------|-----------------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|
| Dimension 1 : Ciblage | | | | |
| Dimension 2 : Adaptation des services | | | | |
| Dimension 3 : Capital social | | | | |
| Dimension 4 : Responsabilité sociale | | | | |

Dimension 1 :
Ciblage des pauvres et des exclus
(25 points)

La stratégie de ciblage

Ciblage géographique (4 points)

1.1. L'IMF sélectionne-t-elle les zones dans lesquelles elle intervient selon des critères de pauvreté et/ou d'exclusion ? Lesquels ? Intervention locale, mais l'IMF est située dans une zone pauvre par rapport à la moyenne nationale

Intervention dans une zone rurale reculée

Intervention en zone urbaine pauvre

Autre, spécifiez : _____

0= pour moins de 5% du portefeuille en cours des clients

1= pour moins de 50% du portefeuille en cours des clients

2= pour plus de 50% du portefeuille en cours des clients

Résultats

0 1 2

Si la réponse est 1 ou 2, quels sont les indicateurs que l'IMF prend en compte pour définir une zone géographique « pauvre » ou « exclue » ? _____

1.2. Comment l'IMF s'assure-t-elle que la zone d'intervention est véritablement/effectivement une zone pauvre ou une zone de population exclue ?

0= rien n'est fait

1= vérification informelle

2= étude formelle des conditions de pauvreté et d'exclusion dans les zones

Si la réponse est 1 ou 2, spécifiez le mode de vérification : _____

Ciblage individuel

1.3. L'IMF utilise-t-elle les stratégies de ciblage suivantes pour améliorer le ciblage de la pauvreté ?

Indicateurs basés sur les conditions objectives des clients
(analphabétisme, taille des exploitations, indice de logement/ « *housing index* », patrimoine, etc...)

Méthode participative de classification de richesse / « *Participatory wealth ranking* »
(information donnée par la communauté elle-même)

Les informations doivent être utilisées pour sélectionner les « pauvres » et refuser l'accès aux services aux plus riches.

Pourcentage d'actuels nouveaux clients sélectionnés par une méthode de ciblage : _____

0= pour de 5% des nouveaux clients

1= pour moins de 50% des nouveaux clients

2= pour plus de 50% des nouveaux clients

3= pour plus de 90% des nouveaux clients

Résultats 0 1 2 3

Si la réponse est de 1 à 3, spécifiez la méthode de ciblage : _____

1.4. Comment l'IMF s'assure-t-elle de la qualité du contrôle de l'usage de cet outil ?

0= rien n'est fait

1= l'exactitude de cet outil sur le contexte économique et social et la fiabilité de son application sont vérifiées de façon informelle

2= l'exactitude et la fiabilité sont vérifiées par des recoupements formels de l'information

Résultats 0 1 2

Si la réponse est 1 ou 2, spécifiez le mode de vérification : _____

Méthodologies financières pour les pauvres (9 points)

Garantie

1.5. L'IMF accepte-t-elle d'accorder des prêts sécurisés seulement avec des garanties « sociales » ?

- Solidarité au sein des groupes
- Recommandation par une tierce personne de confiance
- Garanties physiques ayant une très faible valeur commerciale, mais qui sont importantes pour les emprunteurs
- Autre, spécifiez _____

Pourcentage de prêts en cours (en nombre) avec des garanties sociales

: _____

- 0= pour moins de 5% des prêts en cours
- 1= pour moins de 50% des prêts en cours
- 2= pour plus de 50% des prêts en cours
- 3= pour plus de 90% des prêts en cours

Résultats 0 1 2 3

Approches spécifiques pour les pauvres et les exclus

1.6. L'IMF développe-t-elle des politiques spécifiques ou méthodologies (excepté pour les garanties sociales) pour atteindre les zones reculées, et/ou faciliter l'accès des populations exclues ou des clients pauvres ?

- Services spécifiques aux zones reculées, spécifier : _____
- Plafond de prêt pour une partie du portefeuille
- Autre, spécifiez : _____

Pourcentage de prêts en cours (en nombre) : _____

- 0= pour moins de 5% des prêts en cours
- 1= pour moins de 50% des prêts en cours
- 2= pour plus de 50% des prêts en cours

Résultats 0 1 2

Volume des transactions

Volume des opérations de prêts

1.7. Ces douze derniers mois, quelle est la distribution du volume des prêts (prêts déboursés au niveau individuel) (en % du PIB par habitant) ?

Indice de Gini : _____ (indicateur d'inégalité nationale ; 0= égalité parfaite, 100= inégalité parfaite)

Pour une IMF dans les pays où l'indice de Gini est inférieur à 50 :

0= moins de 30% des prêts sont inférieurs à 50% du PIB par habitant

1= plus de 30% des prêts sont inférieurs à 50% du PIB par habitant

2= plus de 60% des prêts sont inférieurs à 50% du PIB par habitant

Pour une IMF dans les pays où l'indice de Gini est supérieur à 50 :

0= moins de 30% des prêts sont inférieurs à 30% du PIB par habitant

1= plus de 30% des prêts sont inférieurs à 30% du PIB par habitant

2= plus de 60% des prêts sont inférieurs à 30% du PIB par habitant

50% du PIB par habitant (en monnaie nationale) : _____ 30% du PIB par habitant : _____

Nombre total de prêts déboursés pendant l'année : _____

Nombre total de prêts en dessous de 50% [30%] du PIB par habitant : _____

Pourcentage du nombre total : _____

Résultats : 0 1 2

1.8. Quelle est la taille du minimum des mensualités de remboursement, pour un prêt avec remboursement mensuel ?

La taille minimum prise en compte dans la réponse doit être utilisée relativement fréquemment (au moins 5% des clients peuvent rembourser avec ce montant)

0= plus de 1% du PIB par habitant

1= inférieur ou égal à 1% du PIB par habitant

Taille minimum en monnaie locale : _____

En % du PIB par habitant : _____

Résultats : 0 1

1.9. Quel est le montant minimum pour ouvrir un compte d'épargne et faire des dépôts réguliers ? (en % du PIB par habitant)

0= plus de 1% du PIB par habitant

1= inférieur ou égal à 1% du PIB par habitant/ pas de montant minimum

Montant minimum en monnaie locale : _____

En % du PIB par habitant : _____

RESULTATS DE LA STRATEGIE DE CIBLAGE

Ciblage géographique des clients ciblés

1.10. L'IMF accorde-t-elle des prêts en zones pauvres par rapport au standard national ?

En zone rurale : zones rurales éloignées, faibles infrastructures (route, marchés), manque d'accès aux services publics (électricité, eau, santé, éducation, etc...), zone dépendant surtout de l'agriculture vivrière, etc...

En zone urbaine : foyer pauvre, manque d'accès aux services publics, chômage élevé, zone d'installation de migrants, etc...

Pourcentage de prêts en cours (en nombre) : _____

0= ne sait pas/ moins de 10% des prêts

1= moins de 50% des prêts

2= plus de 50% des prêts

Résultats 0 1 2

Si la réponse est 1 ou 2, source d'information/d'évaluation : _____

1.11. L'IMF accorde-t-elle des prêts en zone rurale ?

(où les cultures vivrières et les activités agricoles sont les principales sources de revenu)

Pourcentage de prêts en cours (en nombre) : _____

0= ne sait pas/ moins de 10% des prêts

1= moins de 50% des prêts

2= plus de 50% des prêts

Résultats 0 1 2

Si la réponse est 1 ou 2, source d'information/d'évaluation : _____

1.12. Quel est le pourcentage d'agences qui sont localisées dans des zones où il n'y a pas d'autres IMF ou filiales de banque ?

(à moins de 50km ou plus de 2heures de marche)

Nombre de filiales : _____

En pourcentage du nombre d'agences : _____

0= pas d'agence ou moins de 5%

1= moins de 30% des agences

2= plus de 30 des agences

Résultats 0 1 2

Pour information : Pourcentage du portefeuille des clients dans ces agences : _____

Ciblage individuel

1.13. Quel est le pourcentage de femmes parmi les emprunteurs ?

Pourcentage de prêt en cours: _____

0= ne sait pas/ moins de 10%

1= moins de 50% des prêts

2= plus de 50% des prêts

Résultats 0 1 2

1.14. Comment l'IMF classe-t-elle ses clients en termes de ciblage individuel ?

Travailleurs au statuts précaires/instables (sans patrimoine et sans certitude d'emploi quotidien, main d'œuvre occasionnelle), entrepreneurs qui commencent une activité

Agriculteurs

Groupe social ou ethnique vulnérable

Population analphabète

Autre critère de ciblage, spécifiez : _____

Pourcentage de clients qui appartiennent à ces catégories : _____

0= ne sait pas/ moins de 10%

1= moins de 30% des prêts

2= plus de 30% des prêts

Résultats 0 1 2

Si la réponse est 1 ou 2, source d'information (données de moins de deux ans) : _____

1.15. Quel est le pourcentage de clients qui font partie des « très pauvres », définis comme ceux qui vivent avec moins d'un dollar par jour ou qui sont parmi la moitié la plus pauvre en dessous du seuil de pauvreté national ?

0= ne sait pas/ moins de 20%

1= Plus de 20%

Si la réponse est 1, source d'information (données de moins de deux ans) : _____

Dimension 2 :
Adaptation des services et produits à la clientèle cible
(25 points)

Diversité des services (9 points)

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

0= seulement un ou deux

1= plus de deux

Résultats 0 1

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

0= non

1= oui

Résultats 0 1

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

Habitat

Education

prêts sur 12 mois

Autre, préciser : _____

0= pas de produit spécifique

1= un produit spécifique

2= plus d'un produit spécifique adapté aux besoins des clients

Résultats 0 1 2

2.4. Quelle est la flexibilité de remboursement pour les clients ?

0= un seul mode de remboursement pour tous les prêts

1= l'IMF propose différentes formules

2= le calendrier de remboursement est décidé avec le client quand il contracte un prêt

Résultats 0 1 2

2.5. Quelle est l'importance des produits d'épargne volontaire dans les produits de l'IMF ?

0= pas de produits d'épargne volontaire (ou cela concerne moins de 5% des clients de l'IMF ou du volume d'épargne)

1= des services d'épargne volontaire sont accordés par l'IMF (ou par une autre institution financière)

Résultats 0 1

2.6. L'IMF offre-t-elle des produits d'épargne volontaire spécifiquement adaptés aux besoins sociaux des clients ?

- Logement
- Education
- Retraite
- Santé

Autre, spécifiez : _____

0= pas de produit d'épargne volontaire

1= des produits d'épargne volontaire spécifiques sont proposés par l'IMF (ou par une autre institution financière)

Résultats 0 1

Si la réponse est 1, spécifiez : _____

2.7. L'IMF propose-t-elle l'accès à des services financiers innovants à plus de 5% des clients ? (directement ou par l'intermédiaire d'autres organisations spécialisées)

Produits d'assurance (sauf assurance décès sur les prêts, voir plus loin) :
lesquels ? _____

(santé, bétail, vie, etc...)

Transfert d'argent

Paiement par chèque

Autre, spécifiez : _____

0= Non

1= Oui

Résultats 0 1

Qualité des services (11 points)

Décentralisation :

2.8. Quelle est la distance moyenne des agences principales par rapport à la capitale ou aux villes principales ?

| Nom de l'agence | Distance avec la capitale ou la ville principale |
|-----------------|--|
| | |
| | |
| | |
| | |

Nombre total d'agences : _____

Distance / temps moyen : _____

0= moins de 50km ou moins de 2 heures

1= plus de 50km ou plus de 2 heures

Résultats 0 1

2.9. Les agents de crédit sortent-ils de l'agence de l'IMF pour rendre visite à leurs clients pour des opérations financières régulières ?

(demande de prêts, déboursement des prêts, remboursement, collecte d'épargne, visite pour se rendre compte des problèmes de remboursement)

0= pour moins de 5% des clients

1= pour moins de 50% des clients

2= pour plus de 50% des clients

Résultats 0 1 2

Rapidité du service :

2.10. Quel a été, en moyenne, le temps entre la demande formelle du premier prêt et le déboursement du prêt pour un nouveau client, sur les douze derniers mois ?

(en incluant les formations, délais imprévus dus à des contraintes telle que le manque de liquidités, manque de disponibilité d'agent, etc...)

0= plus de deux semaines

1= moins de deux semaines

Résultats 0 1

Transparence des services :

2.11. Les clients reçoivent-ils des relevés écrits à chacune de leur transaction financière, et en particulier, le relevé de prêt montre-t-il la différence entre le montant du principal et le montant des intérêts payés en plus du coût du prêt (afin de donner une information claire aux emprunteurs avec un échéancier de remboursement) ?

0= pas de relevé écrit/ pas d'information sur les coût du prêt

1= le client connaît pour chaque remboursement, le principal et les intérêts à payer et connaît la date de remboursement

Résultats 0 1

Adaptation aux besoins des clients :

2.12. L'IMF a-t-elle une politique spécifique pour faciliter l'accès aux services financiers (autre que la décentralisation) ?

heures d'ouverture spécifiquement adaptées aux conditions locales (jours de marché, ouverture tard ou tôt, etc...)

- simplicité et facilité d'arrangement dans les formulaires et procédures d'application
- réduction des coûts d'opportunité pour les clients (temps nécessaire pour le client, etc.)
- autre, spécifier : _____

0= non, pas de service spécifique pour faciliter l'accès

1= oui, des politiques spécifiques adaptées par l'IMF pour faciliter l'accès

Résultats 0 1

2.13. Ces 24 derniers mois, l'IMF a-t-elle conduit une étude de marché pour améliorer la qualité des services aux clients ?

0= jamais

1= discussions informelles avec quelques clients/ analyse formelle de l'information collectée pour des demandes de prêts

2= étude auprès des clients et non-clients avec une analyse des résultats et un plan d'action à suivre/ participation formelle et régulière des clients dans des instances de consultation

Résultats 0 1 2

Si la réponse est 1 ou 2, spécifiez (en particulier ; outils, études, stratégies) : _____

Clients sortis et/ou inactifs :

(Pas de transaction sur crédit et épargne sur plus de un an ou sur la dernière année financière)

2.14. L'IMF connaît-elle les différentes raisons de l'abandon/départ ou de l'inactivité des clients ?

0= aucune étude ou idée précise des causes de départ

1= Les raisons de départ sont analysées à travers des études formelles sur la marginalisation et l'inactivité des clients (ou moins de 5% de départ)

Résultats 0 1

2.15. Quel est le pourcentage de clients partis ou inactifs sur les douze derniers mois ?

(nombre d'abandon sur un nombre moyen de clients ces douze derniers mois/ dernière année financière)

0= plus de 30%

1= de 15 à 30%

2= moins de 15%

Résultats 0 1 2

Accès des clients aux services non-financiers

2.16. L'IMF a-t-elle une stratégie spécifique et active pour associer des services non-financiers aux services financiers pour les clients ?
(directement ou en partenariat)

0= non
1= oui

Résultats 0 1

L'IMF s'assure-t-elle que les clients puissent avoir accès aux services non-financiers suivants :
(dans l'organisation elle-même ou à travers un partenariat formel et une coopération avec une autre organisation)

2.17. Services non-financiers en lien avec la gestion financière :
(formation gestion/commerce, gestion du budget familial, etc...)

0= non
1= pour quelques clients (ou obligatoire pour tous)
2= pour tous les clients sur une base de volontariat

Résultats 0 1 2

2.18. Services non-financiers relatifs à des besoins sociaux :
(alphabétisation, service de santé, accès aux travailleurs sociaux, sensibilisation au genre, etc...)

0= non
1= pour quelques clients (ou obligatoire pour tous)
2= pour tous les clients sur une base de volontariat

Résultats 0 1 2

Dimension 3 :
Amélioration du capital social et politique des clients
(25 points)

Confiance et partage de l'information

3.1. Les clients ont-ils accès aux bilans financiers de l'IMF ?

0= non

1= sur demande

2= par affichage et/ou réunion de présentation

Résultats 0 1 2

Si la réponse est 2, spécifiez la stratégie : _____

3.2. L'IMF fournit-elle un lieu de discussion en cas de conflit/réclamation/plainte entre un client et un employé de l'IMF ?

0= l'agent de crédit ou le caissier est le seul interlocuteur des clients

1= en cas de besoin, le client peut rencontrer un manager/supérieur

2= il y a une instance spécifique ou une personne en charge de régler les conflits

Résultats 0 1 2

3.3. Quel est le pourcentage de croissance (ou de décroissance), sur les douze derniers mois, du volume (ou du nombre) d'épargne volontaire collectée ?

0= décroissance (ou pas de service d'épargne)

1= stable ou moins de 5% de croissance

2= plus de 5% de croissance (ou volume de l'épargne supérieur au volume de prêts non-remboursés)

Résultats 0 1 2

Représentation des clients et participation à la prise de décision (11 points)

3.4. Les clients peuvent-ils participer aux instances suivantes ?

0= non

1= oui

- | | | | |
|---|-----------|----------------------------|----------------------------|
| a) Instances de prise de décisions au niveau des clients ? | Résultats | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 |
| Y a-t-il des représentants élus ? | Résultats | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 |
| b) Instance de contrôle et de prise de décisions au niveau de l'IMF ? | Résultats | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 |
| Y a-t-il des représentants élus ? | Résultats | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 |

3.5. Y a-t-il un système effectif de rotation pour la participation des clients (dans 3.4a ou 3.4b) ?

Résultats 0 1

3.6. 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

1= peu de femmes représentantes

2= même proportion que de femmes clientes

Résultats 0 1 2

3.7. Y a-t-il un système de formation des représentants des clients/élus des clients pour aider à l'accomplissement de leur mission au sein de ces instances ?

0= non

1= oui, pas régulièrement

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

Résultats 0 1 2

3.8. Ces instances sont-elles efficaces ?

Influencent-elles réellement les décisions ou provoquent-elle des changements ?

Les représentants de ces instances remplissent-ils leur rôle ?

(sans intervention nécessaire d'acteurs extérieurs : équipe du personnel, directeur, etc...)

0= non (elles n'existent pas, elles sont plus symboliques que réellement actives, elles ne remplissent pas leur rôle correctement)

1= elles remplissent leur rôle la plupart du temps, mais manquent de capacité/moyens (temps, formation, information,...)

2= oui, elles remplissent leur rôle

Résultats 0 1 2

Si la réponse est 1 ou 2, spécifiez leur principal rôle et action : _____

Construction du capital social

3.9. Les opérations de l'IMF cherchent-elles à consolider le capital social des clients ?
(à travers des groupes de formation suivis, action collective, coopération pour atteindre des objectifs communs, liens avec d'autres programmes, facilité d'accès à des services non accessibles auparavant,...)

0= non

1= indirectement, objectif mineur

2= directement, objectif majeur

Résultats 0 1 2

Si la réponse est 1 ou 2, précisez : _____

3.10. L'IMF facilite-t-elle la création de capacité locale de gestion ou de direction ?
(formation pour constitution d'équipe, représentation,... ; prise en compte et renforcement des capacités locales de management,...)

0= non

1= oui, de façon irrégulière

2= oui, régulièrement, incluse dans le cadre de la stratégie

Résultats 0 1 2

3.11. Les actions de l'IMF et les liens créés entre les clients, et entre les clients et les acteurs socio-économiques locaux, créent-ils un réseau/lieu de discussions pour partager et résoudre les problèmes des clients au-delà de l'accès aux services financiers ?

Accès aux services publics (santé, éducation, électricité,...)

Accès aux biens publics (ressources naturelles, pâturages,...)

Problèmes légaux

Sécurité dans la communauté

Autre, spécifiez : _____

0= non

1= de façon anecdotique (cas isolé)

2= oui, régulièrement

Résultats 0 1 2

3.12. Les actions de l'IMF cherchent-elles à accroître le poids de ses clients auprès des autorités locales ou nationales ?

(l'IMF individuellement ou à travers la participation à un (des) réseau(x) d'IMF)

0= non

1= indirectement, objectif mineur

2= directement, objectif majeur

Résultats 0 1 2

Si la réponse est 1 ou 2, précisez (en particulier dans le cas d'une participation à un ou des réseau(x) : lequel ? objectifs ?) : _____

Dimension 4 :
Responsabilité sociale de l'institution
(25 points)

Politique de ressources humaines

Revenu :

4.1. L'IMF a-t-elle une grille de salaire, donnée à chaque salarié, qui définit un salaire pour chaque type d'emploi et qui est actualisée régulièrement ?

0= non

1= oui

Résultats 0 1

Formation :

4.2. L'IMF a-t-elle un plan annuel de formation pour le personnel qui accorde des formations pour les différents types de postes?

0= non

1= oui

Résultats 0 1

4.3. Quel est, par catégorie d'employés (agents de prêt au niveau des agences, employés aux différents niveaux –local, régional, central,... ; direction), le nombre de jours de formation ? (par l'IMF ou un autre organisme de formation, payée par l'IMF ou subventionnée)

| Catégorie d'employés | Nombre total d'employés par type | Nombre total de jours de formation ces 12 derniers mois |
|----------------------|----------------------------------|---|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

0= concerne moins de 50% de l'équipe

1= concerne plus de 50% de l'équipe avec 2 jours en moyenne par employé

Résultats 0 1

4.4. Les employés peuvent-ils participer à la prise de décisions ?

0= non

1= par des informations et des réunions spécifiques et régulières entre employés et direction

2= par un corps consultatif élu ou par la participation à la gouvernance

Résultats 0 1 2

4.5. L'IMF fournit-elle une couverture de santé/médicale à ses employés, en plus du système de couverture sociale national ?

0= non

1= oui

Résultats 0 1

4.6. Combien d'employés ont-ils quitté l'IMF durant les 24 derniers mois, en pourcentage du nombre moyen d'employés ?

(départ volontaire, démission, fin de contrat,...)

0= plus de 15%

1= moins de 15%

2= moins de 5%

Résultats 0 1 2

Responsabilité sociale envers les clients

4.7 L'IMF a-t-elle conduit des études pour évaluer l'impact social et économique des services et produits qu'elle offre?

(en particulier pour les IMF avec une participation des clients, des études sur le processus de sélection, sur le poids du remboursement,... ; pour les IMF à fort pourcentage de femmes, l'impact sur les liens sociaux au sein de la famille, pression sur les femmes,...)

0= aucune étude ces deux/trois dernières années

1= entretiens/groupes de discussions avec les clients, collecte d'informations qualitatives dans le cadre des demandes de prêts

2= étude d'impact conduite sur un échantillon de clients et analyse formelle des résultats

Résultats 0 1 2

4.8. L'IMF a-t-elle changé ses produits et services à chaque fois que l'impact était négatif sur la cohésion sociale ou le bien être de ses clients ?

0= aucune étude/ étude mais sans changement jusque là
1= étude et pas de problème enregistré/ changement faits après identification du problème

Résultats 0 1

Si la réponse est 1, précisez : _____

4.9. L'IMF étudie-t-elle le niveau d'endettement de ses clients et prend-t-elle la mesure du surendettement ?

0= aucune étude
1= étude mais pas de changement jusque là
2= étude et pas de problème enregistré/ mesures prises après identification du problème

Résultats 0 1 2

Si la réponse est 2, précisez les mesures : _____

4.10. L'IMF a-t-elle un code de conduite explicite/ écrit en ce qui concerne les actions envers les clients ??

- politique de limite des taux d'intérêt excessifs
- politique destinée à limiter la pression à l'emprunt afin de rester dans les capacités d'absorption des clients
- politique garantissant aux clients des droits sur les modes de recouvrement des garanties
- politique encourageant l'épargne au lieu du crédit afin de développer une culture de l'épargne
- autre, spécifier : _____

0= pas de code de conduite spécifique
1= code de conduite écrit/ explicite défini et appliqué collectivement

Si la réponse est 1, spécifiez les mesures : _____

4.11. L'IMF fournit-elle une assurance qui libère la famille du poids de la dette en cas de décès de l'emprunteur ?

0= non
1= seulement pour certains prêts
2= oui pour tous les prêts

Résultats 0 1 2

Si la réponse est 1, quels types de prêts sont assurés : _____

Responsabilité sociale envers la communauté locale

Respect et renforcement de la culture locale :

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

(études socio-anthropologiques, discussions au sein de la communauté ou des autorités locales, agents locaux qui parlent la langue locale et connaissent la culture locale,...)

0= aucune action spécifique ces deux dernières années

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

Résultats 0 1

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

4.13. L'IMF a-t-elle une action qui peut positivement changer la culture locale ?

(améliorer la place et le rôle des femmes, démocratisation de la prise de décision, transparence, lutte contre la corruption,...)

0= non, pas d'action spécifiques ces deux dernières années

1= des actions spécifiques de l'IMF ont pour but de promouvoir certaines valeurs

Résultats 0 1

Si la réponse est 1, quels types d'actions/ de valeur : _____

Type d'activités financées par l'IMF :

4.14. L'IMF a-t-elle une politique spécifique concernant le type d'activités financées par les prêts individuels à « haute valeur sociale » pour la communauté ?

Financement de nouvelles activités locales, risquées mais innovantes

Activités ayant un impact social positif (sur l'environnement, la création d'emplois, sur les services sociaux,...)

Autre, spécifiez (en particulier, activités rejetées) _____

Pourcentage des prêts en cours (en nombre) : _____

0= moins de 5% du portefeuille

1= moins de 50% du portefeuille

2= plus de 50% du portefeuille

Résultats 0 1 2

Investissement de la communauté :

4.15. Combien de fois l'IMF a-t-elle aidé la communauté locale à travers un soutien financier (subvention ou prêt collectif) pour des projets communautaires ? (école, hôpital, lieu de culte, participation aux traditions locales, soutien à des événements culturels locaux, sport,...) ou participe activement aux activités sociales locales (à travers la promotion faite par l'IMF et/ ou la participation du personnel)

0= jamais ces 2 dernières années

1= irrégulièrement (et moins de 1% des prêts ou moins de 5% du profit annuel/ participation occasionnelle du personnel)

2= régulièrement, inscrit dans le règlement de l'IMF (plus de 1% des prêts ou plus de 5% du profit annuel/ grande participation et régulière du personnel)

Résultats 0 1 2

Si la réponse est 1 ou 2, précisez les investissements/ formes de participation du personnel : _____

4.16. L'IMF a-t-elle mis en place un système de solidarité entre les différentes agences de l'institution (solidarité avec de nouvelles agences, avec les agences localisées dans des environnements difficiles,...) ou entre les différents produits de prêts (subventions croisées) ?

0= non

1= un certain degré de solidarité, mais mécanisme informel

2= oui, dans le cadre d'une stratégie formelle (fonds de solidarités, différents taux d'intérêts,...)

Résultats 0 1 2

Si la réponse est 1 ou 2, expliquez la stratégie : _____

4.17. L'IMF adopte-t-elle des mesures spéciales/a-t-elle un fonds/une caisse spéciale en cas de catastrophe/désastre collectif ?

0= non ou mesures prises au cas par cas

1= fonds ou réserves disponibles en cas de catastrophe collective

Résultats 0 1

Si la réponse est 1, spécifiez les mesures : _____

TROISIEME PARTIE: VIABILITE FINANCIERE ET INSTITUTIONNELLE

Cette partie aidera à mettre en relation les éléments de performances sociales avec ceux liés à la performance financière et institutionnelle.

Les IMF peuvent envoyer leurs résultats financiers et comptes annuels.

Les IMF qui participent au MIX (Microfinance Information eXchange, www.themix.org) peuvent transmettre les données relevées par cette organisation.

Les autres peuvent consulter le cadre proposé par le MIX et compléter ainsi leurs données financières.

Dans la mesure du possible, afin de rechercher des corrélations entre les performances sociales et financières, il sera important d'utiliser les mêmes agrégats pour les deux ensembles d'indicateurs, quand les informations sont disponibles dans le système d'information et de gestion (données par genre, par zones géographiques, par type de clients et types de prêts, etc.).