



# Rencontre sur les performances sociales

## Spécificités d'une IMF du Nord (exemple de l'adie)



## Dimension 1

## Indicateurs de performance sociale

- A. Une dimension déjà bien prise en compte** (veille mensuelle sur le ciblage du public, études d'impact tous les 3 ans)
- B. Des spécificités fortes en termes de publics qui amènent à raisonner sur d'autres indicateurs que ceux cités**
- Un public caractérisé par une situation d'**exclusion** (du marché du travail, du système bancaire classique etc.)  
=> **indicateurs d'insertion** taux de retour à l'emploi, taux de sortie du RMI, taux d'accès à un prêt bancaire qui complètent et priment sur les indicateurs d'impact sur les revenus et les actifs
  - Un public dans une **démarche de création d'activité** plutôt que de développement d'une activité existante  
=> **indicateurs liés à la pérennité des entreprises financées**



## Dimension 2

## Adaptation des services et produits

- A. Des questions dans lesquelles nous nous sommes bien retrouvés en termes de qualité de service:** Charte de qualité (proximité, rapidité etc.) et enquêtes de satisfaction tous les 3 ans
- B. Malgré là aussi, des spécificités en termes de services**
- Une **approche du crédit qui vise l'insertion bancaire** : la part de clients qui quittent le programme est donc un indicateur positif !
  - Un **poids très important des services non financiers** en amont comme en aval compte tenu de la démarche de création et d'un environnement juridique et réglementaire complexe
  - L'**absence de l'épargne et d'assurance** (expérimentations en cours mais ne seront pas traités en direct)
  - L'**effet de levier** sur la mobilisation de **subventions publiques** parfois gérées par l'institution elle-même (impact fort sur activités)
- C. Une réflexion ouverte sur l'association des clients à la définition en amont de nouveaux services**



## Dimension 3

## Capital social et politique des clients

- La question de la **transparence** ne se pose pas (obligations légales)
- Par contre, malgré quelques essais et dans un contexte très spécifique, le travail sur les dynamiques collectives, **l'empowerment** ou la **représentation des clients** reste une dimension peu avancée
  - => même si les indicateurs ne sont pas adaptés, le questionnaire est l'occasion de se reposer la question
- Ceci n'a cependant pas empêché le développement très fort d'un volet « **influence sur les décisions concernant les politiques publiques locales ou nationales** » (lobbying pour un cadre réglementaire et juridique plus favorable pour les clients)



## Dimension 4

## Responsabilité sociale

Une dimension bien prise en compte:

- en termes de **politique de ressources humaines** (mais à décliner différemment, aller plus loin)
- **vis à vis des clients** (dans des termes assez proche de ceux de l'outil SPI)

Pas de réflexion pour le moment sur la responsabilité sociale **envers la communauté** mais sans doute intéressant à creuser.



## En conclusion

- **Sur l'objectif général:** la mesure des performances sociales est une exigence forte des bailleurs de fonds, plus forte que celle des performances financières  
=> elle est donc aujourd'hui largement prise en compte dans les systèmes d'information et reportings internes et externes  
=> la situation est probablement inversée sur ce point entre le Nord et le Sud
- **Sur la démarche:** il n'existe toutefois pas d'outil commun aux différents intervenants leur permettant de se comparer que ce soit à l'échelle française ou européenne  
=> l'élaboration d'un outil de ce type est donc pertinent mais reste difficile compte tenu de la diversité des institutions et des pratiques (des tentatives en cours...)
- **Sur l'outil SPI lui-même:** la structure et les indicateurs sont intéressants moyennant cependant adaptation pour bon nombre d'entre eux (sur le comment mesurer plus que sur le que mesurer)