

Sommaire

Résumé des Fondements de l'Évaluation	2
Profil institutionnel	3
Analyse des facteurs et sous facteurs de l'EPS de Caisse Baitoul Maal (CBM)	9
Marché de la Microfinance au Burkina Faso	23

Analyste en chef

ESPAGNE

Moustapha Gueye

Directeur de l'Analyse

Analyste

ESPAGNE

Nicolas Wilson

Directeur des Opérations

Informations de contact

+34 635 24 28 28
mgueye@inclusionafrica.org

Bureau Espagne

Inclusion [Africa] Ltd.

Impact Hub

Plaça Reial, 18

08002 Barcelona

Espagne

www.inclusionafrica.org

Ce rapport fournit une analyse approfondie de la performance sociale de Caisse Baitoul Maal (CBM) et doit être lu conjointement avec la méthodologie mondiale de Inclusion [Africa] en matière d'évaluation de la performance sociale des Institutions de Microfinance. Cette méthodologie est disponible sur le site de Inclusion [Africa] Ltd. (www.inclusionafrica.org). Ce rapport n'est pas une notation du crédit ou toute autre analyse sur la solvabilité de l'IMF.

Évaluation de la Performance Sociale : CAISSE BAITOUL MAAL (CBM) BURKINA FASO

Figure 1

Notation Finale SP générée par le Scorecard

Note définitive
▼

-	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1	+
	0 - 29	30 ——— 49	50 - 64	65 - 77	78 - 100	

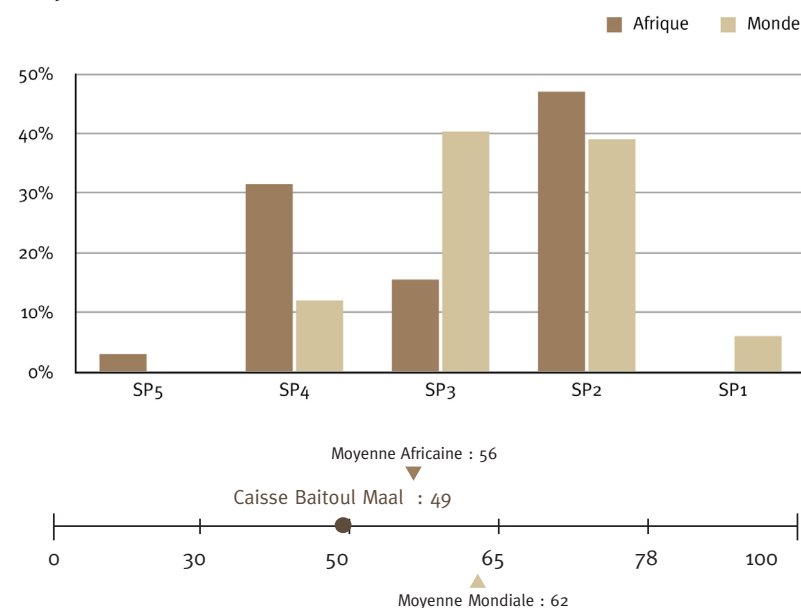
▲
Notation implicite du Scorecard : SP4 / Score total : 49

CAISSE BAITOUL MAAL (CBM) Aperçu : Raison Sociale

Date de création	1997
Forme juridique	MUTUELLE d'épargne et de crédit
Portefeuille brut de prêt (F CFA)	1.150.075.709
Emprunteurs actifs	1.207
Montant moyen de prêt (F CFA)	952.838

Figure 2

Comparaison Mondiale



Sources : 2009 et 2010 MIX data et Inclusion [Africa] EPS Scorecard



Résumé des Fondements de l'Évaluation

- » Le comité de notation d'Inclusion [Africa] Ltd. a attribué la note SP₄ à la Caisse Baitoul Maal, confirmant ainsi la note implicite générée par le Scorecard, avec un score global de 48,72.
- » L'énoncé de la mission sociale de la Caisse Baitoul Maal (CBM) ainsi que les buts et objectifs relatifs à la finance islamique intègrent les aspects suivants du Scorecard du SPA : l'accroissement de l'accès aux services financiers ; la réduction de la pauvreté ; la création d'emplois et l'augmentation des revenus des populations ciblées.
- » Les résultats déficitaires durant ces deux dernières années et les investissements que l'institution a dû supporter avec ses propres fonds, ont entraîné la disparition totale du capital de l'institution et occasionnant ainsi des incertitudes sur la viabilité et la pérennité de CBM.
Les actions et mission sociales sont sérieusement compromises si la viabilité de l'institution n'est pas assurée.
À court terme, corriger cette capitalisation négative et par-delà se conformer à la législation en vigueur, constitue le principal défi de CBM.
- » En dehors de certaines données concernant le nombre de clients et leur répartition selon le genre, aucuns objectifs et indicateurs sociaux ne figurent dans le plan d'affaires 2015 - 2017 et dans un quelconque plan d'action.
- » Le Conseil d'administration se compose de 7 personnes dont 1 femme, élues par et parmi les membres de l'Assemblée Générale de la CBM. Les membres du CA ont un niveau d'études élevé. Ces derniers se réunissent régulièrement mais les sujets relatifs à la performance sociale sont rarement abordés.
- » Un département spécifique chargé de la gestion de la performance sociale fait défaut. Cependant, le Chef des opérations est le point focal en matière de GPS.
- » Un cumul de fonction est constaté au niveau du personnel qui compte en son sein une bonne représentation féminine et qui dispose d'expériences notables dans le secteur de la microfinance, sur le marché cible de l'institution et dans l'occupation de postes avec des responsabilités sociales.
- » À défaut d'un département spécifique, la gestion des ressources humaines est assurée par le directeur de la CBM.
- » Quoiqu'un manuel du code d'éthique fasse défaut, plusieurs dispositions concernant la discrimination, le traitement respectueux des clients, la confidentialité et l'égalité des chances sont incluses dans les statuts de l'institution, le règlement intérieur et dans les différents manuels de procédures de la CBM.
- » Les employés bénéficient de plusieurs sessions de formation, notamment sur les thèmes pris en compte par les principes de protection des clients. La politique sur le recrutement privilégie les stagiaires en cas de nécessité.
- » Le taux de rotation reste très faible de façon générale et des entretiens avec les quelques employés sortant sont menés de manière informelle.
- » Un plan formel de succession pour les travailleurs clés n'est pas en place.
- » L'institution met à la disposition de sa clientèle, dont 30 % sont des femmes, plusieurs produits d'épargne, de crédit, mais aussi des services de formation, surtout en éducation financière.
- » Les différentes transactions avec les clients sont documentées et les communications sur les termes et conditions des produits s'effectuent de façon écrite, mais aussi orale en langues nationales. Cependant, ces communications n'incluent pas le taux d'intérêt effectif comme le veut la législation en vigueur. De même, l'application des pénalités laissée à l'appréciation des agents de crédit peut entraîner une certaine disparité dans le traitement des clients.
- » Les prix et conditions des produits et services ne sont pas publiquement affichés.
- » Il n'existe pas de Bureau d'Information sur le Crédit (BIC) formel ou un registre de crédit partagé dans le secteur de la microfinance au Burkina Faso. La capacité d'endettement des clients est déterminée par auto-déclaration, une enquête au niveau du voisinage, la consultation de l'historique du client en interne et à travers la communication avec d'autres institutions.
- » Un mécanisme formel de gestion des plaintes fait défaut, quoique des dispositions concernant les membres soient prises dans les statuts de la caisse de même que la collecte systématique des raisons de la démission d'un client.
- » Des études de marché et d'implantation de nouveaux produits sont menées, de même qu'une auto-évaluation suivie d'un audit social et une étude sur les PPC (Principes de Protection de Clients) avec la Smart Campaign. Cependant, aucun outil de suivi de l'impact social n'est mis en place même si le SIG utilisé permet de suivre la composition en genre de la clientèle, la répartition des différents crédits accordés, l'épargne et le PAR.
- » Sur le plan environnemental, l'institution de façon écrite s'engage à ne pas financer les activités qui dégradent l'environnement. Au plan interne, les dispositions relatives à la protection de l'environnement se limitent à l'utilisation de l'énergie solaire dans certaines agences.



Profil Institutionnel

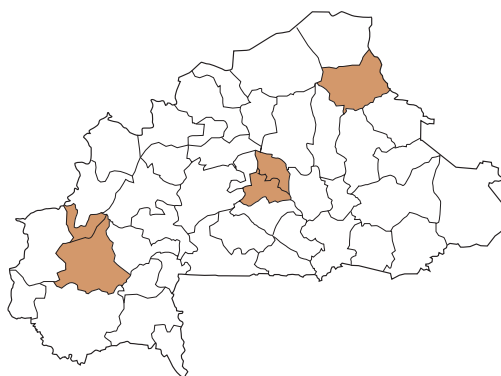
Mission sociale

« Offrir des produits et services financiers et non financiers conformes aux principes de la finance islamique à la population active du Burkina Faso, pour le développement des activités socio-économiques procurant des emplois et des revenus stables. »

Données clés (Septembre, 2015)	
Portefeuille brut de prêt (F CFA)	1.150.075.709
Montant moyen du prêt (F CFA)	952.838
Produits :	
Prêts de la finance classique : avance sur salaire, crédit social, crédit cérémonies, crédit scolaire, crédit équipement, crédit mobilier, crédit secteur informel, crédit agropastoral, crédit artisanal, crédit commercial, Préfinancement ;	
Prêts de la finance islamique : prêts de soutien, crédit-bail, Warrantage (Istina'ah), Mourabaha	
Produits d'épargne : dépôt à vue, dépôt à terme (DAT), épargne enfant, épargne pèlerinage, compte d'investissements	
Nombre d'emprunteur	1.207
Effectif du personnel	25
Clients par agent de crédit	202
Nombre d'agences	5
Pays d'intervention	Burkina Faso
Zone d'intervention	Ouagadougou, Dori, Ziniaré, Bobo Dioulasso
Urbain/Rural	90 % /10 %
Forme Juridique	MUTUELLE
Régulateur	Ministère de l'économie et des finances- Commission bancaire de l'UMOA et la BCEAO

Figure 3

Présence géographique





INDICATEURS SOCIAUX	2012	2013	2014	2015
% des clients ruraux	ND	ND	10	10
% des clients femmes	29,37	30,14	30,44	31,15
% de femme épargnante active	27,77	29,49	29,70	30,65
% Clients en dessous de \$ 1,25 par jour	21,16	22,21	21,70	ND
% Clients en dessous de \$ 2,50 par jour	ND	ND	ND	ND
% Clients en dessous du seuil de pauvreté	ND	ND	ND	ND
% Clients sans éducation formelle	ND	ND	ND	ND
Taux de désertion des clients	ND	ND	ND	ND
Solde moyen de prêt par emprunteur/RNB par habitant	1,63	1,93	2,11	ND
% d'employés féminins	71,42	62,50	68	ND

INDICATEURS FINANCIERS	2012	2013	2014	2015
Rendement du portefeuille (%)	17,45	16,44	18,0	3,47
Ratio des frais d'exploitation (%)	34,56	36,60	30,47	7,23
Ratio des frais financiers (%)	17,33	22,48	19,91	3,58
Dotation aux provisions (Milliers F CFA)	68.321	42.833	27.386	24.675
Ratio d'autosuffisance opérationnelle (%)	76,05	61,61	88,59	75,20
Ratio capital/actif (%)	-5,02	-9,76	-10,07	-13,24
Rendement des actifs (%)	-4,93	-8,72	-2,07	2,63

Sources : États financiers 2012, 2013, 2014 et 2015 provisionnel et Banque mondiale (pour les RNB)

Sous l'impulsion d'un groupe d'intellectuels musulmans, la Caisse Baitoul Maal (qui signifie caisse commune) a vu le jour en 1997 et a démarré ses activités la même année. Deux ans plus tard, elle a obtenu son agrément sous le numéro A -13980095 MEF/SG/DGTCP/DAMOF en date du 31 mars 1999.

Elle a pour objectif de mettre à la disposition de la population burkinabé des produits financiers et non financiers en conformité avec la finance islamique.

Actuellement, les produits offerts correspondent dans leur grande majorité à la finance classique. Les produits de la finance islamique sont en phase d'implantation et l'offre est limitée parce que les clients et les employés nécessitent plus de formation pour bien comprendre ce qu'est la finance islamique.

Les organes de décision sont l'assemblée générale, le conseil d'administration (formé de 7 personnes), le comité de crédit (formé de 5 membres) et le conseil de surveillance (composé de 3 membres).

Au 30/09/2015, le personnel salarié s'élevait à 25 dont 68 % sont des femmes et est réparti entre le siège principal et les agences de Dori, Ziniaré, Bobo-Dioulasso et de Ouagadougou.

Au 30/09/2015, sa clientèle était de 11.939 dont 31 % de femmes et 10 % de ces clients proviennent du monde rural.



Facteurs analysés par le EPS – Notes implicites générées par le Scorecard

Résumé du Scorecard

Figure 4

Note obtenue sur chaque facteur analysé

FACTEURS	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Mission Sociale			54		
Stratégie et Leadership		46			
Relations avec les Clients			63		
Appréciation du résultat ou de l'impact social			56		
Ressources Humaines		31			
Performance Environnementale		30			

Figure 5

Contribution relative de chaque facteur à la note globale obtenue par CBM (SP4)

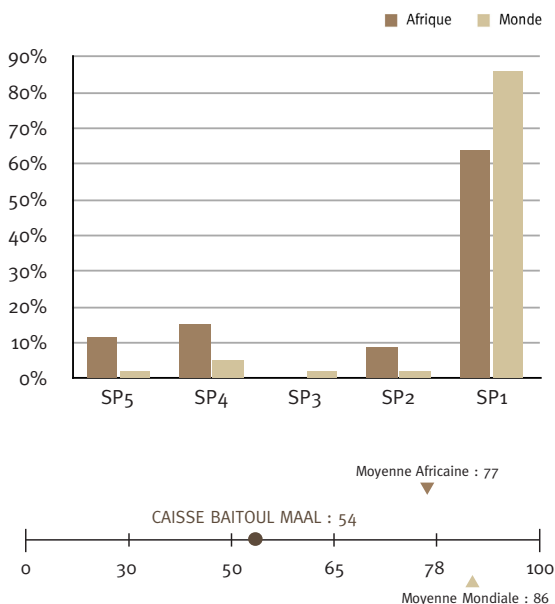




Comparaison régionale et internationale des notes obtenues par la Caisse Baitoul Maal (CBM)

Figure 6

Mission Sociale

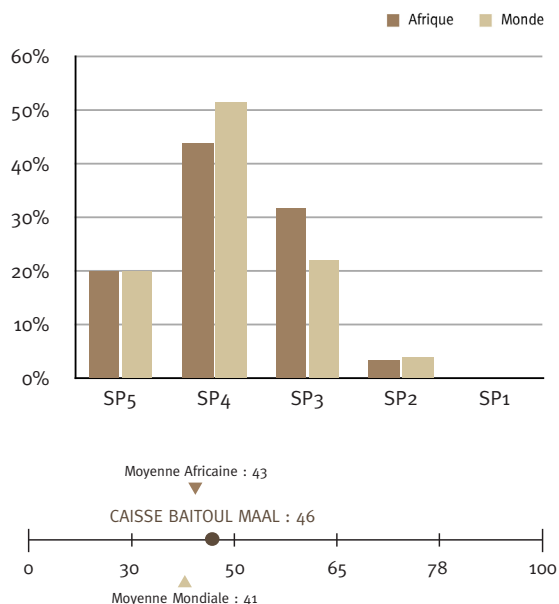


Sources : 2009 et 2010 MIX data et Inclusion [Africa] EPS Scorecard

- » La CBM, à travers sa mission sociale, vise principalement à contribuer à la réduction de la pauvreté de la population burkinabé en favorisant l'augmentation de leur revenus et ainsi que la création d'emplois, à travers une offre de services financiers et non financiers conformes à la foi islamique.
- » Bien que disposant d'un SIG permettant un suivi des différents types de produits accordés, les buts spécifiques de la mission sociale et de la finance islamique ne sont pas traduits en objectifs sociaux à atteindre, ainsi que leurs indicateurs.

Figure 7

Stratégie et Leadership



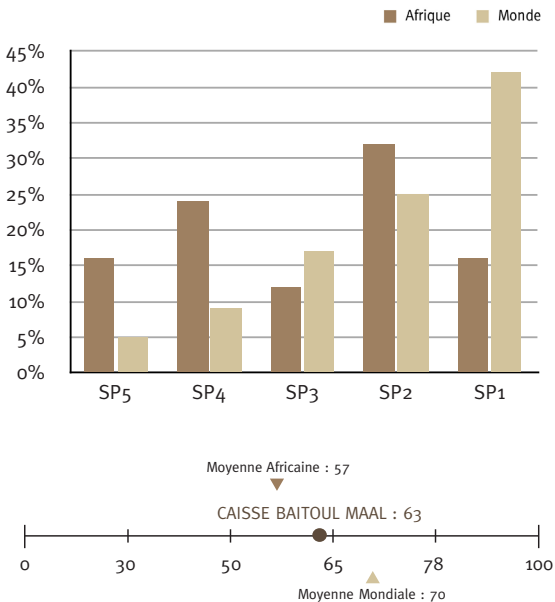
Sources : 2009 et 2010 MIX data et Inclusion [Africa] EPS Scorecard

- » Le personnel de l'institution dispose d'expériences non négligeables en microfinance, dans l'occupation de postes avec des responsabilités en performances sociales et d'une bonne connaissance du marché cible.
- » Le conseil d'administration n'est composé que de membres de l'institution et compte en son sein une femme. Ses membres, qui exercent bénévolement leurs fonctions, disposent de formations et d'expériences solides dans les domaines surtout liés aux finances.
- » Cependant, au cours des réunions du Conseil d'Administration, les performances financières ont été privilégiées au détriment des performances sociales.
- » Un département spécifique pour la gestion de la performance sociale fait défaut.



Figure 8

Relation-Client

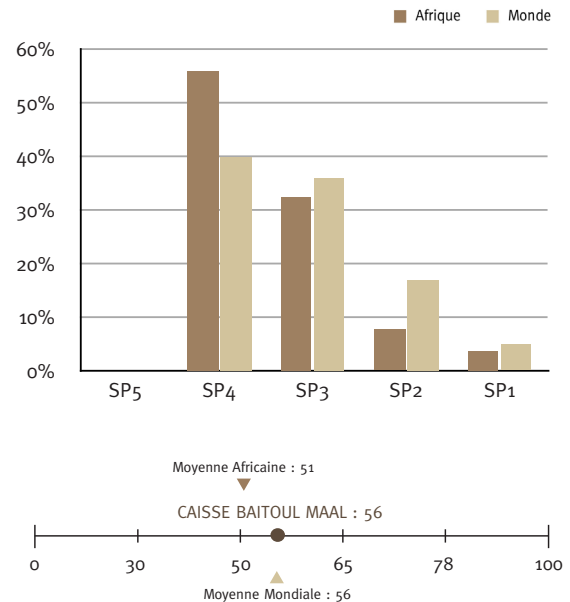


Sources : 2009 et 2010 MIX data et Inclusion [Africa] EPS Scorecard

- » Une gamme variée de produits d'épargne et de crédit est proposée aux clients, ainsi que de la formation mais de façon limitée.
- » Les termes et conditions des produits sont communiqués au client par écrit et de façon verbale, avant et après le décaissement d'un prêt.
- » Cependant, le niveau de compréhension de ces termes et conditions par les clients, ainsi que les concepts fondamentaux concernant les intérêts est faible, surtout pour les produits de la finance islamique.
- » De même le taux d'intérêt effectif global n'est pas communiqué et ceci contrairement à la législation en vigueur.
- » Le niveau d'endettement et la capacité à rembourser sont déterminés par la consultation de la base de données internes de l'institution, l'exploitation des mouvements du compte du client, l'auto déclaration et la visite du domicile ou lieu d'activité du client, mais aussi de façon informelle.
- » Des dispositions concernant le traitement responsable des clients sont en place.
- » Le taux de rétention des clients est élevé et l'institution cherche systématiquement les raisons qui poussent les clients à fermer leurs comptes.
- » Un mécanisme formel de gestion des plaintes n'est pas en place.

Figure 9

Appréciation du Résultat ou de l'Impact Social



Sources : 2009 et 2010 MIX data et Inclusion [Africa] EPS Scorecard

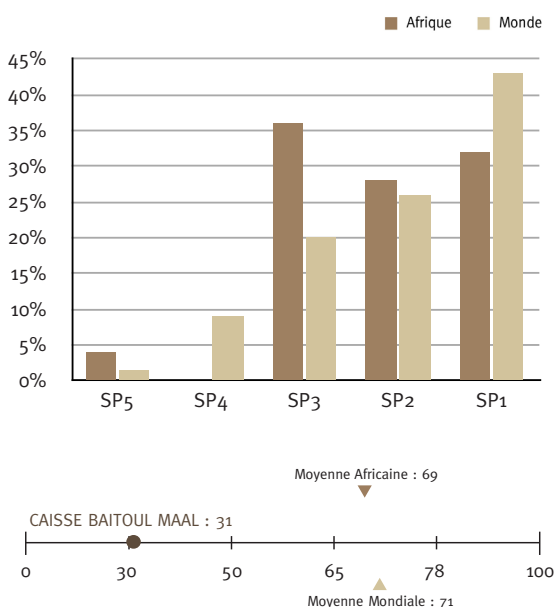
- » Dans le cadre de l'implantation de la GPS en collaboration avec le projet MISION AFRICA, l'institution a eu à réaliser un audit social.
- » De même, une évaluation sur les principes de protection des clients a été effectuée avec la Smart Campaign.
- » En dehors de cela, aucun outil de mesure d'impacts n'est mis en place bien que certaines données soient collectées de façon quotidienne et insérées dans le SIG de l'institution.
- » Ces données collectées sont communiquées par l'intermédiaire des rapports adressés aux régulateurs, mais sont également incluses dans le rapport d'activités annuel.



Comparaison Globale et Régionale

Figure 10

Ressources Humaines

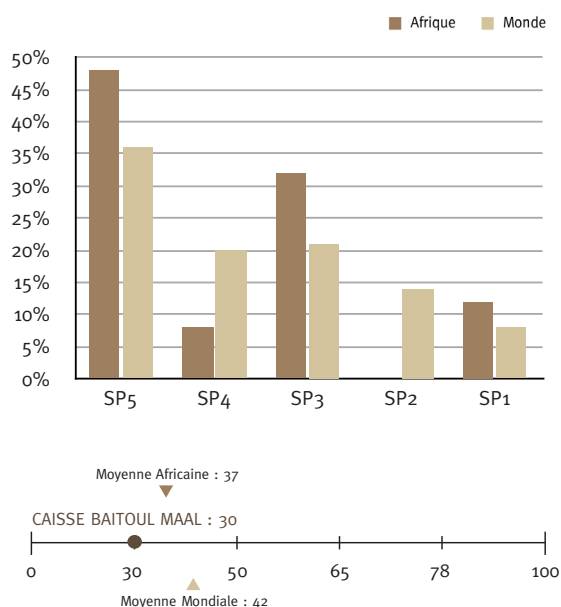


Sources : 2009 et 2010 MIX data et Inclusion [Africa] EPS Scorecard

- » L'organigramme de l'institution est caractérisé par l'absence d'un département spécifique de ressources humaines, l'introduction récente d'un service d'audit interne et un cumul de plusieurs fonctions pour certains employés.
- » Bien qu'il n'existe pas de code d'éthique, des manuels de procédures, le règlement intérieur et les statuts de l'institution contiennent des politiques sur le traitement respectueux et sans discrimination des clients et des employés.
- » Un manuel de définition des responsabilités ainsi qu'un formulaire d'évaluation ont été élaborés récemment.
- » L'institution priorise les stagiaires lors du recrutement de son personnel permanent.
- » Les femmes ont une présence significative dans le personnel et cela à tous les niveaux de responsabilité.
- » La rémunération s'effectue selon une grille qui a été adoptée par le Conseil d'Administration et en conformité avec la convention collective du secteur. Toutefois, aucune rémunération incitative n'existe.

Figure 11

Performance Environnementale



Sources : 2009 et 2010 MIX data et Inclusion [Africa] EPS Scorecard

- » La CBM ne finance pas les activités qui dégradent l'environnement.
- » Au plan interne, les mesures en faveur de l'environnement sont informelles et se résument à l'utilisation de l'énergie solaire dans certaines agences.



Analyse des facteurs et sous facteurs du EPS de la Caisse Baitoul Maal (CBM)

Mission Sociale	Stratégie et Leadership	Relations avec les clients	Appréciation du résultat ou de l'impact social	Ressources Humaines	Performance Environnementale
-----------------	-------------------------	----------------------------	--	---------------------	------------------------------

Historique de la mission et des objectifs sociaux | Focalisation de la mission sociale | Plan d'action et mesures de communications en vue de la réalisation de la mission sociale et des objectifs

Note générée par le Scorecard – SP3 (54)

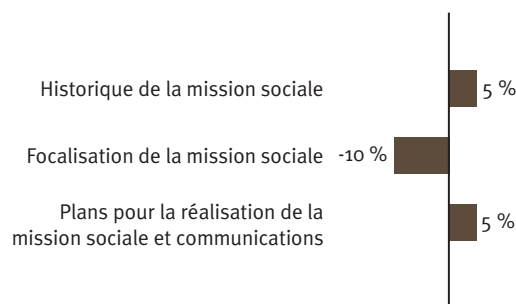
Figure 12

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Historique de la mission sociale				70	
Focalisation de la mission sociale		40			
Plans pour la réalisation de la mission sociale et communications			60		

Figure 13

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » Depuis sa création, la CBM a clairement défini sa mission sociale axée sur l'offre de produits financiers et non financiers conformes à la loi islamique.
- » L'institution, dans le cadre de l'implantation de la GPS, a reformulé cette mission et l'a insérée dans son plan d'affaires 2015-2017. Cette mission est passée en revue annuellement à l'assemblée générale et une révision est prévue tous les 3 ans, en même temps que le plan d'affaires.
- » Les buts sociaux de l'institution qui se basent sur les principes de la finance islamique sont : la réduction de la pauvreté, l'augmentation des revenus, et la création d'emplois. En d'autres termes, il s'agit pour l'institution de favoriser le développement des activités socio-économiques et le développement multidimensionnel de l'individu à long terme.
- » Cependant des objectifs spécifiques de la mission sociale ne sont pas définis, ainsi que des indicateurs pour mesurer et suivre le niveau de réalisation des buts sociaux, quoique certaines données concernant la répartition des différents types de crédits accordés, la répartition en genre de la clientèle, soient consignées dans les différents rapports élaborés par l'institution.
- » Bien qu'elle ne soit pas affichée au niveau des agences, la mission sociale est visible sur le site internet de l'institution et les employés ont une bonne connaissance de celle-ci.



Mission Sociale	Stratégie et Leadership	Relations avec les clients	Appréciation du résultat ou de l'impact social	Ressources Humaines	Performance Environnementale
-----------------	-------------------------	----------------------------	--	---------------------	------------------------------

Qualité des dirigeants | Gouvernance | Portée et accessibilité | Organisation administrative

Note générée par le Scorecard – SP4 (46)

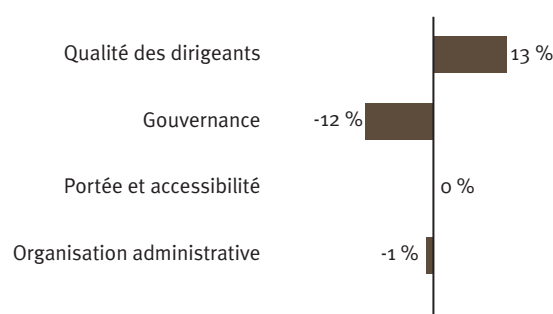
Figure 14

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Qualité des dirigeants			64		
Gouvernance	26				
Portée et accessibilité		46			
Organisation administrative		43			

Figure 15

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » Les cadres et l'ensemble du personnel ont une expérience raisonnable en microfinance, avec le marché cible, dans l'exercice de fonctions en relation avec la performance sociale.
- » En plus de disposer d'une formation académique non négligeable, les employés ont la possibilité de renforcer et améliorer leurs connaissances par des formations diplômantes et en GPS, plus précisément sur les principes de protection des clients.
- » Des manuels devant guider les employés dans leurs activités existent et sont disponibles.
- » Le taux de rotation des employés est faible et les uniques départs concernent les agents de crédit.
- » Bien qu'il existe un plan d'urgence, celui-ci ne se réfère pas aux risques liés aux travailleurs clés.
- » Plusieurs produits sont à la disposition des clients. Cependant, les produits à forte orientation sociale tels que le crédit social et les produits de la finance islamique introduits récemment, ont une proportion limitée dans le portefeuille de l'institution.
- » Un audit social et une étude sur les PPC ont été menés et les rapports disponibles pour les requérants.
- » Le Conseil d'administration est composé de membres issus exclusivement de l'institution et ne compte en son sein qu'une seule femme. Lesdits membres ont un haut niveau académique et disposent d'expertises diverses, surtout dans les domaines économiques et financiers, mais dans une moindre mesure dans le secteur de la microfinance.
- » Les membres du CA ne sont pas rémunérés, bien que des jetons de présence leur soient donnés à la fin de chaque réunion qui n'étaient que de 3 durant l'année 2014. Les sujets traités au cours de ces réunions étaient surtout axés sur les performances financières au détriment de l'aspect social.
- » L'institution dispose d'un SIG efficace lui permettant de faire une gestion centralisée des données, quoiqu'aucun outil de suivi de l'évolution des clients ne soit en place, de même qu'un département spécifique à la GPS.



Mission Sociale	Stratégie et Leadership	Relations avec les clients	Appréciation du résultat ou de l'impact social	Ressources Humaines	Performance Environnementale
-----------------	-------------------------	----------------------------	--	---------------------	------------------------------

Qualité des dirigeants | Gouvernance | Portée et accessibilité | Organisation administrative

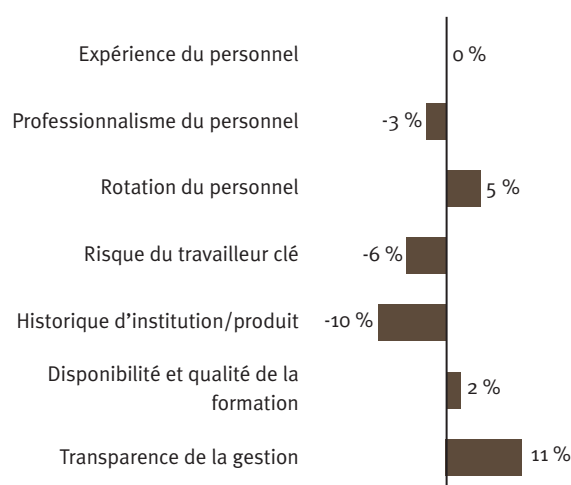
Figure 16

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Expérience du personnel				65	
Professionalisme du personnel		49			
Rotation du personnel					92
Risque du travailleur clé		39			
Historique d'institution/ produit	6				
Disponibilité et qualité de la formation				74	
Transparence de la gestion					100

Figure 17

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » Les employés ont en moyenne 5 ans d'expérience en microfinance, sur le marché cible et dans l'occupation de poste avec des responsabilités sociales, exception faite des cadres supérieurs qui disposent de 7 ans d'expérience en microfinance et sur le marché cible.
- » En dehors de l'agence de Bogodogo, les fonctions de chef d'agence sont cumulées à celles d'agent de crédit.
- » Des manuels sur les procédures d'épargne, de crédit, de contrôle, d'organisation des tâches des différents postes, un règlement intérieur et les statuts fondateurs de l'institution sont disponibles.
- » Le taux de rotation est nul pour les cadres supérieurs et intermédiaires et faible pour les agents de crédit (17 % pour l'année 2014). Des entretiens avec le personnel démissionnaire sont menés de façon informelle.
- » Bien qu'il existe des fiches descriptives pour les différents postes et un plan de contingence, des dispositions formelles de succession des travailleurs clés en cas de départ brusque de ces derniers ne sont pas en place.
- » Les produits de crédits à forte orientation sociale que sont les crédits sociaux et islamiques représentent respectivement 4 % et 1,7 % des emprunteurs et 1,3 % et 0,3 % de l'encours de crédits pour l'année 2014.
- » Les produits de crédit de la finance islamique sont en cours d'implémentation. Toutefois, l'absence de formation des clients et du personnel sur les spécificités de ce type de produit ne facilite pas son développement dans la zone.
- » Des sessions de formation sur les principes de protection des clients en matière de surendettement, traitements responsables et confidentiels, communications des prix, ont été tenues, comme celles concernant la gestion du crédit et de l'épargne. En somme, le nombre de jours de formation sur des aspects en relation avec la performance sociale pour 2014 était de 15 pour les cadres supérieurs, 10 pour ceux qui sont intermédiaires et 5 pour les agents de crédit.
- » Les informations sociales, non confidentielles, sont partagées avec les employés et des audits sociaux sont menés de façon fréquente en collaboration avec des cabinets externes et les différents rapports sont disponibles.



Mission Sociale	Stratégie et Leadership	Relations avec les clients	Appréciation du résultat ou de l'impact social	Ressources Humaines	Performance Environnementale
-----------------	-------------------------	----------------------------	--	---------------------	------------------------------

Qualité des dirigeants | **Gouvernance** | Portée et accessibilité | Organisation administrative

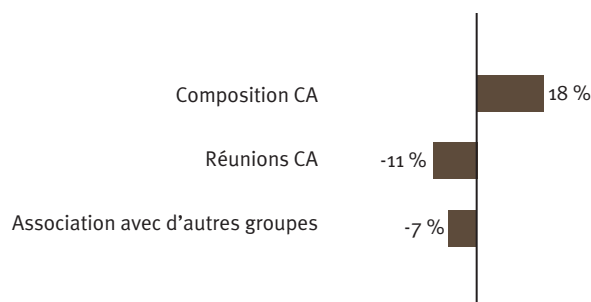
Figure 18

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Composition CA		36			
Réunions CA	16				
Association avec d'autres groupes	18				

Figure 19

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » Le conseil d'administration est formé par 6 hommes et une femme, tous élus par et parmi les membres de l'institution.
- » Les membres du CA ont pour la plupart, une formation académique élevée (BAC+ 5) et exercent soit des fonctions d'expert-comptable, d'inspecteur des impôts, de financiers, de médecin, de commissionnaires en douane (transitaire) ou simplement travaillent dans le secteur bancaire.
- » Ils exercent leurs fonctions au niveau du CA de façon bénévole, même si des jetons de présence leur sont accordés pour couvrir leurs frais lors des réunions.
- » Durant l'année 2014, le CA s'est réuni 3 fois, réunions au cours desquelles les sujets traités ont plus porté sur la gestion financière de l'institution que sur la performance sociale en dehors des sujets relatifs à la formation du personnel et des clients.



Mission Sociale	Stratégie et Leadership	Relations avec les clients	Appréciation du résultat ou de l'impact social	Ressources Humaines	Performance Environnementale
-----------------	-------------------------	----------------------------	--	---------------------	------------------------------

Qualité des dirigeants | Gouvernance | **Portée et accessibilité** | Organisation administrative

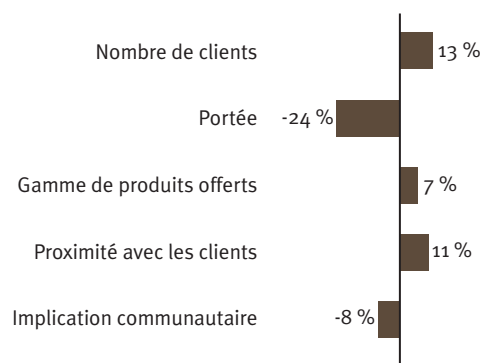
Figure 20

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Nombre de clients					78
Portée	2				
Gamme de produits offerts			60		
Proximité avec les clients				72	
Implication communautaire	21				

Figure 21

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » Au 30/09/2015, la CBM comptait 11.939 clients, parmi lesquels 31 % sont des femmes et 10 % de ses clients proviennent du monde rural.
- » Cependant, un suivi des clients selon le niveau de pauvreté fait défaut du fait de la non-implantation de l'outil PPI.
- » La CBM met à la disposition de sa clientèle des crédits à titre individuel (avance sur salaire, Crédit social, Crédit cérémonies, Crédit scolaire, Crédit équipement, Crédit mobilier, Crédit Secteur informel, Crédit agro-Pastoral, Crédit artisanal, Crédit commercial, Crédit immobilier, Préfinancement, les prêts de soutien), des prêts de groupe, des produits de location-vente (crédit-bail, warrantage), ainsi que des produits de la finance islamique (l'Istina'ah et le Mourabaha).
- » Les produits d'épargne tels que le compte-courant ou dépôt à vue (DAV) ; le dépôt à terme (DAT) ; l'épargne pèlerinage sont disponibles, de même que du transfert d'argent peut être effectué à travers ses guichets.
- » Des sessions de formation en éducation financière ont été organisées pour certains clients.
- » La CBM dispose d'un siège principal à Ouagadougou et de 5 agences (2 à Ouagadougou, 1 à Bobo Dioulasso, 1 à Ziniaré et 1 à Dori) couvrant principalement les villes où elles se situent.
- » La majeure partie des clients se trouve à des distances raisonnables des points de service qui sont facilement accessibles, quoique la téléphonie mobile ne soit pas encore utilisée dans les transactions.
- » Les agents de crédit sont amenés à effectuer des visites aux domiciles et lieux d'activités des clients lors du montage des dossiers de crédit mais aussi dans le cadre du suivi après décaissement.
- » Des actions sociales consistant en des appuis financiers ponctuels sont faites, bien qu'elles ne soient pas documentées.



Mission Sociale	Stratégie et Leadership	Relations avec les clients	Appréciation du résultat ou de l'impact social	Ressources Humaines	Performance Environnementale
-----------------	-------------------------	----------------------------	--	---------------------	------------------------------

Qualité des dirigeants | Gouvernance | Portée et accessibilité | **Organisation administrative**

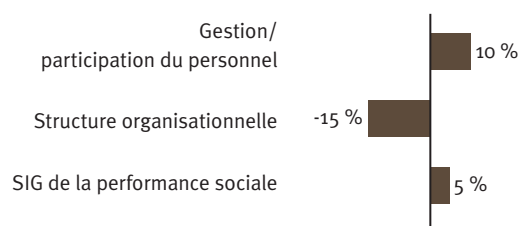
Figure 22

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Gestion/participation du personnel			50		
Structure organisationnelle	0				
SIG de la performance sociale			51		

Figure 23

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » Des fiches descriptives des tâches de chaque type d'employés sont disponibles et englobent certains aspects liés à la performance sociale (traitement des clients, fidélisation des clients, sonder le besoin des clients en de nouveaux produits).
- » Les aspects relatifs à la gestion de la performance ne figurent pas à l'ordre du jour des réunions des cadres dirigeants et des employés.
- » Un département spécifique dédié à la gestion de la performance sociale fait défaut et le chef des opérations est en charge de coordonner toutes les actions en relation avec les performances sociales.
- » L'institution dispose d'un SIG efficace et qui permet de faire un suivi centralisé des différentes données collectées incluant celles qui sont relatives au nombre et type de clients et le type de crédit. Cependant les rapports générés ne sont pas audités pour accroître leur précision.



Mission Sociale	Stratégie et Leadership	Relations avec les clients	Appréciation du résultat ou de l'impact social	Ressources Humaines	Performance Environnementale
-----------------	-------------------------	----------------------------	--	---------------------	------------------------------

Protection des clients | Attention aux clients

Note générée par le Scorecard – SP3 (63)

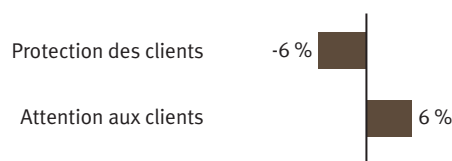
Figure 24

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Protection des clients			57		
Attention aux clients				73	

Figure 25

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » Les crédits sollicités peuvent être utilisés pour financer les activités économiques des clients, pour satisfaire des besoins en équipement (mobiliers et immobiliers), pour scolariser les enfants ou pour satisfaire un besoin urgent. Des sessions en éducation financière sont aussi organisées en faveur des clients.
- » Les termes et conditions de ces produits définis par l'institution sont communiqués par écrit, mais aussi verbalement en langues locales et les employés (qui en général ont plus de 16 années d'études) sont formés pour les expliquer aux clients.
- » Les contrats de crédits et les tableaux de remboursement remis aux emprunteurs incluent le montant du prêt, la durée, le taux d'intérêt nominal, le montant total des intérêts, le principal et le montant à rembourser mensuellement, ainsi que les frais de gestion. L'institution n'applique pas de pénalité.
- » Ces conditions relatives aux crédits ne sont pas affichées publiquement dans les guichets, ni publiées sur une quelconque page web.
- » De même, contrairement à la législation, le taux d'intérêt effectif global n'est pas communiqué.
- » Certaines politiques de protection des clients sont en place.
- » Des enquêtes sur la satisfaction de la clientèle et sur l'élaboration de nouveaux produits sont effectuées.
- » Bien qu'il n'existe pas un mécanisme spécifique de gestion des plaintes, l'institution de façon systématique cherche les raisons d'abandons des clients et le taux de rétention de ceux-ci est élevé.
- » A défaut d'un Bureau d'Information sur le Crédit et d'une base de données communes aux SFD, la vérification du niveau d'endettement s'effectue par des informations informelles obtenues chez des voisins et agents de crédit d'autres institutions, mais aussi par consultation de l'historique interne du client .
- » Les délais de traitement et décaissement sont relativement acceptables.



Mission Sociale	Stratégie et Leadership	Relations avec les clients	Appréciation du résultat ou de l'impact social	Ressources Humaines	Performance Environnementale
-----------------	-------------------------	----------------------------	--	---------------------	------------------------------

Protection des clients | Attention aux clients

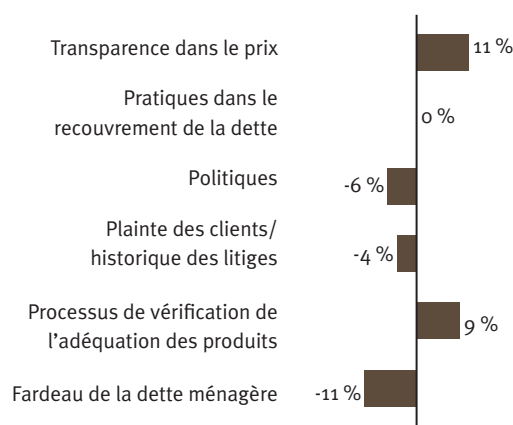
Figure 26

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Transparence dans le prix					90
Pratiques dans le recouvrement de la dette			58		
Politiques		32			
Plainte des clients/historique des litiges		41			
Processus de vérification de l'adéquation des produits					88
Fardeau de la dette ménagère		32			

Figure 27

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » Le taux nominal ainsi que le reste des termes et conditions des prêts sont communiqués aux clients verbalement et en langues locales.
- » Les contrats de crédit, les tableaux de remboursement et les attestations de déboursement, renseignent sur le taux d'intérêt nominal annuel, la durée du prêt, la fréquence de remboursement, le montant à rembourser à chaque échéance (avec une nette séparation du principal et des intérêts) et les autres frais (commissions et frais de gestion) liés au crédit.
- » Les employés sont bien formés sur la procédure d'octroi de crédits et sur la manière d'expliquer les termes et conditions des différents produits. Cependant le niveau de compréhension de ces termes et conditions est faible.
- » L'utilisation d'abréviations dans les livrets, bien qu'ils soient mis à jour régulièrement et la non-coïncidence entre le libellé de certains frais et ceux qu'ils représentent réellement n'aident pas à relever le niveau de compréhension. En effet sur certains reçus de versement, il est marqué « perception des frais d'assurance », alors que pour l'institution ce sont des frais de gestion.
- » De même les directives écrites concernant les pénalités laissent aux agents le choix de les appliquer ou pas. En pratique, les clients en retard de paiement ou qui remboursent de façon anticipée, ne sont pas pénalisés financièrement, alors que les manuels stipulent d'appliquer 0,1 % pour les retards et 2 % du montant restant pour les remboursements anticipés.
- » Les conditions des produits de crédit et d'épargne ne sont pas affichées publiquement au niveau des guichets, ni publiées sur la page web de l'institution qui de fait est peu fournie. Cependant, les prix concernant les transferts d'argent sont affichés.
- » Les opérations de guichets, les assemblées générales sont des moments où les commentaires des clients sur les produits et leurs conditions sont collectés de façon informelle.



- » L'institution essaie de connaître l'avis de ses membres sur ses produits. Ceci se traduit par des enquêtes de satisfaction et les annotations systématiques effectuées par les caissières lors de la fermeture d'un compte par le client.
- » Les commentaires reçus peuvent aussi être partagés à l'occasion des réunions mensuelles entre employés et cadres de l'institution.
- » Le manuel de tarification des produits décrit tout le processus de recouvrement des crédits au sein de l'institution, les différentes phases et les actions à entreprendre selon le cas. Ceci peut aller jusqu'à saisir un organe de conciliation et même la justice.
- » Les politiques de protection des clients en place sont minimales et contenues dans les statuts de l'institution. Elles concernent l'obligation pour les dirigeants membres des organes d'exercer leurs fonctions sans discrimination, en toute confidentialité et en évitant les conflits d'intérêts, la limitation des prêts aux dirigeants et la limitation des engagements sur un seul membre.
- » Ces statuts reconnaissent aussi aux clients le droit d'accéder sans discrimination aux services de l'institution, le droit d'exercer un recours contre le rejet d'une demande de crédit devant le comité du Crédit, le droit de se plaindre par l'intermédiaire du directeur et d'obtenir une réponse par écrit dans un délai de 2 mois.
- » Cependant, le TEG n'est pas communiqué contrairement à ce qu'exige la législation.
- » Un mécanisme de collecte, de suivi, de surveillance et d'analyse des plaintes fait défaut et tout est fait de façon informelle dans la pratique.
- » L'élaboration de nouveaux produits est précédée d'enquêtes auprès des clients comme ce fut le cas, en 2013, pour l'implantation des produits de la finance islamique.
- » Une enquête de satisfaction de la clientèle a été menée en 2013 par l'intermédiaire d'un cabinet externe.
- » La capacité économique des clients est déterminée par le biais : d'une auto-déclaration par le client de ses revenus et dépenses, de l'examen des mouvements de son compte d'exploitation sur une période de 3 mois, des enquêtes auprès des voisins et des agents de crédit de la place et surtout de la dextérité de l'agent de crédit lors de la visite au domicile du client ou à son lieu d'activité et la consultation de la base de données interne.
- » Il n'est pas recommandé d'avoir plus de 2 crédits en même temps à la CBM.
- » On remarque l'absence d'un Bureau d'Information sur le Crédit, ainsi qu'une base de données partagée entre les systèmes financiers décentralisés du pays. Cependant, il y a une collaboration informelle entre agents de crédit des différentes institutions de la place.



Mission Sociale	Stratégie et Leadership	Relations avec les clients	Appréciation du résultat ou de l'impact social	Ressources Humaines	Performance Environnementale
-----------------	-------------------------	----------------------------	--	---------------------	------------------------------

Protection des clients | **Attention aux clients**

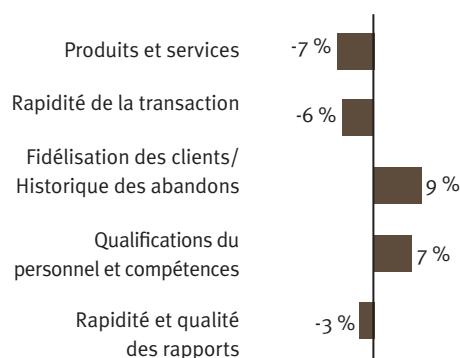
Figure 28

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Produits et services			51		
Rapidité de la transaction		42			
Fidélisation des clients/ Historique des abandons					100
Qualifications du personnel et compétences					98
Rapidité et qualité des rapports			63		

Figure 29

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » La CBM met à la disposition de sa clientèle des produits de crédit à la consommation (Avance sur salaire, Crédit cérémonies, Crédit équipement, Crédit mobilier, Mourabah), des microcrédits aux micro-entrepreneurs (les prêts de soutien, le crédit-bail, Crédit agropastoral, Crédit Secteur informel, le warrantage (l'istinaah), des crédits pour l'agriculture (Crédit agro-Pastoral, le crédit-bail, le warrantage), des crédits pour l'éducation (crédit scolaire, Préfinancement), des crédits immobiliers et des crédits d'urgence (crédit social).
- » Plusieurs produits d'épargne (le compte courant ou dépôt à vue (DAV), le dépôt à terme (DAT) et ses variantes).
- » Les produits d'assurance ne sont pas offerts.
- » Durant l'année 2014, 114 membres ont bénéficié des sessions de formation sur les concepts de base de gestion du crédit et de l'épargne.
- » La durée de traitement des demandes de crédit jusqu'à l'approbation est un peu longue (14 jours pour les crédits individuels) et le décaissement intervient au plus tard 3 jours après approbation.
- » Le taux de fidélisation des clients est élevé et se situe à plus de 99 % et l'institution recueille et note systématiquement sur le dossier du client les raisons qui l'ont poussé à fermer son compte.
- » Il est à remarquer que le pourcentage des clients emprunteurs ayant renouvelé leurs crédits n'est pas disponible.
- » Le nombre d'années d'études des agents de crédit et des agents de maîtrise est de 16 (Bac + 3) et celui des cadres supérieurs de 17 (Bac + 4), en moyenne.
- » Les employés dans leur ensemble maîtrisent les langues locales des zones d'intervention de la caisse.
- » Les transactions financières des clients avec l'institution sont documentées et des reçus leur sont remis immédiatement après chaque opération.
- » Les livrets sont régulièrement mis à jour, quoique l'utilisation des abréviations rende un peu difficile la compréhension des données qui y sont consignées.
- » Il n'y a pas de boîte aux lettres, ni de numéro vert à la disposition des clients. Cependant, le numéro de téléphone du siège principal est répertorié sur le livret et le numéro mobile des agents de crédit est communiqué aux clients.
- » Pour connaître le niveau de satisfaction de la clientèle, une étude a été menée en 2013. Il est demandé aux guichetiers de se renseigner systématiquement sur les raisons d'abandon des clients.



Mission Sociale	Stratégie et Leadership	Relations avec les clients	Appréciation du résultat ou de l'impact social	Ressources Humaines	Performance Environnementale
-----------------	-------------------------	----------------------------	--	---------------------	------------------------------

Participation à des études sur l'impact ou le résultat social | Fiabilité de l'outil utilisé pour évaluer le résultat ou l'impact social | Fréquence de collecte des données sur le résultat ou l'impact social | Transparence

Note générée par le Scorecard – SP3 (56)

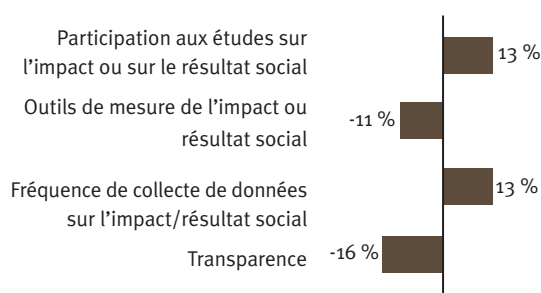
Figure 30

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Participation aux études sur l'impact ou sur le résultat social					100
Outils de mesure de l'impact ou résultat social		30			
Fréquence de collecte de données sur l'impact/résultat social					100
Transparence		36			

Figure 31

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » Dans le cadre de l'implantation de la gestion de la performance sociale au niveau de l'institution, la CBM a eu à mener une auto-évaluation suivie d'un audit social, en 2012 et qui lui a permis de redéfinir la mission sociale.
- » Pour mesurer l'adéquation des services et des produits proposés, une étude de satisfaction a été réalisée par un cabinet externe en 2013.
- » Dans le souci de connaître la portée, la qualité des mesures de protection des clients en place et les améliorations à effectuer, une évaluation externe sur les PPC avec la Smart Campaign a été réalisée en 2014.
- » Cependant, en dehors de cela, aucun autre outil n'est en place, ni même pour effectuer un ciblage des clients.
- » Les données relatives au nombre et types de clients (en genre), la nature et montant du crédit, le nombre d'emprunteurs, l'encours de crédit et d'épargne et le PAR, sont collectés tous les jours ouvrables.
- » Les rapports générés par le SIG, les rapports d'activité du CA et du CC, les rapports trimestriels et annuels adressés aux régulateurs, constituent les uniques supports de communication de ces données.



Mission Sociale	Stratégie et Leadership	Relations avec les clients	Appréciation du résultat ou de l'impact social	Ressources Humaines	Performance Environnementale
-----------------	-------------------------	----------------------------	--	---------------------	------------------------------

Organisation et facilités | Code d'éthiques | Politique de recrutement (genre/anti-discriminations) | Délégation de compétences | Rémunération équitable | Compétence et formation du personnel | Promotion et rétention du personnel | Mesure d'incitation à la performance et audits

Note générée par le Scorecard – SP4 (31)

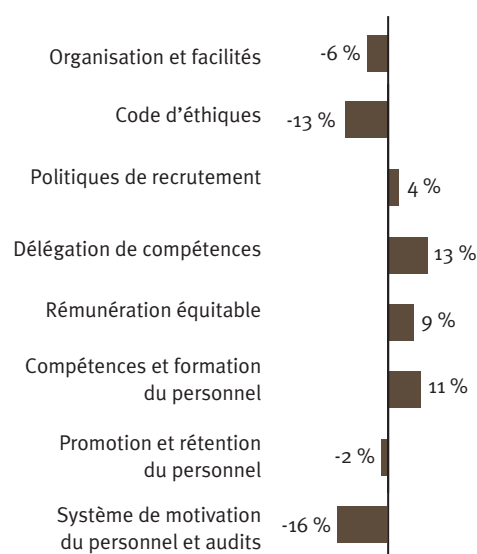
Figure 32

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Organisation et facilités	11				
Code d'éthiques	0				
Politiques de recrutement		45			
Délégation de compétences				77	
Rémunération équitable			50		
Compétences et formation du personnel			51		
Promotion et rétention du personnel	26				
Système de motivation du personnel et audits	0				

Figure 33

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » L'institution n'a pas de département spécifique de gestion des ressources humaines. Sa gestion est assurée par le directeur de la CBM.
- » Un mécanisme formel de mesure de la satisfaction des employés fait défaut.
- » Un processus écrit, de gestion des griefs des employés, n'est pas en place et ceux-ci s'adressent de façon informelle au supérieur hiérarchique ou au délégué du personnel.
- » Des politiques écrites de santé et sécurité, pour les employés, ne sont pas en place.
- » Il n'existe pas de code d'éthique.
- » Il n'y a pas de politiques écrites concernant le recrutement.
- » Les femmes peuvent bénéficier d'un congé maternel et durant l'allaitement disposent d'une heure rémunérée pour s'occuper de leurs enfants, ce qui est conforme à la convention collective.
- » 150.000 F CFA sont alloués annuellement à chaque employé pour couvrir ses frais médicaux. L'institution s'est affiliée depuis Février 2015 à l'office de santé des travailleurs pour soumettre, et ce de façon régulière, les employés à des visites médicales.
- » La présence féminine se situe à hauteur de 50 % au niveau des cadres supérieurs et agents de maîtrise et de 33 % au niveau des agents de crédit.



- » La collecte et le suivi des données sociales s'effectuent à tous les niveaux de responsabilité, cependant l'analyse et l'interprétation sont réservées aux cadres supérieurs.
- » Des fiches de salaire sont mensuellement remises aux employés et détaillent la rémunération, qui selon le directeur, se fonde sur la grille salariale adoptée par le Conseil d'Administration en tenant compte de la convention collective en vigueur.
- » Des politiques écrites sur le salaire égal entre femme et homme pour les mêmes postes et mêmes expériences ne sont pas en place.
- » Les employés (stagiaires, nouveaux recrutés et anciens) sont formés sur les fonctions relatives au poste à occuper. En plus, les employés ont reçu des formations sur les 7 principes de protection des clients et sur la mission sociale de l'institution.
- » Il existe de réelles possibilités de promotion au sein de la CBM. L'institution dans ses recrutements privilégie les stagiaires qui ont fait preuve d'une grande assiduité, dévouement dans l'exercice des tâches assignées et d'une bonne moralité. Les promotions concernent aussi les employés en place, comme ce fut les cas du comptable promu au poste d'auditeur, des agents de crédit nommés au poste de chef d'agence (exemple : agence de Ziniaré).
- » Lors des promotions, les performances financières telles que l'encours de crédit, le PAR, le recouvrement, le nombre de crédit, sont surtout privilégiées. Cependant, la moralité et la qualité des rapports y occupent aussi une place importante.
- » Des politiques et mesures sur une rémunération incitative ne sont pas encore définies.



Mission Sociale	Stratégie et Leadership	Relations avec les clients	Appréciation du résultat ou de l'impact social	Ressources Humaines	Performance Environnementale
-----------------	-------------------------	----------------------------	--	---------------------	------------------------------

Normes Client | Normes internes

Note générée par le Scorecard – SP4 (30)

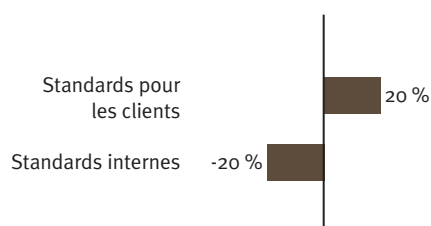
Figure 34

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Standards pour les clients		45			
Standards internes	20				

Figure 35

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » La CBM ne finance pas les activités qui dégradent l'environnement, quoique ces types d'activités ne soient pas formellement définis.
- » Au plan interne, des dispositions formelles pour promouvoir de bonnes pratiques environnementales font défaut. Cependant, il est à constater que des actions d'efficacité énergétique comme l'utilisation de l'énergie dans certaines agences sont faites et encouragées.



Marché de la Microfinance au Burkina Faso

L'agence de notation de crédit (Standard & Poors) a octroyé la note B avec perspective stable pour la dette du Burkina Faso.

Figure 36

Burkina Faso : Indicateurs Clés

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015F
PIB Réel (% croissance)	2,96	8,44	4,97	9,04	6,57	6,66	6,81
IPC Inflation (% change Déc/Déc)	ND	-0,8	2,8	3,8	0,5	-0,3	ND
Solde Budgétaire/PIB (%)	-4,66	-4,58	-3,68	-3,44	-3,22	-3,05	-3,12
Dette Publique/PIB (%)	27,86	28,53	29,66	30,37	31,14	31,38	31,7
Compte courant/PIB (%)	-4,5	-2	-1,5	-4,5	-7	-7,2	-7

Source : FMI

Facteurs macroéconomiques et situations clés en matière du crédit

Avec une population de 16.779.206 en 2012, le Burkina Faso reste le deuxième pays le plus peuplé de la zone UEMOA. Bien que l'urbanisation se soit accrue au cours de ces dernières années, la population rurale représente encore plus de 75% de la population totale. L'économie burkinabée reste marquée par la prédominance des activités du secteur primaire où est concentrée plus de 80 % de la population en âge de travailler. La forte pression démographique, l'agriculture extensive et les aléas climatiques constituent autant de facteurs dégradants de l'environnement.

Le PIB s'est nettement amélioré, passant de 4.441.520 milliards de F CFA en 2010 à 4.879,980 milliards en 2012. Cependant les derniers remous politiques et les prochaines perspectives électorales, ajoutés aux tensions dans la zone sahéenne notamment la crise au Mali, constituent des menaces pour la stabilité. Bien que la pauvreté ait été considérablement réduite, l'atteinte des objectifs du millénaire (OMD) demeure une utopie.

Marché actuel

Selon les données de la BCEAO, le BURKINA comptait à la date du 31/12/2014 85 SFD pour un total de clients estimé à 2.247.812, un encours de crédit de 110.765 de milliards de F CFA et les dépôts évalués à 151.935 milliards de F CFA.

Du point de vu de la Loi, les IMF ont 3 principales formes juridiques :

- Les mutuelles ou coopératives qui sont les plus répandues,
- Les associations,
- Les sociétés anonymes (SA) et les sociétés anonymes à responsabilité limitée (SARL).

Environnement réglementaire

Plusieurs textes nationaux et communautaires régissent le secteur de la microfinance au Burkina Faso. La loi uniforme portant réglementation des systèmes financiers décentralisés ainsi que les instructions de la BCEAO précisent les règles particulières de gestion comptable et financière, d'organisation et de conditions spécifiques d'exercice de l'activité de Microfinance au niveau de la zone UMOA.

Ainsi des innovations telles que l'instauration d'un référentiel comptable spécifique aux SFD, le renforcement du dispositif de contrôle, et l'obligation pour tous les SFD d'adhérer, dans les trois mois qui suivent l'obtention de leur agrément, à l'Association Professionnelle des SFD, ont été instaurées. La transmission d'une liste d'indicateurs au Ministère chargé des Finances, à la BCEAO et à la Commission Bancaire de l'UMOA, la production de rapport annuel conformément aux normes et l'affichage des termes et conditions de leurs opérations sont exigées.



L'amélioration des actes de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (OHADA), notamment une meilleure définition et distinction des sûretés, a permis aux SFD une meilleure formalisation et réalisation des garanties.

Au niveau national, la transposition du cadre réglementaire communautaire a donné suite une série de lois et décrets dont les plus importants sont :

- La Loi N° 023-2009/AN du 14 mai 2009 et son Décret d'Application N° 2009-839/PRES/PM/MEF du 18 décembre 2009 portant réglementation des SFD.
- La Loi N° 023-2009/AN du 14 mai 2009 visant la protection des dépôts des clients.
- La Loi N° 010-2004/AN du 20 avril 2004 portant protection des données à caractère personnel.
- La Loi N° 18-97/AN du 30 juillet 1997 qui définit et réprime l'usure : depuis janvier 2014, les niveaux maximum des taux d'intérêt applicables par les institutions financières sont passés de 18 % à 15 % l'an pour les banques et de 27 % à 24 % l'an pour les SFD.
- Le Décret N° 2007-267/PRES/PM/MFB qui confie à la Direction de la Surveillance et du contrôle des SFD (DSC/SFD) la surveillance du secteur de la Microfinance sous la tutelle du Ministère de l'Economie et des Finances. La BCEAO et la Commission bancaire de l'UMOA, participent aussi à la régulation du secteur de la microfinance.

Dans le souci de faire de l'inclusion financière un des éléments importants dans la lutte contre la pauvreté, le gouvernement Burkinabé a redéfini pour la période 2012 - 2016 sa stratégie nationale en Microfinance (SNMF) dont les principaux objectifs sont la protection des intérêts et la préservation de la confiance de la clientèle, le renforcement des capacités des SFD, l'amélioration de l'accessibilité et de la qualité de l'offre des SFD et l'amélioration du cadre institutionnel.

A cela on peut ajouter la création du Secrétariat Permanent pour la Promotion de la Microfinance (SP-PMF) qui conjointement avec la Direction de la Surveillance et du Contrôle des Systèmes Financiers Décentralisés (DSC/SFD), l'Association Professionnelle des Systèmes Financiers Décentralisés (AP/SFD-BF), et La Maison de l'Entreprise du Burkina Faso (MEBF), constituent le cadre institutionnel des SFD.

Concurrence

Le secteur des SFD reste dominé par le Réseau Burkinabé des Caisses populaires (RCPB) qui totalisait à lui seul en 2012, près de 64,42 % de la clientèle et près de 76,29 de l'encours de crédit. Il faut faire remarquer que la baisse du nombre de SFD, qui est passé de 154 en 2013 à 85 en 2014, est due en partie au regroupement des Caisses affiliées au RCPB et à une présence de plus en plus forte des institutions bancaires qui ciblent de plus en plus cette frange de la population qui était la chasse gardée des SFD.

Des systèmes informels tels que les tontines, les crédits familiaux ou de voisinage sont très dynamiques, flexibles et concurrencent les IMF réglementées.

La Caisse Baitoul Maal est concurrencée dans sa zone d'intervention par des banques nouvellement implantées qui récupèrent les clients individuels et salariés.

Inclusion [Africa] Ltd. est la première agence de notation basée en Afrique qui se focalise exclusivement sur le rating de l'impact social. Créée en tant qu'entreprise sociale, sa mission première est de promouvoir l'inclusion financière et sociale dans toute l'Afrique. Ceci se traduit par la fourniture de services de Rating de l'Impact et de la Performance Sociale (Social Performance & Impact Ratings (SPIR)) aux organisations de Microfinance de la région dont les missions et objectifs prennent en compte, tout ou partie des buts visant la promotion de l'inclusion financière et la responsabilité sociale. En plus du SPIR des Institutions de Microfinance, Inclusion [Africa] réalise également sur la base d'une méthodologie qui lui est propre, des ratings sociaux des institutions financières, compagnies d'assurance, entreprises, entreprises sociales et autres organisations opérant dans le domaine de l'impact social en Afrique.

Avec des bureaux à Kigali, au Rwanda et à Cotonou, au Bénin, son personnel regroupe actuellement des évaluateurs et analystes expérimentés dans les domaines de la performance sociale, l'évaluation, l'analyse financière, le conseil d'entreprise et de la recherche.

La société est enregistrée au Royaume-Uni sous le numéro Reg No: 09305849.

© Inclusion [Africa] Ltd.