

## Sommaire

Résumé des Fondements de l'Évaluation	2
Profil institutionnel	3
Analyse des facteurs et sous facteurs de l'EPS de l'URC-Nazinon	9
Marché de la Microfinance au Burkina Faso	23

## Analyste en chef

ESPAGNE

**Moustapha Gueye**

Directeur de l'Analyse

## Analystes

ESPAGNE

**Richard O. Wilson**

PDG Inclusion [Africa] Ltd.

BENIN

**Gilles Da Costa**

Directeur Régional Afrique de l'Ouest

## 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 l'URC-Nazinon 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](http://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 : URC-NAZINON 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	

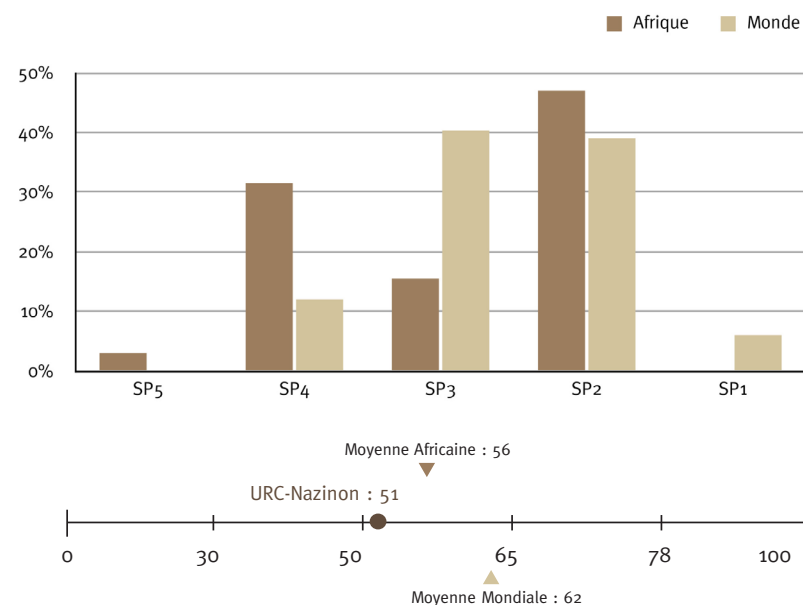
Notation implicite du Scorecard : SP3 / Score total : 51

## URC-Nazinon Aperçu : Raison Sociale

Date de création	1984
Forme juridique	COOPERATIVE
Portefeuille brut de prêt (F CFA)	3.073.178.389
Emprunteurs actifs	15.124
Montant moyen de prêt (F CFA)	203.199

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 a estimé qu'un ajustement à la baisse de la note de l'URC-Nazinon obtenue du scorecard était nécessaire. Le remplacement de la note SP<sub>3</sub> par SP<sub>4</sub> était plus approprié en raison de l'introduction récente d'outils de mesure de l'impact social qui ne sont pas encore pleinement implantés. Également pris en compte est le faible score (SP<sub>4</sub>) réalisé dans les pratiques de protection des clients, qui agit comme une référence sur la note globale à attribuer.
- » L'énoncé de mission de l'URC-Nazinon ainsi que ses buts et objectifs intègrent les aspects suivants du scorecard du SPA : réduction de la pauvreté, création d'emplois, accroissement de l'accès à l'éducation et la santé, les questions du genre et l'accès aux zones et populations mal desservies.
- » Ses buts et objectifs sociaux sont clairement définis et des efforts sont faits pour mesurer les progrès vers leur réalisation, bien que les systèmes existants limitent leur capacité à mesurer efficacement tous ces objectifs.
- » Le Conseil d'Administration est entièrement composé de représentants des membres de l'Assemblée Générale, caractérisé par l'absence de femmes, et dépourvu de niveau élevé d'éducation plus formelle.
- » L'équipe de gestion de l'institution possède une expérience de travail limitée à des postes de responsabilités de performance sociale, mais une vaste expérience dans le domaine de la Microfinance.
- » Les employés ont reçu en moyenne cinquante jours de formation dans le domaine de la performance sociale et sur des sujets concernant la mission sociale de l'URC-Nazinon, la prévention du surendettement, et les pratiques de recouvrement responsables. Les agents de crédits ont également reçu une formation sur le PPI et comment l'utiliser.
- » Il n'y a pas de département entièrement dédié à la gestion de la performance sociale. Le Directeur de l'Union assure cette fonction.
- » Le taux de rotation du personnel est très faible. Cependant aucune interview systématique n'est réalisée en cas de départ d'un agent.
- » La mesure du résultat social est limitée. L'URC-Nazinon saisit et évalue les données du (PPI) produites par son système d'information de gestion (SIG). Cependant, le logiciel n'est pas mis à jour, ce qui entrave son efficacité.
- » Les livrets ou documents de prêts remis au client fournissent des informations séparées sur le montant principal et l'intérêt à payer. Un échéancier de remboursement (tableau de remboursement) est remis au client.
- » Bien que les taux d'intérêt nominaux, les frais et les dépenses relatives aux produits soient communiqués aux clients verbalement et par écrit, la compréhension du client sur les prix pratiqués par l'institution a été jugée très faible. Par ailleurs, le taux d'intérêt effectif global n'est pas affiché comme l'exige la réglementation dans la zone UEMOA.
- » Les politiques concernant le recouvrement des prêts sont communiquées aux clients oralement et par écrit. Tout retard ou défaut de paiement peut être récupéré à partir de l'épargne par capitalisation obligatoire. Toutefois, les clients ne savent pas ou souvent ne se souviennent pas des actions que prendront les agents de crédit.
- » L'engagement récent de l'institution dans la gestion de la performance sociale a abouti à la création d'un produit de crédit social, destiné principalement aux femmes et ne nécessitant pas de garantie physique ou matérielle.
- » Il n'existe pas de bureau de crédit formel ou un registre de crédit partagé disponible pour les IMF. La capacité d'endettement est déterminée par auto-déclaration, une enquête au niveau du voisinage, et à travers la communication avec d'autres institutions. Les clients fournissent des lettres de non engagement délivrées ou signées par les IMF concurrentes.
- » Le mécanisme de gestion des plaintes des clients est faible. L'URC-Nazinon ne dispose pas d'un personnel dédié, formé pour traiter les plaintes des clients, ni d'un mécanisme officiel de suivi ou d'analyse et de résolution des plaintes en temps opportun ou dans le délai.
- » L'IMF a un taux élevé de sortie de clients salariés en raison de la forte concurrence des succursales de banques nouvellement créées dans la région. En revanche, le taux de sortie pour les clients non-salariés/travailleurs indépendants est assez faible.
- » L'URC-Nazinon a des politiques écrites dans son code de déontologie qui lutte contre la discrimination, le harcèlement et s'assure de la confidentialité, un salaire égal pour un travail égal, et du traitement respectueux des clients.
- » Il n'y a pas de femmes dans le Conseil d'Administration et une faible proportion de celles-ci occupe des postes de direction.
- » L'URC-Nazinon n'a pas de politique environnementale écrite ou informelle aussi bien pour les clients que pour l'organisation elle-même. L'institution autorise le financement de toutes les activités légales indépendamment de l'analyse de l'impact environnemental.

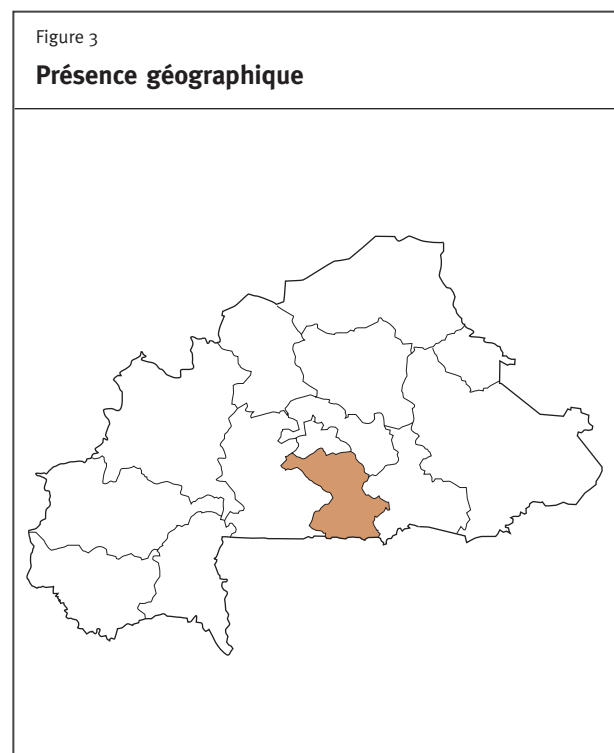


## Profil institutionnel

### Mission sociale

« Offrir de manière durable des produits et services financiers et non financiers adaptés aux besoins de ses membres et usagers (prioritairement ceux exerçant des activités économiques dans les zones rurales et semi urbaines du Burkina Faso) dans le but d'améliorer leurs conditions de vie. »

Données clés (Décembre, 2014)	
Portefeuille brut de prêt (F CFA)	3.073.178.389
Montant moyen du prêt (F CFA)	203.199
Produits :	
Prêt individuel, prêt de groupe solidaire, épargne volontaire et obligatoire, compte courant, dépôt à terme, transfert, assurance vie	
Nombre d'emprunteur	15.124
Effectif du personnel	59
Clients par agent de crédit	1.717
Nombre de coopératives	5
Pays d'intervention	Burkina Faso
Zone d'intervention	Centre-Sud
Urbain/Rural	22 %/78 %
Forme Juridique	COOPERATIVE
Régulateur	BCEAO/Ministère de l'Economie et des Finances





INDICATEURS SOCIAUX	2012	2013	2014
% des clients ruraux	83	78	78
% des clients femmes	34	31	31
% de femme épargnante active	ND	33	32
% Clients en dessous de \$ 1,25 par jour	ND	ND	ND
% Clients en dessous de \$ 2,00 par jour	ND	ND	ND
% Clients en dessous du seuil de pauvreté	ND	ND	ND
% Clients sans éducation formelle	ND	ND	ND
Taux de désertion des clients	0,126	0,38	0,249
Solde moyen de prêt par emprunteur/RNB par habitant	62,48	54,69	ND
% d'employés féminins	54	56	51

INDICATEURS FINANCIERS	2012	2013	2014
Rendement du portefeuille	14,30	14,35	13,18
Ratio des frais d'exploitation	9,69	14,61	14,08
Ratio des frais financiers	2,3	0,6	0,5
Provision pour créance douteuse	-	6,5	6,3
Ratio d'autosuffisance opérationnelle	85,4	58,5	67,0
Ratio capital/actif	9,27	9,53	9,30
Ratio d'endettement sur capitaux propres	9,79	9,49	9,75
Rendement des actifs	-2,14	-0,3	-0,4
Rendement des capitaux propres	-21,19	-3,1	-4,2

L'Union Régionale des Coopératives d'épargne et de crédit Nazinon (URC-Nazinon) a été créée en 1984. En 1997, l'URC-Nazinon est devenue une entité mutualiste indépendante et en 2004, a été officiellement restructurée pour étendre ses activités en dehors de la province Zoundwégo et dans les zones environnantes. L'institution regroupe les Coopératives d'épargne et de crédit de Manga, Kaibo, Gomboussougou, Nobéré et Kombissiri et a 14 points de service couvrant les provinces du Bazéga Boulgou, Nahouri et Zoundwégo. Chaque Coopérative est représentée par 6 membres au niveau de l'assemblée générale de l'URC-Nazinon.

L'IMF est gérée par un groupe d'organes élus et une équipe technique. Les organes élus sont composés d'un Conseil d'Administration de 7 membres, un Comité de Crédit de 3 membres et un Comité de Contrôle de 3 membres. Le personnel, au nombre de 59 est composé de l'équipe dirigeante de l'union et du personnel affecté aux différentes Coopératives d'Epargne et de Crédit (COOPEC).

Elle offre plusieurs produits tels que les prêts au personnel (Crédit Union), aux particuliers (Agro et Crédit Commercial) aux groupes (Crédit de la Communauté).

Au 31/12/2014, le nombre total de clients est 25.748 ; les clients provenant du milieu rural représentent 78 % du portefeuille de prêt ; et l'encours de crédit était d'environ 3.073.178.389 F CFA avec un total de 15.124 d'emprunteurs actifs.



## 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				68	
Stratégie et Leadership		47			
Relations avec les Clients			57		
Appréciation du Résultat ou de l'Impact Social		47			
Ressources Humaines			54		
Performance Environnementale	15				

Figure 5

#### Contribution relative de chaque facteur à la note globale obtenue par URC-Nazinson (SP4)

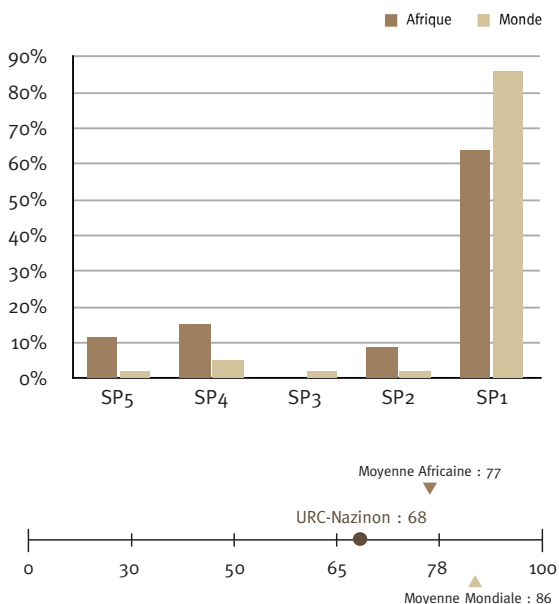




## Comparaison régionale et internationale des notes obtenues par URC-Nazinon

Figure 6

### Mission Sociale

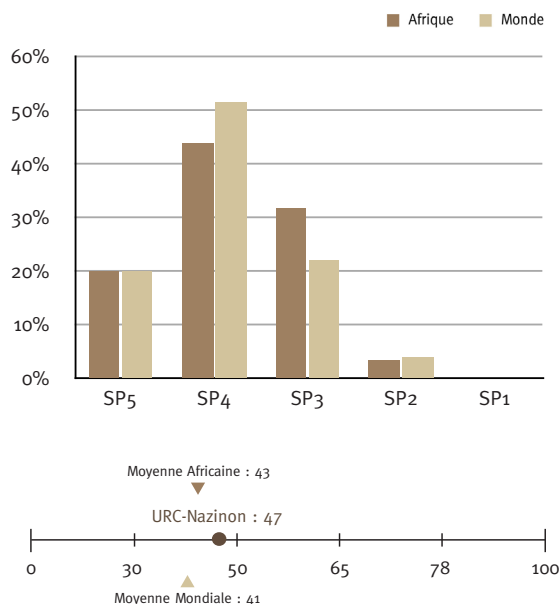


Sources : 2009 et 2010 MIX data et Inclusion [Africa] EPS Scorecard

- » La mission est déclinée en trois buts sociaux que sont : a) augmenter le nombre de clients, de femmes et des clients du monde rural, b) la satisfaction de la clientèle et c) le changement positif à apporter aux clients.
- » Chaque but social comporte des objectifs spécifiques assortis d'indicateurs à suivre. La mission se focalise sur les populations pauvres, surtout des zones défavorisées en augmentant leurs revenus par l'intermédiaire de l'offre de services financiers et non-financiers.

Figure 7

### Stratégie et Leadership



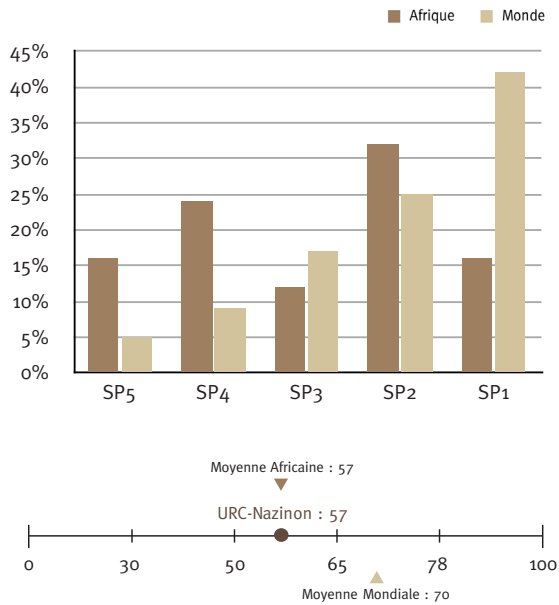
Sources : 2009 et 2010 MIX data et Inclusion [Africa] EPS Scorecard

- » Les cadres dirigeant sainsi que le reste du personnel ont une large expérience dans le secteur de la microfinance. Cependant leur expérience concernant la gestion de la performance sociale est limitée.
- » Le conseil d'administration n'est formé que des membres de la Coopérative. Il se caractérise par un faible niveau d'éducation formelle des membres et par l'absence des femmes.
- » Le conseil d'administration se réunit 4 fois par an au niveau de la faïtière. Les sujets abordés en dehors de quelques statistiques ne traitent pas véritablement la performance sociale de l'institution.
- » Les conseils d'administration des différentes coopératives constituant l'URC-Nazinon, ont eu à se réunir environ 12 fois en 2014, réunions au cours desquelles les discussions étaient surtout axées sur la gestion financière au détriment de l'aspect performance sociale.



Figure 8

### Relation-Client

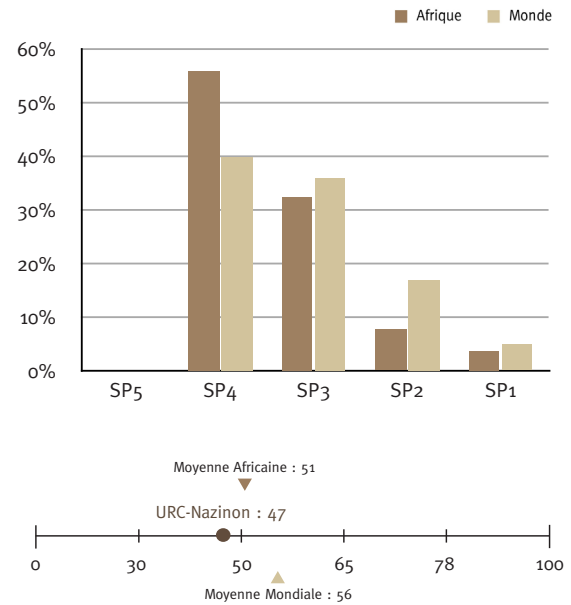


Sources : 2009 et 2010 MIX data et Inclusion [Africa] EPS Scorecard

- » L'URC-Nazinon offre une gamme variée de produits financiers de crédit, d'épargne, de transfert d'argent, d'assurance vie à ses clients (salariés et non-salariés). Les produits non financiers offerts concernent le développement des affaires et la formation en éducation financière.
- » Les prix des produits ainsi que leurs conditions, sont communiqués aux clients verbalement et par écrit. Une attention particulière est donnée aux clients des crédits à caution solidaire. De même, un tableau d'amortissement est fourni aux clients avec le contrat de crédit. Cependant le niveau de compréhension et d'assimilation des termes et conditions par les clients est faible. Le taux d'intérêt effectif n'est pas communiqué, mais le nominal oui.
- » Des politiques concernant le traitement respectueux, confidentiel et sans discrimination des clients sont en place.
- » L'élaboration de nouveaux produits ainsi que l'ouverture de nouveaux guichets sont précédées d'enquêtes auprès des clients pour recueillir leurs avis.
- » Un mécanisme formel de gestion des plaintes des clients fait défaut. Les plaintes sont recueillies et gérées de façon informelle.

Figure 9

### Appréciation du Résultat ou de l'Impact Social



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

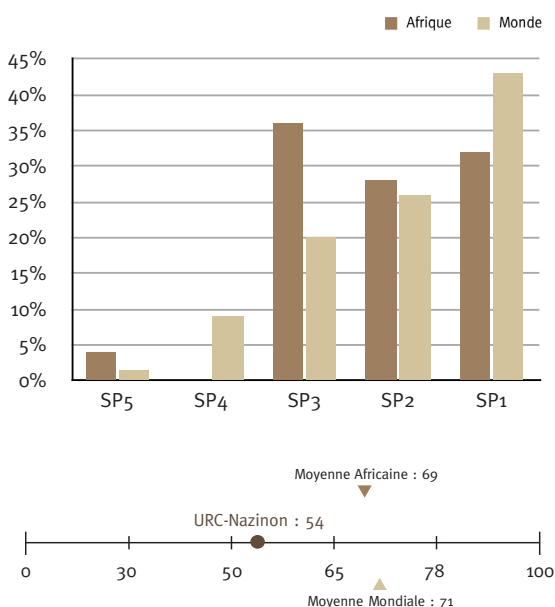
- » Les données clients à l'ouverture d'un compte ou à la demande d'un prêt sont collectées et insérées dans le logiciel de l'institution en vue de leur suivi. Cependant, seulement les données du PPI concernant les clients du crédit à caution solidaire font l'objet d'un suivi dans une optique de performance sociale. Il est à noter que cet outil même pour ce type de crédit, n'est pas totalement implanté.
- » Le SIG, du fait son inefficacité n'est pas capable de générer des rapports mensuels, ni annuels et les quelques statistiques concernant les objectifs sociaux sont incorporées dans le rapport annuel d'activité de l'institution.



## Comparaison Globale et Régionale

Figure 10

### Ressources Humaines

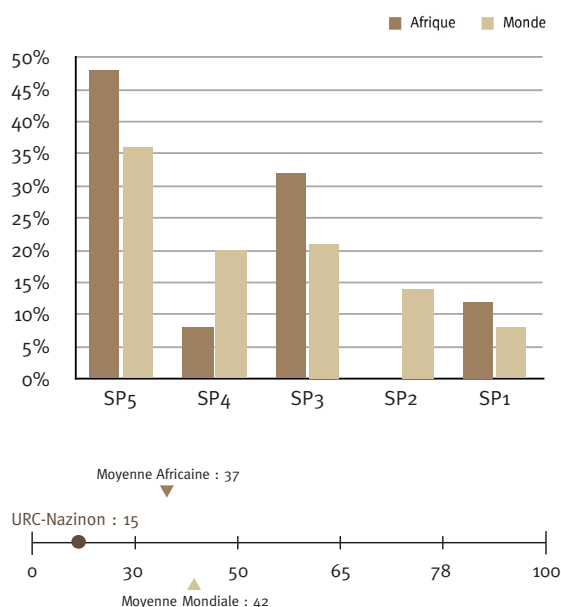


Sources : 2009 et 2010 MIX data et Inclusion [Africa] EPS Scorecard

- » L'institution dispose d'un département administratif et financier dirigé par un cadre supérieur en charge également de la gestion des ressources humaines.
- » Des manuels de procédures et un code éthique sont en place et définissent le comportement et les actions à suivre par les employés dans leurs relations avec les clients.
- » La rémunération est clairement définie et respecte la convention collective en vigueur. Des évaluations du personnel sont menées de façon trimestrielle avec une moyenne annuelle à l'aide d'un formulaire préétabli et prenant en compte certains aspects liés à la gestion de la performance sociale.
- » Des mesures sont prises en faveur des employés pour les mettre dans de bonnes conditions de travail.
- » L'auditeur interne produit des rapports sur l'application et les défaillances du système de sécurité en place.

Figure 11

### Performance Environnementale



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

- » Des politiques en faveur de l'environnement ne sont pas encore définies aussi bien au niveau interne que dans les relations avec les clients.





## Analyse des facteurs et sous facteurs du EPS de l'URC-Nazinon

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 mesure de communications en vue de la réalisation de la mission sociale et des objectifs

Note générée par le Scorecard – SP2 (68)

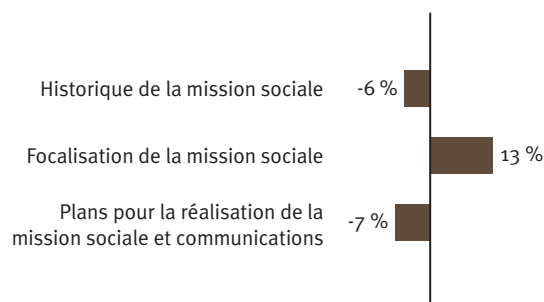
Figure 12

### Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Historique de la mission sociale		45			
Focalisation de la mission sociale					91
Plans pour la réalisation de la mission sociale et communications			57		

Figure 13

### Contribution relative des sous facteurs



### Indicateurs clés

- » L'URC-Nazinon avait défini sa mission sociale en 2012 et celle-ci fait l'objet d'une revue tous les deux ans.
- » L'énoncé de mission indique clairement que l'IMF fournira de manière durable des produits et services financiers et non financiers adaptés aux besoins de ses membres et usagers dans le but d'améliorer leurs conditions de vie.
- » L'URC-Nazinon a élaboré un plan stratégique 2014 - 2017 dans lequel se retrouve sa mission déclinée en trois objectifs sociaux ci-après :
  - Augmenter la cible démographique en l'augmentant de 6.000 clients d'ici 2017, tout en maintenant dans la clientèle un ratio d'au moins 70 % de membres ruraux et semi-urbains, et 35 % de femmes.
  - Améliorer la satisfaction de la clientèle de 20 %, en offrant de nouveaux produits et services financiers. Renforcer les capacités en gestion du crédit et de l'activité génératrice de revenus (AGR) de 25 % par l'intermédiaire de la formation en éducation financière de la clientèle.
  - Effectuer un changement positif dans la vie de ses clients les plus pauvres. En accordant des crédits solidaires ou de groupe aux femmes, sans aucune exigence de garantie, l'URC-Nazinon s'est fixée un objectif de réduction de 30 % du niveau de pauvreté des clients et usagers.
  - Mettre en place un système de gestion des plaintes des clients.
  - Apporter des soutiens dans le domaine de la santé aux communautés d'accueil.
- » Bien que clairement définis dans le plan d'affaires et le tableau de bord prospectif, la mission sociale, les objectifs spécifiques et les indicateurs sociaux ne sont pas bien communiqués aux partenaires externes et dans une moindre mesure au personnel interne.
- » La seule communication sur les performances sociales à destination des partenaires externes se traduit par des rapports adressés aux autorités de régulation du secteur de la Microfinance (Ministère de l'économie et des finances et la Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest). Ces rapports sont rendus obligatoires par la BCEAO et exigent une production limitée des données de performance sociale.
- » En interne, la mission sociale de l'institution est affichée et bien visible dans les succursales et certaines données relatives à la performance sociale sont discutées lors des réunions mensuelles et trimestrielles de la direction.
- » Il est à noter que, bien que la haute direction ait une bonne compréhension de la mission et des objectifs de l'URC-Nazinon, ceci n'est pas toujours le cas pour le personnel terrain qui a une connaissance limitée de la mission et de les objectifs sociaux.



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 (47)

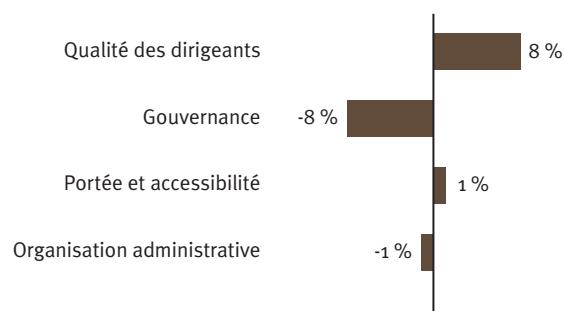
Figure 14

**Tableau des sous facteurs**

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Qualité des dirigeants			58		
Gouvernance		33			
Portée et accessibilité		48			
Organisation administrative		43			

Figure 15

**Contribution relative des sous facteurs**



### Indicateurs clés

- » Le conseil d'administration est entièrement composé de représentants des membres de l'assemblée générale, caractérisé (membres du CA) par l'absence de femmes, et d'un niveau pas élevé en éducation formelle.
- » Le personnel de direction a peu d'expériences dans des postes à responsabilités sociales, mais a une expérience raisonnable en Microfinance.
- » Les employés ont reçu en moyenne 50 jours de formation qui couvrent la performance sociale, la prévention du surendettement, le recouvrement, la communication avec les clients et l'utilisation du PPI.
- » Le taux de rotation du personnel est très faible. Cependant aucune interview systématique n'est réalisée en cas de départ d'un agent pour connaître son opinion.
- » Il n'existe aucun plan formel de succession ou de contingence en cas de départ d'un employé occupant un poste stratégique au sein de l'institution.
- » Les objectifs et indicateurs sociaux ne sont pas toujours inclus comme points de discussion à l'ordre du jour des sessions du Conseil d'Administration.
- » Le SIG a une capacité très limitée pour produire les données sociales.
- » Il n'y a pas de département entièrement dédié à la gestion de la performance sociale. Le Directeur de l'institution assure cette fonction et quelques points sociaux sont débattus lors des comités de direction.



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

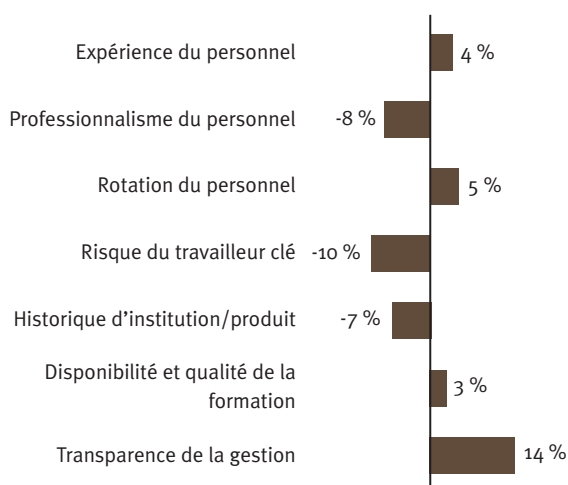
Figure 16

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Expérience du personnel				76	
Professionalisme du personnel	25				
Rotation du personnel					81
Risque du travailleur clé	15				
Historique d'institution/ produit	23				
Disponibilité et qualité de la formation				69	
Transparence de la gestion					100

Figure 17

Contribution relative des sous facteurs



### Indicateurs clés

- » Le personnel de direction a peu d'expériences à des postes à responsabilités sociales (2 ans), mais a une expérience raisonnable en Microfinance et avec le marché ciblé (en moyenne 9 ans pour les cadres supérieurs et 6 ans pour les agents de crédit).
- » Le taux de rotation du personnel est très faible (0 % pour les cadres supérieurs et intermédiaires et 16 % pour les agents de crédit). Cependant aucun entretien systématique n'est réalisé en cas de départ d'un agent pour connaître son opinion.
- » Bien que représentant plus de 50 % du personnel, les femmes sont peu représentées aux postes de direction.
- » Les employés ont reçu en moyenne 50 jours de formation qui couvrent la performance sociale, la gestion du crédit, la prévention du surendettement, le recouvrement, la communication avec les clients et l'utilisation du PPI.
- » Bien qu'il existe des fiches précisant les qualités et exigences requises pour chaque poste, il n'existe aucun plan formel de succession ou de contingence en cas de départ d'un employé occupant un poste stratégique au sein de l'institution.
- » Les produits à fortes orientations sociales sont très récents. En 2012, l'IMF a introduit un nouveau produit « prêts de groupe » à forte orientation sociale afin d'accroître sa portée vers les pauvres et les plus vulnérables, surtout les femmes.
- » Certaines données sociales sont accessibles aux ayants droit (personnel) quand cela est nécessaire. De même un rapport de formation et de conduite de test pilote avec le PPI dans le cadre du projet MISION AFRICA, fait par un cabinet externe, est partagé avec les partenaires de l'institution sur demande. L'institution a également bénéficié d'un audit social de ses pratiques toujours dans le cadre du projet MISION AFRICA.



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

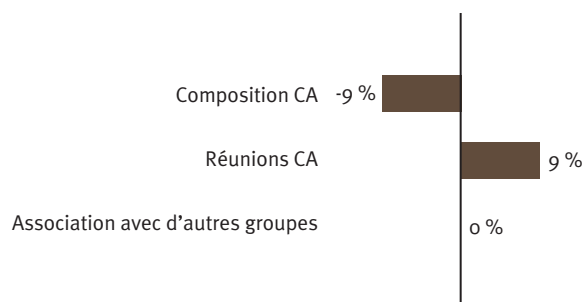
Figure 18

**Tableau des sous facteurs**

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Composition CA	27				
Réunions CA		43			
Association avec d'autres groupes		33			

Figure 19

**Contribution relative des sous facteurs**



**Indicateurs clés**

- » Le Conseil d'Administration (7 personnes) est entièrement composé de représentants des membres de l'assemblée générale, caractérisés (membres du CA) par l'absence de femmes et d'un faible niveau en éducation formelle. Ces derniers ont un niveau d'étude équivalent au BAC au maximum et des compétences uniquement en gestion des ressources humaines, avec des organismes gouvernementaux et en affaires.
- » Le CA se réunit quatre fois par an. Des sessions extraordinaires sont tenues. Certains aspects de la performance sociale sont discutés lors de ces réunions, mais ne sont pas régulièrement dans les agendas. Il est à noter aussi au sein du CA, l'absence d'un comité chargé des performances sociales de l'institution.
- » Les conseils d'administration des différentes coopératives constituant l'URC-Nazinon, ont eu à se réunir environ 12 fois en 2014, sessions pendant lesquelles les discussions étaient surtout axées sur la gestion financière au détriment de l'aspect performance sociale.
- » Les membres du CA ne sont pas rémunérés. Ces derniers reçoivent des jetons de présence en compensation des frais engagés (déplacement...) à chaque session organisée.



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

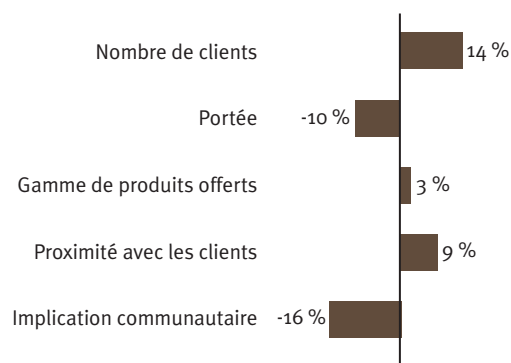
Figure 20

**Tableau des sous facteurs**

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Nombre de clients					86
Portée	28				
Gamme de produits offerts			55		
Proximité avec les clients				72	
Implication communautaire	0				

Figure 21

**Contribution relative des sous facteurs**



**Indicateurs clés**

- » Au 31 décembre 2014, l'URC-Nazinon comptait 15.128 emprunteurs actifs dont 3.307 femmes et 19.353 épargnant actifs dont 6.227 femmes, pour un total de 25.748 clients (dont, seulement 31 % de femmes et 78 % en zones rurales).
- » Le rapport du test pilote avec le PPI achevé en septembre 2013 (dernières données disponibles), montre qu'environ seulement 19 % de la clientèle de l'institution est en dessous du seuil national de pauvreté (seuil nationale de pauvreté est de 108.454 F CFA/habitant/an).
- » Plusieurs produits de prêts et d'épargne sont offerts aux clients :
  - Crédit à la Consommation, Crédit Agro-Sylvo-Pastorale, Crédit Commercial, Crédit Communautaire, épargne (Dépôt à Vue, Dépôt à Terme (DAT); Compte Épargne à Terme (CET), Compte à Terme (CAT), Compte Épargne Patriotique (CEP), Compte Épargne Logement (CEL), Plan Épargne Logement (PEL), Compte Épargne Nantie).
  - La domiciliation de salaire et le transfert d'argent sont également proposés.
  - Cependant des services tels que la banque mobile n'existent pas.
- » Quelques sessions de formation sont adressées aux clients (éducation financière, gestion d'une activité génératrice de revenu).
- » L'URC-Nazinon a 16 points de services repartis sur l'ensemble de sa zone d'intervention. Les agents de crédit se déplacent pour visiter les clients lors des réunions des groupes et dans le cadre du montage de dossier de prêt. Cependant, le rayon d'action des agents est quelque fois éloigné (plus de 50 km du point de service).
- » Historiquement, les actions sociales en faveur de la communauté étaient très limitées. Cependant, depuis 2015, l'URC-Nazinon s'est engagée à réaliser chaque année des dons à 2 structures sanitaires de sa zone d'intervention.



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**

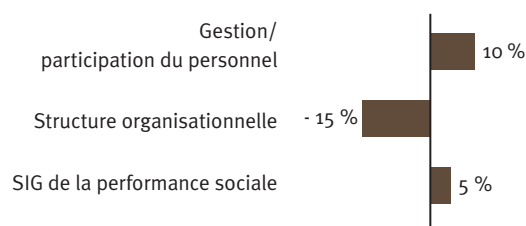
Figure 22

**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**

- » L'URC-Nazinon n'a pas de département entièrement dédié à la gestion de la performance sociale. Le Directeur de l'Union assure cette fonction.
- » Quelques sujets de performance sociale sont débattus lors des comités de direction des COOPEC et de la faïtière (hebdomadaires et trimestriels). Toutefois, ces sujets ne sont pas clairement inscrits à l'ordre du jour des réunions.
- » Le PPI est l'outil retenu par l'institution pour apprécier le niveau de pauvreté des clients des groupes de solidarité. Toutefois, le PPI n'a pas été utilisé pour tous les clients et la version non à jour du logiciel qui est utilisé pour générer les statistiques rend le SIG peu fonctionnel et performant.
- » Le service audit ne vérifie pas avec plus de précision les données sociales de l'institution.
- » Pour connaître le niveau de satisfaction de la clientèle, un cabinet externe a été désigné en vue de mener pour une première fois une enquête de satisfaction de la clientèle d'une part et d'autre part de former une équipe interne qui va réaliser de façon continue dans le temps ces enquêtes.



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 (57)

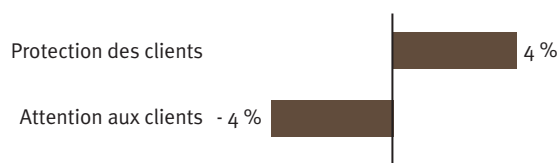
Figure 24

**Tableau des sous facteurs**

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Protection des clients			61		
Attention aux clients			52		

Figure 25

**Contribution relative des sous facteurs**



**Indicateurs clés**

- » Les taux d'intérêts nominaux et les frais liés au crédit sont communiqués par écrit, verbalement et en langue locale. Cependant le taux d'intérêt effectif global n'est pas communiqué ainsi que certains frais.
- » Les politiques concernant le recouvrement des prêts sont communiquées aux clients oralement et par écrit. Tout retard ou défaut de paiement peut être récupéré à partir de l'épargne par capitalisation obligatoire. Toutefois, les clients ne savent pas ou ne se souviennent pas des actions que prendront l'institution.
- » Il n'existe pas de bureau de crédit formel ou un registre de crédit disponible pour les IMF. La capacité d'endettement du client est déterminée par auto-déclaration, une enquête au domicile et au lieu d'activité pour les premiers clients, l'analyse de l'historique en interne pour les anciens clients et la communication avec d'autres institutions. Les clients fournissent des lettres de non engagement délivrées ou signées par les IMF concurrentes. Cette pratique est quelque peu efficace en raison des contraintes concurrentielles.
- » Le mécanisme de gestion des plaintes des clients est faible. L'URC-Nazinon ne dispose pas d'un personnel dédié, formé pour traiter les plaintes des clients, ni d'un mécanisme officiel de suivi ou d'analyse et de résolution des plaintes en temps opportun ou dans le délai. Aucun dispositif en place ne permet de faire un lien entre les plaintes et l'amélioration éventuelle des produits et services. Aucune directive n'existe pour sécuriser des plaintes éventuelles des clients.
- » Une étude de la satisfaction du client est mise en œuvre, mais n'a pas encore été achevée.



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

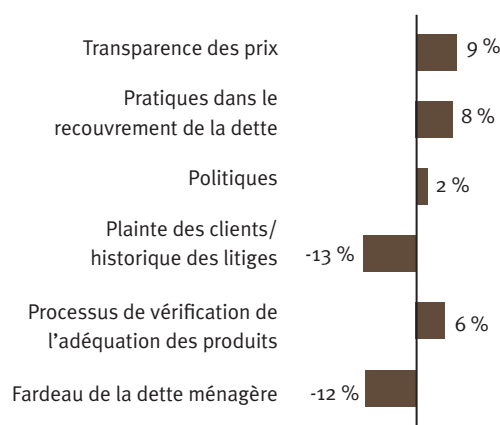
Figure 26

**Tableau des sous facteurs**

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Transparence des prix					90
Pratiques dans le recouvrement de la dette					92
Politiques				71	
Plainte des clients/historique des litiges	0				
Processus de vérification de l'adéquation des produits					83
Fardeau de la dette ménagère		32			

Figure 27

**Contribution relative des sous facteurs**



**Indicateurs clés**

- » Même si les agents de crédit ont reçu une formation sur la communication des Prix et conditions des produits, même si ces conditions et termes sont communiqués de façon écrite et verbale aux clients, le niveau de compréhension de ces conditions et termes reste faible et est dû en grande partie au faible niveau d'alphabétisation de ces clients.
- » Une politique de recouvrement des dettes est en place. Elle décrit les différentes étapes de recouvrement qui sont connues des agents de crédit et d'autres membres du personnel concerné. Ces politiques sont communiquées aux clients oralement et par écrit. Toutefois, les clients ne savent pas ou ne se souviennent pas des actions que prendront l'institution. Aussi, les mesures prises par les agents de crédit ne sont-elles pas toujours uniformes.
- » Le Code de déontologie donne des directives sur la nécessité de concevoir des produits basés sur les besoins des clients, de traiter les clients avec respect et sans discrimination, de communiquer avec eux d'une manière compréhensible, et de respecter la confidentialité des données des clients. Ce code prend en compte la majorité des principes de protection des clients.
- » Plusieurs manuels contiennent des informations sur les conditions, les prix et d'autres termes relatifs aux produits offerts par l'Union, même si aucune politique officielle écrite n'existe pas sur le surendettement des clients.
- » La capacité d'endettement du client est déterminée par auto-déclaration, une enquête au domicile et au lieu d'activité l'analyse de l'historique interne pour les anciens clients, la communication avec d'autres institutions. Les clients fournissent des lettres de non engagement délivrées ou signées par les IMF concurrentes. Cette pratique est quelque peu efficace en raison des contraintes concurrentielles.
- » La capacité d'endettement est déterminée également à l'aide du compte d'exploitation du client sur 3 mois. Ces données permettent d'élaborer un quotient de quotient. Pour le crédit solidaire, il existe une période de cinq jours où le client peut annuler son contrat de crédit sans pénalité.
- » Il n'existe pas de bureau de crédit formel ou un registre de crédit disponible pour les IMF.





- » Il n'existe pas un mécanisme formel de gestion des plaintes. Certains chefs d'agence tiennent un registre local pour transcrire et gérer les plaintes des clients reçues de façon verbale. Cette initiative a vu le jour pour pallier en partie au faible niveau d'alphabétisation des clients, mais aussi en raison de la réticence de ces derniers à rédiger leurs plaintes. Malheureusement, les clients ne sont pas suffisamment informés de l'existence d'un tel dispositif.
- » Des boîtes à suggestions existent au niveau des coopératives mais ne sont pas utilisées par les clients du fait de l'analphabétisme et des réticences.
- » L'élaboration de nouveaux produits ainsi que l'ouverture de nouveaux guichets sont généralement précédées d'enquêtes auprès des clients pour recueillir leurs avis.



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**

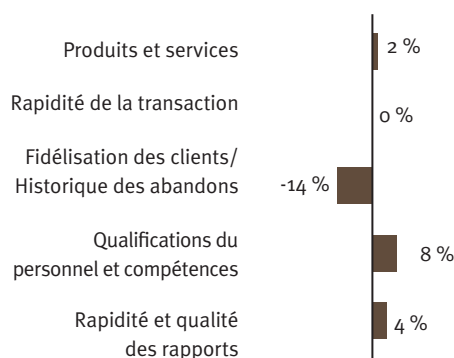
Figure 28

### Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Produits et services			59		
Rapidité de la transaction			50		
Fidélisation des clients/ Historique des abandons	29				
Qualifications du personnel et compétences					90
Rapidité et qualité des rapports				71	

Figure 29

### Contribution relative des sous facteurs



### Indicateurs clés

- » L'URC offre une variété de produits à plusieurs cibles. Elle offre des prêts aux microentreprises, aux individus et aux groupes ou groupements. Ses produits de crédit concernent également l'agriculture ainsi que les prêts à la consommation, sans oublier les produits d'épargne (Dépôt à vue, Dépôt à terme...). Les produits non financiers proposés se focalisent essentiellement dans la gestion des activités génératrices de revenus et l'éducation financière, même si elles sont limitées dans leur portée et en fréquence.
- » La durée d'approbation des crédits est acceptable et est de 10 jours au maximum pour le crédit individuel, 15 jours pour le crédit aux groupes et 30 jours pour les groupes de caution solidaire, du fait de la nécessité pour ces derniers de prendre part au préalable aux sessions de formation. Le décaissement après approbation dure en moyenne 2 jours quel que soit le prêt accordé.
- » Bien que le score attribué par le scorecard est faible concernant l'indicateur de la fidélisation des clients en raison de l'absence d'un système d'enquêtes et de suivi des sorties, la taux de fidélisation des clients est élevé et à plus de 99 % en 2014. Les quelques abandons sont surtout dus aux clients salariés qui sont récupérés par les banques nouvellement installées dans la zone.
- » Les agents de crédit et les agents de niveau intermédiaire dont les responsabilités comprennent l'interaction avec les clients ont des niveaux adéquats de formation et d'expérience, et parlent la langue régionale appropriée, y compris le Moré, la langue locale la plus parlée.
- » Les livrets ou documents de prêts remis au client fournissent des informations séparées sur le montant principal et l'intérêt nominal à payer à chaque échéance. Un échéancier de remboursement (tableau de remboursement) est remis au client. Cependant, il n'y a pas de détails sur soit le taux d'intérêt annuel ou le taux d'intérêt effectif global.
- » Les livrets d'épargne, ainsi que ceux relatifs au prêt sont régulièrement mis à jour et les clients ont la possibilité de vérifier l'état de leurs comptes.
- » Certains contrats de crédit consultés au niveau de certaines agences ne sont pas correctement complétés, ou comportent des défauts de signature.
- » Les avis des clients sont recueillis principalement sous forme verbale et seulement lors des réunions de groupe et de l'Assemblée générale.
- » Une étude de la satisfaction du client est mise en oeuvre, mais n'a pas encore été achevée.



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 – SP4 (47)

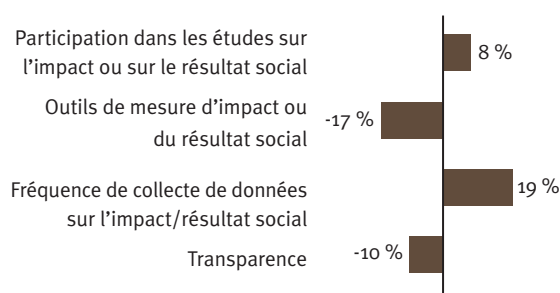
Figure 30

**Tableau des sous facteurs**

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Participation dans les études sur l'impact ou sur le résultat social				72	
Outils de mesure d'impact ou du résultat social	12				
Fréquence de collecte de données sur l'impact/résultat social					100
Transparence		36	6		

Figure 31

**Contribution relative des sous facteurs**



### Indicateurs clés

- » Suite à la phase test de l'Enquête PPI menée par un cabinet externe, les données des clients du Crédit Solidaire sont régulièrement recueillies et insérées dans le SIG.
- » L'utilisation du PPI ne concerne pas tous les clients et points de services de l'institution. Mais aussi du fait de sa récente introduction, un suivi et une analyse des données ne sont pas en place.
- » Le SIG est incapable de fournir des rapports concernant le PPI, et certaines données concernant le nombre de femmes dans le portefeuille, le nombre et les différents types de crédit accordés, sont publiées uniquement dans le rapport annuel de l'institution.



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 – SP3 (54)

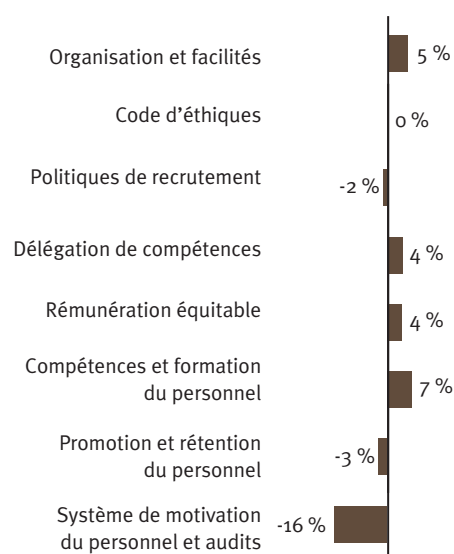
Figure 32

### Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Organisation et facilités					86
Code d'éthiques			53		
Politiques de recrutement		44			
Délégation de compétences				77	
Rémunération équitable				69	
Compétences et formation du personnel				77	
Promotion et rétention du personnel		43			
Système de motivation du personnel et audits	0				

Figure 33

### Contribution relative des sous facteurs



### Indicateurs clés

- » Il existe un département Administratif et Financier dont le Chef gère les ressources humaines. Ce dernier a un diplôme en finance et comptabilité. Il a bénéficié des formations en gestion des ressources humaines et élaboration des états financiers.
- » Les employés sont évalués chaque année sur une base trimestrielle. Ces évaluations prennent en compte la satisfaction des employés et leur conformité avec le code d'éthiques de l'institution.
- » L'URC-Nazinon a obtenu la note SP5 sur l'indicateur "Systèmes de motivation du personnel et audit," du fait que le système des incentives en place depuis 2 ans, n'inclut pas les performances individuelles des employés ou globales de l'institution dans la réalisation des objectifs sociaux assignés ou autres critères relatifs à la GPS. Cependant, nous reconnaissons que la réalisation de certains objectifs sociaux, est prise en compte dans la promotion des employés.
- » Les doléances du personnel sont traitées de manière informelle. Aucun mécanisme formel n'est en place.
- » Aucun entretien formel n'est réalisé en cas de départ d'un agent.
- » L'Union prend en charge les visites médicales annuelles des agents. Celle-ci (la visite) à un caractère obligatoire. Par ailleurs, chaque employé reçoit un paiement forfaitaire annuel pour couvrir ses frais médicaux.
- » Les Politiques et pratiques de sécurité du personnel sont en place. Des agents de sécurité sont déployés au niveau des COOPEC. L'auditeur interne publie des rapports et formule des recommandations sur la mise en œuvre de toutes les mesures de sécurité. Cependant, bien que toutes les transactions en espèces se fassent au niveau des guichets, il arrive que les agents de crédit soient amenés à collecter de l'espèce sur le terrain. Ceci augmente le risque d'insécurité et des possibilités de malversations.



- » Un code d'éthiques adopté par l'Assemblée générale est en place et comprend des dispositions visant à éviter les conflits d'intérêts, la discrimination, le harcèlement, la corruption, les mauvaises pratiques de recouvrement de mise en œuvre des principes de protection des clients. Les agents sont évalués sur le respect des dispositions du code d'éthiques.
- » Un comité d'éthique a été récemment mis en place pour renforcer et mettre en œuvre le respect du code, mais ce dernier n'est pas encore fonctionnel.
- » Des politiques de non-discrimination sont en place et concernent le sexe, la religion, la région et/ou l'origine ethnique. Il n'y a pas de quotas d'embauche en place pour des groupes défavorisés.
- » L'URC-Nazinon n'a pas des dispositions spéciales pour faciliter ou préserver la mobilité des employés femmes.
- » Les femmes ne sont pas représentées au niveau de la direction, mais représentent 20 % des cadres intermédiaires et 33 % des agents de crédit. Officieusement, les heures de travail flexibles sont souvent offertes aux employés ayant des contraintes familiales.
- » Bien que les données de performance sociale soient collectées, suivies et évaluées à différents niveaux au sein de l'organisation, il est de la responsabilité première du DG de gérer la performance sociale de l'organisation.
- » Les politiques de rémunération des employés sont transparentes et respectent les exigences réglementaires nationales. Les employés les moins rémunérés reçoivent une rémunération supérieure au salaire minimum du secteur. Le principe de la rémunération équitable est présent dans le Code de conduite. Cependant, la différence entre le plus et le moins payé n'est pas abordée.
- » Les nouvelles personnes recrutées sont formées sur la performance sociale, l'analyse du crédit, le code de conduite, la mission sociale, la prévention du surendettement, les pratiques de recouvrement responsables, et les communications avec les clients sur les prix et conditions.
- » La promotion et le maintien des agents de crédit sont basés sur des paramètres financiers et opérationnels (c'est-à-dire la conformité avec les politiques et le code d'éthique de l'URC, le nombre de crédits accordés, les taux de décaissement, les taux de fidélisation de la clientèle).
- » Les primes aux employés sont réparties à la fin de l'année en tenant compte des objectifs assignés et de la note obtenue par ces derniers suite à leur évaluation et aux performances financières. L'instauration des primes est récente (moins de 2 ans).



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 – SP5 (15)

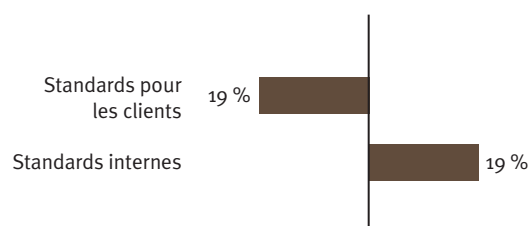
Figure 34

**Tableau des sous facteurs**

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Standards pour les clients	8				
Standards internes	20				

Figure 35

**Contribution relative des sous facteurs**



**Indicateurs clés**

Il n'y a pas de politiques en matière de pratiques environnementales tant à l'interne de l'institution qu'avec les clients. L'institution ne finance pas les activités de vente de charbon de bois sans autorisation ou vente de carburant en bord de la route, non pas parce qu'elles sont considérées comme écologiquement irresponsables, mais parce qu'elles sont considérées comme illégales par les autorités locales. Toutefois, il existe des initiatives indépendantes prises par les coopératives pour conseiller sur les activités nuisibles à l'environnement.



## 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 s'est accrue au cours de ces dernières années, de la population rurale représente encore plus de 75% de la population totale. L'économie burkinabé reste marquée par la prédominance des activités du secteur primaire où sont concentrés 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 suretés ont 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 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.

L'URC-Nazinon 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.