

Sommaire

Résumé des Fondements de l'Évaluation	2
Profil institutionnel	3
Analyse des facteurs et sous facteurs de l'EPS de ALIDÉ	9
Marché de la Microfinance au Bénin	23

Analyste en chef

BÉNIN

Gilles Da Costa

Directeur Régional Afrique de l'Ouest

Analyste

ESPAGNE

Moustapha Gueye

Directeur de l'Analyse

Informations de contact

+229 95 816 309

gdacosta@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 ALIDÉ 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 : ALIDÉ BÉNIN

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	

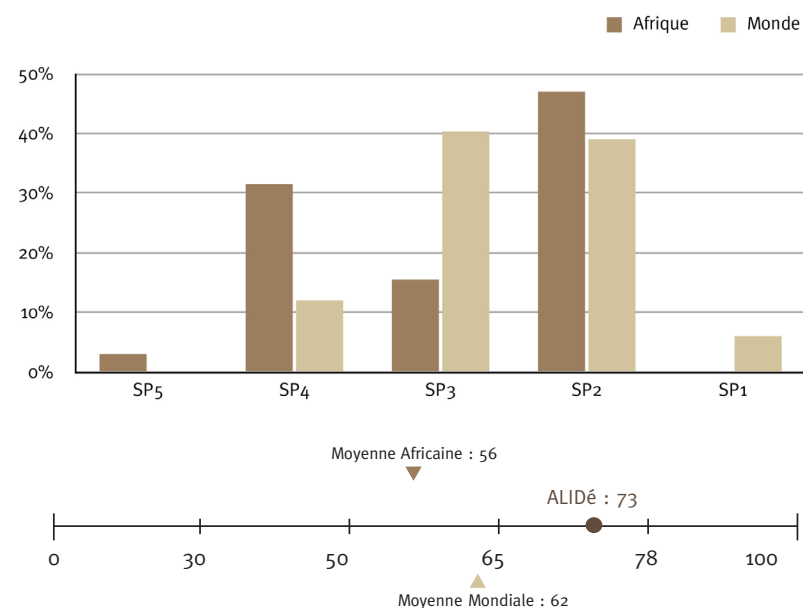
Notation implicite du Scorecard : SP2 / Score total : 73

ALIDÉ Aperçu : Raison Sociale

Date de création	2006
Forme juridique	ASSOCIATION
Portefeuille brut de prêt (F CFA)	3.269.456.616
Emprunteurs actifs	26.227
Montant moyen de prêt (F CFA)	161.410

Figure 2

Comparaison Mondiale



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



Résumé des Fondements de l'Évaluation

- » Inclusion [Africa] Ltd., filiale de Inclusion [Social Ratings], a attribué la note SP2 à ALIDé à la suite du rating de son dispositif de gestion de la performance sociale.
- » La note SP2 (bon) obtenue indique que les infrastructures et processus de ALIDé sous-tendent une forte probabilité que son action se fasse dans l'intérêt optimal de ses clients, que ceci figure au cœur de ses priorités et que le risque qu'elle soit préjudiciable à ses clients et autres parties prenantes est faible. ALIDé pourrait travailler d'avantage pour améliorer son score au niveau de la note SP2 ou pour avoir un SP1 (excellent).
- » ALIDé a une mission sociale depuis sa création en 2006. Celle-ci ainsi que les buts et objectifs sociaux à atteindre ont été reformulés en 2012 et font l'objet de revue annuelle. Cependant, la notion de « client défavorisé » et la proportion des clients en milieu rural à atteindre méritent d'être précisées de façon formelle.
- » ALIDé démontre son fort engagement à l'endroit des femmes et des clients supposés être défavorisés qui sont majoritaires dans son portefeuille (93 % de femmes, 87 % des clients ALODO et Coup de Pouce¹). Mais seulement 18 % de la clientèle ALODO et Coup de Pouce à l'entrée vit en dessous du seuil national de pauvreté.
- » Le taux de rotation du personnel est faible. Ce dernier ainsi que les membres du Conseil d'administration (CA) ont une expérience raisonnable aussi bien dans la gestion de la performance sociale qu'en Microfinance. Certains sujets relatifs à la performance sociale sont discutés au cours des réunions. Cependant le personnel féminin est faiblement représenté au niveau des chargés de prêts et il n'existe pas de plan formel de succession ou de contingence.
- » ALIDé a un service ou département dédié exclusivement à la gestion de la performance sociale avec à sa tête un Responsable Mission Sociale.
- » Les politiques et procédures internes de ALIDé couvrent plusieurs aspects qui assurent une meilleure protection des clients. Un code de déontologie est validé par le CA et diffusé en interne. Cependant, il n'existe pas un véritable dispositif de résolution des plaintes des clients.
- » ALIDé offre plusieurs types de produits et services à ses clients. En dehors de l'assurance qui n'est pas exigée ou proposée à tous les clients et de l'absence de services de banque mobile ou de transfert d'argent, les produits et services couvrent les prêts, l'épargne, la formation et l'assistance sociale et familiale. ALIDé propose également des prêts aux réfugiés et aux personnes vivant avec le VIH SIDA.
- » La communication de ALIDé sur ses termes et conditions de produit ainsi que les procédures de recouvrement est acceptable dans l'ensemble (surtout avec les clients de crédit de groupe « TOVI NONVI »). Cependant, les clients ne retiennent pas toujours les informations communiquées et le taux d'intérêt effectif annuel ou global n'est pas affiché.
- » ALIDé participe depuis sa création à des études de cas sur les changements observés dans la vie de ses clients. Plusieurs outils de ciblage des clients ont été expérimentés. Tous les deux ans, des enquêtes de satisfaction des clients sont réalisées. Les résultats sociaux sont visibles sur le site du MIX Market.
- » Le PPI est intégré dans le Logiciel de l'institution et sera pleinement utilisé en 2015. Cependant, certains indicateurs sociaux de changement ne sont pas pris en compte par le Système d'Information et de Gestion (SIG). Aussi l'absence d'interconnexion ralentit-elle la production des données.
- » Le personnel est évalué mensuellement (primes) et annuellement (évaluation globale) sur la base des critères prenant en compte les indicateurs sociaux, la qualité du portefeuille, le respect du code de déontologie, la performance financière. Les délégués du personnel sont des portes paroles du personnel pour la prise en compte de leurs doléances.
- » Aucune politique formelle de protection de l'environnement n'est mise en place.

¹ Crédit offert aux clients sans taux d'intérêt.



Profil institutionnel

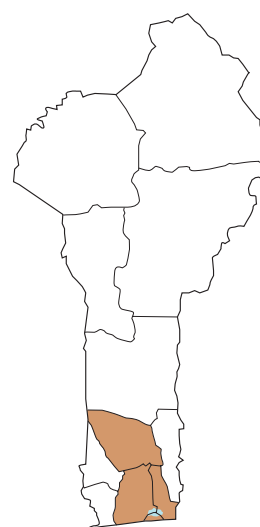
Mission sociale

« Améliorer les conditions de vie des populations défavorisées en leur offrant des services financiers et non financiers de qualité. »

Données clés (31 Mars, 2015)	
Portefeuille brut de prêt (F CFA)	3.269.456.616
Montant moyen du prêt (F CFA)	161.410
Produits :	
Prêt : Coup de pouce, ALODO, CHIGAN, agricole, Akowé, personnel, réfugié	
Epargne : Dépôts à vue, dépôts à terme, Epargne de garantie	
Nombre d'emprunteur	26.227
Effectif du personnel	140 dont 96 en CDD et CDI
Clients par agent de crédit	505
Nombre d'agences	11
Pays d'intervention	Bénin
Zone d'intervention	Atlantique, Littoral, Ouémé, Zou et Collines
Urbain/Rural	69,37/30,63 %
Forme Juridique	ASSOCIATION
Régulateur	BCEAO, Ministère de l'économie, Commission Bancaire de l'UMOA

Figure 3

Présence géographique





INDICATEURS SOCIAUX	2012	2013	2014
% des clients ruraux	ND	ND	30,63
% des clients femmes	92,00	92,00	93,12
% de femme épargnante active	90,84	91,62	90,37
% Clients en dessous de \$ 1,25 par jour	ND	21,2	ND
% Clients en dessous de \$ 2,00 par jour	ND	ND	ND
% Clients en dessous du seuil de pauvreté	ND	17,5	ND
% Clients sans éducation formelle	ND	ND	ND
Taux de désertion des clients	ND	ND	ND
Solde moyen de prêt par emprunteur/RNB par habitant	ND	ND	ND
% d'employés féminins	34,4	30	32

INDICATEURS FINANCIERS	2012	2013	2014
Rendement du portefeuille	27,93	28,34	23,94
Ratio des frais d'exploitation	16,51	15,57	17,82
Ratio des frais financiers	ND	ND	ND
Provision pour créance douteuse	0,52	0,95	1,45
Ratio d'autosuffisance opérationnelle	114,88	105,47	118,67
Ratio capital/actif	20,04	21,28	20,07
Ratio d'endettement sur capitaux propres	3,99	3,70	2,15
Rendement des actifs	2,80	1,03	3,78
Rendement des capitaux propres	13,09	4,97	18,17

L'Association de Lutte pour la promotion des Initiatives de Développement (ALIDÉ) est un Système Financier Décentralisé (SFD) ou une Institution de Microfinance (IMF) relativement récente, créée en 2006 et ayant reçu l'agrément unique d'exercer la Microfinance au Bénin sous le n° 3050/MEF/DC/CSSFD/SRSSFDD en 2013 conformément à la loi N° 2012-14 du 21 mars 2012. Les origines du SFD sont néanmoins plus anciennes. ALIDÉ a été créée à la suite de l'institutionnalisation du Programme Crédit Épargne de l'ONG française Initiative Développement (ID) initié en 1995. Elle a dans un premier temps exercé ses activités sur la base d'une convention accordée par l'Etat béninois en 2003 à ID, laquelle convention a été reconduite en 2009 sous le N° 004/09/MEF/DC/CSSFD/SRE du 20 novembre 2009 pour le compte de la nouvelle association ALIDÉ. La vision de l'association est de « rester une institution de micro finance responsable, rayonnante et financièrement pérenne ». L'association ALIDÉ offre des produits d'épargne et de crédits variés à des micro-entrepreneurs individuels et à des groupes de clients à travers un réseau de 11 agences. Elle a son siège à Cotonou.

La gouvernance de l'institution se compose de l'Assemblée Générale, du Conseil d'Administration et de la Direction exécutive. M. Valère HOUSSOU occupe actuellement le poste de Directeur Exécutif de l'institution.

L'institution a su au fur et à mesure installer la dimension sociale dans ses processus (activités et intrants) et c'est ce qui fait sa principale force. Depuis 2010, plus de 90 % des emprunteurs sont des femmes.

ALIDÉ dispose de ressources financières relativement diversifiées. La structure de financement actuelle repose à la fois sur la mobilisation de l'épargne et sur les dettes à long terme. Les principaux partenaires techniques et financiers de l'institution sont OIKO Crédit, le Fonds National de la Microfinance, Microfinance solidaire, Kiva, Don Boule de Neige. L'institution est membre du Consortium Alafia, Association Professionnelle des SFD au Bénin.

En décembre 2014, l'institution comptait 26 227 emprunteurs et 41 653 épargnants pour un encours de crédit de 3,27 milliards F CFA et un encours d'épargne de 1,5 milliards F CFA. ALIDÉ a atteint la rentabilité en 2011 avec un rendement actif de 3,5 %. L'institution poursuit sur une tendance positive avec une rentabilité sur actif de 3,78 % en 2014.

En 2014, ALIDÉ a reçu le premier prix d'excellence du meilleur Système financier Décentralisé (SFD) du Bénin organisé par le Consortium Alafia et les Partenaires Techniques Financiers du secteur de la Microfinance.



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

Résumé du Scorecard

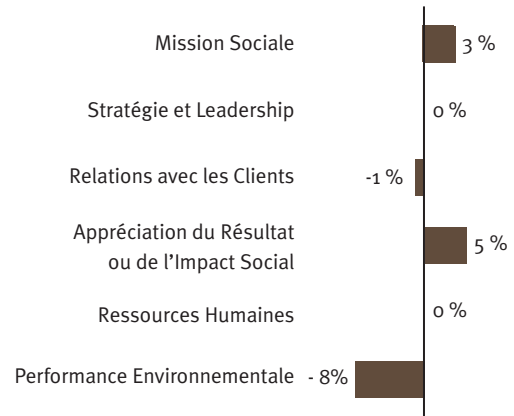
Figure 4

Note obtenue sur chaque facteur analysé

FACTEURS	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Mission Sociale					87
Stratégie et Leadership				72	
Relations avec les Clients				70	
Appréciation du résultat ou de l'impact social					98
Ressources Humaines				72	
Performance Environnementale	9				

Figure 5

Contribution relative de chaque facteur à la note globale obtenue par ALIDÉ (SP2)

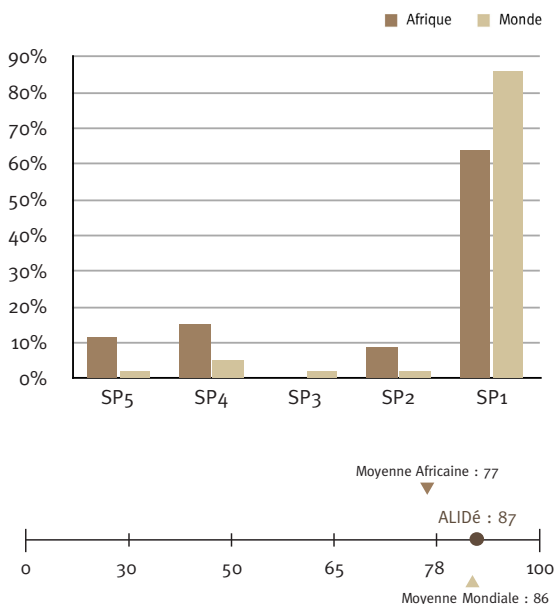




Comparaison régionale et internationale des notes obtenues par ALIDÉ

Figure 6

Mission Sociale

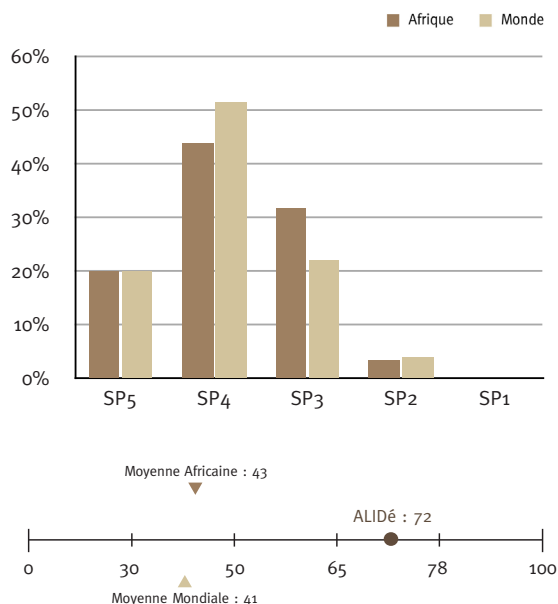


Sources : 2009 et 2010 MIX data et Inclusion [Africa] EPS Scorecard

- » La mission est déclinée en trois buts sociaux que sont : la cible, la satisfaction de la clientèle et le changement positif à apporter aux clients.
- » Chaque but social comporte des objectifs spécifiques assortis d'indicateurs à suivre. La mission se focalise sur l'accroissement de l'accès aux services financiers, la réduction de la pauvreté, la création d'emplois, l'accroissement de l'accès à l'éducation et la santé, le genre, le milieu rural et l'accès aux zones et populations mal desservies.

Figure 7

Stratégie et Leadership



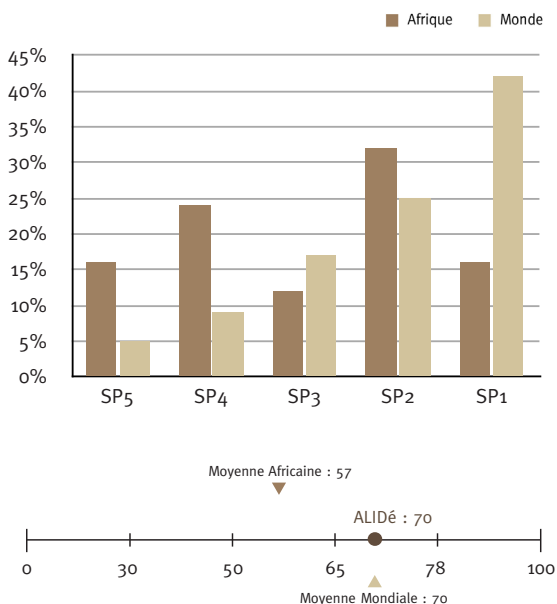
Sources : 2009 et 2010 MIX data et Inclusion [Africa] EPS Scorecard

- » Les cadres dirigeants ainsi que le reste du personnel ont une large expérience en Microfinance et dans la Gestion de la Performance Sociale (GPS).
- » Les membres du Conseil d'Administration (CA) ont des expériences très pertinentes et variées. Ils sont composés de personnes présentes à titre individuel et d'un représentant des clients.
- » Le CA peut se réunir 8 à 9 fois dans l'année et se préoccupe dans une certaine mesure des questions de performance sociale.
- » ALIDÉ a un service « Mission Sociale » dédié exclusivement à la GPS.



Figure 8

Relation-Client

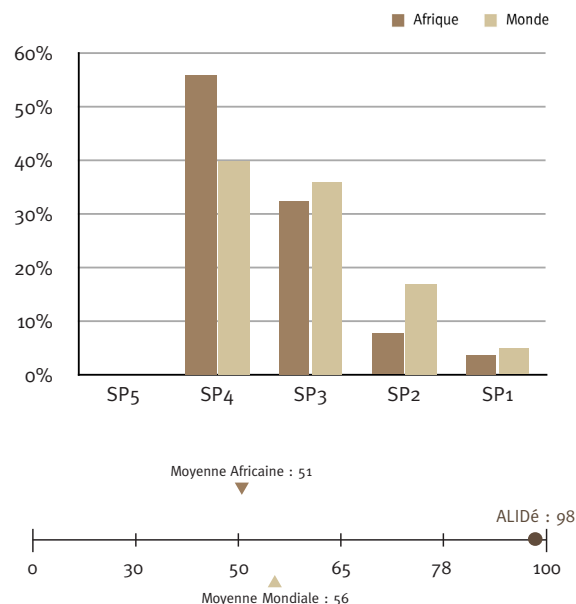


Sources : 2009 et 2010 MIX data et Inclusion [Africa] EPS Scorecard

- » ALIDé offre une gamme variée de produits financiers (prêt, épargne). Les produits non financiers offerts concernent la formation dans plusieurs domaines et l'assistance sociale et familiale.
- » Les prix des produits ainsi que leurs conditions, sont communiqués aux clients verbalement et par écrit. Une attention particulière est donnée aux clients de crédit de groupe « TOVI NONVI ». De même un tableau d'amortissement est fourni aux clients avec le contrat de prêt. Cependant le niveau de compréhension des termes et conditions par les clients n'est pas toujours évident. Le taux d'intérêt effectif global n'est pas affiché.
- » Des politiques concernant le traitement respectueux, confidentiel des clients sont en place.
- » L'élaboration de nouveaux produits se fait sur la base d'études et la prise en compte des avis des clients.
- » Un mécanisme formel de résolution des plaintes des clients fait défaut.

Figure 9

Appréciation du Résultat ou de l'Impact Social



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

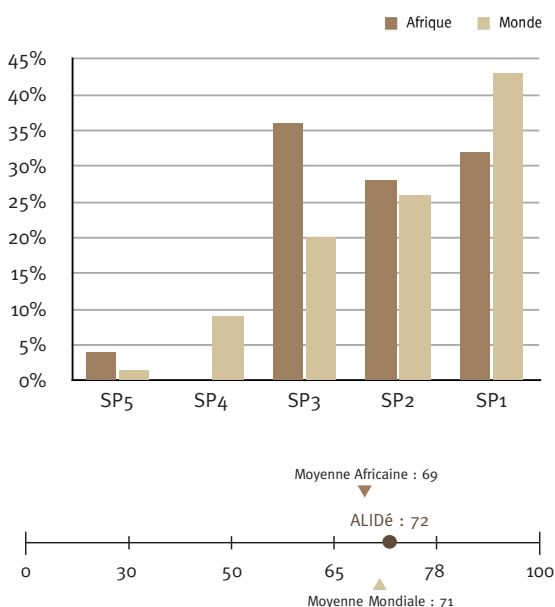
- » Certaines données sociales intégrées dans le logiciel interne sont collectées tous les jours lors des opérations de prêts et d'épargne.
- » Le PPI est intégré dans le logiciel et est utilisé depuis janvier 2015.
- » Des Histoires de vie sont réalisées mensuellement pour apprécier les changements qualitatifs dans la vie des clients. Des enquêtes de satisfaction des clients sont réalisées tous les deux ans.
- » Plusieurs résultats sociaux sont disponibles sur le site du MIX Market.
- » Le SIG ne prend pas en compte certains indicateurs sociaux de changement.
- » L'absence d'interconnexion des agences avec le siège ralentit la production des données.



Comparaison Globale et Régionale

Figure 10

Ressources Humaines

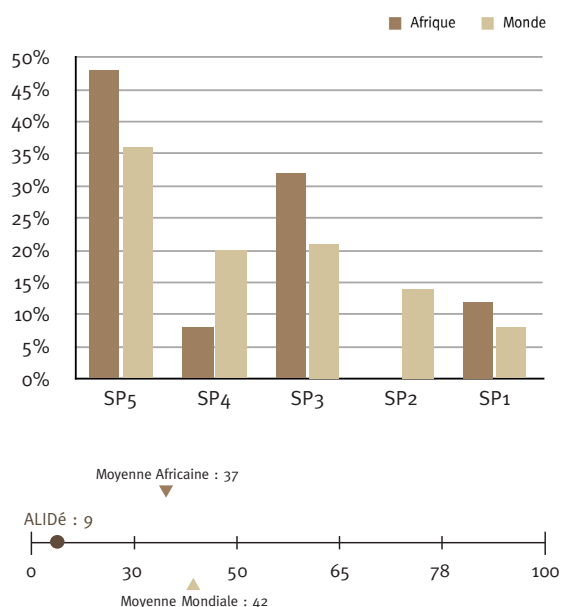


Sources : 2009 et 2010 MIX data et Inclusion [Africa] EPS Scorecard

- » L'institution dispose d'un département administratif et des Ressources Humaines dirigé par un cadre supérieur.
- » Des manuels de procédures et un code de déontologie sont en place. Ils définissent le comportement et les actions à suivre par les employés dans leurs relations avec les clients.
- » Le système de rémunération et de promotion est transparent et respecte la législation en vigueur. Des évaluations mensuelles et annuelles du personnel sont réalisées et prennent en compte entre autres les indicateurs sociaux et la qualité du portefeuille.
- » Des mesures sont prises en faveur du personnel pour le 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 de protection de l'environnement ne sont pas encore définies.
- » Les décisions de crédit ne tiennent pas compte les facteurs environnementaux mais beaucoup plus du caractère illégal des activités.



Analyse des facteurs et sous facteurs du EPS de Alidé

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 – SP1 (87)

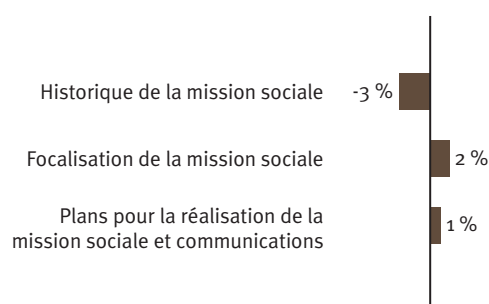
Figure 12

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Historique de la mission sociale				70	
Focalisation de la mission sociale					91
Plans pour la réalisation de la mission sociale et communications					89

Figure 13

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » ALIDÉ a une mission sociale depuis sa création en 2006. Celle-ci, ainsi que les objectifs et indicateurs sociaux ont été reformulés en 2012.
- » L'énoncé de mission indique clairement que ALIDÉ contribue à améliorer les conditions de vie des populations défavorisées en leur offrant des services financiers et non financiers de qualité.
- » Les buts sociaux de ALIDÉ assortis d'objectifs et indicateurs sociaux couvrent principalement les domaines ci après :
 - Le ciblage : ALIDÉ prévoit (i) toucher chaque année au moins 70 % des nouveaux clients défavorisés dont 90 % de femmes, (ii) ouvrir de nouvelles agences (3) et (iii) élargir son intervention dans de nouvelles zones rurales.
 - Améliorer la satisfaction de la clientèle : ALIDÉ veut faire passer le taux de fidélisation de la clientèle de 65 % à 70 % en développant ou améliorant ses produits, formalisant la formation de ses clients et améliorant les processus internes.
 - Changement positif dans la vie des clients : Ce changement se traduit par l'augmentation de 5 % chaque année de l'accès des clients aux soins de santé, la croissance de leur épargne sur une base volontaire et l'amélioration du taux de scolarisation de leurs enfants (60 %).
- » Cependant, certains indicateurs à atteindre ou notions méritent des précisions formelles : la notion de « client défavorisé » et la proportion des clients en milieu rural à atteindre.
- » Le plan d'affaires 2012-2016 qui reprend la mission, réprécise ou complète quelques objectifs et indicateurs sociaux identifiés avec l'appui du projet MISION AFRICA.
- » La mission sociale est bien connue du personnel. Elle est visible dans toutes les agences, sur plusieurs sites internet et dans les rapports.
- » Certains objectifs et indicateurs sociaux à atteindre sont intégrés dans les « lettres de mission » ou système de calcul des primes de plusieurs agents. Cependant, ceux-ci (les objectifs et indicateurs sociaux à atteindre) ne sont pas bien diffusés au niveau des partenaires externes à ALIDÉ (pas visibles sur les principaux sites internet retenus par ALIDÉ).
- » Certains indicateurs sociaux atteints sont présentés dans le tableau de bord, les rapports mensuels, trimestriels des opérations et le MIX Market. Les rapports annuels rendus obligatoires par la BCEAO et destinés aux partenaires externes exigent la production de quelques statistiques sur la performance sociale.



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 – SP2 (72)

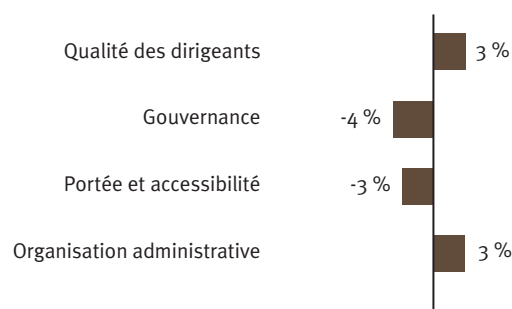
Figure 14

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Qualité des dirigeants					79
Gouvernance			63		
Portée et accessibilité			63		
Organisation administrative					87

Figure 15

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » Le Conseil d'Administration (CA) est composé de 4 personnes présentes à titre individuel et 1 représentant des clients dont le mandat n'a pas été renouvelé depuis 2006. 2/5 membres du CA sont des femmes. Ces derniers exercent leur fonction en tant que bénévoles. Parmi les membres du CA, 1 personne a un niveau d'étude secondaire et les 4 autres ont un BAC+5 avec une expertise variée.
- » Le taux de rotation du personnel est faible. Ce dernier a une expérience raisonnable aussi bien dans la gestion de la performance sociale, en Microfinance qu'en ce qui concerne le marché cible. Ses capacités d'intervention sont renforcées continuellement. Cependant, il n'existe pas de plan formel de succession ou de contingence en cas de départ d'un employé occupant un poste stratégique.
- » De façon générale, certains sujets relatifs à la performance sociale sont abordés au cours des sessions du CA. Plusieurs sujets relatifs à la performance sociale sont discutés lors des réunions de comité de direction suivant leur importance. Cependant, ceci n'est pas toujours le cas au niveau des agences. Aussi, aucun rapport synthétique ou tableau de bord social n'est-il produit pour assurer un meilleur suivi des objectifs et indicateurs sociaux.
- » Seulement 18 % des clients ALODO et Coup de Pouce au premier cycle du crédit sont en dessous du seuil national de pauvreté. 21,2 % de cette même cible vit avec moins de 1,25 dollars par jour.
- » ALIDÉ a un service ou département dédié exclusivement à la gestion de la performance sociale placé sous la responsabilité du « Responsable Mission Sociale ».
- » Le PPI est intégré dans le SIG et sera pleinement utilisé en 2015. Cependant, certains indicateurs sociaux de changement ne sont pas pris en compte par le SIG.



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

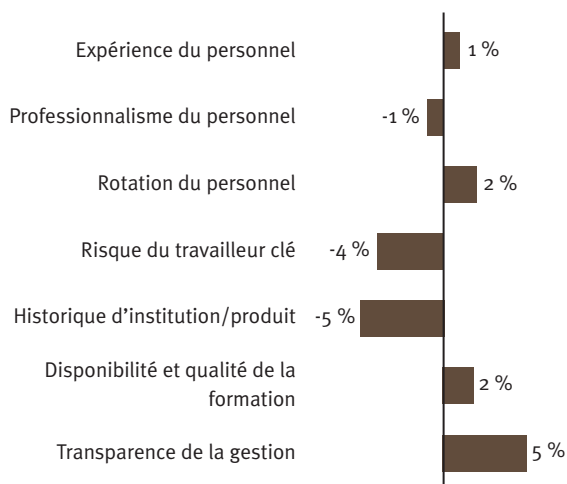
Figure 16

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Expérience du personnel					83
Professionalisme du personnel				76	
Rotation du personnel					94
Risque du travailleur clé			57		
Historique d'institution/ produit		44			
Disponibilité et qualité de la formation					88
Transparence de la gestion					100

Figure 17

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » Le Personnel de direction a une expérience raisonnable aussi bien dans la gestion de la performance sociale, en Microfinance et qu'en ce qui concerne le marché cible (en moyenne 10 ans pour les cadres supérieurs et 4 pour les agents de crédit).
- » Le taux de rotation du personnel est très faible (0 % pour les cadres supérieurs et les agents de crédit, 11 % pour les cadres moyens en 2014), ce qui pourrait traduire une satisfaction des employés. Ce taux a été de 5,7 % en 2014 pour l'ensemble du personnel. Cependant aucune interview systématique n'est réalisée en cas de départ d'un agent pour apprécier la satisfaction de ce dernier.
- » Chaque année, les employés reçoivent sur plusieurs jours (en moyenne 32 jours pour les agents de crédit) des formations qui peuvent couvrir des thèmes sur la performance sociale, la gestion du crédit, la prévention du surendettement, le recouvrement, l'accueil et la communication avec les clients, le genre, la sauvegarde des données des clients.
- » 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 financiers à forte orientation sociale existent depuis la création de l'institution, c'est-à-dire depuis 9 ans. L'un des produits financiers à forte orientation sociale est le crédit « coup de pouce ». ALIDÉ offre également des prêts aux réfugiés et aux personnes vivant avec le VIH SIDA.
- » ALIDÉ a institué des rencontres périodiques appelées « Permanence sociale », qui sont des occasions pour écouter, informer, conseiller et orienter les clients suivant leur besoin. Ces rencontres sont animées par des travailleurs sociaux qui ont reçu une formation spécialisée.
- » ALIDÉ a fait l'objet de plusieurs audits et rating sociaux et les rapports sont disponibles sur le site du MIX Market ou sur demande. Par ailleurs, les données sociales sont accessibles au personnel ayant droit.



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

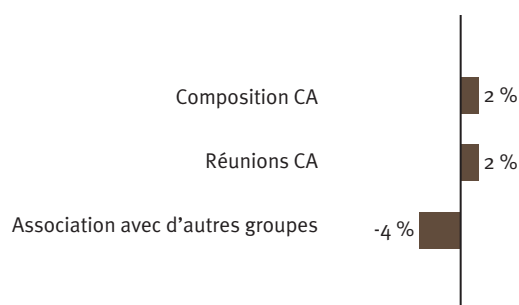
Figure 18

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Composition CA				66	
Réunions CA				67	
Association avec d'autres groupes			52		

Figure 19

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » Le Conseil d'Administration (5 personnes dont 2 femmes) est composé de 4 personnes présentes à titre individuel et 1 représentant des clients dont le mandat n'a pas été renouvelé depuis 2006. Ces derniers exercent leur fonction en tant que bénévoles. Parmi les membres du CA, 1 personne a un niveau d'étude secondaire et les 4 autres ont un BAC+5. Ils ont également des compétences variées en ressources humaines, droit, finance et comptabilité, gestion d'affaires, développement économique et social, relation publique.
- » En moyenne, le CA peut se réunir 8 à 9 fois dans l'année (4 réunions statutaires et 5 extraordinaires). De façon générale, certains sujets relatifs à la performance sociale sont abordés. Les membres accordent également une importance particulière à la problématique du genre et aux rapports de l'audit qui donnent un aperçu des pratiques du personnel. Néanmoins, aucun rapport synthétique ou tableau de bord social n'est adressé au CA pour justement faciliter le suivi des indicateurs sociaux.
- » Les membres du CA sont engagés parallèlement dans un nombre peu varié d'organisations (membres de groupes communautaires locaux, ONG ou Association d'affaires). Cependant, cet engagement n'est pas de nature à influencer négativement leur prise de décision en vue de la réalisation de la mission sociale de ALIDÉ.



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

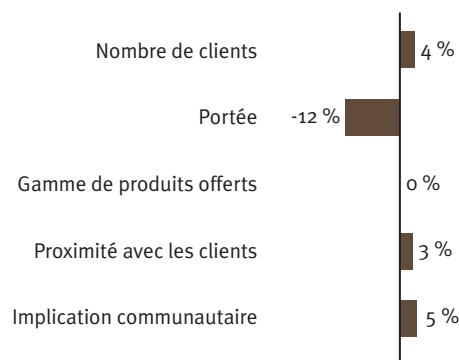
Figure 20

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Nombre de clients					78
Portée		33			
Gamme de produits offerts				65	
Proximité avec les clients				72	
Implication communautaire					82

Figure 21

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » Au 31 décembre 2014, ALIDÉ comptait 26.227 emprunteurs actifs dont 93,12 % de femmes et 41.653 épargnants actifs dont 90,37 % de femmes. 30,63 % des clients sont en milieu rural. Le principal marché cible de ALIDÉ, constitué des clients bénéficiant des crédits « coup de pouce » et « ALODO », représente environ 87,89 % du portefeuille de prêt.
- » Le rapport du test pilote avec le PPI achevé en 2013 (dernières données disponibles) et réalisé sur un échantillon de la cible principale (ALODO et Coup de pouce) montre que seulement environ 18 % de la clientèle de l'institution vit en dessous du seuil national de pauvreté. 21,2 % de cette même cible vit avec moins de 1,25 dollars par jour.
- » ALIDÉ a plusieurs produits de prêts qu'elle offre aux clients à titre individuel ou constitués sous formes de groupe ou groupement. Les produits d'épargne suivants sont également proposés : Dépôts à vue, dépôts à terme, Epargne de garantie. Cependant, des produits tels que la banque mobile pouvant améliorer la proximité avec les clients ou le transfert d'argent n'existent pas. Il faut noter que le produit relatif à la banque mobile est en cours de développement.
- » ALIDÉ offre également des services non financiers à ses clients à savoir :
 - Accompagnement social et familial : il s'agit d'un ensemble d'interventions et d'actions axées sur l'écoute, l'orientation et l'appui conseil nécessaires pour soulager les difficultés des clients.
 - La formation des clients sur plusieurs thématiques : la gestion d'entreprise, le leadership féminin, la santé communautaire, le bien être familial, l'éducation financière.
- » ALIDÉ a 11 points de services au 30 mai 2015 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.
- » Plusieurs actions sociales sont réalisées au profit de la communauté: Célébration de la journée internationale de la femme ; des actions ad hoc en direction des enfants orphelins ; le référencement des clients en partenariat avec les centres de promotion sociale ; l'organisation de fêtes de Noël au profit des enfants des clients défavorisés ; l'existence de permanence sociale au cours de laquelle le client est informé et aidé par rapport aux opportunités sociales.



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**

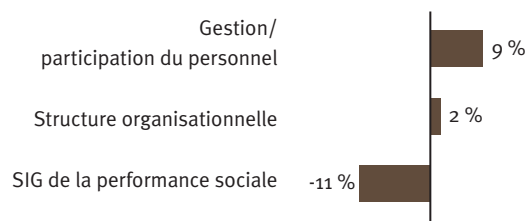
Figure 22

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Gestion/participation du personnel					100
Structure organisationnelle					100
SIG de la performance sociale			51		

Figure 23

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » ALIDÉ a un service ou département dédié exclusivement à la gestion de la performance sociale. Ce département est sous la responsabilité du « Responsable Mission Sociale » qui coordonne les travaux des Travailleurs Sociaux présents au niveau de chaque agence. Suivant la fiche de poste, les travailleurs sociaux ont pour responsabilité d'assurer le suivi social des familles et le développement de la Microfinance inclusive au niveau de ALIDÉ.
- » Plusieurs sujets relatifs à la performance sociale sont discutés lors des réunions de comité de direction suivant leur importance. Cependant, ceci n'est pas toujours le cas au niveau des agences.
- » Le PPI est intégré dans le logiciel interne et sera pleinement utilisé en 2015. Cependant, certains indicateurs sociaux de changement ne sont pas pris en compte par le SIG.



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 – SP2 (70)

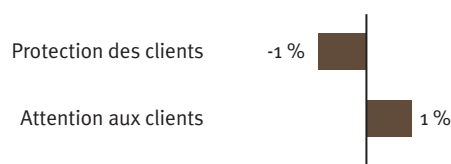
Figure 24

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Protection des clients				68	
Attention aux clients				73	

Figure 25

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » En 2014, le taux de fidélisation de la clientèle a été d'environ 69,62 %.
- » La communication de ALIDÉ sur ses termes et conditions de produit ainsi que les procédures de recouvrement est acceptable dans l'ensemble. Cependant, les clients ne retiennent pas toujours les informations communiquées et le taux d'intérêt effectif annuel ou global n'est pas affiché.
- » Les politiques et procédures internes de ALIDÉ couvrent plusieurs aspects qui assurent une meilleure protection des clients.
- » Bien que des initiatives de résolution des plaintes des clients existent et sont sous la responsabilité des travailleurs sociaux, celles-ci ne répondent pas entièrement aux bonnes pratiques pouvant assurer la sécurité, la rapidité, la confidentialité, le suivi de l'historique des plaintes, le lien avec les produits développés...
- » Une base de données interne permet de vérifier l'historique des clients dans le processus de mise en place du crédit.
- » ALIDÉ offre plusieurs types de produits et services (prêts, épargne, formation, assistance sociale) destinés aux micros, petites et moyennes entreprises, présentes aussi bien en milieu rural qu'en milieu urbain. Cependant, les services d'assurance ne sont pas exigés ou proposés à la majorité des clients.
- » La durée d'approbation des crédits est en moyenne de 14 jours au maximum pour le crédit individuel et de groupe. Le décaissement après approbation qui dure en moyenne 2 jours quelque soit le prêt accordé est très apprécié.
- » Les clients reçoivent systématiquement un reçu détaillé pour toute transaction effectuée avec ALIDÉ. Cependant, l'épargne capitalisée durant le prêt n'est pas reportée au fur et à mesure dans le livret du client.
- » En plus des enquêtes de satisfactions, les avis des clients sont collectés lors des rencontres effectuées avec ceux-ci (formation, visites, sensibilisation).



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

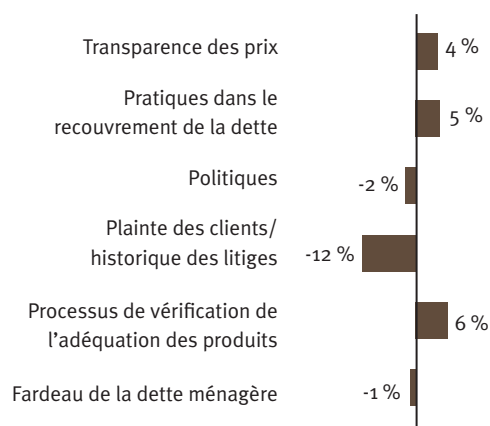
Figure 26

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Transparence des prix					83
Pratiques dans le recouvrement de la dette					90
Politiques			60		
Plainte des clients/historique des litiges	7				
Processus de vérification de l'adéquation des produits					93
Fardeau de la dette ménagère				65	

Figure 27

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » Le taux nominal annuel, les pénalités et certains termes et conditions sont communiqués verbalement durant les séances avec les clients et par écrit dans les contrats de prêt. Les échéanciers de remboursement distinguent le principal et les intérêts à payer. Un simulateur de prêt existe sur le site internet de ALIDÉ et permet à tout acteur d'avoir une idée sur l'intérêt et montant à payer par mois.
- » Cependant, le taux d'intérêt effectif global n'est pas communiqué directement au client, mais se retrouve dans les rapports annuels adressés aux partenaires externes. Aussi, aucune mention n'est-elle faite des frais éventuels de remboursement anticipé et aucune affiche et dépliants sur les produits ne sont observés au niveau des agences.
- » La communication sur l'épargne de capitalisation (facultative) et l'épargne constituée sous forme de garantie financière (obligatoire) est parfois confuse. En effet, le manuel de politique d'épargne et de crédit prévoit que : « l'épargne préalable [...] peut être constituée de préférence au cours des prêts antérieurs ou directement avant le processus de décaissement d'un prêt ». Par ailleurs, le contrat de prêt stipule que « Le solde de l'épargne capitalisée [...] au cours de ce prêt ne redeviendra disponible sur son livret qu'au moment de la clôture du présent contrat ».
- » Les agents de crédits sont formés pour communiquer sur les prix des produits aux clients. Il en est de même des travailleurs sociaux qui utilisent un manuel de formation dans lequel des directives claires existent sur la manière d'expliquer les tarifs des produits aux clients. Cependant, les clients ne gardent pas toujours en mémoire les prix des produits. De plus, les vidéos utilisées lors des séances de sensibilisation des clients ne sont pas disponibles dans toutes les agences.
- » En plus du service audit, la direction exécutive effectue des missions sur le terrain impliquant la visite aux clients.
- » 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 préalablement constituée par l'emprunteur. En outre, les personnes garantes seront sollicitées pour le remboursement. Toutefois, les clients ne savent pas ou ne se souviennent pas toujours des mesures que prendront l'institution.



- » Les politiques et procédures internes couvrent plusieurs aspects qui assurent une meilleure protection des clients à savoir : critères pour apprécier la capacité de remboursement des clients, le respect de la vie privée des clients, la communication et la transparence vis-à-vis des clients, le traitement respectueux des clients, les termes et conditions des produits.
- » Bien que des initiatives de résolution des plaintes des clients existent, celles-ci ne répondent pas entièrement aux bonnes pratiques. Une politique résolution des plaintes des clients est en cours d'élaboration.
- » ALIDÉ prend en compte les avis des clients lors de la conception de ses produits. Des enquêtes de satisfaction des clients sont réalisées et prises en compte.
- » Une base de données interne permet de vérifier l'historique des clients dans le processus de mise en place du crédit y compris la consultation de la Centrale d'Echange et d'Information (CEI) du Consortium Alafia. Il faut souligner que cette CEI n'est pas très fonctionnelle.



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**

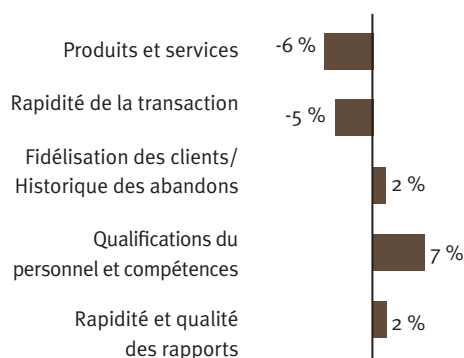
Figure 28

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Produits et services			55		
Rapidité de la transaction		47			
Fidélisation des clients/ Historique des abandons				77	
Qualifications du personnel et compétences					100
Rapidité et qualité des rapports					80

Figure 29

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » Les produits de prêts suivants sont offerts aux clients en tenant compte de leur besoin : Coup de pouce, ALODO, CHIGAN, agricole, Akowé, Opportunité. A cela s'ajoutent les prêts aux réfugiés, aux personnes vivant avec le VIH SIDA et au personnel. Ces produits sont destinés aux micros, petites et moyennes entreprises, présentes aussi bien en milieu rural qu'en milieu urbain. Une assurance décès ou d'invalidité est exigée aux clients à partir d'un certain montant. Cependant, les services d'assurance ne sont pas exigés ou proposés à la majorité des clients.
- » La durée d'approbation des crédits pourrait connaître des améliorations. Elle est en moyenne de 14 jours au maximum pour le crédit individuel et de groupe. Par contre, le décaissement après approbation est excellent. Il dure en moyenne 2 jours quelque soit le prêt accordé.
- » En 2014, le taux de fidélisation de la clientèle est d'environ 69,62 %. Il faut nuancer ce résultat. En effet, le cycle du crédit (court) et les décisions de certains clients de prendre un court repos peuvent expliquer ce résultat. Un retraitement de ce taux donnerait une fidélisation plus élevée.
- » Les agents de crédit et autres dont les responsabilités exigent une interaction avec les clients ont des niveaux adéquats de formation (BAC+3 au minimum) et d'expériences. Ces derniers parlent la langue locale appropriée dans chaque zone d'intervention.
- » Les clients reçoivent systématiquement un reçu détaillé pour toute transaction effectuée avec ALIDé. Pour les remboursements de prêt, les reçus de versement précisent le nominal, les intérêts et l'épargne constitué. Ces derniers ont la possibilité de vérifier à tout moment l'état de leur compte. Cependant, l'épargne capitalisée durant le prêt n'est pas reportée au fur et à mesure dans le livret du client.
- » En plus des enquêtes de satisfactions, les avis des clients sont collectés lors des rencontres effectuées avec ceux-ci (formation, visites, sensibilisation). Cette pratique est beaucoup plus renforcée au niveau des clients de crédit de groupe « TOVI NONVI ».



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 – SP1 (98)

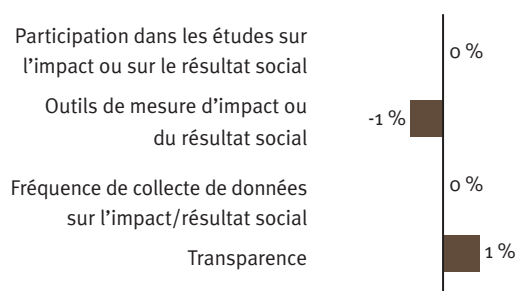
Figure 30

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Participation dans les études sur l'impact ou sur le résultat social					100
Outils de mesure d'impact ou du résultat social					93
Fréquence de collecte de données sur l'impact/résultat social					100
Transparence					100

Figure 31

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » Depuis sa création, ALIDÉ a participé à plusieurs études externes ou en partenariat avec d'autres organisations pour apprécier ses résultats ou impacts sociaux. Des « Histoires de vie » ou de réussites des clients sont réalisées mensuellement en partenariat avec l'ONG Française entrepreneurs du monde. L'institution a participé également en 2013 et 2014, à des études commanditées par l'ONG Américaine CRS sur « la pratique de la GPS au Bénin » et une « étude transversale sur les effets de la GPS sur les produits et services des IMF ».
- » ALIDÉ a initialement développé en interne des outils de ciblage des clients sollicitant des prêts « coup de pouce ». Elle a par la suite adopté l'outil PAT avant de le remplacer en 2013 par le PPI après un test pilote. Le PPI est intégré dans le SIG de l'institution et est utilisé depuis janvier 2015 pour le ciblage des clients et le suivi des changements dans leur vie.
- » Les données de certains indicateurs tels que le nombre de femmes, le taux de fidélisation, l'encours d'épargne, la portée des prêts vulnérables et autres sont collectées tous les jours, mensuellement ou annuellement selon le cas. Le traitement et la production des informations se font de façon mensuelle, trimestrielle ou annuelle. Cependant le logiciel utilisé doit être en mesure de générer systématiquement tous les indicateurs sociaux, y compris ceux relatifs au changement attendus sur le niveau de vie des clients.
- » ALIDÉ utilise plusieurs canaux pour communiquer sur ses résultats. Ces derniers peuvent être visibles sur son propre site internet, le site du MIX Market, entrepreneur du monde. Certains indicateurs sociaux sont également intégrés dans les rapports mensuels, trimestriels et annuels.



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 – SP2 (72)

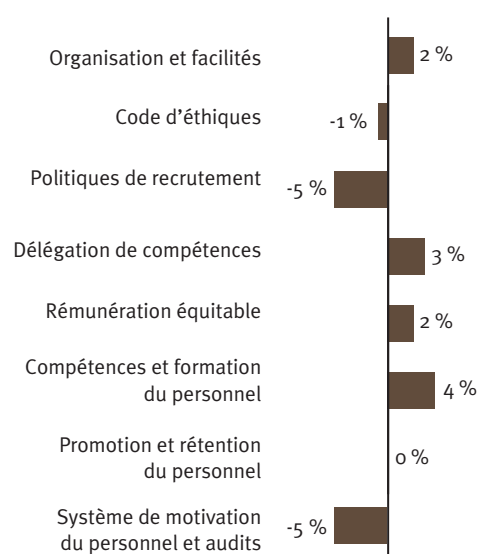
Figure 32

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Organisation et facilités					90
Code d'éthiques			64		
Politiques de recrutement		33			
Délégation de compétences					100
Rémunération équitable					85
Compétences et formation du personnel					89
Promotion et rétention du personnel				70	
Système de motivation du personnel et audits		49			

Figure 33

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

- » ALIDÉ a un département de l'Administration et de Gestion des Ressources Humaines placé sous la responsabilité d'un cadre supérieur.
- » Les employés sont évalués mensuellement pour le calcul des primes et annuellement pour l'appréciation des performances globales et la promotion en interne. Ces évaluations prennent en compte la satisfaction des employés, certains indicateurs sociaux, la conformité avec le code de déontologie, la relation d'affaires avec les clients et les performances financières. Rappelons qu'en 2012, l'institution a réalisé une enquête de satisfaction du personnel. Cependant, comme indiqué précédemment, en cas de départ d'un agent, aucun entretien systématique n'est réalisé pour justement apprécier la satisfaction de ce dernier.
- » Des délégués du personnel par grade existent (catégorie des cadres, ouvriers et agents d'exécutions). Les réunions périodiques organisées entre ces derniers et la direction exécutive sont des occasions pour apprécier les relations professionnelles (plaintes et suggestions du personnel).
- » Des politiques en matière de sécurité et de santé au travail sont en place. Les pratiques en la matière font l'objet d'audit interne. ALIDÉ a retenu de solliciter tous les 2 ans, l'expertise d'un médecin de travail pour évaluer son dispositif en matière de santé et de sécurité du travail. Le dernier rapport date de décembre 2014.
- » Un code de déontologie approuvé par le CA est en place et comprend des dispositions visant à éviter les conflits d'intérêts, le harcèlement, la corruption, les mauvaises pratiques de recouvrement et toutes mauvaises pratiques de protection des clients. Toutefois, la politique de ALIDÉ en matière de discrimination et de genre mérite d'être précisée dans le code.



- » Le Code est affiché dans toutes les agences. Par ailleurs, tout nouvel employé reçoit désormais un « livret d'accueil » qui comprend le code de déontologie et le règlement intérieur. Cependant, il n'existe pas de comité d'éthique et de discipline pour veiller à l'application des dispositions du code et à son amélioration. Aussi, aucun dispositif interne ne permet de tester le niveau de connaissance du personnel sur la majorité des dispositions du code de déontologie (examen annuel par exemple).
- » Une grille de salaire uniformisée est applicable à tout le personnel quelque soit le sexe. A compétence égale, la femme est privilégiée. ALIDÉ a également choisi d'employer les femmes au poste de caissier. Cependant, aucune politique de quota pour les femmes n'est en place. Hormis les femmes « Travailleurs Sociaux » qui représentent 60 % de ce corps de métier, les femmes en contrat à durée déterminée et indéterminée (CDD et CDI) sont faiblement représentées à des postes d'agent de crédit (4,35 %), et l'institution n'a pas de politique spécifique écrite sur la mobilité de son personnel féminin (affectation par exemple). Une femme sur cinq personnes est membre du comité de direction et 11,11 % des femmes représentent les cadres intermédiaires permanents (CDD et CDI).
- » ALIDÉ a une forte culture de délégation de responsabilité à son personnel compétent qui est renforcé continuellement et recruté parmi ses stagiaires. Ceux-ci, pour avoir passé du temps au sein de l'entreprise ont suffisamment été renforcés sur plusieurs thématiques grâce aux différents coachings dont ils bénéficient.
- » ALIDÉ a un système de rémunération transparent qui respecte les exigences réglementaires nationales. Les employés les moins rémunérés reçoivent un salaire supérieur au minimum exigé au Bénin. Les employés reçoivent une fiche de paie et le service audit contrôle la politique de rémunération du personnel. La rémunération tient compte de l'évolution de l'institution. Cependant, la problématique relative à l'écart entre le salaire le plus bas et le plus élevé au sein de ALIDÉ n'est pas abordée.
- » Le plan de carrière des agents de crédit suit plusieurs étapes. La promotion d'un agent à un autre poste se fait sur la base du nombre d'années passé au poste et des différentes notes d'évaluations annuelles dont celui-ci a fait l'objet. Les critères d'évaluation des agents de crédit prennent en compte les indicateurs sociaux (taux de fidélisation, nombre de nouveaux comptes d'épargne, accroissement de l'épargne), la qualité du portefeuille (taux de remboursement, PAR 30 jours), le respect du code de déontologie en pratique y compris certains principes de protection des clients (accueil et écoute de la clientèle, motivation et le sentiment d'appartenance aux valeurs de ALIDÉ).
- » Le système de calcul des primes est régulièrement ajusté en fonction des objectifs et des performances de l'institution.
- » Aucune analyse interne n'est faite sur les conséquences que pourrait engendrer le système de motivation (primes et autre) sur le comportement des agents.



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 (9)

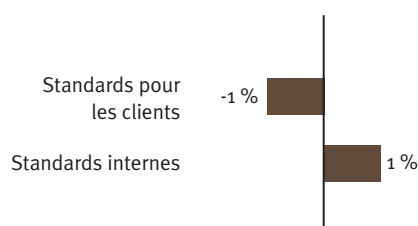
Figure 34

Tableau des sous facteurs

Sous Facteur	SP5	SP4	SP3	SP2	SP1
Standards pour les clients	9				
Standards internes	9				

Figure 35

Contribution relative des sous facteurs



Indicateurs clés

ALIDÉ n'a pas de politique en matière de pratiques environnementales tant pour son personnel que pour ses clients. L'institution ne finance pas par exemple les activités de vente de carburant au bord de la route, non pas parce qu'elles sont considérées comme écologiquement irresponsables, mais parce qu'elles sont illégales pour les autorités locales. Toutefois, il existe des initiatives indépendantes prises par les agents qui rejettent certains dossiers de demande de prêt pouvant avoir un impact environnemental négatif.



Marché de la Microfinance au Bénin

Figure 36

Bénin : Indicateurs Clés

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015F
PIB Réel (% croissance)	2,7	2,6	3,3	5,4	5,6	5,4	-
IPC Inflation (% change Déc/Déc)	0,9	2,2	2,7	6,7	1,0	0,5	1,7
Solde Budgétaire/PIB (%)	-	-	-1,4	0,1	-1,4	-0,5	-0,9
Dettes Publiques/PIB (%)	16,2	18,1	16,9	17	16,2	15,9	15,4
Compte courant/PIB (%)	-10	-8	-7	-8	-14,5	-15,2	-

Source: *Inclusion [Africa]* sur la base des données de la banque mondiale, perspective mondiale

Facteurs macroéconomiques et situations clés en matière de crédit

Le PIB courant du Bénin est estimé à 8,7 milliards de dollars US (Perspective Monde). Selon le rapport 2014 sur les perspectives économiques en Afrique, la croissance économique du Bénin est estimée en 2014 à 5,5 %, contre 5,6 % en 2013. Elle a été tirée par la production agricole et les services, deux secteurs qui pèsent plus de 85 % du PIB. La branche bâtiment et travaux publics (BTP) a été stimulée en 2014 par les investissements dans le transport et le tourisme. L'inflation a été négative en 2014 en raison, notamment, de la hausse de la production vivrière de la campagne 2013/14 et de la baisse des cours du pétrole depuis juin 2014. L'impact de la croissance sur la réduction de la pauvreté et des inégalités reste insuffisant, face à une forte croissance démographique.

La situation politique a été marquée en 2015 par les élections législatives et municipales qui se sont bien déroulées dans l'ensemble. La transition politique est assurée et une élection présidentielle est prévue en 2016.

Selon la banque mondiale, la situation budgétaire du Bénin demeure stable, avec un déficit global estimé à 3,1 % du PIB en 2014 (sur la base des encaissements-décaissements, dons non compris), contre 3,7 % en 2013 et 2,4 % en 2012. Le niveau des recettes douanières, de même que les recettes fiscales, a été légèrement inférieur aux attentes en raison de la baisse des importations de produits réexportés par des voies non officielles au Nigéria. Grâce à une politique budgétaire prudente, le déficit des finances publiques ainsi que celui de la balance des paiements demeurent circonscrits à des niveaux acceptables, tandis que la dette souveraine reste inférieure à 30 % du PIB.

Marché actuel

Au 31 décembre 2014, selon les statistiques de la BCEAO, 85 SFD ont reçu l'agrément. 14 SFD représentant plus de 90 % du marché de la Microfinance ont 410 points de services, 1 517 990 clients/membres, 83,27 milliards de F CFA de dépôts, un encours de crédit d'environ 88,39 milliards de F CFA. Selon le Document de Politique de Développement de la Microfinance au Bénin (DPDM), le nombre de clients potentiels des IMF en 2018 est de 1.759.189. Les besoins en crédit estimés, passeront de 149,3 milliards F CFA en 2012 à 251,3 milliards F CFA en 2018. L'épargne collectée serait de 99,0 milliards F CFA en 2018, toutes choses étant égales par ailleurs.

Environnement réglementaire

En avril 2007 à Lomé, le Conseil des Ministres de l'UEMOA a révisé et adopté, une autre loi portant réglementation des systèmes financiers décentralisés. Le Bénin membre de la zone UEMOA a ratifié la nouvelle loi communautaire et l'a promulguée le 21 mars 2012. A cette Loi, s'ajoutent, les instructions de la BCEAO et les circulaires de la Commission Bancaire. Un agrément unique est accordé aux Systèmes Financiers Décentralisés (SFD) ou IMF. Peuvent avoir l'agrément,



les sociétés anonymes (SA) ou à responsabilité limitée (SARL), les Coopératives d'épargne et de crédit, les Associations de Microfinance. La pratique de l'usure est interdite dans la zone. A ce titre, la BCEAO a fixé les taux maxima applicables par institutions financières. Ce niveau maximal est de 15 % l'an pour les banques et de 24 % l'an pour les institutions de microfinance. Cependant, de nombreuses études menées dans différents pays de l'UEMOA (Bénin, Sénégal et Mali) ont prouvé que, pour être viables, les IMF de la zone doivent appliquer des taux effectifs globaux (TEG) bien supérieurs à 24 % l'an. Aussi, pour aider les IMF à avoir une bonne appréciation de leur taux d'intérêt effectif global, la BCEAO prévoit-elle développer un outil de calcul de ce taux à remettre aux IMF.

La Loi précise en son article 60 : « Les SFD sont soumis aux règles de l'UMOA fixant les taux et conditions de leurs opérations avec la clientèle ainsi qu'aux obligations de transparence dans la tarification de leurs services financiers. » Pourtant, l'affichage de tous les éléments de coûts et de détermination du taux d'intérêt global n'est pas encore appliqué par les SFD du Bénin.

La Loi oblige toutes les institutions de Microfinance à adhérer à l'Association Professionnelle des Systèmes Financiers Décentralisés (Consortium Alafia). Le Consortium Alafia a élaboré un code de déontologie pour l'ensemble de ses institutions membres. Une convention collective de travail applicable aux institutions est en cours de validation.

Les actes de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (OHADA) ont connu des améliorations pour faciliter les actions de recouvrement au niveau des IMF. L'Acte uniforme portant organisation des sûretés, entré en vigueur le 1er janvier 1998 et révisé en décembre 2010, fait désormais une distinction entre les sûretés personnelles, les sûretés mobilières et les sûretés immobilières. Ce réaménagement a totalement bouleversé les sûretés réelles dans le sens de l'amélioration de leur formalisation et de leur réalisation. Il en ressort un renforcement des prérogatives des professionnels du crédit en matière de formalisation et de réalisation des garanties.

Une Loi régissant les activités des Bureaux d'information sur le crédit ou crédit bureau a été adoptée récemment (2013) dans la zone UEMOA et l'entreprise CREDIT INFO VOLO a été sélectionnée par la BCEAO pour mettre en place des crédits bureaux dans la zone UEMOA. Plusieurs instructions donnent plus de précisions sur l'application de cette Loi. Les premiers Bureaux d'Information sur le crédit dans chaque pays de la zone UEMOA devraient être fonctionnels en juin 2015. Cette Loi n'a pas encore été ratifiée par le Bénin.

Il existe également une Loi contre le blanchiment des capitaux et le financement du terrorisme.

Concurrence

Au 31 décembre 2014, selon les statistiques de la BCEAO, 85 SFD ont reçu l'agrément. Ces institutions sont toutefois concurrencées par un nombre important de structures illégales. Selon les statistiques du 1er trimestre 2014 de la Cellule de Surveillance des Systèmes Financiers Décentralisés (CSSFD), en matière de mobilisation d'épargne et d'octroi de crédit, la FECECAM reste le leader. En effet, ce réseau concentre près de 65,1 % de l'encours d'épargne et 36 % d'encours de crédits. La FECECAM a une part de marché globale du secteur pouvant atteindre 46,5 %.

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 : 09305849.

© Inclusion [Africa] Ltd.