

Partie 6 : Outils et approches

Comment évolue la situation des clients ?

Outil N° 5 AIMS/SEEP : Emancipation des femmes

Objectif

- Déterminer si les clientes ont une meilleure estime d'elles-mêmes et une meilleure confiance en elles depuis qu'elles participent au programme ;
- Identifier comment ces qualités se sont traduites par des modifications spécifiques du comportement (au niveau individuel, du ménage, de la communauté et de l'entreprise), révélatrices de l'émancipation.

Source d'information

Enquête qualitative, entretiens individuels approfondis centrés sur le comportement des clientes lorsqu'elles ne faisaient pas partie du programme et les changements de comportement depuis leur participation au programme.

Trois méthodes d'entretiens qualitatifs sont proposées :

- Entretien individuel (1) : La cliente dessine des autoportraits (situation passée et actuelle) permettant d'engager la discussion sur les changements qu'elles a ressentit au fil du temps. Pendant l'entretien, l'enquêteur recueille des informations sur la façon dont la cliente s'est émancipée. En posant des questions catégorielles et des questions de clarification sur le portrait que la cliente a dessiné, l'enquêteur peut déterminer comment la cliente s'est émancipée et dans quelle mesure cette évolution est due au programme.
- Entretien collectif : les animateurs rencontrent différents petits groupes de quatre clientes qui font leur autoportrait, le présentent au groupe et en discutent. Ces entretiens collectifs reprennent la même méthode que la première proposée.
- Entretien individuel (2) : cette méthode repose sur un entretien direct, individuel, pendant lequel l'enquêteur pose à la cliente des questions sur elle-même, dans le passé et aujourd'hui.

Echantillonnage :

- Clientes de longue date, participant au programme depuis au moins deux ans
- Sélection de clientes au hasard dans le registre du programme
- Echantillon suivant différentes caractéristiques du programme (urbaines/rurales, petits emprunts/ gros emprunts, nombre d'années de participation) ou répartition géographique

Conditions de mise en œuvre

L'outil N°5 AIMS/ SEEP se fait par des entretiens individuels approfondis à destination des femmes qui participent au programme depuis plus de deux ans. Durant l'entretien il est demandé aux clientes d'identifier les différences entre leur comportement passé et présent.

Réalisation

Définition de l' « émancipation » : questions à se poser :

- Dans un contexte culturel spécifique, comment sait-on qu'une personne s'est émancipée ?
- Quels comportements sont susceptibles d'indiquer qu'une femme s'est émancipée ?
- A-t-il été constaté ce type de comportement chez les clientes du programme ?
- Les clientes seront-elles en mesure de les identifier ?

Choix de la méthode utilisée : le choix de la méthode dépend du contexte et de l'aisance ou des compétences des enquêteurs

Elaboration d'une liste des questions de clarification possibles pour approfondir la discussion

Traduction des questions dans la ou les langue(s) des clientes

Familiarisation avec l'outil

Elaboration du calendrier des entretiens

Durée

Dépend de la taille de l'échantillon. Les entretiens peuvent être relativement rapide, mais il faut compter dans la durée de l'étude le temps de préparation et de formation des animateurs.

Régularité

Etudes ponctuelles

Coût

Les outils AIMS sont généralement peu coûteux.

Avantages comparatifs

Perception des femmes de leur propre émancipation

Limites

Difficultés à instaurer un climat de confiance avec les clientes

Outil parfois critiqué pour sa superficialité : une interview rapide de femmes sur leur sentiment de progresser grâce aux produits financiers ne peut permettre de réellement comprendre l'évolution de leur positionnement social. L'outil ne permet pas vraiment de creuser le thème.

Pour en savoir plus

[Connaître la clientèle des IMF : Outils d'analyse pour les praticiens de la microfinance](#)

Formulation concertée entre bailleurs de fonds et gestionnaires de programmes, d'outils d'analyse d'impact conçus comme des « modèles à adapter ».

Cohen, M.
2001

[Evaluer et mesurer l'impact socio-économique des IMF \(BIM\)](#)

Bilan des méthodes d'évaluation et d'impact socio-économique des IMF et présentation d'un nouvel outil d'évaluation opérationnel et peu coûteux : la démarche SEEP-AIMS

Nguyen, G. & Matul, M.
2000

[Les outils d'analyse de la clientèle et de l'impact en débat \(BIM\)](#)

Présentation et critiques d'un manuel publié par AIMS proposant une méthode d'analyse de la satisfaction de la demande et de l'impact sur les clients des IMF

Barlet, K. & Poursat, C. & Sam, D. & Pommier, D. & Lesaffre, D. & Delescluse, Q.
2001