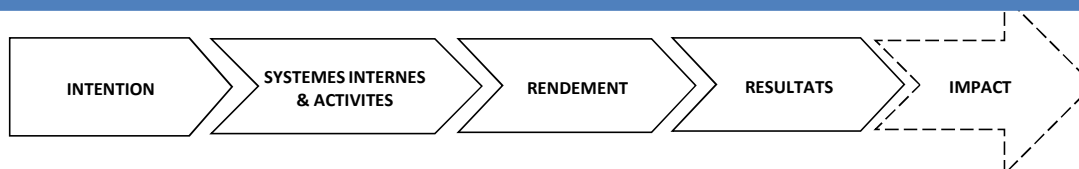




RAPPORT DES NORMES DE PERFORMANCE SOCIALE

Ce rapport des normes de performance sociale a été créé par le **MIX** pour recueillir des informations sur les **22 indicateurs de base** retenus par le **corps expéditionnaire de la performance sociale**. L'ensemble du document se compose de 5 parties: 1. le cadre des normes de performance sociale et la description, 2. le rapport des normes de performance sociale Partie I, 3. le rapport des normes de performance sociale, partie II, 4. le tableau de mesure de la pauvreté et 5. un lexique. La 1ère partie du rapport contient 13 indicateurs qui portent principalement sur la mission de votre IMF, les produits et services offerts, la responsabilité sociale envers la clientèle et le personnel, et la portée auprès des clients. La 2ème partie contient 6 indicateurs qui mettent l'accent sur la portée vers l'emploi, la responsabilité sociale à la communauté et à l'environnement et l'éducation des enfants. Enfin, le tableau de mesure de la pauvreté contient les 3 indicateurs restants sur les niveaux de pauvreté. **Les IMF qui souhaitent mettre à jour leur profil sur le MIX Market avec les indicateurs de performance sociale devraient être en mesure de rapporter des informations sur les 13 indicateurs contenus dans la 1ère partie du rapport.** Les 6 indicateurs figurant dans la 2ème partie et le tableau contenant les 3 indicateurs sur la mesure de la pauvreté ont un niveau de complexité élevé à rapporter, et pour cette année le MIX considère la 2ème partie du rapport et les indicateurs sur la mesure de la pauvreté comme un test pilote. Cela signifie que les IMF, qui peuvent entièrement ou en partie les déclarer sont encouragés à le faire, mais cela ne représente pas une exigence. Les indicateurs suivent un cadre spécifique qui tient compte de l'ensemble du processus par lequel l'impact social est créé. Le cadre comprend une analyse de l'intention des institutions, l'efficacité de leurs systèmes internes et les activités dans la réalisation de ces objectifs, les résultats et le succès d'accomplir des changements positifs dans la vie des clients. L'IMF peut fournir toute autre information relative à chaque indicateur dans la colonne des commentaires. Enfin, un **lexique** a été créé afin de relier ces indicateurs qui sont plus difficile à conceptualiser et conforme à une définition standard. Les indicateurs liés au lexique sont soulignés et leur définition peuvent être consultés en cliquant sur les **liens** fournis.



| DIMENSION | NORME | PERTINENCE DE LA NORME | POSITION DANS LE RAPPORT |
|---|----------------------------------|--|--------------------------|
| INTENTION | Mission et objectifs sociaux | La performance sociale, c'est mettre en pratique la mission de l'IMF. Ce qui est mesuré dans la performance sociale est liée à la mission et aux objectifs sociaux de l'IMF. Cet indicateur évalue l'engagement déclaré de l'IMF à sa mission sociale, son marché cible et ses objectifs de développement. | Partie I |
| | Gouvernance | La gouvernance est un processus par lequel un conseil d'administration guide une institution dans l'accomplissement de sa mission d'entreprise. Cet indicateur évalue la façon par laquelle les responsabilités des membres du conseil et leurs conditions de services sont divulguées. Il évalue également la composition du conseil d'administration et l'expertise de ses membres et la manière dont l'institution renforce la connaissance des membres sur la performance sociale et leur engagement à la performance sociale. | Partie I |
| STRATEGIES ET SYSTEMES (systèmes internes et activités) | Gamme de produits et de services | Une fois que la population cible est identifiée, l'IMF doit travailler sur la conception de ses produits et services financiers afin qu'ils puissent répondre aux besoins et aux contraintes des clients. Cet indicateur considère l'approche intégrée de la microfinance en évaluant les produits et services aussi bien financiers que non financiers offerts par une IMF. | Partie I |

| | | | |
|--|--|---|------------------|
| | Formation sur la performance sociale | La formation du personnel sur la gestion de la performance sociale est importante pour s'assurer que le personnel comprenne comment son travail aide l'organisation à atteindre la mission sociale. Les IMF peuvent utiliser la formation comme une opportunité pour saisir les réactions du personnel, lui permettant d'effectuer les changements nécessaires pour que ses systèmes de gestion soient entièrement alignés avec la mission sociale. Cet indicateur détermine quels membres de l'IMF ont reçu une formation sur tous les aspects de la performance sociale au cours de l'année et les domaines de la formation qui ont été couverts. | Partie I |
| | Evaluation des performances du personnel et incitations | Afin de garantir la validité des données rapportées et la performance du personnel sur les domaines pertinents de la gestion de la performance sociale, il est important de procéder à l'évaluation du personnel. Une IMF devrait également établir des mesures incitatives pour le personnel pour augmenter la productivité et les niveaux de satisfaction des employés tout en respectant les objectifs sociaux de l'IMF. Cet indicateur détermine quels domaines de la performance sociale une IMF évalue et la mise en œuvre d'un système d'incitation du personnel lié aux objectifs de la performance sociale. | Partie I |
| | Etude de marché sur les clients | Une IMF peut utiliser les techniques habituelles d'études de marché pour identifier les besoins des clients. A travers les études de marché, une IMF peut améliorer les produits existants et en développer de nouveaux. Cela est très utile pour répondre aux besoins des clients, conserver les clients, atteindre de nouveaux clients et réduire les taux de perte de clients. Cet indicateur évalue comment et combien de fois l'IMF entreprend des études de marché sur les clients. | Partie I |
| | Mesure de la fidélisation de la clientèle | Au-delà de la satisfaction du client, les taux d'abandon peuvent également être un important indicateur de la performance sociale. Les taux d'abandon peuvent fournir des informations importantes pour une IMF si complémentées d'interviews de sortie de client afin d'identifier les problèmes qui conduisent à l'abandon. Cet indicateur évalue le taux d'abandon d'une IMF. | Partie I |
| | Evaluation de la pauvreté | Afin d'accomplir leur mission sociale, les IMF doivent utiliser la stratégie d'évaluation de la pauvreté qui est appropriée pour sa clientèle, ses objectifs de développement, et les conditions d'exploitation locales. Les IMF peuvent adopter des outils de mesure afin d'évaluer comment et pourquoi les conditions de vie de ses clients changent avec le temps. Des initiatives récentes, tels que l'indice de progression de sortie de pauvreté (PPI) et l'outil d'évaluation de la pauvreté (PAT) permettent la mesure directe de la pauvreté des ménages en utilisant de simples et robustes indicateurs, statistiquement corrélé avec différents seuils de pauvreté. Cet indicateur évalue les outils adoptés pour suivre le statut de pauvreté des clients. Pour en savoir plus sur PAT visitez ce lien: http://www.povertytools.org/ Pour en savoir plus sur les PPI, visitez ce lien: http://www.progressoutofpoverty.org/ | Partie II |

| | | | |
|--|---|--|-----------|
| POLITIQUES ET CONFORMITE (systèmes internes et activités) | Responsabilité sociale envers la clientèle | La responsabilité sociale à la clientèle est une dimension fondamentale de la performance sociale d'une IMF. Cet indicateur est lié à la Campagne pour la Protection de la Clientèle dans la Microfinance, qui vise à unir les fournisseurs de microfinance dans le monde entier pour élaborer et mettre en œuvre des normes pour le traitement approprié des clients à faible revenu sur la base des six principes suivants: 1)Prévention du surendettement; 2)Tarification transparente; 3) Pratiques appropriées des collections; 4)Comportement d'éthique du personnel; 5) Mécanismes de réparation des griefs; 6) Protection des données des clients. Pour plus d'informations sur l'initiative pour la protection du client, vous pouvez visiter le site web du centre pour l'inclusion financière sur ce lien: http://www.centerforfinancialinclusion.org | Partie I |
| | Coût des services à la clientèle | Les taux d'intérêt devraient être fixés afin d'assurer la pérennité de l'institution et la disponibilité à long terme du service, mais en même temps les institutions devraient être activement à la recherche de moyens pour réduire les coûts pour leurs clients. Cet indicateur évalue le taux d'intérêt effectif pour le principal produit de prêt offert et le pourcentage estimé de clients qui font des emprunts auprès d'autres institutions ou prêteurs. | Partie I |
| | Responsabilité sociale envers le personnel | La politique des ressources humaines est importante pour s'assurer que les employés sont traités équitablement. Dans un même temps, il est important de contrôler la satisfaction des employés et avoir un système en place pour comprendre les préoccupations et les besoins des employés. Cet indicateur évalue la politique de l'IMF en ce qui concerne la responsabilité sociale envers le personnel, en regardant sa politique de ressources humaines en place, ses systèmes de suivi de la satisfaction des employés et son taux de rotation du personnel, comme une mesure de la satisfaction du personnel. | Partie I |
| | Responsabilité sociale envers la communauté | Une IMF peut avoir un impact dans la communauté où elle opère, pas seulement à travers la fourniture de services financiers à ses clients, mais à travers la mise en œuvre de politiques et d'actions visant à soutenir le développement communautaire en général. Cet indicateur évalue les mesures que prend l'IMF dans cette direction. | Partie II |
| | Responsabilité sociale envers l'environnement | Les microentreprises comprennent une grande variété d'activités qui créent un large éventail d'effets sur l'environnement. Le faible niveau technologique, l'absence générale de surveillance réglementaire, et l'absence d'infrastructure de soutien et de services font que l'accumulation de l'impact environnemental de l'activité de microentreprise est importante. Cet indicateur évalue si l'IMF a des politiques et des initiatives mises en place pour atténuer les impacts environnementaux des entreprises que l'IMF soutient. Il évalue aussi l'impact de l'IMF, elle-même sur l'environnement. | Partie II |
| REALISATION DES OBJECTIFS SOCIAUX (rendements et résultats) | Portée géographique | La prestation de services financiers dans des zones géographiques différentes peut soutenir le revenu et la création d'emplois pour les clients ruraux et urbains pas bien servis. Cet indicateur évalue le nombre de clients atteint dans les différentes zones géographiques et dans les zones au-dessous du niveau moyen nationale de développement. Il évalue également la capacité de l'IMF à servir les clients dans ces zones où il n'existe pas d'autres services | Partie I |

| | | | |
|--|---|---|------------------------------|
| | Portée auprès des femmes | Si une IMF a comme marché cible les femmes, alors toute initiative en place doit être reflétée par le nombre de clients femmes atteint. Cet indicateur évalue le nombre de clients femmes (emprunteurs et épargnants) atteint par l'IMF. | Partie I |
| | Portée auprès des clients | La portée est déterminée par le type et le nombre de clients atteints par les services microfinanciers. Cet indicateur évalue la capacité de l'IMF à atteindre son marché cible. Il évalue également la portée auprès des clients par méthodes de crédit. | Partie I |
| | Rendements | La portée auprès des clients n'est pas seulement déterminée par le nombre de clients touchés par des produits financiers, mais aussi par la compréhension et la réponse aux autres besoins de la clientèle à travers des efforts démontrés dans la conception du produit. Cet indicateur jette un regard sur la portée auprès des clients en termes de nombre de clients bénéficiant de services non financiers. Il demande aussi de montrer, si possible, toute étude concernant l'efficacité du programme sur le marché cible - dans le cadre de résultats. | Partie II |
| | Emploi | Au niveau de la communauté, les microentreprises peuvent générer de nouveaux emplois, fournissant ainsi un revenu plus élevé et plus stable pour la communauté dans son ensemble. Cet indicateur évalue les possibilités de création d'emplois par les entreprises soutenues. | Partie II |
| | Enfants scolarisés | L'accroissement des revenus provenant des microentreprises permettent aux populations pauvres de mieux planifier et d'investir dans l'avenir de leurs enfants. Cet indicateur évalue le nombre de clients dont les enfants sont scolarisés dans les pays où la fréquentation scolaire est de moins de 90% au niveau secondaire ou primaire. | Partie II |
| | Clients pauvres et très pauvres à l'entrée | Afin d'évaluer les niveaux de pauvreté des clients, une IMF doit utiliser le seuil de pauvreté le plus approprié. Cet indicateur évalue les seuils de pauvreté et les outils de pauvreté utilisés pour estimer le pourcentage de clients entrants ou qui ont récemment joint qui sont en-dessous et au bas des 50% du seuil de pauvreté. | Mesure de la pauvreté |
| | Clients dans la pauvreté | Mesurer l'état de pauvreté des clients à l'entrée et suivre cette condition au cours du temps est un indicateur important que les IMF utilisent pour évaluer le bien-être des clients. Cet indicateur évalue le pourcentage estimé de clients qui ont adhéré à l'institution il y a 3 ou 5 ans et qui restent en-dessous du seuil de pauvreté. | Mesure de la pauvreté |
| | Clients sortis de la pauvreté | Par l'utilisation d'outils appropriés d'évaluation de la pauvreté et le suivi du même échantillon de clients au fil du temps, une IMF peut évaluer si les clients sortent de la pauvreté. Cet indicateur évalue le pourcentage de clients actifs qui étaient «pauvres» quand ils ont adhéré à l'institution il y a 3 ou 5 ans et qui sont considérés comme étant sorti de la pauvreté. | Mesure de la pauvreté |

RAPPORT DE PERFORMANCE SOCIALE - 1ère PARTIE

| (i) Information de base: l'IMF | | COMMENTAIRES |
|---|---|--|
| a | Nom de l'IMF: | |
| b | Pays de l'activité: | |
| c | Année de commencement des activités de microfinance: | |
| d | Forme juridique: | |
| e | Rapport pour la fin de l'exercice: | JJ/MM/AAAA |
| f | Nombre de comptes crédit: | |
| g | Nombre total d'emprunteurs actifs (pas les comptes de crédits): | |
| h | Nombre de comptes d'épargne: | |
| i | Nombre total d'épargnants volontaires (pas les comptes d'épargne): | |
| (ii) Information sur la personne interrogée | | |
| a | Nom de la personne interrogée: | |
| b | Fonction de la personne interrogée: | |
| c | Adresse complète du Bureau: | |
| d | Adresse électronique (email) du contact: | |
| e | Numéro de téléphone du contact: | |
| MISSION | | |
| 1 Mission et objectifs sociaux | | |
| a | Quelle est l'énoncé de la mission de votre institution? | |
| b | Année où la mission a été formulée (ou mise à jour): | |
| c | Quel est le niveau de pauvreté des clients que votre institution vise à atteindre? (Cocher tout ce qui s'applique): | <input type="checkbox"/> Clients très pauvres <input type="checkbox"/> Clients pauvres <input type="checkbox"/> Clients à faible revenu <input type="checkbox"/> Sans attention particulière/toutes les populations |
| d | Si vous avez coché les cases «clients très pauvres ou clients pauvres», quel point de référence / repère jugez-vous approprié pour estimer le niveau de pauvreté de vos clients? (Cocher tout ce qui s'applique): | <input type="checkbox"/> Les personnes au bas de la tranche des 50% des personnes vivant en dessous du seuil de pauvreté établi par le gouvernement <input type="checkbox"/> Les personnes vivant avec moins de \$ 1.00 US par jour <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): <input type="text"/> |
| | Clients très pauvres: | <input type="checkbox"/> Les personnes vivant en dessous du seuil de pauvreté établi par le gouvernement <input type="checkbox"/> Personnes vivant avec moins de \$2.00 US par jour <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): <input type="text"/> |
| | Clients pauvres: | |
| e | Quel est le marché cible de votre institution? (Cocher tout ce qui s'applique): | <input type="checkbox"/> Les femmes <input type="checkbox"/> Les adolescents et les jeunes (en-dessous de l'âge de 18 ans) <input type="checkbox"/> les populations locales et les minorités ethniques <input type="checkbox"/> Clients vivant dans les zones rurales <input type="checkbox"/> Clients vivant en zones urbaines/semi-urbaines <input type="checkbox"/> Pas de cible spécifique/toutes les populations <input type="checkbox"/> Autre(veuillez spécifier): <input type="text"/> |
| f | Quels genres d'entreprises votre institution supporte t-elle? (Cocher tout ce qui s'applique): | <input type="checkbox"/> Microentreprises <input type="checkbox"/> Petites entreprises <input type="checkbox"/> Moyennes entreprises <input type="checkbox"/> Grandes entreprises |
| g | Quels objectifs de développement votre institution poursuit-elle en particulier par le biais de ses apports en produits et services financiers et non financiers?(Cocher tout ce qui s'applique): | <input type="checkbox"/> Réduction de la pauvreté <input type="checkbox"/> Création d'emplois <input type="checkbox"/> Développement de jeunes entreprises <input type="checkbox"/> Croissance des entreprises existantes <input type="checkbox"/> Revenu et croissance de la productivité <input type="checkbox"/> Amélioration de l'enseignement pour adultes <input type="checkbox"/> Amélioration de l'accès à l'éducation des enfants <input type="checkbox"/> Amélioration de la santé <input type="checkbox"/> Egalité entre les sexes et renforcement du pouvoir des femmes <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): <input type="text"/> |
| 2 Gouvernance | | |

| | | |
|--|--|--|
| b Sinon, de quelle manière les procédures sont-elles documentées? | <input type="checkbox"/> Minutes du conseil <input type="checkbox"/> Minutes du comité <input type="checkbox"/> Manuel des procédures <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ | |
| c Comment le conseil d'administration de votre institution est-il composé? (Cocher tout ce qui s'applique): | <input type="checkbox"/> Représentants du gouvernement et chefs de communautés <input type="checkbox"/> Représentants des organismes à but non lucratif <input type="checkbox"/> Représentants des institutions financières privées <input type="checkbox"/> Clients <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ | |
| d Quels sont les domaines d'expertise des membres du conseil d'administration de votre institution? (Cocher tout ce qui s'applique): | <input type="checkbox"/> Financier et bancaire <input type="checkbox"/> Juridique <input type="checkbox"/> Développement / Service social <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ | |
| e Quel est le nombre total de vos membres du conseil d'administration? | | |
| f Quel est le nombre de femmes dans votre conseil d'administration? | | |
| g Si vous avez des représentants dans votre conseil de vos clients ou de votre marché cible (comme indiqué dans la question 1e) quelles catégories sont représentées? | | |
| h Comment votre institution renforce-t-elle la connaissance de la performance sociale et l'engagement à la performance sociale des membres du conseil d'administration? (Cocher tout ce qui s'applique): | <input type="checkbox"/> Nous avons un comité permanent de la performance sociale qui examine régulièrement les questions sur la performance sociale <input type="checkbox"/> Nous organisons des visites de clients et du personnel pour aider les membres du conseil à comprendre comment les opérations accomplissent la mission <input type="checkbox"/> Nous veillons à ce que les problèmes de performance sociale soient identifiés comme des composants de l'IMF en matière de plans stratégiques et d'affaires <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ | |
| STRATEGIES ET SYSTEMES | | |
| 3 Gamme de services (financiers et non financiers) | | |
| a Lequel de ces produits financiers votre institution offre-t-elle? (Cocher tout ce qui s'applique) Crédits: Epargne: Si votre institution n'offre pas d'épargnes, veuillez sauter cette question. Sinon, quel type de produits d'épargne offre-t-elle? (Cocher tout ce qui s'applique): Assurance: Si votre institution n'offre pas de produits d'assurance, veuillez sauter cette question. Sinon, quel type d'assurance offre-t-elle? (Cocher tout ce qui s'applique): Services: Si votre institution n'offre pas d'autres services financiers, veuillez sauter cette question. Sinon, quel type de services offre-t-elle? (Cocher tout ce qui s'applique): | <input type="checkbox"/> Prêts à utilisation générale <input type="checkbox"/> Prêts aux microentreprises <input type="checkbox"/> Prêts aux PME <input type="checkbox"/> Ligne de crédit <input type="checkbox"/> Prêts d'éducation <input type="checkbox"/> Financement habitat <input type="checkbox"/> Prêts pour les besoins immédiats des ménages <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ Veuillez choisir une réponse ▼ <input type="checkbox"/> Comptes chèques <input type="checkbox"/> Comptes d'épargne <input type="checkbox"/> Dépôts à terme <input type="checkbox"/> Comptes d'épargne spéciaux <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ Veuillez choisir une réponse ▼ <input type="checkbox"/> Crédit d'assurance-vie <input type="checkbox"/> Assurance vie <input type="checkbox"/> Assurance habitat <input type="checkbox"/> Assurance élevage et agriculture <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ Veuillez choisir une réponse ▼ <input type="checkbox"/> Cartes de retrait/crédits <input type="checkbox"/> Service de facilitation des épargnes <input type="checkbox"/> Service de transfert <input type="checkbox"/> Paiements par chèque <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ | |
| b Quelles sont les méthodes de crédits utilisées par votre institution? (cocher tout ce qui s'applique) | <input type="checkbox"/> Individuel <input type="checkbox"/> Banques villageoises <input type="checkbox"/> Groupe de caution solidaire <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ | |

| | | |
|---|---|--|
| <p>Services d'entreprises:</p> <p>Si votre institution n'offre pas des services d'entreprises, veuillez sauter cette question. Sinon, quel type de services offre-t-elle? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> | <p>Veuillez choisir une réponse ▼</p> <p><input type="checkbox"/> Développement des compétences en entreprise</p> <p><input type="checkbox"/> Services de développement commercial</p> <p><input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____</p> | |
| <p>Education des adultes:</p> <p>Si votre institution n'offre pas des services d'éducation, veuillez sauter cette question. Sinon, quel type de services offre-t-elle? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> | <p>Veuillez choisir une réponse ▼</p> <p><input type="checkbox"/> Initiation aux notions financières</p> <p><input type="checkbox"/> Education sanitaire/nutritionnelle de base</p> <p><input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____</p> | |
| <p>Services de santé:</p> <p>Si votre institution n'offre pas de services de santé, veuillez sauter cette question. Sinon, quel type de services offre-t-elle? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> | <p>Veuillez choisir une réponse ▼</p> <p><input type="checkbox"/> Services médicaux de base</p> <p><input type="checkbox"/> Services médicaux spéciaux pour les femmes et les enfants</p> <p><input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____</p> | |
| <p>Renforcement du pouvoir des femmes:</p> <p>Si votre institution n'offre pas de services pour le renforcement du pouvoir des femmes, veuillez sauter cette question. Sinon, quel type de services offre-t-elle? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> | <p>Veuillez choisir une réponse ▼</p> <p><input type="checkbox"/> Formation en affaires pour améliorer le potentiel de marché des femmes</p> <p><input type="checkbox"/> Formation en leadership des femmes</p> <p><input type="checkbox"/> Formation sur les droits et responsabilités en tant que chefs de file dans des modèles participatifs</p> <p><input type="checkbox"/> Education sur les droits de la femme/questions liées aux spécificités de chaque sexe (formation pour les hommes et les femmes)</p> <p><input type="checkbox"/> Counseling/services juridiques pour les femmes victimes de violence</p> <p><input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____</p> | |
| <p>d Votre institution offre t-elle ces services non financiers directement ou par voie de partenariats négociés/accords avec des fournisseurs tiers?</p> | <p><input type="checkbox"/> Directement offerts</p> <p><input type="checkbox"/> Offert à travers des alliances négociées avec des tiers</p> | |
| <p>4 Formation du personnel sur la performance sociale</p> | | |
| <p>a Est-ce que n'importe qui dans le personnel a participé à une formation ou des séances d'orientation liées à n'importe quel aspect de la gestion de la performance sociale, au cours de l'année?</p> | <p>Veuillez choisir une réponse ▼</p> <p>Si non, veuillez expliquer pourquoi: _____</p> | |
| <p>b Si la réponse est non, veuillez sauter cette question. Sinon, quels membres du personnel ont reçu une sorte de formation sur la gestion de la performance sociale au cours de l'année? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> | <p><input type="checkbox"/> Membres du conseil</p> <p><input type="checkbox"/> Cadres supérieurs</p> <p><input type="checkbox"/> Cadres moyens</p> <p><input type="checkbox"/> Agents de crédit</p> <p><input type="checkbox"/> Personnel de l'arrière-guichet (SIG, comptabilité, administration)</p> <p><input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____</p> | |
| <p>c Dans quels domaines liés à la performance sociale votre institution offre t-elle une formation du personnel?</p> | <p><input type="checkbox"/> Prévention du surendettement</p> <p><input type="checkbox"/> Communication avec les clients de la tarification des produits, les termes et conditions</p> <p><input type="checkbox"/> Pratiques acceptables de recouvrement</p> <p><input type="checkbox"/> Collecte d'une bonne qualité d'information sociale</p> <p><input type="checkbox"/> Politiques et procédures en matière de protection de données de clients</p> <p><input type="checkbox"/> Référer les plaintes de clients à ceux qui sont responsables pour les traiter et les résoudre</p> <p><input type="checkbox"/> Être réceptif aux besoins des clients</p> <p><input type="checkbox"/> Sensibilisation sur les sexes</p> <p><input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____</p> <p>Autres (veuillez spécifier): _____</p> | |
| <p>5 Evaluation des performances du personnel et mesures incitatives</p> | | |
| <p>a Votre institution conduit-elle des évaluations de performance du personnel en matière de gestion de la performance sociale?</p> | <p>Veuillez choisir une réponse ▼</p> <p>Si non, veuillez expliquer pourquoi: _____</p> | |
| <p>b Si la réponse est non, veuillez sauter cette question. Sinon, quels sont les domaines que votre institution évalue? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> | <p><input type="checkbox"/> Capacité à attirer de nouveaux clients du marché cible</p> <p><input type="checkbox"/> Portée vers les communautés rurales isolées</p> <p><input type="checkbox"/> Compétences sur la sensibilisation des sexes</p> <p><input type="checkbox"/> Qualité de l'interaction avec les clients</p> <p><input type="checkbox"/> Qualité de la donnée sociale</p> <p><input type="checkbox"/> Taux de fidélisation/de perte de la clientèle</p> <p><input type="checkbox"/> Qualité du portefeuille</p> <p><input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____</p> | |
| <p>c Avez vous des mesures incitatives pour le personnel qui sont liées</p> | <p>Veuillez choisir une réponse ▼</p> | |

| | | |
|--|--|--|
| <p>d Si la réponse est non, veuillez sauter cette question. Sinon, quels sont les domaines que votre institution récompense? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> | <input type="checkbox"/> Capacité à attirer de nouveaux clients du marché cible <input type="checkbox"/> Portée vers les communautés rurales isolées <input type="checkbox"/> Compétences sur la sensibilisation des sexes <input type="checkbox"/> Qualité de l'interaction avec les clients <input type="checkbox"/> Qualité de la donnée sociale <input type="checkbox"/> Taux de fidélisation/de perte de la clientèle <input type="checkbox"/> Qualité du portefeuille <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): <input type="text"/> | |
| <p>e Quels membres du personnel sont qualifiés pour ces mesures incitatives? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> | <input type="checkbox"/> Cadres supérieurs <input type="checkbox"/> Cadres moyens <input type="checkbox"/> Agents de crédits <input type="checkbox"/> Personnel de l'arrière-guichet (SIG, comptabilité, administration) <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier) Autres (veuillez spécifier): <input type="text"/> | |
| 6 Etude de marché de la clientèle | | |
| <p>a Votre institution utilise t-elle des études de marché pour identifier les besoins des clients et des clients potentiels?</p> | <p>Veuillez choisir une réponse <input type="text" value="▼"/></p> <p>Si non, veuillez expliquer pourquoi: <input type="text"/></p> | |
| <p>b Si la réponse est non, veuillez sauter cette question. Sinon, comment votre institution identifie t-elle les besoins des clients et des clients potentiels? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> | <input type="checkbox"/> Etude de marché pour le développement de nouveaux produits <input type="checkbox"/> Évaluation de la satisfaction des clients (entretiens, enquêtes, groupes de discussion, etc) <input type="checkbox"/> Entretiens avec les clients sortants <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): <input type="text"/> | |
| <p>c A quelle fréquence votre institution mène t-elle ou délègue t-elle des études de marché sur les clients?</p> | <p>Veuillez choisir une réponse <input type="text" value="▼"/></p> | |
| 7 Mesure de la fidélisation de la clientèle | | |
| <p>a Veuillez nous fournir les données suivantes pour nous aider à calculer le taux d'abandon/de perte de votre institution</p> | | |
| <p>Nombre total de clients (emprunteurs et épargnants) au début de la période:</p> | | |
| <p>Nombre total de clients (emprunteurs et épargnants) à la fin de la période:</p> | | |
| <p>Nouveaux clients (tous ceux qui ont adhéré au cours de la période):</p> | | |
| <p>Taux de perte de clients:</p> | <p>#DIV/0!</p> | |
| <p>b A quelle fréquence votre institution mène t-elle ou délègue t-elle des enquêtes de sortie ou reçoit-elle un feedback informelle des clients sortants?</p> | <p>Veuillez choisir une réponse <input type="text" value="▼"/></p> | |
| <p>c Si n'importe quel événement majeur, en-dehors de l'institution, a eu lieu et a pu affecter le taux de perte de clients, veuillez le signaler ici:</p> | | |
| POLITIQUE ET CONFORMITE | | |
| 8 Responsabilité Sociale envers les clients | | |
| <p>a Qu'est-ce que votre institution fait pour éviter le surendettement des clients? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> | <input type="checkbox"/> Les politiques écrites de crédit des IMF donnent aux décideurs (agents de crédit, superviseurs, etc) des directives explicites en ce qui concerne les seuils d'endettement de l'emprunteur <input type="checkbox"/> Le processus de souscription au crédit comprend une évaluation de la capacité du client à rembourser le prêt <input type="checkbox"/> Le processus de souscription au crédit comprend le contrôle des antécédents de crédit et dettes existantes des clients <input type="checkbox"/> Les options sur le produit de prêt sont suffisamment souples pour s'adapter aux besoins en affaires de la clientèle et/ou des ménages <input type="checkbox"/> L'institution ne compte pas uniquement sur les garanties de remboursement <input type="checkbox"/> Les clients reçoivent une formation/orientation sur l'évaluation de leur propre capacité d'endettement <input type="checkbox"/> La direction obtient régulièrement des informations sur les niveaux d'endettement parmi ses clients <input type="checkbox"/> L'évaluation par les pairs (méthodologie de groupe) <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): <input type="text"/> | |
| <p>b Comment votre institution s'assure t-elle de la transparence dans la communication avec les clients sur les prix, les termes et conditions des produits financiers? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> | <input type="checkbox"/> Les contrats et l'information utilisent un langage simple et fournissent une divulgation complète des prix, termes et conditions <input type="checkbox"/> Les taux d'intérêt (y compris honoraires, commissions) ou autres prix des produits sont publiés, affichés et fournis aux clients <input type="checkbox"/> Les pénalités et les frais sur les remboursements anticipés sont communiqués avant la signature des contrats de prêt <input type="checkbox"/> Le calendrier de remboursement dans le contrat de prêt sépare intérêts, principal, frais et montre le montant et les dates d'échéance des versements <input type="checkbox"/> Les communications abordent le sujet des limitations de l'alphabétisation des clients (par exemple: lire les contrats à haute voix, les documents dans les langues locales) <input type="checkbox"/> Les clients ont la possibilité de poser des questions et de recevoir des informations avant la signature de contrats <input type="checkbox"/> Les clients reçoivent des reçus de transaction et des relevés de compte réguliers, clairs et précis <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): <input type="text"/> | |

| | | |
|---|---|--|
| c Comment votre institution s'assure t-elle que des pratiques appropriées de recouvrement sont suivies? (Cocher tout ce qui s'applique): | <input type="checkbox"/> Un code des pratiques acceptables et inacceptables de recouvrement de dette est en place <input type="checkbox"/> Les procédures de recouvrement de dette et les délais (par exemple: temps/lieux où les recouvrements sont appropriés, etc) sont clairement exposés dans un manuel de règles du personnel <input type="checkbox"/> Les contrats de prêt expliquent ce à quoi l'emprunteur doit s'attendre en cas de retard ou de défaut de remboursement <input type="checkbox"/> Des efforts sont déployés pour négocier des plans de remboursement raisonnables avant de saisir des biens <input type="checkbox"/> L'institution contrôle le personnel et tout tiers agent de recouvrement pour s'assurer de la conformité avec les pratiques acceptables <input type="checkbox"/> L'institution fournit des services de conseil en dette <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ | |
| d Comment votre institution s'assure t-elle que les codes de déontologie du personnel sont toujours suivis? (Cocher tout ce qui s'applique): | <input type="checkbox"/> Un conseil d'administration a approuvé un code de déontologie qui définit les valeurs et normes d'éthique qui sont attendues du personnel <input type="checkbox"/> Les règlements du personnel décrivent et répriment la conduite acceptable/inacceptable, et les violations qui peuvent conduire au licenciement <input type="checkbox"/> Les procédures de recrutement évaluent les employés sur la compatibilité avec les valeurs et l'éthique organisationnelles <input type="checkbox"/> Tous les membres du personnel signent des promesses annuelles de suivre les codes d'éthique <input type="checkbox"/> Des politiques anti-corruption sont en place, fournies à chaque membre du personnel et mises en application par les décideurs <input type="checkbox"/> L'audit interne pour la gestion des risques détecte la corruption et les violations du code <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ | |
| e Votre institution a t-elle des politiques et des procédures en place pour la résolution des plaintes et des problèmes des clients ? (Cocher tout ce qui s'applique): | <input type="checkbox"/> Une politique écrite exige que les plaintes des clients soient prises au sérieux, étudiées et réglées dans les meilleurs délais <input type="checkbox"/> Un personnel spécialisé est désigné pour s'occuper des plaintes des clients et des résolutions de problème <input type="checkbox"/> Les clients sont informés de façon appropriée de leur droit de se plaindre et comment soumettre une plainte <input type="checkbox"/> Les plaintes et leur résolution sont traquées et utilisées pour améliorer les produits, les techniques de vente et les interactions avec les clients <input type="checkbox"/> L'audit interne ou autres systèmes de contrôle vérifient que les plaintes sont résolues de manière satisfaisante <input type="checkbox"/> Les boîtes à suggestions sont prévues dans chaque lieu d'affaires <input type="checkbox"/> Les services d'assistance téléphonique ou les centres d'appel avec un numéro gratuit sont disponibles <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ | |
| f Comment l'institution protège t-elle l'intimité des données des clients? (Cocher tout ce qui s'applique): | <input type="checkbox"/> Une politique et des procédures écrites concernant le traitement des données personnelles des clients sont en place <input type="checkbox"/> L'audit interne examine la sécurité des lieux et les systèmes électroniques où sont stockées les données des clients <input type="checkbox"/> Le système informatique est sécurisé et protégé par mot de passe <input type="checkbox"/> Le personnel explique aux clients la façon dont leurs données seront utilisées <input type="checkbox"/> Le consentement du client est nécessaire préalable au partage de données en dehors de l'institution <input type="checkbox"/> Les clients peuvent réviser et corriger leurs informations <input type="checkbox"/> Les clients sont instruits sur la façon de protéger les codes d'accès et les codes numériques <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ | |
| g Si vous avez d'autres politiques ou pratiques visant à protéger les clients et assurer leur traitement équitable, veuillez fournir les détails ici: | | |
| 9 Coûts des services aux clients | | |
| a Comment votre institution formule t-elle le taux d'intérêt? | <input type="checkbox"/> Méthode dégressive d'amortissement <input type="checkbox"/> Méthode du taux constant | |
| b Quel est le principal produit de prêt que votre institution offre? | | |
| c Quel pourcentage du portefeuille représente-t-il? | | |
| d Fournissez ici le taux d'intérêt effectif annuel de votre principal produit de prêt (utilisez la calculatrice ci-jointe pour obtenir le taux d'intérêt effectif): | | |
| e Connaissez-vous le pourcentage de vos clients qui font des emprunts auprès d'autres institutions? Si oui, donner le pourcentage estimé: | | |
| f Connaissez-vous le pourcentage de vos clients qui font des emprunts auprès de prêteurs privés ? Si oui, donner le pourcentage estimé: | | |
| 10 Responsabilité sociale envers le personnel | | |
| a Lequel des éléments suivants est inclu dans votre politique de ressources humaines? (Cocher tout ce qui s'applique): | <input type="checkbox"/> Un barème clair fondé sur le marché des salaires <input type="checkbox"/> Assurance médicale pour l'ensemble du personnel <input type="checkbox"/> Cotisation patronale <input type="checkbox"/> Pratiques et procédures permettant d'assurer la sécurité du personnel <input type="checkbox"/> Égalité de salaire pour les hommes et les femmes avec des niveaux de compétence égaux <input type="checkbox"/> Participation du personnel aux décisions qui les concernent <input type="checkbox"/> Politique de lutte contre la discrimination <input type="checkbox"/> Politique de lutte contre le harcèlement <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ | |

| | | | | | |
|---|---|--|---|---|--|
| b Quelles sont les politiques que votre institution a mis en place pour soutenir les femmes membres du personnel?(Cocher tout ce qui s'applique): | <input type="checkbox"/> Politiques d'égalité des chances pour le personnel <input type="checkbox"/> Quota fixe pour les femmes membres du personnel <input type="checkbox"/> Heures de travail adaptées aux contraintes familiales <input type="checkbox"/> Politiques de congé de maternité et de paternité <input type="checkbox"/> Politiques spécifiques qui soutiennent la mobilité des femmes sur le terrain <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ | | | | |
| c Nombre total d'employés: | | | | | |
| d Nombre total de directeurs: | | | | | |
| e Nombre total de cadres moyens: | | | | | |
| f Nombre total de agents de crédit: | | | | | |
| g Présence de femmes membres du personnel: | Nombre de femmes membres du personnel | Nombre de femmes directeurs | Femmes cadres moyens | Femmes agents de crédit | |
| Numéro (Veuillez s'il vous plaît remplir chaque colonne avec les chiffres appropriés pour l'année d'exercice): | | | | | |
| Pourcentage: | #DIV/0! | #DIV/0! | #DIV/0! | #DIV/0! | |
| h Votre institution suit-elle de près la satisfaction des employés? | Veuillez choisir une réponse <input type="button" value="v"/> | | | | |
| Si non, veuillez expliquer pourquoi: | | | | | |
| i Si non, veuillez sauter cette question. Sinon, comment l'institution surveille t-elle la satisfaction des employés? (Cocher tout ce qui s'applique): | <input type="checkbox"/> Évaluations des attentes des employés et/ou satisfactions dans le cadre d'évaluations régulières du personnel <input type="checkbox"/> Enquêtes périodiques et systématiques des attentes des salariés et/ou satisfaction <input type="checkbox"/> Système établi pour adresser les règlements de griefs du personnel <input type="checkbox"/> Entretien avec le personnel sortant <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ | | | | |
| j Veuillez fournir les données suivantes pour nous aider à calculer le taux de rotation du personnel de votre institution | | | | | |
| Nombre total d'employés à la fin de la présente période de publication de l'information financière: | | | | | |
| Nombre total d'employés à la fin de l'exercice précédent: | | | | | |
| Nouveaux membres du personnel sous contrat durant la présente période de publication de l'information financière: | | | | | |
| Taux de rotation du personnel: | #DIV/0! | | | | |
| ATTEINTE DES OBJECTIFS SOCIAUX | | | | | |
| 11 Portée géographique | | | | | |
| a Couverture de clients par zone géographique | Nombre de clients | Clients vivants en zone urbaine | Clients vivant dans zones semi-urbaines | Clients vivant en zone rurale | |
| Numéro (Veuillez s'il vous plaît remplir chaque colonne avec les chiffres appropriés pour l'année d'exercice): | | | | | |
| Pourcentage: | | #DIV/0! | #DIV/0! | #DIV/0! | |
| b Votre institution a t-elle des points de service réguliers situés dans des zones où il n'existe pas d'autres IMF ou succursales de banques? | Veuillez choisir une réponse <input type="button" value="v"/> | | | | |
| Si oui, quel est le nombre de points de service que vous avez dans ces zones? | | | | | |
| c Quel est le nombre de clients servis dans ces zones? | | | | | |
| d Quel est le nombre total de points de service que vous avez? | | | | | |
| e Pourcentage de points de service que vous avez dans ces zones: | #DIV/0! | | | | |
| f Pourcentage des clients servis dans ces zones: | #DIV/0! | | | | |
| 12 Portée auprès des femmes | | | | | |
| a Nombre de femmes emprunteurs actifs: | | | | | |
| b Pourcentage de femmes emprunteurs actifs: | #DIV/0! | | | | |
| c Nombre de femmes épargnants volontaires: | | | | | |
| d Pourcentage de femmes épargnants volontaires: | #DIV/0! | | | | |
| 13 Portée auprès des clients par des méthodologies de prêt et autre portée auprès de clients (comme indiqué dans la 1ère question sous INTENTION) | | | | | |
| a Clients outreach by lending methodology | Clients recevant des prêts individuels | Clients recevant des crédits de groupe | Femmes clients recevant des prêts individuels | Femmes clients recevant des crédits de groupe | |
| Numéro (Veuillez s'il vous plaît remplir chaque colonne avec les chiffres appropriés pour l'année d'exercice): | | | | | |
| Pourcentage: | #DIV/0! | #DIV/0! | #DIV/0! | #DIV/0! | |
| b Si vous le pouvez, veuillez indiquer le pourcentage de clients qui sont passés de crédits de groupe au crédit individuel, au cours de l'année: | | | | | |
| c Nombre de clients qui font partie des populations locales ou des minorités ethniques, s'il y a lieu: | | | | | |
| d Pourcentage de clients qui sont d'une population locale ou minorité ethnique: | #DIV/0! | | | | |
| e Nombre d'autres clients que votre institution vise (préciser selon le groupe cible): | | | | | |

RAPPORT DE PERFORMANCE SOCIALE - 2ème PARTIE

| STRATEGIES ET SYSTEMES | | COMMENTAIRES |
|---|---|--|
| 14 Evaluation de la pauvreté | | |
| a | <p>Votre institution mesure t-elle les niveaux de pauvreté de vos clients entrant/récemment adhérents (moins d'un an dans le programme)?</p> <p>Veillez choisir une réponse</p> | |
| | <p>Si non , et si non prévu dans le futur, veuillez expliquer pourquoi:</p> | |
| b | <p>Si non, veuillez sauter cette question. Sinon, quelles méthodes votre institution utilise t-elle pour mesurer les niveaux de pauvreté de vos clients entrant ou récemment adhérents? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> <p>Niveaux de pauvreté comparé à un seuil de pauvreté (ou des seuils):</p> <p>Niveaux de pauvreté qui ne sont pas des points de référence:</p> | <p><input type="checkbox"/> Indice de progression de sortie de pauvreté (PPI)</p> <p><input type="checkbox"/> Outil d'évaluation de la pauvreté (PAT)</p> <p><input type="checkbox"/> Dépenses des ménages par tête</p> <p><input type="checkbox"/> Revenus des ménages par tête</p> |
| | <p><input type="checkbox"/> Indice du logement</p> <p><input type="checkbox"/> Classement par évaluation participative de la richesse</p> <p><input type="checkbox"/> Examen des ressources</p> <p><input type="checkbox"/> Indice de sécurité alimentaire</p> <p><input type="checkbox"/> Dépenses des ménages par tête</p> <p><input type="checkbox"/> Revenus des ménages par tête</p> <p><input type="checkbox"/> Propre indice de pauvreté</p> <p><input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier):</p> | |
| c | <p>Votre institution traque t-elle les changements dans les niveaux de pauvreté de vos clients au fil du temps?</p> <p>Veillez choisir une réponse</p> | |
| | <p>Si non , et si non prévu dans le futur, veuillez expliquer pourquoi:</p> | |
| d | <p>A quelle fréquence votre institution traque t-elle les changements dans les niveaux de pauvreté des clients?</p> | |
| POLITIQUE ET CONFORMITE | | |
| 15 Responsabilité sociale envers la communauté | | |
| a | <p>Votre institution a t-elle une politique de responsabilité sociale à la communauté? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> | <p><input type="checkbox"/> Nous avons une politique écrite</p> <p><input type="checkbox"/> Une politique écrite est en cours d'élaboration ou prévue</p> <p><input type="checkbox"/> Nous avons une politique informelle reflétée dans nos activités</p> <p><input type="checkbox"/> Non</p> |
| | <p>Lequel des éléments suivants est inclu dans votre politique de responsabilité sociale (écrite ou informelle) envers votre communauté? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> | <p><input type="checkbox"/> Éviter le crédit pour les entreprises avec une valeur sociale négative</p> <p><input type="checkbox"/> Promouvoir la transparence et la lutte contre la corruption</p> <p><input type="checkbox"/> Promouvoir des conditions de travail raisonnables pour les employés dans les entreprises soutenues par le crédit</p> <p><input type="checkbox"/> Soutenir les communautés locales en cas d'urgence</p> <p><input type="checkbox"/> Soutenir les collectivités locales pour le développement social ou économique</p> <p><input type="checkbox"/> Soutenir le leadership des femmes</p> <p><input type="checkbox"/> Employés qui parlent la langue locale/les dialectes</p> <p><input type="checkbox"/> Prendre des mesures pour contribuer à l'élimination du travail forcé ou obligatoire</p> <p><input type="checkbox"/> Prendre des mesures pour contribuer à l'élimination du travail des enfants</p> <p><input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier):</p> |
| c | <p>Si vous avez une politique et/ou toute initiative en place liée à la responsabilité sociale envers la communauté (comme coché ci-dessus) et que vous souhaitez la partager, vous pouvez écrire un bref résumé ici. (N'hésitez pas à fournir des liens vers des documents connexes et/ou envoyer des documents au MIX, si vous voulez qu'ils soient publiés dans la bibliothèque du MIX Market):</p> | |
| 16 Responsabilité sociale envers l'environnement | | |
| a | <p>Votre institution a t-elle une politique de responsabilité sociale envers l'environnement qui est dirigée vers les entreprises financées? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> | <p><input type="checkbox"/> Nous avons une politique écrite formelle</p> <p><input type="checkbox"/> Une politique écrite est en cours d'élaboration ou prévue</p> |

| | | | | | |
|--|--|---|---|---|--|
| <p>b Si la réponse est non, vous pouvez sauter cette question. Sinon, lequel des éléments suivants y est inclus? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> | <input type="checkbox"/> Sensibiliser les clients sur les impacts environnementaux <input type="checkbox"/> Former/éduquer le client en ce qui concerne les améliorations environnementales <input type="checkbox"/> Des clauses spécifiques dans le contrat de prêt sont incluses pour atténuer les risques sociaux et environnementaux spécifiques <input type="checkbox"/> Identifier les entreprises avec des risques pour l'environnement <input type="checkbox"/> Voies filaires liées aux énergies alternatives <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ | | | | |
| <p>c Si vous avez une politique et/ou toute initiative en place liée à la responsabilité sociale envers l'environnement pour les entreprises financées (comme coché ci-dessus) et que vous souhaitez la partager, vous pouvez écrire un bref résumé ici. (N'hésitez pas à fournir des liens vers des documents connexes et/ou envoyer des documents au MIX, si vous voulez qu'ils soient publiés dans la bibliothèque du MIX Market):</p> | | | | | |
| <p>d Votre institution a-t-elle une politique de responsabilité sociale envers l'environnement destinée à l'IMF (non les clients)? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> | <input type="checkbox"/> Nous avons une politique écrite formelle <input type="checkbox"/> Une politique écrite est en cours d'élaboration ou prévue <input type="checkbox"/> Nous avons une politique informelle reflétée dans nos activités <input type="checkbox"/> Non | | | | |
| <p>e Si non, vous pouvez sauter cette question. Sinon, lequel des éléments suivants y est inclus? (Cocher tout ce qui s'applique):</p> | <input type="checkbox"/> Minimiser l'utilisation de l'électricité conventionnelle <input type="checkbox"/> Minimiser l'utilisation de carburants classiques <input type="checkbox"/> Minimiser l'utilisation de l'eau, recycler l'eau <input type="checkbox"/> Minimiser l'utilisation de papier, recycler le papier <input type="checkbox"/> Autre (veuillez spécifier): _____ | | | | |
| ATTEINTE DES OBJECTIFS SOCIAUX | | | | | |
| 17 Rendements | | | | | |
| <p>a Veuillez s'il vous plaît répondre à cette question si vous avez répondu «oui» à la prestation de services non financiers pour vos clients (partie I du rapport, question 3c)</p> | Clients qui ont reçu des services d'entreprise | Clients qui ont reçu une éducation pour adultes | Clients qui ont reçu des services de santé | Clients qui ont reçu des services liés à l'autonomisation des femmes | |
| <p>Numéro (Veuillez s'il vous plaît remplir chaque colonne avec les chiffres appropriés pour l'année d'exercice):</p> | | | | | |
| <p>Pourcentage:</p> | #DIV/0! | #DIV/0! | #DIV/0! | #DIV/0! | |
| <p>i Avez-vous mener une étude de l'efficacité sur votre marché cible des produits et services financiers et/ou non financiers que vous fournissez? Si oui et que vous souhaitez partager les résultats, vous pouvez écrire un bref résumé ici. (N'hésitez pas à fournir des liens vers des documents connexes et/ou envoyer des documents au MIX si vous voulez qu'ils soient publiés dans la bibliothèque du MIX Market):</p> | | | | | |
| 18 Emploi (membres de la famille et autres salariés dans les petites entreprises financées par le crédit) | | | | | |
| <p>a Entreprises qui ont été financées et génération d'emploi</p> | Entreprises qui ont été financées | Jeunes entreprises financées | Travailleurs autonomes (y compris les membres de la famille) dans les entreprises financées | Travailleurs embauchés (qui ne viennent pas des ménages) dans les entreprises financées | |
| <p>Numéro (Veuillez s'il vous plaît remplir chaque colonne avec les chiffres appropriés pour l'année d'exercice):</p> | | | | | |
| <p>Pourcentage:</p> | | #DIV/0! | | | |
| <p>b Travailleurs à temps plein/partiel</p> | Travailleurs autonomes à temps plein | Travailleurs embauchés à temps plein | Travailleurs autonomes à temps partiel | Travailleurs embauchés à temps partiel | |
| <p>Estimated number (please fill each column with appropriate numbers for the reporting year):</p> | | | | | |
| <p>Pourcentage:</p> | #DIV/0! | #DIV/0! | #DIV/0! | #DIV/0! | |
| <p>c Ces données ont-elles été recueillies à partir d'un échantillon de clients ou de tous les clients? Si à partir d'un échantillon, veuillez fournir les détails de l'échantillon (taille, période et méthode d'échantillonnage):</p> | | | | | |
| 19 Les enfants scolarisés. Cette question est pertinente pour les pays où la fréquentation scolaire est de moins de 90% au niveau secondaire ou primaire | | | | | |
| <p>a Suivez-vous vos clients pour savoir si leurs enfants sont scolarisés?</p> | <p>Veuillez choisir une réponse ▼</p> <p>Si non, et si non prévu dans le futur, veuillez expliquer pourquoi:</p> | | | | |
| <p>b Si oui, collectez-vous ces données séparément pour les nouveaux clients (moins d'1 an avec votre institution) et pour les clients plus anciens (plus de 3 ans avec l'IMF)? Si séparément, veuillez fournir les données pour les plus</p> | | | | | |

| | | | | | | |
|----------|--|--|---|--|---|--|
| c | Fréquentation scolaire de filles de clients | Fillles de clients qui sont en âge de scolarité primaire | Fillles de clients qui sont en âge de scolarité primaire et qui fréquentent l'école régulièrement | Fillles de clients qui sont en âge de scolarité secondaire | Fillles de clients qui sont en âge de scolarité secondaire et qui fréquentent l'école régulièrement | |
| | Numéro (Veuillez s'il vous plaît remplir chaque colonne avec les chiffres appropriés pour l'année d'exercice): | | | | | |
| | Pourcentage: | | #DIV/0! | | #DIV/0! | |
| d | Fréquentation scolaire de fils de clients | Fils de clients qui sont en âge de scolarité primaire | Fils de clients qui sont en âge de scolarité primaire et qui fréquentent l'école régulièrement | Fils de clients qui sont en âge de scolarité secondaire | Fils de clients qui sont en âge de scolarité secondaire et qui fréquentent l'école régulièrement | |
| | Numéro (Veuillez s'il vous plaît remplir chaque colonne avec les chiffres appropriés pour l'année d'exercice): | | | | | |
| | Pourcentage: | | #DIV/0! | | #DIV/0! | |
| e | Ces données ont-elles été recueillies à partir d'un échantillon de clients ou de tous les clients? Si à partir d'un échantillon, veuillez fournir les détails de l'échantillon (taille, période et méthode d'échantillonnage): | | | | | |
| g | Fournir ici les données pour vos plus anciens clients (plus de 3 ans avec l'IMF):Fréquentation scolaire de filles de clients | Fillles de clients qui sont en âge de scolarité primaire | Fillles de clients qui sont en âge de scolarité primaire et qui fréquentent l'école régulièrement | Fillles de clients qui sont en âge de scolarité secondaire | Fillles de clients qui sont en âge de scolarité secondaire et qui fréquentent l'école régulièrement | |
| | Numéro (Veuillez s'il vous plaît remplir chaque colonne avec les chiffres appropriés pour l'année d'exercice): | | | | | |
| | Pourcentage: | | #DIV/0! | | #DIV/0! | |
| h | Fournir ici les données pour vos plus anciens clients (plus de 3 ans avec l'IMF):Fréquentation scolaire de fils de clients | Fils de clients qui sont en âge de scolarité primaire | Fils de clients qui sont en âge de scolarité primaire et qui fréquentent l'école | Fils de clients qui sont en âge de scolarité secondaire | Fils de clients qui sont en âge de scolarité secondaire et qui fréquentent l'école | |
| | Numéro (Veuillez s'il vous plaît remplir chaque colonne avec les chiffres appropriés pour l'année d'exercice): | | | | | |
| | Pourcentage: | | #DIV/0! | | #DIV/0! | |
| i | Ces données ont-elles été recueillies à partir d'un échantillon de clients ou de tous les clients? Si à partir d'un échantillon, veuillez fournir les détails de l'échantillon (taille, période et méthode d'échantillonnage): | | | | | |

MESURE DE LA PAUVRETÉ

| | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|--------------------------------|
| 20 | Clients pauvres et très pauvres à l'entrée | | | | |
| a | Veillez s'il vous plaît répondre aux questions (20-22) ci-dessous, sous la colonne (ou colonnes) appropriée (s), selon le niveau de pauvreté pour lesquels vous avez des informations | | | | |
| b | Quel(s) seuil de pauvreté(s) votre institution considère-t-elle lors de la mesure de la pauvreté de vos clients entrant/récemment adhérents?(Cocher tout ce qui s'applique): | <input type="checkbox"/> Seuil national de pauvreté | <input type="checkbox"/> \$1.00 US par jour | <input type="checkbox"/> \$2.00 US par jour | <input type="checkbox"/> Autre |
| c | Quel pourcentage du total clients entrants/récemment adhérents est au-dessous du seuil de pauvreté, à la fin de l'année? | | | | |
| d | Précisez -dans la(es) cellule(s) appropriée(s)- lequel des outils de pauvreté vous avez utilisé pour calculer ces données: | | | | |
| e | Quel pourcentage du total clients entrants/récemment adhérents est au-dessous de la moitié du seuil de pauvreté, à la fin de l'année? | | | | |
| f | Précisez -dans la(es) cellule(s) approprié(es)- lequel des outils de pauvreté vous avez utilisé pour calculer ces données: | | | | |
| g | Ces données ont-elles été recueillies à partir d'un échantillon de clients ou de tous les clients? Si c'est à partir d'un échantillon, veuillez fournir les détails de l'échantillon (taille, période et méthode d'échantillonnage): | | | | |
| 21 | Clients stagnant dans la pauvreté après 3 ou 5 ans (complétez soit pour 3 ou pour 5 ans, et seulement pour les deux si les deux semblent appropriés pour votre institution) | Seuil national de pauvreté | \$1.00 US par jour | \$2.00 US par jour | Autre |
| a | Parmi vos clients qui bénéficient de vos services depuis 3 ans, quel pourcentage de ceux-ci sont au-dessous du seuil de pauvreté? | | | | |
| b | Parmi vos clients qui bénéficient de vos services depuis 5 ans, quel pourcentage de ceux-ci sont au-dessous du seuil de pauvreté? | | | | |
| c | Précisez -dans la(es) cellule(s) approprié(es)- lequel des outils de pauvreté vous avez utilisé pour calculer ces données: | | | | |
| d | Fournir les détails sur la taille, la période et la méthode d'échantillonnage: | | | | |
| 22 | Clients sortis de la pauvreté après 3 ou 5 ans (complétez soit pour 3 ou pour 5 ans, et seulement pour les deux si les deux semblent appropriés pour votre institution) | Seuil national de pauvreté | \$1.00 US par jour | \$2.00 US par jour | Autre |
| a | Parmi vos clients qui bénéficient de vos services depuis 3 ans, quel pourcentage de ceux-ci sont au-dessous du seuil de pauvreté présentement? (Fournir les données dans les cellules liées aux seuils de pauvreté que vous avez utilisés): | | | | |
| b | Quel pourcentage de ces clients (maintenant au-dessus du seuil de pauvreté) était au-dessous du seuil de pauvreté quand ils ont adhéré à l'institution? | | | | |
| c | Parmi vos clients qui bénéficient de vos services depuis 5 ans, quel pourcentage de ceux-ci sont au-dessus du seuil de pauvreté présentement?(Fournir les données dans les cellules liées aux seuils de pauvreté que vous avez utilisés): | | | | |
| d | Quel pourcentage de ces clients (maintenant au-dessus du seuil de pauvreté) était au-dessous du seuil de pauvreté quand ils ont adhéré à l'institution? | | | | |
| e | Fournir les détails sur la taille, la période et la méthode d'échantillonnage: | | | | |

LEXIQUE

| Indicateur | Définition | Source |
|----------------------------|---|---|
| Appui au personnel féminin | L'IMF s'engage dans des politiques visant à soutenir la présence d'un personnel féminin. Une telle politique est particulièrement importante, non seulement pour soutenir la présence des femmes au sein du personnel, mais elle est particulièrement appropriée dans les pays où il est difficile d'aller vers la clientèle féminine en raison des barrières culturelles. Parmi ces politiques, il ya: 1. l'égalité des chances: L'IMF soutient activement aussi bien le recrutement des hommes que celui des femmes et œuvre dans la communauté pour surmonter les barrières de l'accès à l'emploi des femmes. 2.Quotas: Des quotas pour les femmes, qui impliquent que les femmes doivent constituer un certain nombre ou un pourcentage du personnel. 3.Heures de travail adaptées aux contraintes familiales: Possibilité pour le personnel féminin d'avoir un travail décent, permanent, payé et à mi-temps. 4.Politique pour le personnel en état de grossesse: congé de maternité payé et protection pour les femmes enceintes contre la discrimination dans l'emploi. 5.Politiques qui supporte la mobilité des femmes dans le domaine: aide à surmonter l'obstacle de la faible mobilité des femmes qui travaillent dans le domaine et qui doivent voyager pour visiter des clients ou se rendre sur le lieu de travail. | MIX |
| Assurance | 1.Crédit d'assurance-vie: assurance pour couvrir la durée de vie d'un emprunteur pour un prêt en cours. Si le débiteur décède avant le remboursement de la dette, la police d'assurance remboursera le solde du crédit en cours. 2.Assurance vie: assurance qui garantit une certaine somme d'argent à un bénéficiaire désigné en cas de décès de l'assuré ou bien à l'assuré si il ou elle vit au-delà d'un certain âge. 3.Assurance immobilière/de logement: assurance de biens qui couvre les pertes subies à la maison, son contenu, la perte de son utilisation, ou la perte d'autres biens personnels du propriétaire. 4.Assurance récolte et bétail: couverture pour les récoltes en cas de perte ou de dommage et couverture en cas de perte d'animaux domestiques élevés pour la maison ou dans un but lucratif, en particulier sur une ferme. | MIX |
| Calcul du taux d'intérêt | Il existe plusieurs façons de calculer l'intérêt sur un prêt, dont deux méthodes plus communes: la méthode de l'amortissement dégressif et la méthode dite "du taux constant". 1.Méthode de l'amortissement dégressif: les intérêts sont perçus seulement sur le montant du capital du prêt que l'emprunteur n'a pas encore remboursé. 2.Méthode du taux constant: le taux d'intérêt est calculé sur la base du capital initial indiqué du montant du prêt, sans tenir compte du plan de paiement. | MIX |
| Clients | Les personnes avec des comptes d'épargne ou de crédit (à l'exclusion des envois de fonds ou autres transactions financières). Les institutions bancaires qui ne font que maintenir des données de comptes (épargne et crédit) doivent éviter le double comptage. | MIX |
| Emprunteurs actifs | Le nombre d'individus qui ont actuellement un solde de crédit en cours avec l'IMF ou qui sont principalement responsables du remboursement de n'importe quelle portion du portefeuille de crédits bruts. Les individus qui ont des crédits multiples avec une IMF doivent être considérés comme un seul emprunteur. | Adaptée de Concertée Microfinance (Groupe C pour l'Ass Pauvres) |
| Enoncé de la mission | Une description officielle de la mission de l'organisation qui détermine la raison pour laquelle elle existe, et ce qu'elle fait pour qui. | Adaptée de (Education Promotion Entreprise la Perform |
| Entreprises | 1.Microentreprises: entreprises ayant 5 employés ou moins. 2.Petites entreprises: entreprises de plus de 5 employés et moins de 50. 3.Moyennes entreprises: entreprises de plus de 50 employés et moins de 250. 4.Large entreprises: entreprises de plus de 250 employés. Ces chiffres comprennent à la fois les travailleurs autonomes (clients et membres de la famille) et autres employés pas membres de la famille. | Adaptée de (Education Promotion Entreprise la Perform |
| Epargnants | Le nombre total d'individus qui ont présentement des fonds déposés volontairement dans une IMF, c'est-à-dire qu'ils ne sont pas obligés de maintenir un compte d'épargne pour avoir un prêt. Ce nombre ne s'applique qu'aux dépôts maintenus par l'IMF, pas ceux maintenus par d'autres institutions des clients. | MIX |
| Epargnes | 1.Comptes Chèques: un compte qui permet au titulaire d'écrire des chèques sur les fonds déposés. 2.Comptes d'épargne: un compte utilisé pour déposer de l'argent et gagner de l'intérêt sur le compte au fil du temps. 3.Dépôts à terme: dépôts qui ne peuvent pas être retiré avant une date déterminée au moment du dépôt. 4.Comptes d'épargne à usage spécial: un compte de dépôt pour particuliers pour accumuler des fonds pour un but particulier et recevoir des intérêts sur le montant déposé. | MIX |
| Forme Juridique | 1.Banque: Un agent financier accrédité réglementé par une agence publique de contrôle bancaire. Il peut fournir une série de services financiers, y compris: dépôts, prêts, services de paiement et transfert de fonds. 2.Banque agricole: Institution bancaire ciblant les clients qui vivent et travaillent dans des zones non urbaines et qui sont en général engagés dans des activités agricoles. 3.Institution financière non bancaire: Une institution qui offre des services semblables à ceux d'une banque, mais qui est accréditée sous une catégorie distincte. La différence d'accréditation est dû aux conditions minimales requises pour les besoins en capital, aux limitations sur les services financiers offerts, ou au contrôle sous une différente agence publique. Dans certains pays ça correspond à une catégorie spéciale créée pour les institutions de microfinance. 4.ONG: Une organisation enregistrée comme une organisation à but non lucratif | MIX |
| Méthodes de Crédit | 1.Prêts individuels: Un prêt fait à un emprunteur individuel qui est entièrement responsable pour son remboursement. 2.Groupement solidaire: Un crédit de groupe composé d'environ 3-10 personnes d'une même communauté et fonctionnant comme un groupe de caution solidaire. 3.Banques villageoises: Un crédit de groupe composé d'environ 20-30 personnes (spécialement des femmes) d'une même communauté et fonctionnant comme un groupe de caution solidaire. | MIX |
| Niveaux de pauvreté | 1.Très pauvres: Clients vivant au-dessous d'un seuil de pauvreté extrême absolue. Les seuils communs d'extrême pauvreté comprennent (1) les personnes en bas de la tranche des 50% des personnes vivant en-dessous du seuil de pauvreté établi par le gouvernement, ou (2) les personnes vivant avec moins de \$1.00 US par jour (en principe égal à 1.08\$ US par jour et par habitant par rapport à la Parité des Pouvoirs d'Achat de 1993 - PPA) ou avec moins de \$1.25 US par jour aux taux de change PPA de 2005. 2.Pauvres: Clients vivant en-dessous d'un seuil de pauvreté. Les seuils communs de pauvreté comprennent (1) les personnes vivant en dessous du seuil de pauvreté établi par le gouvernement, ou (2) les personnes vivant avec moins de \$2.00 US par jour en termes de dépenses journalières par habitant, aux taux de change PPA de 1993. 3.Faibles revenus: Clients au-dessus du seuil de pauvreté, mais au-dessous de la moyenne nationale de revenu. Pour toute mise à jour sur les seuils de pauvreté et la PPA visitez: http://www.povertytools.org/ | MIX |

| | | |
|------------------------------------|---|--|
| Outils d'évaluation de la pauvreté | <p>1. L'indice de progression de sortie de pauvreté (PPI) CGAP-FORD, Grameen: Le PPI est composé de 10 indicateurs non financiers, simples et facile à collecter, comme la taille de la famille, Le nombre d'enfants (scolarisés), le type d'habitat et les actifs liés à un score probable de pauvreté, en fonction de différents seuils de pauvreté. Chaque PPI est spécifique aux caractéristiques particuliers de son pays et chaque PPI est basé sur une récente étude des ménages qui a couvert les dépenses ou les revenus. 2. IRIS/USAID Outil d'Evaluation de la Pauvreté (PAT): également basé sur de récentes enquêtes nationales sur les ménages, qui couvrent les dépenses ou les revenus, le PAT est un questionnaire spécifique à un pays de 15-18 indicateurs qui sont comparés à différents seuils de pauvreté. (Initialement prévu pour faire un rapport sur le % de clients qui sont «très pauvres» en fonction de la définition législative de la «pauvreté extrême» pour le pays en question). 3. Dépenses des ménages par tête: somme des dépenses totales des ménages (pour la consommation ou la non-consommation), divisée par le nombre de personnes vivant dans le ménage. 4. Revenu des ménages par tête: revenu total des ménages qui provient de tous les revenus de travail, de capitaux et de transferts des administrations publiques, en espèces et en nature - divisé par le nombre de personnes vivant dans le ménage). 5. Indice du logement: L'indice du logement utilise l'architecture de l'habitat et parfois l'enceinte, les matériaux utilisés pour construire la maison, le nombre de pièces, la présence d'eau courante et d'installations sanitaires pour distinguer les différents niveaux de vie des ménages et identifier ceux qui sont pauvres. 6. Classement par évaluation participative de la richesse (PWR): PWR se réfère aux critères que les communautés eux-mêmes déterminent pour effectuer les évaluations de qui elles jugent pauvres à l'intérieur de leurs communautés et qui est le plus fortuné. PWR laisse les communautés déterminer elles-mêmes ce que représente la pauvreté et le confort et laisse les communautés classer les ménages selon des niveaux relatifs de pauvreté. 7. Examen des ressources: L'examen des ressources utilise une étude très simplifiée du ménage pour déterminer les niveaux de pauvreté des ménages. Un petit nombre d'indicateurs relativement facile à vérifier est en général utilisé. Les indicateurs utilisés sont en général basés sur l'actif (propriété foncière, propriété du cheptel, propriété de médias, etc.). Autres indicateurs qui peuvent être utilisés sont les niveaux d'études et des indicateurs sociaux. Un ensemble varié de résultats est ensuite tiré pour classer les ménages. 8. Indice de sécurité alimentaire: C'est une évaluation quantitative de la disponibilité, stabilité et l'accès aux réserves alimentaires dans chaque pays, ainsi que des conséquences nutritionnelles qui découlent de l'insécurité alimentaire. 9. Propre indice de pauvreté: Tout autre indicateur de pauvreté utilisé par votre institution.</p> | Adapté de Microfinance Guide du Consommateur l'Evaluation Performa USAID Outils de la Pauvreté |
| Perte de clients | <p>Pourcentage de clients qui n'ont pas eu de transaction de crédit et/ou d'épargne avec l'IMF pour plus de 12 mois. Cette formule calcule les pertes en pourcentage de clients qui ont, à un moment quelconque au cours de l'année, accédé aux services financiers mais qui ne le font plus: <i>Nombre total de clients au début de la période + nouveaux clients - le nombre total de clients à la fin de la période / Moyenne (nombre total de clients au début de la période + nombre total de clients à la fin de la période)</i>. Cette définition ne distingue pas les abandons comme volontaires-satisfaits, volontaires-insatisfaits et les clients forcés de quitter. Cette formule peut inclure les «clients au repos» (Ces clients qui ont une période de repos après avoir remboursé un prêt précédent). Pour inclure les clients au repos l'IMF doit disposer de données sur les clients au repos dans le SIG.</p> | MIX |
| Points de service réguliers | <p>Services qui comprennent les branches des IMF, des agences bancaires mobiles ou des services de livraison opérant dans le secteur au moins un jour par semaine. Une zone est considérée comme n'ayant aucune IMF ou succursales de banque quand un point de service est situé au moins à 50 km (ou plus de 2 heures) de distance.</p> | Adapté de Initiative 3 (Indicateur de Performa) |
| Prêts/Crédits | <p>1. Prêts à utilisation générale: prêts disponible pour n'importe quel but. 2. Prêts aux microentreprises: prêts dont le but est de financer une microentreprise (5 employés ou moins). 3. Prêts aux PME: prêts dont le but est de financer les petites ou moyennes entreprises (de plus de 5 employés et moins de 250). 4. Lignes de crédit: autorisation de prêt établi d'avance avec une limite spécifique sur l'emprunt offert par un établissement de crédit à un individu ou une entreprise et basée sur la solvabilité. 5. Prêts pour l'éducation: prêts destinés à financer l'éducation de tout membre du ménage. 6. Prêts de logement: prêts qui financent l'achat d'une maison ou les améliorations d'habitat. 7. Prêts pour les besoins immédiats du ménage: prêts principalement destinés à financer la consommation et autres besoins du ménage.</p> | MIX |
| Renforcement du pouvoir des femmes | <p>L'IMF identifie les obstacles que rencontrent les femmes dans la société et vise à permettre aux femmes - à travers la fourniture de produits de microfinance et autres services adaptés aux besoins des femmes - de contester et de modifier les inégalités entre les sexes dans le ménage, le marché et la communauté. L'IMF supervise attentivement les activités des femmes pour s'assurer que la clientèle féminine exerce efficacement un contrôle sur leur prêt et leurs activités et ne les remet pas à leur mari ou un autre homme dans le ménage. Certains des services non financiers visant à l'autonomisation des femmes sont: 1. Formation en gestion pour les femmes: une formation spécifique afin de promouvoir l'entrepreneuriat féminin. En dehors de la comptabilité de base et des compétences en gestion des entreprises, la formation peut aussi comprendre des orientations pour équilibrer les responsabilités familiales et celles professionnelles, la dynamique de groupe et le leadership (dans le cas des prêts de groupe). 2. Formation sur le leadership des femmes: formation visant à accroître l'assurance des femmes à travailler de manière productive, renforcer leur sens de l'autonomie en matière de contrôle sur leur liberté de mouvement et de prise de décision 3. Formation sur les droits et responsabilités en tant que chefs de file dans les modèles participatifs: développe la capacité de leadership parmi les membres du groupe afin de promouvoir la rotation des rôles de leadership. 4. Education sur les droits de la femme / Les questions liées aux spécificités de chaque sexe (formation pour hommes et femmes): fournit un forum pour le dialogue sur les questions sociales et politiques, tels que les droits de la femme et les questions concernant le rôle des sexes dans la communauté et une sensibilisation visant à éliminer toute forme de violence et de discrimination contre les femmes. 5. Conseils pour les femmes victimes de violence: donne aux femmes victimes de violence un soutien psychologique et des conseils juridiques gratuits.</p> | MIX |
| Services de formation | <p>1. Initiations aux notions financières: formation qui traite de sujets liés à la planification financière, l'épargne, les investissements, les emprunts, les budgets, les taux d'intérêt, etc. 2. Formation sanitaire/nutritionnelle de base: séances d'enseignement sur des sujets tels que l'allaitement maternel, la santé de l'enfant et la nutrition, la planification familiale, la santé sexuelle, etc.</p> | MIX |
| Services de santé | <p>1. Services médicaux de base: soins de base, soutien médical et services de vaccination de base. 2. Services médicaux spéciaux pour les femmes et les enfants: services tels que le frottis vaginal, les examens du sein, le dépistage des MST, le soin prénatal et postnatal pour les femmes enceintes.</p> | MIX |
| Services d'entreprise | <p>1. Développement des compétences d'entreprise: comprend la formation professionnelle, les cours techniques et de gestion des compétences pour développer les petites entreprises. 2. Services d'expansion commerciale: Ils comprennent l'information, la formation, les conseils en affaires, les services en marketing et de conseil en gestion, assistance sur les technologies de l'information et de la communication, assistance technique, et promotion de l'information commerciale.</p> | Adapté de Internation Formation |
| Services financiers | <p>1. Carte de retrait: une carte bancaire utilisée pour faire un retrait électronique de fonds déposés dans une banque, comme l'achat de biens ou l'obtention d'avances de fonds/Cartes de crédit: une carte bancaire qui peut être utilisée à plusieurs reprises pour emprunter de l'argent ou acheter des produits et services à crédit. 2. Facilitation des services d'épargne: l'IMF permet à ses clients d'avoir des économies dans d'autres institutions. 3. Paiement par chèque: lettre de change, ou traite bancaire tirée sur les fonds en</p> | MIX |

| | | |
|--------------------------------------|---|---|
| Taux de rotation du personnel | Pourcentage du personnel ayant quitté l'IMF, au cours de la dernière année de rapport, calculé comme: <i>Nombre total d'employés à la fin de l'année précédente + Nouveaux membres du personnel sous contrat au cours de la période - Nombre total d'employés à la fin de l'actuelle période / Moyenne (Nombre total d'employés à la fin de la période actuelle + Nombre total d'employés à la fin de l'année précédente).</i> | MIX |
| Taux d'intérêt effectif | Taux que le client paie réellement basé sur le montant du prêt qui est entre les mains du client. Le taux convertit tous les coûts financiers du prêt de l'emprunteur en un seul calcul d'amortissement dégressif des intérêts. Il comprend les effets des taux d'intérêt, qu'ils soient calculés sur la base du taux constant ou l'amortissement dégressif, les calendriers de paiement, les commissions, les frais, les rabais et les dépôts de contrepartie. | Adaptée d'après le Lexique de la Microfinance |
| Travailleurs à temps plein | Ceux qui travaillent plus de 6 heures par jour, pendant plus de 8 mois par an. | MIX |
| Zones rurales | Endroits peuplés en dehors des villes, comme les villages et localités où la plupart des moyens de subsistances sont agricoles. La ferme comprend aussi bien la récolte et noncrop agriculture, le bétail, la pêche, etc. | MIX |
| Zones semi-urbaines | Zones résidentielles à la périphérie d'une ville ou une ville avec une forte présence d'économie non-agricole. | MIX |
| Zones urbaines | Zones constituant une ville ou un village à forte densité de population par rapport aux zones environnantes, où la majorité des gens n'est pas dépendante de l'agriculture comme principale activité économique. | MIX |