



ECOLE SUPÉRIEURE DES SCIENCES AGRONOMIQUES
DÉPARTEMENT AGRO-MANAGEMENT

MEMOIRE DE FIN D'ETUDES EN VUE DE L'OBTENTION
DU DIPLOME D'INGENIEUR AGRONOME
OPTION : AGRO-MANAGEMENT

ETUDE D'IMPACT DES CREDITS DE LA MICROFINANCE SUR LE NIVEAU DE VIE DES BENEFICIAIRES

Cas de la SIPEM

Soutenu par Holy Malalasoa RAKOTOARISON

Promotion AVANA (2007-2012)

Le 24 août 2013

Président du Jury : RAMANANARIVO Sylvain, Professeur Titulaire

Tuteur : Docteur RAZAFIARIJAONA Jules

Examinateur : RAMANANARIVO Romaine, Professeur Titulaire

Encadreur professionnel : M. RANDRETSWA Isaac, Directeur Général Adjoint de la SIPEM





ECOLE SUPÉRIEURE DES SCIENCES AGRONOMIQUES
DÉPARTEMENT AGRO-MANAGEMENT
MEMOIRE DE FIN D'ETUDES EN VUE DE L'OBTENTION
DU DIPLOME D'INGENIEUR AGRONOME
OPTION : AGRO-MANAGEMENT

ETUDE D'IMPACT DES CREDITS DE LA MICROFINANCE SUR LE NIVEAU DE VIE DES BENEFICIAIRES

Cas de la SIPEM

Soutenu par Holy Malalasoa RAKOTOARISON

Promotion AVANA (2007-2012)

Le 24 août 2013

Président du Jury : RAMANANARIVO Sylvain, Professeur Titulaire

Tuteur : Docteur RAZAFIARIJAONA Jules

Examinateur : RAMANANARIVO Romaine, Professeur Titulaire

Encadreur professionnel : M. RANDRETSY Isaac, Directeur Général Adjoint de la SIPEM



*« Mon âme bénis l'Eternel Et n'oublie aucun de ses bienfaits !
C'est Lui qui pardonne toutes tes iniquités. Qui guérit toutes tes maladies »*

Psaume 103 : 2-3

*Je dédie ce mémoire :
A toute ma famille ;
A tous mes amis*

A la mémoire de Dadabe Samy.

RESUME

Le secteur de la microfinance à Madagascar s'est fortement développé au cours de ces deux dernières décennies. Outre les banques classiques, une trentaine d'Institutions de microfinance se sont créées, aussi bien en milieu rural qu'en milieu urbain, et le taux de pénétration est passé de 3% en 1993 à environ 20% en 2012. Si telle est l'évolution enregistrée, la question fondamentale qui se pose est le réel impact des crédits distribués au niveau des bénéficiaires. Est-ce que les bénéficiaires de ces crédits ont connu des améliorations significatives de leur niveau de vie et peut-on affirmer de manière générale que la microfinance est un outil efficace de lutte contre la réduction de pauvreté ? L'étude consiste à mesurer, à travers des indicateurs, les impacts des services financiers fournis par la SIPEM à ses clients bénéficiaires de crédit. La méthode utilisée est basée sur l'exploitation des bases de données « clients » de la SIPEM. L'impact du crédit est mesuré par l'évolution de trois indicateurs de performance que sont le patrimoine, le chiffre d'affaires et la création d'emplois. Chaque client est catégorisé selon son profil « socio-économique » « Bâtisseur » ou « Vulnérable » et l'analyse de l'évolution d'une catégorie à une autre donne plus de précision à l'étude d'impact. Une analyse plus approfondie du secteur de l'élevage est réalisée en analysant l'évolution des trois indicateurs ci-dessus depuis le premiers crédit obtenus par les clients concernés jusqu'au dernier crédit. Les résultats obtenus ont montré un impact positif global du point de vue économique, une diversification des secteurs financés avec une grande importance pour le secteur tertiaire d'une part. D'autre part les clients sont de divers profils mais il n'y a pas de prise en compte des plus pauvres. Les impacts positifs ont montré qu'ils sont soutenus dans le temps avec une tendance des clients à évoluer vers les catégories les moins vulnérables, selon la classification interne de la SIPEM. Ces résultats sont corroborés par l'analyse au niveau du sous-secteur de l'élevage.

Mots clés : *Microfinance, Impact, Patrimoine, Chiffre d'affaires, Création d'emploi*

ABSTRACT

Microfinance sector in Madagascar has grown strongly over the last two decades. In addition to the conventional banks, thirty microfinance institutions were created, both in rural and urban areas, along with a 17% increase of penetration rates from 1993 to 2012. If such is the evolution recorded, the central question that arises is the real impact of credit granted on beneficiaries. Do the beneficiaries of the loans have significant improvements in their way of living, may it be said generally that microfinance is an effective tool in the fight against poverty reduction? The present study serves as an assessment, through indicators, of the impact of financial services provided by to beneficiaries customers by SIPEM. The method used is based on the exploitation of "clients" databases of SIPEM. The impact of credit is measured by the evolution of a three-fold performance indicators such as patrimony, turnover and job creation. Each client is also categorized into two broad categories "Builder" and "Vulnerable" and the analysis of the evolution of a category to another gives wider precisions to the impact study. Further analysis of livestock sector is also conducted by analyzing the evolution of the three above-mentionned indicators, not only between two successive loans, but since the first credits earned by customers concerned until their final credits. The results showed an overall positive impact from the economic point of view; diversification funded with great importance for the tertiary sector on the one hand sectors. On the other hand customers are from different backgrounds, but there is no consideration of the poorest. Positive impacts have shown that they are sustained over time with a tendency for customers to move to the least vulnerable, according to the internal classification SIPEM. These results are corroborated by the analysis at the sub-sector of livestock.

Keywords: *Microfinance Impact, Patrimony, Turnover, Job Creation*

REMERCIEMENTS

Le présent mémoire est le fruit de la participation de nombreuses personnes. Nous tenons à témoigner ici notre profonde reconnaissance et adresser nos vifs remerciements aux personnes suivantes :

- ❖ Professeur Jean Emile RASOARAHONA, Directeur de l'Ecole Supérieure des Sciences Agronomiques ;
- ❖ Docteur Noro RAHELIZATOVO, Chef du Département Agro-Management à l'Ecole Supérieure des Sciences Agronomiques ;
- ❖ Sylvain RAMANANARIVO, Professeur Titulaire, Enseignant au Département Agro-Management ;
- ❖ Romaine RAMANANARIVO, Professeur Titulaire, Responsable de la Formation Doctorale du Département Agro-Management à l'Ecole Supérieure des Sciences Agronomiques ;
- ❖ Docteur Jules RAZAFIARIJAONA, Enseignant Chercheur du Département Agro-Management à l'Ecole Supérieure des Sciences Agronomiques ;
- ❖ Monsieur Isaac RANDRETSY, Directeur Général Adjoint de la SIPEM ;
- ❖ Monsieur Ando ANDRIAMIALY et toute son équipe, Responsable du Service Informatique de la SIPEM ;
- ❖ Toute l'équipe de la SIPEM sous la direction générale de Monsieur Brillant RAKOTOARISON ;
- ❖ Tous les enseignants de l'Ecole Supérieure des Sciences Agronomiques, en particulier ceux du Département Agro-Management ;
- ❖ Toute ma famille en particulier Dada, Neny et Lova pour leur soutien ;
- ❖ Tous ceux qui ont contribué à la réalisation de ce mémoire.

Merci infiniment !

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS

LISTE DES TABLEAUX

LISTE DES FIGURES

LISTE DES GRAPHIQUES

LISTE DES ABREVIATIONS

GLOSSAIRE

INTRODUCTION

1. MATERIELS ET METHODES

1.1. MATÉRIELS :

1.2. MÉTHODES

1.2.1. DÉMARCHE COMMUNE AUX HYPOTHÈSES

1.2.1.1. RECHERCHE DOCUMENTAIRE

1.2.1.2. ENTRETIEN AVEC DES PERSONNES RESSOURCES

1.2.1.3. CONFRONTATION DES HYPOTHÈSES ÉMISES

1.2.1.4. LA COLLECTE DES DONNÉES DANS LA FICHE D'OUVERTURE DE DOSSIER

1.2.1.5. LA SAISIE DES DONNÉES

1.2.1.6. LE TRAITEMENT DES DONNÉES

1.2.2. DÉMARCHE DE VÉRIFICATION DE LA PREMIÈRE HYPOTHÈSE : « LES INDICATEURS D'IMPACT DES ACTIVITÉS DE LA SIPEM SERVENT D'Outils DE DÉTERMINATION DE L'AUGMENTATION DE RICHESSE DE SA CLIENTÈLE. »

1.2.2.1. LES ACTIONS DE LA SIPEM EN MATIÈRE DE SERVICES DE CRÉDITS :

1.2.2.2. LES 3 INDICATEURS D'IMPACT DÉTERMINÉS PAR LA SIPEM POUR APPRÉCIER L'EFFICACITÉ DE SES OFFRES DE CRÉDITS

1.2.3. DÉMARCHE DE VÉRIFICATION DE LA DEUXIÈME HYPOTHÈSE : « LES ACTIVITÉS DE LA SIPEM CONCERNENT TOUS LES SECTEURS D'ACTIVITÉS ET LES CATÉGORIES DE POPULATION »

1.2.3.1. LES DIFFÉRENTS SECTEURS FINANÇÉS PAR LA SIPEM ET LEUR RÉPARTITION

1.2.3.2. LES CATÉGORIES DE CLIENTS TOUCHÉS SELON LA CLASSIFICATION SIPEM

1.2.3.3. LES CATÉGORIES TOUCHÉES SELON LA TAILLE DE CRÉDIT

1.2.4. DÉMARCHE DE VÉRIFICATION DE LA TROISIÈME HYPOTHÈSE : « L'ÉVOLUTION DU NIVEAU DE VIE EST POSITIVE POUR LES BÉNÉFICIAIRES DU SECTEUR DE L'ÉLEVAGE »

1.2.4.1. ECHANTILLONNAGE

1.2.4.2. LES TYPES D'ACTIVITÉS DE L'ÉLEVAGE FINANÇÉS PAR LA SIPEM

1.2.4.3. EVOLUTION DES CLIENTS PAR TAUX DE CROISSANCE DU CA EN FONCTION DU VOLUME DE CRÉDIT OFFERT

1.3. LIMITES DE LA MÉTHODOLOGIE

2. RESULTATS

2.1 LES 3 INDICATEURS D'IMPACT DÉTERMINÉS

2.2 LES SECTEURS D'ACTIVITÉS ET LES CATÉGORIES DE POPULATION TOUCHÉES

2.3 EVOLUTION DU NIVEAU DE VIE DES BÉNÉFICIAIRES DANS LE SECTEUR DE L'ÉLEVAGE

3. DISCUSSION ET RECOMMANDATIONS

3.1 DISCUSSION

3.2 RECOMMANDATIONS :

CONCLUSION

BIBLIOGRAPHIE

ANNEXES

TABLE DES MATIERES

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1:VARIABLES RETENUES POUR L'ETUDE	8
TABLEAU 2:MATRICE DU TABLEAU DES DONNEES SUR LA PERFORMANCE SOCIALE DE LA SIPEM.....	11
TABLEAU 3:MATRICE DE L'EVOLUTION DES CLIENTS PAR AGENCIE PAR INDICATEURS	14
TABLEAU 4:MATRICE DU TABLEAU DES DECAISSEMENTS PAR TAILLE DE CREDIT.....	15
TABLEAU 5:LES SOUS-ACTIVITES DU SECTEUR ELEVAGE.....	16
TABLEAU 6: MATRICE DU TCD REPRESENTANT LE NOMBRE DE DOSSIERS PAR TYPE D'ACTIVITE ET LEURS PROPORTIONS.....	17
TABLEAU 7:MODALITES ET VARIABLES POUR L'ANALYSE DE L'EVOLUTION DES CLIENTS DE L'ELEVAGE	18
TABLEAU 8: MATRICE DE LA BASE DE DONNEES DU GRAPHIQUE MONTRANT L'EVOLUTION DES CLIENTS DU SECTEUR ELEVAGE.....	18
TABLEAU 9: EVOLUTION DU PATRIMOINE, CHIFFRE D'AFFAIRE ET CREATION D'EMPLOI PAR AGENCIE AU 31/12/2012	23
TABLEAU 10: EVOLUTION DU PATRIMOINE, CHIFFRE D'AFFAIRE ET CREATION D'EMPLOIS PAR AGENCES AU 30/06/2013.....	24
TABLEAU 11: CARACTERISTIQUES DES CATEGORIES DE CLIENTS DE LA SIPEM	26
TABLEAU 12:DECASSEMENT DE PRETS POUR L'ANNEE 2012 PAR MONTANT DE CREDIT.....	28
TABLEAU 13: EXTRAIT DE LA DEMARCHE DE L'EVALUATION DE LA PERFORMANCE SOCIALE DES IMF	33
TABLEAU 14:EVOLUTION DE LA VULNERABILITE DES CLIENTS	36
TABLEAU 15: NOMBRE DE CREDITS OCTROYES PAR LA SIPEM EN FONCTION DU CYCLE DE CREDIT.....	37

LISTE DES FIGURES

FIGURE 1 : SCHEMA SIMPLIFIE DE LA DEMARCHE GENERALE DE TRAITEMENT INFORMATIQUE DES DONNEES	10
FIGURE 2 :ESQUISSE DU SCHEMA DE L'EVOLUTION DE LA CAPACITE D'ENDETTEMENT PAR CYCLE DE CREDIT SUCCESSIF.....	13
FIGURE 3 : ESQUISSE DU GRAPHIQUE MONTRANT LA REPARTITION DES CLIENTS PAR SECTEUR D'ACTIVITES.....	14
FIGURE 4 : ESQUISSE DU GRAPHIQUE DE LA PROPORTION DES CLIENTS DU SECTEUR ELEVAGE PAR TYPE DE CYCLE (LONG OU COURT)	17
FIGURE 5 : ESQUISSE DU GRAPHIQUE EN BULLES DE L'EVOLUTION DES CLIENTS DU SECTEUR ELEVAGE	19
FIGURE 6 : EVOLUTION CROISSANTE DE LA CAPACITE D'ENDETTEMENT DUE A L'AUGMENTATION DU PATRIMOINE ET DE L'ACTIVITE (CA)	22

LISTE DES GRAPHIQUES

GRAPHE 1:REPARTITION DU NOMBRE DE CLIENTS ACTIFS CREDITS AU 31/12/2012 PAR SECTEUR D'ACTIVITES	25
GRAPHE 2: REPARTITION DES CLIENTS ACTIFS CREDITS DU 31/12/12 PAR TYPE D'ELEVAGE.....	29
GRAPHE 3:EVOLUTION DES CLIENTS DU SECTEUR ELEVAGE PAR CYCLE DE CREDIT EFFECTUE SUIVANT LE TAUX DE CROISSANCE DU CA EN FONCTION DU MONTANT DE CREDIT OCTROYE.....	30

LISTE DES ABREVIATIONS

- AFD** : Agence Française pour le Développement
- APEM** : Association pour la Promotion des Entreprises à Madagascar
- Ar** : Ariary
- CAH** : Crédit à l'Amélioration de l'habitat
- CCFD** : Comité Catholique Contre la Faim et pour le Développement
- CECAM** : Caisse d'Epargne et de Crédit Agricole Mutuels
- CEFOR** : Crédit Epargne Formation
- CERISE** : Comité d'Echange de Réflexions et d'Informations sur les Systèmes d'Epargne-crédit
- CGAP** : Consultative Group to Assist the Poor
- CNMF** : Coordination Nationale de la Microfinance
- CRG** : Crédit Rural de la Guinée
- CSF** : Chaîne de Solidarité pour le Financement
- FOD** : Fiche d'Ouverture de Dossier
- GEM** : Groupement des Entreprises de Madagascar
- GRET** : Groupe de Recherches et d'Echanges Technologiques
- IMF** : Institution de microfinance
- MAIN** : Microfinance African Institutions Network
- MPE** : Maison du Petit Elevage
- PAR** : Portefeuille à Risque
- SIDI** : Solidarité Internationale pour le Développement et l'Investissement
- SIG** : Système d'information et de gestion
- SIPEM** : Société d'Investissement pour la Promotion des Entreprises à Madagascar

SPI : Social Performance Indicators

TCD : Tableau Croisé Dynamique

USD : United States Dollar

GLOSSAIRE

- Encours** : Ensemble d'actifs détenus à un moment donné. On parle d'encours pour les stocks, pour les crédits aux clients dans une banque. Cela correspond donc à de l'argent qui a été mobilisé et qui n'a pas encore été récupéré.
- IMF3** : La loi 2005-016 distingue 3 niveaux progressifs d'IMF (IMF 1 à 3) que ces institutions soient à caractère mutualiste ou non. Plus le niveau est élevé, plus les opérations sont complexes, les ressources, l'organisation, le degré d'institutionnalisation et le contrôle plus développés.
Concernant la collecte de l'épargne, une distinction est faite entre les IMFs à caractère mutualiste qui ne peuvent pas collecter les dépôts du public, et les IMFs non mutualistes qui le peuvent sous certaines conditions. Ces dernières peuvent recevoir des dépôts du public si elles bénéficient d'un agrément au niveau le plus élevé (IMF 3) ou, lorsqu'elles sont au moins en niveau 2 et qu'elles sont constituées sous forme de société anonyme à capital fixe comportant plusieurs actionnaires.
- Microcrédit** : La microfinance s'adresse aux personnes n'ayant pas accès au système financier classique, donc aux personnes les plus pauvres. Cela recouvre une large part de la population des pays émergents mais également les personnes les moins aisées des pays occidentaux. La logique est la même, mais les montants des prêts ne seront pas identiques. Ainsi si le montant moyen d'un microcrédit en Asie ou en Afrique est d'environ 300 euros (et peut tomber jusqu'à quelques euros), il est supérieur à 1 000 euros en Europe de l'Est et de l'ordre de 2 500 euros en France.

INTRODUCTION

Dans les années 1990 à Madagascar, les défaillances du système bancaire en milieu rural ont favorisé la création des institutions de microfinance. La microfinance a évolué durant les deux décennies avec la distinction des IMF mutualistes et non mutualistes vers les années 1996.¹

Le Gouvernement a également pris part dans l'émergence des IMF à travers des politiques de développement et de régulation du secteur. Dès 1996, l'État a spécifié l'organisation et les activités des institutions financières mutualistes (loi 96-020) afin de favoriser les initiatives de développement en microfinance. La volonté d'intégrer la microfinance en tant que composante à part entière de la lutte contre la pauvreté s'est concrétisée par l'adoption de la stratégie nationale de la microfinance en 2001. Une stratégie qui a été mise à jour en 2007, en conformité avec le Madagascar Action Plan. Les insuffisances de la loi 96-020 ont entraîné l'élaboration d'un nouveau cadre spécifique aux activités de microfinance, d'où la promulgation de la loi 2005-016 en 2005. Cette nouvelle loi a accéléré la maturation du secteur. (CGAP, 2013)

Les études d'impact² cherchent à vérifier les effets dus à l'accès aux services des Institutions de Microfinance, mais elles font face à des difficultés de méthode pour isoler les effets spécifiques de ces services sur les clients. La question de l'impact en microfinance n'est pas nouvelle. Ces études ont été particulièrement nombreuses à partir du milieu des années 1990. Après une période moins productive, cette question fait l'objet d'un regain d'intérêt. En attestent plusieurs rencontres organisées sur ce thème : le Network of Networks on Impact Evaluation (NONIE) en mars 2011 à Paris, la conférence sur l'impact et l'innovation en microfinance à New York en Novembre 2010, le CGAP à Paris en Septembre 2010 ou des rencontres plus académiques (la rencontre GRET-CERISE du 14 octobre 2010 ou le séminaire de recherche à Bruxelles en octobre 2010).

En termes d'impact économique et social de la microfinance les points suivants sont le plus souvent soulevés :³

- Amélioration des revenus, du patrimoine, du niveau d'épargne des clients
- Amélioration des conditions de vie pour la population touchée (santé, éducation, etc.)
- Création d'emploi

¹ (Historique de la microfinance à Madagascar www.madamicrofinance.mg, 2013)

² L'impact est généralement défini comme l'ensemble des changements qui découlent directement ou indirectement d'une action. Cette analyse peut concerner l'individu, sa famille, une entreprise ou l'environnement local ou national, en fonction de plusieurs domaines (économique, social, anthropologique, sanitaire, etc.).

³ CGAP, Impact et performances sociales, www.lamicrofinance.org, 2013)

- «Empowerment» : renforcement de la position des individus dans leur famille et dans la communauté ; construction du capital social.

Une IMF est généralement une structure de proximité qui délivre des services financiers à des populations n'ayant pas accès au système bancaire classique. Les IMF ont déployé moyens et stratégies pour toucher le maximum de la population en termes de couverture territoriale.

Comme réalités contradictoires, il est important de noter que le développement du secteur est toujours en vue. Le taux de pénétration reste à la hausse, passant de 16,1% en décembre 2009 à 21% en septembre 2012. (L'Express de Madagascar, février 2013). La Coordination Nationale de la Microfinance prévoit pour cette année 2013, un objectif de 22% comme taux de pénétration, contre 21% pour le bilan provisoire de l'année 2012. Malgré ces chiffres, force est de constater que le ratio de pauvreté en milieu urbain de 1993 de 50,1% est passé à 54,2% en 2010 (INSTAT, 2010) ce qui signifie que le nombre de personnes pauvres a augmenté.

Cette situation contradictoire traduit la problématique posée par les activités des IMF en ce sens qu'elle amène les clients potentiels à être de plus en plus réticents à l'emprunt, les collaborateurs à moins s'engager dans la dynamique. D'où la nécessité de se confronter à une étude d'impact du microcrédit sur le niveau de vie de ses clients.

De cette problématique découlent les questions de recherche suivantes :

- Les actions de financement de la SIPEM contribuent-elles à créer de la richesse auprès de ses clients ?
- La SIPEM cherche-t-elle à englober tous les secteurs d'activités et à atteindre toutes les catégories de la population ?
- Comment se présente l'évolution du niveau de vie des bénéficiaires dans le secteur primaire ?

L'objectif global de la présente étude est de connaître les impacts sur le niveau de vie des clients des activités de microfinance de la SIPEM. Les objectifs spécifiques sont :

- de déterminer les indicateurs d'impact des actions de financement sur l'augmentation de richesse de la clientèle.
- d'identifier la gamme de secteurs d'activités et de profils de clients touchés par la SIPEM.
- de présenter l'évolution du niveau de vie des bénéficiaires dans le secteur de l'élevage.

Les trois hypothèses de travail suivant sont ainsi formulées :

- Les indicateurs d'impact des activités de la SIPEM servent d'outils de détermination de l'augmentation de richesse de sa clientèle ;

- Les activités de la SIPEM concernent tous les secteurs d’activités et les catégories de population ;
- L’évolution du niveau de vie est positive pour les bénéficiaires du secteur de l’élevage

Les résultats attendus sont :

- Les indicateurs d’impact des actions de financement seront déterminés
- Tous les secteurs d’activité et les catégories de population seront identifiés
- L’évolution du niveau de vie dans le secteur de l’élevage sera montrée.

L’ouvrage comporte alors trois parties distinctes :

- (i) La méthodologie comprenant le choix du thème et de l’Institution ; la démarche globale pour la collecte des données ainsi que les approches spécifiques pour l’analyse des données notamment l’exploitation de l’outil SIG de l’institution ; l’utilisation de la méthode de la matrice BCG pour vérifier l’évolution des clients ;
- (ii) Les résultats de l’étude portant sur les indicateurs d’impact sur le niveau de vie ; la catégorisation des clients et le secteur d’activités concernés et une étude de cas concret sur le sous-secteur de l’élevage ;
- (iii) La partie discussions donnant une analyse critique de chaque résultat aboutissant à la formulation de recommandations.

I- MATERIELS ET METHODES

1. MATERIELS ET METHODES

1.1.Matériels :

1.1.1 Choix du thème

Madagascar est un pays en proie à une grande pauvreté, alors que seuls 4% des foyers malgaches ont accès à des services bancaires classiques ; la microfinance vient pallier ces besoins et soutenir une économie locale mise à mal par les crises successives. Le principal défi pour les acteurs locaux de la microfinance est de toucher plus de malgaches et se professionnaliser.

Aujourd’hui, la microfinance concerne environ 19% des foyers, selon les chiffres 2011 de la Direction du Trésor malgache. C’est une première réussite, pour un secteur né au début des années 1990. Elle est à mettre au crédit de trois types d’acteurs : les Institutions de microfinance (IMF) mutualistes, comme les CECAM, OTIV, TIAVO, les IMF non mutualistes comme la SIPEM, Microcred, Accès Banque, ACEP et les IMF associatives.⁴

La raison d’être de ces IMF est donc l’aide aux populations exclues du système bancaire classique par l’amélioration de leur niveau de vie. Cela implique ainsi une connaissance du réel impact de ces services financiers sur ses clients, qui fait l’objet de la présente recherche. L’étude sera plus poussée par une appréhension du degré de satisfaction de quelques clients par une analyse approfondie de l’impact positif de l’emprunt effectué sur un secteur agricole, qui représente la majorité de la population malgache, et ce afin de persuader les clients potentiels encore réticents, les collaborateurs impliqués dans les activités de la microfinance ainsi que les décideurs politiques.

Encadré⁵

L’impact d’une action de développement c’est la situation issue de l’ensemble des changements significatifs et durables, positifs ou négatifs, prévus ou imprévus, dans la vie et l’environnement des personnes et des groupes, et pour lesquels un lien de causalité direct ou indirect peut être établi avec l’action de développement. (Définition du MAIN⁶)

⁴ T. LESCUYER, Microfinance à Madagascar : un levier pour affronter la crise, <http://www.microworld.org/fr/news-from-the-field/article/microfinance-madagascar-levier-pour-affronter-crise>, 2012)

⁵ MAIN, Les Performances sociales des IMF ; Enjeux, Défis et Démarches, p.13

1.1.2 Choix de l'entreprise financière SIPEM

Deux éléments paramétriques ont constitué le fondement du choix de l'entreprise, il s'agit de:

1.1.2.1 La viabilité sociale : l'approche de la SIDI

La SIPEM est une Société Anonyme dont le plus grand actionnaire est la SIDI ou Solidarité Internationale pour le Développement et l'Investissement. La SIDI elle-même a été créé en 1983 par le CCFD. Son objectif était de promouvoir les initiatives économiques et favoriser la mise en place d'un tissu économique et social vivant et viable dans les pays en développement. Au fil du temps, l'action de la SIDI s'est concrétisée par le concept de Chaîne de Solidarité pour le Financement. Ce concept se traduit par un schéma simple: au Nord, la SIDI mobilise des fonds auprès d'institutions et de particuliers ; puis elle les mets à la disposition d'institutions de microfinance offrant des services financiers à ceux qui sont exclus des circuits bancaires et financiers traditionnels. La pérennité des services financiers octroyés par ses partenaires à leur clientèle est l'un des enjeux importants de la SIDI. C'est pourquoi elle cherche à renforcer la viabilité sociale à travers des activités d'accompagnement et d'assistance technique. La SIDI est ainsi intervenu plus spécifiquement auprès de trois IMF membres du MAIN:

- ✓ Le CRG de la Guinée ;
- ✓ L'Armana, Association Marocaine visant à l'intégration sociale et au développement économique par la microfinance et la promotion des microentreprises ;
- ✓ La SIPEM à Madagascar

En réponse à cette initiative et depuis 2011, la SIPEM a mis en place un système permettant de mesurer l'impact de ses activités à travers la performance sociale de ses clients. L'étude d'impact sera réalisée au travers de l'exploitation et l'analyse des données y afférentes.

1.1.2.2 La performance sociale

L'ensemble des acteurs du développement, tous domaines d'intervention confondus, partagent une même préoccupation: pouvoir évaluer l'impact des actions. Dans le secteur

de la microfinance, cette préoccupation est fortement présente. Deux éléments peuvent en rendre compte :

- La nouveauté de ce type d'intervention qui soutient une sorte d'obligation de résultats ;
- La vocation clairement affichée de ces démarches nouvelles en tant qu'instrument de lutte contre la pauvreté.

1.2.Méthodes

1.2.1. Démarche commune aux hypothèses

1.2.1.1. Recherche documentaire

Des recherches bibliographiques et webliographiques ont été effectuées pour contextualiser l'étude prendre connaissance des principes, des méthodes relatives à l'ensemble de l'étude, des définitions.

- site web de la microfinance à Madagascar (www.microfinance.mg), le portail de la microfinance, études et rapports sur la microfinance
- documents, ouvrages sur la mesure et/ou l'évaluation de la performance sociale des IMF
- mémoires et recherches réalisés sur les impacts de la microfinance, sur la SIPEM
- documents internes de la SIPEM (Rapports, Manuel de procédures, etc.)

1.2.1.2. Entretien avec des personnes ressources

Il s'agit de mener des discussions auprès des responsables au niveau de la Direction Générale de la SIPEM, ainsi qu'au niveau des services concernés notamment le service informatique pour obtenir plus de renseignements sur le sujet de la recherche, la confrontation des hypothèses émises, la démarche méthodologique et pour la présentation de l'Institution.

1.2.1.3. Confrontation des hypothèses émises

Les entretiens avec des personnes ressources ont été nécessaires pour confronter les informations et les hypothèses émises. Il en est ressorti que les variables nécessaires à l'étude d'impact concernent les clients de la SIPEM étant donné ce sont les principaux bénéficiaires actions de la SIPEM. Les variables retenus pour l'étude sont récapitulées dans le tableau suivant :

Tableau 1:Variables retenues pour l'étude

Informations	Variables
Aspects sociaux	<ul style="list-style-type: none"> - Situation matrimoniale - Nombre d'enfants à charge - Catégorie socio-professionnelle - Activité génératrice de revenus pratiquée
Aspects économiques	<ul style="list-style-type: none"> - Valeur du patrimoine - Source(s) de revenu - Montant total des revenus - Montant du CA mensuel

Source : Auteur, 2013

Toutes ces données se trouvent dans la Fiche d'Ouverture de Dossier pour chaque client de la SIPEM, par conséquent, le processus de collecte de données, de l'élaboration d'un questionnaire à l'enquête formelle n'a pas été nécessaire.

1.2.1.4. La collecte des données dans la Fiche d'Ouverture de dossier

Les informations sur les clients de la SIPEM sont les principales données de l'étude. Ce seront donc les inputs de l'étude, ces informations peuvent être récoltées dans la FOD. C'est un document de 4 pages que tout demandeur de crédit à la SIPEM doit remplir. Elle contient toutes les informations de bases sur les clients ainsi que son environnement proche. Elle est divisée en 4 thématiques :

- Le client et son environnement social : nom complet, âge, emploi actuel, situation matrimoniale, nombre d'enfants à charge, niveau d'étude, revenu mensuel, nombre d'employés,...
- Le projet à financer : description de l'activité, les apports personnels à l'activité en plus du crédit demandé, les garanties proposées,...
- Le client et son environnement économique : la distance entre le lieu de l'activité et l'agence SIPEM la plus proche, les moyens de locomotion, les produits de l'activité et les moyens de stock, les consommateurs, l'expérience dans l'activité, les emplois créés, le CA mensuel, l'existence d'aide familiale ou d'autres moyens d'endettement, ... ;
- Les revenus du client : la situation financière, l'utilisation du prêt demandé, les matériels à acquérir pour le développement de l'activité, les dépenses mensuelles,...

1.2.1.5. La saisie des données

Les informations relatives aux clients issues du FOD seront saisies dans la fiche de vulnérabilité (cf. : annexe I) pour catégoriser la clientèle et déterminer l'évolution de leur niveau de vie. Ces informations constituent la base de données de l'étude.

A titre de remarque, la SIPEM a déjà constitué une base de données sur ses clients, à partir de l'année 2009 depuis l'initiative de la SIDI sur la performance sociale.

1.2.1.6. Le Traitement des données

Le traitement des données a été effectué de deux manières :

- Traitement par informatique
- Traitement sur MS Office Excel et XIStat

a. [Le logiciel de l'institution: Orchid Microfinance 3.0](#)

La SIPEM possède un logiciel de SIG appelé Orchid Microfinance 3.0 qui permet de générer des interfaces de résultat sur la clientèle, l'état des encours, etc. et sert de tableau de bord et d'outil de décision pour les dirigeants.

- [*Caractéristiques techniques du logiciel*](#)

ORCHID MICROFINANCE 3.0 est conçu autour des technologies Internet/Intranet avec une interface Web et nécessite un serveur de type Apache au niveau du serveur (sous LINUX ou Windows) et un navigateur (ou browser) au niveau des postes utilisateurs (Internet Explorer, Mozilla, etc.).

Le système de gestion de la Base de donnée est MySQL, une base de donnée sous licence GPL (General Public Licence) qui ne nécessite aucune licence et permet de gérer un grand volume de client et transactions (en fonction de la puissance du serveur).

La technologie Internet assure l'évolutivité du système en fonction de l'évolution des moyens de télécommunications (Liaison xDSL, Wimax, etc.).

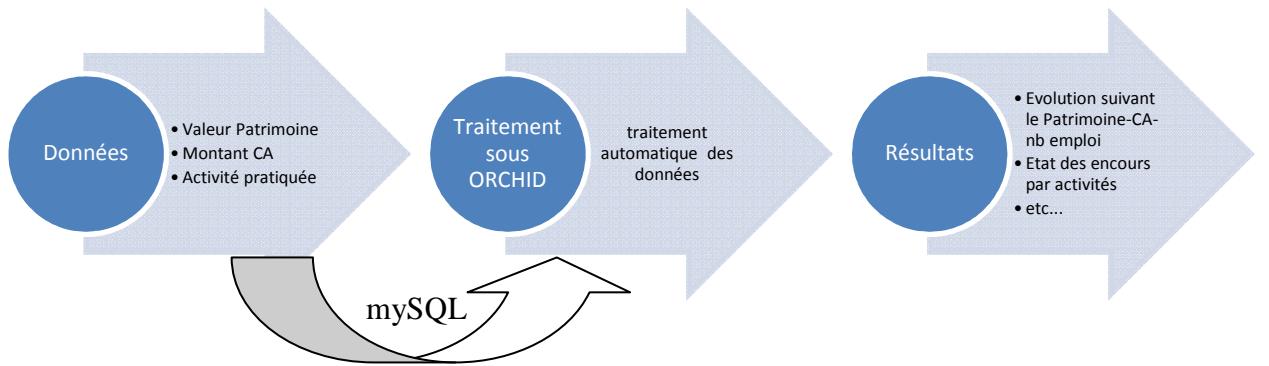


Figure 1: Schéma simplifié de la démarche générale de traitement informatique des données

Source : Auteur, 2013

En fonction des résultats attendus, les données introduites en langage MySQL sont choisis, ce qui est développé dans les démarches spécifiques à chaque hypothèse.

b. Conception des tableaux de résultats

En fonction des résultats à afficher, surtout dans le cas de définitions d'indicateurs d'impacts, des tableaux chiffrés ont été élaborés. Pour cela, l'étude SPI faite en 2007 par la SIPEM a été nécessaire, qui permet à l'institution de suivre sa performance sociale.

L'esquisse du tableau est représentée par le tableau suivant dont les libellés des deux premières colonnes peuvent varier selon que les résultats à afficher concernent la totalité des clients par agences de la SIPEM, ou par type de crédit,

Tableau 2: Matrice du tableau des données sur la performance sociale de la SIPEM

Source : Auteur, 2013

• Libellés et valeur des cellules

Le libellé de la première colonne peut être l'agence, le type de crédit selon les résultats à afficher. De même, la deuxième colonne détermine le nombre de client par agence ou par type de crédit octroyé.

- La valeur du patrimoine est définie par la somme de l'épargne (monétaire et en nature) et de l'actif (productif et domestique) du client. Ces informations sont contenues et recueillies dans la FOD.
 - La colonne Chiffre d'affaires correspond à la valeur moyenne du CA journalier des clients. Dans la FOD, le CA est évalué mensuellement.
 - La colonne création d'emplois correspond au nombre de postes créés par l'activité. Pour un couple de promoteurs qui a demandé un crédit pour la première fois, la SIPEM a fixé le nombre d'emploi à 2 personnes

Valeur des cellules

1. Moyenne : correspond au montant moyen du patrimoine ou du CA de l'ensemble des clients d'une agence ou par type de crédit octroyé(suivant la ligne).

Pour la création d'emploi c'est le nombre moyen de postes créés pour la totalité des clients d'une agence donnée ou d'un type de crédit.

2. Δ : c'est le taux de croissance au niveau des trois indicateurs (en %)

$$\Delta = \frac{\text{situation2} - \text{situation1}}{\text{situation1}}$$

Les résultats chiffrés sont traités suivant le circuit de traitement informatique cité précédemment (cf : paragraphe c.)

1.2.2. Démarche de vérification de la première hypothèse : « Les indicateurs d'impact des activités de la SIPEM servent d'outils de détermination de l'augmentation de richesse de sa clientèle. »

Il s'agit de se familiariser dans un premier temps avec les actions de la SIPEM en termes de financement c'est-à-dire de déterminer les types de crédit qu'elle propose à ses clients afin d'en dégager les indicateurs d'impact sur le niveau de vie de ses clients.

1.2.2.1. Les actions de la SIPEM en matière de services de crédits :

a. Les différents types de crédits offerts

En consultant le manuel de procédure des crédits SIPEM, les différents types de crédit qu'elle propose avec leurs caractéristiques (montant, échéance,...) seront sortis.

b. L'évolution des besoins de crédit des clients de la SIPEM

Montrer par un schéma simplifié l'évolution des clients entre deux cycles de crédit successifs pour comprendre, dans un premier temps l'impact du crédit sur le client.

En effet, dans le manuel de procédure de l'octroi de crédit de la SIPEM, *un client a droit d'accès à un nouveau cycle de crédit avec un montant sensiblement plus élevé que le précédent crédit effectué.*

Ci-après, un schéma illustrant l'évolution croissante de la capacité d'endettement qui est due à l'augmentation du patrimoine et de l'activité du client est esquissée.

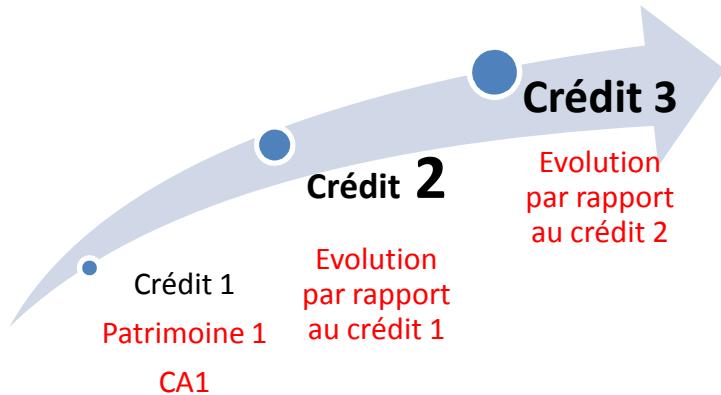


Figure 2: Esquisse du schéma de l'évolution de la capacité d'endettement par cycle de crédit successif

Source : Auteur, 2013

1.2.2.2. Les 3 indicateurs d'impact déterminés par la SIPEM pour apprécier l'efficacité de ses offres de crédits

La SIPEM a développé un logiciel SPI pour mesurer sa performance sociale et qui permet d'apprécier l'évolution de ses clients au niveau de trois indicateurs que sont le Patrimoine, le Chiffre d'affaires journalier et la Création d'emplois.

Une photographie de la situation peut être ainsi établie en entrant une date d'arrêt. Dans la présente étude, les situations du 31/12/2012 et du 30/06/2013 ont été choisies pour bien appréhender l'évolution entre deux situations. Deux tableaux seront ainsi élaborés correspondant à chacune des situations sous la forme de la matrice suivante :

Tableau 3:Matrice de l'évolution des clients par agence par indicateurs

Source : Auteur, 2013

1.2.3. Démarche de vérification de la deuxième hypothèse : « Les activités de la SIPEM concernent tous les secteurs d'activités et les catégories de population »

1.2.3.1. Les différents secteurs financés par la SIPEM et leur répartition

Un graphique représentant la proportion des secteurs d'activités financés par la SIPEM sera élaboré en se basant sur l'état des encours de l'année 2012 (cf Annexe).

Le graphique est obtenu en élaborant un TCD représentant les différents secteurs d'activités avec leurs proportions selon le nombre de clients actifs crédits de la situation du 31/12/12.

Un graphique représentant ces proportions sera par la suite élaboré.

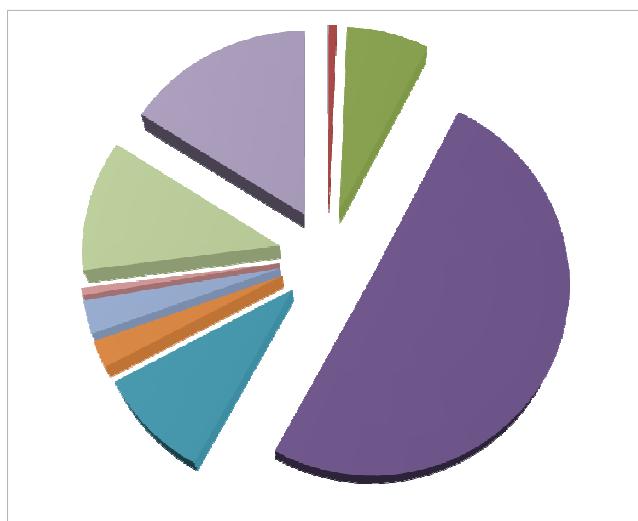


Figure 3: Esquisse du graphique montrant la répartition des clients par secteur d'activités

Source : Auteur, 2013

1.2.3.2. Les catégories de clients touchés selon la classification SIPEM

La SIPEM a établi une catégorisation de ses clients selon des indicateurs définis et basés par les informations de la FOD. Les indicateurs avec leurs modalités sont résumés dans le tableau (n) suivant :

Suivant les modalités, les clients sont classés en 5 catégories :

Catégorie	
Code	Libellé
P0571	Batisseur
P0572	Batisseur sécuritaire
P0573	Vulnérabilité combatif
P0574	Vulnérabilité caché
P0575	Vulnérable

Il s'agit de montrer par la suite les caractéristiques des clients suivant chaque catégorie.

1.2.3.3. Les catégories touchées selon la taille de crédit

Cette partie consiste à établir un classement par montant de crédit octroyé et d'en dégager ainsi les catégories de clients touchés par la SIPEM.

Les résultats seront affichés sous forme du tableau suivant :

Tableau 4:Matrice du tableau des décaissements par taille de crédit

Montant de crédits octroyés	Décaissement de prêts pour l'année 2012				
	Nombre	%	Montant (en MGA)	%	Montant moyen (en MGA)
Crédits <= 1M					
1M<Crédits<=3M					
3M<Crédits<=5M					
5M<Crédits<=10M					
15M<Crédits<=20M					
20M<Crédits<=40M					
40M<Crédits<=60M					
Crédits >80M					
TOTAL					

Source : Auteur, 2013

1.2.4. Démarche de vérification de la troisième hypothèse : « L'évolution du niveau de vie est positive pour les bénéficiaires du secteur de l'élevage »

1.2.4.1. Echantillonnage

Un échantillon de clients sera extrait de la base de données des encours du 31/12/12 et la sélection des dossiers pour l'étude spécifique du secteur élevage se fera par filtrage de l'activité de l'élevage (tableau des données de l'échantillon en annexe).

La synthèse de cet échantillonnage se résume comme suit :

Nombre total des dossiers	84
Nombre de clients	25

Les dossiers représentent les encours de crédit effectué. A chaque client correspond un dossier et l'intitulé du dossier est numéroté selon le cycle de crédit effectué tel que présenté ci-dessous :

Client 1	Dossier I
	Dossier II
	Dossier III

Les résultats sont basés sur les données des encours du 31/12/2012.

1.2.4.2. Les types d'activités de l'élevage financés par la SIPEM

Il s'agit de montrer par un graphique en camembert la proportion des clients (dossiers) qui effectue un type d'élevage selon le cycle (court ou long). D'après les données du FOD de ces clients, les sous-activités sont résumées dans le tableau suivant :

Tableau 5: Les sous-activités du secteur élevage

Elevage à cycle court	Elevage à cycle Long
Elevage Poulet de chair	Agro alimentaire Produit Laitier
Elevage Poule pondeuse	Elevage Ferme
Elevage Gavage	Elevage Vache Laitière

Source : Auteur, 2013

Les proportions seront obtenues en élaborant un tableau croisé dynamique et le graphique pourra ensuite être établi selon le modèle ci-après :

Tableau 6: Matrice du TCD représentant le nombre de dossiers par type d'activité et leurs proportions

Étiquettes de lignes	Nombre de Activité ppale	%
Agro-alimentaire Produit laitier		
Artisanat Confection		
Commerce Autres commerces		
Commerce Epicerie		
Elevage Ferme		
Elevage Gavage		
Elevage Poule pondeuse		
Elevage Poulet de chair		
Elevage Vache laitière		
Total général	81	100,00%

Source : Auteur, 2013

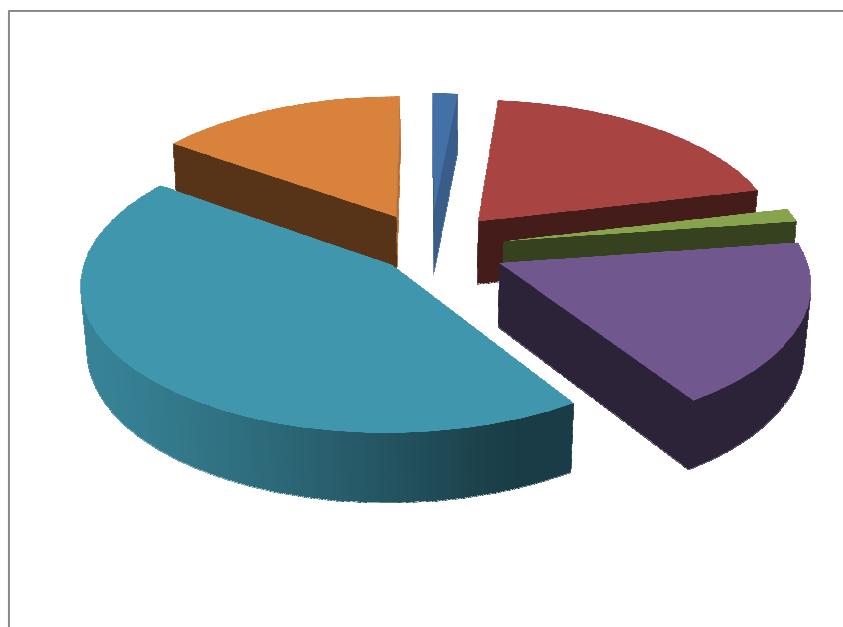


Figure 4: Esquisse du graphique de la proportion des clients du secteur élevage par type de cycle (long ou court)

Source : Auteur, 2013

1.2.4.3. Evolution des clients par taux de croissance du CA en fonction du volume de crédit offert

Il s'agit de montrer par un graphique sous forme de bulles l'évolution des clients du secteur, selon le taux de croissance de leur CA en fonction du montant du crédit octroyé, et de visualiser par la suite si le client a évolué ou au contraire a régressé. A partir des données des clients de l'élevage, suivant les modalités montrées par les libellés du tableau ci-après :

Tableau 7: Modalités et variables pour l'analyse de l'évolution des clients de l'élevage

Client	Intitulé	CA	Montant débloqué
Le nom du client	Le nombre de cycle effectué	Montant du chiffre d'affaires par cycle de crédit	Montant du crédit débloqué

Source : Auteur, 2013

Ensuite, chaque client sera renommé suivant leur cycle de crédit, le taux de croissance du CA sera calculé, les coordonnées x, y et z pour établir le graphique en bulles. Le tableau de données pour élaborer le graphique est représenté comme suit :

Tableau 8: Matrice de la base de données du graphique montrant l'évolution des clients du secteur élevage

Client	CA	X	Y	Z	Montant crédit
A1					
A2					
A3					
.					
Zn					

Source : Auteur, 2013

- X représente le taux de croissance du CA. Par cycle de crédit ce taux est calculé par le rapport entre le CA du cycle et le CA initial.
- Y représente le volume de crédit. $Y = \text{Montant du crédit} * 10^{-6}$
- Z représente la taille des bulles, donc son diamètre

La formule est obtenue comme suit :

Exemple : Pour A1 :

$$ZA1 = 1 + \frac{YA1}{MAX(YNn)}$$

- « n » représente la valeur des coordonnées Y pour la totalité des clients suivant leur cycle de crédit.

Le graphique est esquissé par le schéma ci-dessous :

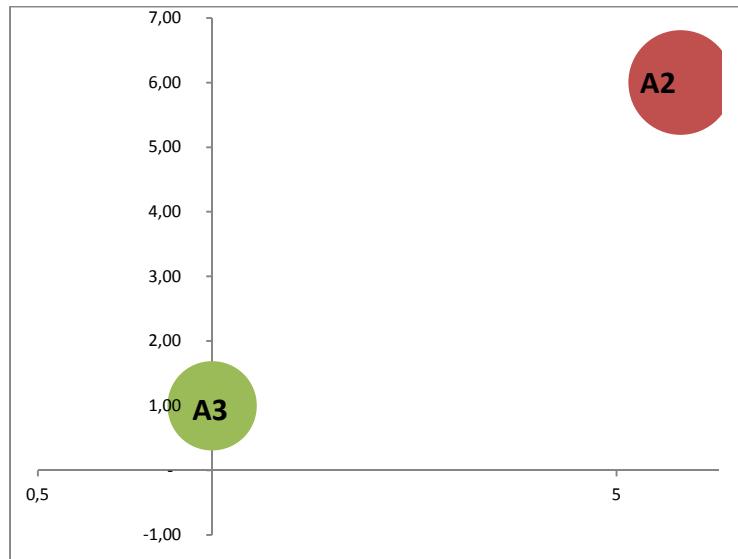


Figure 5: Esquisse du graphique en bulles de l'évolution des clients du secteur élevage

Source : Auteur, 2013

1.3.Limites de la méthodologie

Au niveau de la démarche globale les FOD de certains clients n'ont pas été trouvés dans les archives pour leur tout premier crédit, ce qui a entraîné une limite à la méthode quant à la saisie des informations pour l'étude de cas du secteur de l'élevage qui nécessite une comparaison entre le premier et le dernier crédit. Pour y remédier, il a été comparé, moyennant les données disponibles, le crédit le moins récent (2^{ème} ou 3^{ème} crédit) avec le dernier crédit.

**II- RESULTATS ET
INTERPRETATIONS**

2. RESULTATS

2.1 Les 3 indicateurs d'impact déterminés

2.1.1 Les actions de la SIPEM en matière de services de crédits

Les produits de la SIPEM en matière d'octroi de crédit sont d'abord présentées ci-après afin d'en dégager les indicateurs d'impact sur le niveau de vie de ses clients.

2.1.2 Les différents types de crédits offerts

La SIPEM met à disposition de ses clients une gamme de services financiers de crédits répondant à leurs besoins et pouvant être classés en deux principaux types de crédits : (i) les crédits destinés à financer les besoins en fonds de roulement (ii) et les crédits d'investissement.

En fonction du montant octroyé, ces crédits sont classés en 3 catégories classiques :

- Crédit MICRO dont le montant est compris entre 0,2 millions à 5 millions de MGA
- Crédit TPE dont le montant est compris entre 5 millions à 20 millions de MGA
- Crédit PME dont le montant est compris entre 20 millions de MGA à 150 millions de MGA

A ces crédits classiques s'ajoutent deux autres types de crédit : le CAH ou Crédit à l'Amélioration de l'Habitat et le crédit sur salaire pour les salariés du secteur public et privé

La durée de crédits offerte par la SIPEM varie entre 6 à 24 mois et les taux d'intérêts pratiqués sont compris entre 1,5% à 2% par mois.

2.1.3 Evolution des besoins de crédits de sa clientèle :

D'une manière générale, le montant de crédits obtenus par les clients évoluent progressivement et de manière significative entre 2 cycles de crédits successifs. Cette évolution est liée à l'accroissement des besoins consécutifs soit à l'extension soit à la diversification des activités du client.

Ceci laisse entrevoir un premier indicateur d'impact positif dans la mesure où la capacité d'endettement du client dépend de son niveau de patrimoine :

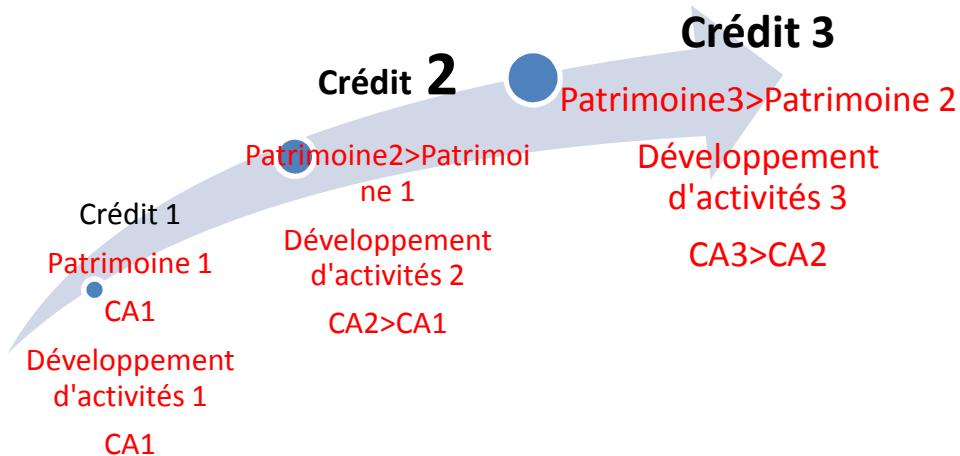


Figure 6: Evolution croissante de la capacité d'endettement due à l'augmentation du patrimoine et de l'activité (CA)

Source : Auteur, 2013

2.1.4 Les 3 indicateurs d'impact déterminés par la SIPEM

Les impacts de crédits distribués par la SIPEM sur les niveaux de vie de ses bénéficiaires sont mesurés à travers l'évolution des 3 indicateurs, tels que définis en interne par la SIPEM : (i) le patrimoine, (ii) le chiffre d'affaires et (iii) la création d'emplois. L'évolution de ces chiffres est mesurée systématiquement pour tous bénéficiaires ayant obtenus 2 crédits successifs. Les mesures sont faites dans toutes les Agences de la SIPEM, à l'exception de la nouvelle Agence de Fianarantsoa (créées en octobre 2012), et concernent tous les secteurs d'activités (secteur primaire, secondaire et tertiaire), toutes les catégories de clients bénéficiaires (petits, moyens, gros) et quel que soit le montant de crédits obtenus (catégorie MICRO, TPE, PME).

Afin de mettre en évidence les évolutions enregistrées, les mesures sont faites sur les situations arrêtées au 31/12/2012 d'une part et 30/06/2013 d'autre part. Les résultats obtenus sont synthétisés dans les 2 tableaux ci-dessous :

Tableau 9: Evolution du Patrimoine, Chiffre d’Affaire et Création d’Emploi par Agence au 31/12/2012

Agence	Nb de clients	Patrimoine		Chiffre d'affaires		Création d'emplois	
		Moyenne (Ar)	Δ	Moyenne (Ar)	Δ	Moyenne	Δ
Andavamamba	197	96 429 528.20	24.74%	806 776.74	26.60%	3.58	16.53%
Analamahitsy	62	107 283 530.82	39.03%	224 462.47	11.88%	5.21	19.63%
Andravoahangy	40	47 731 810.93	20.51%	514 538.25	17.32%	4.22	9.74%
Imerinafovoany	43	22 565 248.56	10.45%	492 325.88	4.81%	3.51	17.05%
Tanjombato	94	65 655 702.13	3.30%	409 105.23	19.79%	4.30	5.21%
Antsirabe	63	37 289 453.97	9.90%	373 436.51	22.99%	5.05	1.27%
Diégo	196	24 110 089.29	11.23%	72 152.55	9.25%	2.56	26.52%
Majunga	59	35 208 998.78	15.58%	196 683.51	2.55%	3.25	12.28%
Moramanga	78	21 224 064.10	15.46%	264 212.46	16.23%	4.88	32.75%
Tamatave Tanambao I	67	34 947 162.49	46.51%	247 472.22	27.83%	3.49	12.36%
Tamatave Ankirihiy	87	39 882 995.01	19.23%	279 061.21	18.84%	3.67	5.98%
Total	986	52 046 969.14	20.53%	368 964.90	20.33%	3.75	12.78%

Source : Auteur, 2013

Les résultats issus du tableau 1 montrent que les impacts mesurés entre 2 crédits successifs sur 986 bénéficiaires concernés sont globalement positifs et l'évolution des indicateurs est assez significative :

- Au niveau du patrimoine: les clients bénéficiaires ont enregistré une croissance moyenne de leur patrimoine de +20,53%.
- Au niveau du chiffre d'affaire (CA) : quelle que soit la taille de l'activité du bénéficiaire et quelque soit le secteur d'activité développé, le CA des bénéficiaires de crédits enregistre une croissance moyenne de +20,33%
- Au niveau de la création d'emploi : quelle que soit l'activité exercée, une croissance moyenne de 12,78% est enregistrée

De plus les chiffres du 2^{ème} tableau ci-dessous -situation au 30/06/2013 avec un nombre de bénéficiaires plus élargis (1.467 bénéficiaires)- confirment les impacts déjà constatés dans le

1^{er} tableau. Il est à noter que l'Agence de Fianarantsoa nouvellement mise en place commence à enregistrer un deuxième cycle de crédit (4 cas enregistrés).

Tableau 10: Evolution du Patrimoine, Chiffre d'Affaires et Création d'Emplois par Agences au 30/06/2013

Agence	Nb de clients	Patrimoine		Chiffre d'affaires		Création d'emplois	
		Moyenne (Ar)	V°	Moyenne (Ar)	V°	Moyenne	V°
Andavamamba	243	97 174 612	38,30%	1 468 306	35,20%	3,66	27,55%
Analalamahitsy	88	113 328 226	69,24%	1 775 663	63,50%	4,85	32,61%
Andravoahangy	76	70 975 229	69,42%	2 235 948	23,58%	4,12	38,50%
Imerina Afovoany	58	29 533 202	9,75%	916 394	25,52%	3,64	32,70%
Tanjombato	122	67 812 600	22,85%	1 062 929	45,56%	4,23	17,27%
Antsirabe	98	34 564 241	36,02%	695 340	49,49%	4,67	19,27%
Diego Suarez	296	28 869 510	46,85%	601 010	36,07%	3,04	51,17%
Fianarantsoa	4	90 650 000	70,56%	3 885 000	2,54%	4,00	100,00%
Majunga	119	37 761 541	59,58%	972 050	31,89%	3,63	48,45%
Moramanga	125	29 309 276	48,26%	857 503	12,20%	4,55	49,34%
Tamatave (Tanambao I)	96	34 913 567	68,14%	626 395	41,09%	3,65	7,69%
Tamatave (Ankirihiy)	142	35 479 159	38,00%	652 420	21,94%	3,8	31,14%
Total	1 467	53 039 394	44,36%	1 024 566	30,53%	3,83	32,57%

Source : Auteur, 2013

Avec les mêmes critères, les variations positives des chiffres du tableau 10 sont amplifiées par rapport à ceux enregistrés dans le tableau 9:

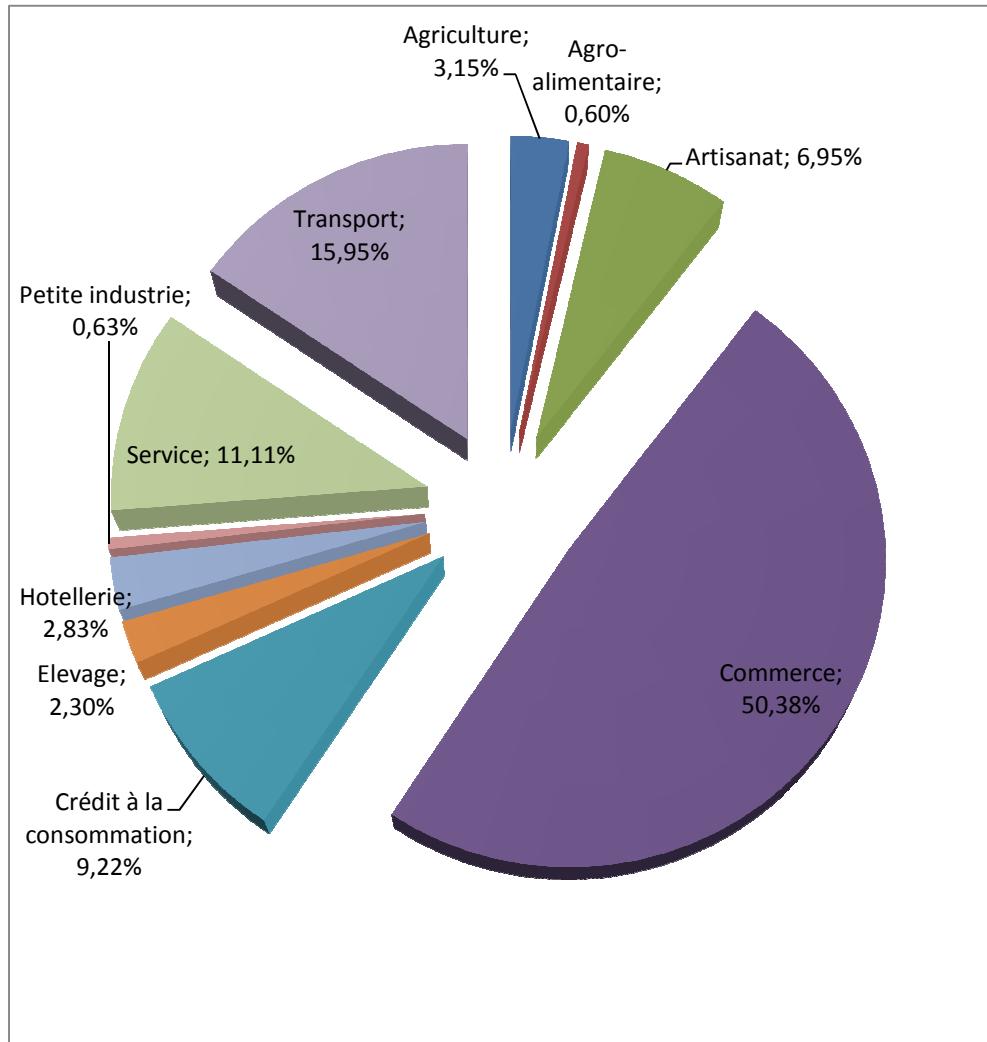
- Au niveau du patrimoine: les clients bénéficiaires ont enregistré une croissance moyenne de leur patrimoine de +44,36%. Le montant moyen du patrimoine a légèrement augmenté avec une croissance globale de l'ordre de 1 million de MGA.
- Au niveau du chiffre d'affaire (CA) : une croissance moyenne de +30,53% est enregistrée. Le montant moyen du CA a plus que doublé entre les 2 tableaux.
- Au niveau de la création d'emploi : une croissance moyenne de +32,57% est enregistrée. La création moyenne d'emploi a légèrement augmenté par rapport au 1^{er} tableau.

2.2 Les secteurs d'activités et les catégories de population touchées

2.2.1 Les différents secteurs financés par la SIPEM et leur répartition

La SIPEM finance différents secteurs d'activités dont la répartition est représentée par le graphique suivant:

Graphe 1: Répartition du nombre de clients actifs crédits au 31/12/2012 par secteur d'activités



Source : Auteur, 2013

Le graphique ci-dessus montre que :

- le secteur du commerce est largement majoritaire et représente 50% des clients de la SIPEM.
- les autres activités du secteur tertiaire sont également plus concernées par les financements de la SIPEM. En revanche, les activités du secteur secondaire sont moyennement concernés (agro alimentaire et artisanat) et le secteur primaire (agriculture et élevage) est faiblement représenté dans la mesure où c'est un secteur rural ou périurbain.

2.2.2 Les catégories de clients touchés selon la classification de la SIPEM

Selon le profil individuel des clients dont les données correspondantes sont collectées dans la fiche d'ouverture de dossier (FOD) de demande de crédit, les clients sont classés par degré de vulnérabilité suivant cinq catégories :

- Catégorie 1 : « Bâtisseurs »
- Catégorie 2 : « Bâtisseurs sécuritaires »
- Catégorie 3 : « Vulnérables combatifs »
- Catégorie 4 : « Vulnérables cachés »
- Catégorie 5 : « Vulnérables »

Les indicateurs qui caractérisent ces différentes catégories sont essentiellement basés sur critères socio- économiques comme l'éducation, la santé, le revenu, le patrimoine dont les détails sont récapitulés dans le tableau suivant :

Tableau 11: Caractéristiques des catégories de clients de la SIPEM

	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4	Catégorie 5	
	Bâtsisseur	Bâtsisseur sécuritaire	Vulnérable combatif	Vulnérable caché	Vulnérable	

VISIBLE COMMUN

Diplôme	Diplômé bac et plus	Diplômé + Formation professionnelle	Diplôme BEPC au niveau bac	CEPE au niveau 3ème	Sans diplôme	
Habitation	Confort	Minimum de confort	Minimum de confort	Sans confort	Sans confort	
Ressources	Au moins 3 revenus	Au moins 1 seule ressource	Au moins 1 seule ressource	1 seule ressource	1 seule ressource	
Véhicules	Au moins 1 véhicule	Au moins 1 véhicule	Au moins 1 véhicule	Pas de véhicule	Pas de véhicule	
Enfants scolarisé	Aux écoles privées renommées	Aux écoles privées	Aux écoles privées	Aux écoles publiques	Aux écoles publiques	
Habillement	Bien habillé parfois chic	Bien habillé	Propre	Propre	Mal soigné	
Accessibilités aux Institutions Financières	Existence au moins 1 compte bancaire, 1 compte épargne	Existence d'1 compte bancaire	Existence d'1 compte bancaire	Pas de compte bancaire	Pas de compte bancaire, pas d'épargne	
Capacité managériale	Leadership	Innovante	Pas très évolutive, personne autoritaire	Pas très évolutive	Évolution limitée	
CA par jour (Ariary)	400 000 et plus	200 000 et plus	plus de 100 000	moins de 100 000	moins de 60 000	
Emplois consolidés	Plusieurs employés	Moins de 4 personnes	Pas plus de 2 personnes	Promoteur et/ou conjoint(e)	Promoteur et/ou conjoint(e)	
Vie sociale	Membre actif à 1 association au moins	Membre actif à 1 association au moins	Membre actif à 1 association	Conservateur	Conservateur	

PROTOTYPE

Patrimoines	Propriétaire bâtsisseur/ héritage	Propriétaire par héritage, locataire	Propriétaire et locataire	Propriétaire et locataire	Locataire	
Activités	Import, Commerce en gros et transport	Services, commerce et collecte	Services, commerce et collecte	Services, commerce et collecte	Commerce	
Activité déterminante	Commerce	Commerce	Commerce	Petit commerce	Petit commerce	

Source: SIPEM, 2012

2.2.3 Les catégories touchées selon la taille de crédit

Le tableau ci-après a été conçu pour mettre en évidence toutes les catégories de clientèles touchées par la SIPEM. Les crédits décaissés par la SIPEM au cours de l'année 2012 sont classés par tranche de montant progressif dans ce tableau. Aussi, l'analyse des données du tableau montre bien, à travers les montants de crédits octroyés, que la SIPEM touche les différentes catégories de clients : « petits », « moyens » et « gros clients ». L'importance du nombre et de montant par plage est donnée en valeur absolue et en pourcentage (valeur relative).

Tableau 12:Décaissement de prêts pour l'année 2012 par montant de crédit

Plage de montant de crédits octroyés	Décaissements de prêts pour l'année 2012				
	Nombre	%	Montant (en MGA)	%	Montant Moyen (en MGA)
Crédits <= 1 M	1682	54,2%	1 223 428 000	7,6%	727 365
1 M < Crédits <=3M	535	17,2%	1 117 030 000	6,9%	2 087 907
3 M < Crédits <=5M	231	7,4%	989 350 000	6,2%	4 282 900
5M < Crédits <= 10M	253	8,2%	1 998 120 000	12,4%	7 897 708
10M < Crédits <= 20M	208	6,7%	3 377 610 577	21,0%	16 238 512
20M < Crédits <= 40M	153	4,9%	4 481 150 000	27,9%	29 288 562
40M < Crédits <= 60M	29	0,9%	1 608 000 000	10,0%	55 448 276
60M < Crédits <= 80M	5	0,2%	375 000 000	2,3%	75 000 000
Crédits > 80 M	8	0,3%	905 000 000	5,6%	113 125 000
TOTAL	3 104	100,0%	16 074 688 577	100,0%	5 178 701

Source: Auteur, 2013

Ainsi, les 3 catégories : « petits », « moyens » et « gros clients » sont servis par la SIPEM et les exemples de tranches de montant pris ci-après sont donnés à titre d'illustration :

- « Petits» clients : Plus de la moitié (54,2%) des crédits distribués en 2012 sont des « petits crédits » inférieurs à 1 million de MGA. Le montant total de crédits décaissés pour cette catégories de clients est inversement proportionnel aux nombres de bénéficiaire et ne représentant que 7,26% de la somme totale des crédits octroyés en 2012. La moyenne de cette plage de montant se situe en bas de la pyramide et ne représente que 0,72 millions de MGA. Ce constat illustre que la SIPEM finance de « petits clients ».
- Clients moyens : les clients ayant obtenus entre 10 millions à 20 millions de MGA sont pris à titre d'illustration et marque bien la différence par rapport à la catégorie ci-dessus. En effet, la moyenne des crédits décaissés, rien que pour cette plage de montant pris à titre

d'exemple dans la catégorie « moyen », s'élève à 16,2 millions de MGA et représente déjà environ 22,5 fois de la catégorie « très petits clients » ci-dessus.

- Gros clients : En prenant à titre d'exemple la dernière ligne du tableau, huit clients ont obtenus des crédits de montants supérieurs à 80 millions de MGA. Le montant moyen de crédits s'élevant à 113,1 millions de MGA commence déjà à être très significatif pour le secteur de la Microfinance et représente plus de 157 fois de la moyenne de crédit de la catégorie des « très petits clients ».

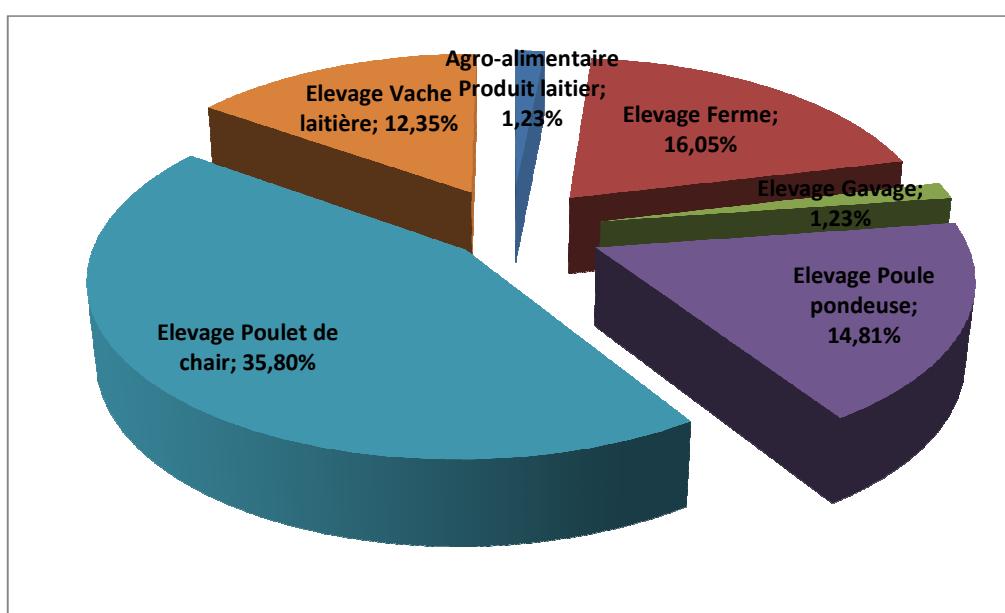
A travers les différents types de produits de crédits offerts par la SIPEM à ses clients, la SIPEM touche tous les secteurs d'activités (secteurs primaire, secondaire, tertiaire) et les différentes catégories de clients (petits, moyens, gros clients), vulnérables et moins vulnérables.

2.3 Evolution du niveau de vie des bénéficiaires dans le secteur de l'élevage

2.3.1 Les types d'activités de l'élevage financés par la SIPEM

Le type d'élevage (à cycle court ou à cycle long) pratiqué par les clients de la SIPEM est représenté par le graphique suivant en proportion :

Graphe 2: Répartition des clients actifs crédits du 31/12/12 par type d'élevage



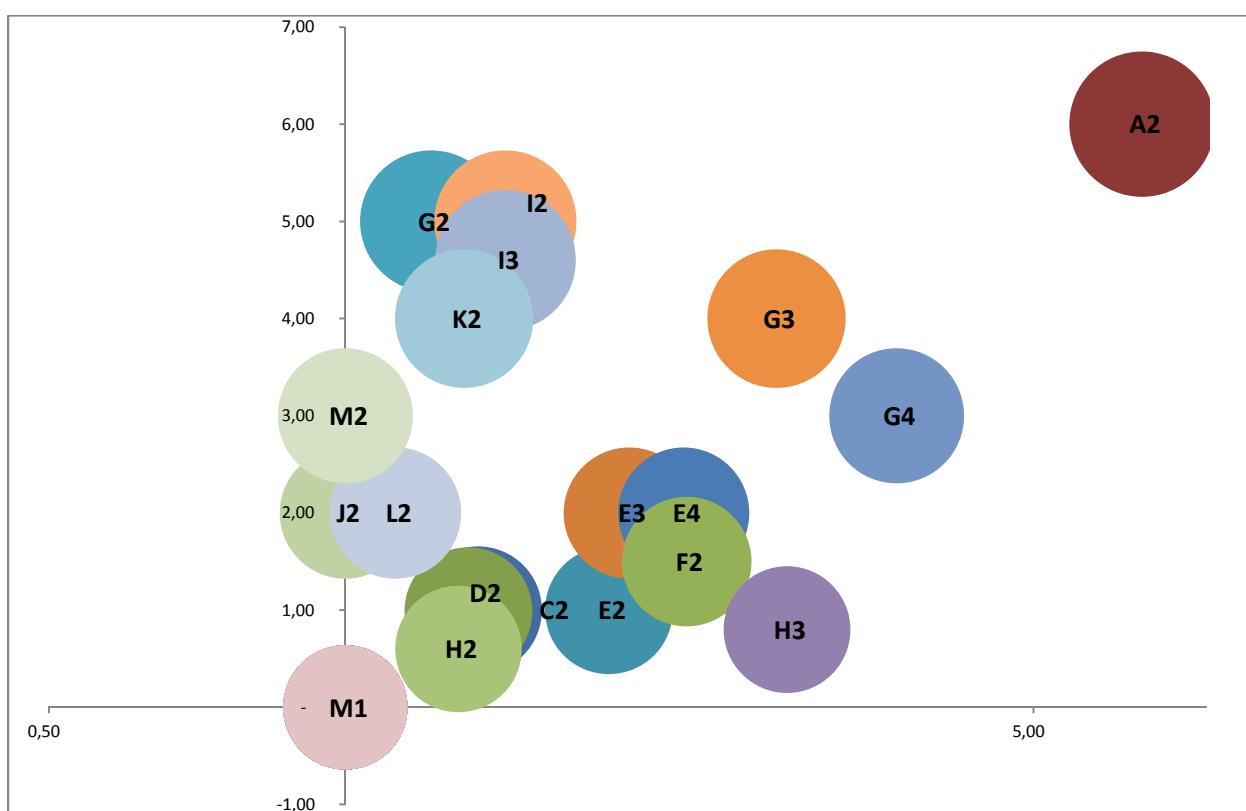
Source : Auteur, 2013

L'élevage à cycle court que sont l'élevage de poulet de chair et l'élevage de poule pondeuse représente une majorité de clients financés par la SIPEM.

2.3.2 Evolution des clients par taux de croissance du CA en fonction du volume de crédit offert

Cette évolution est représentée par le graphique suivant (les données afférentes figurent en annexe VII) :

Graphe 3: Evolution des clients du secteur élevage par cycle de crédit effectué suivant le taux de croissance du CA en fonction du montant de crédit octroyé



Source : Auteur, 2013

D'une manière globale, tous les clients du secteur ayant effectué plus d'un crédit enregistrent une évolution significative à la fin du cycle de crédit effectué (2^{ème} ou 3^{ème}). Cette situation est montrée par la position des bulles dans le 3^{ème} cadran du repère qui indique les valeurs maximales du taux de croissance du CA et du montant du crédit octroyé.

**III- DISCUSSION ET
RECOMMANDATIONS**

3. DISCUSSION ET RECOMMANDATIONS

3.1 Discussion

3.1.1 Les indicateurs déterminés

L'étude de la performance sociale par la SIPEM en partenariat avec la SIDI a permis à l'institution de disposer de façon structurée de premiers éléments d'appréciation de la portée de ses actions au niveau de sa clientèle. Les impacts sont positifs et encore davantage que la crise socio-politique devient une menace sérieuse pour l'ensemble de la population. Ce point fort est à imputer à la politique de la SIPEM qui est de financer les promoteurs des PME d'une part, et son souci tourné vers le succès du client. Cette orientation se traduit dans le processus assez rigoureux de décision d'octroi de crédit.

3.1.1.1 *Financement des besoins en fonds de roulement et des investissements :*

L'examen des fiches de demande de crédit de la SIPEM montre que les crédits accordés sont essentiellement destinés à financer des activités économiques et génératrices de revenu :

- Le financement des besoins en fonds de roulement contribue à renforcer la capacité de production ou d'exploitation des clients de la SIPEM. Pour le secteur du commerce, ce type de crédit finance essentiellement l'approvisionnement et la reconstitution de stocks de marchandises. Pour le secteur tertiaire, ce type de crédit finance globalement les charges de fonctionnement (charges du personnel, déplacements, autres charges d'exploitation).
- Les montants de crédits successifs obtenus par les clients bénéficiaires de la SIPEM sont généralement en croissance continue. Ce qui démontre bien qu'à travers ses crédits, la SIPEM soutient et accompagne l'évolution croissante de la taille d'exploitation de ses clients.
- Le financement des investissements contribue également à renforcer la capacité de production des clients de la SIPEM. Il s'agit essentiellement du financement des équipements nécessaires aux activités de transformations du secteur secondaire, des matériels roulants (minibus, car, camion,...) pour le secteur du transport, et plus généralement d'autres matériels de production pour tous secteurs d'activités confondus.

3.1.1.2 *Les indicateurs d'impact socio-économiques choisis*

De façon globale, on entend par performances sociales les effets que l'institution peut avoir sur les conditions sociales de ses clients, notamment en termes de niveau de vie (lutte contre la pauvreté), logement, santé éducation, etc.

Parmi les mesures de performance sociale prônées par MAIN, la mesure de l'impact dans le cas des IMF signifie quantifier les changements intervenus chez le client du fait de l'action de l'IMF.

Tableau 13: Extrait de la démarche de l'évaluation de la performance sociale des IMF

	Dimension sociale	Dimension économique et financière
Evaluation de l'impact (outcome)	<ul style="list-style-type: none"> • Création d'emplois pour la population exclue • Empowerment : position des individus dans leur famille et dans la communauté ; construction du capital social. • Amélioration de la santé • Education des enfants, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Changements dans les revenus et les dépenses • Changement dans les actifs et dans les conditions de vie • Sécurité alimentaire Création d'emplois dans la communauté

Source : MAIN, 2011

Le choix des 3 indicateurs tels que l'évolution du patrimoine, des chiffres d'affaires journaliers et de la création d'emploi est pertinent en référence à la démarche du MAIN pour la dimension économique, dans la mesure où ces indicateurs sont assez facilement mesurables et quantifiables. La collecte de ces informations se fait systématiquement lors du remplissage de la fiche de demande de crédit. La SIPEM dispose ainsi d'une base de données dynamique sur ces 3 indicateurs d'impact.

3.1.1.3 *L'évolution du patrimoine*

Le patrimoine est généralement défini comme étant l'ensemble des biens évalués au prix du marché d'un individu ou d'une entreprise. Il est constitué, dans le cas des entreprises ou institutions, des actifs bruts (immobilisations) et des capitaux propres qui figurent dans son bilan comptable. La pertinence de l'appréciation de la mesure de l'évolution du patrimoine

vient du fait qu'il s'agit d'une information fondamentale du point de vue de la richesse de l'entreprise.

Cette information est utilisée comme critère d'impact mais constitue en même temps un critère de tri dans la sélection des bénéficiaires. Ce qui ne favorise pas les entreprises les moins performantes dont l'échec peut provenir de différentes raisons : mauvaise gestion, manque d'informations, lacune en ressources humaines ou problème d'organisation etc. Une meilleure appréciation de l'impact en termes de patrimoine ou de CA serait de prendre en considération le changement lié aux compétences des clients. En effet la plupart des clients ne disposent pas d'outils financiers pour la gestion de leurs activités.

3.1.1.4 *Le CA journalier*

Le CA journalier mesure le gain brut ou le volume total des ventes réalisé au cours de la journée. En fonction des marges générées par ces ventes, le revenu (brut ou net) dégagé est proportionnel au volume du CA réalisé. L'évolution du CA journalier moyen d'un emprunteur de la SIPEM constitue un indicateur fondamental sur l'impact de crédit à l'évolution de leur exploitation et par ricochet de leur niveau de vie. Le CA et le patrimoine étant liés, les analyses ci-dessus restent valables.

3.1.1.5 *La création d'emplois*

L'évolution croissante de la création d'emplois dans son exploitation est un indice de développement et d'essor de l'activité de la SIPEM.

Cet indicateur mérite d'être affiné dans son mode de calcul pour préciser par exemple les temps partiels dans le cas d'activités diversifiées par exemple. De même, il serait encore intéressant de pouvoir apprécier la qualité de l'emploi : le caractère formel, les conditions de travail des employés etc.

Il s'avère alors que cet indicateur revêt une dimension sociale des impacts des activités de la microfinance.

De tout ce qui précède, l'hypothèse avancée selon laquelle les indicateurs d'impact des activités de la SIPEM servent d'outils de détermination de l'augmentation de richesse de sa clientèle est confirmée.

3.1.2 La catégorisation des clients de la SIPEM

3.1.2.1 *Par secteurs d'activités concernés :*

La loi distingue 3 niveaux progressifs d'IMF (IMF 1 à 3) que ces institutions soient à caractère mutualiste ou non. Plus le niveau est élevé, plus les opérations sont complexes, les ressources, l'organisation, le degré d'institutionnalisation et le contrôle plus développés.

Catégorisée parmi les IMF3, La SIPEM finance en majorité les activités du secteur tertiaire. Les activités financées sont variées, cependant une domination de l'activité du commerce (épicerie, vente de marchandise en gros, boutique de prêt-à-porter, etc.) est notée. L'activité du commerce est en milieu urbain est l'une des activités économique relativement simple à monter et à faire tourner moyennant un fonds de commerce. Le niveau moyen des marges commerciales se situe entre 10% à 20% et la vitesse de rotation des stocks est relativement élevée. Elle constitue une catégorie potentielle de clients et les résultats se répercutent de manière significative sur les indicateurs quantitatifs.

En revanche, le secteur agricole est très faiblement représenté car l'agriculture dans le contexte du pays est une activité d'autosubsistance, pas encore à vocation de l'entrepreneuriat et reste encore un secteur rural. Par ailleurs, l'implantation exclusive des Agences de la SIPEM en milieu urbain explique l'évidence de la quasi-inexistence du secteur agricole, à l'exception de l'élevage dans son portefeuille de crédit.

3.1.2.2 *Par degré de vulnérabilité :*

La SIPEM a mis en place la catégorisation de ses clients pour lui permettre de connaître les différentes couches de population qu'elle sert. Cette catégorisation reste à usage interne et permet en plus d'avoir une appréciation de l'évolution des clients au fil des crédits. Cette catégorisation a le mérite de faire apparaître une gamme de profils de clients : niveau de scolarité, confort et équipement, scolarisation des enfants, etc. Il s'avère que les catégories «bâtisseurs» et «bâtisseurs sécuritaires» enregistrent le plus de croissance en patrimoine, CA et création d'emploi. Cette situation résulte du fait que les clients issus de cette catégorie exercent des activités assez diversifiées. Les catégories «vulnérables combatifs», «vulnérables cachés» et «vulnérables» ont certes des croissances moins élevées que celles des «bâtisseurs», mais leurs croissances enregistrées restent significatives et l'impact du crédit est globalement positif.

Le profil moyen des clients de la SIPEM se retrouve entre les catégories «Bâtisseurs sécuritaires» et «vulnérables combatifs».

Il importe de noter que la notion de vulnérabilité définie par les partenaires du développement n'est pas pour le moment prise en compte dans le financement. La définition du seuil de pauvreté de la Banque mondiale stipule que : *est classé pauvre dans les pays sous développés un ménage dont le revenu moyen est inférieur à 1,25 USD par jour*⁷. Ce choix est toujours à imputer dans les orientations stratégiques et la catégorisation IMF3.

Il existe cependant d'autres Institutions de Microfinance telles que CEFOR, CECAM, VOLAMAHASOA, des IMF de niveau 1 qui adaptent bien leur crédit au plus démunis et ont des ambitions de lutter contre la pauvreté en offrant des très petits crédits à cette catégorie de la population. Vu sous cet angle et en se référant à l'approche de ses IMF, la Microfinance pourrait être considéré comme outil de lutte contre la pauvreté.

3.1.2.3 **Lien entre crédits SIPEM et baisse de vulnérabilité :**

L'évolution positive (V°+) d'une catégorie inférieure à une catégorie moins vulnérable constatée dans les tableaux de résultat est également un indicateur évident et positif d'impact économique des crédits distribués par la SIPEM à ses clients bénéficiaires. Le tableau ci-après donne une synthèse de cette évolution par critère de vulnérabilité.

Tableau 14:Evolution de la vulnérabilité des clients

Nombre de clients	Vulnérables		Vulnérables cachés		Vulnérables combatifs		Bâisseurs		Bâisseurs sécuritaires	
	V°-	V°+	V°-	V°+	V°-	V°+	V°-	V°+	V°-	V°+
986		167		93		229		282		215
	0,00%	0,00%	9,91%	25,88%	12,84%	17,53%	7,43%	26,50%	14,03%	29,97%

Source : SIPEM, 2012

Les évolutions en V°+ (catégorie moins vulnérables) constatées dans ce tableau sont systématiquement supérieures aux dégradations constatées (V°-).

Malgré l'environnement sociopolitique actuel et l'effet négatif de la crise générée par cette situation, les clients bénéficiaires de crédit de la SIPEM enregistrent encore des évolutions assez significatives de leur niveau de vie et deviennent de moins en moins vulnérables.

L'hypothèse avancée selon laquelle les activités de la SIPEM concernent tous les secteurs d'activités et les catégories de population est partiellement confirmée car seul le secteur du commerce représente la majorité des activités financées d'une part, et la SIPEM finance tous ses clients, des plus solides aux plus vulnérables.

⁷ Wikipédia, Seuil de pauvreté dans le monde, 2013

3.1.3 Evolution du niveau de vie des bénéficiaires dans le secteur de l'élevage

L'analyse des activités d'élevage montre que la plupart concerne l'élevage à cycle court et l'élevage laitier. Ces sous-secteurs ont pu bénéficier d'appui assez conséquent dans le cadre de projets d'appui divers (MPE, Land'o Lakes....) notamment dans les environs d'Antananarivo où il a été enregistré le plus de dossiers.

Le choix de l'activité, les expériences des promoteurs expliquent les résultats obtenus.

Par exemple les clients bénéficiaires de crédit élevage à cycle court dans la plupart de cas font plusieurs lots décalés d'une semaine. Cela permet aux éleveurs concernés d'avoir une source de revenu régulière (hebdomadaire) et significative (en fonction de la taille de l'élevage).

La dernière hypothèse qui affirme que l'évolution du niveau de vie est positive pour les bénéficiaires du secteur de l'élevage est entièrement confirmée.

3.1.4 Conclusion partielle

Les données du tableau de l'évolution des trois indicateurs d'impact dans la partie « résultat » indiquent que plus de 30% (986 sur 3.179) des clients ayant un encours de crédit au 31/12/2012 ont déjà contracté au minimum auprès de la SIPEM plus de 1 crédit.

En termes de décaissements (octrois de crédits) effectués par la SIPEM, rien que pour l'ensemble de l'année 2012, 35% des clients bénéficiaires ont déjà faits plus d'un cycle de crédit, qui reflète d'une manière concrète l'évolution des besoins en crédit de la clientèle montrée par la figure 6, selon le tableau suivant :

Tableau 15: Nombre de crédits octroyés par la SIPEM en fonction du cycle de crédit

Ancienneté et cycle de crédit	Nombre de crédits octroyés en 2012	%
1er cycle	2 004	65%
2è cycle	541	17%
3è cycle	212	7%
4è cycle	120	4%
5è cycle et plus	227	7%
TOTAL	3 104	100%

Source : SIPEM, 2012

La fidélité des clients, mesurée sur le nombre de cycle de crédit effectués auprès de la SIPEM, quel que soit le secteur d'activités financé, provient du fait que le client a réussi à dégager des revenus suffisants et est interprétée de façon évidente comme indicateur positif d'impact de crédits. De ce fait, la question de recouvrement n'a pas été abordée, l'impact est apprécié par rapport à la capacité de remboursement du client.

La limitation des informations en termes de quantité et dans le temps ne permet pas de tirer des conclusions nettes, néanmoins les chiffres peuvent indiquer les impacts sont d'autant plus favorables que les bénéficiaires disposent d'un niveau de matelas confortable. Une autre conclusion pourrait indiquer que les acquis de SIPEM sont soutenus dans le temps au vu du renouvellement des demandes (cycles de crédit) et l'évolution des clients.

3.2 Recommandations :

3.2.1 Poursuivre les réflexions sur la question de l'impact :

SIPEM a pu initier un outil d'appréciation de ses résultats auprès de sa clientèle. L'expérience ne fait que commencer et il serait intéressant de réfléchir à confronter les premiers résultats de sa performance sociale avec les principes portés par la SIDI. Dans tous les cas, les réflexions sur la question de performance sociale et d'analyse d'impact méritent d'être débattues à tous les échelons en interne ou avec les acteurs en général.

Les premiers résultats de la présente étude d'impact pourraient être utilisés à divers fins. Il faut noter que la mise en œuvre des recommandations peut être assurée directement par la SIPEM ou dans le cadre de partenariat ou encore par le recours à des prestataires spécialisés (formation par exemple).

3.2.2 Affiner les indicateurs actuels :

L'affinage porte sur la dimension qualitative des indicateurs : en confrontant par exemple les résultats quantitatifs avec les profils des clients pour faire apparaître les besoins en renforcement de capacité. Des formations sur l'élaboration d'outils de gestion pourraient non seulement faciliter les études préalables à l'octroi de crédits mais surtout de consolider les effets des actions de la microfinance en général.

Sur les aspects sociaux : pour affiner les impacts sur l'emploi, il est proposé d'affiner davantage le temps de travail affecté pour être plus proche de la réalité (en réalité les emplois sont en temps partiel), d'analyser les conditions concrètes des emplois créés etc. Il est possible de voir les performances de la SIPEM en termes de promotion de l'équité des genres (financement pour les femmes).

Le système d'information et de gestion mis en place par la SIPEM associé à la démarche de suivi de proximité des clients permet d'envisager encore plus de possibilité d'appréciations des résultats obtenus.

3.2.3 Valoriser les résultats pour renforcer la communication et le marketing :

Les résultats positifs obtenus dans une étude d'impacts doivent être valorisés pour faire connaître aux clients eux-mêmes les bénéfices des actions initiées avec eux, pour donner aux clients potentiels un regard plus attrayant à la microfinance, pour mobiliser les partenaires (financiers et techniques) à apporter leurs contributions.

La SIPEM pourrait faire un geste commercial et de reconnaissance de ses bons clients en leur fournissant des conditions relativement favorables par rapport aux nouveaux clients. (baisse symbolique des taux d'intérêt, possibilité de cumul entre 2 crédits investissement et besoin en fonds de roulement si la capacité de remboursement des emprunteurs fidèles le permet, ...).

3.2.4 Renforcer la complémentarité avec les autres IMFs

Pour élargir sa portée et en maintenant sa position dans le paysage institutionnel des IMFs la SIPEM peut envisager de développer des filiales rurales ou des partenariats avec d'autres IMFs opérant en milieu rural. Une des pistes de réflexion, qui pourrait être d'une grande efficacité est l'utilisation de la NTIC: le mobile banking par exemple, en partenariat avec les IMFs implantées en milieu rural

3.2.5 Renforcer les acquis par l'élargissement du réseau SIPEM :

La SIPEM dispose actuellement de 12 Agences implantées uniquement dans 7 Régions sur 22 de Madagascar. Elle a une portée relativement faible et n'enregistre que 3.179 clients ayant des crédits encours au 31/12/2012, correspondant à 4,5% de parts de marché de la microfinance. Avec ses acquis, la SIPEM peut envisager d'ouvrir de nouvelles Agences dans d'autres Régions. Une discussion avec les responsables montre l'intérêt d'une implantation dans le Sud (réputée plus pauvre), les régions de la SAVA, du DIANA et d'ATSIMO ATSINANA (ayant généralement plus de potentiel économique et ont besoin des services de microfinance comme ceux offerts par la SIPEM).

CONCLUSION

La microfinance est considérée comme un outil de lutte contre la pauvreté. L'essence des activités de microcrédit est de permettre aux ménages à faible revenu d'accéder à ces services financiers. Le développement des IMFs à Madagascar vers les années 90 a été accompagné d'une nette augmentation du taux de pénétration des services. Malgré ces acquis la situation économique de la population reste parmi les plus faibles au monde.

Une étude qui permettrait d'entrevoir la contribution du secteur de la microfinance sur cette lutte contre la pauvreté pourrait répondre à ces questionnements. Il s'agit de pouvoir étudier l'impact des activités de microcrédit sur les demandeurs de crédit, notamment sur l'amélioration de leur niveau de vie. La démarche menée à travers le présent document démontre de façon concrète les impacts réels des crédits de la microfinance sur le niveau de vie des clients bénéficiaires. Le cas considéré est la Société SIPEM, une IMF créée en 1990, qui a récemment mené une étude sur sa performance sociale au niveau de ses clients.

A travers le travail de recherche il a d'abord été vérifié et confirmé que les indicateurs d'impact des activités de la SIPEM servent d'outils de détermination de l'augmentation de richesse de sa clientèle. Les chiffres montrent une contribution effective et positive des actions de la microfinance dans le développement de l'économie.

En second lieu et dans l'idée de cerner l'impact des activités sans aucune forme d'exclusion, l'hypothèse selon laquelle la SIPEM finance tous les secteurs d'activités et touche toutes les catégories de client a été confirmée mais partiellement. En réalité les clients de la SIPEM sont constitués en majorité de promoteurs du secteur tertiaire du commerce et il s'avère que les secteurs primaire et secondaire sont très faiblement représentés. D'autre part, toutes les catégories de clients bénéficient des crédits, allant des plus gros clients dits « bâtisseurs » aux clients plus « vulnérables ». Une analyse plus en profondeur a pu montrer que les acquis de la SIPEM sont soutenues dans le temps au vu de la fidélité des clients (cycle de crédits) ainsi que l'évolution des clients vers les catégories moins vulnérables selon la classification de SIPEM.

En dernier lieu un focus sur le financement des activités du secteur primaire a pu confirmer l'hypothèse avancée selon laquelle l'évolution du niveau de vie est positive pour les

bénéficiaires du secteur de l'élevage est entièrement confirmée au niveau des clients ayant effectué plus d'un cycle de crédit. En effet, leur CA s'est vu augmenter en dernier cycle.

Les discussions supplémentaires portent en conclusion sur la question concernant le ciblage effectif des couches pauvres selon le jargon du développement. Le positionnement de la SIPEM au sein du paysage institutionnel des IMF 3 fait que celle-ci ratisse sur une population plutôt sécurisée par rapport aux plus démunis. La « sécurité » des autres couches de la population reste très relative et une action en leur faveur est indispensable. Il peut être avancé que, considérant la catégorie « vulnérables » qui groupe plus de la moitié de ses clients, la SIPEM entend consolider la relative sécurité des clients concernés. Les rapports de la Banque Mondiale sur la crise actuelle montre par exemple qu'une couche de la population a basculé dans la catégorie des pauvres (Banque Mondiale, 2013).

Elle est complémentaire à la vocation des autres IMFs lesquelles de part leur statut de IMF1 s'occupent davantage des moins nantis. Il s'agit d'abord de renforcer cette complémentarité de ses interventions avec celles des IMF1.

Avec les effets de la crise socio-politique les recommandations données dans le cadre de cette étude sont donc axées vers cette recherche de complémentarité ou l'identification de stratégie pour ratisser encore plus large non seulement en termes de couverture géographique mais aussi pour la satisfaction des demandes de nouveaux promoteurs dans le cadre d'une installation ou pour la prise en compte des couches de population encore moins nanties par exemple. Un partenariat bien ciblé (subvention, assistance technique etc.) pourrait être envisageable pour satisfaire une demande plus diversifiée en préservant le légitime souci de viabilité financière et institutionnelle de la SIPEM.

Celle-ci néanmoins pourrait aussi revoir certains points qui peuvent relever de ses pouvoirs propres comme la durée du crédit à augmenter, ou encore fidéliser davantage les clients par des gestes commerciaux en baissant le taux d'intérêt par exemple dans une vision « gagnant-gagnant »,

Il importe toutefois de rappeler que la microfinance est juste un outil, important mais ne suffit pas pour répondre à toutes les questions économiques et de développement. Elle a fait son chemin dans le pays, elle mérite d'être soutenue pour son développement et le secteur doit se mettre en cohérence avec les autres politiques sectorielles pour être plus efficace. Le rôle de l'Etat est primordial dans la mise en place de conditions favorables : sécurité physique, sécurisation des investissements, mise en place de cadre juridique, indépendance des tribunaux etc.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

BERGER M., 2005, Les Performances Sociales des IMF Enjeux, Défis et Démarches, MAIN, en collaboration avec la SIDI, 43 p.

Décrets et lois

LOI N°- 2005 - 016 DU 29 SEPTEMBRE 2005 relative à l'activité et au contrôle des institutions de microfinance

Rapports et mémoires

1. AFD, 2010, Les Institutions de microfinance malgaches face à la crise : quelles premières leçons à tirer ?, Etude réalisée par Nathalie Assouline et Christine Poursat (Aliat Développement) à l'occasion du séminaire sur la microfinance organisée par l'AFD à Antananarivo, 34p.
2. ANDRIAMIFIDY E., 2010, Modélisation du risque de crédit pour une institution de microfinance : cas de SIPEM SA, mémoire de DESS en économie option monnaie banque et finances, faculté de droit d'économie de gestion et de sociologie, Université d'Antananarivo, 39 p. + Annexes
3. BEDECARRATS F., RENARD O., QUENTIN A., 2010, Etudes d'impact en microfinance : Comment, pour qui et pour quoi ? Compte rendu de l'atelier du 14 octobre à Nogent
4. Coordination Nationale de la Microfinance, 2012, Stratégie Nationale de la Finance Inclusive 2013-2017 version finale
5. RAKOTOMALALA M., 2011, Contribution de la première agence de microfinance (PAMF) à l'accès des ménages agricoles de la commune rurale d'Analavory au crédit, mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme d'ingénieur agronome option agro-management, ESSA, Université d'Antananarivo, 52p. + Annexes
6. RAMALANJAONA T., 2011, Mise en place d'un outil de gestion de la performance sociale au sein d'une institution de microfinance : cas de SIPEM Madagascar, Mémoire de fin d'études, Institut National des Sciences Comptables et d'Administration d'Entreprises, 74p. + Annexes
7. SIPEM, Direction générale, 2012, Rapport de gestion de l'année 2012, 36p.

Manuels et guides d'utilisation

ORCHID Systems, Manuel d'exploitation- Guide de l'utilisateur ORCHID Microfinance 3.0

Webliographie

1. CNMF, 2013, Historique de la microfinance à Madagascar, consulté en juin 2013, <http://www.madamicrofinance.mg/index.php/microfinance-a-madagascar/historique.html>
2. CGAP, 2013, Impact et performances sociales, Portail de la microfinance, consulté en juin 2013, http://www.lamicrofinance.org/resource_centers/impactperf/
3. CGAP, 2013, Systèmes d'information, Portail de la microfinance, consulté en juin 2013, http://www.lamicrofinance.org/resource_centers/systemeinformation

ANNEXES

LISTE DES ANNEXES

ANNEXE I: FICHE D'OUVERTURE DE DOSSIER (FOD)	II
ANNEXE II: LOCALISATION GEOGRAPHIQUE DES IMF	X
ANNEXE III: FICHE DE PRESENTATION DE LA SIPEM	XI
ANNEXE IV: ORGANIGRAMME DE LA SIPEM	XV
ANNEXE V: ETATS DES ENCOURS AU 31 /12/12	XVI
ANNEXE VI : CIRCUITS DE TRAITEMENT DES INFORMATIONS SUR LES PERFORMANCES SOCIALES	XIX
ANNEXE VII : DONNEES DU GRAPHE 3	XXIII

Annexe I: Fiche d'ouverture de dossier (FOD)

Zone : _____ Andavamamba _____ Agence : _____ 01 _____ Date d'Ouverture _____

Chef de bureau : _____ **Agent de crédit :** _____

Nom _____ **du** _____ **Dossier :** _____ **N°** _____

Dossier : _____ 01D/_____

Date _____ **d'encaissement** _____ **de** _____ **I'AFD :** _____ **Visite** _____ :

Avis AGAD :

Avis CHAG. :

TONTOLON'NY FIARAHNA-MONINA

Fomba nahafantaranao ny SIPEM : Radio . Presse . Télévision . Mpiasan'ny SIPEM ;

Chef de bureau ; Agent de crédit ; Promoteur ; Hafa ; Iza ?

Anarana _____ Fanampin'anarana: _____

Lahy Vavy Daty nahaterahana _____ (....taona) **Tel :** Trano _____ Fiasana _____

Adiresy : _____

Anaran'ny Orinasanao : _____

Toetran'ny soritr'asanao : Famoronana Fanohizana Fanitarana

Toerana misy ny Orinasa : _____ Kaomina _____

Asanao ankehitriny ? _____ Toeram-piasana : _____ Nanomboka oviana? _____

Sokajin'asa : Asa tsy miankina Mpiasa maharitra Mpiasa an-tselika Tsy an'asa

Andraikitra tananao : Mpitantana Cadre sup Cadre Mpiasa tsotra

Asanao taloha ? _____

Toeram-piasanao taloha : _____ Hafiriana ? _____

Fahazarana : Io asa io : _____ Hafa _____

Fari-pahaizanao : >Bac+ Bac BEPC CEPE Fanabeazana Fototra

Mari-pahaizana sy Fanamariham-pahaizana: _____

Toerana ara-pianakaviana : Manambady vita soratra Manambady tsy vita soratra Nisaraka
 Maty vady Mpitovo

Anaran'ny vadinao : _____ Fanampin'anarana _____

Asany : _____ Orinasa Mpampiasa: _____

Daty nahaterahana : _____ Faripahaizany : _____ Karamany : _____ Ariary

Firy ny zanakao : _____ Firy no velominao _____ Firy taona avy? _____

Firy ny olona mipetraka ao aminao manana fidiram-bola? _____

Manana fiantohana ara –pahasalamana ve ny fianakavianao? ENY TSIA

Mitantana ny orinasanao ve ianao ? : ENY TSIA Asa maharitra ? : ENY TSIA

Fototr'asa ? _____ Vola miditra isam-bolana ? _____ Ariary

Vadin'asa ? _____ Vola miditra isam-bolana ? _____ Ariary

Vola miditra amin'ny fianakaviana isam-bolana ? _____ Ariary

Toetra ara-panjakanana : Stat. N° _____ NIF : _____ N° RCS : _____

Firy ny olona hafa velominao ? _____ Fihavanananareo _____

Firy amin'ireo no miara-miasa aminao ? _____ Manampy anao ve ny fianakavianao ? ENY TSIA Isan'ny

Mpiasanao ankehitriny _____ Isan'ny asa hoforonona _____

Efa nindram-bola ve ianao? ENY TSIA Raha eny , ohatrinona ? _____ Hafiriana ? _____

Efa tafaverina ? ENY TSIA Oviana ? _____ Taiza ? _____

N° kaontinao _____ Vola mipetraka ao ? _____ Ariary

N° kaontin'ny vadinao _____ Vola mipetraka ao ? _____ Ariary

Tompontrano ve ianao ? ENY TSIA misoratra amin'iza ? _____ Tombany ? _____ Ariary

Manofa trano ve ianao ? ENY TSIA Ohatrinona ny hofany? _____ Ariary

TONTOLON'NY TETIK'ASA

Lazao tsotsotra ny soritr'asanao :

Tanisao ireo anjara entinao manokana amin'ny soritr'asanao

KARAZANY	TOMBANY
Fitaovana	
Lelavola	
Stocks	
Vola angatahina amin'ny SIPEM	
FITAMBARANY	

Ohatrinona ny vola azonao haverina isam-bolana? _____ Ariary Firy volana ? _____

ANTOKA atolotrao	Taratasy fanamarinana	Tombany (Ar.)	Tompony
	FITAMBARANY		

TONTOLON'NY TOE-KARENA

Firy kilometatra miala eto amin'ny Birao no misy ny orinasanao ? _____ km

Inona no fomba ahatongavana any ? : Fiara _____ km Moto _____ km An-tongotra _____ km

Inona avy ny vokatra na asa azonao atolotra isam-bolana?

Vokatra na asa	Ankehitriny			Ho avy		
	isany	Vidin'ny iray	fitambarany	Isany	Vidin'ny iray	fitambarany

Fitambarany						

Afaka mitanisa ireo masonkarenanao isam-bolana ve ianao ?

Masonkarena	Ankehitriny			Ho avy		
	isany	Vidin'ny iray	fitambarany	Isany	Vidin'ny iray	fitambarany
Fitambarany						

Iza no mividy ny vokatrao? _____

Manome trosa ve ianao ? ENY TSIA Hafiriana ? _____

Manome trosa ve ny mpamatsy anao ? ENY TSIA Faharetany ? _____

Fantatrao ve ny mpifaninana aminao? ENY TSIA Raha eny, tanisao :

Anarany	Adiresiny	Tanjany	Fahalemeny

Manana akora na entana tahiry ve ianao (Stocks) ? ENY TSIA Raha eny tanisao :

Akora na entana	Isany	Vidin'ny iray	Fitambarany
FITAMBARANY			

Afaka mampihodina ny orinasanao hafiriana ireo ? _____ andro

Lazao ny fotoana fividiananao ny akora enti-manodina ny orinasanao ?

isan'andro 2-7 andro 8-15 andro Mihoatra ny 15 andro

Sokajin'asa: Fambolena Asa-tanana, Varotra, Service Hotely Fitaterana Fiompiana,

Agro-alimentaire Indostria madinika

Fahazaranao io asa io _____ taona /Taiza no nahaizanao azy? _____

Inona no antony nanosika anao hanao io asa io ? _____

Inona no tena fahaiza-manao anananao ? _____

Inona no antony nifidiananao ny toerana misy ny orinasanao ? _____

Misy olana ve amin'ireto lafin-javatra ireto ? Lalana Jirama Tel. Paositra

Firy ny mpiasanao amin'izao fotoana izao ? _____ Firy ny fianakaviana manampy anao ? _____

KARAZAN'ASA	ANKEHIRINY			HO FORONINA	
	Isany		Karama/volana	Isany	
	Lahy	Vavy		Lahy	Vavy
Fitambarany					

Tanisao ny habetsakin'ny vokatra mety ho vitan'ny orinasanao

VOKATRA	ISANY/andro	ISANY/volana

TONTOLO ARA-BOLA

Mampiasa bokim-bola ve ianao ? ENY TSIA Karazany inona ? _____

Misy olona manampy anao ve amin'ny fitantanana ? ENY TSIA Iza ? _____

Tanisao ireo fanananao ampriasainao ao anatin'ity tetik'asanao ity :

KARAZANY	ISANY	Vidin'ny iray	Fitambarany	Fanamarihana
FITAMBARANY				

Tanisao ny vola laninao ankapobeny amin'io tetik'asanao io isam-bolana

FANDANIANA	ISANY	VIDIN'NY IRAY	FITAMBARANY	FANAMARIHANA
Masonkarena				
Jiro sy rano				
Fividianana solika				
Hofan-trano/tany/fiasana				

Fikojokojana sy fanamboarana				
Fiantohana (Assurances)				
Dokam-barotra				
Fitaterana				
Hajia sy fifandraisian-davitra				
Hetra samihafa (TVA, patente...)				
Karamanao amin'io asa io				
Vola hatokana @ sakafo				
Saram-pianaran'ny ankizy				
Karaman'ny mpiasa				
Fandaniana hafa				
FITAMBARANY				

Kajio ny teti-bolanao isam-bolana

KARAZANY	Fitambarany	Fanamarihana
(A)Vola maty (Chiffre d'Affaires)		
(B)Fandaniana (Charges)		
(C) = (A) – (B)An-tanana alohan'ny famerenam-bola		
(D)Vola haverina amin'ny SIPEM (Remboursement)		
(E) = (C) – (D)Vola sisa aorian'ny famerenam-bola		

Raha azonao io vola io, tanisao an-tsipirihany ny hampiasanao azy :

Ny hampiasana azy	Isany	Vidin'ny iray	Fitambarany	Mpamatsy
FITAMBARANY				

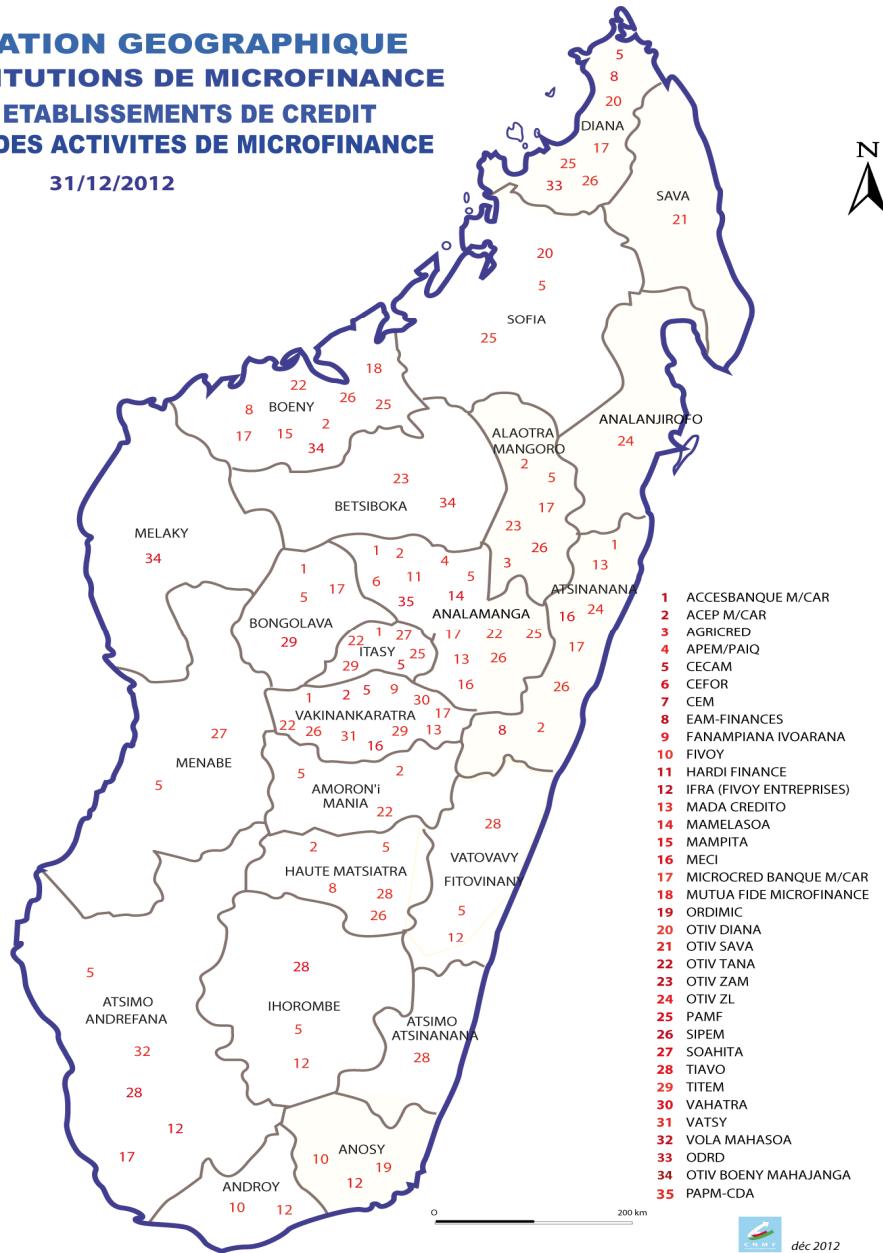
Inona ireo fitaovana tena ilainao nefo tsy anananao amin'io tetik'asa io ?

KARAZANY	ISANY	Vidin'ny iray	Fitambarany	Fanamarihana
FITAMBARANY				

Annexe II: Localisation Géographique des IMF

LOCALISATION GEOGRAPHIQUE DES INSTITUTIONS DE MICROFINANCE ET DES ETABLISSEMENTS DE CREDIT EXERCANT DES ACTIVITES DE MICROFINANCE

31/12/2012



Annexe III: Fiche de présentation de la SIPEM

1. Historique :

La SIPEM a été créé en 1990 à Madagascar en tant qu'Établissement Financier. Elle a débuté ses activités par l'accompagnement des micros et petites entreprises nouvellement créées. Ses activités s'élargissaient vers la distribution de crédit à partir de l'année 1997 et depuis, elle a ainsi octroyé plus de 20.000 crédits pour un montant total de 100 milliards d'Ar.

Par ailleurs, elle a commencé à déployer la collecte de l'épargne en 2011 et ce, dans le cadre de la diversification des produits et services financiers offerts à la clientèle. Au 30/06/2013, ses encours d'épargne s'élèvent à 14 milliards d'Ar.

Date de création :	17/07/1990
Nom ou raison sociale :	Societe d'Investissement pour la Promotion des Entreprises à Madagascar (SIPEM)
Statut et forme juridique :	IMF 3 – Non mutualiste Société anonyme au Capital de MGA 6.000.000.000
Adresse du Siège :	Lot A 216 H Andavamamba B.P. 8616 – Antananarivo 101 Madagascar
Principaux actionnaires :	Environ 80 actionnaires dont les principaux sont: <ul style="list-style-type: none"> • SIDI • Banque BNI/CA • Assurance ARO • APEM (emanation du GEM) • MANOFI (Groupe RAMANADRAIBE) • Société Harembolena • Société Ravinala • Autres
Principales activités :	Collecte d'Epargnes, distribution de Crédits, transfert d'Argent
Agrément de la Banque Centrale :	Agrément N° 002/IMF3/NM/2008 du 13/11/2008

2. Mission :

La mission principale de la SIPEM est de contribuer au développement économique de Madagascar en fournissant des services financiers adaptés aux besoins des micros, très petites entreprises, petites et moyennes entreprises. Plus précisément, il s'agit en fait de :

- soutenir les micros et petites entreprises à fort potentiel de croissance qui ne peuvent accéder au système bancaire classique ;
- fournir tous services de proximité destinés à faciliter la création et/ou appuyer leur développement ;
- participer activement à l'émergence et au soutien du secteur privé dynamique créateur d'emplois ;
- contribuer au bien être social d'une frange bien ciblée de la population.

3. Couverture géographique :

La SIPEM dispose de 13 Agences implantées exclusivement en milieu urbain et couvre 5 provinces de Madagascar :

Province	Région	Nombre d'Agences	Répartitions
Antananarivo	Analamanga	5	Andavamamba, Analamahitsy, Andraovoahangy, Imerina Afovoany, Tanjombato
	Vakinankaratra	1	Antsirabe
Sous-total		6	
Toamasina	Alaotra Mangoro	1	Moramanga
	Tamatave	2	Tanambao III, Ankirihiry
Sous-total		3	
Majunga	Boeny	1	Majunga
Sous-total		1	
Antsiranana	DIANA	2	Diego, Nosy Be
Sous-total		2	
Fianarantsoa	Haute Matsiatra	2	Fianarantsoa
Sous-total		1	
		13	

4. Produits et Services Financiers offerts :

La SIPEM offre à ses clients 3 types de produits et services financiers :

- Octrois de Crédits : La SIPEM met à disposition de ses clients deux types de crédits : les crédits fonds de roulement et les crédits d'investissement. En fonction du montant octoyé, ces crédits sont classés en 3 catégories :

Crédits MICRO :	< 5 millions d'Ar
Crédits TPE :	Entre 5 millions à 20 millions d'Ar
Crédits PME :	> 20 millions d'Ar

- Collecte de Dépôts : La SIPEM met à disposition de ses clients trois types de dépôts :

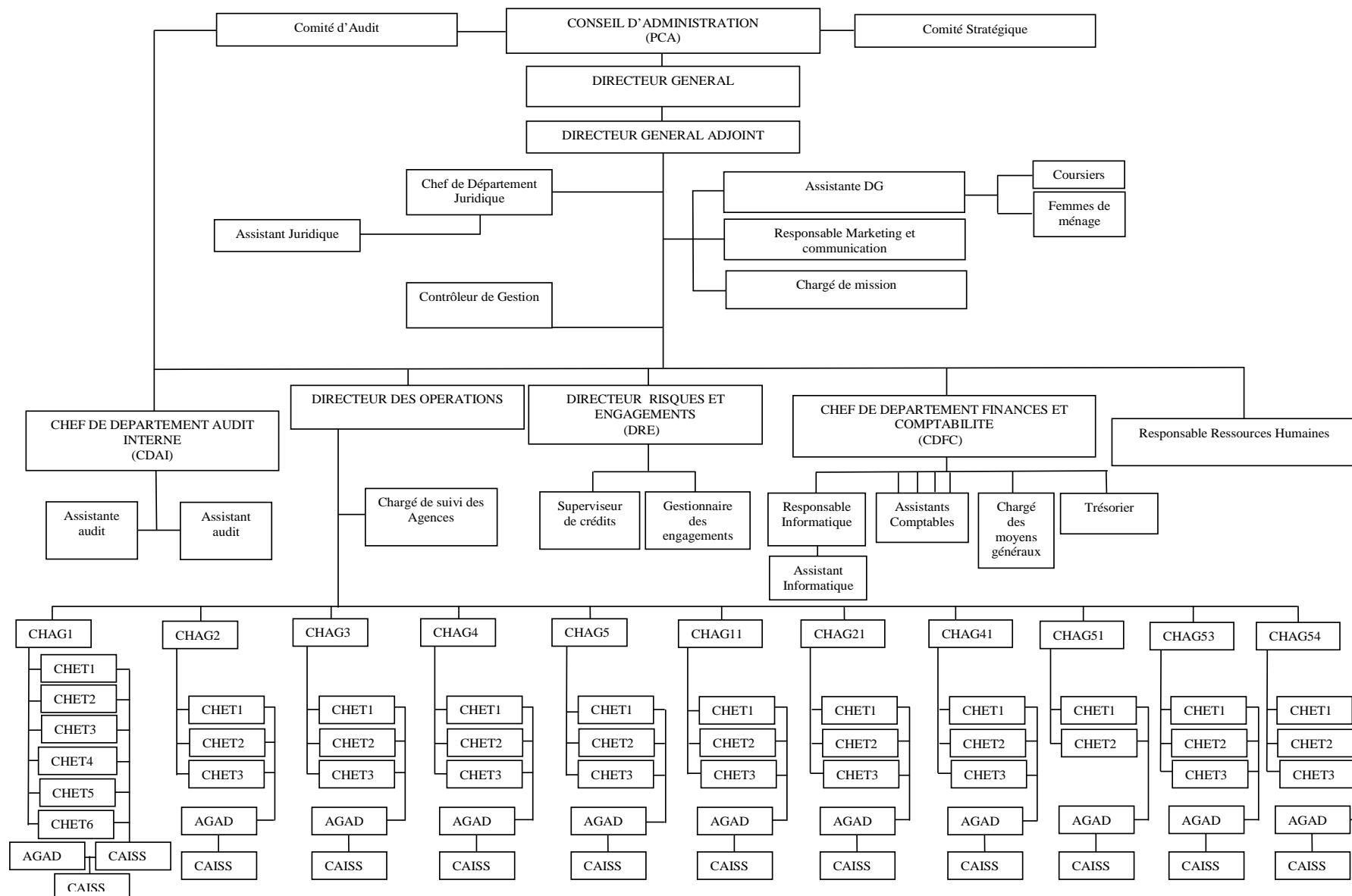
Dépôts à Vue :	Rémunéré à 1% net	Disponible à tout moment
Epargne Plus :	Rémunéré à 6% net	Disponible à tout moment
Dépôts à Terme :	Rémunéré 8% net	Disponible à terme prédéterminée

- Transfert d'argent : Il s'agit de transfert d'argent entre les différents Agences de la SIPEM.

5. Quelques chiffres clés au 31/12/2012:

Effectif total du Personnel :	119 salariés	
Crédits octroyés depuis 1997 :	Nombre :	Plus de 20.000 crédits
	Montant :	Environ 100 milliards d'Ar.
Encours de crédit :	Nombre :	3.179 clients actifs
	Montant :	12.5 milliards d'Ar.
Encours d'épargne :	Nombre :	4.523 clients actifs
	Montant :	8.9 milliards d'Ar.

Annexe IV: Organigramme de la SIPEM



Annexe V: Etats des Encours au 31 /12/12

Nombre total de clients actifs crédit : 3179

Extrait agence 01 : 438 clients

Agence	Code client	Montant prêt	Cycle	Durée	Taux	... Total capital Total intérêt Total Provision ...	Genre	Age	Activité	Secteur d'activité	Classification	Matricule
1	100090	4 000 000	1	12.00	2.000000	563 999.80	80 000.00	563 999.80	feminin	35	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00158
1	100565	3 000 000	2	12.00	2.000000	750 000.00	180 000.00	750 000.00	mASCULIN	53	Autres Arts	Artisanat	PRODUCTIFS	P00153
1	102275	6 000 000	2	10.00	2.000000	1800 000.00	360 000.00	1800 000.00	feminin	39	Collecte	Commerce	COMMERCIAUX	P00158
1	100925	1600 000	1	8.00	2.000000	400 000.00	64 000.00	400 000.00	feminin	38	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00080
1	101449	1400 000	1	8.00	2.000000	700 000.00	112 000.00	700 000.00	feminin	38	Confection	Artisanat	PRODUCTIFS	P00066
1	102383	3 800 000	1	12.00	2.000000	2 982 666.80	684 000.00	2 982 666.80	feminin	43	Location	Transport	COMMERCIAUX	P00153
1	101083	5 000 000	3	12.00	2.000000	159 333.60	300 000.00	159 333.60	feminin	57	Confection	Artisanat	PRODUCTIFS	P00153
1	100455	26 000 000	8	12.00	2.000000	9 490 666.80	2 080 000.00	9 490 666.80	mASCULIN	49	Garage	Hotellerie	COMMERCIAUX	P00158
1	100043	3 800 000	1	10.00	2.000000	3 040 000.00	608 000.00	3 040 000.00	mASCULIN	40	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00080
1	100511	1200 000	1	10.00	2.000000	600 000.00	120 000.00	600 000.00	mASCULIN	35	Autres Arts	Artisanat	PRODUCTIFS	P00158
1	101552	1200 000	1	8.00	2.000000	1200 000.00	182 000.00	1200 000.00	feminin	37	Epicerie	Commerce	COMMERCIAUX	P00158
1	101162	3 000 000	2	10.00	2.000000	2 100 000.00	364 000.00	2 100 000.00	feminin	32	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00158
1	104403	1200 000	1	10.00	2.000000	681 000.00	120 000.00	681 000.00	feminin	32	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00066
1	104472	800 000	1	8.00	2.000000	300 000.00	48 000.00	300 000.00	mASCULIN	41	Taxi collectif	Transport	COMMERCIAUX	P00153
1	104488	2 000 000	1	12.00	2.000000	21134.00	40 000.00	21134.00	feminin	47	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00186
1	104428	900 000	1	10.00	2.000000	81 000.00	162 000.00	81 000.00	feminin	28	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00080
1	101439	2 500 000	2	10.00	2.000000	1 992 000.00	350 000.00	1 992 000.00	feminin	40	Boucherie	Commerce	COMMERCIAUX	P00066
1	104461	4 000 000	2	12.00	2.000000	666 666.00	99 300.60	666 666.00	mASCULIN	44	Boucherie	Commerce	COMMERCIAUX	P00186
1	10299	18 000 000	5	12.00	2.000000	10 500 000.00	2 520 000.00	10 500 000.00	mASCULIN	45	Collecte	Commerce	COMMERCIAUX	P00186
1	104546	6 000 000	1	12.00	2.000000	6 000 000.00	1322 000.00	6 000 000.00	feminin	43	Taxi collectif	Transport	COMMERCIAUX	P00158
1	104545	700 000	1	12.00	16500000	18 666.00	23 100.00	18 666.00	mASCULIN	45	Location	Transport	CAH	P00015
1	104656	3 000 000	1	12.00	2.000000	700 000.00	120 000.00	700 000.00	feminin	47	Location	Transport	COMMERCIAUX	P00153
1	104681	6 000 000	1	12.00	2.000000	242 500.00	0.00	242 500.00	mASCULIN	35	Taxi brousse	Transport	COMMERCIAUX	P00066
1	100384	30 000 000	3	18.00	2.000000	7 533 333.80	2 400 000.00	7 533 333.80	feminin	38	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00153
1	100055	5 000 000	2	12.00	2.000000	168 173.80	400 000.00	168 173.80	mASCULIN	42	Collecte	Commerce	COMMERCIAUX	P00153
1	104895	1900 000	1	12.00	0.500000	474 999.40	28 500.00	474 999.40	feminin	32	Crédit à la consommation	Crédit à la consommation	PER	P00153
1	100687	45 000 000	5	24.00	17500000	5 625 000.00	0.00	0.00	mASCULIN	44	Boulangerie	Agro-alimentaire	PRODUCTIFS	P00013
1	105125	6 500 000	1	12.00	16500000	75 140.20	107 250.00	75 140.20	feminin	57	Autres services	Service	CAH	P00066
1	104364	80 000 000	3	24.00	17500000	16 666 665.40	0.00	0.00	mASCULIN	41	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00186
1	105777	1500 000	1	10.00	2.000000	67 000.00	0.00	67 000.00	feminin	35	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00066
1	105188	25 000 000	1	24.00	17500000	6 250 00120	0.00	0.00	mASCULIN	58	Formation	Service	COMMERCIAUX	P00066
1	102576	22 000 000	2	24.00	17500000	5 500 00120	0.00	0.00	feminin	54	Restauration	Hotellerie	COMMERCIAUX	P00080
1	10570	25 000 000	1	24.00	17500000	6 250 00120	0.00	0.00	mASCULIN	31	Collecte	Commerce	COMMERCIAUX	P00066
1	102925	43 000 000	5	24.00	17500000	1127 39160	0.00	0.00	mASCULIN	52	Taxi collectif	Transport	COMMERCIAUX	P00080
1	101546	24 000 000	3	24.00	17500000	6 000 000.00	0.00	0.00	mASCULIN	45	Taxi collectif	Transport	COMMERCIAUX	P00080
1	102224	12 000 000	3	18.00	2.000000	1333 334.40	0.00	0.00	feminin	39	Taxi collectif	Transport	COMMERCIAUX	P00080
1	103338	22 000 000	5	24.00	17500000	7 333 334.40	0.00	0.00	mASCULIN	48	Autres services	Service	COMMERCIAUX	P00080
1	10463	35 000 000	3	24.00	17500000	21874 999.40	3 697 000.60	21874 999.40	mASCULIN	35	Import Export	Commerce	COMMERCIAUX	P00153
1	105260	16 000 000	1	18.00	2.000000	1777 792.00	0.00	0.00	mASCULIN	29	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00080
1	105325	11 000 000	1	18.00	16500000	1833 332.00	0.00	0.00	feminin	61	Ecole	Service	CAH	P00066
1	105330	16 000 000	1	18.00	2.000000	2 666 680.00	0.00	0.00	mASCULIN	45	Poule pondeuse	Elevage	PRODUCTIFS	P00066
1	105338	6 000 000	1	12.00	2.000000	3 500 000.00	760 000.00	3 500 000.00	feminin	31	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00066
1	105340	20 000 000	1	18.00	17500000	3 333 332.00	0.00	0.00	mASCULIN	30	Autres transports	Transport	COMMERCIAUX	P00066
1	105367	6 000 000	1	18.00	2.000000	1333 332.40	0.00	0.00	mASCULIN	37	Coiffure	Artisanat	PRODUCTIFS	P00186
1	105345	22 000 000	1	24.00	17500000	9 166 667.60	0.00	0.00	feminin	40	Taxi brousse	Transport	COMMERCIAUX	P00066
1	101635	7 000 000	3	18.00	2.000000	1555 568.00	0.00	0.00	mASCULIN	41	Taxi brousse	Transport	COMMERCIAUX	P00033
1	104924	1500 000	1	10.00	2.000000	150 000.00	30 000.00	150 000.00	feminin	44	Autres Arts	Artisanat	PRODUCTIFS	P00186
1	105422	25 000 000	1	24.00	17500000	11 458 334.20	0.00	0.00	feminin	35	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00153
1	101378	20 000 000	6	24.00	17500000	8 333 332.40	0.00	0.00	feminin	40	Commerce de bois	Commerce	COMMERCIAUX	P00080
1	105410	1000 000	1	12.00	2.000000	166 666.00	27 133.60	0.00	feminin	28	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00158
1	102015	40 000 000	6	18.00	17500000	15 555 555.80	1399 965.80	0.00	mASCULIN	26	Collecte	Commerce	COMMERCIAUX	P00033

Extrait agence 02 : 265 clients

Agence	Code client	Montant prêt	Cycle	Durée	Taux	... Total capital Total intérêt Total Provision ...	Genre	Age	Activité	Secteur d'activité	Classification	Matricule
2	200633	800 000	1	8.00	2.000000	100 000,00	10 000,00	100 000,00	feminin	45			COMMERCIAUX	P00117
2	20134	7 000 000	2	12.00	2.000000	1685 999,60	280 000,00	1685 999,60	feminin	46	Taxi collectif	Transport	COMMERCIAUX	P00193
2	20607	8 000 000	4	2.00	2.000000	6 800 333,40	1600 000,00	6 800 333,40	masculin	45	Patisserie	Agro-alimentaire	PRODUCTIFS	P00164
2	200870	800 000	1	10.00	2.000000	240 000,00	48 000,00	240 000,00	feminin	44	Confection	Artisanat	PRODUCTIFS	P00117
2	200257	1600 000	2	8.00	2.000000	335 000,00	32 000,00	335 000,00	feminin	39	Epicerie	Commerce	COMMERCIAUX	P00193
2	20320	2 000 000	5	10.00	2.000000	657 000,00	120 000,00	657 000,00	masculin	52	Epicerie	Commerce	COMMERCIAUX	P00164
2	202400	3 000 000	1	10.00	2.000000	310 000,00	60 000,00	310 000,00	feminin	54	Coiffure	Artisanat	PRODUCTIFS	P00193
2	202466	700 000	1	8.00	2.000000	525 000,00	84 000,00	525 000,00	feminin	26	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00119
2	202463	500 000	1	8.00	2.000000	375 000,00	60 000,00	375 000,00	feminin	47	Autres Arts	Artisanat	PRODUCTIFS	P00076
2	202501	600 000	1	8.00	2.000000	438 000,00	60 000,00	438 000,00	masculin	41	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00117
2	202507	3 000 000	1	12.00	2.000000	1430 000,00	300 000,00	1430 000,00	masculin	43	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00193
2	202515	2 000 000	1	12.00	2.000000	89 300,00	0,00	89 300,00	feminin	29	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00164
2	20379	8 000 000	3	12.00	2.000000	2 032 000,00	480 000,00	2 032 000,00	feminin	32	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00164
2	200167	700 000	2	10.00	2.000000	164 000,00	28 000,00	164 000,00	masculin	43	Boucherie	Commerce	COMMERCIAUX	P00118
2	202376	2 400 000	2	12.00	2.000000	1604 000,00	384 000,00	1604 000,00	masculin	32	Autres services	Service	COMMERCIAUX	P00164
2	202420	1800 000	2	10.00	2.000000	856 000,00	144 000,00	856 000,00	feminin	28	Autres services	Service	COMMERCIAUX	P00193
2	202657	1300 000	1	12.00	2.000000	2 166 666,00	52 000,00	2 166 666,00	feminin	42	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00193
2	200098	26 000 000	4	24.00	1750000	5 416 665,40	0,00	0,00	masculin	37	Grossiste	Commerce	COMMERCIAUX	P00117
2	201017	80 000 000	4	24.00	1750000	16 666 665,40	0,00	0,00	masculin	45	BTP	Service	COMMERCIAUX	P00193
2	201675	20 000 000	4	24.00	1750000	4 166 665,40	0,00	0,00	feminin	55	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00117
2	201475	30 000 000	3	24.00	1750000	7 500 000,00	0,00	0,00	masculin	51	Quincaillerie	Commerce	COMMERCIAUX	P00117
2	202370	20 000 000	3	24.00	1750000	5 088 500,00	0,00	0,00	masculin	31	Taxi	Transport	COMMERCIAUX	P00116
2	201043	40 000 000	5	24.00	1750000	15 000 00100	1922 399,80	0,00	masculin	36	Autres transports	Transport	COMMERCIAUX	P00193
2	202110	10 000 000	3	18.00	1650000	555 554,80	0,00	0,00	masculin	46	Autres commerces	Commerce	CAH	P00116
2	202698	17 000 000	1	18.00	2.000000	944 445,20	0,00	0,00	feminin	30	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00116
2	202748	800 000	1	12.00	2.000000	733 333,40	168 666,60	733 333,40	feminin	39	Epicerie	Commerce	COMMERCIAUX	P00193
2	202791	32 000 000	1	24.00	1750000	10 666 665,60	0,00	0,00	masculin	22	Taxi collectif	Transport	COMMERCIAUX	P00193
2	202802	1200 000	1	12.00	2.000000	200 000,00	48 000,00	200 000,00	feminin	30	Epicerie	Commerce	COMMERCIAUX	P00193
2	200646	28 000 000	6	24.00	1750000	9 988 334,20	0,00	0,00	masculin	44	Autres transports	Transport	COMMERCIAUX	P00193
2	202845	20 000 000	1	18.00	1650000	2 222 220,80	0,00	0,00	masculin	48	Transport de marchandises	Transport	CAH	P00117
2	201117	13 000 000	4	18.00	1650000	2 166 667,00	0,00	0,00	masculin	46	Epicerie	Commerce	CAH	P00116
2	201560	30 000 000	4	24.00	1750000	11 250 000,00	0,00	0,00	masculin	51	Taxi collectif	Transport	COMMERCIAUX	P00193
2	202859	500 000	1	12.00	2.000000	458 333,40	109 666,60	458 333,40	feminin	42	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00117
2	202867	600 000	1	12.00	2.000000	100 000,00	24 000,00	100 000,00	feminin	32	Confection	Artisanat	PRODUCTIFS	P00193
2	201979	10 000 000	5	18.00	2.000000	2 222 22160	0,00	0,00	feminin	38	Grossiste	Commerce	COMMERCIAUX	P00116
2	202906	25 000 000	1	24.00	1750000	10 416 667,60	0,00	0,00	feminin	32	Collecte	Commerce	COMMERCIAUX	P00193
2	202578	6 000 000	2	18.00	2.000000	1333 332,40	0,00	0,00	masculin	49	Transport de marchandises	Transport	COMMERCIAUX	P00193
2	202851	1500 000	1	12.00	2.000000	125 000,00	30 000,00	0,00	feminin	54	Confection	Artisanat	PRODUCTIFS	P00117
2	202603	24 000 000	2	24.00	1750000	11 000 000,00	0,00	0,00	masculin	39	Taxi collectif	Transport	COMMERCIAUX	P00193
2	200355	13 000 000	4	18.00	2.000000	5 777 778,00	777 282,00	0,00	masculin	41	Taxi collectif	Transport	COMMERCIAUX	P00193
2	202936	6 000 000	1	18.00	2.000000	1666 665,80	0,00	0,00	feminin	59	Epicerie	Commerce	COMMERCIAUX	P00164
2	202947	400 000	1	12.00	2.000000	123 950,00	24 000,00	123 950,00	feminin	43	Confection	Artisanat	PRODUCTIFS	P00164
2	201898	10 000 000	4	18.00	2.000000	1875 000,00	0,00	0,00	feminin	41	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P00116
2	201565	25 000 000	5	18.00	1750000	6 944 445,60	0,00	0,00	feminin	37	Taxi brousse	Transport	COMMERCIAUX	P00193
2	202952	26 000 000	1	25.00	1750000	12 999 999,20	0,00	0,00	masculin	49	Taxi brousse	Transport	COMMERCIAUX	P00193
2	202969	20 000 000	1	24.00	1750000	17 037 066,60	2 800 000,00	17 037 066,60	feminin	25	Menuiserie	Artisanat	PRODUCTIFS	P00193
2	200588	67 000 000	7	24.00	1750000	33 500 000,80	0,00	0,00	feminin	36	Prêt-à-porter	Commerce	COMMERCIAUX	P00117
2	200277	5 600 000	4	12.00	2.000000	1866 665,60	0,00	0,00	feminin	43	Autres services	Service	COMMERCIAUX	P00193
2	202989	600 000	1	12.00	2.000000	475 000,00	108 000,00	475 000,00	masculin	36	Poulet de chair	Elevage	PRODUCTIFS	P00164
2	201420	20 000 000	2	24.00	1750000	9 999 999,20	0,00	0,00	feminin	53	Menuiserie	Artisanat	PRODUCTIFS	P00193
2	20983	60 000 000	4	24.00	1750000	30 000 000,00	0,00	0,00	masculin	45	Location	Transport	COMMERCIAUX	P00193

Extrait agence 03 : 245 clients

Agence	Code client	Montant prêt	Cycle	Durée	Taux	... Total capital Total intérêt Total Provision ...	Genre	Age	Activité	Secteur d'activité	Classification	Matricule
3	300766	30 000 000	7	8.00	2.000000	5 229 334,00	1800 000,00	5 229 334,00	masculin	42	Autres services	Service	COMMERCIAUX	P0024
3	300138	4 300 000	3	12.00	2.000000	3 164 999,80	688 000,00	3 164 999,80	feminin	45	Epicerie	Commerce	COMMERCIAUX	P0055
3	300682	2 000 000	1	8.00	2.000000	1 020 000,00	160 000,00	1 020 000,00	feminin	45	Prêt-à-porter	Commerce	COMMERCIAUX	P0024
3	300783	60 000 000	8	8.00	2.000000	51 638 000,00	17 280 000,00	51 638 000,00	masculin	52	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P0055
3	300049	1 000 000	1	10.00	2.000000	500 000,00	100 000,00	500 000,00	masculin	30	Poissonnerie	Commerce	COMMERCIAUX	P0084
3	301838	1 200 000	1	10.00	2.000000	840 000,00	162 000,00	840 000,00	feminin	35	Confection	Artisanat	PRODUCTIFS	P0024
3	300602	28 000 000	5	12.00	2.000000	9 333 332,80	1971333,60	9 333 332,80	feminin	29	Prêt-à-porter	Commerce	COMMERCIAUX	P0024
3	301917	24 000 000	1	12.00	2.000000	8 062 000,00	1920 000,00	8 062 000,00	masculin	48	Transport de marchandises	Transport	COMMERCIAUX	P0084
3	300110	75 000 000	4	8.00	2.000000	28 285 333,60	9 000 000,00	28 285 333,60	feminin	38	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P0084
3	301694	10 000 000	1	12.00	2.000000	10 000 000,00	2 400 000,00	10 000 000,00	feminin	33	Autres services	Service	COMMERCIAUX	P0055
3	300372	20 000 000	4	24.00	17500000	4 166 665,40	0,00	0,00	feminin	50	Location	Transport	COMMERCIAUX	P0005
3	302104	40 000 000	1	24.00	17500000	8 333 334,60	0,00	0,00	feminin	62	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P0005
3	300125	35 000 000	5	24.00	17500000	8 749 998,80	0,00	0,00	feminin	58	Prêt-à-porter	Commerce	COMMERCIAUX	P0084
3	300924	12 000 000	4	8.00	2.000000	666 667,80	0,00	0,00	feminin	45	Autres services	Service	COMMERCIAUX	P0084
3	302153	20 000 000	1	24.00	16500000	5 833 332,20	0,00	0,00	masculin	44	Autres services	Service	CAH	P0084
3	300472	40 000 000	4	24.00	17500000	29 023 900,00	6 300 000,00	29 023 900,00	masculin	39	Transport de marchandises	Transport	COMMERCIAUX	P0084
3	302143	10 000 000	1	8.00	2.000000	1 111 110,40	0,00	0,00	feminin	57	Prêt-à-porter	Commerce	COMMERCIAUX	P0084
3	302058	2 400 000	1	8.00	16500000	399 999,00	0,00	0,00	feminin	35	Gargote	Hotellerie	CAH	P0084
3	302196	5 000 000	1	8.00	2.000000	833 333,00	0,00	0,00	feminin	33	Taxi brousse	Transport	COMMERCIAUX	P0084
3	301022	27 000 000	6	24.00	17500000	10 125 000,00	0,00	0,00	masculin	45	Transport de marchandises	Transport	COMMERCIAUX	P0084
3	300565	25 000 000	3	24.00	17500000	9 375 001,00	0,00	0,00	feminin	46	Prêt-à-porter	Commerce	COMMERCIAUX	P0084
3	302199	5 000 000	1	8.00	2.000000	1 111 110,80	0,00	0,00	masculin	57	Taxi collectif	Transport	COMMERCIAUX	P0024
3	302186	5 600 000	1	8.00	15000000	1 244 443,20	0,00	0,00	masculin	51	Crédit à la consommation	Crédit à la consommation	KAR	P0084
3	300722	20 000 000	3	24.00	17500000	8 333 332,40	0,00	0,00	feminin	38	Coiffure	Artisanat	PRODUCTIFS	P0084
3	301172	4 300 000	4	8.00	16500000	955 568,00	0,00	0,00	feminin	43	Gargote	Hotellerie	CAH	P0084
3	302236	5 000 000	1	8.00	2.000000	1 111 110,80	0,00	0,00	masculin	43	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P0024
3	302251	7 000 000	1	8.00	2.000000	1 944 456,00	0,00	0,00	feminin	64	Autres services	Service	COMMERCIAUX	P0005
3	302278	14 000 000	1	8.00	2.000000	3 888 888,60	0,00	0,00	masculin	53	Epicerie	Commerce	COMMERCIAUX	P0024
3	302270	25 000 000	1	24.00	17500000	12 500 000,80	0,00	0,00	feminin	53	Taxi brousse	Transport	COMMERCIAUX	P0024
3	302298	4 000 000	1	8.00	16500000	1 333 333,60	0,00	0,00	feminin	61	Autres services	Service	CAH	P0024
3	301875	54 000 000	4	24.00	16500000	27 000 000,00	0,00	0,00	masculin	33	Poissonnerie	Commerce	CAH	P0084
3	302307	6 000 000	1	8.00	16500000	2 333 332,60	89 567,40	0,00	masculin	38	Autres services	Service	CAH	P0084
3	302315	4 500 000	1	8.00	15000000	1 500 000,00	0,00	0,00	feminin	39	Crédit à la consommation	Crédit à la consommation	KAR	P0084
3	300045	6 000 000	3	2.00	2.000000	500 000,00	0,00	0,00	masculin	39	Autres services	Service	COMMERCIAUX	P0084
3	302168	19 500 000	2	8.00	2.000000	7 583 332,60	0,00	0,00	masculin	25	Autres services	Service	COMMERCIAUX	P0084
3	302261	1 600 000	1	12.00	16500000	133 332,60	0,00	0,00	feminin	31	Autres services	Service	CAH	P0084
3	301910	5 000 000	3	8.00	16500000	1 944 444,20	0,00	0,00	masculin	38	Autres services	Service	CAH	P0024
3	300418	40 000 000	7	8.00	17500000	15 555 555,80	0,00	0,00	feminin	37	Prêt-à-porter	Commerce	COMMERCIAUX	P00084
3	300419	40 000 000	8	24.00	17500000	21 666 667,40	0,00	0,00	feminin	43	Prêt-à-porter	Commerce	COMMERCIAUX	P00084
3	302333	1 100 000	1	2.00	2.000000	183 334,00	0,00	0,00	feminin	36	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P0024
3	300922	70 000 000	5	24.00	17500000	40 833 334,00	0,00	0,00	feminin	41	Taxi brousse	Transport	COMMERCIAUX	P0084
3	302344	650 000	1	12.00	16500000	108 334,00	0,00	0,00	masculin	51	Autres Arts	Artisanat	CAH	P0055
3	302345	950 000	1	12.00	2.000000	158 334,00	0,00	0,00	feminin	33	Epicerie	Commerce	COMMERCIAUX	P00084
3	302114	35 000 000	2	8.00	17500000	15 555 556,00	0,00	0,00	masculin	28	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P0024
3	302342	1 200 000	1	8.00	15000000	533 334,00	0,00	0,00	feminin	59	Crédit à la consommation	Crédit à la consommation	KAR	P00084
3	302363	980 000	1	12.00	2.000000	163 334,00	0,00	0,00	masculin	30	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P0024
3	302113	2 500 000	2	12.00	2.000000	416 666,00	0,00	0,00	feminin	64	Autres commerces	Commerce	COMMERCIAUX	P0055
3	302348	500 000	1	12.00	2.000000	125 000,60	0,00	0,00	feminin	40	Confection	Artisanat	PRODUCTIFS	P0055
3	302339	900 000	1	10.00	2.000000	90 000,00	0,00	0,00	feminin	22	Epicerie	Commerce	COMMERCIAUX	P0055
3	301001	1 000 000	6	10.00	16500000	85 000,00	0,00	0,00	masculin	55	Taxi	Transport	CAH	P0084
3	302370	500 000	1	12.00	2.000000	125 000,60	0,00	0,00	masculin	31	Gavage	Elevage	PRODUCTIFS	P0055

Annexe VI : Circuits de traitement des informations sur les performances sociales

- **Au niveau des Agences**

Chaque fin de semaine, toutes les agences saisissent sur un fichier Excel nommé « FORMULAIRE VULNERABILITE » (cf Annexe) les informations des clients nouvellement décaissés à partir de la Fiche d’Ouverture de Dossier (F.O.D), et envoient au Service Informatique le fichier ainsi rempli.

Ce fichier contient deux feuilles dont :

- 1) FORMULAIRE 1

Cette feuille contient les informations sur le crédit (date, code client, numéro dossier, intitulé) et **les critères d'évaluations** du client (diplôme, habitation, ressources, patrimoines, chiffre d'affaires ...).

L’ensemble des informations sur ce FORMULAIRE 1 constitue les **catégories** du client après combinaison des critères.

Chaque critère est classé comme suit :

Diplôme
1 - BACC et plus
2 - Diplôme + Formation
3 - Diplôme BEPC au niveau Terminale
4 - CEPE au niveau 3ème
5 - Sans diplôme

Habitation
1 - Confort
2 - Minimum de confort
3 - Sans confort

Ressources
1 - Au moins 3 revenus
2 - Au moins une seule ressource
3 - Une seule ressource

Véhicule
1 - Au moins 1 véhicule
2 - Pas de véhicule

Enfants scolarisés
1 - Aux écoles privées renommées
2 - Aux écoles privées
3 - Aux écoles publiques

Habillement
1 - Bien habillé, parfois chic
2 - Bien Habillé
3 - Propre
4 - Mal soigné

Accessibilité aux Institutions Financières
1 - Existence au moins 1 compte bancaire, 1 compte épargne
2 - Existence d'1 compte bancaire
3 - Pas de compte bancaire
4 - Pas de compte bancaire, ni épargne

Patrimoine
1 - Propriétaire bâtisseur / héritage
2 - Propriétaire par héritage, locataire
3 - Propriétaire et locataire
4 - Locataire

Capacité managériale
1 - Leadership
2 - Innovante
3 - Pas très évolutive, personne autoritaire
4 - Pas très évolutive
5 - Evolution limitée

Activités
1 - Import, Commerce en gros et transport
2 - Services, commerce et collecte
3 - Commerce

Chiffre d'affaires (par jour en Ariary)
1 - 400 000 et plus
2 - 200 000 et plus
3 - plus de 100 000
4 - Moins de 100 000
5 - Moins de 60 000

Activités déterminante
1 - Commerce
2 - Petit commerce

Emplois consolidés
1 - Plusieurs employés
2 - Moins de 4 personnes
3 - Pas plus de 2 personnes
4 - Promoteur et/ou conjoint.(e)

Vie sociale
1 - Membre actif à 1 association
2 - Conservateur

Les catégories de client sont codées comme suit :

Catégories	
Code	Libellé
P0571	Bâtisseur
P0572	Bâtisseur sécuritaire
P0573	Vulnérabilité combatif
P0574	Vulnérabilité caché
P0575	Vulnérable

2) FORMULAIRE 2

Cette feuille contient :

- Le code de catégorie du client
- Le patrimoine
- Le chiffre d'affaire par jour du client
- Le nombre d'emplois créés

Le code de catégorie est obtenu automatiquement après saisie de toutes les informations dans le FORMULAIRE 1.

Le patrimoine, le chiffre d'affaires et le nombre d'emplois créés sont à saisir à partir du F.O.D.

• Au niveau du Service Informatique

Les informaticiens reçoivent par mail le fichier Excel de toutes les Agences et vérifient les cohérences des données saisies.

Après la vérification des informations, le traitement se fait comme suit :

- Création d'une requête de mise à jour SQL (SCRIPT) à chaque ligne dans le fichier Excel: « *UPDATE dossier SET catégorie='code catégorie saisi', patrimoine='patrimoine saisi', chiffre d'affaire='CA saisi', emploi crée='emploi crée saisi'* WHERE code dossier='code dossier saisi' ».
- Exécution du script dans la base de données ORCHID.
- Lancement du programme « Vulnérabilité sociale » à la date d'arrêté pour pouvoir sortir les états sur les performances sociales.

• Logiciel de traitement « Vulnérabilité sociale »

Ce logiciel est conçu en langage PHP et gestion de base de données MYSQL.

Le traitement consiste à comparer le niveau de vie du client selon ses deux (02) derniers crédits.

Les chiffres et les montants sont calculés en moyenne.

Les formules pour les variations entre les deux crédits pour le patrimoine, chiffre d'affaires et nombre emplois créés sont :

$$\text{Variation patrimoine} = (\text{Patrimoine 2} - \text{Patrimoine 1}) / \text{Patrimoine 1}$$

$$\text{Variation CA} = (\text{CA 2} - \text{CA 1}) / \text{CA 1}$$

$$\text{Variation Nb emploi} = (\text{NB emploi 2} - \text{NB emploi 1}) / \text{NB emploi 1}$$

Annexe VII : Données du graphe 3

Clients	CA	X	Y	Z	Montant crédit débloqué
A1	240 000	1,00	-	1,00	-
A2	1 546 667	6,44	6,00	1,17	6 000 000
A3	31 020 467	129,25	10,00	1,29	10 000 000
B1	333 333	1,00	-	1,00	-
B2	450 000	1,35	35,00	2,00	35 000 000
C1	55 000	1,00	-	1,00	-
C2	75 000	1,36	1,00	1,03	1 000 000
D1	30 000	1,00	-	1,00	
D2	40 000	1,33	0,99	1,03	990 000
E1	113 333	1,00	-	1,00	-
E2	210 000	1,85	1,00	1,03	1 000 000
E3	220 100	1,94	2,00	1,06	2 000 000
E4	250 000	2,21	2,00	1,06	2 000 000
F1	45 000	1,00	-	1,00	-
F2	100 000	2,22	1,50	1,04	1 500 000
G1	90 000	1,00	-	1,00	-
G2	110 000	1,22	5,00	1,14	5 000 000
G3	246 666	2,74	4,00	1,11	4 000 000
G4	326 667	3,63	3,00	1,09	3 000 000
H1	35 000	1,00	-	1,00	-
H2	45 600	1,30	0,60	1,02	600 000
H3	98 333	2,81	0,80	1,02	800 000
I1	123 333	1,00	-	1,00	-
I2	179 333	1,45	5,00	1,14	5 000 000
I3	179 333	1,45	4,60	1,13	4 600 000
J1	78 000	1,00	-	1,00	-
J2	78 000	1,00	2,00	1,06	2 000 000
K1	116 667	1,00	-	1,00	-
K2	154 000	1,32	4,00	1,11	4 000 000
L1	200 000	1,00	-	1,00	-
L2	225 000	1,13	2,00	1,06	2 000 000
M1	257 000	1,00	-	1,00	-
M2	257 000	1,00	3,00	1,09	3 000 000

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS	VII
LISTE DES TABLEAUX	X
LISTE DES FIGURES	XI
LISTE DES GRAPHIQUES.....	XII
LISTE DES ABREVIATIONS	XIII
GLOSSAIRE	XVI
INTRODUCTION.....	1
1. MATERIELS ET METHODES	5
1.1. MATÉRIELS :	5
1.1.1 Choix du thème.....	5
1.1.2 Choix de l'entreprise financière SIPEM.....	6
1.1.2.1 La viabilité sociale : l'approche de la SIDI.....	6
1.1.2.2 La performance sociale.....	6
1.2. MÉTHODES.....	7
1.2.1. DÉMARCHE COMMUNE AUX HYPOTHÈSES	7
1.2.1.1. RECHERCHE DOCUMENTAIRE	7
1.2.1.2. ENTRETIEN AVEC DES PERSONNES RESSOURCES.....	7
1.2.1.3. CONFRONTATION DES HYPOTHÈSES ÉMISES.....	7
1.2.1.4. LA COLLECTE DES DONNÉES DANS LA FICHE D'OUVERTURE DE DOSSIER.....	8
1.2.1.5. LA SAISIE DES DONNÉES	9
1.2.1.6. LE TRAITEMENT DES DONNÉES	9
a. Le logiciel de l'institution: Orchid Microfinance 3.0	9
b. Conception des tableaux de résultats	10
1.2.2. DÉMARCHE DE VÉRIFICATION DE LA PREMIÈRE HYPOTHÈSE : « LES INDICATEURS D'IMPACT DES ACTIVITÉS DE LA SIPEM SERVENT D'OUTILS DE DÉTERMINATION DE L'AUGMENTATION DE RICHESSE DE SA CLIENTÈLE. »	12
1.2.2.1. LES ACTIONS DE LA SIPEM EN MATIÈRE DE SERVICES DE CRÉDITS :	12
a. Les différents types de crédits offerts	12
b. L'évolution des besoins de crédit des clients de la SIPEM	12
1.2.2.2. LES 3 INDICATEURS D'IMPACT DÉTERMINÉS PAR LA SIPEM POUR APPRÉCIER L'EFFICACITÉ DE SES OFFRES DE CRÉDITS	13
1.2.3. DÉMARCHE DE VÉRIFICATION DE LA DEUXIÈME HYPOTHÈSE : « LES ACTIVITÉS DE LA SIPEM CONCERNENT TOUS LES SECTEURS D'ACTIVITÉS ET LES CATÉGORIES DE POPULATION »	14

1.2.3.1.	LES DIFFÉRENTS SECTEURS FINANÇÉS PAR LA SIPEM ET LEUR RÉPARTITION	14
1.2.3.2.	LES CATÉGORIES DE CLIENTS TOUCHÉS SELON LA CLASSIFICATION SIPEM.....	15
1.2.3.3.	LES CATÉGORIES TOUCHÉES SELON LA TAILLE DE CRÉDIT.....	15
1.2.4.	DÉMARCHE DE VÉRIFICATION DE LA TROISIÈME HYPOTHÈSE : « L'ÉVOLUTION DU NIVEAU DE VIE EST POSITIVE POUR LES BÉNÉFICIAIRES DU SECTEUR DE L'ÉLEVAGE »	16
1.2.4.1.	ECHANTILLONNAGE	16
1.2.4.2.	LES TYPES D'ACTIVITÉS DE L'ÉLEVAGE FINANÇÉS PAR LA SIPEM.....	16
1.2.4.3.	EVOLUTION DES CLIENTS PAR TAUX DE CROISSANCE DU CA EN FONCTION DU VOLUME DE CRÉDIT OFFERT.....	18
1.3.	LIMITES DE LA MÉTHODOLOGIE	19
2.	RESULTATS.....	21
2.1	LES 3 INDICATEURS D'IMPACT DÉTERMINÉS	21
2.1.1	<i>Les actions de la SIPEM en matière de services de crédits</i>	21
2.1.2	<i>Les différents types de crédits offerts.....</i>	21
2.1.3	<i>Evolution des besoins de crédits de sa clientèle :</i>	21
2.1.4	<i>Les 3 indicateurs d'impact déterminés par la SIPEM.....</i>	22
2.2	LES SECTEURS D'ACTIVITÉS ET LES CATÉGORIES DE POPULATION TOUCHÉES	24
2.2.1	<i>Les différents secteurs financés par la SIPEM et leur répartition</i>	24
2.2.2	<i>Les catégories de clients touchés selon la classification de la SIPEM.....</i>	26
2.2.3	<i>Les catégories touchées selon la taille de crédit.....</i>	28
2.3	EVOLUTION DU NIVEAU DE VIE DES BÉNÉFICIAIRES DANS LE SECTEUR DE L'ÉLEVAGE.....	29
2.3.1	<i>Les types d'activités de l'élevage financés par la SIPEM</i>	29
2.3.2	<i>Evolution des clients par taux de croissance du CA en fonction du volume de crédit offert</i>	30
3.	DISCUSSION ET RECOMMANDATIONS	32
3.1	DISCUSSION.....	32
3.1.1	<i>Les indicateurs déterminés.....</i>	32
3.1.1.1	Financement des besoins en fonds de roulement et des investissements :.....	32
3.1.1.2	Les indicateurs d'impact socio-économiques choisis	33
3.1.1.3	L'évolution du patrimoine	33
3.1.1.4	Le CA journalier	34
3.1.1.5	La création d'emplois.....	34
3.1.2	<i>La catégorisation des clients de la SIPEM</i>	35
3.1.2.1	Par secteurs d'activités concernés :.....	35
3.1.2.2	Par degré de vulnérabilité :	35
3.1.2.3	Lien entre crédits SIPEM et baisse de vulnérabilité :	36
3.1.3	<i>Evolution du niveau de vie des bénéficiaires dans le secteur de l'élevage</i>	37
3.1.4	<i>Conclusion partielle</i>	37
3.2	RECOMMANDATIONS :.....	38
3.2.1	<i>Poursuivre les réflexions sur la question de l'impact :.....</i>	38

3.2.2	<i>Affiner les indicateurs actuels :</i>	38
3.2.3	<i>Valoriser les résultats pour renforcer la communication et le marketing :.....</i>	39
3.2.4	<i>Renforcer la complémentarité avec les autres IMFs</i>	39
3.2.5	<i>Renforcer les acquis par l'élargissement du réseau SIPEM :</i>	39
CONCLUSION.....		40
BIBLIOGRAPHIE		42
ANNEXES.....		I
TABLE DES MATIERES		XXIV