

# BlueOrchard

## Raising our SPIRIT

Perfectionnement permanent de notre outil  
de mesure de la performance sociale (SPIRIT)

Rapport de la Performance Sociale 2014



**BlueOrchard**  
Microfinance Investment Managers

## RAISING OUR SPIRIT

Chère lectrice, cher lecteur,

Le Rapport de la Performance Sociale de l'année dernière a livré une vue d'ensemble des objectifs de la performance sociale de BlueOrchard – les buts et aspirations centraux à notre mission de créer une finance durable et inclusive pour les travailleurs pauvres de ce monde.

Au centre de ces objectifs figurait le renforcement des outils dont BlueOrchard fait usage pour mesurer la performance sociale des institutions que nous finançons. En conséquence, durant l'année 2014, des efforts considérables ont été fournis pour mettre à jour nos principaux outils de mesure, restant ainsi à la page avec le dynamisme du secteur de la microfinance.

Il y a cinq ans, nous développons la première version de l'outil interne à BlueOrchard intitulé « Social Performance Impact Reporting and Intelligence Tool », ou simplement « SPIRIT ». Appliqué systématiquement à chacune des institutions de microfinance (IMF) financées par les fonds gérés par BlueOrchard, SPIRIT fournit de précieuses informations sur la façon dont travaillent les IMFs pour réaliser leur mission, comment elles se comparent à leurs pairs et dans quel domaine leur performance peut être améliorée.

Le secteur de la microfinance est marqué par une croissance et une innovation fortes, d'où l'importance critique du perfectionnement permanent de SPIRIT.

Récemment, de nombreux professionnels de la microfinance ont collaboré pour développer des initiatives à l'échelle du secteur visant à rendre l'évaluation de la performance sociale plus efficace et systématique. Ces dernières nouveautés ont été incorporées avec succès dans deux aspects de SPIRIT. En effet, nous avons un double objectif. D'une part, l'amélioration de la qualité de mesure dans un marché en évolution tout en garantissant l'efficacité des IMFs, leur permettant ainsi de se concentrer sur l'élaboration et l'exécution des meilleurs produits et services à leurs clients et de réduire le temps requis pour le reporting administratif, qui peut s'avérer redondant.

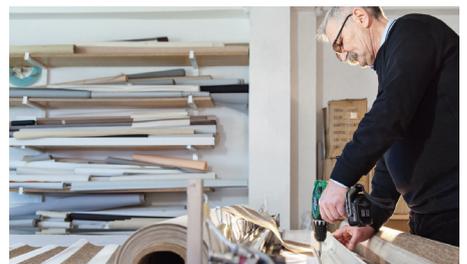
Dans les pages suivantes, nous vous offrons une vision d'ensemble des changements apportés ainsi que leurs raisons respectives. Nous soulignons également les activités de certaines IMFs qui démontrent un engagement et une performance particulièrement intéressants dans les divers domaines évalués par SPIRIT.

De plus, nous avons eu le plaisir d'inviter, cette année encore, les décideurs clés et investisseurs afin qu'ils puissent voir de près le travail sur le terrain de nos employés et des IMFs. Pour conclure, nous vous ferons part des impressions de quelques participants présents.

Nous vous remercions pour votre soutien continu dans ce domaine gratifiant et espérons que vous prendrez plaisir à lire le Rapport de la Performance Sociale de cette année.



**Peter Fanconi**  
Directeur Général  
Membre du Conseil  
d'Administration



## La nouvelle version de SPIRIT

La mesure de la performance sociale constitue **une partie fondamentale du processus d'investissement** de BlueOrchard, se trouvant au même rang que notre mesure de performance financière. Ceci a pour but d'assurer la prise de décisions d'investissement solides **en vue d'aider les micro-entrepreneurs et PME à prospérer** grâce à l'accès à un système financier équitable et inclusif.

C'est avec plaisir que nous annonçons que le « Social Performance Impact Reporting and Intelligence Tool » (SPIRIT) de BlueOrchard a évolué cette année vers la version 5.0 afin de maintenir la rigueur de ce processus d'évaluation. Notre mise à jour se concentre **sur l'incorporation des derniers développements du marché**, particulièrement la mise en valeur de l'efficacité de l'outil à travers un alignement plus fort avec d'autres outils – autant à l'interne qu'à l'externe. Les changements principaux se rapportent aux domaines suivants :



**Lisa Sherk**  
*Directrice de la Gestion de la Performance Sociale*

### Développements dans l'industrie

Depuis la dernière mise à jour de SPIRIT en 2011, des développements importants dans le secteur de la microfinance ont eu lieu. La **Smart Campaign Certification** – l'attestation externe d'un tiers confirmant que l'IMF suit les sept Principes de Protection des Clients dans ses opérations journalières – a été lancée en 2013. Les « **green loans** » - des produits de crédits spécifiques pour les clients de microfinance en vue du financement de l'achat de produits écologiques – deviennent de plus en plus courants. Des **bureaux de crédit** se répandent à travers le monde, notamment dans les marchés importants de microfinance du Cambodge et de l'Inde, par exemple. Ceux-ci permettent aux IMF de recevoir systématiquement des informations détaillées au sujet des clients et d'éviter leur surendettement. Bien que certains de ces éléments figuraient déjà dans la dernière version de SPIRIT, nous les avons incorporés de façon plus explicite ou avec une pondération accrue dans cette mise à jour.

### Catégories

Les titres de catégories de SPIRIT ont été uniformisés avec les six domaines traités par les **Normes Universelles de la Gestion de la Performance Sociale (NUGPS)**, lancées en 2012. Nous y avons également ajouté un septième, à savoir la « Promotion de la Protection Environnementale ». En uniformisant les catégories principales de SPIRIT avec celle des NUGPS, nous visons à renforcer les efforts du secteur visant une standardisation de la gestion de la performance sociale, tout comme des catégories standardisées sont utilisées dans l'analyse financière.

Néanmoins, il est important de souligner que la façon dont nous notons les données, le choix des éléments que nous estimons être les plus fondamentaux et notre interprétation des informations restent propres à notre analyse interne, assurant ainsi la **rigueur de l'évaluation spécifique à BlueOrchard**.

Ici, un but principal est de rendre le **reporting plus simplifié pour les IMF**, qui investissent trop souvent des ressources excessives pour fournir la même information sous différents formats aux différents investisseurs.

### Alignement avec les outils financiers de BlueOrchard

Certains domaines de l'évaluation de la performance sociale recoupent d'autres de l'évaluation de la performance financière. Le plus marquant ici est le problème du surendettement : dans le cas d'un emprunt trop important, le client risque de faire défaut et l'IMF peut donc subir des pertes financières. D'un point de vue social, le client peut également en souffrir profondément. L'analyse adéquate de la capacité de remboursement d'un client est donc le moyen de première intervention contre le surendettement, nous avons donc créé un **lien explicite entre notre évaluation de la qualité du processus de déboursement d'une IMF** (mesuré par BOSCO, BlueOrchard's Credit Scoring System) et la section de SPIRIT dédiée à la « Responsabilité envers les Clients ».

Dans les pages qui suivent, l'outil SPIRIT sera présenté et décrit ainsi que des informations plus détaillées pour chaque catégorie avec des exemples pratiques de réussite particulière de certaines IMF.



BlueOrchard est fier d'être un membre actif/signataire des initiatives suivantes :



Keeping clients first  
in microfinance



## 1. DÉFINIR ET SUIVRE LES OBJECTIFS SOCIAUX

La performance sociale est définie en tant que la « mise en pratique efficace de la mission d'une institution selon les valeurs sociales approuvées ». Le point de départ de notre analyse est donc la considération de l'énoncé de mission de chacune des IMF et les efforts mis en place pour la réaliser. Dans cette section de SPIRIT v5.0 nous considérons les éléments suivants :

- La définition de la mission identifie-t-elle clairement son **marché cible**, comment vise-t-elle à le servir et quel est l'impact social souhaité ?
- La planification des activités inclue-t-elle **des objectifs sociaux spécifiques et mesurables** ?
- Quelle est la **portée** actuelle de l'IMF et correspond-t-elle à l'énoncé de mission ?
- Existe-t-il un **suivi effectif du progrès des clients** de la part de l'IMF ?
- Une tierce partie a-t-elle validé la gestion de la performance sociale de l'IMF – à l'aide d'un **rating ou audit social** ou une autre évaluation externe ?

Imon International, à qui les fonds gérés par BlueOrchard prêtent de l'argent depuis 2007, est une IMF au Tadjikistan. Elle a clairement défini ses objectifs sociaux, les suit et évalue leurs progrès de près. Fournissant des prêts à des clients ruraux principalement, ainsi que des formations et d'autres services non-financiers, Imon compte actuellement plus de 82'000 clients. Depuis l'obtention de sa licence de dépôt en 2013, Imon propose également un service d'épargne. En août 2014, l'IMF a reçu la notation A+ de la part de l'agence de notation Microfinanza Rating.

L'énoncé de mission d'Imon est le suivant :

**« De promouvoir le développement économique durable et d'améliorer la qualité de vie au Tadjikistan en assurant un accès fiable à des services financiers aux membres de la population économiquement actifs. »**



L'IMF mesure sa performance selon ses objectifs spécifiques sociaux, notamment :

- Attirer les femmes et les jeunes vers l'entrepreneuriat
- Accroître le niveau d'éducation financière
- Créer de nouveaux emplois en développant les entreprises existantes et en fondant de nouvelles
- Améliorer les conditions de vie
- Renforcer l'accès à l'éducation parmi les jeunes
- Sensibiliser les agriculteurs et les entrepreneurs agricoles

Indicateurs sociaux	Cumul annuel au mois de juin 2014	% de l'objectif
Participants aux formations de développement des entreprises	689	101.1%
Prêts déboursés aux start-ups	466	122.9%
Participants aux formations financières	569	227.6%
Prêts déboursés à l'éducation	133	88.7%
Consultations agricoles fournies	617	116.0%
Assistance technique en constructions	2,691	107.6%
Nouveaux emplois créés	3,356	134.2%
Croissance des clientes femmes	2,609	109.8%
Croissance des clients jeunes	5,707	121.5%
Croissance des petits prêts	3,456	110.7%
Croissance des prêts déboursés en zones rurales	9,652	121.9%



## 2. S'ASSURER DE L'ENGAGEMENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION, DE LA DIRECTION, ET DU PERSONNEL EN FAVEUR DES OBJECTIFS SOCIAUX

L'articulation des objectifs sociaux ne constitue qu'une première étape de la gestion de la performance sociale. Il est crucial de garantir l'engagement de chacun à tous les niveaux de l'organisation et leur travail actif en vue de la réalisation de ses objectifs. Dans cette partie de SPIRIT, nous considérons les mesures de l'IMF visant à assurer que le conseil d'administration, la direction et le personnel soient en mesure de mettre en pratique la mission de façon efficace. Les questions suivantes contribuent à cette évaluation : Existe-t-il un comité au niveau de la direction ou du conseil d'administration dédié à la gestion de la performance sociale ? La direction générale adresse-t-elle les sujets de performance sociale spécifiquement et de manière systématique ? Est-ce que les outils de motivation du personnel mettent l'accent sur la qualité au même titre que la croissance ?



**Banco FIE en Bolivie** était l'une des premières IMFs financées par un fond géré par BlueOrchard. Au fil des années, elle a démontré un engagement fort pour la performance sociale depuis son lancement en 1985 sous la forme d'une ONG, un engagement qui s'est poursuivi après sa transformation en banque pleinement agréée en 2010. Banco FIE compte presque 250'000 emprunteurs et plus de 800'000 épargnants à travers ses différentes branches. La structure de la banque est conçue de façon à considérer les sujets relatifs à la performance sociale à tous les niveaux de l'organisation et à assurer l'alignement entre le personnel, la direction et le conseil d'administration et la mission de l'organisation.

### Conseil d'administration

Le vice-président du conseil d'administration est chargé de la gestion et du suivi des efforts de « Responsabilité Sociale de l'Entreprise » (CSR) de la banque. Il organise des rencontres semi-annuelles avec le comité de gestion de CSR de la banque se trouvant au niveau de la direction générale, et présente les progrès relatifs au CSR au conseil d'administration et au comité d'audit.



### Direction

La banque a un comité de direction spécifique pour la CSR, chargé de l'implémentation des objectifs sociaux approuvés par le conseil d'administration.

Actuellement, Banco Fie poursuit les projets suivants :

- Mise à jour de la notation sociale de la banque tous les deux ans
- Obtention de la Certification Smart d'ici 2015
- Évaluation du niveau de pauvreté des clients à l'aide du Progress out of Poverty Index (PPI)
- Conformité avec les indices sociaux du Global Reporting Initiative (GRI)
- Soutien de projets sociaux en Bolivie au niveau régional et national

### Personnel

Le parcours d'intégration pour tous les nouveaux employés inclut une formation relative à la mission et aux objectifs sociaux de l'entreprise. Tous les employés acceptent et signent un Code d'éthique détaillé. De plus, le département des ressources humaines organise de nombreux groupes de discussion pour évaluer la conformité avec la mission.

*Crédit photos : BancoFie*



### 3. CONCEVOIR DES PRODUITS, SERVICES, MODÈLES DE PRESTATIONS ET CANAUX DE DISTRIBUTION QUI RÉPONDENT AUX BESOINS ET PRÉFÉRENCES DES CLIENTS

La nouvelle version de SPIRIT attribue une pondération parmi les plus importantes à ce domaine – il constitue en effet la substance même qu’offre une microfinance axée sur la clientèle : des services et produits qui répondent aux besoins de la population à revenus faibles ayant traditionnellement été exclue des services bancaires ordinaires.

Ce que nous évaluons est donc l’étendue de la gamme des services offerte par l’IMF, aussi bien financiers que non-financiers et la façon dont ces services sont fournis. L’IMF offre-t-elle des produits de crédit différenciés pour répondre aux besoins

des clients, tout en maintenant un équilibre adéquat avec ses capacités ? Offre-t-elle également des services d’épargne, d’assurance, de paiement et/ou d’envoi de fonds ? Fournit-elle des services qui permettent une utilisation efficace des produits financiers à ses clients cibles, notamment une éducation financière, des services de développement d’entreprise ou encore des programmes de promotion de bien-être général et de santé, par exemple ? L’IMF s’enquière-t-elle activement de la satisfaction des clients et l’incorpore-t-elle systématiquement pour assurer que les produits répondent à leurs besoins ?

GAMME DE PRODUITS DE CRÉDIT	AUTRES PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS	SERVICES NON-FINANCIERS	INCORPORATION DU FEEDBACK DES CLIENTS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Micro</li> <li>- PME</li> <li>- Agricole</li> <li>- Leasing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Épargne</li> <li>- Assurance</li> <li>- Service de paiements</li> <li>- Envois de fonds</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Éducation financière</li> <li>- Développement des entreprises</li> <li>- Autres (programmes de santé, d’autonomisation des femmes, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Groupes de discussion</li> <li>- Enquêtes de satisfaction à la fin des prêts</li> </ul>

**Crezcamos** en Colombie, emprunteur depuis 2011 d’un fond géré par Blue-Orchard, est une IMF qui se distingue pour son engagement à fournir des produits adaptés aux groupes à revenus faibles dans les zones rurales du nord-est du pays. Crezcamos fournit actuellement des crédits à près de 700’000 clients, dont plus de 70% en zones rurales.



Répondant aux risques spécifiques auxquels font face les agriculteurs, Crezcamos pilote actuellement un produit innovateur d’assurance de récoltes pour ses clients de la branche de Rionegra. Avec son marché cible initial comptant 9’000 emprunteurs agricoles, l’IMF estime que plus de 250’000 producteurs agricoles de la région pourraient bénéficier d’une assurance récolte.

En parallèle à ce projet, l’IMF s’efforce quotidiennement à concevoir d’autres produits et services visant à répondre aux besoins spécifiques de ses clients:

- Les remarques et commentaires des clients sont systématiquement incorporés dans le développement des produits à l’aide de groupes de discussion, « déjeuner clients », post-déboursement (pour 50% des clients) ainsi que des sondages en fin de prêt.

*Crédit photo : Crezcamos*

- Avec son produit Crediagro, Crezcamos finance 66 types d’activités agricoles. Les amortissements sont adaptés aux flux de trésorerie du client.
- Tous les produits sont déboursés en monnaie locale afin que le client n’assume aucun risque de change.
- Des services de paiement sont proposés aux clients, notamment la recharge de téléphone portable, paiements de services publics et les transferts internationaux.
- Des polices d’assurances abordables sont également offertes et utilisées par plus de 85% des clients emprunteurs.
- Crezcamos offre des cours d’éducation financière afin d’aider ses clients à utiliser leurs crédits de façon efficace.



## 4. TRAITER LES CLIENTS DE MANIÈRE RESPONSABLE

Un taux impressionnant de 86% des IMF financées par BlueOrchard sont approbatives des Principes de Protection des Client de la Smart Campaign. Néanmoins, l'approbation n'est qu'un point de départ ; dans cette section de SPIRIT v5.0, nous examinons les efforts des IMF visant l'incorporation des principes fondamentaux dans leurs politiques et procédures. Nous avons mis un fort accent sur la rigueur des procédures de déboursement des IMF car celles-ci constituent un élément clé pour éviter le surendettement des clients.

Dans cette section, un score plus élevé est attribué aux IMF ayant reçu la certification du Smart Campaign ou encore des évaluations positives dans le domaine de la protection des clients sous forme d'un rating, d'un audit ou d'autres revues formelles de la part d'un tiers. Les certifications de la Smart Campaign ont débuté en 2013. Au mois de septembre 2014, 23 IMF à travers le monde avaient été certifiées avec succès dont 18 qui ont reçu un financement par des fonds gérés par BlueOrchard.



L'IMF sri lankaise LOLC Micro Credit Ltd. (LOMC), est l'une de ces IMF. Financée depuis 2013 par des fonds gérés par BlueOrchard, LOMC fournit des microcrédits individuels ou de groupes ainsi que des produits de leasing à près de 200'000 clients et est un financeur principal de matériel pour les agriculteurs de petite échelle au Sri Lanka.



Une synopsis du rapport de LOMC, ainsi que ceux de toutes les IMF certifiées, est accessible au public sur le site Internet de la Smart Campaign, soulignant l'importance de la transparence dans ce domaine. Ces rapports peuvent être trouvés en suivant le lien ci-dessous :

<http://www.smartcampaign.org/certification/certified-organizations>

La certification de LOMC, exécutée par MCRIL Rating, confirme l'adhésion de l'IMF à chacun de ces sept principes :

Principes de Protection des Clients	Exemples des standards évalués
<i>Principe 1</i> <b>Développement des produits et distribution appropriée</b>	Les produits sont élaborés de façon adaptée aux besoins des clients ; le feedback des clients est recherché et considéré dans l'élaboration et la distribution des produits.
<i>Principe 2</i> <b>Prévention du surendettement</b>	Des processus rigoureux sont utilisés pour vérifier la capacité de remboursement des clients, les données des bureaux de crédit sont systématiquement prises en compte (le cas échéant).
<i>Principe 3</i> <b>Transparence</b>	Le coût total du prêt, y compris l'intégrité des frais et charges, est communiqué au client oralement et par écrit.
<i>Principe 4</i> <b>Tarifification responsable</b>	La tarification est en cohérence avec le marché, et est non-discriminatoire; pas de frais excessifs.
<i>Principe 5</i> <b>Traitement respectueux et équitable des clients</b>	Les clients sont informés de leurs droits. Le personnel en charge du recouvrement (qu'il soit salarié de l'IMF ou prestataire) est formé sur le traitement juste et responsable des clients.
<i>Principe 6</i> <b>Confidentialité des données des clients</b>	La confidentialité des renseignements personnels du client est respectée à l'aide de systèmes technologiques appropriés.
<i>Principe 7</i> <b>Mécanisme de résolution des plaintes</b>	Les clients sont informés du fonctionnement du mécanisme de réclamations ; le système de réparation de préjudices est actif et efficace.

Niranjala Saronjani, qui vit dans la province du Nord-Ouest au Sri-Lanka, a contracté un prêt de 25'000 LKR (env. 200 USD) de LOMC afin d'améliorer son petit commerce de poisson séché. Grâce aux conseils de LOMC, elle épargne à présent une partie de son revenu mensuel, qui a plus que doublé et s'élève aujourd'hui à 45'000 LKR (env. 350 USD). Elle espère pouvoir un jour acheter un véhicule à trois roues.

Crédit photo : LOMC



## 5. TRAITER LES EMPLOYÉS DE MANIÈRE RESPONSABLE

La façon dont une organisation traite ses employés est révélatrice, particulièrement quant à l'engagement de l'IMF en terme de responsabilité sociale. L'évaluation des politiques des IMFs envers le personnel a toujours été un élément important de SPIRIT. Les institutions de microfinance offrant des opportunités et conditions intéressantes d'emplois peuvent servir d'exemple pour d'autres employeurs locaux. Dans cette partie de SPIRIT, nous considérons l'articulation et la communication des politiques de ressources humaines, si elles offrent une égalité des chances à tous ainsi qu'une formation adéquate. Nous analysons le turnover du personnel, l'évaluation et la rémunération des employés et les opportunités d'avancement au sein de l'organisation offertes par l'IMF.



Kenya Women Micro-finance Bank Limited (KWFT), emprunteur depuis 2009 d'un fond géré par BlueOrchard, est une IMF leader dans le marché de la microfinance au Kenya. Ayant débuté sous forme d'une ONG en 1981, l'IMF est à présent une banque agréée et compte plus de 240'000 emprunteurs et presque 400'000 épargnants. KWFT possède le réseau de filiales le plus important du pays avec 70% de clients ruraux.



Pour garantir l'efficacité de son vaste réseau national, KWFT compte sur l'engagement et l'excellent travail de plus de 2'500 employés, dont plus de 1'300 agents de crédit. Dans un sondage annuel sur l'emploi mené par Deloitte et Touche, KWFT a obtenu la 2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> place dans le classement du « Meilleur endroit où travailler au Kenya » en 2012 et 2013 respectivement.

Le sondage évalue la satisfaction des employés dans les domaines suivants : degré de supervision et d'orientation, participation dans le processus

décisionnel, perspectives de carrière, rémunération, équilibre entre vie professionnelle et privée, efficacité opérationnelle, et niveau de confiance dans l'organisation.

Le taux annuel de roulement du personnel chez KWFT est entre 10 et 11% et la direction cible actuellement un taux de 8%. Les changements récents incluent l'amélioration des avantages non-monnaires visant à reconnaître la bonne performance avec des lettres de reconnaissance et l'introduction d'un programme d'actionnariat destiné aux salariés (ESOP). L'IMF offre également une assurance maladie très complète pour les employés et les personnes à leur charge, un plan de gratification à échéance de trois ans, un plan de retraite entreprise, et l'accès à un prêt automobile à taux zéro. KWFT a un budget annuel entre 225'000 et 340'000 USD dédié à la formation du personnel. Tous les nouveaux employés suivent un parcours d'intégration. De plus, des formations continues d'analyse de risque de crédit et de service clients sont offertes.

## 6. ÉQUILIBRER LA PERFORMANCE FINANCIÈRE ET SOCIALE

Comme de nombreuses IMF s'en sont démontré dans le monde, performances sociale et financière peuvent en effet coexister et même se renforcer mutuellement. Une institution jouissant d'une base financière solide sera capable d'étendre ses prestations à toujours plus de clients dans le besoin et sera en position d'assurer son avenir sur le long-terme. De la même façon, une IMF qui démontre que le bien-être de ses clients lui est cher, et qui s'engage dans le développement de la communauté, fidélise sa clientèle et crée ainsi une demande plus fiable pour ses services à long terme.

Dans cette partie de SPIRIT, nous évaluons comment l'IMF maintient un équilibre entre leurs incontournables résultats financiers et leur engagement à servir leurs clients. Transmet-elle des gains d'efficacité sous la forme d'une meilleure tarification des produits et des taux d'intérêt plus faibles ? Maintient-elle des niveaux de rémunération raisonnable pour ses cadres ? Contribue-t-elle au développement de la communauté au sens large ?

**Alter Modus**, une IMF financée depuis 2013 par un fond géré par BlueOrchard, est une institution financière non-bancaire au Monténégro. Bien que la concurrence sur ce marché soit très faible, impliquant un fort pouvoir de fixation des prix, Alter Modus s'est engagée à transmettre des gains d'efficacité à ses clients et a progressivement réduit ses taux d'intérêt au fil des années. Le taux d'intérêt effectif sur ses produits de microcrédit principaux figure actuellement entre 21 et 28%, reflétant une baisse de 18 points de pourcentage sur les dix dernières années.

La tarification des crédits est fondée sur la structure de coûts de l'institution ; avec la croissance de son portefeuille de prêts, l'IMF bénéficie d'avantage d'économies d'échelle, réduisant ainsi le coût total de ses produits de prêt. Alter Modus prévoit de poursuivre la réduction des taux d'intérêt et projette une réduction de 2 points de pourcentage dans les 12 prochains mois. Selon l'expression du directeur de l'IMF, M. Luka Djurovic, « Notre objectif principal est notre relation avec les clients finaux et de toujours considérer leurs besoins. »

L'IMF est transparente au niveau de sa structure salariale et la rémunération de la direction est communiquée à la Banque Centrale du Monténégro. Les salaires de la haute direction sont basés sur les résultats d'une étude externe qui a revu env. 1'500 entreprises dans la région des Balkans. La rémunération de tous les employés est fixée dans une fourchette de plus ou moins 15% autour de la moyenne du marché.



Alter Modus fournit également un soutien financier à des projets communautaires pour la promotion de l'éducation et de l'entrepreneuriat, dont des concours de la « meilleure idée d'entreprise » dans les universités locales et, tout récemment, un projet de reconstruction et de réouverture des crèches et écoles enfantines dans la vieille ville de Bar. Mlle Famjanovic Vidakovic, responsable des relations publiques d'Alter Modus décrit la vision de l'IMF au sujet de son rôle au sein de la communauté : « En reconnaissance de l'importance de la responsabilité sociale, nous nous efforçons continuellement de suivre et de réagir promptement aux intérêts de nos employés, de nos clients et des communautés dans lesquelles nous opérons. »



**ALTER MODUS**

## 7. PROMOUVOIR LA PROTECTION ENVIRONNEMENTALE

Bien qu'une orientation écologique figure déjà dans la version précédente de SPIRIT, elle constitue à présent une catégorie indépendante dans la nouvelle version, soulignant son importance croissante. Presque toutes les institutions financées par BlueOrchard ont des listes d'exclusion prohibant l'investissement dans des activités particulièrement nocives à l'environnement, notamment la pêche à filet dérivant de grande échelle, l'utilisation de produits chimiques particulièrement dangereux ou de matières radioactives, par exemple. Nombreuses sont les IMFs qui jouent également un rôle proactif d'encouragement de la protection environnementale, des efforts sur lesquels nous plaçons beaucoup de valeur dans notre évaluation de la performance sociale.

Nous déterminons donc si l'IMF a une politique environnementale compréhensive et si elle offre des « green loans » pour le financement de produits dont la finalité est l'économie d'énergie ou d'autres activités écologiques. Ces produits ne contribuent pas seulement à l'encouragement de la protection environnementale mais favorisent également des avantages pour les clients en termes de coûts et de santé, incarnant donc des produits idéaux de microfinance.



Mme Yoeurm Simen vit avec son mari et sa fille dans la province de Pursat à l'ouest du Cambodge. Avec son épicerie et le travail de son mari en tant qu'ouvrier, la famille gagne env. 20 USD par jour. N'ayant pas de système de plomberie dans leur maison, Mme Simen a contracté un « green loan » de 500 USD chez Hattha Kaksekar Ltd. pour la construction d'une latrine hygiénique. Ceci permet un meilleur assainissement, des conditions de vie plus saines pour sa famille et réduit la détérioration de l'environnement autour de sa maison.

Crédit photo : HKL

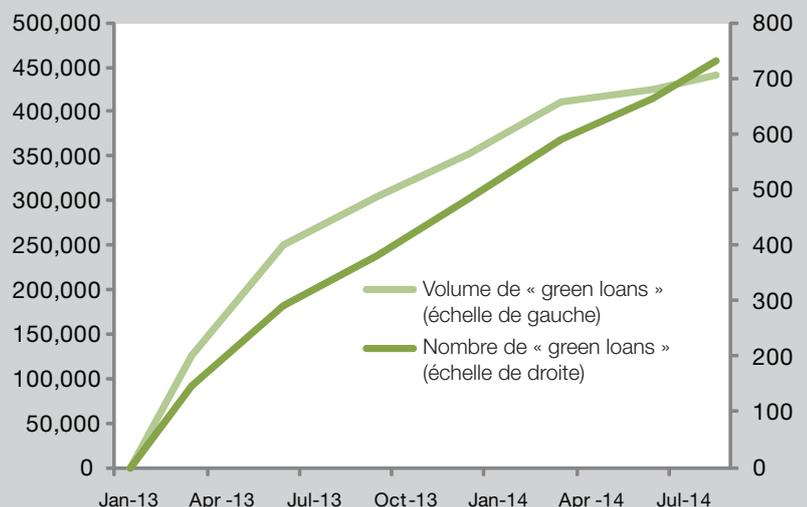
**Hattha Kaksekar Ltd. (HKL)**, IMF cambodgienne, emprunteuse depuis 2007 de fonds gérés par BlueOrchard, a non seulement une politique environnementale globale mais également une gamme complète de produits « green loan ». Ces green loans financent notamment l'achat de :

- Bio-digesteurs
- Panneaux solaires
- Puits/distributeurs d'eau
- Réservoirs et filtres à eau
- Latrines



Depuis le lancement des « green loans » en janvier 2013, l'intérêt des clients est très fort, et ce portefeuille de prêts spécifiques s'élevait à près de 500'000 USD après 18 mois seulement. L'IMF vise à doubler ce chiffre d'ici la fin 2015. Les taux de remboursement sont excellents, et HKL collabore avec les fournisseurs des produits écologiques pour en assurer leur bonne qualité.

Produits « Green Loan » chez HKL



## IMPRESSIONS DU TERRAIN

Cette dernière année, BlueOrchard a organisé des visites de terrain dans ses bureaux de Phnom Penh au Cambodge et Tbilissi en Géorgie pour permettre aux investisseurs de mieux comprendre en pratique les rouages de la microfinance et sa contribution concrète à l'amélioration de la qualité de vie de ses clients. Les investisseurs ont eu l'opportunité de rencontrer le personnel local de BlueOrchard, le personnel des différentes IMFs, ainsi que les clients de ces IMFs et les régulateurs locaux.

De plus, les participants à la visite ont pu voir comment les équipes d'investissement de BlueOrchard évaluent la performance sociale et financière des IMFs.

“

*Le voyage en Géorgie fut un grand succès qui m'a beaucoup touché. Nous nous réjouissons de poursuivre notre collaboration avec votre équipe.*

- Maxime Medina, Ecole hôtelière de Lausanne



Martin Beglinger – Das Magazin

“

*Ce fut une leçon d'humilité de voir de près le dur travail des clients de la microfinance au Cambodge et immensément enrichissant de voir l'impact positif que des services financiers de bases peuvent apporter.*

*Il est facile de prendre pour acquis les divers outils financiers dont nous bénéficions dans nos entreprises, et il est gratifiant de savoir que ces entrepreneurs ambitieux ont accès aux services adéquats qui leurs permettent la réussite de leurs entreprises.*

- Stephan Keiser, EFG



Evelyne Thalmann - Experts for Leaders AG

“

*Le sens de ce que nous faisons ici et maintenant et l'impact de ce que nous pouvons accomplir en vue du futur est une vaste ressource inexploitée pour toutes les parties prenantes.*

- Henry Morgan, De Pury Pictet Turrettini & Cie S.A.



Ce rapport est imprimé sur du papier certifié FSC en Suisse. BlueOrchard s'efforce à réduire son empreinte écologique en choisissant de collaborer avec des fournisseurs engagés à réduire les émissions de CO2 de leurs méthodes de production.

## DONNÉES CLÉS DE NOTRE PERFORMANCE SOCIALE

Les fonds que gère BlueOrchard offrent de la dette senior et de la dette subordonnée, en monnaie locale et en devises fortes aux IMFs locales dans les régions suivantes : Afrique, Moyen-Orient, Asie, Europe de l'Est et Amérique Latine.

Ces fonds comprennent notamment :

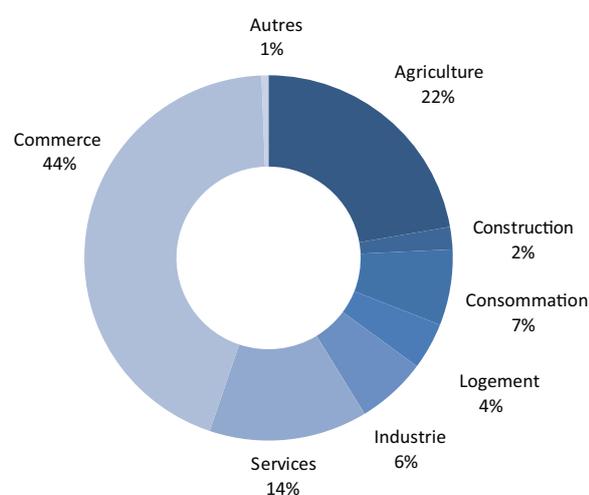
- Le BlueOrchard Microfinance Fund
- Le Microfinance Enhancement Facility ('MEF') ; en tant que co-gestionnaire
- Le Microfinance Growth Facility ('MiGroF') ; et
- Le Microfinance Initiative for Asia – fond de dettes ('MIFA')

### DONNÉES DE LA PERFORMANCE SOCIALE POUR LES IMFS DES FONDS GÉRÉS PAR BLUEORCHARD

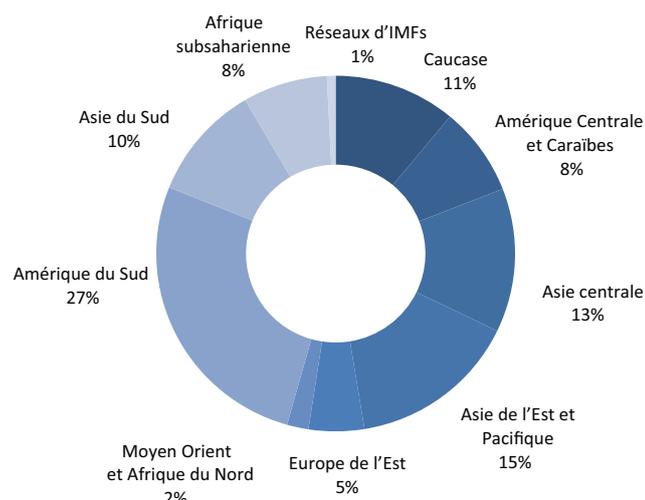
(au 30 septembre 2014)

Nombre total d'emprunteurs servis	21.9 millions
Nombre total d'épargnants servis	13.9 millions
Nombre total des employés des IMFs	137,421
% de femmes parmi les emprunteurs	58%
% d'emprunteurs vivant en zones rurales	50%
% d'IMFs approbatrices de la Smart Campaign	86%
% d'IMFs ayant une politique d'exclusion dans l'activité de crédit	98%
% d'IMFs reportant à MIX ses indicateurs sociaux	75%
% d'IMFs ayant un rating social	39%
% d'IMFs ayant une politique d'écologie et/ou des produits écologiques	59%

### Activités financées par les IMFs



### Répartition géographique consolidée des portefeuilles



BlueOrchard Finance S.A. a été fondée en 2001 et fut le premier gérant d'actifs commercial dans le monde à gérer des investissements de dette en microfinance. À ce jour, la société a déployé plus de 2.5 milliards de dollars de prêts à des institutions de microfinance, donnant ainsi accès à des services de microfinance à plus de 30 millions d'individus dans 50 pays différents. Les investisseurs dans les fonds gérés par BlueOrchard incluent des clients privés et institutionnels, des institutions supranationales ainsi que des fondations de renommée. Le personnel de l'entreprise est hautement expérimenté et qualifié, provenant de la finance traditionnelle et de la finance de développement.

