



3ème Académie de la Banque Européenne
d'Investissement dédiée aux banques de PME et à la
Microfinance en Afrique de l'Ouest et du Centre 2023

Saisir les opportunités de la finance verte et durable

Financement du genre

Modérateur :

Intervenants :



Ce projet est cofinancé
par l'union européenne





3ème Académie de la Banque Européenne
d'Investissement dédiée aux banques de PME et à la
Microfinance en Afrique de l'Ouest et du Centre 2023

Saisir les opportunités de la finance verte et durable

De l'identification de la cible à la
croissance du portefeuille de clientes

Edwige Takassi, IPC GmbH, Experte,
Programme EIB AWRI



Ce projet est cofinancé
par l'union européenne



Banque européenne
d'investissement | Monde



Financement du genre

De l'identification de la cible à la croissance du portefeuille de clientes – Ordre du jour – 1H30

Intro : opportunités du financement du genre

1. Définir la cible

Collecter les données du pays/marché

Interroger les clients et non clients

Selectionner le segment prioritaire

2. Créer une Proposition de Valeur sensible au genre

a. Services Financiers

b. Services Non Financiers

3. Suivre et évaluer l'impact : importance des données par sexe

OBJECTIFS

- Connaître les opportunités du financement du genre
- Connaître les critères pouvant être utilisés pour sélectionner sa cible
- Comprendre l'importance des données détaillées par sexe
- Discuter des stratégies possibles pour atteindre et mieux satisfaire la clientèle féminine

Introduction



Ce projet est cofinancé
par l'union européenne



Banque européenne
d'investissement | Monde



Making Finance
Work for Africa



Ce projet est cofinancé
par l'union européenne



Introduction

Fournir un effort supplémentaire pour mieux servir les femmes : business ou social ?





Ce projet est cofinancé
par l'union européenne



Services financiers sensibles au genre : qu'est-ce ?

Une offre prenant en compte les obstacles propres aux femmes :

- Dans les caractéristiques des produits et services
- Dans le modèle opérationnel (mode de livraison, canaux)
- Dans le marketing (représentativité, inspiration, success stories)
- Dans les services non financiers (formations, coaching networking etc)

Besoin



Réalité



ipc

HORUS
DEVELOPMENT FINANCE

iecd
semaires d'avenir

Services financiers pour les femmes en Afrique de l'Ouest et Centrale

Approche "agnostique au genre":

Microfinance : majorité de femmes clientes en nombre mais rarement en valeur

Banques : taux de financement relativement faible par manque de garanties solides



Début d'approche genre...

Quelques IF jouent sur : éducation financière, conditions du crédit (taux, garanties un peu plus flexibles), marketing

Peu de banques ont une offre dédiée : marketing, formations, réseautage, accès à des services financiers numériques mais peu de réel accès au crédit



Vers une prise de conscience... Femmes entrepreneurs = Business

Programmes banking on women

2X Challenge

Fonds de garantie

But : aboutir à des financements !



1. Définir la cible prioritaire



Ce projet est cofinancé
par l'union européenne



Banque européenne
d'investissement | Monde

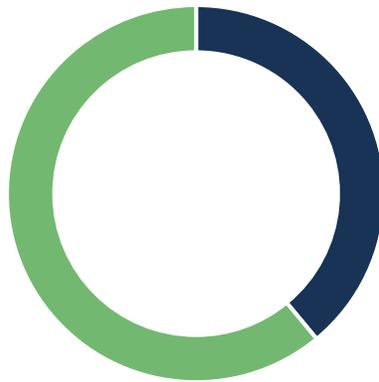


Making Finance
Work for Africa

A. Collecter les données du pays et du marché

Statistiques par sexe

Nombre d'entreprises



■ Women-owned businesses ■ Men-owned businesses

Inclusion financière par sexe et barrières

- Accès à un compte, à un crédit, à un smartphone
- Entreprises formalisées/non formalisées
- Secteurs d'activité dominants
- Utilisation des services financiers numériques
- Barrières

Sources possibles

- Institut National des Statistiques
- Finscope
- IMF, WB, IFC, MFW4A

Barrières à l'inclusion financière



Afrique : Femmes **entrepreneures** = **24%** (11% en Asie du Sud-Est & Pacifique, 9% au Moyen-Orient, 6% en Europe & Asie Centrale)*

Réalités diverses selon les pays, les profils et besoins.

Femmes : Contraintes spécifiques

- **Barrières genrées** : Normes sociales et lois, contraintes de temps et de mobilité, des réseaux sociaux-professionnels limités, un accès limité au mentorat / modèles de rôle, niveaux d'alphabétisme/éducation
- **Barrière aux secteurs porteurs** : généralement pas la capacité financière d'entreprendre dans les secteurs les plus porteurs et les plus profitables
- **Accès / Contrôle limité aux actifs (foncier, véhicules, machines, bétail...)**
- **Barrières à la connaissance** du fonctionnement de l'accès aux financements!

=> L'accès au capital reste faible

B. Interroger les clients et non clients

Clients et/ou des non-clients dans un (des) segment(s) spécifique(s).

Quantitatif (besoins, produits, profil transactionnel) et qualitatif (« pourquoi »)

Quelles questions voudriez-vous poser à des MPME dirigées
par les femmes ?



Quelles informations collecter ?

Objectif : comprendre comment mieux les servir, afin de développer nos activités avec eux

Les questions les plus fréquentes sont les suivantes :

- Degré de connaissance des produits et de services financiers
- Perception (positive et négative) des banques en général, et de notre banque en particulier
- Institutions où ils sont clients (services financiers et développement d'entreprise)
- Produits utilisés et expérience/niveau de satisfaction
- Besoins non satisfaits en termes de services financiers





Ce projet est cofinancé
par l'union européenne



Exemples de constats

Procédures
longues et
compliquée, trop de
paperasse

L'agent de crédit
ne comprend pas
mon besoin/mon
business

Pourquoi toujours
impliquer mon mari
?

On passe des
heures en
agence

Le montant de
credit demandé est
systématiquement
résuit!

Je suis cliente
crédit depuis 10
ans mais on ne me
fait pas confiance

On me prélève trop
de frais que je ne
comprends pas !





Ce projet est cofinancé par l'union européenne



Les résultats permettent de mieux comprendre les différents profils de clientes pour mieux cibler



Micro Rural / Urbain



PME Semi-formelle en croissance



PME bien établie

- Niveau d'éducation
 - Technologie
 - Chiffre d'affaires annuel
 - Nb employés
 - Besoins Financiers
 - Possible collateral
-
- Besoin non financiers

- Semi-lettrée
 - Smartphone basique + whatsapp
 - Moins de 20,000 USD
 - 0-5 employees
 - Jusqu'à 10,000 USD de besoin en financement
 - Pas de garantie solide
-
- Intéressée pour l'éducation financière et une formation basique en gestion d'entreprise

- Lettrée
 - Smartphone plusieurs applis
 - 20,000 à 300,000 USD
 - 5 à 25 employés
 - Jusqu'à 150,000 USD de besoin en financement
 - Possède des actifs mobiliers et une parcelle non enregistrée
-
- Intéressée pour une formation basique en gestion d'entreprise

- Lettrée
 - Smartphone plusieurs applis, ordinateur
 - + 300,000 USD
 - + 25 employees
 - + 150,000 USD de besoin en financement
 - Possède des actifs mobiliers; une maison au nom de son mari
-
- Intéressée par une formation avancée en gestion d'entreprise et par du réseautage





C. Faire un diagnostic institutionnel sur l'aspect "genre"

Une évaluation institutionnelle sur l'aspect genre est le point de départ de la création d'une proposition de valeur pour les entreprises dirigées par des femmes.

Selon vous, quels sont les éléments les plus importants à prendre en compte dans une évaluation institutionnelle sous l'angle du genre ?



C. Faire un diagnostic institutionnel sur l'aspect "genre"





Ce projet est cofinancé
par l'union européenne



Strategie & objectifs opérationnels

Stratégie MPME & Segmentation

Utilisation de la base de données / data mining

Business plan

Proposition de valeur – MPME de femmes

Comment ?

- Analyser les documents
- Organiser des réunions et des discussions
- Mettre en évidence les points forts et les points d'amélioration
- Formuler des recommandations.

FORCES

- Les MPME constituent un axe stratégique clair
- La conviction partagée par le personnel que servir le segment des femmes est une priorité
- Sensibilité à certains des obstacles auxquels les femmes entrepreneures sont confrontées dans l'accès au financement

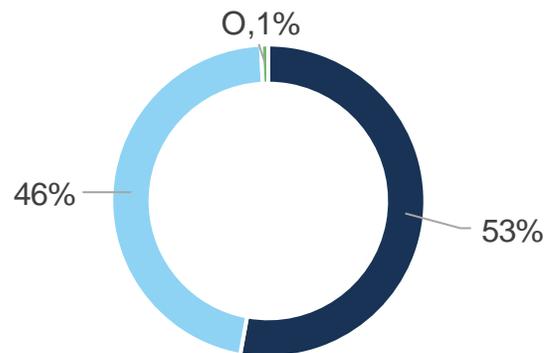
OPPORTUNITES

- Nombre croissant de PME dirigées par des femmes, la plupart d'entre elles étant mal desservies par les banques
- Pas de définition formelle des PME
- Pas de vision ou d'objectifs spécifiques pour les PME



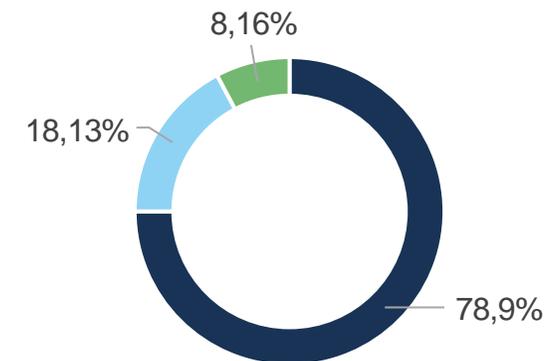
Constat - Faible contribution des femmes dans les portefeuilles de prêts actuels

Emprunteurs (nb)



■ Hommes ■ Femmes ■ Personnes morales

Emprunteurs (valeur)



■ Hommes ■ Femmes ■ Personnes morales

Ici l'institution semble avoir du succès avec les femmes si l'on regarde les chiffres - mais elles obtiennent 3,5 fois moins de financement en valeur.



Ce projet est cofinancé
par l'union européenne



**Produits &
services**

Crédits, Dépôts,
produits
d'assurance

Programmes
Produits

Garanties

Pricing

FORCES

La rémunération des produits d'épargne est l'une
des meilleures du pays
Solutions de paiement numérique disponibles

OPPORTUNITES

Les conditions et exigences des produits ne sont
pas adaptées aux MPME
Les délais d'exécution sont très longs (plus d'un
mois)
Les exigences en matière de garanties ne sont
pas adaptées aux réalités des MPME



Modèle d'opérations

Gestion de la
relation clientèle

Canaux de
distribution

Service client

Programmes de
formation pour le
personnel

FORCES

Le réseau d'agences couvre bien les centres
urbains

Vaste réseau d'agents/correspondants

Les chargés de clientèle ont des portefeuilles de
clients assignés et rencontrent régulièrement les
clients

OPPORTUNITES

Les procédures de prêt se concentrent sur
l'existence d'états financiers formels et non sur
les flux de trésorerie

Longue file d'attente dans les agences, même
pour les transactions en espèces
Pas de personnel dédié aux PME



Ce projet est cofinancé
par l'union européenne



Marketing &
SNF

Communication
externe

Communication
Interne

Enquêtes de
satisfaction

Services Non
Financiers

FORCES

La banque est connue et jouit d'une grande confiance

Des enquêtes régulières auprès des clients (NPS, Satisfaction) permettent de suivre l'évolution de leur satisfaction au fil du temps.

Parrainage annuel de PME clientes pour des foires commerciales

OPPORTUNITES

Faible NPS dans l'ensemble des PME, les résultats n'étant pas ventilés par sexe
Études de marché minimales
Pas de stratégie NFS en place





Ce projet est cofinancé par l'union européenne



Vue globale des résultats

Strategie & objectifs opérationnels

Stratégie MPME & Segmentation



Utilisation de la base de donnée / data mining



Business plan



Proposition de valeur pour les MPME dirigées par des femmes



Produits & services

Epargne et Crédits



Programmes de Produits



Garanties



Modèle d'opérations

Gestion de la relation clientèle



Canaux



Service client



Marketing et Services Non Financiers

Communication externe



Communication interne



Enquêtes de satisfaction



Services Non Financiers



2. Créer une proposition de valeur sensible au genre



Ce projet est cofinancé
par l'union européenne



Banque européenne
d'investissement | Monde



Making Finance
Work for Africa

Prise en compte du genre dans les Services Financiers

Cas pratiques

3 exemples d'approches intégrant le genre dans les services financiers

Programme Fanikisha d'Equity Bank au Kenya

Constat : les femmes emprunteuses atteignent rapidement un plafond en terme de crédit, faute de garanties.

- Equity Bank a développé un crédit basé sur un système de scoring, qui permet aux femmes d'augmenter le montant de leurs crédits (de groupe et individuel) cycle après cycle, en fonction du comportement de remboursement.
- A cela, grâce à l'appui de bailleurs (subventions) la banque a ajouté un programme d'éducation financière et de formation à la gestion d'entreprises, et du mentorat

Programme Beta de Diamond Bank au Nigéria

Constat : les femmes du marché ont des difficultés à quitter leur business pour aller faire des transactions à la ba

- Solution : Diamond Bank a testé le concept d'agents bancaires mobiles, qui collectent l'épargne directement auprès des clients. Ce service est accessible à tous, mais un effort particulier est fait pour desservir les marchés et zones loin des agences, où les petites activités des femmes dominant.

Compte Pafupi de NBS Bank au Malawi

Constat : les femmes en zone rurales étaient très peu utilisatrices des services de la banque en raison des frais et de la perception (« les banques c'est pour ceux qui peuvent faire de gros dépôts »)

- NBS Bank, en partenariat avec Women's World Banking, a mis en place un compte épargne spécifiquement pensé pour femmes en zones rurales, sans frais et entièrement géré (y compris l'ouverture de compte) au niveau des agents bancaires, notamment pour les petits dépôts. La présence d'un bon réseau d'agents bancaire à proximité des marchés permet aux femmes de faire des dépôts quotidien, et elles y sont encouragées. NB : le compte et marketé spécifiquement aux femmes, mais est ouvert à tous (pas d'exclusion).

Une proposition de valeur forte répond aux besoins du segment d'une manière qu'aucune autre banque ne peut égaler.

Offre de produits et caractéristiques

- Montant et conditions du prêt adaptés aux flux de trésorerie
- Exigences souples en matière de garanties
- Documentation simplifiée et acceptation d'autres relevés de compte bancaire
- Offres groupées de produits

Modèle d'opérations

- Processus de prêt simplifié
- Définition normalisée de la PME, et intégrée au MIS/existence de données par sexe
- Point de contact unique pour les services financiers et SNF
- Gestion de performance : Développement et suivi des indicateurs de performance clés (KPI)
- Renforcement des capacités du personnel par la formation et le coaching

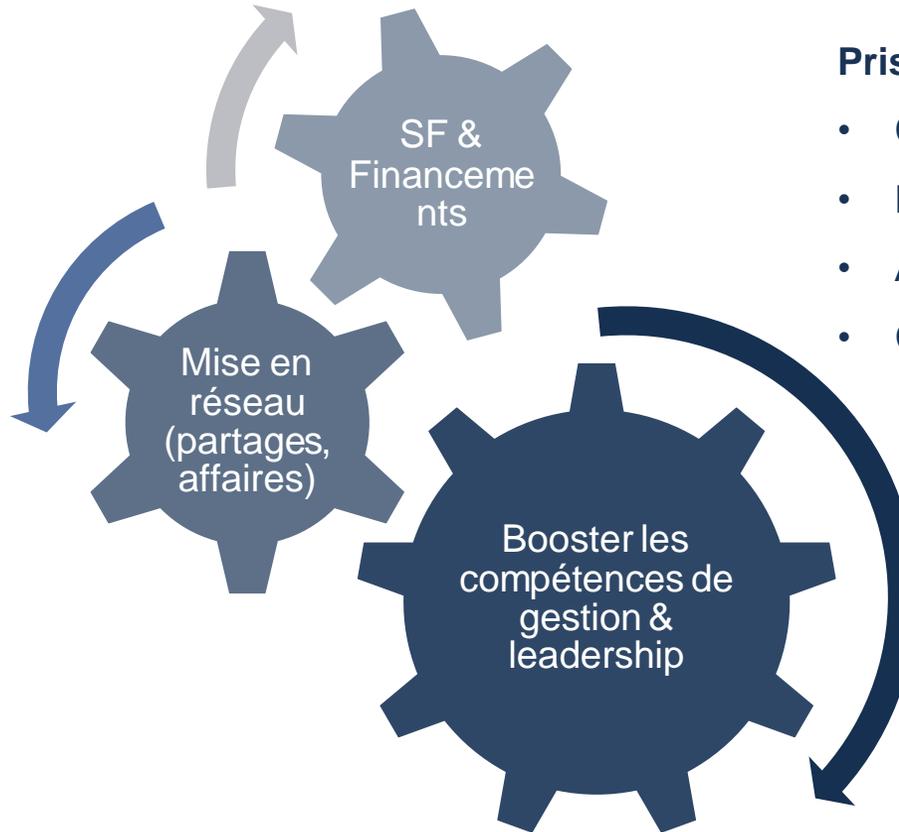
Marketing et services non financiers

- Le matériel marketing présente les femmes entrepreneures comme des leaders
- Le marketing communique les priorités des MPME des femmes (relation, point de contact unique)
- Communication interne cohérente sur les objectifs, les indicateurs clés de performance et les progrès.
- Clientes invitées à des événements de SNF (formations à la gestion d'entreprises, réseau)

Importance d'allier Services Financiers et Services non financiers

Créer des synergies

- Source d'inspiration (success stories)
- Appartenance à une communauté



Prise en compte des challenges

- Capital initial et financements
- Manque de garanties
- Accès à l'information
- Conseiller financier à l'écoute

Faire face aux contraintes

- Contrainte de temps
- Formalisation
- Développer les compétences
- Vulgariser les droits
- Booster la confiance en soi

3. Suivre et évaluer l'impact



Ce projet est cofinancé
par l'union européenne



Banque européenne
d'investissement | Monde



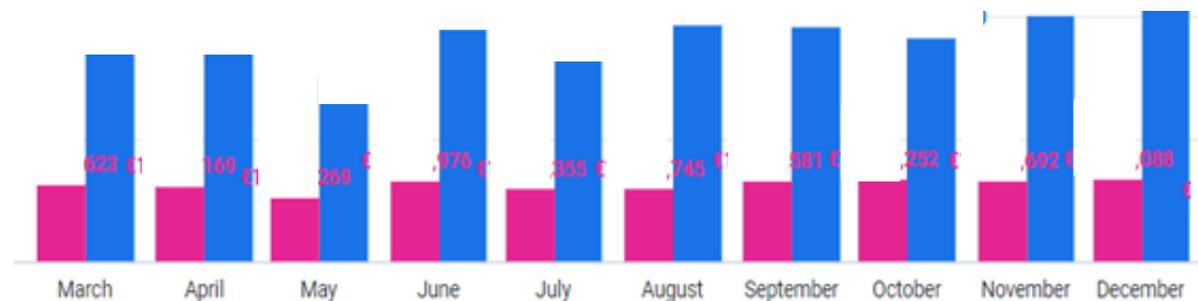
Making Finance
Work for Africa

Le suivi des données détaillées par sexe permet de suivre l'évolution de la stratégie, comparé aux objectifs fixés

Il s'agit de données quantitatives et qualitatives :

Evolution des crédits et de l'épargne par segment et par sexe

Exemple:



Exemple :

Il y a eu X formation en gestion d'entreprises organisée pour les clients, avec un taux de participation de X% de femmes

X clients (dont X% d'entreprises dirigées par les femmes) ont migré de la catégorie « micro » à la catégorie PME (avec un octroi de crédit plus élevé) grâce à l'accompagnement de l'institution

Le taux de satisfaction est de X% pour les clients homme et X% pour les femmes



Ce projet est cofinancé
par l'union européenne



QUESTIONS



MERCI



Ce projet est cofinancé
par l'union européenne



Banque européenne
d'investissement | Monde



Making Finance
Work for Africa