



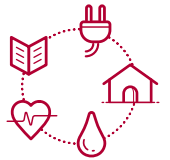
Leçons apprises

Éducation financière pour les clients des IMF en Afrique

Conclusions des enquêtes sur les effets des formations en éducation financière auprès des clients bénéficiaires.

THÉMATIQUE

Accès aux services de base



NOM DU PROJET

Programme Transparence : appui au réseau MAIN pour la promotion de la transparence des IMF en Afrique

OBJECTIFS

1. Améliorer les compétences financières des clients et leur compréhension des produits et services financiers.
2. Augmenter le nombre de clients et améliorer la performance financière des IMF.

DURÉE DU PROJET

Du 01/06/2018 au 31/12/2021 (43 mois)

ZONES D'INTERVENTION

4 pays d'Afrique subsaharienne : Bénin, Burkina Faso, Tchad et Togo

BUDGET

23 000 EUR

PARTIES PRENANTES

Bailleur
Ministère des Affaires étrangères et européennes du Luxembourg
Partenaire
MAIN

CONTRIBUTION AUX ODD



Contexte

Le MAIN (Microfinance African Institutions Network) est le réseau africain des institutions de microfinance (IMF). Il regroupe près de 120 membres dans 26 pays d'Afrique et d'Europe et contribue au renforcement institutionnel des IMF. De 2018 à 2021, ADA a soutenu le MAIN dans la promotion et le développement de la transparence auprès de ses IMF membres. Ce projet de transparence comprenait un volet en éducation financière visant à donner aux clients des IMF les informations et les capacités nécessaires pour comprendre et comparer les produits financiers qui leur sont proposés. Dans ce cadre, 8 IMF dans 4 pays d'Afrique ont reçu une assistance technique pour mettre en œuvre des programmes en éducation financière à destination de leurs clients.

Activités clés du projet

VOLET « ÉDUCATION FINANCIÈRE »

Définition de modules d'éducation financière

Thèmes des modules : épargne, budgétisation, gestion des crédits, services financiers et finance digitale.

Coaching en éducation financière

Auprès de 8 IMF dans 4 pays d'Afrique subsaharienne et formation de formateurs parmi le personnel de ces IMF :

- au **Togo** : Millenium Microfinance, COOPEC-AD et MECI ;
- au **Tchad** : UCEC-MK ;
- au **Burkina Faso** : MUFEBE-B, MIFA SA et ASIENA ;
- au **Bénin** : ACFB.

Mise en œuvre des formations en éducation financière auprès des clients

Les formations ont été réalisées au sein des IMF coachées.

Analyse des effets de l'éducation financière sur les clients

Les enquêtes réalisées auprès d'un échantillon représentatif de bénéficiaires des formations ont permis de :

- **mieux comprendre** l'apport des formations pour les clients, notamment en termes d'amélioration de leurs connaissances financières, d'adoption de nouvelles pratiques et d'éventuels effets positifs sur la gestion de leur argent et de leurs conditions de vie ;
- **identifier** les aspects de la formation qui semblent les plus pertinents, ainsi que ceux qui pourraient être améliorés, afin de pouvoir ajuster les contenus et le format des formations en vue de leur pérennisation.



Résultats du projet et des enquêtes

VOLET « ÉDUCATION FINANCIÈRE »

En décembre 2021 :



8

IMF coachées dans 4 pays d'Afrique : Bénin, Burkina Faso, Tchad et Togo



128

formateurs formés au sein de ces 8 IMF



12 282

clients formés en éducation financière par ces formateurs

Méthodologie d'enquête basée sur un échantillon représentatif de 869 bénéficiaires des formations, au sein de 4 IMF coachées dans 3 pays : UCEC-MK au Tchad, Millenium Microfinance au Togo, MIFA SA et MUFEBE-B au Burkina Faso. Les résultats présentés ci-dessous sont tirés de cette enquête.

1 : Un grand nombre de clients des IMF ont pris part pour la première fois à une formation en éducation financière et ont acquis de nouvelles connaissances

91% des clients formés n'avaient jamais pris part à une formation en éducation financière et presque tous ont acquis de nouvelles connaissances. Pour 60% d'entre eux, il s'agissait de concepts totalement nouveaux. Ces chiffres montrent la pertinence des formations et le bon ciblage des bénéficiaires.

Bénéficiaires de la formation, Burkina Faso :

« Nous avons appris des techniques pour épargner, comme la réduction de nos dépenses hasardeuses. »

« Avant la formation, je ne faisais pas de différence entre bénéfice et fonds de roulement. Maintenant je sais ce que je mets comme argent dans mon activité et ce que je tire comme bénéfice. »

« J'ai appris que nous pouvions bloquer notre argent dans un compte pour un temps donné, c'est-à-dire faire un dépôt à terme qui génère des intérêts. »



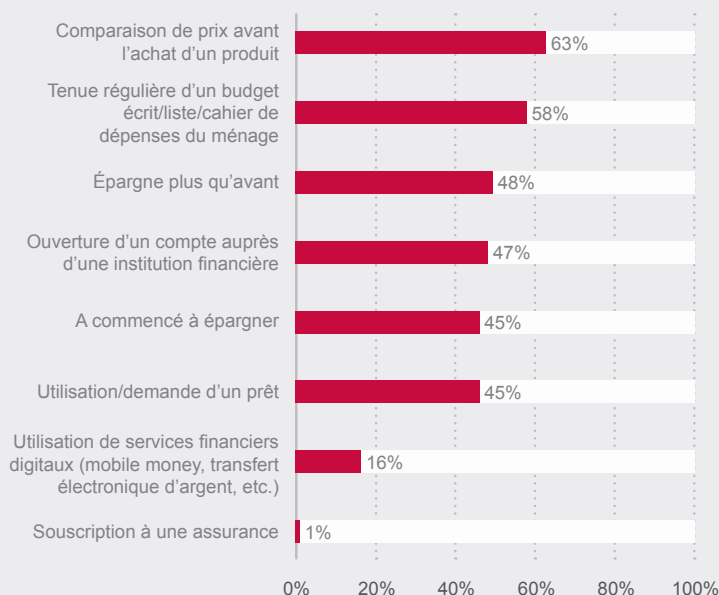
© IGIHE

“MAIN Transparency Awards” à la Semaine africaine de la microfinance en 2021 à Kigali

2 : Les formations en éducation financière contribuent à l'adoption de bonnes pratiques de gestion de l'argent

99% des participants déclarent avoir changé leurs pratiques de gestion de l'argent suite à la formation, notamment : comparer le prix avant l'achat (63%), tenir un budget écrit pour les dépenses du ménage (58%), épargner plus qu'avant (48%) ou commencer à épargner (45%), ouvrir un compte auprès d'une IMF (47%) ou solliciter un prêt (45%). L'utilisation des services digitaux reste encore marginale (16%) et la souscription à une assurance quasi nulle (1%). De plus, 39% des personnes responsables des factures du ménage affirment désormais payer leurs factures sans retard et 39% avec moins de retard.

Après avoir suivi la formation, quels sont les changements dans vos pratiques de gestion de l'argent ?



42% des clients formés ont déclaré ne toujours pas tenir de budget écrit suite à la formation, pour les raisons suivantes : impression de ne pas en avoir besoin (47%), manque de temps (24%) ou d'information sur les flux financiers du ménage (9%), faible maîtrise des outils nécessaires (22%), abandon de la pratique avec le temps (16%) ou encore analphabétisme (7%). Ces résultats révèlent la nécessité de proposer aux clients des outils et méthodes simplifiés de tenue d'un budget.





Enfin, plus de la moitié des clients formés ne recourent pas à un prêt pour plusieurs raisons : 59% estiment ne pas en avoir besoin ; 25% ont d'autres sources de financement (épargne, prêt dans autre banque ou IMF, aide de l'entourage) ; 7% se sont vu refuser leur crédit ; 6% manquent de confiance pour en demander un ; et, enfin, certains jugent les conditions d'accès au crédit trop strictes (14%), le coût trop élevé (7%) ou les modalités de remboursement non adaptées à l'activité économique (6%). Ces résultats témoignent de la nécessité pour les IMF d'adapter davantage leurs produits aux besoins et capacités des clients.

Bénéficiaire de la formation, Togo :

« Maintenant, je ne dépense plus mes revenus comme avant. Je commence par épargner l'argent pour le prêt, je fais quelques économies et ensuite je dépense le reste pour mes besoins. »

Bénéficiaire de la formation, Burkina Faso :

« Avant je donnais mon argent à mon mari et souvent j'avais des soucis [pour le récupérer]. Maintenant, je n'ai plus ce problème car je garde mon argent sur un compte. »

3 La finance digitale reste à la marge en termes d'utilité perçue et d'appropriation par les clients

Les bénéficiaires des formations ont majoritairement jugé utiles les thèmes de l'épargne, la gestion de crédit et la budgétisation. Le module sur la finance digitale a suscité un engouement moindre, poussant certaines IMF à le retirer de la formation. En effet, seuls 23% des clients formés utilisent aujourd'hui des services de finance digitale. Parmi les autres, 45% ont l'impression de ne pas en avoir besoin, 27% trouvent les outils digitaux complexes d'utilisation, 23% n'ont tout simplement pas accès à ces outils et 15% manquent d'argent. Ces freins peuvent être mitigés grâce à des actions de sensibilisation et des formations ciblées.

Woyoo ! L'argent de la tontine des gens est parti en fumée !



Source : illustration issue du livret de formation

Si j'économise assez d'argent sur mes ventes quotidiennes, je pourrais payer l'éducation de mon fils jusqu'à l'université.

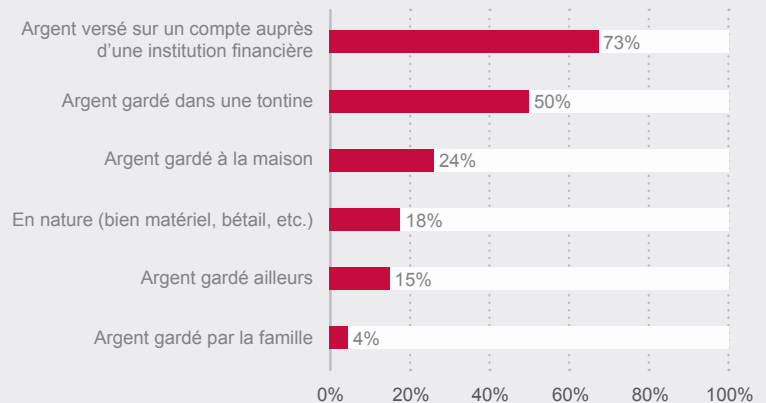


Source : illustration issue du livret de formation

4 Si une grande majorité des clients des IMF épargnent, ils ne le font pas toujours auprès d'institutions financières formelles

93% des clients formés ont déclaré épargner leur argent. Parmi les différentes formes d'épargne, on retrouve l'épargne auprès d'une institution financière (73%), la tontine (50%), l'argent gardé à la maison (24%) ou ailleurs (15%) et l'épargne en nature (18%). L'enquête a montré qu'une même personne épargne de différentes façons. Ainsi, malgré une bonne appropriation de la pratique de l'épargne, le travail de sensibilisation sur les dangers de l'épargne informelle reste essentiel. Pour augmenter l'épargne formelle, les IMF peuvent également faciliter les dépôts et retraits de leurs clients, par exemple via la mise en place de solutions de paiement digital ou d'un service de proximité.

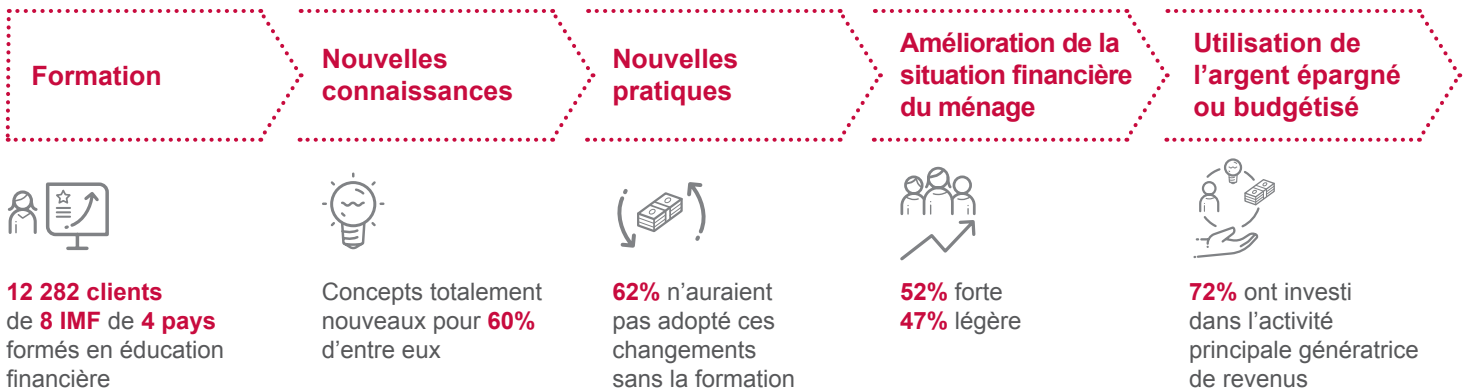
Formes d'épargne





Impact

Les formations en éducation financière amènent les clients des IMF à changer leurs pratiques de gestion de l'argent, ce qui leur permet d'améliorer la situation financière de leur ménage et d'investir l'argent de façon productive.



La formation a apporté des connaissances nouvelles à la quasi-totalité des bénéficiaires et incité l'ensemble des participants à adopter une ou plusieurs nouvelles bonnes pratiques de gestion de leur argent, ce que beaucoup n'auraient pas fait sans la formation.

J'achète les cadeaux de mes proches un mois avant les fêtes de fin d'année pour éviter la flambée des prix en décembre.



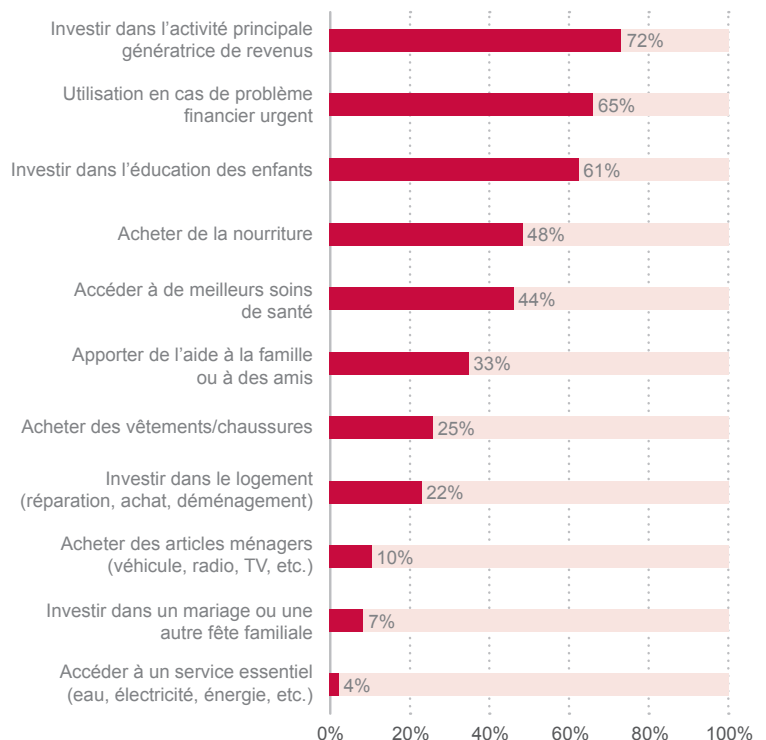
Source : illustration issue du livret de formation

En conséquence, 52% des bénéficiaires ont reporté une forte amélioration de la situation financière de leur ménage et 47% une légère amélioration. L'argent ainsi épargné ou budgétisé a été investi de façon productive dans l'activité principale génératrice de revenus (dans 72% des cas), dans l'éducation des enfants (61%) ou dans le logement (22%). Il a aussi permis aux bénéficiaires de subvenir à des besoins financiers urgents (65%), d'acheter de la nourriture (48%), d'accéder à de meilleurs soins de santé (44%), d'acheter des vêtements (25%) ou d'aider leur entourage (33%).

Bénéficiaire de la formation, Burkina Faso :

« Je me sens vraiment épanoui parce j'arrive à payer la scolarité des enfants et j'ai augmenté mon fonds de commerce. »

Si votre situation financière s'est améliorée, comment avez-vous utilisé l'argent épargné/budgétisé ?



Globalement, 98% des enquêtés affirment que leur ressenti par rapport à la gestion de l'argent s'est amélioré suite à la formation en éducation financière. Ils se sentent plus confiants (89%), indépendants (48%) et sereins face aux urgences financières (50%). Ils sont aussi plus confiants dans leur relation avec l'IMF (49%), avec leur famille et leurs amis (29%) et ont moins peur de l'avenir (20%). Certains clients ont même pu développer leur activité génératrice de revenus ou s'investir localement pour la gestion collective des biens.



Leçons apprises

- ✓ **Le contenu des formations doit s'adapter aux besoins, profils, activités et provenance des clients afin de permettre une bonne appropriation des concepts en éducation financière.**

Il faut retravailler le matériel de formation standard existant, en particulier pour adapter les contenus aux activités et zones de provenance des clients, par exemple au monde rural et à l'activité agricole dans le cas des clients de UCEC-MK. Les thématiques les plus appréciées sont la gestion des crédits, l'épargne et la budgétisation. A contrario, la formation sur d'autres services financiers comme l'assurance ou la finance digitale doit être davantage adaptée aux besoins et profils des clients pour que ceux-ci puissent en percevoir l'utilité et s'approprier correctement les concepts.

La majorité des clients préfèrent une formation :

- durant entre 2 et 4 heures ;
- organisée une fois par mois et en présentiel, même si certains préféreraient des sessions plus régulières (deux fois par mois, voire une fois par semaine). 66% ne sont intéressés que par le format en présentiel, car souvent ils ne maîtrisent pas les outils digitaux et préfèrent poser leurs questions en direct aux formateurs ;
- en langue locale ;
- par groupe maximum de 20 personnes ;
- expliquée étape par étape et sur un tableau plutôt qu'avec des diapositives.

De meilleures solutions de locomotion jusqu'aux lieux de formations sont également à prévoir. Enfin, pour assurer une bonne appropriation du contenu et une meilleure compréhension des différents concepts, les participants suggèrent de suivre la formation une seconde fois ou de bénéficier d'un suivi post-formation.

- ✓ **L'éducation financière permet de renforcer la relation entre l'IMF et ses clients.**

La formation en éducation financière permet de renforcer la relation entre l'IMF et ses clients, en particulier d'augmenter la confiance et la communication des clients envers l'IMF.

Bénéficiaire de la formation, Togo :

« Je suis confiante désormais et je fais assez confiance en l'IMF pour me soutenir dans l'avenir en finançant certains de mes projets pour que je puisse devenir une commerçante digne de ce nom. »

Bénéficiaires de la formation, Burkina Faso :

« Je me sens confiant financièrement car j'épargne plus maintenant et j'ai même ouvert des comptes pour mes enfants. »

« Si un imprévu survient quand on a un crédit en cours, on doit signaler cette difficulté à l'institution financière pour avoir des conseils. »





L'enquête a permis de souligner l'importance des formations en éducation financière, tant pour les clients finaux que pour les IMF. Du côté des clients, on constate une meilleure gestion des flux financiers et de la situation financière des ménages. L'argent ainsi épargné et budgétisé est investi de façon productive. De manière générale, on constate que les clients sont plus indépendants, confiants et sereins face à l'avenir. Du côté des IMF, on note un renforcement de la relation avec les clients.

Les données récoltées ne permettent pas d'établir un lien immédiat entre les formations et l'amélioration des performances financières de l'IMF. Par exemple, les bénéficiaires qui déclarent épargner plus qu'avant peuvent le faire aussi de manière informelle en dehors de l'IMF. Les formations ont néanmoins été utiles aux IMF. Dans le cas de UCEC-MK, ses dirigeants ont observé une forte amélioration des performances financières entre 2019 et 2022, tant en termes de croissance du nombre de clients que d'augmentation des dépôts, de l'encours des crédits et de la réduction du portefeuille à risque. Si les formations en éducation financière ne sont pas les seules responsables de

ces bonnes performances, UCEC-MK considère qu'elles ont été un élément accélérateur. La direction de UCEC-MK pense qu'aujourd'hui une IMF ne peut être pérenne sans éducation financière. Ainsi, fin juin 2020, l'IMF avait formé 15% de ses clients, inscrit l'éducation financière dans son plan de développement stratégique et internalisé l'ensemble des coûts liés à la diffusion des formations. A l'instar de UCEC-MK, les autres IMF ont également l'intention de former massivement leurs clients à l'avenir. Certaines s'en servent également d'outil marketing pour prospecter de nouveaux clients.

Ces enquêtes ont permis de comprendre comment (contenu et format) et dans quel but (effets sur les bénéficiaires) mettre en place des formations en éducation financière. Ces résultats peuvent servir aux IMF comme aux organisations d'appui aux IMF ou d'appui au secteur de la finance inclusive, par exemple dans le cadre de projets impliquant un volet en éducation financière venant renforcer l'octroi d'un crédit ou la promotion de la finance digitale. Dans ce contexte, ADA est aujourd'hui impliquée dans la définition et la mise en œuvre de programmes nationaux d'éducation financière, au Bénin et en Tunisie.

ADA, expert en finance inclusive, catalyseur de partenariats et d'innovation



© Philippe Lussac (Godong)

ADA (Appui au développement autonome) est une organisation non gouvernementale luxembourgeoise qui, depuis 1994, utilise la finance inclusive pour renforcer l'autonomie des populations vulnérables vivant en Afrique, Amérique centrale et Asie du Sud-Est et contribuer aux objectifs de développement durable.

ADA mobilise ses ressources et son expertise pour innover, soutenir des partenaires locaux et implémenter des programmes d'appui technique, des activités de conseil en investissement et de gestion des connaissances afin de créer un impact durable pour les populations ciblées.

Les activités de ADA se concentrent sur 3 axes thématiques : **l'entrepreneuriat des jeunes, les chaînes de valeur agricoles et forestières et l'accès aux services de base** qui prennent en compte 3 dimensions transversales : les aspects liés aux changements climatiques, les questions de genre, ainsi que l'utilisation des technologies digitales.

www.ada-microfinance.org



Expert en finance inclusive, catalyseur de partenariats et d'innovation

ADA (Appui au développement autonome) est une organisation non gouvernementale luxembourgeoise qui utilise la finance inclusive pour renforcer l'autonomie des populations vulnérables afin d'améliorer leurs conditions de vie.

39, rue Glesener · L-1631 Luxembourg · +352 45 68 68 1 · info@ada-microfinance.lu · www.ada-microfinance.org