



## Nombre client:

|                            |                  | janvier | Mars  | AOUT  | Oct   | Evolution | Poids |
|----------------------------|------------------|---------|-------|-------|-------|-----------|-------|
| C<br>l<br>i<br>e<br>n<br>t | Nombre de client | 10134   | 10390 | 10944 | 11403 | 11%       |       |
|                            | Cliente femme    | 6572    | 6713  | 7103  | 7397  | 11%       | 65%   |
|                            | Moins 25 ans     | 477     | 650   | 535   | 574   | 17%       | 5%    |
|                            | Plus 60 ans      | 1037    | 1052  | 1102  | 1126  | 8%        | 10%   |
|                            | Rural            | 864     | 906   | 953   | 1037  | 17%       | 9%    |
|                            | Client PS        | 1480    | 1 451 | 1731  | 1766  | 16%       | 15%   |
|                            | Client PI        | 6876    | 7 099 | 8406  | 8591  | 20%       | 75%   |
|                            | Fédilisation     | 1002    | 1 042 | 1342  | 1449  | 31%       | 13%   |
|                            | Logement         | 429     | 439   | 426   | 436   | 2%        | 4%    |
| P.Profilé                  | 347              | 359     | 365   | 466   | 26%   | 4%        |       |

- L'analyse du nombre des clients ressort ce que suit:
- Une évolution remarquable de 11% du nombre de client, en passant de 10134 en Janvier à 11403 en Septembre .
- Le nombre des clientes à connu une hausse de 11% avec un poids de 65% du nombre global des clients.
- Le nombre des client(e)s ayant moins 25 ans à connu une évolution de 17% depuis janvier 2019 avec un poids de 5%.
- Les bénéficiaires des produits de fidélisation « NOUJOUME ATTADAMOUNE »; représentent 13% des client(e)s d'ATTADAMOUNE MICRO FINANCE; avec une forte évolution de 31% par rapport à Janvier 2019.
- Les client(e)s du produit Individuel Investissement constituent une majorité du portefeuille; ils représentent 75% avec une évolution de 20% par rapport au mois de Janvier.
- Les produits logement représentent 4% du portefeuille client; avec une évolution de 2% .
- Les produits profilés représentent 4% du portefeuille client; ils ont connu une évolution de 26% par rapport au mois de janvier.
- Le nombre des clients issu du milieu rural a connu une évolution remarquable de 17% par rapport à janvier, ils représentent 9% des client(e)s d'ATADAMOUNE MICRO FINANCE.
- Les clients du produit solidaire représente 16% de nos client(e)s avec une évolution remarquable de cette population de 15% depuis janvier.

## Encours

|                                 |                        | janvier    | Mars       | AOUT       | Oct        | Evolution | Poids |
|---------------------------------|------------------------|------------|------------|------------|------------|-----------|-------|
| E<br>n<br>c<br>o<br>u<br>r<br>s | Global                 | 77 841 800 | 83 157 856 | 91 816 482 | 96 513 123 | 19%       |       |
|                                 | Femme                  | 50 353 610 | 52 553 768 | 58 303 667 | 61 007 996 | 17%       | 63%   |
|                                 | Moins 25 ans           | 3 282 293  | 4 932 846  | 4 172 126  | 4 315 718  | 24%       | 4%    |
|                                 | plus 60 ans            | 8 199 092  | 8 461 412  | 9 431 593  | 9 883 501  | 17%       | 10%   |
|                                 | Rural                  | 9149982    | 9 439 389  | 10 394 458 | 11 458 478 | 20%       | 12%   |
|                                 | Solidaire              | 7 884 829  | 8 132 882  | 12 783 092 | 11 847 393 | 33%       | 12%   |
|                                 | Individuel Invest      | 49 394 700 | 53 126 329 | 70 572 744 | 72 357 745 | 32%       | 75%   |
|                                 | Fédilisation(Noujourm) | 12204281   | 13 086 095 | 19 383 892 | 20 956 921 | 42%       | 22%   |
|                                 | Logement               | 2 950 972  | 3 247 475  | 3 425 258  | 3 438 796  | 14%       | 4%    |
|                                 | P.Profilé              | 5 407 018  | 5 565 075  | 6 094 588  | 7 829 217  | 31%       | 8%    |

- L'encours global a connu une évolution remarquable en passant de 77 841 à 96 513 KMAD; soit une évolution de 19% par rapport à Janvier 2019.
- L'encours octroyé au femme a connu une évolution de 17%; il représente 63% de l'encours global.
- L'encours des client(e)s ayant plus 60 ans a évoluer de 17% contre une évolution de 24% au niveau de l'encours des jeunes ayant moins de 25 ans.
- Une concentration forte de l'encours affecté au produit individuel avec un taux de 75% et une évolution de 32% par rapport à Janvier.
- L' encours du produit solidaire constitue 12% de l'encours global avec une évolution remarquable de 33% par rapport au mois de Janvier 2019.
- L'encours affecté aux produits de fidélisation (Noujourm ATTADAMOUNE) représente 22% de l'encours global avec une évolution forte de 42% par rapport à Janvier.

## Nos chiffres/secteur

La comparaison de nos chiffres avec ceux du secteur au Maroc , selon le dernier TDB de JUILLET 2019, ressort ce qui suit:

- Notre encours moyen/client est sensiblement supérieur à celui du secteur; soit 8465 contre 7919, alors que l'encours moyen/salarié du réseau sont largement au dessous de ce qui enregistre le secteur ; 557 KMAD réalisé contre 1018 KMAD affiché dans le secteur .
- Le nombre de client moyen par salarié de Réseau est largement au dessous de celui du secteur, 66 contre 129 au secteur.

|                                    | oct-19  |                |
|------------------------------------|---|----------------|
|                                    | <b>ATTADAMOUNE<br/>Micro Finance<br/>OCT 2019</b> | <b>Secteur</b> |
| <b>Salarié</b>                     | 212   | 7933           |
| <b>Salarié réseau</b>              | 173   | 7135           |
| <b>Salarié siège</b>               | 39  | 798            |
| <b>Encours</b>                     | 96 513 122  | 7 268 769 163  |
| <b>encours/client</b>              | 8 465   | 7 919          |
| <b>encours /salarié<br/>Réseau</b> | 557 879   | 1 018 748      |
| <b>Nbre Clt/salarié<br/>Réseau</b> | 66  | 129            |
| <b>Solidaire</b>                   | 11 847 393  | 1 496 426 748  |
| <b>Individuel</b>                  | 73 397 717  | 5 623 531 511  |
| <b>Encours urbain</b>              | 85 054 644  | 5 347 669 024  |
| <b>encours rural</b>               | 11 458 479  | 1 921 100 139  |
| <b>PAR+30 JOURS</b>                | 6,32%   | 4,81%          |
| <b>taux de<br/>renouvellement</b>  | 78,24%  | 54,00%         |

## Performances de nos chiffres/secteur

|                | <b>Poids ATTADAMOUNE</b> | <b>Poids secteur</b> |
|----------------|--------------------------|----------------------|
| Salarié réseau | <b>81,60%</b>            | <b>89,94%</b>        |
| Salarié siège  | <b>18,40%</b>            | <b>10,06%</b>        |
| Solidaire      | <b>12,28%</b>            | <b>20,59%</b>        |
| Individuel     | <b>76,05%</b>            | <b>77,37%</b>        |
| Encours urbain | <b>88,13%</b>            | <b>73,57%</b>        |
| encours rural  | <b>11,87%</b>            | <b>26,43%</b>        |

- En comparaison avec les performances du secteur nous pouvons conclure ce qui suit:
  - ✓ En termes de ressources humaines; le taux d'effectif affecté au réseau est inférieur à ce qui emploie le secteur; nous sommes à 81,60% contre 89,94% ; ceci dit que notre siège fonctionne avec plus d'effectif
  - ✓ En termes de produit; le produit individuel enregistre une forte dominance par rapport aux autres produits,
  - ✓ En termes de zones d'intervention ; l'Encours de ATTADAMOUNE Micro Finance est plus concentré à l'urbain qu'au rural.

## Points de force

- Une évolution remarquable au niveau de l'encours et du Nombre clients.
- Evolution du nombre des clientes et de l'encours octroyé au femme .
- Evolution de l'encours affecté aux produits de fidélisation (Noujoum ATTADAMOUNE).
- Une Evolution Forte du produit individuel .

## Axes d'amélioration

- Améliorer le nombre client Rural.
- Amélioration du nombre clients solidaire.
- Améliorer le nombre client moyen par salarié réseau.
- Améliorer la qualité du portefeuille.
- Maitriser les octrois destinés à la population ayant plus de 60 ans
- Améliorer les octrois destinés aux jeunes