

Les performances du portefeuille au 31/03/2022

Direction Performance Sociale

Nombre du client

		déc-20	déc-21	mars-22	Evolution	Poids
C l i e n t	Nombre de client	11 746	11853	11624	-2%	
	Cliente femme	7 390	7004	6862	-2%	59%
	Moins 35 ans	568	1642	3087	47%	27%
	Plus 60 ans	1 373	1504	1420	-6%	12%
	Rural	2 591	1968	2041	4%	18%
	Client PS	1 588	1224	1302	6%	11%
	Client PI	9 195	9524	9542	0,2%	82%
	Fédilisation	2 115	2026	2118	4%	18%
	Logement	585	290	249	16-%	2%
	TPE FORMEL	112	50	84	40%	1%
	COOPERATIVE	15	18	18	33%	0,2%
	P.Profilé	500	532	531	0%	5%

Nombre du client

L'analyse du nombre des clients ressort ce qui suit:

- Une baisse de 2 % du nombre de client, en passant de 11853 en Décembre 2021 à 11624 en Mars 2022
- Le nombre des clientes à connu **une baisse de 2% avec un poids de 59%** du nombre global des clients
- Les bénéficiaires des produits de fidélisation « NOUJOUME ATTADAMOUNE »; représentent 18% des client(e)s d'ATTADAMOUNE MICRO FINANCE; avec **une hausse de 4%** par rapport à décembre 2021
- Les client(e)s du produit Individuel Investissement constituent une majorité du portefeuille; ils représentent 82% avec une évolution non significative .
- Le produits logement à connu **une baisse de -16 %** par rapport à décembre 2021
- Les produits profilés ne présentent aucune fluctuation; ils représentent 5% du portefeuille client;
- Le nombre des clients issu du rural a connu **une hausse de 14%** par rapport à janvier, ils représentent 18% des clients d'ATTADAMOUNE MICRO FINANCE.
- Les clients du produit solidaire représentent 12% de nos clients avec **une hausse de cette population de 6%** depuis Décembre 2022; (y compris les clients du produit coopérative et autres coopérants qui s'élevé à 150); alors que le produit coopérative représente 0,2% du poids du portefeuille sans aucune évolution depuis décembre 2021

Encours KMAD

		déc-20	déc-21	mars-22	Evolution	Poids
E n c o u r s	Global	111 784	102 334	103 747	1%	
	Femme	69 254	58 870	60 373	2%	58%
	Moins 35 ans	4 320	3 571	25 076	86%	24%
	plus 60 ans	13 376	13 557	13 171	-3%	13%
	Rural	23 027	19 709	20 558	4%	20%
	Solidaire	13 007	9 350	9 888	5%	10%
	Individuel Invest	85 360	79 936	83 246	4%	80%
	Fédilisation(Noujoum)	32 960	33 343	29 018	-15%	28%
	Logement	2 675	2 131	1 965	-8%	2%
	TPE FORMEL	1 924	1 894	10 757	82%	10%
	COOPERATIVE	435	696	746	7%	1%
	P.Profilé	8 382	8 612	8 614	0,02%	8%

Encours

- L'encours global a connu une légère hausse en passant de 111 334 à 103 747 KMAD; soit une fluctuation de 1% par rapport à décembre 2021.
- L'encours octroyé au femme a **connu une hausse de 15%**; il représente actuellement 58% de l'encours global.
- L'encours des client(e)s ayant plus 60 ans représente 13 % contre un encours des jeunes ayant moins de 35 ans qui 'est de 24% de l'encours global.
- Une concentration forte de l'encours affecté au produit individuel avec un taux de 80% et **une baisse de 4%** par rapport à décembre 2021.
- L' encours du produit solidaire constitue 10% de l'encours global avec **une hausse de 5%** par rapport au décembre 2021.
- L'encours affecté aux produits de fidélisation(Noujoum ATTADAMOUNE) représente 28% de l'encours global avec **une baisse de -15%** par rapport à Décembre 2020.

Concentration par secteur d'activité ; encours moyen et PAR

	Nbre clt	Encours KMAD	PAR 30 (encours)	%PAR30/encours G	%PAR30/encours P
Agriculture	127	1 665	130	0,13%	8%
Artisanat	52	321	88	0,08%	27%
Broderie	107	834	147	0,14%	18%
couture	735	6 383	904	0,87%	14%
Commerce	7524	64 800	9 955	9,60%	15%
Cuisinier	59	484	76	0,07%	16%
elevage	458	6 825	706	0,68%	10%
Production	899	7 831	1 309	1,26%	17%
Salarié	154	1 186	159	0,15%	13%
Service	1466	13 077	2 484	2,39%	19%
Tisseuse	43	315	18	0,02%	6%

L'analyse de concentration du PAR par secteur d'activité financé découle ce qui suit:

- Forte concentration des octrois ; nombre des clients et PAR chez les clients menant les activités commerciales
- Les octrois destinés aux activités d'artisanat enregistrent le taux de par le plus élevé de PAR

Réalisation des objectifs

Suite à l'indisponibilité de tous les indicateurs sociaux par agent; Agence ; le rapport se limite à l'analyse des indicateurs disponible; nombre de client; nouveaux client et octroi.

Le rapport d'activité démontre une réalisation de 91% de nouveau client avec une baisse de nombre de client de 2% par rapport à décembre 2021 et un taux de réalisation d'octroi de 64%, ceci pose la question sur **le taux de fidélisation et de renouvellement** des clients .

	Nbre clt	Nv clt	octroi
Objectif	12131	832	35 355 000
Réalisation	11624	758	22 587 500
Ecart	-507	74	12 767 500
TRO	95,8%	91%	64%

Nos chiffres/secteur

	ATTADAMOUNE Micro Finance Mars 2020	Secteur Mars 2020	Poids
Salarié	207	7843	2,73%
Salarié réseau	167	7037	2,54%
Salarié siège	40	806	4,71%
Encours KMAD	103 747	8 361 962	1,30%
Nbre clt	11624	894 560	1,37%
Encours/client	8 925	9 348	
Encours /salarié réseau	621 241	1 188 285	
Nbre Clt/salarié réseau	70	127	
Clt Solidaire	1 302	218 678	0,67%
Clt Individuel	9 542	668 937	1,50%
clt rural	2 149	298 367	0,72%
PAR 30	15,40%	10,02%	

Nos chiffres/secteur

La comparaison de nos chiffres avec ce qui enregistre le secteur au Maroc , selon le dernier TDB de décembre 2021, ressorte ce qui suit:

- ❑ L'encours moyen/client est inférieur à celui du secteur; soit 8 925 contre 9 348 , alors que l'encours moyen/ salarié du réseau sont au dessous de ce qui enregistre le secteur ; soit 621 KMAD réalisé contre 1 188 KMAD affiché dans le secteur .
- ❑ Le nombre de client moyen par salarié de Réseau et au dessous de celui enregistré dans le secteur soit 70 client par salarié de réseau chez ATTADAMOUNE MICRO FINANCE contre 127 enregistré dans le secteur.
- ❑ Le PAR +30 enregistre 15,4 % contre 10,02% enregistré dans le secteur

Performances de nos chiffres/secteur

	Poids	
	ATTADAMOUNE	Poids secteur
Salarié siège	18%	10,28%
Femme	61%	50,00%
Solidaire	12%	24,45%
Individuel	82%	74,78%
clt rural	18%	33,35%

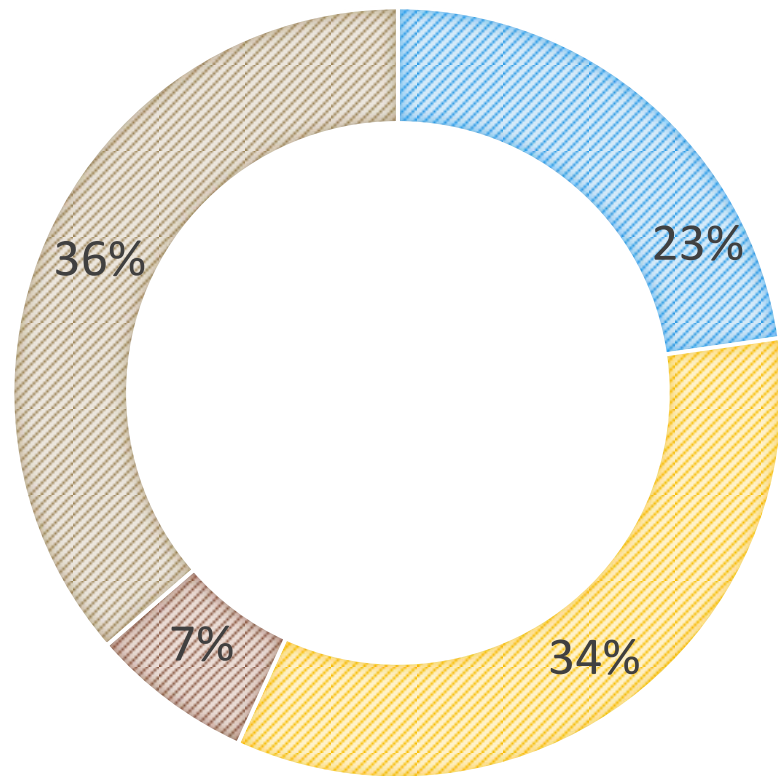
Performances de nos chiffres/secteur

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 82% contre 89,93%; 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. Il est de 18% contre 33,35% .

Analyse de l'objectif: clientes

RÉPARTITION DES CLIENTES PAR ENTITÉ



■ Rurale ■ Taux > 65% ■ Taux 65-60% ■ Taux < 60%

En absence de l'affectation de taux de femme par agent et par entité; l'analyse porte sur la réalisation de l'objectif global des cliente au niveau des entités. À l'exclusion des 10 entité implanté dans le rural qui ne représente les clientes que 31% des clients du rural; l'analyse ressorte ce qui suit:

- 23% des Entités enregistrent plus de 65% des taux de femme
- 7% des Entités enregistrent entre 60 et 65% des clientes femmes
- 36% Entités enregistrent un taux de moins de 60% des clientes

Points de forces

- ❑ Une légère amélioration du nombre de client et de l'encours global,
- ❑ Une proportionnalité entre les encours et nombre des clients pour la majorité des produits. le cas qui sort de la règle s'explique par la nature du produit de fidélisation qui représentent 28% de l'encours et 18% du nombre de client , ceci s'explique par les octrois de grand montant pour ce produit.

Axes d'améliorations

- ❖ affecter les objectifs sociaux par Agent et par Agence
- ❖ Améliorer la qualité des octrois
- ❖ Améliorer l'encours et le nombre de client moyen par salarié réseau
- ❖ Promouvoir l'encours et le nombre de client du produit solidaire
- ❖ Promouvoir le produit logement
- ❖ Équilibrer les octrois par secteur d'activité (forte concentration des octrois dans le commerce)