

ATTADAMOUNE MICRO - FINANCE



التمويل الأصغر

التضامن

⦿++⦿E⦿C⦿∞

⦿⌘QH ⋈∧O∞∞

Performance Sociale

Rapport trimestriel - Mars 2024

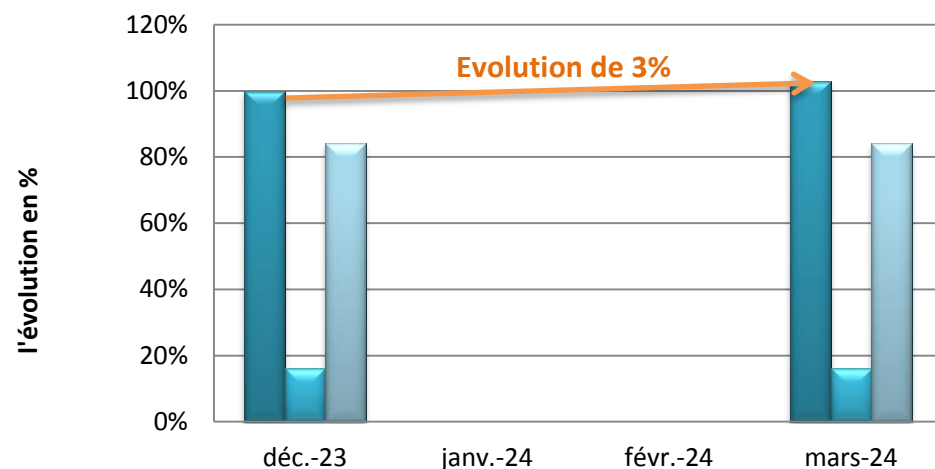
Direction performance sociale

Nombre de clients

			déc-23	poids	mars-24	poids	évolution %
CLIENT		nombre total des clients	10174	100%	10512	100%	3%
	genre	clientes femmes	5919	58%	6273	60%	6%
		clients homme	4255	42%	4239	40%	-0,4%
	age	mois de 35 ans	2620	26%	3167	30%	21%
		plus de 60 ans	1382	14%	1346	13%	-3%
	zone	rural	1611	16%	1698	16%	5%
		urbain	8563	84%	8814	84%	3%
	produit	client PS	793	8%	801	8%	1%
		Client PI	8621	85%	8944	85%	4%
		Fidélisation	2418	24%	2272	22%	-6%
		logement	175	2%	170	2%	-3%
		TPE Formel	57	1%	65	1%	14%
		Cooperative	28	0,30%	24	0%	-14%
		P.Profilé	500	5%	508	5%	2%

L'analyse de la fluctuation du nombre des clients en 2023

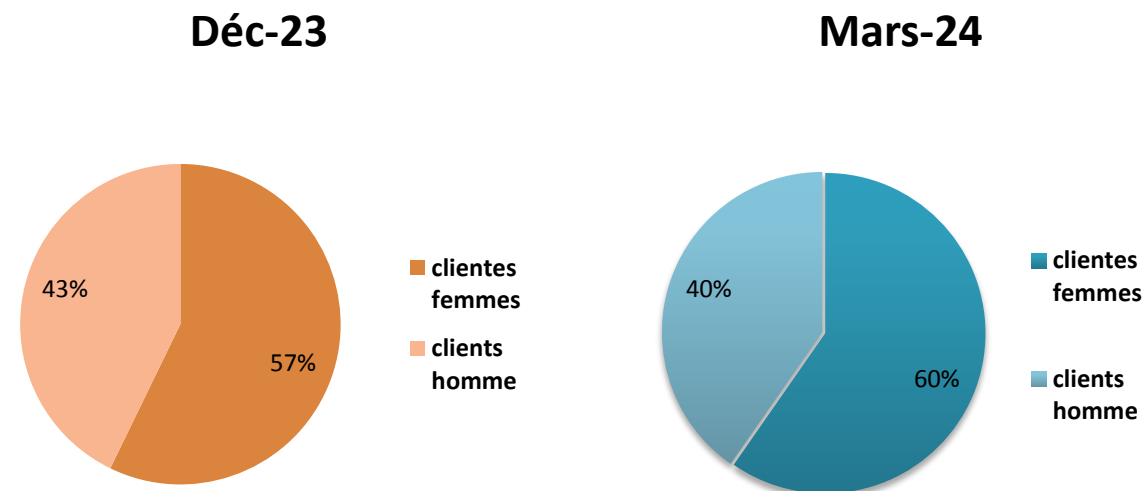
Evolution du Nombre CLT par zone



	déc.-23	mars-24
■ nombre total des clients	100%	103%
■ rural	16%	16%
■ urbain	84%	84%

- **Evolution** du nombre de client de **3%**, en passant de **10174 en Décembre 2023** à **10512 en mars 2024**.
- Le nombre des clients issu du rural a **connu une augmentation de 5%** par rapport à décembre et représente **16%** des clients d'ATADAMOUNE, contre **84%** des clients urbains dont le nombre a **augmenté de 3%**.

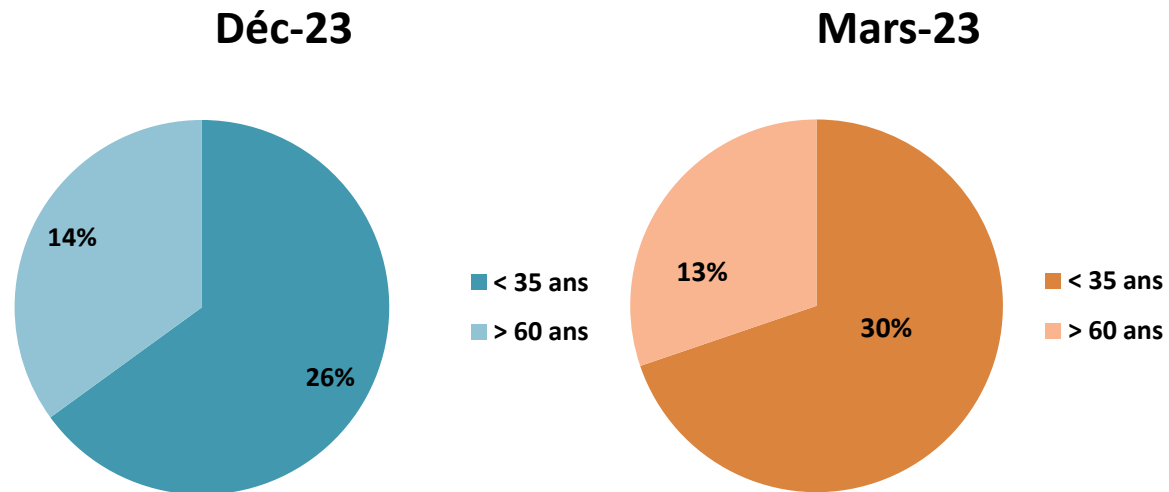
Le nombre des clients par genre



- Le nombre des clientes femmes a connu **une augmentation de 6%**, en mars 2024 par rapport à décembre 2023.
- Le nombre des clients hommes a connu **une diminution légère de 0.4%**, en mars 2024 par rapport à décembre 2023 .

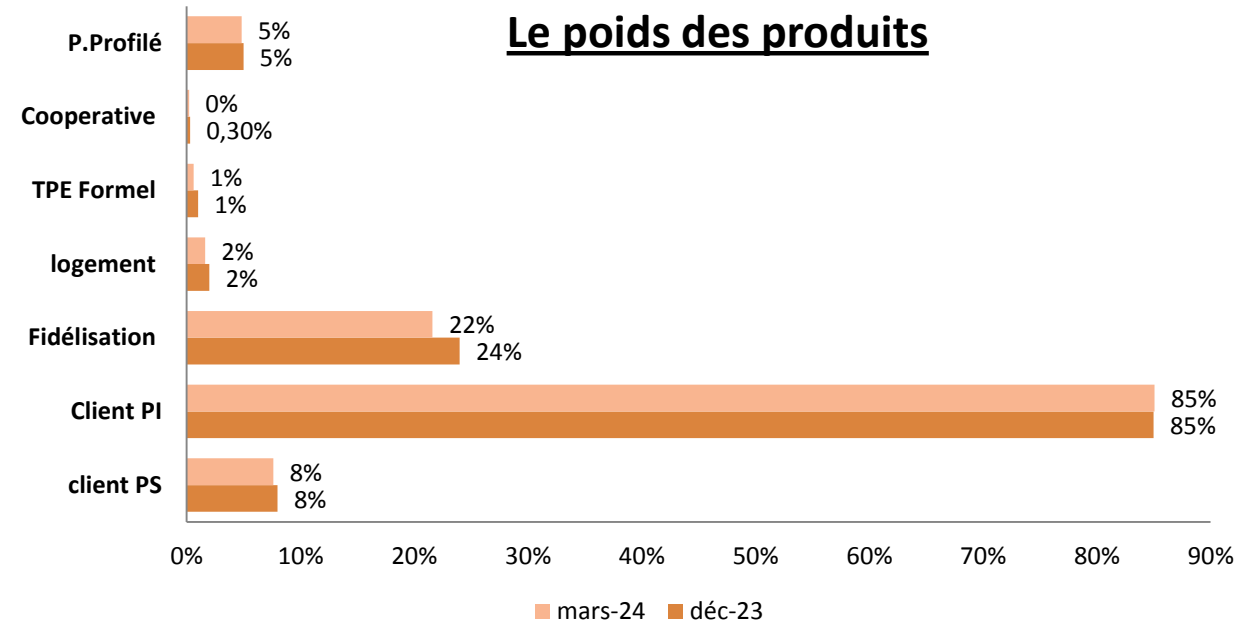
L'analyse de la fluctuation du nombre des clients en 2023

Le nombre de clients par tranche d'âge



- Le nombre des clients âgés de <35ans a évolué de **21%** avec un poids de **30%**, tandis que le nombre des clients âgés de +60ans représentent **13%** avec **une baisse de 3%** en mars 2024.

Le poids des produits



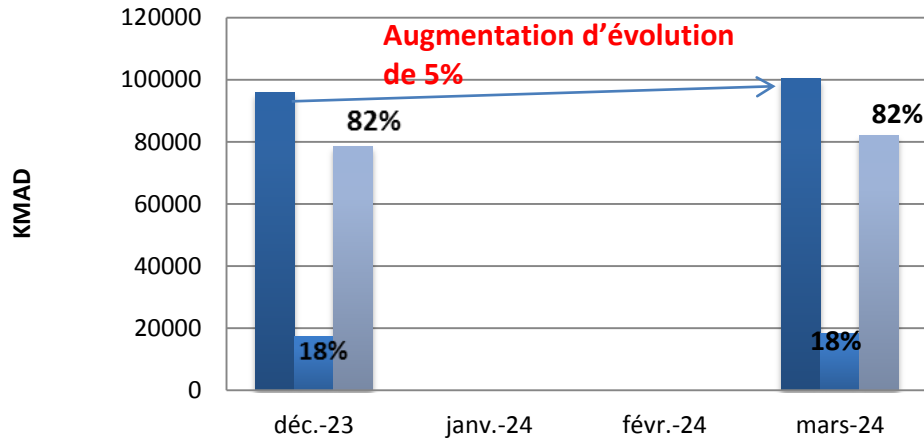
- Les clients du produit Individuel Investissement constituent une majorité du portefeuille, ils représentent **85%** avec **une augmentation de 4%**.
- Les clients du produit solidaire représentent **8%** de nos clients avec **une augmentation** de cette population de **1%** depuis mars 2024.
- Les bénéficiaires des produits de fidélisation « NOUJOURNE ATTADAMOUNE » représentent **24%** de nos clients avec **une baisse de 6%** par rapport à décembre 2023.
- les clients du produit logement représentent **2%** de nos clients avec **une baisse de 3%** par rapport à décembre 2023.
- Le nombre des clients bénéficiaires des produits profilés a évolué de **2points** avec un poids de **5%** du portefeuille client.
- Le nombre des bénéficiaires du produit coopérative a passé de **28** en décembre 2023 à **24** en mars 2024; une diminution de 14% et celui des TPE a passé de **57** à **65** soit une **augmentation de 14%**.

Encours clients

			déc-23	POIDS	mars-24	poids	Evolution
client		ENCOURS TOTAL EN KMAD	95904	100%	100339	100%	5%
	genre	clientes femmes	54861	57%	58383	58%	6%
		clients homme	41043	43%	41956	42%	2%
	age	mois de 35 ans	22462	23%	27610	27%	23%
		plus de 60 ans	13589	14%	13392	13%	-1%
	zone	rural	17489	18%	18349	18%	5%
		urbain	78414	82%	81989	82%	5%
	produit	client PS	6243	7%	6278	6%	1%
		Client PI	76869	80%	81058	81%	5%
		Fidélisation	26368	27%	24904	25%	-6%
		logement	1625	2%	1640	2%	1%
		TPE Formel	1813	2%	2065	2%	14%
		Cooperative	1140	1%	930	1%	-18%
P.Profilé		8239	9%	8365	8%	2%	

L'analyse de la fluctuation du nombre des clients en 2023

Encours par zone

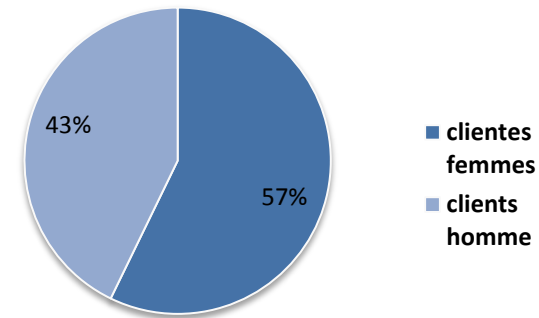


	déc.-23	mars-24
ENCOURS TOTAL	95904	100339
rural	17489	18349
urbain	78414	81989

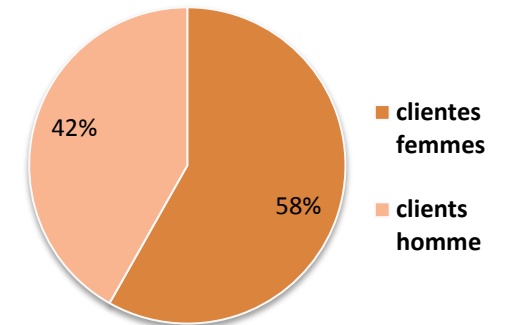
- L'encours global a connu **une augmentation de 5%** en passant de **95904KMAD** à **100339KMAD** par rapport à décembre 2023.
- L'encours octroyé au client ruraux a connu **une augmentation de 5%** en mars 2024 par rapport à décembre 2023 et représente **18%** de l'encours global, contre **82%** des clients urbains qui a augmenté de **5%**.

Encours par genre

Déc-23



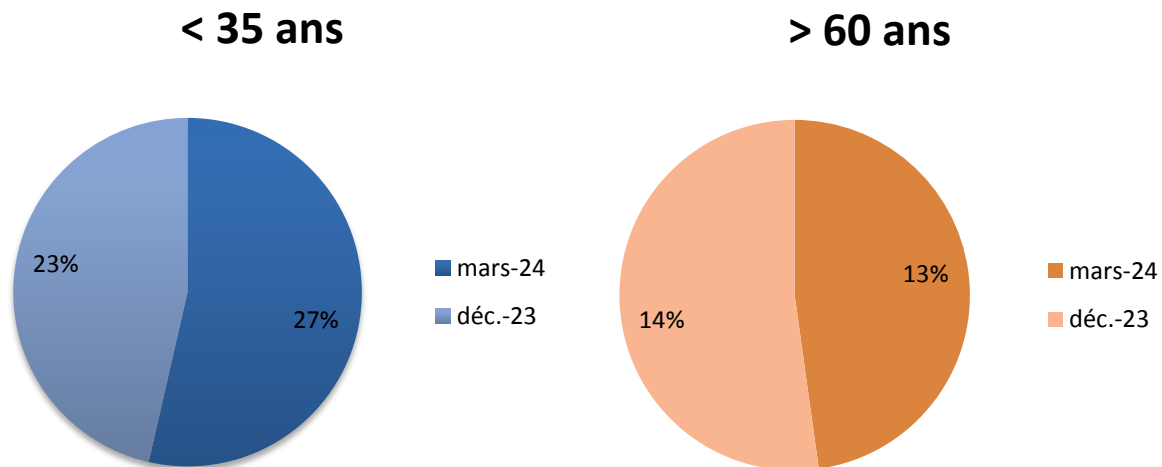
Mars-24



- L'encours octroyé aux femmes a **augmenté de 6%** et représente actuellement **58%** de l'encours global. Ainsi que celui octroyé aux hommes qui a aussi **augmenté de 2%** par rapport à décembre 2023 et il représente **42%** de l'encours global.

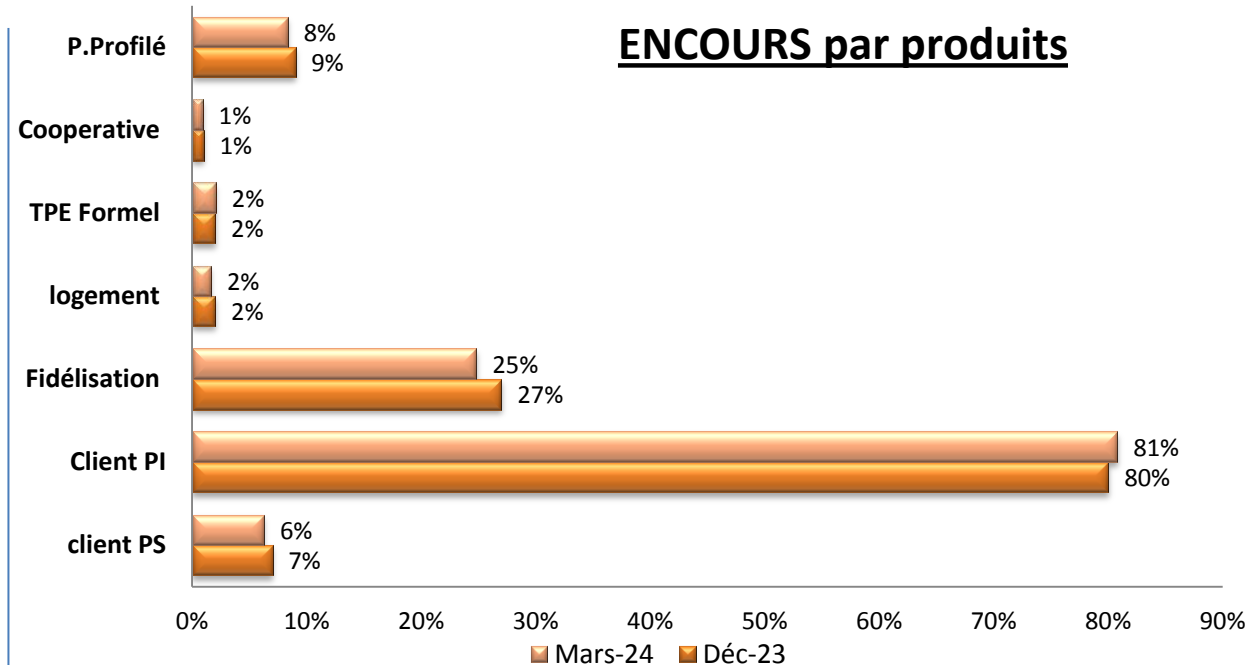
L'analyse de la fluctuation du nombre des clients en 2023

ENCOURS par tranche d'âge



- L'encours des clients ayant +60 ans représente **13 %**, avec **une diminution de 1%** en mars 2024 par rapport à décembre 2023, contre un encours des jeunes ayant -35 ans qui a connu une **augmenté de 23%** en représentant **27%** de l'encours global.

ENCOURS par produits

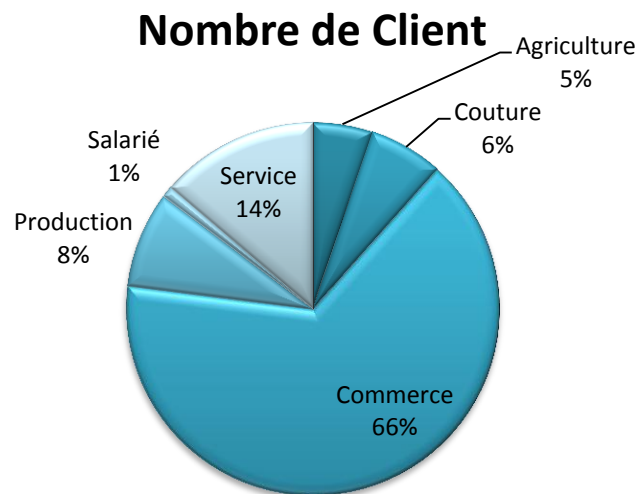


- Forte concentration de l'encours affecté au produit individuel avec un taux **de 81%** soit **une augmentation de 5%** par rapport à décembre 2023.
- L'encours affecté aux produits de fidélisation (NOUJOUME ATTADAMOUNE) représente **25%** de l'encours global avec **une baisse de 6%**.
- L'encours du produit solidaire constitue **6%** de l'encours global avec **une augmentation de 1%**.
- l'encours des produits profilé représente **8%** de l'encours global avec **une augmentation de 2%**.
- L'encours des produits de logement, TPE et coopérative ne représentent que **2%** de l'encours global.

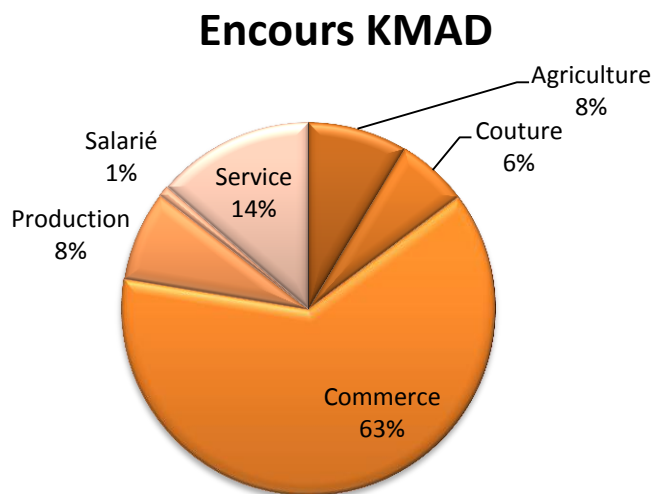
Concentration par secteur d'activité; encours moyen et PAR

Activités	Nbr Client	Encours KMAD	Poids	PAR 30 (encours)	% PAR30 / encours Produit
Agriculture	543	8609	9%	38	0.4%
Couture	673	6216	6%	171	3%
Commerce	6877	63024	63%	2436	4%
Production	866	7811	8%	312	4%
Salarié	111	996	1%	38	4%
Service	1442	13681	13%	514	4%
TOTAL	10512	100339	100%	3509	3%

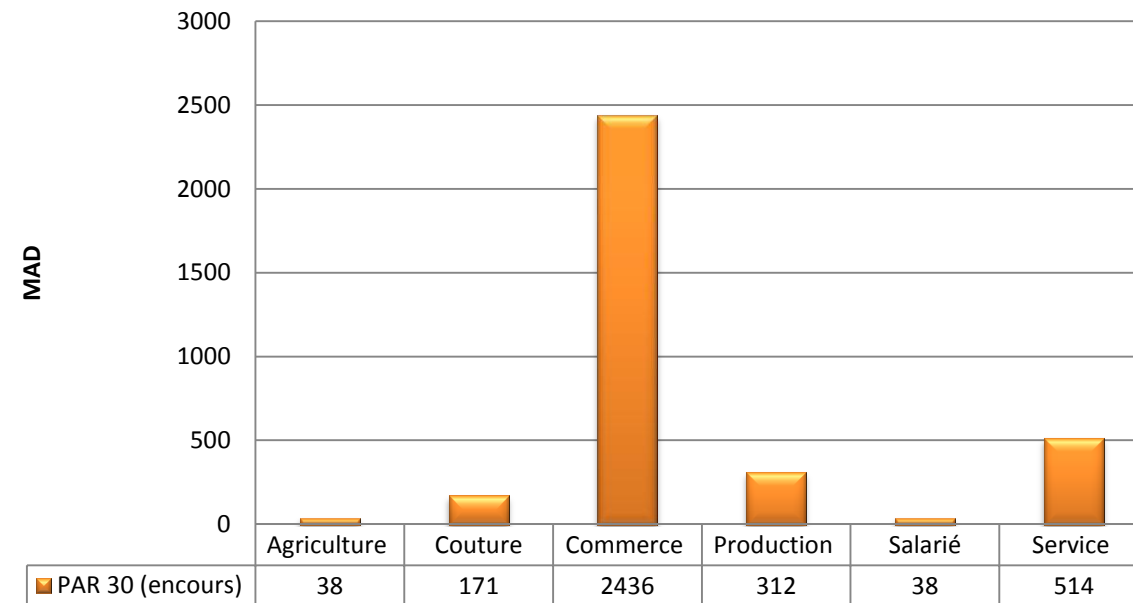
Analyse du portefeuille à risque par secteur d'activités



- Le nombre des clients et les encours octroyés au secteur commercial représente la majorité du portefeuille .



PAR 30-180 (encours KMAD)



- Les activités du **secteur commercial** représentent le plus de risque vu qu'elles enregistrent un montant de **2436MAD** en termes de PAR.
- Les activités de **service** prennent la 2ème place à savoir **514MAD**.

Poids du portefeuille à risque par segments

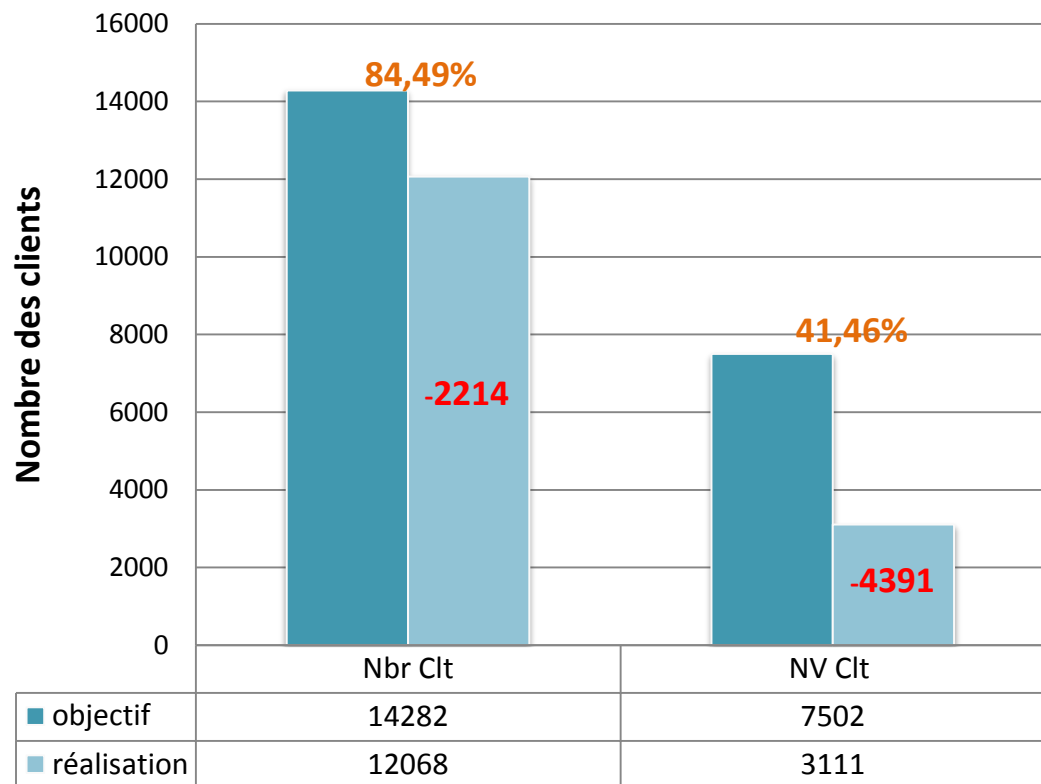
			PAR 30 / EG	PAR 30/ EP
client	genre	Femmes	2%	3%
		Homme	2%	4%
	age	< 35 ans	1%	5%
		Entre 35 et 60 ans	2%	3%
		<60 ans	0.4%	3%
	zone	rural	0,4%	2%
		urbain	3%	4%
	produit	client PS	0.05%	7%
		Client PI	3%	4%
		Fidélisation	1%	3%
		logement	0,05%	3%
		TPE Formel	0,02%	1%
		Coopérative	0%	0%
		P. Profilé	0.03%	0.4%
	Cycles	Cycle 1-2	0%	0%
Cycle 3-5		0.01%	5%	
6 et plus		3%	3%	

L'analyse du PAR sur l'encours des segment analysés montre que:

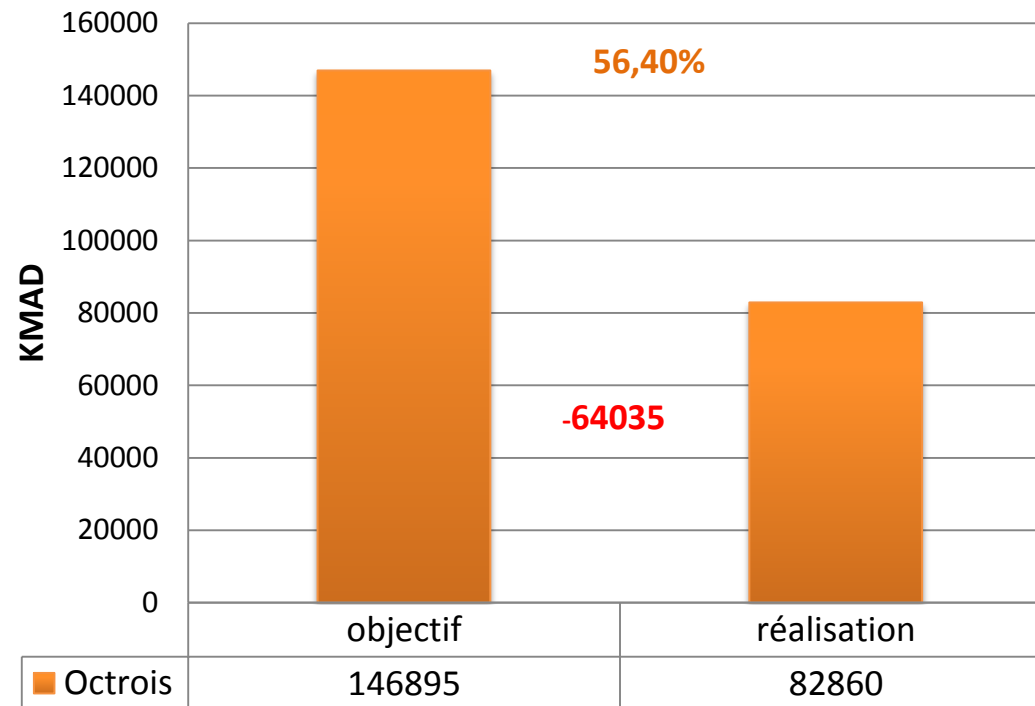
- La zone Urbaine est exposée à plus de risque puisque il représente **4%** du PAR/encours global du segment, alors que celui de la zone rurale ne représente que **2%**.
- Les clients de - 35 ans présentent un PAR 30 sur l'encours global du segment de **5%**.
- Pour les clients âgés entre 35-60, le PAR 30 sur l'encours global est **de 3%**, indiquant un niveau de risque supérieur par rapport aux plus jeunes.
- Les octrois relatifs au produit Individuel investissement sont les plus exposés à des défaillances de remboursement puisqu'ils enregistrent **3%** du PAR/encours global et **4%** de l'encours du produit ainsi le produit de fidélisation.
- L'analyse du PAR démontre que le risque est plus concentré lors des **3 èmes étapes** de l'expérience client.

Comparaison des objectifs par rapport aux réalisations

Les réalisations par rapport aux objectifs



Octrois



- Le rapport d'activité du mois décembre 2023, ressorte la réalisation cumulée de **84,49%** des objectifs en termes de nombre client , **41,46%** de nouveau client et **56,40%** d'octroi.

Nos chiffres/secteur

La comparaison de nos chiffres avec ce qui enregistre le secteur au Maroc , selon le TDR de secteur affichés par le CMS en septembre 2023, ressorte ce qui suit:

- L'encours /client est au-dessous de celui du secteur qui est de **11 KMD** alors que celui de ATTADAMOUNE MF est **10 KMD**.
- l'encours moyen/salarié du réseau ATTADAMOUNE MF est au-dessous de ce qui enregistre par le secteur ; soit **510 KMAD** réalisé contre **1377 KMAD** affiché dans le secteur .
- Le nombre de client moyen par salarié de Réseau et inférieur à celui enregistré dans le secteur soit **54** client(e)s par salarié de réseau chez ATTADAMOUNE MF contre **124** enregistré dans le secteur.

	ATTADAMOUN MICRO-FINANCE Mars-24	Secteur Mars-24	Poids
Salarié	206	7463	2,8%
Salarié réseau	184	6621	2,8%
Salarié siège	41	842	4,9%
Encours KMAD	100339	8 768 773	1,1%
Nbr CLT	10512	769 809	1,4%
Nbre Clt/ salarié réseau	57	116	49,0%
Encours/client	10	11	87,8%
Encours/salarié réseau	545	1324	41,2%
Client solidaire	801	170 710	0,5%
Client individuel	8944	599 099	1,5%
Client rural	1 698	508 790	0,3%

Point sur l'engagement écologique



	Oct - Déc 2023	Jan- Mar 2023	Variation
Eau & Elec	72 654	43 815	-40%
Tonner	29 540	16 380	-45%
Déplacement	218 347	277 083	27%
Chiffre en DH			

- la consommation d'eau; électricité; a connu une baisse de -40% au 1^{er} trimestre 2024 par rapport au 4^{ème} trimestre 2023,
- Baisse de la consommation des fournitures de bureau;
- Hausse de la consommation du gasoil (frais de déplacement) de 27 % suite au lancement des actions terrain relative au projet SSNUP