|  |
| --- |
| **Requête pour une mise à l’échelle de produit** |
| Titre du projet |  |
| Pays de mise en œuvre |  |

**Instructions pour le remplissage du formulaire :**

* En remplissant le formulaire, prière **de ne pas dépasser le nombre maximum de lignes indiqué** et servez-vous des questions fournies comme orientation. Remplissez uniquement les cases **blanches**.
* La demande d’appui ne sera considérée que si les conditions d’éligibilité et de sélection décrites à la fin de ce formulaire et sur le site web de SCBF ne sont pas remplies.
* Les Propositions de projet doivent être soumises en **Anglais**. Dans des cas exceptionnels, elles peuvent être soumises en Français et en Espagnol – prière de consulter le Secrétariat de SCBF avant la soumission.
* Tous les montants doivent être libellés en Francs Suisses (**CHF**) et les plus grands montants en milliers de Francs Suisses (**CHF ,000)**.

|  |
| --- |
| **1. Proposition de projet pour la mise à l’échelle**  |

**1.1. Informations générales**

|  |  |
| --- | --- |
| Chef d’équipe (nom, fonction) |  |
| Durée du projet |  |
| Coût total (Voir Annexe 1) |  |
| Contribution de SCBF (Voir Annexe 1) |  |
| Contributions de l’Institution Financière Partenaire – IFP (Voir Annexe 1)  |  |
| Contributions du bénéficiaire de la subvention |  |
| Contributions de tierce partie (identifiez la tierce partie ; Voir Annexe 1) |  |
| Informations additionnelles/commentaires |  |

**1.2. Brève description du projet de mise à l’échelle** (***max. 80 lignes*** – couvrant les 5 questions ci-dessous)

|  |
| --- |
| 1.2.1. Quel est **l’objectif fondamental** de ce projet ? Décrivez de façon sommaire les objectifs ciblés en termes de personnes à toucher (ceci doit être cohérent avec 1.4.1). |
|  |
| 1.2.2. Quels sont les **principaux jalons/étapes**, leur **date limite de réalisation** ainsi que les **domaines réels d’activités** du processus de mise en œuvre du projet (tels qu’illustrés dans le plan de mise en œuvre figurant en Annexe 1) ? |
|  |
| 1.2.3. Quelles **activités préparatoires** avez-vous mis en œuvre jusque-là ?  |
|  |
| 1.2.4. Quelles innovations en termes de produit financier ou canal de distribution “en faveur des populations démunies” souhaitez-vous mettre en place ?  |
|  |
| 1.2.5. Indiquez toute contribution à **l’éducation financière** des clients à faible revenu  |
|  |

**1.3. Pertinence du projet pour le développement** (***max. 25 lignes*** – couvrant les 3 questions ci-dessous)

|  |
| --- |
| 1.3.1. Aperçu de la **vision du gouvernement en matière d’inclusion financière** (en passant en revue les documents relatifs aux plans de développement du secteur financier, aux stratégies de réduction de la pauvreté et assimilés etc.  |
|  |
| 1.3.2. Indiquez le niveau de l’inclusion financière sur le plan national et dans les zones (régions) d’opération de l’Institution Financière Partenaire (IFP) : comme par exemple le taux de pénétration de services financiers spécifiques, le ratio de profondeur de la portée des services financiers, nombre de comptes bancaires par ménage etc. |
|  |
| 1.3.3. Indiquez la **part de marché de l’Institution Financière Partenaire** ainsi que sa capacité à mettre à l’échelle des services financiers orientés sur les besoins des clients et sensibles au genre (compréhension des besoins du client, capacité financière et institutionnelle, le système de gouvernance pour traduire la mission sociale dans la pratique). |
|  |

**1.4. Effets /Résultats attendus (*max. 50 lignes*** – couvrant les 6 questions ci-dessous)

|  |
| --- |
| 1.4.1. **Indiquez l’accroissement attendu du nombre de clients** (du fait de cette intervention) à la fin du projet et trois ans plus tard, **en désagrégeant le nombre par catégories/groupes de clients** (ménages à revenu faible, petits agriculteurs, PME), **genre**, et **localité** (rural, urbain). Veuillez fournir des arguments valides soutenant vos hypothèses de projection. |
|  |
| 1.4.2. **Quel montant d’investissement (fonds propres ou dettes) espérez-vous mobiliser** pour financer l’accroissement du volume d’affaires (portefeuille) de l’Institution Financière Partenaire ? |
|  |
| 1.4.3. Décrivez en quoi le **rôle de l’Institution financière Partenaire sera renforcé dans la sphère de l’inclusion financière** et quels **effets de démonstration positifs** aurait-elle sur le secteur financier concerné, voire au-delà ? |
|  |
| 1.4.4. De quelle manière (par exemple accès aux services financiers, accès à des services financiers plus orientés-client, création de revenus et d’emploi, réduction des risques affectant les moyens de subsistance etc.) les **clients à faible revenu vont-ils bénéficier des services offerts** et **comment allez-vous mesurer cela** (enquête de satisfaction des clients par exemple) ? |
|  |
| 1.4.5 Quels mécanismes **d’assurance-qualité** mettrez-vous en place pour garantir que les résultats seront atteints (***max. 10 lignes***) |
|  |
| 1.4.6 Décrivez quelles dispositions avez-vous pris afin de faire de cette intervention-là **plus efficiente** possible (***max. 10 lignes)*** |
|  |

|  |
| --- |
| **2. Informations sur le (s) Demandeur (s) d’appui et l’Institution financière Partenaire** |

**2.1. Informations Générales sur le Demandeur** *(****dans le cas d’un consortium/groupe de travail, les données ci-dessous doivent être saisies pour chaque partenaire en copiant la matrice ci-dessous. Il faut indiquer l’agence lead****)*

|  |  |
| --- | --- |
| Nom de l’organisation |  |
| Adresse, incluant le site web |  |
| Coordonnées - Contact (Nom, téléphone, e-mail) |  |
| Statut Légal |  |
| Approbation par le membre de SCBF |  |
| Déclaration d’intérêt personnel  |  |

**2.2. Institution Financière Partenaire** *(****s’il y en a plus d’une, il faudra saisir les données ci-dessous pour chacune d’elles en copiant et en collant les sections 2.2.1 à 2.2.4.***

**2.2.1. Informations générales**

|  |  |
| --- | --- |
| Nom de l’organisation |  |
| Adresse, incluant le site web |  |
| Coordonnées - Contact (Nom, téléphone, e-mail) |  |
| Statut Légal – date de création |  |
| Numéro au Registre du Commerce  |  |
| Type d’institution financière |  |
| Principaux partenaires de l’Institution Financière |  |
| Structure du capital |  |

**2.2.2. Informations financières et personnel (3 dernières années et/ou projections, si possible)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Montant en milliers de Francs Suisses (,000) | [An -3] | [An -2] | [An -1] | [An 0] | [An +1] | [An +2] | [An +3] |
| Bénéfice/Perte Annuel (le) |  |  |  |  |  |  |  |
| Fonds Propres  |  |  |  |  |  |  |  |
| Total Actif  |  |  |  |  |  |  |  |
| Nombre du personnel |  |  |  |  |  |  |  |
| Autosuffisance opérationnelle |  |  |  |  |  |  |  |
| Retour sur Actif |  |  |  |  |  |  |  |

Note : on pourrait plus tard vous demander de fournir les états financiers audités.

|  |
| --- |
| Pour les institutions financières Institutions offrant des services de type bancaire aux ‘populations démunies’ ***[prière du supprimer ce tableau s’il ne s’applique pas dans votre cas]*** |
| Montant en milliers de Francs Suisses (,000) | [An -3] | [An -2] | [An -1] | [An 0] | [An +1] | [An +2] | [An +3] |
| Valeur totale des dépôts  |  |  |  |  |  |  |  |
| Nombre de déposants\* |  |  |  |  |  |  |  |
| Montant moyen du dépôt/ par déposant |  |  |  |  |  |  |  |
| Déposants du sexe féminin (%) |  |  |  |  |  |  |  |
| Déposants du milieu rural (%) |  |  |  |  |  |  |  |
| Portefeuille brut de crédit |  |  |  |  |  |  |  |
| Nombre d’emprunteurs actifs\* |  |  |  |  |  |  |  |
| Montant moyen du crédit / par emprunteur |  |  |  |  |  |  |  |
| Emprunteurs actifs du sexe féminin\* |  |  |  |  |  |  |  |
| Emprunteurs actifs du milieu rural (%) |  |  |  |  |  |  |  |
| PAR 30 jours |  |  |  |  |  |  |  |
| Nombre de clients pour d’autres services (assurance par exemple) |  |  |  |  |  |  |  |

*\* le nombre de personnes ayant un crédit en cours ou un solde positif de dépôt ou ceux qui sont responsables de rembourser tout ou partie d’un crédit.*

|  |
| --- |
| Pour les institutions financières Institutions offrant des services d’assurance aux ‘populations démunies’ ***[prière du supprimer ce tableau s’il ne s’applique pas dans votre cas]*** |
|  |
| Agrément ou Autorisation d’exercer : | [ ] Assurance**-**Vie [ ]  Autres Assurances |
| **Offre de produits d’assurance : *prière de répondre aux questions pour toutes les lignes de produits pertinentes en renseignant le tableau ci-dessous. Commencez par la ligne de produits la plus importante en termes de nombre de clients. Au besoin, ajoutez d’autres tableaux, si vous offrez plusieurs lignes de produits pertinentes.*** |
| **1) Agriculture (récolte, élevage) /Catastrophe (inondation, sècheresse, tempête, séisme) /Vie (crédit)/ Fonds/Funérailles/Santé/Propriété *[please delete all except the 1st important product group]*** |
| Type | [ ] Obligatoire [ ]  Volontaire |
| Fonctions assumées (par exemple souscription ; gestion des réclamations & règlement ; administration des polices d’assurance ; ventes & marketing, etc.) |  |
| Population cible (description sommaire) |  |
| Spécifiez les méthodes de distribution (au guichet ; porte à porte ; téléphone portable ; cartes prépayées ; Télémarketing) |  |
| Projections | [An 0] | [An +1] | [An +2] | [An +3] |
| # total de clients à faible revenu |  |  |  |  |
| 1. # de clients souscripteurs
 |  |  |  |  |
| 1. % de femmes parmi les souscripteurs
 |  |  |  |  |
| 1. # personnel formé
 |  |  |  |  |
|  |
| **2) Agriculture (récolte, élevage) /Catastrophe (inondation, sècheresse, tempête, séisme) /Vie (crédit)/ Fonds/Funérailles/Santé/Propriété *[please delete all except the 2nd most important product group]*** |
| Type | [ ] Obligatoire [ ]  Volontaire |
| Fonctions assumées (par exemple souscription ; gestion des réclamations & règlement ; administration des polices d’assurance ; ventes & marketing, etc.) |  |
| Population cible (description sommaire) |  |
| Spécifiez les méthodes de distribution (au guichet ; porte à porte ; téléphone portable ; cartes prépayées ; Télémarketing) |  |
| Projections | [An 0] | [An +1] | [An +2] | [An +3] |
| # total de clients à faible revenu |  |  |  |  |
| 1. # de clients souscripteurs
 |  |  |  |  |
| 1. % de femmes parmi les souscripteurs
 |  |  |  |  |
| 1. # personnel formé
 |  |  |  |  |

**2.2.3. Description sommaire de l’institution financière Partenaire** (***max. 20 lignes***)

|  |
| --- |
| Profil sommaire (propriété, produits financiers offerts) |
|  |
| Vision/mission, stratégie d’affaires et objectifs (incluant ceux relatifs à l’atteinte des clients à faible revenu, des petits agriculteurs, des petites et moyennes entreprises). |
|  |
| Références, telles que les rapports de notation (prière de joindre à la requête) |
|  |

**2.2.4. Engagement à se conformer aux principes de protection des clients de la Smart Campaign (ou à des principes similaires pour les banques)** (***max. 20 lignes***)

|  |
| --- |
| Comment l’Institution Financière va-t-elle assurer la conformité par rapport aux normes de protection de la Smart Campaign ? [Référez-vous au site de la Smart Campaign [smart campaign principles](http://www.smartcampaign.org/about-the-campaign/smart-microfinance-and-the-client-protection-principles)] pour plus d’informations. |
| **Adhésion aux principes de protection des clients de la Smart Campaign :****Développement de produits et mécanismes appropriés** :**Prévention du surendettement** : **Transparence** : **Tarification Responsable** : **Confidentialité des données des clients** : **Traitement équitable et respectueux des clients** :**Mécanisme de résolution des plaintes** : |

**2.2.5. Données de mesure de la performance sociale, y compris la méthodologie utilisée.**

S’il n’y a pas de données disponibles, prière d’indiquer le mécanisme de mesure des résultats (***max. 10 lignes***)

|  |
| --- |
|  |

**2.2.6. Contraintes clés empêchant d’étendre massivement les services financiers aux clients à faible revenu** - contraintes d’ordre règlementaire, organisationnel ou celles liées à l’environnement du secteur financier etc. (***max. 15 lignes***)

|  |
| --- |
|  |

**2.3. Commentaires additionnels (facultatif)** (***max. 10 lignes***)

|  |
| --- |
|  |

**Annexes (les requêtes ne seront considérées que si elles sont accompagnées des 2 annexes suivantes)** :

**Annexe 1 :** **Plan de mise en œuvre & Budget & TDR (Termes de Reference)** : Prière de soumettre le fichier Excel avec le formulaire de demande. Vous pouvez télécharger le formulaire de demande en cliquant sur ce lien [click here](http://scbf.ch/templates/). Remplissez uniquement les cases blanches sur les feuilles de calcul du fichier Excel. N’oubliez pas d’inclure le nombre de jours de travail des consultants ainsi que le temps à passer sur et hors du site du projet.

**Annexe 2 :** **CV** de tous les consultants proposés dans l’Annexe I (Soumettre un fichier Word ou PDF séparé pour chaque consultant)

**Par cet acte, je confirme que toutes les informations fournies dans cette requête sont complètes et correctes :**

**Nom/titre** : **Date** : [*jj/mm/aaaa]*

**Organisation :** **Signature** : [*requise]*

|  |
| --- |
| Sachez que le formulaire de demande ne sera étudié que si les critères d’éligibilité et de sélection présentés ci-après sont remplis |

|  |
| --- |
| **Critères d’Éligibilité et de Sélection de SCBF** |
|[ ]  Un des pays éligibles au financement de SCBF [eligible countries](http://scbf.ch/application/eligible-countries-under-the-scbf/) *(requis lorsque le financement vient de SDC – Agence Suisse pour le Développement)* |
|[ ]  Contribution substantielle d’au moins 20%*(Une contribution moindre peut être acceptée pour les organisations gouvernementales et les institutions immatures. Ceci est aussi valable pour les 2 autres types de financement – le comité du projet décide au cas par cas pour contribution plus faible)* |
|[ ]  Engagement de la haute direction *(requis)* |
|[ ]  Autosuffisance financière et institutionnelle atteinte ou sur une trajectoire menant à l’autosuffisance *(si applicable)* |
|[ ]  Mission sociale claire visant à server les clients à faible revenu, notamment les femmes, de préférence en milieu rural *(requis)* |
|[ ]  Engagement à se conformer aux pratiques de financière responsable ([Smart Campaign](http://www.smartcampaign.org/about/smart-microfinance-and-the-client-protection-principles)) *(requis)* |
|[ ]  Système de mesure de la performance sociale ou notation sociale disponible *(désirable)* |
|[ ]  Potentiel suffisant pour atteindre au moins 4 000 nouveaux clients (ménages à faible revenu, petits agriculteurs et PME) *(requis)* |
|[ ]  Services financiers/services d’assurance et dispositifs de livraison innovants qui réduisent les coûts de transaction pour les clients et pour l’institution *(désirable)* |
|[ ]  Formation du personnel des institutions financières *(désirable)* |
|[ ]  Mobilisation et développement des compétences locales/régionales à travers le recrutement de consultants locaux et en faisant en sorte que les consultants internationaux passent au moins 60% de leur temps sur site *(désirable)* |
|[ ]  Contribution à la production et au partage des connaissances dans l’industrie *(désirable)* |
|[ ]  Se concentrer plutôt sur de petites équipes d’assistance et favoriser les spécialistes intervenant sur le moyen terme *(désirable)* |