Plus forts ensemble pour l'inclusion financière

RAPPORT ANNUEL **2020**

ADVANS
Growing together

Ce que disent **nos clients**

Mbolloh Oben

Imprimeur, Cameroun

“ Grâce au crédit qui m’a été accordé par Advans, j’ai pu acheter une nouvelle imprimante et cela m’a beaucoup aidé à poursuivre mes activités. ”

Pendant la crise de Covid-19, Advans m’a octroyé un délai supplémentaire, ainsi que la possibilité d’obtenir un autre crédit. Grâce à Advans, j’ai pu trouver un équilibre au moment où j’étais le plus touché par la crise.

Lotfi Frioui

Agriculteur, Tunisie

“ J'ai pu honorer mes échéances facilement grâce à la carte Mobitasdid sans avoir à me déplacer. ”

Quand la crise Covid-19 a frappé, mes stocks de denrées périssables n’ont pas pu être vendus, ce qui a considérablement réduit mes revenus et ma capacité à rembourser mes dettes. J’ai décidé de solliciter un troisième crédit auprès d’Advans pour acheter une vache afin d’augmenter mes rentrées. J’ai également été très reconnaissant pour le don d’Advans, que j’ai gardé en cas d’urgence. J’envisage un autre crédit d’Advans pour financer mon rêve de développer davantage mon projet et d’étendre mon activité.

Daw Myint Myint Khaing

Fournisseur de produits alimentaires et de légumes, Myanmar

“ Grâce au soutien d’Advans Myanmar, nous avons bénéficié d’un délai supplémentaire de quatre mois, ce qui nous a permis d’économiser de l’argent sans nous soucier du remboursement. ”

Je tiens une petite épicerie. Pendant la crise de Covid-19, j’ai eu moins de clients et mes ventes ont chuté à cause des règles de distanciation sociale. Une crise qui a ainsi réduit les revenus de notre famille. Grâce au crédit reçu d’Advans, nous avons pu économiser de l’argent. Nous avons investi nos économies dans le magasin afin de reprendre notre activité normalement, et nous avons pu améliorer notre situation financière.

Guillaume Gnankou

Boulangère, Côte d’Ivoire

“ Grâce au crédit que j'ai reçu d'Advans Côte d'Ivoire, j'ai pu relancer mon activité après la crise de Covid-19. ”

Je peux gérer mon compte et épargner avec le service « Mobilité » (USSD) d’Advans Côte d’Ivoire sans avoir à me déplacer. Je suis particulièrement satisfaite de leurs services.

Message de **notre Président**

En 2020, la pandémie mondiale de Covid-19 a provoqué une crise sanitaire, économique et sociale d'une ampleur sans précédent, avec une contraction de la croissance mondiale estimée à -3,5 %[1]. Bien que ce chiffre soit inférieur pour l'Afrique subsaharienne, où se trouve la majorité des filiales d'Advans, avec -2,6 %, le chemin de la reprise sera inégal et dépendra d'une multitude de facteurs.

Les micro, petites et moyennes entreprises (MPME) et autres clients de la microfinance ont été particulièrement fragilisés pendant la crise. Les restrictions liées au confinement et les perturbations affectant les chaînes d'approvisionnement qui en ont résulté, ainsi que la diminution de la demande, ont eu des répercussions négatives significatives sur leurs opérations. De nombreux clients des IMF ont rencontré ou rencontrent encore des difficultés pour rembourser leurs crédits. 89 % d'entre eux déclarent que leur situation financière s'est aggravée et 43 % affirment avoir dû réduire leur consommation alimentaire à cause de la crise de Covid-19.[2]

“Nous n'aurions pas pu soutenir nos clients au plus fort de la crise sans le soutien financier et l'assistance technique que nous ont apportés nos actionnaires, partenaires et bailleurs de fonds.”

La vulnérabilité accrue de nos clients a nécessité la pleine mobilisation des équipes d'Advans à travers le monde. **Nous avons adapté nos services à leurs situations spécifiques, en leur offrant les solutions financières dont ils avaient besoin pour rester résilients.** Nous n'aurions pas pu soutenir nos clients au plus fort de la crise sans le soutien financier et l'assistance technique que nous ont apportés nos actionnaires, partenaires et bailleurs de fonds. Ces nombreux efforts nous ont permis de garantir un niveau de performance stable en servant plus de 1,09 million de clients à fin 2020, avec un portefeuille de crédits total de 1,05 milliard d'euros et plus de 671 millions d'euros de dépôts.

La crise a également révélé l'importance des solutions digitales pour le secteur de la microfinance, que ce soit pour contacter les clients, permettre des transactions à distance ou former le personnel. Les solutions digitales ont permis à Advans et à d'autres IMF de poursuivre leurs activités alors que les déplacements étaient limités ou tout simplement impossibles, Advans ayant observé une augmentation de 38 % de l'utilisation de ses canaux digitaux. **La pandémie a été un catalyseur favorisant l'accélération de la transformation digitale d'Advans et elle a confirmé la nécessité d'équiper nos collaborateurs et nos clients d'outils digitaux par le biais d'un modèle hybride « high tech, high touch », notre priorité pour les années à venir.**

Pour conclure, au nom du Conseil d'administration, je tiens à remercier les personnes qui ont travaillé sans relâche et soutenu le groupe pendant l'un des moments les plus difficiles de l'histoire d'Advans : la Direction et les collaborateurs du groupe, les actionnaires, les partenaires et toutes les autres parties prenantes. La crise de Covid-19 a mis en exergue l'importance de soutenir les MPME dans les moments les plus pénibles avec des solutions financières flexibles et adaptées aux besoins des clients. **Advans a prouvé son ingéniosité et sa capacité à continuer à servir ses clients lorsqu'ils en avaient le plus besoin, tout en travaillant dur pour maintenir un portefeuille pérenne.** L'année 2020 nous a permis de tirer des leçons précieuses qui nous rendront encore plus forts face aux défis futurs.

Eelko Bronkhorst
Président du Conseil d'Administration d'Advans SA

1 World Economic Outlook Update, 2021

2 60db. « 60 Decibels | Your Impact, in One Place. » https://app.60decibels.com/covid-19/financial-inclusion#explore

Message de **notre Directeur Général**

2020 a sans aucun doute été l'année la plus difficile de l'histoire d'Advans. Malgré un contexte mondial sans précédent, **Advans a adopté une approche proactive pour assurer la santé et la sécurité de ses clients et de ses collaborateurs.**

Lorsque le virus a frappé, nous avons immédiatement pris plusieurs décisions visant à garantir aux clients l'accès à nos services. Il s'agissait notamment de les sensibiliser aux mesures de protection de base contre le virus, d'adapter les horaires de travail des agences (lorsqu'elles étaient ouvertes) et de limiter le nombre de collaborateurs et de clients présents en même temps dans les halls des banques. Nous avons réduit les déplacements du personnel de terrain, avec des visites aux clients et un suivi par téléphone. Nous avons également mis l'accent sur le renforcement de nos canaux de distribution alternatifs, permettant aux clients d'effectuer des transactions depuis leur domicile, en toute sécurité. Il s'agissait notamment de services USSD comme Mobibank au Ghana, ou de solutions digitales comme l'application Advans Mobile au Nigeria. **L'adoption des canaux digitaux et alternatifs s'est accélérée pendant la pandémie, 45 % des transactions étant effectuées en dehors des agences.**

"Au total, plus de 150 000 clients ont adopté les solutions sur mesure proposées par Advans."

Nous savions que notre clientèle MPME serait fortement touchée par la pandémie. Notre réponse immédiate fut de la soulager de la charge que représentait le remboursement de ses crédits. **Nous avons rapidement prolongé les échéances afin de réduire l'impact de la crise sur les moyens de subsistance de nos clients. Au fur et à mesure de l'évolution de la crise, nous avons déployé une nouvelle plateforme digitale, Juakali, afin d'entretenir un contact régulier avec nos clients et de suivre l'évolution de leur situation propre. Plus de 63 % des entreprises de nos clients ont été touchées par la pandémie, plus de 67 % d'entre elles ayant dû fermer leurs portes ou réduire leurs heures d'ouverture**[3]. Après avoir évalué leurs besoins, nous avons proposé des solutions financières telles que des restructurations de plans de paiement, des prolongations et des crédits de reprise d'activité. Au total, plus de 150 000 clients ont adopté les solutions sur mesure proposées par Advans. En outre, en Tunisie, nous avons également mis en place un programme d'accompagnement pour 1 000 clients, offrant conseils et soutien pour aider les plus touchés à se remettre sur pied.

2020 a également été l'année du lancement officiel de la phase 1 du programme de transformation digitale d'Advans, AIR+. La pandémie a confirmé et accéléré le besoin d'outils digitaux pour renforcer l'efficacité du personnel et la satisfaction des clients. AIR+ nous permettra d'élaborer un modèle d'entreprise axé sur les données, avec des processus digitalisés, un stockage centralisé des données, une infrastructure informatique optimisée et une sécurité informatique renforcée. AIR+ nous permettra de travailler avec une plus grande agilité et en nous alignant davantage sur les besoins des clients, lesquels ont évolué à un rythme effréné depuis le début de la pandémie.

Nous avons clôturé l'année 2020 avec un bilan stable enregistrant un bénéfice net de 23 millions d'euros, grâce à des fondations solides en tant que groupe et au soutien continu de notre conseil d'administration, de nos actionnaires et de nos partenaires. Malgré un contexte difficile, nous avons pu conserver un portefeuille de crédits stable et maintenir le PAR 30 moyen du groupe à 1,24 % contre 0,9 % en 2019. **Plus que jamais, nous sommes restés unis, travaillant comme une seule équipe à travers le monde. Advans conforte son rôle d'acteur clé au service de l'inclusion financière, en s'adaptant efficacement aux défis posés par la pandémie et en continuant à servir nos clients de manière responsable.** En 2021, nous nous appuierons sur les connaissances clés des clients de 2020, et nous continuerons à déployer notre programme AIR+, en entrant dans une phase pilote afin de renforcer notre efficacité et de répondre au mieux aux besoins spécifiques de nos clients.

Steven Duchatelle
Directeur Général, Groupe Advans

3 Résultats de l'enquête 60 Decibels réalisée auprès de 3 054 clients de 7 pays Advans (hors RDC et Côte d'Ivoire).

Conseil **d'administration**

Le conseil d'administration est responsable de la gestion d'Advans SA conformément à ses statuts et à la loi luxembourgeoise. Il est composé d'experts qualifiés ayant une expérience solide et significative dans le secteur des services financiers. Advans SA a également créé des comités afin de soutenir le Conseil d'Administration ; le comité d'Audit et des Risques, et le comité Ressources Humaines et de la Gouvernance. Un champion de Performance Sociale a également été nommé au Conseil.

Membres du Conseil d'Administration d'Advans SA* :

Eelko Bronkhorst
PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Matthias Adler

Erik Bosman

Gail Buyske

Claude Falgon

Kate Hallam

Bernard Pasquier

Harry Schoon

Hervé Schricke

* à compter de fin décembre 2020

Comité exécutif

Les services de support du groupe Advans sont basés chez Advans International à Paris. Des départements groupe et des lignes de métier forts ont été créés afin d'orienter et soutenir le développement des filiales. Advans International soutient, supervise et établit des normes groupe en fournissant aux filiales conseils, ressources et expertise.

Les membres du Comité Exécutif d'Advans International sont les suivants :

Steven Duchatelle
PRÉSIDENT

Grégoire Danel-Fedou
DIRECTEUR GENERAL

Anne-Laure Asboth
BUSINESS DEVELOPMENT

Marc Bittoun
AUDIT

Gaël Briot
ORGANISATION

Xavier Chevalier
SYSTÈMES D'INFORMATION

Laurent Clauser
RISQUE

Frédéric Mille
INVESTISSEMENT

Isabelle Montfort
FINANCE

Fanny Serre
MARKETING

Laure Vandewalle
RESSOURCES HUMAINES

Faits marquants 2020
Motiver et prendre soin des collaborateurs pendant la crise de Covid-19

Plus de **1 600** apprenants sur Talent LMS[4]

Plus de 8 000 cours suivis via Talent LMS

3 filiales pilotes

En 2020, il s'agissait de s'adapter à un contexte sans précédent et en mutation rapide. Être agile et adapter le mode de fonctionnement d'Advans figurait en tête des priorités. Les équipes des ressources humaines d'Advans se sont concentrées sur la prise en charge du personnel afin de continuer à garantir le meilleur service possible à ses clients.

Protéger et rassurer tous les collaborateurs

La priorité d'Advans était de s'assurer que les collaborateurs étaient conscients des implications du virus et s'en protégeaient. **Les filiales d'Advans ont mis en place différentes mesures préventives visant à simplifier la distanciation physique,** par exemple le télétravail et la présence limitée dans les agences (lorsqu'elles étaient ouvertes), la fourniture de matériel médical comme des masques et du désinfectant pour les mains et, de manière générale, la sensibilisation. Au Cameroun, des conseils vidéo ont été envoyés aux collaborateurs pour soutenir ceux qui s'inquiétaient des conséquences sur la santé. Les équipes RH d'Advans Côte d'Ivoire et d'Advans Tunisie ont appelé chaque employé pour les rassurer et écouter leurs préoccupations. Au Pakistan, l'une des réponses immédiates de la filiale à la crise a été l'amélioration de la politique d'assurance maladie pour l'ensemble du personnel.

Maintenir la solidarité

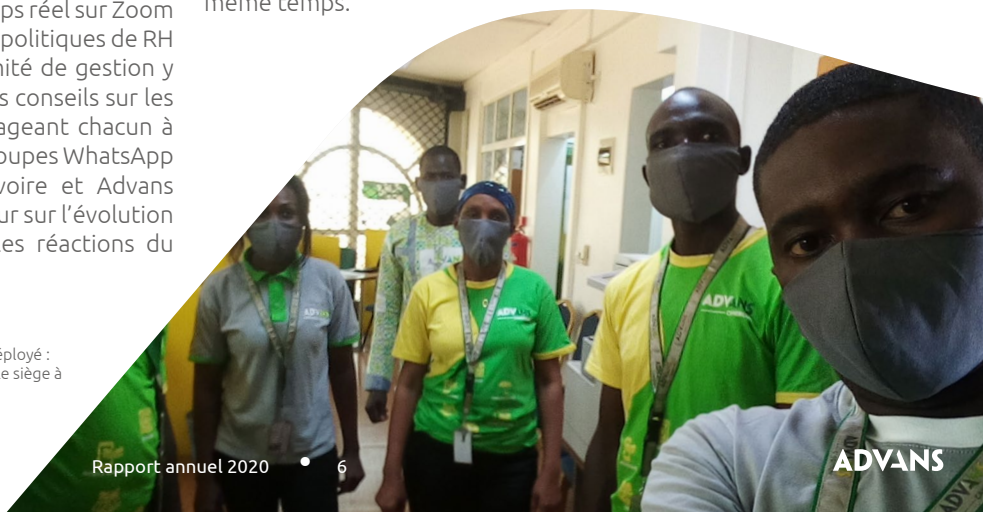
De nombreux employés étant contraints au télétravail ou ayant des contacts limités avec leurs responsables et leurs collaborateurs, **Advans a dû trouver de nouveaux moyens de rester connectés et d'encourager la communication et la solidarité.** Au Myanmar, un groupe Facebook a été activement utilisé pour communiquer sur la crise sanitaire dès qu'elle a éclaté. Au Pakistan, des sessions en temps réel sur Zoom couvrant les changements clés dans les politiques de RH ont été menées. Les membres du Comité de gestion y ont apporté des éclaircissements et des conseils sur les nouvelles dispositions tout en encourageant chacun à poser des questions. Par ailleurs, des groupes WhatsApp ont été créés chez Advans Côte d'Ivoire et Advans Cameroun pour partager des mises à jour sur l'évolution de la crise de Covid-19 et recueillir les réactions du personnel.

Tirant le meilleur parti d'une situation complexe et forte de l'expérience accumulée au cours des mois précédents, **Advans a célébré son 15e anniversaire virtuellement dans toutes les filiales, avec des connexions de nombreuses villes et agences.**

Informer et former avec des solutions digitales sur mesure

Pendant la crise, le personnel a dû gérer le télétravail et se tenir informé de l'approche d'Advans pour servir et soutenir au mieux les clients. Parce qu'ils devaient être formés à ces compétences et concepts très rapidement, **le groupe et les filiales ont travaillé à proposer des formations à distance via Zoom et ont lancé un nouveau système de gestion de l'apprentissage,** d'abord testé dans 3 filiales : en Tunisie, en Côte d'Ivoire et au Ghana. La plateforme offre la possibilité de personnaliser les cours et de revoir les cours déjà suivis. Elle encourage une utilisation régulière, peut être utilisée pour des modules de remise à niveau après des formations en face à face et facilite le partage du matériel de formation. Advans Learning Management System continuera à être déployé dans le cadre du programme de transformation digitale du groupe.

Toutes ces mesures ont permis à Advans de veiller à ce que ses équipes restent en sécurité, unies et motivées pendant les mois difficiles de la pandémie, et leur ont permis de répondre aux besoins des clients dans le même temps.



4 Pour les entités concernées où Talent LMS a déjà été déployé : Advans Tunisie, Advans Ghana, Advans Côte d'Ivoire et le siège à Paris, fin décembre 2020.

Rester en contact avec les clients durant la pandémie grâce à Juakali

86 724
clients contactés grâce à Juakali

150 000
clients ont adopté les solutions sur mesure proposées par Advans lors de sa campagne de reprise

7
filiales ont déployé la plateforme

Il était essentiel de bien comprendre la situation spécifique de chaque client pour gérer la crise et élaborer une stratégie de réponse claire : une démarche complexe en raison de la nécessité de réduire les contacts physiques pendant la pandémie. Advans a donc déployé une nouvelle plateforme pour faciliter les contacts téléphoniques avec les clients.

Garder le contact avec les clients et collecter des données les concernant

Les chargés de clientèle d'Advans ont assuré le suivi des situations spécifiques des clients par téléphone dès le début de la pandémie. Cependant, l'accès aux informations sur les clients s'est avéré problématique en raison du nombre élevé d'employés télétravaillant et des systèmes bancaires et de gestion de la relation client rarement accessibles à distance. En outre, les efforts visant à atteindre un grand nombre de clients en peu de temps ont nécessité des processus efficaces. **À la recherche d'une solution alternative pour assurer le suivi des clients, Advans a donc rapidement déployé Juakali, une plateforme en ligne adaptée aux besoins spécifiques du groupe, qui a permis d'améliorer le travail à distance et l'efficacité.**

Juakali : une solution digitale sur mesure

Une première mise en œuvre de la plateforme a été testée en Tunisie pour suivre les retours des clients sur les périodes de grâce, avec des informations sur plus de 12 000 d'entre eux collectées en moins de 7 jours. La plateforme a ensuite été rapidement déployée dans six autres filiales d'Advans. Il s'agit d'une plateforme centralisée où toutes les données enregistrées peuvent être exportées et analysées par les équipes. L'outil a facilité la communication entre les chargés de clientèle et les sièges locaux, permettant de consolider les données de toutes les filiales, puis de dégager les idées clés et les tendances communes pour éclairer les décisions stratégiques d'Advans. Juakali a considérablement simplifié les opérations commerciales quotidiennes des équipes locales, ce qui a conduit à son adoption rapide : **toutes les filiales ont décidé de faire usage de la plateforme pour gérer la relation client au-delà de la pandémie.**

Des solutions axées sur les besoins des clients

Advans a utilisé les données collectées via Juakali pour classer les clients en fonction du niveau d'impact à la crise, pour ensuite adapter son offre de produits et identifier les clients nécessitant un soutien supplémentaire. Cette classification a permis au groupe de proposer des produits adaptés aux situations spécifiques des clients. Au total, 150 000 clients ont adopté des solutions sur mesure proposées par Advans.

Grâce à Juakali, Advans a pu déployer rapidement une solution digitale lui permettant de collecter des données clients et répondre immédiatement à leurs besoins financiers pendant la crise.

Comprendre les besoins des clients pendant la crise avec 60 Decibels

Advans était en communication constante avec ses clients pendant la crise pour pouvoir comprendre les problèmes auxquels ils étaient confrontés et la meilleure façon d'y répondre. Outre le dialogue permanent entretenu avec ses clients sur le terrain, principalement par téléphone, Advans souhaitait aller plus loin pour comprendre l'impact de la crise sur les moyens de subsistance de ses clients et leurs entreprises. **Advans a donc choisi de travailler avec 60 Decibels, un spécialiste de la perception client, pour mener une enquête auprès de plus de 3 000 personnes**[5]. 60 Decibels a eu recours à un modèle d'entretien basé sur l'outil sectoriel développé par la **Social Performance Task Force** pour obtenir des informations supplémentaires sur le vécu des clients pendant la pandémie.

DANS L'ENSEMBLE, LES CLIENTS ONT ÉTÉ PARTICULIÈREMENT AFFECTÉS PAR LA CRISE...

82 %
ont affirmé que leur situation financière s'était aggravée

36 %
ont déclaré que leur consommation de nourriture avait diminué

67 %
ont dû fermer leur entreprise ou réduire leurs heures d'ouverture

ILS ONT EU RECOURS À DIVERS MÉCANISMES D'ADAPTATION...

52 %
ont puisé dans leurs économies

28 %
ont emprunté de l'argent

26 %
ont réduit les investissements du ménage ou de l'entreprise

CERTAINS ONT INNOVE ET CHANGE DE COMPORTEMENT...

18 %
ont modifié leur méthode de paiement pour l'achat de produits ou de services

14 %
ont modifié leur offre de produits ou de services

15 %
ont déclaré que leur utilisation des services financiers digitaux a augmenté

Ces informations ont permis à Advans de collecter des renseignements sur la façon dont la pandémie affectait ses clients en général. Advans a pu se servir de ses données pour évaluer leur vulnérabilité et confirmer le retour d'information perçu sur le terrain grâce à l'outil digital Juakali, pour ensuite adapter son approche et les servir en conséquence.

5 3 054 clients interrogés dans 7 pays : Cambodge, Cameroun, Ghana, Myanmar, Nigeria, Pakistan, Tunisie.

Accompagner les clients en sortie de crise : un programme d'accompagnement en Tunisie

1 000 Entrepreneurs ciblés

328 Femmes

90 % Bénéficiaires satisfaits

Soucieuse de soutenir ses clients les plus impactés par la crise, Advans Tunisie a mis en place un programme innovant d'accompagnement« 3 x 100 % » : 100 % d'accompagnement à distance, 100 % sur mesure et 100 % gratuit. Le programme a été développé en partenariat avec les ONG locales TAMSS[6] et ADEME[7], toutes deux spécialisées dans l'accompagnement des entrepreneurs et financées par les CGEBT[8], FMO, SANAD et SCBF[9].

Aider les clients à renforcer leur résilience

Le programme de coaching visait à aider les clients à prendre des mesures efficaces pour mieux faire face à la crise et renforcer la résilience de leurs activités. Chaque client s'est vu attribuer un coach personnel qui l'a encouragé à s'engager dans le programme et lui a permis d'acquérir des compétences adaptées à la situation spécifique de son entreprise et de son secteur. Toutes les interactions avec les bénéficiaires ont été suivies sur une plateforme web dédiée, permettant ainsi à Advans de contrôler la performance du programme et son impact sur les activités des entrepreneurs.

La formation par les outils digitaux

Les sessions de formation duraient entre 5 et 7 heures par personne et étaient dispensées à distance à l'aide d'outils digitaux tels que Skype, WhatsApp et Messenger ou de téléphones portables GSM, pour ceux qui n'avaient pas de smartphones ou dont la connexion internet était mauvaise, principalement dans les zones rurales. Le programme d'accompagnement comprenait quatre phases principales. Tout d'abord, les clients ont été pris en charge par Advans. Ensuite, un coach a aidé chaque entrepreneur à identifier les faiblesses et les menaces auxquelles son entreprise était confrontée, ainsi que les besoins en termes de gestion d'entreprise. La troisième phase visait à établir un plan d'action sur mesure. Enfin, des sessions de suivi ont été menées pour soutenir le client dans la mise en œuvre du plan d'action. Une fois le programme terminé, Advans a réalisé une étude pour évaluer l'impact qu'il a eu sur les clients et leurs entreprises.

Des résultats très positifs

Après une phase pilote couvrant 100 clients, le projet a été déployé en octobre 2020 et s'est achevé en février 2021, accompagnant 1 000 clients dont 328 femmes. **90 % des bénéficiaires se sont déclarés satisfaits de l'aide reçue.** Meriem Abidi, une pâtissière qui a participé au programme, a déclaré : « J'ai été heureuse de bénéficier de ce soutien d'Advans et les encouragements des coachs étaient incroyables. Maintenant, je sais comment prioriser les actions et organiser mon entreprise, et comment la faire passer au niveau supérieur. Apprendre à organiser les choses m'a aidé à gérer mon stress et à me sentir satisfaite de mon entreprise malgré toute l'incertitude que nous connaissons actuellement. »

Cette première expérience positive a montré qu'un soutien de coaching rapproché combiné à des services financiers adaptés peut aider les clients à se redresser et à développer leur entreprise, même dans un contexte difficile. **Advans Tunisie cherchera à étendre le programme à l'avenir.**

6 Association tunisienne pour la gestion et la stabilité sociale (TAMSS)
7 Association tunisienne pour le développement de la petite entreprise (TADS)
8 Conseil belgo-tunisien de Gouvernance économique
9 Fonds suisse de renforcement des capacités.

Dynamiser les canaux digitaux pour offrir aux clients des solutions de transaction à distance

45 %
Transactions hors agences pour 2020

25 %
Transactions via les canaux digitaux

50 %
Transactions hors agences pour 2021

L'année 2020 a été difficile, la crise de Covid-19 ayant entraîné des restrictions locales, et notamment des confinements, rendant ainsi certaines de nos agences inaccessibles ou leur imposant des heures d'ouverture limitées pendant de longues périodes. Les canaux hors agences, et plus particulièrement les canaux digitaux, sont donc devenus essentiels pour maintenir le contact avec les clients et l'accès aux comptes.

Des canaux nouveaux et optimisés

Dès les premiers jours de la crise, les filiales d'Advans ont compris que les canaux digitaux seraient essentiels et ont travaillé à développer davantage les partenariats avec les fournisseurs de porte-monnaie électroniques et à fournir de nouveaux services tels que la souscription à distance. Le service Advans Money d'Advans Cameroun, en partenariat avec Orange Mobile Money lancé en janvier 2020, représentait 25 % du total des transactions à la fin de l'année. Au Ghana, Mobibank (service USSD) a contribué à 32 % des transactions totales, contre 23 % en 2019, grâce à des améliorations techniques et à la promotion par les agents de terrain, qui éduquent et forment désormais les clients à l'utilisation du service. De même, en Côte d'Ivoire, les clients peuvent désormais demander et recevoir un crédit d'urgence digital ou, un crédit scolaire digital en utilisant le menu USSD local d'Advans.

Au Myanmar, les remboursements de crédits par le biais des réseaux d'agences bancaires Wave et Ongo, où les clients peuvent rembourser leurs crédits, représentent 15 % des remboursements.

Une accélération digitale qui prépare Advans pour l'avenir

La crise de Covid-19 a clairement mis en évidence l'importance des outils digitaux pour les fournisseurs de microfinance et a encouragé les clients qui ne les utilisaient pas encore à s'y essayer. La digitalisation facilite l'épargne et le remboursement des crédits et elle peut également contribuer à la fidélisation de clients éloignés. **À la fin de l'année, les canaux hors agence représentaient 45 % du total des transactions en nombre (+12 % par rapport à l'année précédente) et 25 % provenaient des canaux digitaux Advans (soit une augmentation de +38 %).** Tandis que les canaux digitaux sont appelés à se développer dans les années à venir, 16 % des clients d'Advans y ont déjà eu recours et 56 % d'entre eux prévoient de les utiliser davantage pour leurs transactions futures.[10]

10 Étude de 60 Decibels réalisée en 2020 auprès de plus de 3 000 clients.

Des objectifs ambitieux pour les deux prochaines années

En ligne avec cette tendance, Advans aura pour objectif de porter à 50 % le nombre de transactions effectuées en dehors des agences en 2021. **Amret et Advans Nigeria introduiront l'ouverture de compte digital et les nano crédits digitaux via leurs applications mobiles locales respectives.** Lancé en 2020, le programme de transformation digitale du groupe, AIR+, jettera les bases d'une performance accrue des canaux Advans et renforcera la gamme de produits et services disponibles. Il donnera à Advans plus de flexibilité pour mieux s'adapter à l'évolution des besoins des clients. L'approche « high-tech » et « high-touch » d'Advans demeure un facteur clé pour accélérer l'inclusion financière.

AIR+ : La transformation digitale d'Advans pour une meilleure expérience client et collaborateur

3 ans
Un projet à long terme

8
Filiales concernées

50 %
Décaissements de crédits digitaux au 3e trimestre pour la Côte d'Ivoire

Une attention soutenue aux projets stratégiques

La réponse rapide du groupe à la pandémie a permis de préserver la santé et le bien-être du personnel et des clients. Advans a pu répondre aux besoins immédiats de ses clients, en leur proposant des solutions responsables et sur mesure, afin de les aider à stabiliser leur situation financière. Le lancement d'un certain nombre de mesures différentes et l'adaptation des offres ont permis à Advans non seulement de faire face à la pandémie en cours, mais aussi de rester concentré sur ses projets stratégiques clés à long terme, tels que son **programme de transformation digitale, AIR+.**

Un programme ambitieux de transformation digitale

Pour mettre en œuvre sa stratégie digitale, Advans a lancé en 2020 le projet AIR+, un programme de transformation sur 3 ans déployé dans toutes les filiales. AIR+ fournira au réseau Advans l'infrastructure digitale harmonisée dont il a besoin pour rester un groupe de microfinance de premier plan et agile. Le programme permettra à Advans de proposer un service « high-tech » et « high-touch » à ses clients et de réagir plus rapidement à leurs besoins. Il facilitera également le travail quotidien des collaborateurs et renforcera l'efficacité sur tous les marchés.

L'adoption d'un nouveau système bancaire central figure au cœur du programme AIR+ d'Advans. Le projet a été officiellement lancé avec la signature d'un partenariat à long terme avec Sopra Banking Software en octobre 2020, en vue du déploiement de la plateforme bancaire Sopra dans les 8 filiales dites « greenfields » d'Advans. Ce premier jalon du programme a démontré la décision stratégique du groupe d'accélérer sa transformation digitale et de continuer à accompagner ses clients. La solution cloud de Sopra permettra aux équipes d'Advans de travailler avec des données centralisées et consolidées, offrant ainsi une plus grande flexibilité, une meilleure gestion de la relation client et une satisfaction plus forte, de la conception du produit à l'expérience client.

1 DIGITALISER L'EXPÉRIENCE CLIENT

- Accessibilité aux services
- Qualité du service
- Sensibilisation dans les zones reculées
- Des processus plus rapides

2 DIGITALISER L'EXPÉRIENCE COLLABORATEUR

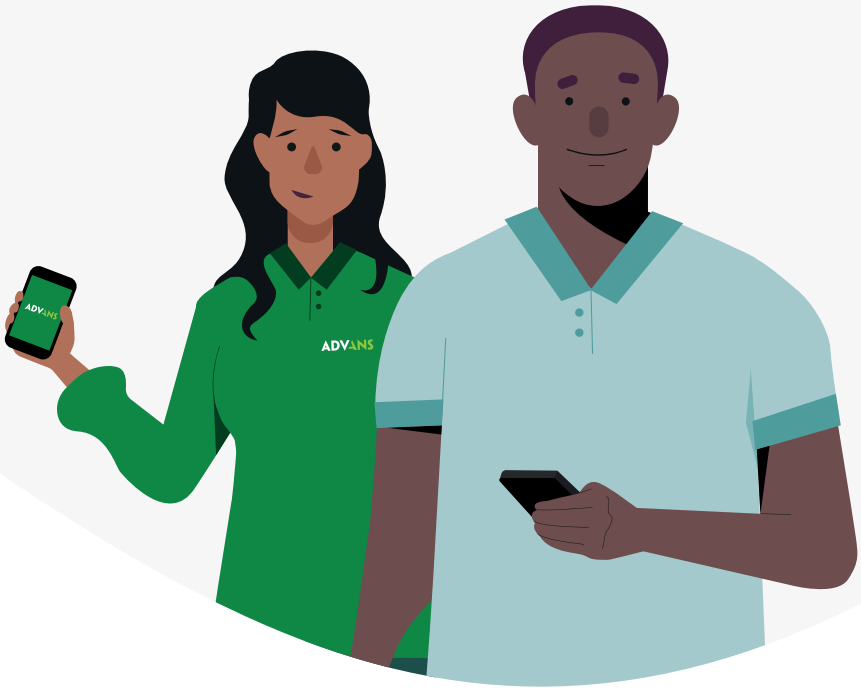
- De meilleurs résultats
- Confort au travail
- Concentration sur les tâches à valeur ajoutée
- Plus de temps consacré aux clients

3 UN MODÈLE D'ENTREPRISE ÉPROUVÉ AXÉ SUR LES DONNÉES

- Décisions de crédit plus rapides
- Meilleure compréhension de nos clients
- Meilleure analyse des résultats
- Une organisation renforcée

4 UNE ARCHITECTURE TECHNOLOGIQUE AGILE, EN CLOUD

- Performance du système
- Intégrité des données
- Sécurité de l'infrastructure
- Intégration simplifiée avec d'autres plateformes



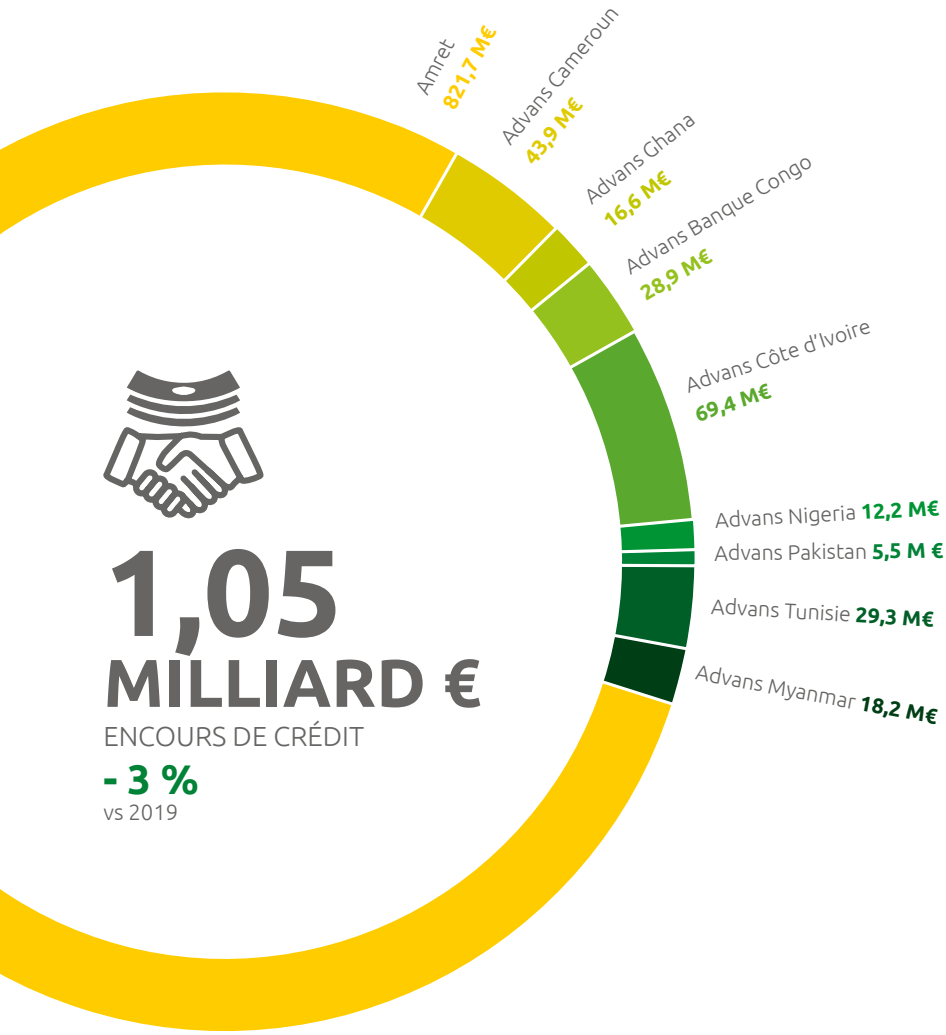
Produits innovants centrés sur le client

Une partie de la transformation digitale d'Advans vise à pouvoir offrir aux clients un meilleur service tout en renforçant l'efficacité. En 2020, Advans a donc lancé une série de nouveaux produits digitaux. Ces produits s'appuient sur les données des clients telles que le comportement de remboursement et d'épargne avec un scoring automatique pour simplifier le processus de demande de crédit et permettre des décaissements plus rapides. Les produits crédits digitaux ont été lancés dans 4 filiales, Advans Côte d'Ivoire, Advans Ghana, Advans Cameroun et Amret, et comprenaient des nano-crédits via des menus en libre-service, des décaissements de crédits d'urgence via les agents de terrain, ainsi que le renouvellement digital de crédits. Fin 2020, le volume total des décaissements de crédits digitaux s'élevait à plus de 2,2 millions d'euros, les décaissements de crédits digitaux chez Advans Côte d'Ivoire atteignant près de 50 % au troisième trimestre de l'année.

Avec des données clients de meilleure qualité et plus fiables grâce à AIR+ et l'expérience acquise dans le cadre de ces projets pilotes, Advans sera en mesure d'augmenter et d'accélérer ses offres dde crédits digitaux dans les années à venir.

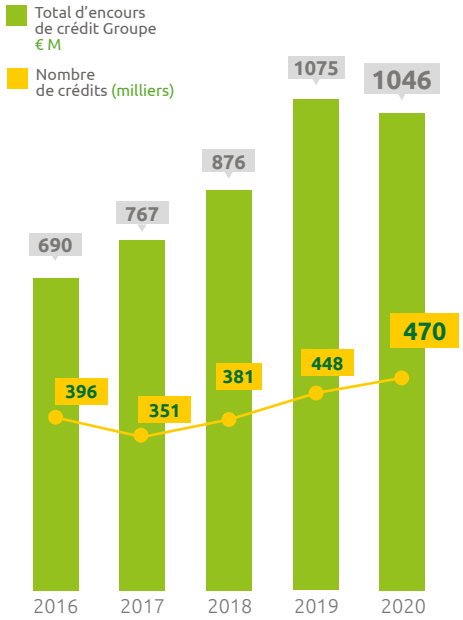
Performance 2020

SITUATION DU CREDIT



1,05
MILLIARD €
ENCOURS DE CRÉDIT
- 3 %
vs 2019

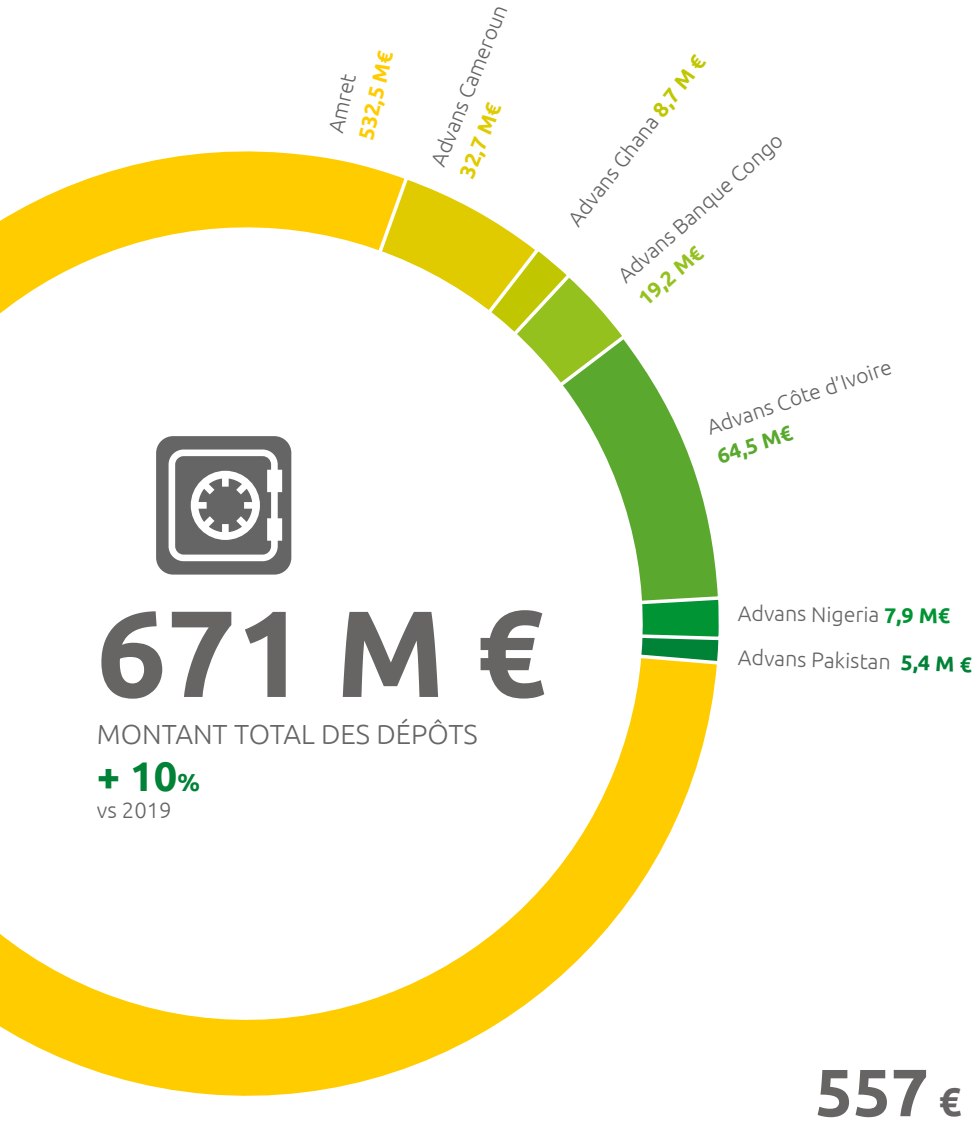
Évolution de l'encours de crédit
2016 -20



2 225 €
MONTANT MOYEN DES CRÉDITS

Montant moyen des crédits
2016-20

SITUATION DE L'EPARGNE



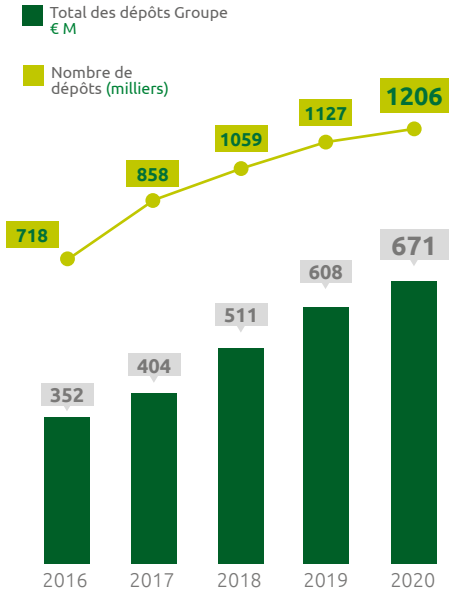
671 M €

MONTANT TOTAL DES DÉPÔTS

+ 10%

vs 2019

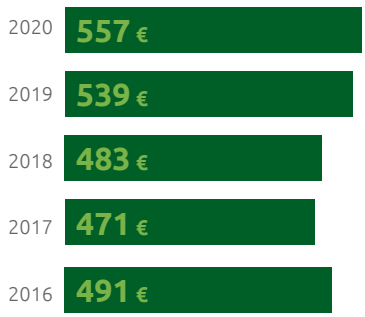
Évolution des depots
2016 -20



557 €

MONTANT MOYEN DES DÉPÔTS

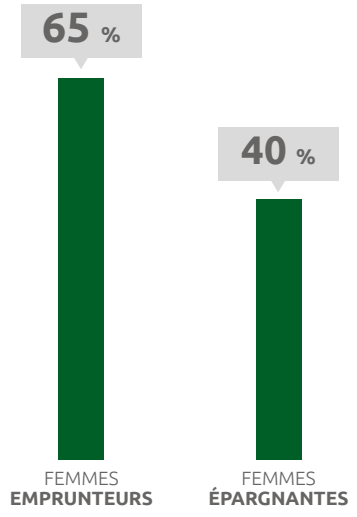
Montant moyen des dépôts Groupe
2016-20

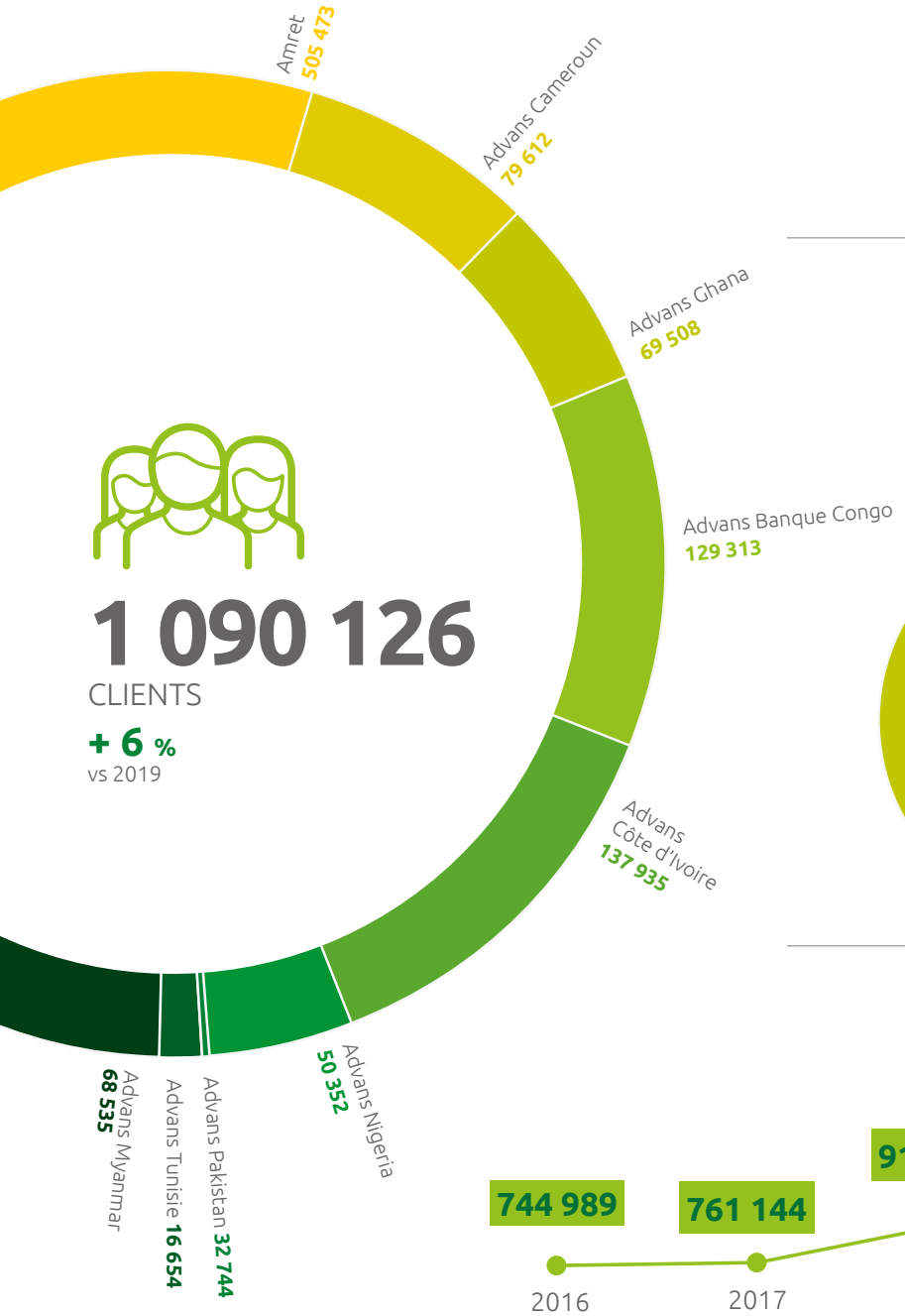


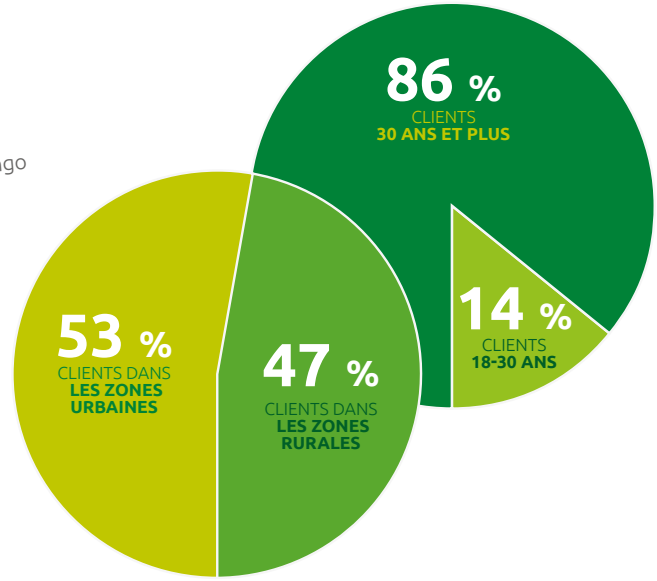
ADVANS

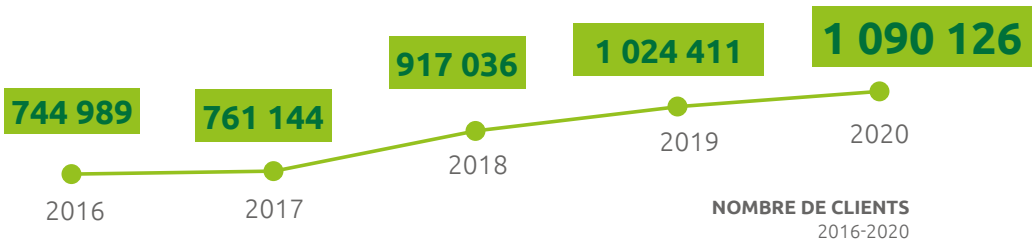
Impact social 2020

STATISTIQUES CLIENTS









NOMBRE DE CLIENTS
2016-2020

76 % de crédits aux entreprises

15 % de crédits pour l'agriculture

125 Emprunteurs par chargé de clientèle

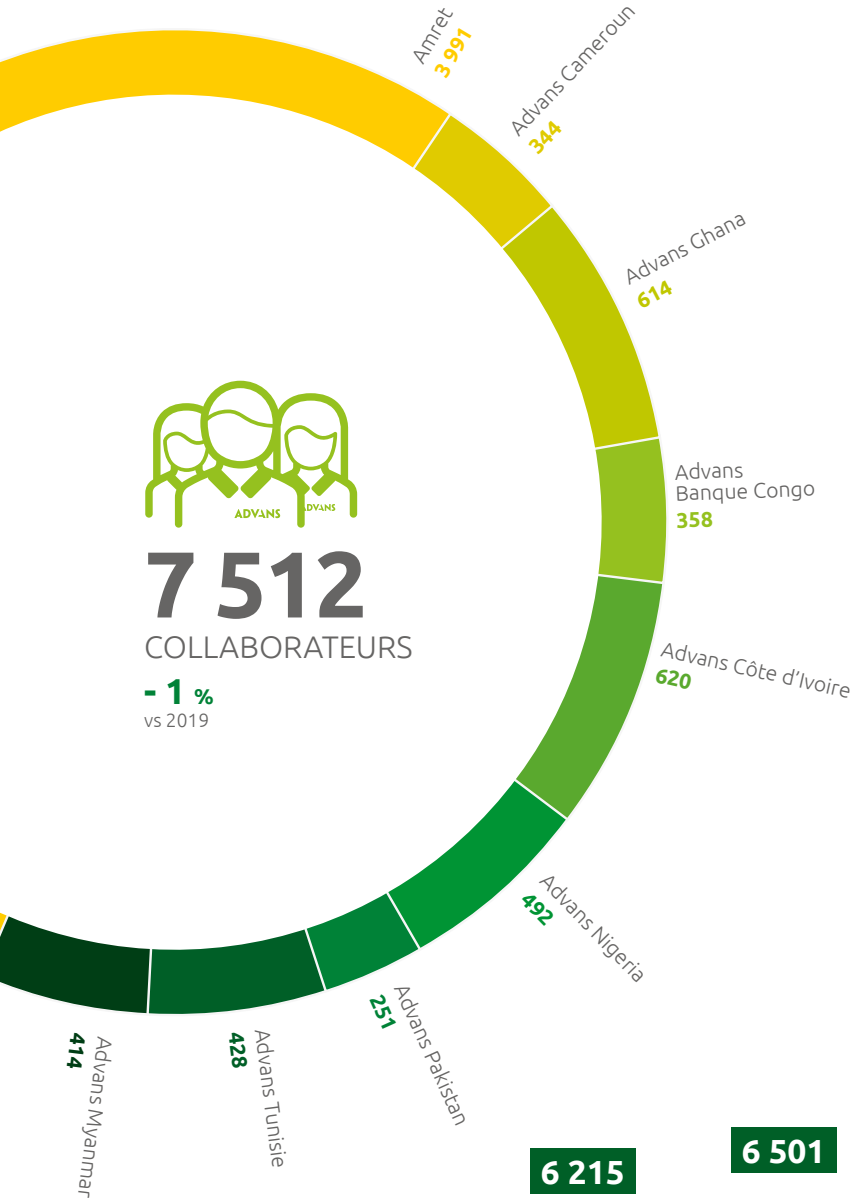
10 % clients titulaires d'une assurance

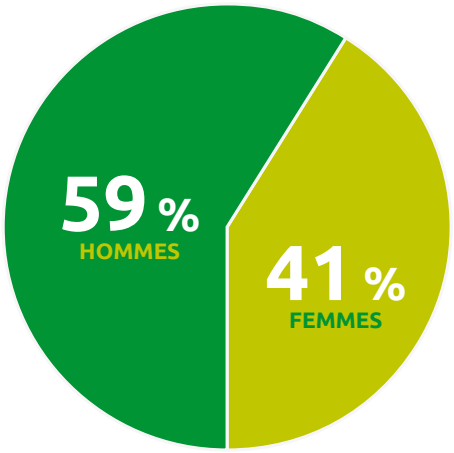
38 % d'emprunteurs en troisième cycle de crédit ou plus

63 % Épargnants uniquement

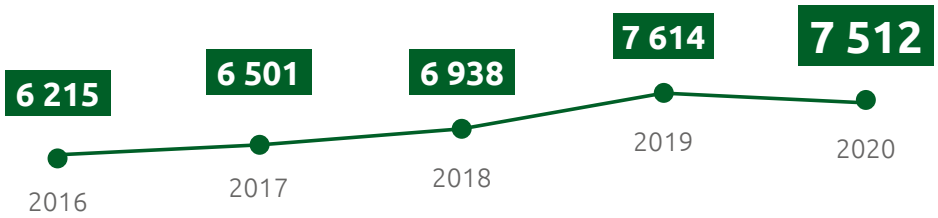
ADVANS

STATISTIQUES COLLABORATEURS





MIXITE DES COLLABORATEURS



NOMBRE DE COLLABORATEURS
2016 -2020

29 %
Femmes managers

6
Jours de formation par collaborateur

États financiers Advans SA

Les performances financières d'Advans SA reflètent celles d'une entreprise de participation à fonds propres qui construit progressivement son portefeuille de start-ups de micro-banques et d'institutions de microfinance :

BILAN
au 31 Décembre 2020 (EUR)

Immobilisations	Au 31 décembre 2020	Au 31 décembre 2019
Parts dans les entreprises affiliées	227 766 200	191 289 807
Total Immobilisations	**227 766 200**	**191 289 807**
Actifs circulants		
Créances dues par les entreprises affiliées payables après plus d'un an.	3 659 578	4 016 423
Créances dues par les entreprises affiliées payables à un an.	206 081	6 089 213
Autres créances dues et payables à un an.	260 068	137 292
Avoirs en banque	21 809 009	1 339 844
Total Actifs circulants	**25 934 736**	**11 582 772**
Total Actifs	**253 700 936**	**202 872 579**
Passifs		
Emprunts à moyen terme	30 257 071	15 942 129
Emprunts à court terme	13 096 829	7 310 312
Autres créanciers exigibles et payables à un an.	737 216	838 050
Total Passifs	**44 091 116**	**24 090 491**
Actifs Nets	**209 609 820**	**178 782 088**
Capitaux propres		
Capital-actions libéré	70 911 000	67 116 000
Compte prime d'émission	4 472 407	730 438
Bénéfices non répartis	110 935 647	83 805 271
Bénéfices au titre de l'exercice	23 290 766	27 130 379
Total fonds propres des actionnaires	**209 609 820**	**178 782 088**

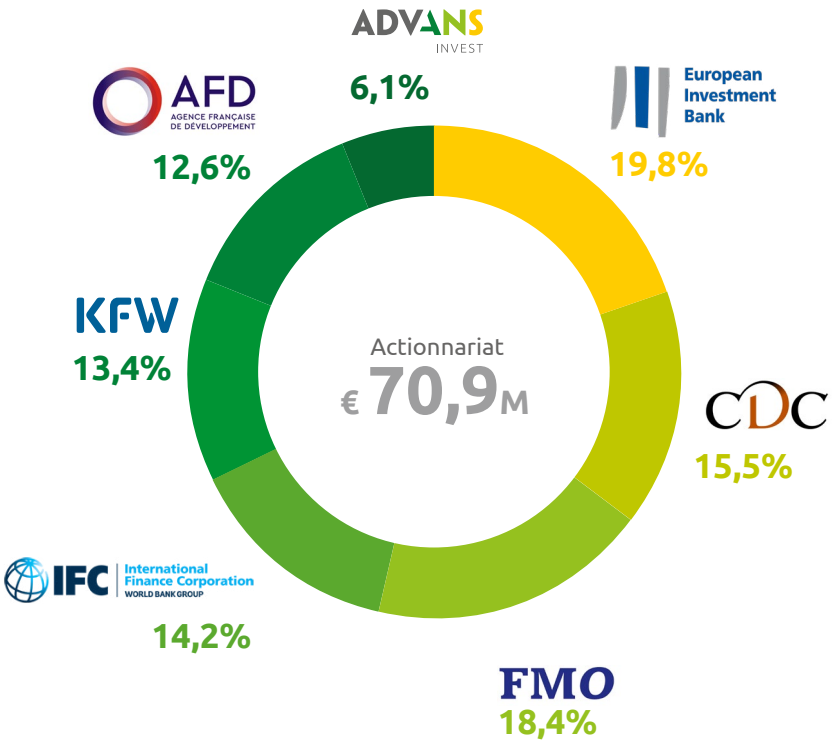
COMPTE DE RÉSULTAT
pour l'exercice clôturé au 31 décembre 2020 (EUR)

Recettes	Pour l'exercice clôturé au 31 décembre 2020	Pour l'exercice clôturé au 31 décembre 2019
Intérêts créditeurs	1 311 966	722 765
Revenus de dividendes	78 000	2 018 637
Autres bénéfices d'exploitation	253 179	302 397
Variations nettes de juste valeur sur les immobilisations financières	27 343 624	29 097 548
Total net recettes	**28 986 769**	**32 141 347**

Dépenses		
Charges d'exploitation	3 881 056	3 856 739
Intérêts et autres charges financières	1 814 947	1 156 629
Impôts sur le bénéfice ou la perte	-	(2 400)
Total des Dépenses	**5 696 003**	**5 010 968**
RÉSULTAT NET	**23 290 766**	**27 130 379**

Actionnaires

(à compter de fin décembre 2020)



ADVANS
Avançons ensemble

ADVANS GROUP
10 pays

Advans SA SICAR
Centre Étoile
11/13 Boulevard de la Foire
L-1528 Luxembourg - Luxembourg
contact@advansgroup.com

Advans International
39, rue La Fayette
75009 Paris - France
(+33) 1 53 32 75 75
contact@advansgroup.com