

Organisation de groupes de discussion

Les Groupes de Discussion (GD) sont un excellent moyen de recueillir le point de vue du personnel ou des clients sur la performance sociale d'une IMF. Voici un ensemble de conseils pour l'organisation de GD dans le cadre d'un audit SPI.

1. Point de vue du personnel

Le point de vue du personnel, et des agents de crédit en particulier, peut être recueilli grâce à l'organisation d'un GD ou bien pendant une réunion du personnel habituelle

Le contenu de la discussion se focalisera sur les dimensions et critères de SPI qui sont directement liés au travail du personnel (voir l'onglet « ITW » dans la [Liste de Contrôle](#))

2. Groupe de Discussion avec les clients

La sélection des clients:

Les GD peuvent être tenus à l'occasion d'une réunion de groupe, pendant une assemblée générale, ou tout autre moment rassemblant un groupe de clients (formation, atelier, etc.). Les GD doivent idéalement être composés de 8-12 participants.

Organisation:

Il est important de préparer un guide pour le GD. Commencez avec des questions générales, pour aller vers des questions plus spécifiques durant la session. Ce qui suit est un exemple d'activité pouvant guider le GD :

- Avant le GD, écrivez sur un tableau les 6 (ou 7) dimensions de SPI4. Illustrez chacune des dimensions avec un symbole simple.
- Ouvrez la discussion en vous présentant, et en demandant aux participants de se présenter. Soulignez le fait que vous êtes là pour apprendre d'eux, et que leur participation est importante pour améliorer les services de leur IMF.
- Présentez les dimensions, en donnant une explication simple pour chacune d'elles. Attention à la terminologie employée qui pourrait ne pas être culturellement acceptée. Par exemple, pour certains critères de la dimension 1, évitez d'utiliser le terme « ciblage des pauvres », mais essayer plutôt d'utiliser les termes d'exclusion vis-à-vis du secteur financier traditionnel, les contraintes financières, la vulnérabilité face aux risques.

- Demandez aux participants de classer les dimensions les plus importantes pour eux, en associant par exemple des autocollants (ou gommettes) bleus aux dimensions considérées comme les plus importantes, et des autocollants noirs pour les moins importantes.
- Puis, demander aux clients d'associer des autocollants verts aux dimensions pour lesquels ils pensent que l'IMF est performante, et des autocollants rouges pour lesquels l'IMF l'est moins.
- Sur la base de ces résultats, centrer la discussion sur les aspects considérés comme les plus importants (ceux avec les autocollants bleus) ainsi que ceux pour lesquels les clients pensent que l'IMF devrait s'améliorer (autocollants rouges). Pourquoi ont-ils apposé des autocollants bleus sur ces critères? Pourquoi les rouges? Quelles sont les faiblesses de l'IMF? Comment pourrait-elle s'améliorer?
- Si le questionnaire a déjà été rempli, ou si vous avez déjà des résultats préliminaires, discutez-en avec les clients. Quelles sont leurs réactions? Sont-ils d'accord / pas d'accord? Pourquoi?

Durée:

Les groupes de discussion durent généralement 60-90minutes

Éléments complémentaires:

Le contexte, la sélection et la dynamique du groupe, de même que le comportement de l'animateur peuvent affecter les résultats d'un groupe de discussion. Les résultats doivent donc être analysés au vu des documents collectés et des entretiens conduits avec le personnel de l'IMF. La nature subjective des groupes de discussion peut également être atténuée par la conduite de plusieurs groupes de discussion, si le temps le permet !