



Sparkassenstiftung für internationale Kooperation e.V.



**CAISSE D'EPARGNE
DE
MADAGASCAR**

**Analyse de la situation et perspectives de
développement
de la Caisse d'Epargne de Madagascar (CEM)**

17 au 29 septembre 2005

Maren Richter
Blücherstr. 21
66119 Saarbrücken

Marco Rimkus
Simrockstr. 4
53113 Bonn

Table des matières

Index des Tableaux	i
Taux de change au 30 septembre 2005:.....	i
Index des abréviations.....	ii
Résumé Exécutif	iii
1 Mission et déroulement de l'étude.....	1
2 La Caisse d'Epargne de Madagascar.....	3
2.1 Histoire et aperçu.....	3
2.2 Le groupe cible de la CEM.....	4
2.3 La gamme de produits	6
2.3.1 Le livret d'épargne	6
2.3.2 Le Compte Spécial Epargne (CSE)	7
2.3.3 Le Compte Spécial Retraite (CSR)	8
2.3.3 Services de transfert d'argent international (Western Union)	8
2.3.4 Les besoins des clients et l'opportunité des produits.....	10
2.4 La situation financière de la CEM	11
2.4.1 Evolution du nombre de clients et des dépôts d'épargne	11
2.4.2 Les opérations actives.....	13
2.4.3 Compte de résultats	14
2.4.4 Le bilan	15
2.4.5 Garantie des dépôts	17
2.4.6 Résumé – situation financière	18
2.5 Organisation structurelle	19
2.5.1 Conseil d'Administration.....	19
2.5.2 Directeur Général	20
2.5.3 Niveau des directeurs.....	20
2.5.4 Evaluation de la structure d'organisation	21
2.6 Organisation fonctionnelle	21
2.7 Gestion de Ressources Humaines.....	23
2.7.1 Systématique de rémunération et d'incitation	23
2.7.2 Formation et entraînement.....	24
2.7.3 Contrats de travail et fluctuation.....	25
2.8 Technologie informatique.....	26
2.9 Gestion des agences & présentation sur le marché	27

2.10 Contexte de concurrence & position sur le marché	30
2.11 Partenaires de coopération & projets	33
2.11.1 Projets conclus	33
2.11.2 Projets courant	34
2.12 Cadre juridique	35
3 Résumé et conclusions.....	36
4 Options de développement.....	39
4.1 Redressement	39
4.2 Agrément	40
4.3 Modernisation de la technologie informatique	40
4.4 Extension de la gamme de produits	40
4.4.1 Introduction des opérations de crédit	41
4.4.2 Compte à vue	42
4.4.3 Adaptation ou segmentation des produits existants	43
4.5 Stratégie d'expansion et marketing	43
5 Approches de projet.....	44
5.1 Possibles contenus de projet	44
5.2 Durée du projet et organisation.....	45
5.3 Autres options.....	45
5.4 Conditions préalables pour un projet de partenariat.....	46
5.5 Evaluation finale de l'idée de projet.....	46

ANNEXES