

## Approche méthodologie

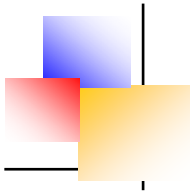
### Questionnaire

Le questionnaire a été élaboré par l'APSF et validé par les sociétés de crédit à la consommation membres de l'APSF.

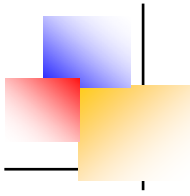
Les questions sont pour l'essentiel fermées et présentent aux personnes interrogées la possibilité de choisir parmi les réponses proposées celles qui leur semblent les plus compatibles avec leurs savoir, attitude, comportement ou attente.

Le questionnaire a été conçu autour de 7 grandes rubriques :

1. **Connaissance des sociétés de crédit à la consommation** : cette rubrique vérifie les niveaux de connaissance des personnes interrogées sur :
  - le nombre de sociétés de crédit et de banques,
  - le niveau du taux d'intérêt maximum en vigueur,
  - les différents types de crédits à la consommation,
  - la réglementation des sociétés de crédit à la consommation, leur représentation professionnelle et leur administration de tutelle.
2. **Maîtrise du budget** : cette rubrique vérifie le degré de maîtrise par les personnes interrogées de leur budget en les interrogeant sur :
  - le nombre de crédits à la consommation dont elles sont titulaires, et éventuellement un crédit immobilier,
  - les raisons et les types de crédit souscrits,
  - les organismes de crédit sollicités,
  - des éléments du crédit (montant emprunté et montant restant du),
  - le pourcentage du revenu mensuel net après le remboursement des crédits,



- les difficultés à rembourser un crédit,
  - la façon dont elles qualifient le taux d'intérêt de leur dernier crédit.
3. **Taux et durée d'endettement** : cette rubrique présente deux tableaux aux personnes interrogées afin d'établir une évaluation du pourcentage du revenu mensuel net qu'elles seraient prêtes à affecter au crédit à la consommation et des durées qu'elles estimeraient raisonnables pour le remboursement d'un montant donné.
4. **Attitude à l'égard de la consommation et comportement d'achat** : cette rubrique présente trois tableaux afin de délimiter les situations et comportements relatives à la consommation dont les personnes interrogées se sentent les plus proches.
5. **Attitude vis-à-vis de la publicité** : sous cette rubrique ont été mesurés :
- la sensibilité des personnes interrogées à la publicité des sociétés de crédit à la consommation,
  - l'impact des différents supports et arguments utilisés par les sociétés de crédit à la consommation lors de leurs campagnes.
6. **Opinion à l'égard du crédit à la consommation** : dans cette rubrique sont abordés les concepts déterminant la conduite des personnes interrogées eu égard au crédit à la consommation et notamment :
- le niveau de priorité accordé à certains types d'achat pour juger de la nécessité de demander un crédit à la consommation,
  - le sentiment d'être plus ou moins proche d'un certain nombre de situations relatives au crédit à la consommation,
  - les conduites prioritaires en cas de non obtention d'un crédit,
  - le positionnement par rapport à des assertions relatives aux attributs des sociétés de crédits à la consommation, de leur

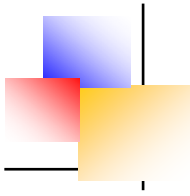


clientèle, de leur relation et de leur action sur l'environnement socioéconomique,

- le degré d'importance accordé à différentes attentes de la clientèle vis-à-vis d'une société de crédit à la consommation,
- les recours prioritaires pour faire face à une dépense impérative imprévue,
- la conduite prioritaire en cas d'augmentation importante des revenus,
- à qui incombe le surendettement ?
- la préférence (banque ou société de crédit) pour demander un crédit à la consommation,
- l'opinion par rapport aux raisons invoquées par une société de crédit à la consommation lorsqu'elle refuse d'octroyer un crédit.

**7. Caractéristiques de la personne interrogée** : cette rubrique est consacrée à l'identification des personnes interrogées par genre, âge, situation familiale, catégorie socioprofessionnelle, revenu mensuel, niveau d'études, logement.

Enfin une dernière question concerne le sentiment dominant que les personnes interviewées ont face à l'avenir en général.



## Population et Déroulement de l'enquête

### Population

L'échantillon retenu dans le cadre de cette enquête est constitué de 500 clients de sociétés de crédits à la consommation membres de l'APSF. Cet échantillon a été recruté à Casablanca auprès de 10 sociétés de crédit.

La répartition du nombre de personnes interrogées par société de crédit variait de 10 à 100 personnes et a été calculée proportionnellement au nombre annuel de dossiers traités par chacune des sociétés retenues.

L'échantillon a reconstitué a posteriori. L'enquête s'étant déroulée sans discrimination.

### Déroulement de l'enquête

L'enquête s'est déroulée aux mois de juin et juillet 2007 sous forme d'entretiens en face à face menés au sein des sociétés de crédit à la consommation retenues.

L'administration du questionnaire se faisait indifféremment en langue française ou arabe et durait en moyenne 20 minutes.

*Nous tenons ici à réitérer nos remerciements à toutes les sociétés de crédit qui nous ont réservé le meilleur accueil et mis à notre disposition toutes les commodités nécessaires au bon déroulement de l'enquête.*