

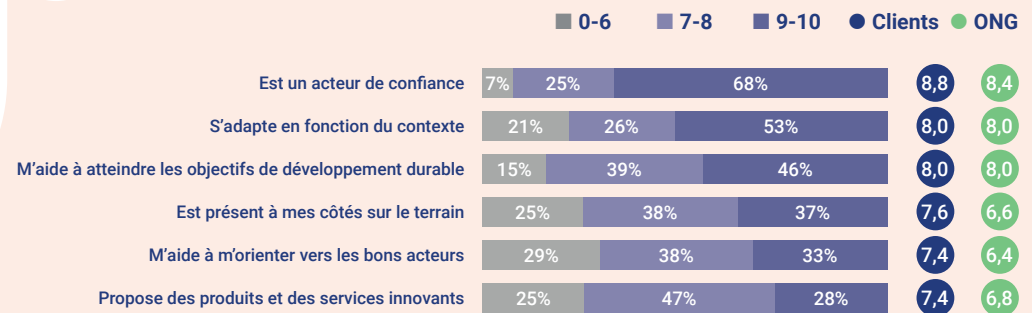
L'AFD réalise sa 1^{ère} enquête client : les résultats

Menée en collaboration avec Ipsos France, l'étude, qui a consisté en un sondage complété par des entretiens qualitatifs, a mobilisé 28% de nos contreparties*

*Hors Proparco et Expertise France. Destinataires de produits distincts, les résultats distinguent les ONG des autres clients.

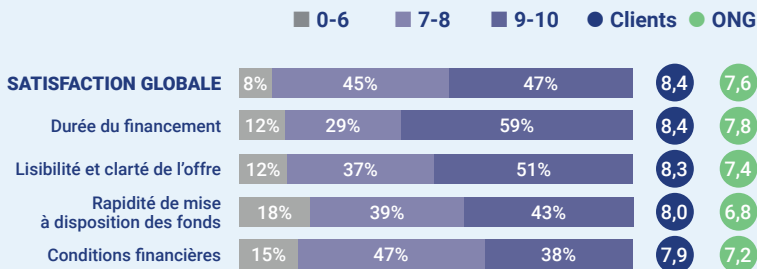


Image de marque



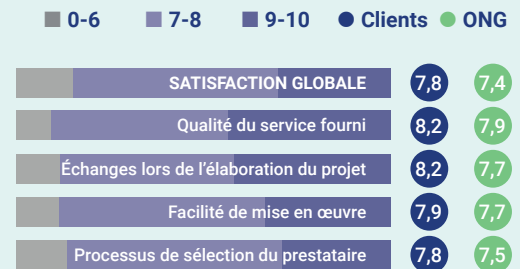
“ *Ce n'est pas seulement un guichet mais un partenaire* *L'AFD s'adapte et comprend la logique locale* *Ils savent de quoi ils parlent sur différents continents* *Capacité de financement qui est synonyme d'action* ”

Offre financière



“ *D'avantage de flexibilité d'un point de vue juridique et financier* *Une approche de financement basée sur les objectifs plutôt que sur les moyens* ”

Offre extra-financière



“ *Ce n'est pas l'argent qui manque mais l'accompagnement technique, le renforcement de capacité, un accompagnement rapproché* ”

Axes d'amélioration

- Simplifier et adapter les procédures
- S'appuyer davantage sur les équipes locales
- Gagner en agilité en matière d'offre extra-financière
- Communiquer davantage sur nos offres et services
- Développer les forums et plateformes d'échange en ligne

“ **L'enquête renforce la pertinence de chantiers déjà en cours et justifie la mise en place de nouveaux outils** ”

“ **Nous comptons sur vous pour poursuivre le dialogue !** ”