

ENQUÊTE KEYSTONE SUR LES
PARTENARIATS DE DÉVELOPPEMENT

Compte rendu WaterAid 2016



www.KeystoneAccountability.org

Introduction

Depuis 2010, Keystone a mené des enquêtes de référence auprès des partenaires des organisations non gouvernementales internationales (ONGI). C'est en 2014 que WaterAid a réalisé l'enquête pour la première fois, lorsque l'une des principales recommandations avait été d'adopter un processus de feedback permanent plus souple. Ce rapport constitue la première tentative d'adoption d'une telle approche ; il présente ce que les partenaires de WaterAid ont dit à son propos et dresse une comparaison entre ces réponses et les données reçues en 2014. Il fournit des données crédibles sur la manière dont WaterAid s'acquitte de son rôle dans le partenariat, du point de vue de ses partenaires.

La procédure d'enquête a été gérée par Keystone Accountability. Le questionnaire a été soumis aux partenaires de WaterAid en anglais, en français et en portugais entre le 16 mars et le 8 avril 2016. Des rappels réguliers ont été envoyés afin d'encourager un taux de réponse élevé.

Le questionnaire a été soumis en ligne avec des formulaires imprimés pour ceux qui en avaient besoin. Keystone l'a distribué directement aux partenaires par e-mail. Keystone a souligné aux partenaires que leur participation était volontaire et anonyme.

Les tableaux montrent la répartition, en pourcentages d'abord, et en chiffres réels entre parenthèses. Concernant la question de fond (tableaux 6 à 8), c'est l'analyse Net Promoter qui a été utilisée¹.

¹ « Net Promoter » est une marque déposée de Fred Reichheld, Bain & Company et Satmetrix. Pour en savoir plus, voir : www.netpromotersystem.com, ainsi que la communauté open source de Net Promoter sur www.netpromoter.com.

Profil des répondants

Tableau 1 : Taux de réponse

	2016	2014
No. de partenaires invités à répondre	319	247
No. de réponses reçues	110	122
Taux de réponse	34%	44%

Tableau 2 : Localisation des partenaires

Pays	%
Bangladesh	5.38% (5)
Éthiopie	2.15% (2)
Ghana	15.05% (14)
Inde	15.05% (14)
Kenya	1.07% (1)
Lesotho	1.07% (1)
Libéria/Sierra Leone	5.38% (5)
Madagascar	3.23% (3)
Malawi	3.23% (3)
Népal	5.38% (5)
Nigéria	11.83% (11)
Pakistan	5.38% (5)
Papouasie-Nouvelle-Guinée	3.23% (3)
Rwanda	2.15% (2)
Tanzanie	3.23% (3)
Timor-Leste	3.23% (3)
Ouganda	10.75% (10)
Zambie	3.23% (3)

Profil des répondants

Tableau 3 : Durée de la relation	
	%
Un an ou moins	3.73% (4)
1 à 2 ans	17.76% (19)
3 à 4 ans	19.63% (21)
5 à 6 ans	14.02% (15)
Plus de 6 ans	44.86% (48)

Tableau 4 : Pourcentage des répondants qui reçoivent actuellement un financement de WaterAid	
Oui	Non
95.33% (102)	4.67% (5)

Tableau 5 : Statut du partenariat avec WaterAid	
Statut	%
En cours	84.91% (90)
Retrait imminent confirmé	6.6% (7)
Ne sait pas	8.5% (9)

Question de fond

Tableau 6 : Comment WaterAid travaille-t-elle avec les répondants					
Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?	Détracteurs (0-6)	Passifs (7-8)	Promoteurs (9-10)	NPS 2016	NPS 2014
« WaterAid comprend notre stratégie. »	21.2% (22)	37.5% (39)	41.3% (43)	20	15
« WaterAid a expliqué quand ils s'attendent à arrêter de travailler avec nous. »	57.2% (48)	21.4% (18)	21.4% (18)	-36	-31
« Nous comprenons les projets et stratégies de WaterAid. »	15.2% (15)	32.3% (32)	52.5% (52)	37	24
« WaterAid nous implique dans la conception de sa stratégie. »	34% (34)	25% (25)	41% (41)	7	-22
« WaterAid est transparente sur la manière dont elle utilise ses fonds. »	33.3% (33)	22.2% (22)	44.4% (44)	11	16
« WaterAid comprend et respecte notre propre vision, nos valeurs et nos aspirations. »	25.5% (26)	26.5% (27)	48% (49)	23	N/A
« Nous sommes à l'aise pour aborder WaterAid et discuter des problèmes que nous rencontrons. »	21.8% (22)	26.7% (27)	51.5% (52)	30	40
« Nous sommes à l'aise pour remettre en question l'analyse ou les actions de WaterAid si nous ne sommes pas d'accord. »	33% (34)	31% (32)	36% (37)	3	9
« WaterAid est un leader dans le ou les domaines dans lesquels nous travaillons. »	21%	23%	56%	35	38
NPS moyen*				13	11

* Sans compter la ligne 6 qui ne figurait pas dans l'enquête de 2014

- Le tableau ci-dessus montre la ventilation de l'analyse NP pour les résultats de 2016. Elle compare également les scores Net Promoter (NPS) avec ceux de 2014.
- Le domaine le mieux noté concerne le niveau de compréhension des projets et stratégies de WaterAid, pour lequel 52,5 % des répondants sont des promoteurs (score NP : 37). Cette affirmation est suivie de près par la mesure dans laquelle WaterAid est considérée comme un leader dans son secteur (56 % de promoteurs, score NP : 35). Ces deux domaines avaient aussi été bien notés en 2014.
- Le domaine le plus faiblement noté concerne l'explication de sa stratégie de retrait par WaterAid, où 57 % des répondants sont des détracteurs. Le score NP (-36) est comparable à celui de 2014 (-31).
- Globalement, le score moyen NP a légèrement augmenté au fil du temps, bien que cela ne représente pas un changement notable.
- Le seul domaine qui affiche un changement statistiquement notable au fil du temps concerne la mesure dans laquelle WaterAid implique ses partenaires dans la conception de sa stratégie, qui est passé d'un score NP de -22 en 2014 à 7.

Question de fond

Tableau 7 : Améliorations				
Comment évaluez-vous la probabilité que WaterAid fasse des changements en conséquence de vos réponses à cette enquête ?				
Détracteurs (0-6)	Passifs (7-8)	Promoteurs (9-10)	NPS 2016	NPS 2014
33% (34)	31.1% (32)	35.9% (37)	3	3

Tableau 8 : La dernière question			
Dans quelle mesure recommanderiez-vous WaterAid ?			
Détracteurs (0-6)	Passifs (7-8)	Promoteurs (9-10)	NPS 2016
12.5% (13)	32.7% (34)	54.8% (57)	42

- Le tableau ci-dessus montre le score NP pour ce que l'on appelle souvent « La dernière question » - dans quelle mesure les partenaires recommanderaient WaterAid à des tiers. Ici, nous visons un score NP positif, et le score de 42 obtenu par WaterAid se compare favorablement à celui obtenu par beaucoup d'autres organisations.

Suite à donner

Quelques suites à donner possibles sont suggérées plus bas, auxquelles WaterAid jugera peut-être utile de réfléchir.

- a** Discuter du rapport en Conseil d'administration.
- b** Discuter des principales conclusions avec votre personnel et vos partenaires locaux pour vérifier et approfondir l'analyse et pour montrer que le feedback est pris au sérieux. Ces dialogues d'approfondissement devraient se concentrer sur trois thèmes principaux : (i) les domaines où WaterAid a des progrès à faire ; (ii) les questions découlant des résultats qui nécessitent plus d'interprétation pour être comprises ; et (iii) des mesures correctives précises.
- c** Mettre en œuvre les mesures correctives identifiées et convenues avec le personnel et les partenaires. Veiller à ce que tout le monde comprenne ce que sont ces mesures correctives.
- d** Considérer séparément les trois catégories de partenaires – promoteurs, passifs et détracteurs – et élaborer des stratégies d'engagement précises pour chacune d'elles.
- e** Prendre fait et cause pour une philosophie d'amélioration continue, de respect mutuel et de dialogue ouvert avec les partenaires locaux.
- f** Voir si les partenaires locaux pourraient recueillir un feedback de référence semblable de leurs membres et l'utiliser pour rendre compte de leurs performances. Les partenaires pourraient peut-être mettre au point des critères de référence internes en comparant les scores de feedback de différents points de prestation de services ou différentes unités opérationnelles.
- g** Envisager de développer des approches communes en matière de feedback et pour faciliter l'apprentissage entre partenaires.
- h** Poser aux partenaires n'ayant pas répondu une question simple leur demandant pourquoi ils n'ont pas répondu à l'enquête.
- i** À l'avenir, envisager de publier ce compte rendu et les rapports du même genre. Cela peut renforcer les liens entre les performances, l'établissement de rapports et les décisions de financement, en créant des incitations puissantes à progresser. Un nombre croissant d'organisations dans l'ensemble de données comparatives ont publié leurs rapports d'enquête Keystone auprès des partenaires.

Keystone se fera un plaisir de discuter avec vous des prochaines étapes et de vous prodiguer des conseils pour vous guider dans leur mise en œuvre.