

# Formation d'Initiation à la Finance Inclusive Responsable

Formatrices: Amelia GREENBERG, Directrice Adjointe (SPTF) et Céciliane MANANJARA, Chargée de projet Finance Inclusive (CERISE)

Date: 16 octobre 2023



# Faites connaissance de vos formatrices !

- Nom : Amelia GREENBERG
- Organisation: SPTF
- Poste : Directrice Adjointe
  - 13 ans de travail avec la SPTF
  - Adresse de courriel: [ameliagreenberg@sptfnetwork.org](mailto:ameliagreenberg@sptfnetwork.org)



- Nom : Céciliane MANANJARA
- Organisation: CERISE
- Poste : Chargée de projet Finance Inclusive
  - 1 an de travail avec CERISE
  - Adresse de courriel: [c.mananjara@cerise-spm.org](mailto:c.mananjara@cerise-spm.org)

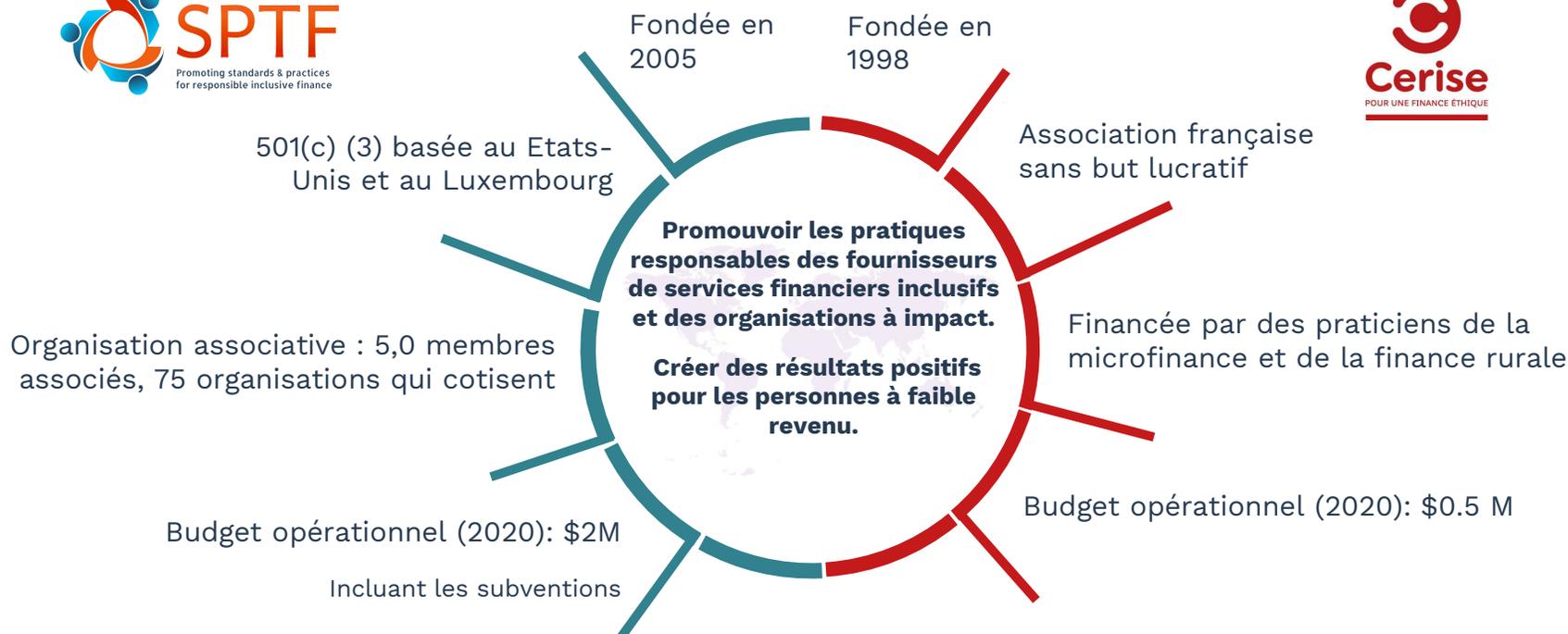


Merci de vous inscrire à la fiche de présence numérique



<https://form.jotform.com/232747084006050?nameOf=RIF%20Intro%20at%20SAM%202023>

# Deux entités, un but commun



Activités principales : maintenir les normes, gérer facilités de co-financement pour la mise en œuvre des normes, réunir diverses parties prenantes internationales

Activités principales : développer des outils d'audit social, des recherches et des analyses comparatives sur les meilleures pratiques, renforcer les capacités locales dans le monde



# Les Facilités pour la Finance Inclusive Responsable (FIR)

Cerise+SPTF gère trois facilités FIR qui couvrent :

- l'Afrique Sub-Saharienne
- l'Asie du Sud-Est
- l'Amérique Centrale et les Caraïbes.

Les facilités FIR financent :

- Les activités de formation (comme celle-ci !) sur la finance inclusive responsable, les services financiers numériques, et la protection des consommateurs
- Les évaluations institutionnelles
- Les projets d'amélioration pour aider à la mise en œuvre des Normes Universelles

# Questions principales à aborder

- Qu'est-ce que la finance inclusive responsable, et pourquoi est-elle importante pour la pérennité de toute institution financière?
- Quelles sont les Normes Universelles de Gestion de la Performance Sociale et Environnementale?
- Comment puis-je évaluer mon organisation par rapport aux Normes Universelles? Qu'est-ce que c'est que la plateforme SPI Online?
- Quelles sont les normes de gestion supplémentaires pour l'offre responsable des services financiers numériques (SFN), et comment puis-je évaluer mon organisation par rapport aux Normes SFN?

# Programme

<b>9h00 - 9h30</b>	Accueil et présentations; Qu'est-ce que la finance inclusive et responsable ?
<b>9h30 - 10h00</b>	L'argument commercial pour une finance inclusive et responsable
<b>10h00 - 10h30</b>	Quelles sont les Normes Universelles de GPSE ?
<b>10h30 - 10h45</b>	Pause
<b>10h45 - 12h30</b>	Quelles sont les Normes Universelles de GPSE ? (suite)
<b>12h30 - 14h00</b>	Déjeuner
<b>14h00 - 15h30</b>	La plateforme SPI Online, ses ressources, et les sept outils d'audit social
<b>15h30 - 15h45</b>	Pause
<b>15h45 - 16h45</b>	Les Normes SFN
<b>16h45 - 17h00</b>	Conclusion

# Qu'est-ce que la Finance Inclusive Responsable ?

**La Finance Inclusive Responsable (FIR)** fait référence aux services financiers qui protègent et bénéficient aux clients (surtout les clients à faibles revenus et exclus), aux employés, et à l'environnement.

Les prestataires inclusifs responsables devront :

1. Protéger les clients contre les risques
2. Créer une valeur réelle pour les clients
3. Prendre soin de ses employés
4. Respecter et préserver les ressources naturelles

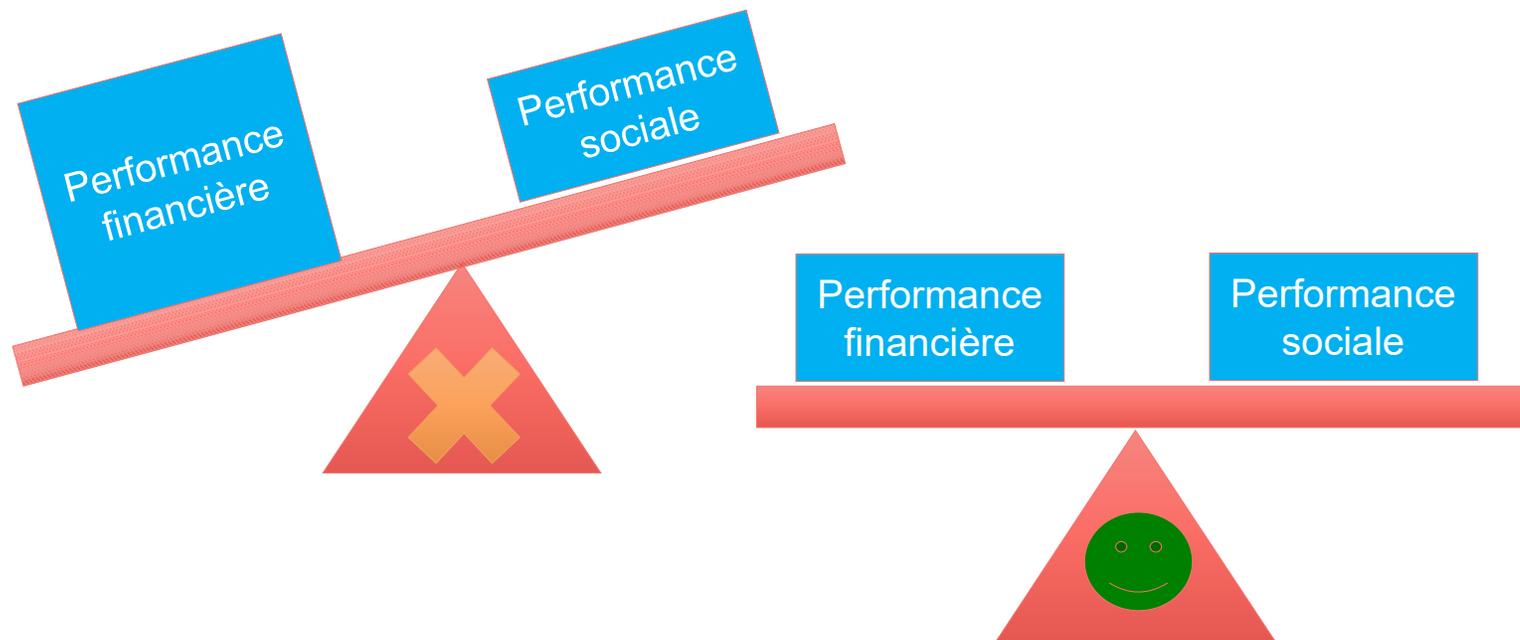
## La FIR comprend les éléments suivants :

- **La performance sociale**: la mise en pratique efficace de la mission d'une institution OU les bénéfices que vos produits créent pour vos clients;
- **La Gestion de la Performance Sociale et Environnementale (GPSE)**: la mise en œuvre des pratiques de gestion qui mettent en pratique la mission sociale et environnementale de l'institution ;
- **La gestion centrée sur le client** : Placer le bien-être des clients au centre de toutes les décisions opérationnelles et stratégiques.

## Autre définition clé :

- **Prestataire de services financiers** : une institution qui offre des services financiers, et parfois des services non financiers, à ses clients (par exemple, banques, fintechs, institutions de microfinance, IFNB, coopératives, etc.)

L'objectif de la FIR est d'obtenir de solides performances sociales *et* financières.



# Activité en petits groupes

*(10 minutes: 5 minutes de réflexion, 5 minutes de restitution)*

- Echangez sur les divers avantages que les produits et les services de votre institution sont censé créer pour des clients
- Faîtes une liste des valeurs institutionnelles et les bénéfiques que vous cherchez à créer pour les clients

# Exemples des avantages visés

- Offrir des services de haute qualité
- Fournir un accès au financement
- Améliorer le bien-être financier des clients
- Améliorer la qualité de vie des clients (par ex: accès à l'eau potable; amélioration du domicile)
- Autonomiser les femmes/clients
- Fournir une éducation/des activités pour les jeunes
- S'attaquer aux causes de la dégradation environnementale
- Aider au développement communautaire

# L'argument commercial / l'analyse de rentabilisation de la finance inclusive responsable

## Avantages potentiels financiers de la mise en œuvre de la FIR :

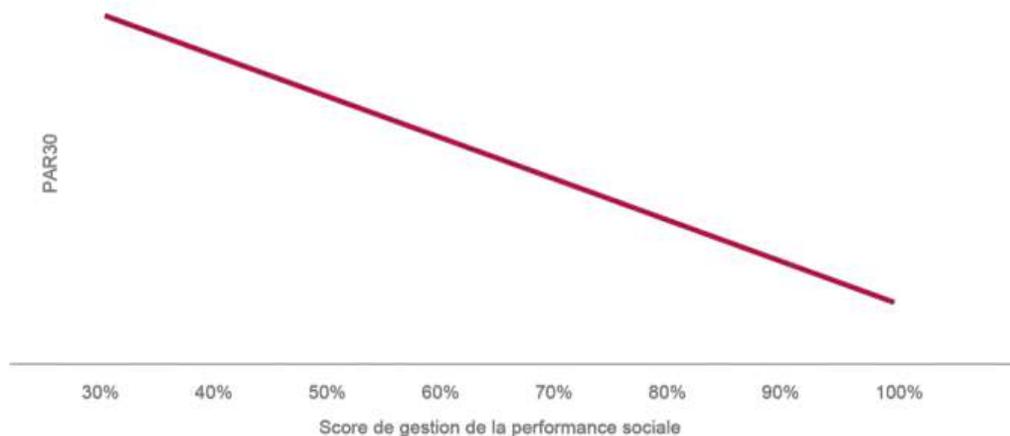
- Une meilleure fidélisation des clients
- Moins de défauts de paiement des prêts
- Amélioration de la notoriété
- Réduction de la rotation du personnel
- De meilleures données pour la prise de décision
- Amélioration des résultats des clients

*La GPS est « plutôt un investissement de long terme, qui est supposé bénéficier aux clients et par conséquent à l'organisation, dont la croissance sera soutenue par des employés motivés et des clients satisfaits. » - une étude d'ADA*

# L'argument commercial FIR (suite)

## Preuves quantitatives tirées de l'étude ADA :

Figure 46. Portefeuille à risque (PAR30) en fonction du score de gestion de la performance sociale (prédictions)



*"Les résultats confirment l'hypothèse : toutes choses égales par ailleurs, autrement dit pour des IMF ayant les mêmes caractéristiques, plus le score en GPS est élevé, plus le portefeuille à risque est faible. La relation est statistiquement significative et linéaire."*

# L'argument commercial FIR (suite)

## Analyse qualitative des PSF ayant obtenu des scores globaux élevés sur les normes universelles :

- « *Avoir des produits diversifiés en accord avec les besoins des clients, leur offrir un traitement équitable, compter sur des collaborateurs engagés avec une certaine qualité du service, est la clé pour augmenter les revenus, la rentabilité et la durabilité de l'organisation.* »
- « *Un meilleur traitement des employés et des clients augmente la productivité, la satisfaction, la motivation et améliore les relations.* »

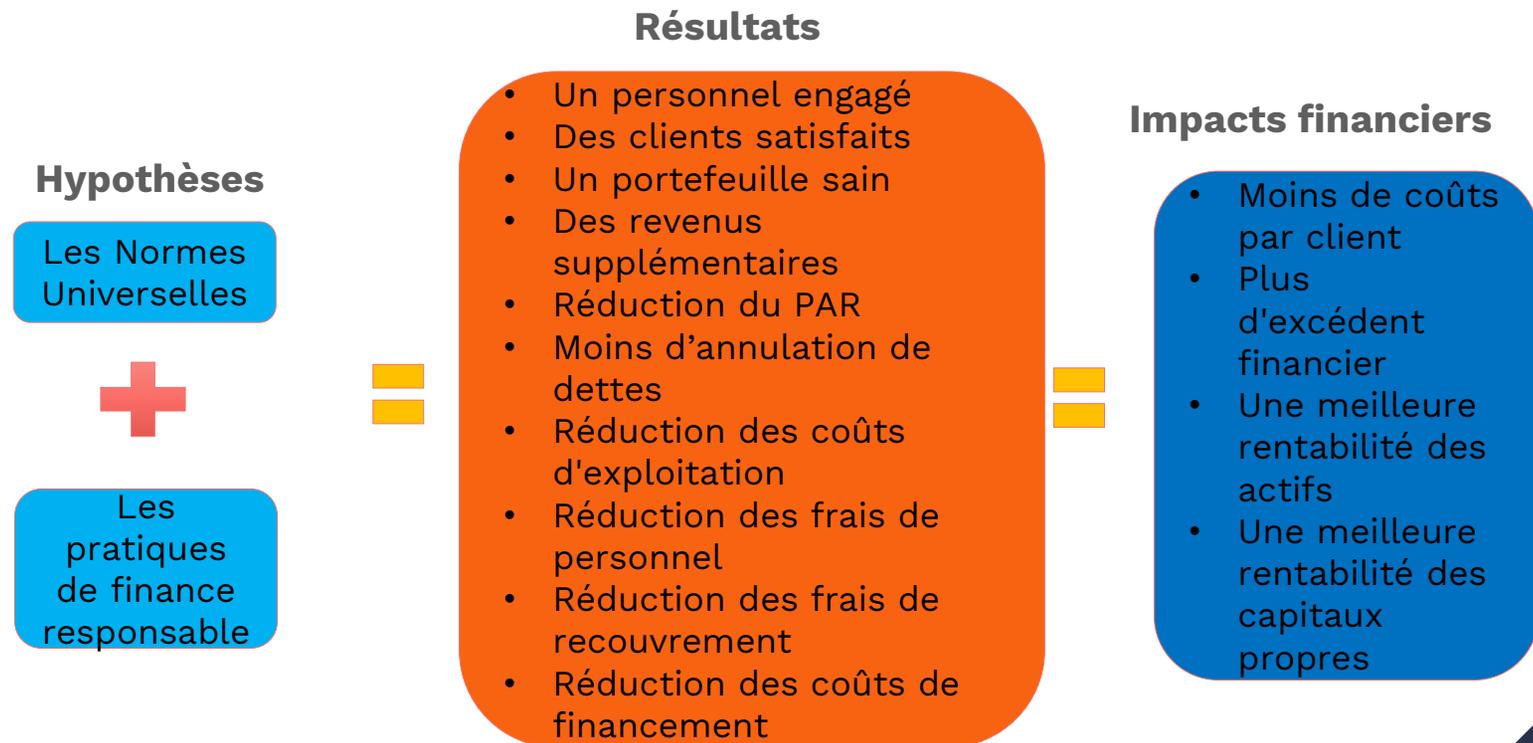


Mathilde Bauwin, ADA, en collaboration avec Cerise



# L'argument commercial FIR (suite)

Genesis Foundation, un PSF guatémaltèque, présente sa formule expliquant *pourquoi* investir dans les normes universelles et les pratiques de finance responsable est une bonne entreprise.



## L'argument commercial FIR (*suite*)

Genesis Foundation suit l'effet de ses investissements dans la mise en œuvre des Normes Universelles sur les variables suivantes :

- Réduire le PAR
- Réduire l'annulation des dettes
- Réduire les coûts de recouvrement
- Réduire les coûts du personnel
- Réduire les coûts de financement
- Augmenter les revenus
- Accroître le portefeuille

## L'argument commercial FIR (suite)

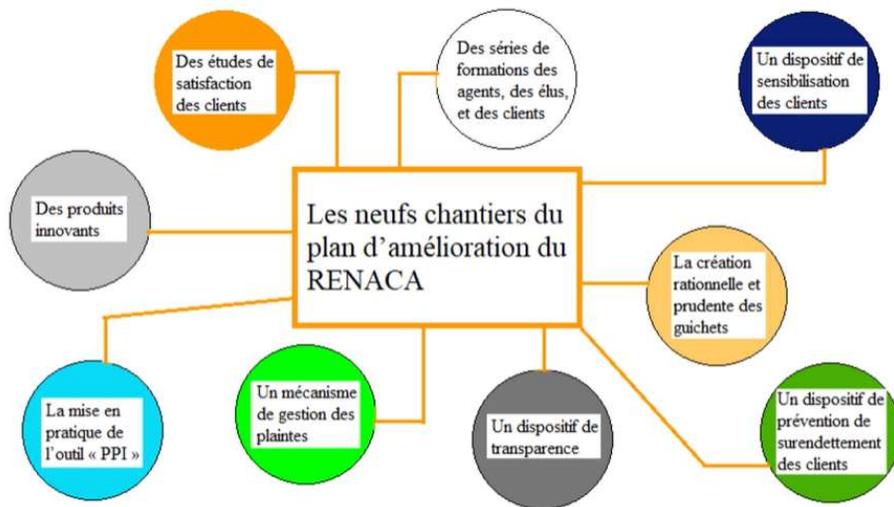
<b>PSF*</b>	<b>PAR</b>	<b>Autosuffisance opérationnelle</b>	<b>Rotation du personnel</b>	<b>La croissance client</b>	<b>Epargne</b>	<b># d'année</b>
RENACA	-66%	+7%		+16%	+14%	1
ALIDé	-19%			+288%	+278%	4
UGAFODE	-66%		+6%	+31%	+97%	1
ACFB	-8%	+32%		+83%		7
Kawosa	-9%			+260%	+458%	1.5

**De solides pratiques en matière de FIR rendent les institutions plus susceptibles d'atteindre leurs objectifs sociaux et financiers.**

# Vidéo: RENACA Bénin



# Vidéo: RENACA Bénin Synthèse



- Augmenter le nombre de clients
- Réduire le PAR
- Concevoir des produits répondant aux besoins des clients
- Améliorer l'autosuffisance opérationnelle
- Augmenter les épargnes

“La GPS est un investissement rentable.” – Directeur du RENACA

Révisons !  
Vrai ou Faux ?

**Q.** Les institutions qui cherchent à réaliser des bénéfices ne sont pas concernées par la gestion de la performance sociale.

**A.** Faux.

La GPS est un ensemble de **pratiques de gestion qui créent une organisation durable, centrée sur le client.** Une approche équilibrée permet à l'institution de poursuivre des objectifs financiers tout en bénéficiant aux clients.

**Q.** La finance inclusive responsable désigne les services financiers qui protègent et bénéficient aux clients à faibles revenus et exclus, aux employés et à l'environnement.

**A.** Vrai.

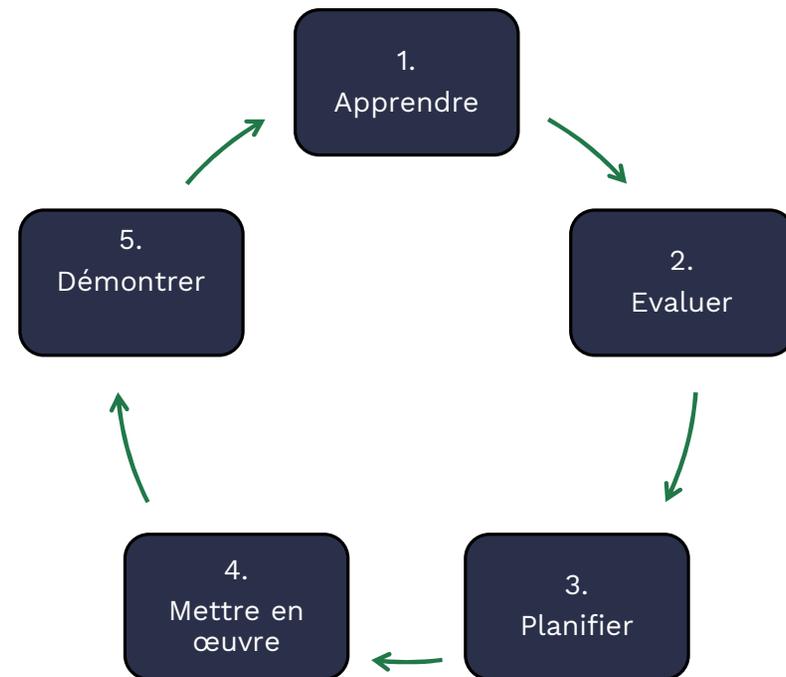
Non seulement les prestataires responsables et inclusifs protègent les consommateurs, les employés et l'environnement contre les risques, mais ils vont au-delà - en cherchant à créer un changement positif dans la vie de leurs clients.

# Comprendre les Normes Universelles de Gestion de la Performance Sociale et Environnementale

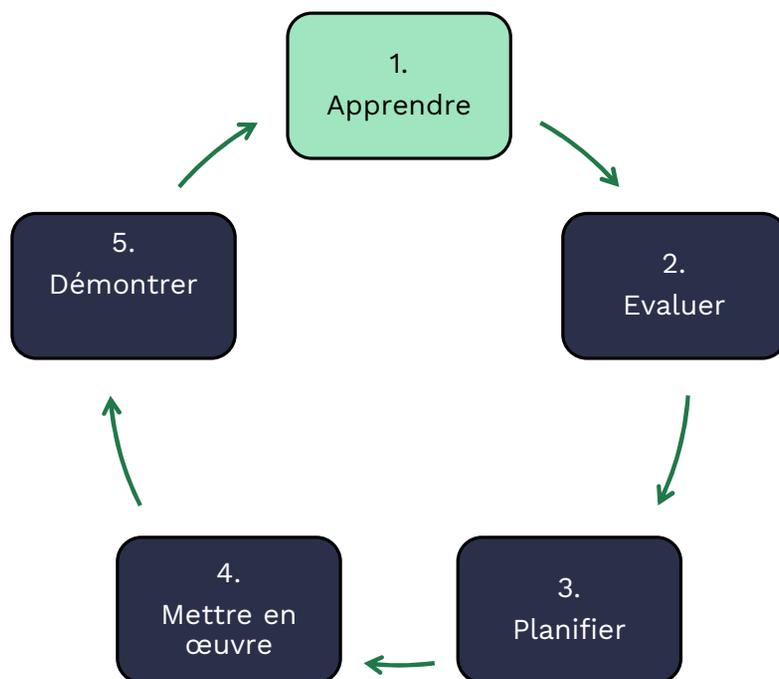


# Une feuille de route vers de meilleures pratiques

- **Apprendre**— Lire le Guide des Normes Universelles
- **Évaluer**— Utiliser le SPI/autre outil pour réaliser un audit social
- **Planifier**— Elaborer un plan d'actions, hiérarchiser les lacunes à corriger
- **Mettre en œuvre**— Améliorer les pratiques priorisées dans le plan d'actions
- **Démontrer**— Montrer vos résultats aux parties prenantes internes ou externes



# En savoir plus sur les Normes Universelles de GPSE



# Quelles sont les Normes Universelles ?

Les Normes Universelles définissent les pratiques de gestion que tous les prestataires de services financiers devraient mettre en place pour créer une valeur positive pour les employés, les clients et l'environnement.



# Pourquoi créer des Normes Universelles ?

- Clarifier ce que l'on entend par "bonnes" pratiques
- Renforcer la transparence
- Encourager le développement des bonnes pratiques
- Proposer des solutions concrètes aux risques observés
- Permettre aux parties prenantes de faire la distinction entre les prestataires désireux de créer de la valeur pour leurs clients et ceux qui se concentrent uniquement sur les profits
- Faciliter les partenariats avec des prestataires responsables

# Créées par et pour vous – les praticiens



Les Normes Universelles ont été créées par des prestataires de services financiers, des réseaux, des investisseurs et d'autres parties prenantes du monde entier, qui ont identifié le besoin et **travaillé ensemble** pour créer **des normes communes pour l'ensemble du secteur.**

# À qui s'appliquent les Normes Universelles ?



Les Normes Universelles sont une ressource pour les **institutions financières qui cherchent à créer des avantages pour leurs clients**. Les Normes Universelles ne dictent pas ce que les objectifs de l'institution devraient être, mais **aident à identifier la meilleure façon de les atteindre**.



**Un guide complet  
des meilleures  
pratiques**



**Créé par, et  
pour, des  
personnes de  
terrain**



**Une ressource  
pour atteindre  
les objectifs  
centrés sur le  
client**



**Une crédibilité  
pour les  
institutions  
et le secteur**



**Un processus de  
mise en œuvre  
réaliste**

Il y a 20 normes, organisées selon sept dimensions.

Elles intègrent les enseignements de nombreuses initiatives de notre secteur.



# La finance responsable inclut la protection des consommateurs

A bien  
faire

- **Performance sociale**

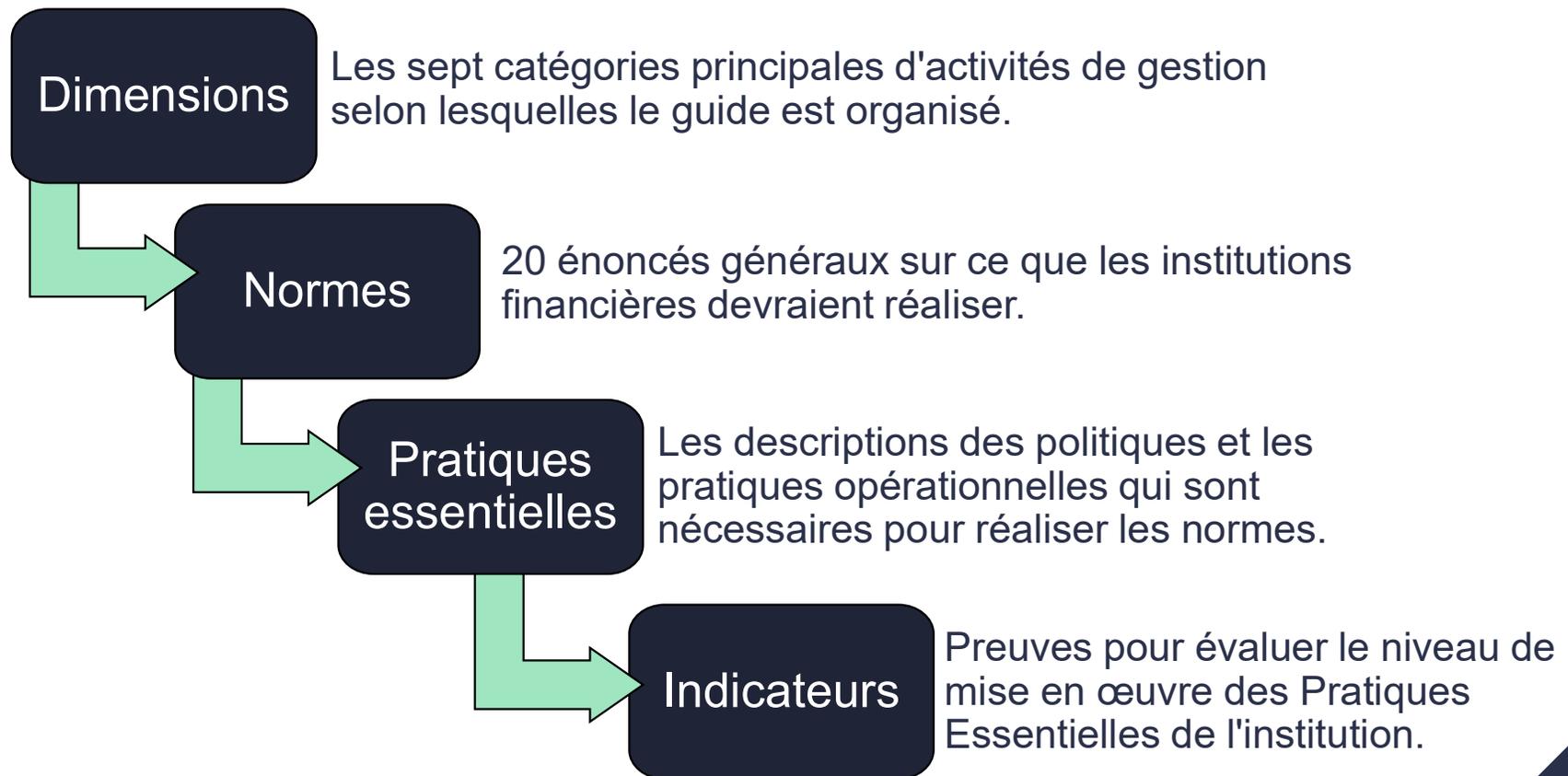
- Définir clairement les objectifs sociaux / centrés sur le client et les inclure dans la planification stratégique, créer une culture institutionnelle d'engagement envers ces objectifs, comprendre les besoins des clients, atteindre les marchés cibles, fournir des produits et services financiers et non financiers de haute qualité, traiter les employés de manière responsable, poursuivre une gestion équilibrée des performances.

Ne pas  
mal faire

- **Protection des consommateurs**

- Être responsable envers les clients par des produits appropriés, la transparence, la confidentialité des données, un traitement équitable, la prévention du surendettement, une tarification responsable et des canaux de communication pour traiter les plaintes.

# La hiérarchie dans les Normes Universelles



# Un extrait des Normes Universelles

2	Dimension	Dimension 2 : Leadership engagé	Dimension 2: Committed Leadership
2.A	Norme/ Standard	<b>Les membres du conseil d'administration tiennent l'équipe de direction responsable de la réalisation des objectifs sociaux de l'institution.</b>	<b>Members of the board of directors hold management accountable for achieving the provider's social goals.</b>
2.A.1	PE / EP	La composition du conseil reflète la stratégie sociale et les bonnes pratiques de gouvernance de l'institution.	Board composition reflects the provider's social strategy and sound governance practices.
2.A.1.1	Indicateur / Indicator	Le conseil d'administration dispose d'un comité de gestion de performance sociale (GPS) actif ou d'un organe équivalent.	The board has an active social performance management (SPM) committee or equivalent body.
2.A.1.2	Indicateur / Indicator	Au moins un membre du conseil a une expérience de travail directe avec les clients cibles de l'institution.	At least one board member has direct work experience with the provider's target clients.
2.A.1.3	Indicateur / Indicator	Au moins 20 % des membres du conseil d'administration sont des femmes.	At least 20% of board members are women.
2.A.1.4	Indicateur / Indicator	Le conseil comprend des membres dont la nationalité/l'origine ethnique est représentative des clients cibles de l'institution.	The board includes members whose nationality/ethnicity is representative of the provider's target clients.
2.A.2	PE / EP	L'institution forme les membres du conseil d'administration à leurs responsabilités en matière de gestion de performance sociale.	The provider trains board members on their social performance management responsibilities.
2.A.2.1	Indicateur / Indicator	Au cours de l'orientation des nouveaux membres ou de formation ultérieure, l'institution forme chaque membre du conseil sur les points suivants :	During new member orientation or subsequent training, the provider trains each board member on the following:
2.A.2.1.1	Détail / Detail	Les objectifs sociaux de l'institution.	The provider's social goals.
2.A.2.1.2	Détail / Detail	Le rôle du conseil dans la gestion de la performance sociale de l'institution.	The board's role in managing the provider's social performance.
2.A.2.1.3	Détail / Detail	Les Normes Universelles de Gestion de la Performance Sociale et Environnementale.	The Universal Standards for Social and Environmental Performance Management.

Activité :

Faire correspondre chaque norme à sa dimension

*(15 minutes)*

1. Les membres du conseil d'administration tiennent l'équipe de direction responsable de la réalisation des objectifs sociaux de l'institution.
2. L'institution ne surendette pas ses clients.
3. L'institution utilise les bénéfices de manière responsable.
4. L'institution collecte, analyse et communique les données spécifiques à ses objectifs sociaux.
5. Le système de Développement des Ressources Humaines de l'institution soutient sa stratégie sociale.
6. L'institution a mis en place une stratégie environnementale et des systèmes pour la mettre en œuvre.
7. Le système de Développement des Ressources Humaines de l'institution est conçu pour attirer et maintenir une main-d'œuvre qualifiée et motivée.
8. L'institution identifie et gère les risques et opportunités environnementaux.
9. L'institution reçoit et résout les réclamations des clients.
10. L'institution collecte et analyse des données pour comprendre les besoins des clients.
11. L'institution crée un environnement de travail sûr et équitable.
12. L'institution donne aux clients des informations claires et en temps opportun pour soutenir la prise de décision du client.
13. L'institution sécurise les données des clients et informe les clients de leurs droits sur les données.
14. L'institution applique un traitement équitable et respectueux des clients.
15. L'institution a une stratégie pour atteindre ses objectifs sociaux.
16. L'institution propose des produits et services financiers et non financiers pour atteindre ses objectifs environnementaux.
17. Les produits, services et canaux de l'institution sont utiles aux clients.
18. L'institution gère sa croissance d'une manière qui favorise ses objectifs sociaux et atténue les risques pour les clients.
19. L'institution fixe les prix de manière responsable.
20. La direction est responsable de la mise en œuvre de la stratégie de l'institution pour atteindre ses objectifs sociaux.



Faisons une pause !



# Parcours de Protection des Clients et les Normes Universelles

- Les normes de protection des clients sont intégrées dans les Normes Universelles
  - Environ 40% du nombre total des indicateurs sont classé comme « normes de protection des clients »
- Une approche de "Ne pas nuire".



## Activité : Identifier les indicateurs compris, ou pas compris, dans les Normes de Protection des clients

1	L'institution collecte des données quantitatives qui mesurent à la fois les changements positifs et négatifs pour les clients et leurs ménages. Fréquence minimale : annuelle	The provider collects quantitative data that measures both positive and negative changes for clients and their households. Minimum frequency: annually
2	L'institution adapte les échéanciers de remboursement aux flux de trésorerie des clients et au type d'entreprise.	The provider tailors repayment schedules to the client's cash flows and type of business.
3	L'institution consacre des ressources (financières et temps des employés) au développement et à l'amélioration continus des produits, services et canaux de distribution.	The provider dedicates resources (funds and employee time) for ongoing development and improvement of products, services, and delivery channels.
4	Les contrats de prêt sont disponibles dans les principales langues locales.	Loan contracts are available in the major local languages.
5	L'institution ne facture pas aux clients la confirmation des transactions et les demandes de solde.	The provider does not charge clients for confirmation of transactions and balance inquiries
6	Si l'institution travaille avec des tiers qui ont accès aux données des clients, les accords de l'institution précisent que les tiers maintiendront la sécurité et la confidentialité des données des clients.	If the provider works with third parties that have access to client data, the provider's agreements specify that third parties will maintain the security and confidentiality of client data.
7	L'institution affiche des informations sur la manière de soumettre une réclamation dans les agences, chez les agents tiers, dans la documentation sur les produits et sur tous les canaux numériques qu'elle utilise pour fournir des services aux clients.	The provider displays information on how to submit a complaint in branch offices, at agent locations, in product documentation, and in all digital channels it uses to provide services to clients.
8	L'institution définit des niveaux de PAR qui déclenchent une surveillance et une réponse internes supplémentaires.	The provider defines PAR levels that trigger additional internal monitoring and response.
9	L'institution dispose d'au moins un indicateur mesurable pour chaque objectif social.	The provider has at least one measurable indicator for each social goal.
10	L'institution offre une formation aux clients dans des domaines où ils ont des lacunes qui les empêchent d'atteindre leurs objectifs.	The provider offers training to clients in areas where they have skill gaps that prevent them from achieving their goals.

# La Mise en Œuvre des Normes Universelles par FIDRA



## Activité :

Téléchargez le manuel des Normes  
Universelles

<https://cerise-sptf.org/fr/download-the-manual/>

Votre institution met-elle déjà en œuvre  
certaines des Normes Universelles?  
Lesquelles?

*(20 minutes)*

Vrai ou Faux ?

**Q.** Les Normes Universelles ont été créées par le personnel de la SPTF.

**A.** Faux.

La création des Normes universelles a été un effort de collaboration mondiale. Elles ont été créées par et pour les acteurs du secteur de la finance inclusive et ont été testées sur le terrain par des centaines de PSF. Les experts du domaine ont vu ces pratiques en action, et ils s'accordent à dire qu'elles sont essentielles pour tout prestataire socialement responsable.

**Q.** Tout ce dont on a parlé aujourd'hui est très coûteux.

**A.** Faux.

Les institutions peuvent apporter des changements modestes mais significatifs à leurs politiques et pratiques, même si elles disposent de ressources limitées.

**Q.** Les Normes Universelles décrivent les résultats pour les clients que tous les prestataires de services financiers devraient atteindre.

**A.** Faux.

Les Normes Universelles sont un ensemble de **normes de gestion** qui définissent des pratiques "fortes" pour une finance inclusive responsable.

**Q.** Les Normes Universelles s'appliquent à tous les prestataires de services financiers qui souhaitent créer de la valeur pour les clients.

**A.** Vrai.

Bien qu'il s'agisse de bonnes pratiques pour N'IMPORTE QUELLE institution, elles s'adressent spécifiquement aux prestataires de services financiers qui ont une mission sociale ou une proposition de valeur d'entreprise et qui veulent la réaliser.

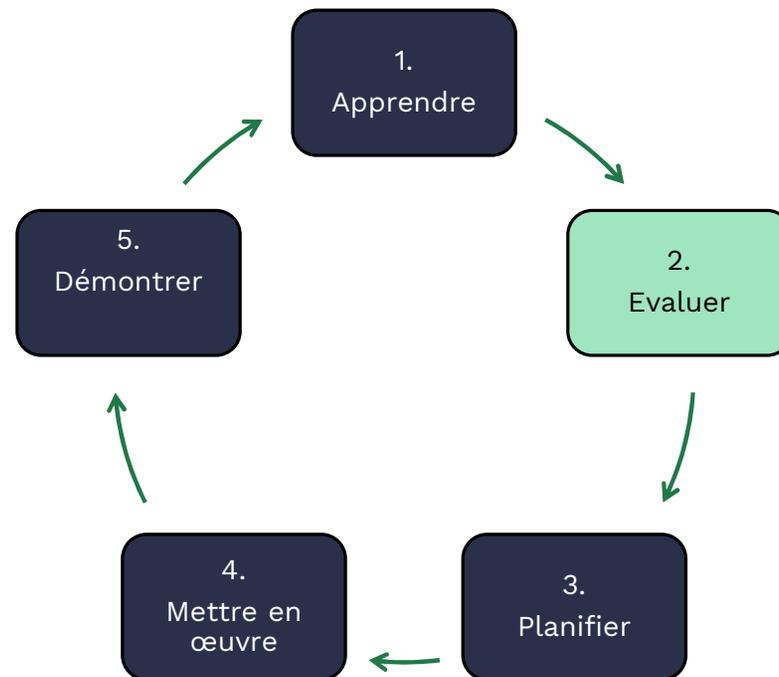
**Q.** La plupart des prestataires de services financiers devraient être en mesure de mettre en œuvre toutes les normes dans un délai d'environ un an.

**A.** Faux.

Les Normes Universelles contiennent TOUTES les pratiques "fortes" connues en matière de finance inclusive responsable. Elles sont destinées à être mises en œuvre au fil du temps, et certaines institutions prendront plus de temps que d'autres.

Il est l'heure du déjeuner.  
Bon appétit !

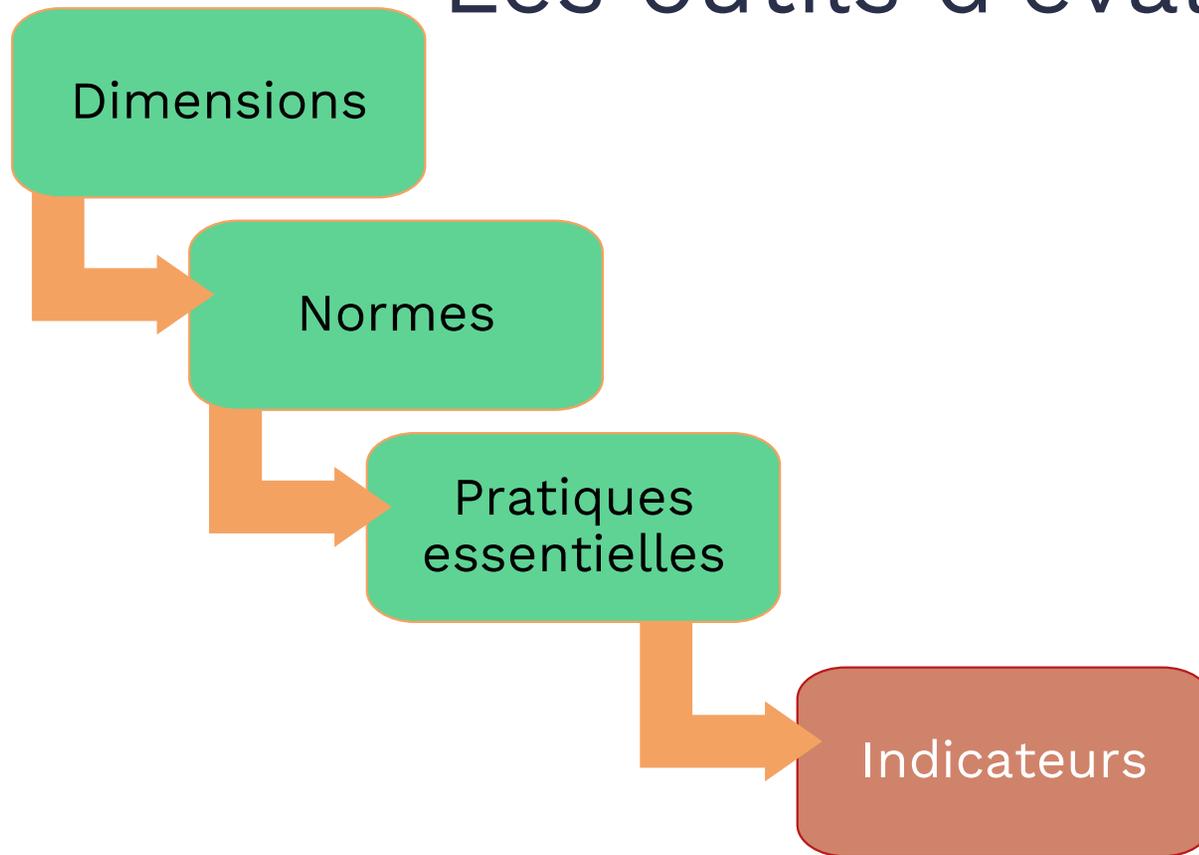
# Présentation de la plateforme SPI et tous les outils d'audit sociaux



## Introduction à SPI Online



# Les outils d'évaluation



**SPI Online**



# SPI Online



**770**

Institutions auditées

**1,150+**

Audits réalisés

**45**

Investisseurs utilisant  
ALINUS/alignés sur les  
indicateurs

**60M**

Clients uniques

**106**

Pays

En date de décembre 2022



# SPI Online

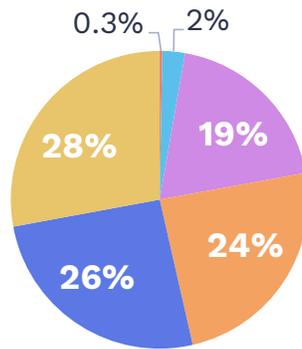
Données clés en date de **Juillet 2023**



**360**  
**Audits réels**

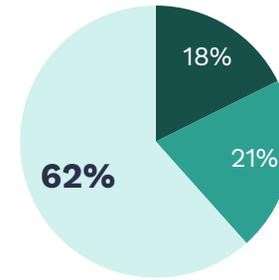
### Audits by region

- North America
- Middle East and North Africa
- Latin America and the Caribbean
- Europe and Central Asia
- Sub-Saharan Africa
- South and Southeast Asia



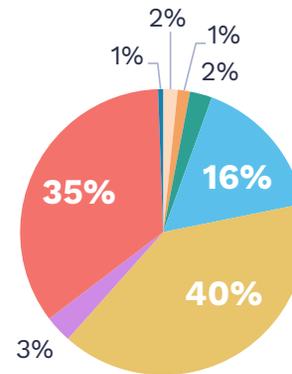
### Audits by methodology

- Accompanied Self Assessment
- Accompanied Self Assessment by qualified auditor
- Self Assessment



### Audits by assessment tool

- CP Commit
- CP Full
- CP Certification
- ESG Risk
- ALINUS
- SPI Entry
- SPI Full
- Focus Green



La plupart de ces audits réels sont des auto-évaluations avec ALINUS, SPI Full, and ESG Risk.

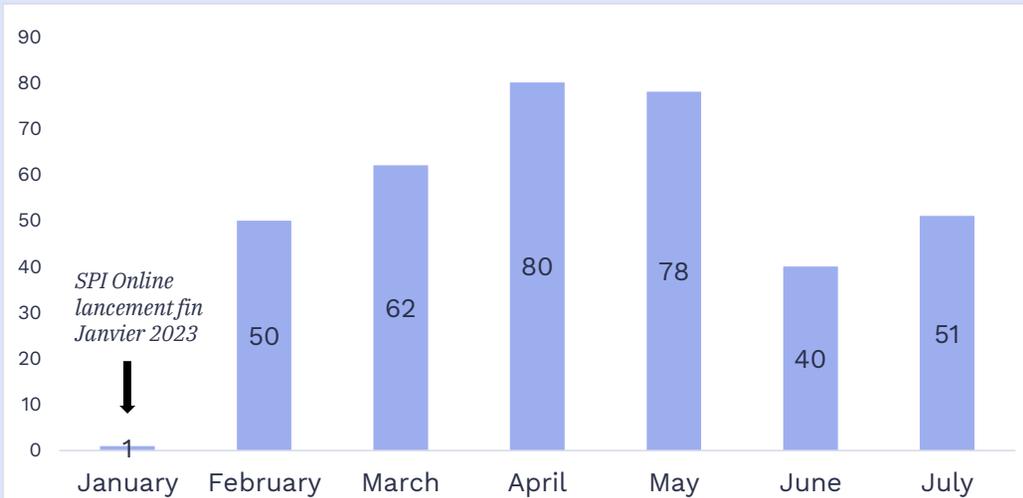


# SPI Online

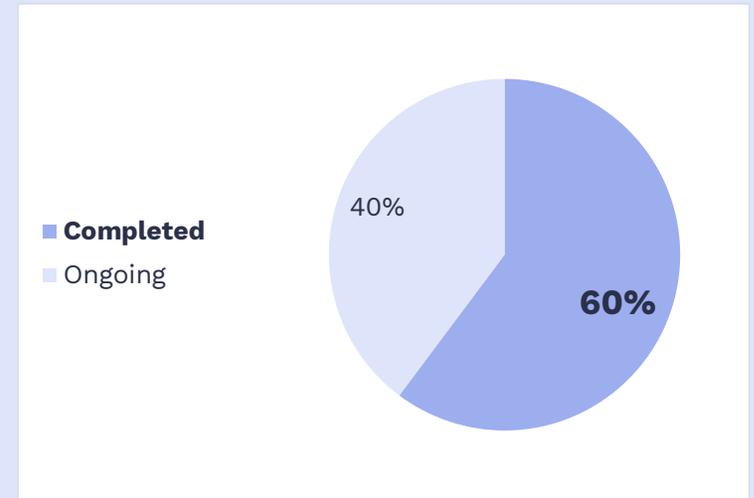
Données clés en date de **Juillet 2023**



*Après un pic de 80 audits par mois en mai et juin, le rythme s'est ralenti au cours de l'été.*



*Déjà 60 % des audits sont terminés !*



# Faisons un tour...



SPI Online

À propos

Outils

Formation

Actualités

Ressources

Experts et Financements

Assistance technique

FR

Se connecter

Créer un compte

## De l'intention à l'impact, des outils pour transformer l'économie.

Performance sociale, gouvernance, développement durable et impact : nous vous aidons à mesurer vos progrès et aller plus loin.

Faire un audit

En savoir plus

<https://spi-online.org/>

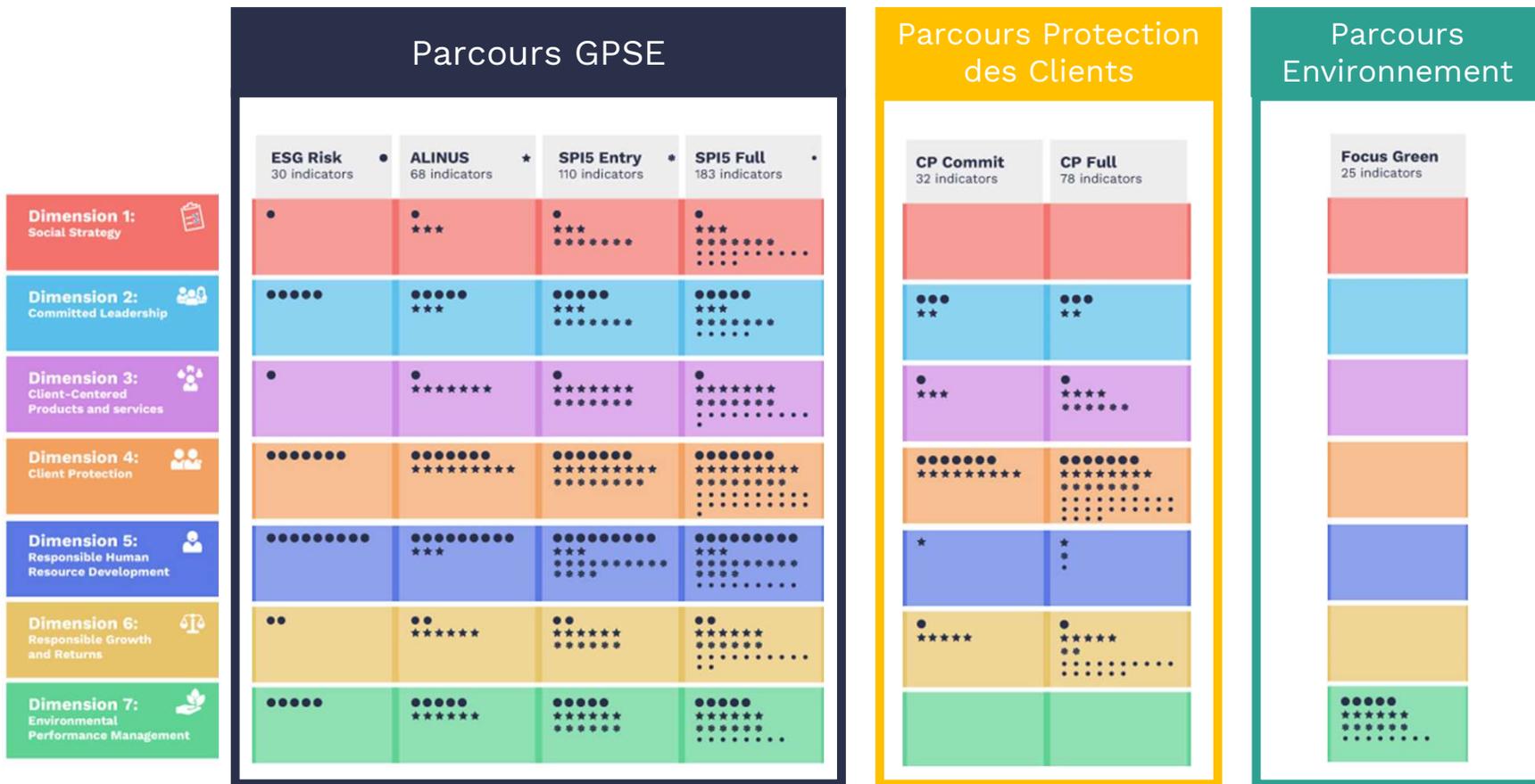
## 2023 : SPI Online – une **nouvelle plateforme** intégrée de gestion de la performance Sociale et Environnementale

- SPI Online centralise toutes les **ressources sur la GPSE** et les **outils d'évaluation**
  - **7 outils d'audit** pour guider vos évaluations sociale et environnementale, pour les nouveaux arrivants ou les experts, pour les IF ou les investisseurs, en **français, anglais et espagnol**.
  - **Centre de ressources** : ressources techniques pour la mise en œuvre des Normes Universelles et l'utilisation de la plateforme
  - **Formations et e-learning**s
  - **Ressources humaines** (Réseau des Professionnels de la Gestion de la Performance Sociale et Environnementale) et **soutien financier** (facilités de financement - RIFF)
  - **News et blogs**
- En lien avec [cerise-sptf.org](https://cerise-sptf.org) qui présente le contexte des Normes Universelles et du Parcours de Protection des Clients



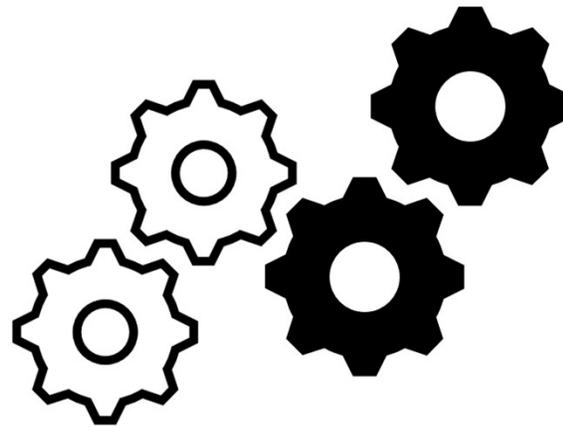
7 outils, 3 parcours

# 7 outils pour 3 parcours, alignés avec les 7 dimensions des Normes Universelles



● \* \* \* = Number of indicators in the tool, as per the Universal Standards manual.

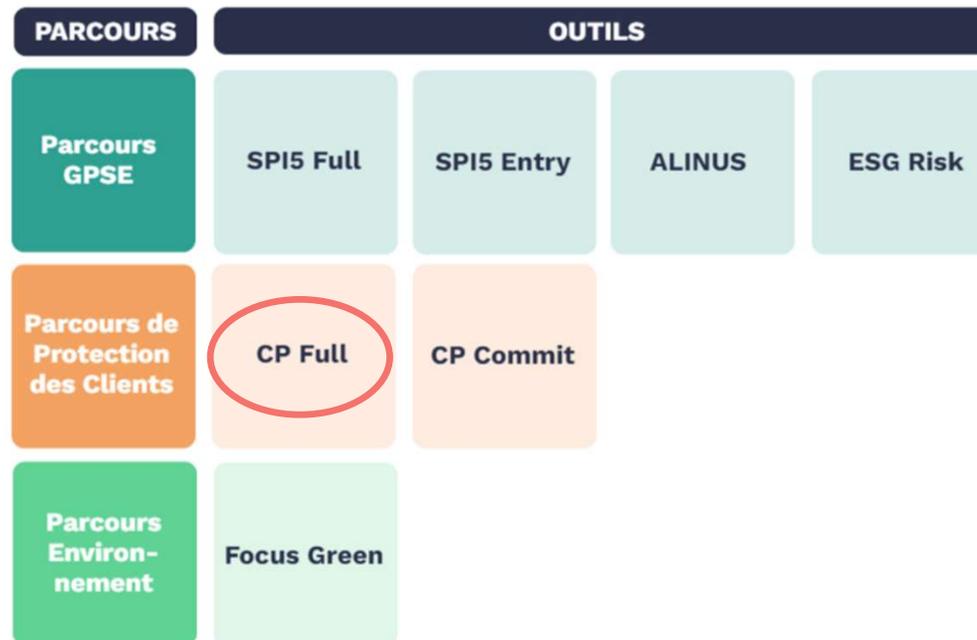
# Quel outil pour qui ?



- **Scénario 1** : En tant qu'investisseur, vous êtes à la recherche d'un outil permettant de sélectionner les institutions dans lesquelles vous pourrez investir en fonction de leur performance sociale.

PARCOURS	OUTILS			
Parcours GPSE	SPI5 Full	SPI5 Entry	ALINUS	ESG Risk
Parcours de Protection des Clients	CP Full	CP Commit		
Parcours Environnement	Focus Green			

- **Scénario 2** : En tant qu'IF responsable, vous vous êtes déjà engagée dans le Parcours de Protection des Clients et mis en œuvre des pratiques clés. Vous êtes maintenant déterminée **à progresser** et vous souhaitez obtenir à terme la certification CP pour votre organisation.



- **Scénario 3** : En tant qu'IF, vous n'avez jamais évalué votre performance sociale et environnementale, mais vous souhaitez commencer votre parcours de GPSE.



- **Scénario 4** : En tant qu'institution financière, vous n'avez jamais évalué vos pratiques de protection des clients, mais vous souhaitez vous engager dans le Parcours de Protection des Clients.

PARCOURS	OUTILS			
Parcours GPSE	SPI5 Full	SPI5 Entry	ALINUS	ESG Risk
Parcours de Protection des Clients	CP Full	CP Commit		
Parcours Environnement	Focus Green			

- **Scénario 5** : Vous êtes un consultant indépendant en mission pour évaluer en profondeur les pratiques de GPSE d'une institution afin de faire des recommandations.



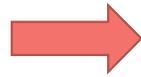
# **SPI Online** - un outil pour simplifier les rapports



Et...les due dill!



Chaque initiative = un rapport différent



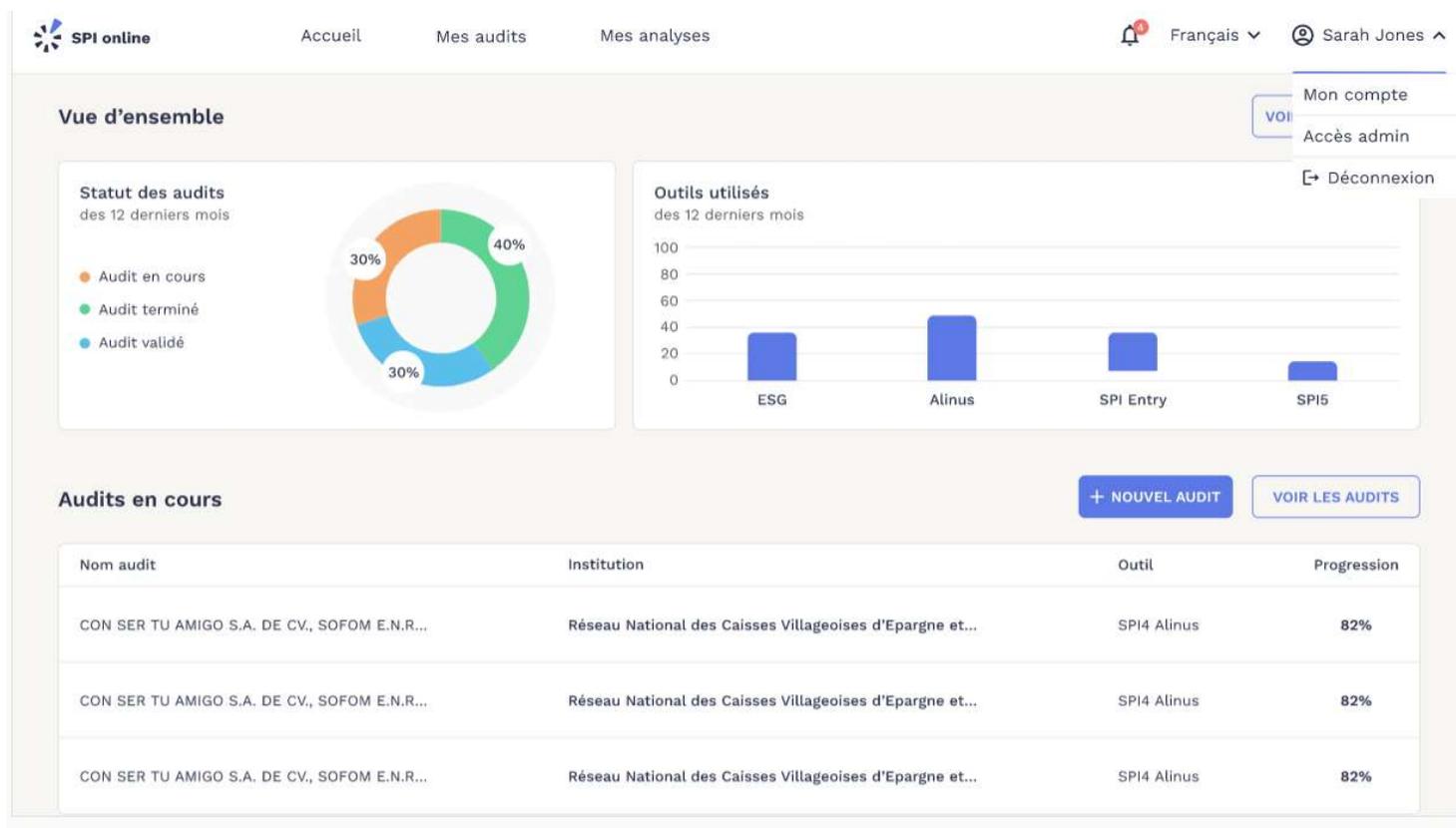
SPI Online **standardise** le reporting pour tous les acteurs





# Fonctionnalités majeures et avantages

# Tous vos audits sur une seule page



# Des options de partage pour travailler en collaboration avec vos collègues et le personnel des institutions financières

 **SPI online**    ACCUEIL    MES AUDITS    MES ANALYSES    SITE SPI ONLINE    English    

[← Retour à l'audit](#)

## Paramètres de partage

[ENREGISTRER LES MODIFICATIONS](#)

**L'organisation auditrice**  
Cerise    Droits sur l'audit: Peut modifier les réponses

**L'organisation auditée**  
Winner Finance    Droits sur l'audit: Peut voir

**L'organisation propriétaire**  
Cerise    Peut éditer  
Peut modifier les réponses  
Peut voir

**Organisations invitées**  
Organisations invitées    Droits sur l'audit: Peut voir

**Invités par mail**

     [AJOUTER](#)

 **TR**    training@cerise-spm.org    Droits sur l'audit: Peut modifier les réponses    [Supprimer l'invitation](#)

# Interface intuitive : un outil conçu par des experts UX pour une meilleure expérience utilisateur

The screenshot displays the SPI online interface. At the top, there is a navigation bar with the logo 'SPI online' and menu items: 'Accueil', 'Mes audits', and 'Mes analyses'. On the right, there are icons for notifications, language selection ('Français'), and user account ('Compte').

Below the navigation bar, the main content area is titled 'Nom de l'audit'. It includes action buttons: 'Exporter', 'Importer', 'Partager', and 'Paramètres'. There are also dropdown menus for 'Questions' and 'Départements'.

On the left side, there is a sidebar with 'Org info' and 'SPI4 Full' (Progression 65%). Below this, there are five dimensions listed with progress bars:

- Dimension 1 : Objectifs sociaux
- Dimension 2 : Engagement social
- Dimension 3 : Conception des produits
- Dimension 4 : Traitement responsable des clients
- Dimension 5 : Traitement

The main content area shows 'Dimension 1 : Objectifs sociaux' with 'Standard 1.A L'institution a une stratégie pour al'. Below this, there is a 'Pratique essentielle 1.A.1' section with the text: 'La stratégie du prestataire comprend l'énon l'amélioration de l'accès aux services financ création de bénéfice pour ces clients'.

Two indicators are shown:

- Indicateur 1.A.1.1**: Consetetur sadipscing elit, sed diam nonumy eirmod tempor inv erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dol no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem elit, sed diam nonumy. Buttons: OUI, PARTIELLEMENT, NON.
- Indicateur 1.A.1.2**: Consetetur sadipscing elit, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elit, sed diam nonumy. Buttons: OUI, PARTIELLEMENT, NON.

A dropdown menu is open, showing options for 'Questions' (Toutes les questions, Indicateurs marqués, Questions sans réponse, Oui, Non, Partiellement, Non applicable) and 'Départements' (Tous les départements, Exec Mgt, MIS, HR, Internal Audit / Internal control, Marketing / Prod Dvpt, BoD, Operation Manager, Finance).

# Conseils et guide d'audit intégrés dans l'outil

The screenshot displays the 'SPI online' interface. At the top, there is a navigation bar with 'Accueil', 'Mes audits', and 'Mes analyses'. On the right, there are options for 'Français' and 'Compte'. Below the navigation bar, there is a search bar for 'Nom de l'audit' and several action buttons: 'Exporter', 'Importer', 'Partager', and 'Paramètres'. There are also two dropdown menus: 'Toutes les questions' and 'Tous les départements'.

The left sidebar shows a tree view of audit progress. It includes 'Org info' (65% progression), 'SPI4 Full' (65% progression), and five dimensions: 'Dimension 1 : Objectifs sociaux', 'Dimension 2 : Engagement social', 'Dimension 3 : Conception des produits', 'Dimension 4 : Traitement responsable des clients', and 'Dimension 5 : Traitement'. Under 'Dimension 1', 'Standard 1.A' is selected.

The main content area displays 'Standard 1.A L'institution a une stratégie pour atteindre ses objectifs sociaux'. Below this, there is a 'Pratique essentielle 1.A.1' section with the text: 'La stratégie du prestataire comprend l'énoncé formel de sa mission, dans lequel figurent l'amélioration de l'accès aux services financiers pour les groupes vulnérables ou exclus, et la création de bénéfice pour ces clients'.

A tooltip window is open over the 'Pratique essentielle 1.A.1' section. The tooltip title is '1.A.1.1. Les clients cibles, qui comprennent les groupes vulnérables ou exclus'. It contains the following information:

- Justification:** The mission statement is the starting point for defining a clear strategy.
- Preuve à fournir:** Analysez l'énoncé de la mission (noté sur la page Informations sur l'Organisation). Vérifiez qu'il répond à trois questions clés :
  - À qui le prestataire veut-il s'adresser (population cible) en précisant le type d'exclusion / vulnérabilité ou en identifiant les populations connues pour être exclues (ex : femmes, petits agriculteurs, PME, etc.)
  - Comment le prestataire compte-t-il servir sa population cible ? (quels produits, services)
  - Quels changements le prestataire espère-t-il apporter ? (retombées)Un énoncé de mission doit être court et simple, mais clair sur les 3 points principaux ci-dessus. Guide de notation : S'il n'y a aucune mention ou juste une mention vague des 3 points, notez « partiellement ».
- Exemples:** Bon exemple : « Fournir des produits de crédit et d'épargne compétitifs [produits et services] qui renforcent les petits exploitants et les entreprises rurales [clients cibles] pour créer des entreprises agricoles durables et améliorer leurs moyens de subsistance [retombées sociales]. »

At the bottom of the tooltip, it states: 'Exemple qui ne peut pas guider la stratégie : « Fournir des services financiers à notre peuple ». Des

# Réalisez votre audit en ligne et hors ligne

**SPI online** ACCUEIL MES AUDITS MES ANALYSES SITE SPI ONLINE

**Leaders Finance** Exporter Importer Partager Paramètres audit\_content.depart...

Orginfo Progression 5.94 %

SPIS Full Progression 50.85 %

Dimension 1: Social Strategy

Dimension 2: Committed Leadership

Dimension 3: Client-centered Products and Services

Dimension 4: Client Protection

Dimension 5: Responsible Human Resource Development

Dimension 6: Responsible Growth and Returns

**Dimension 3: Client-centered Products and Services**

The provider collects and analyzes data to understand clients' needs.

The provider conducts market research and pilot testing.

**Indicator 3.A.1.1**  
Analysis of market share, market saturation, and potential market

YES PARTIALLY NO

Client profile data, including gender, age, location (urban/rural), and poverty/income level

YES PARTIALLY NO

Data on clients' needs, goals, and any obstacles to using financial services

YES PARTIALLY NO

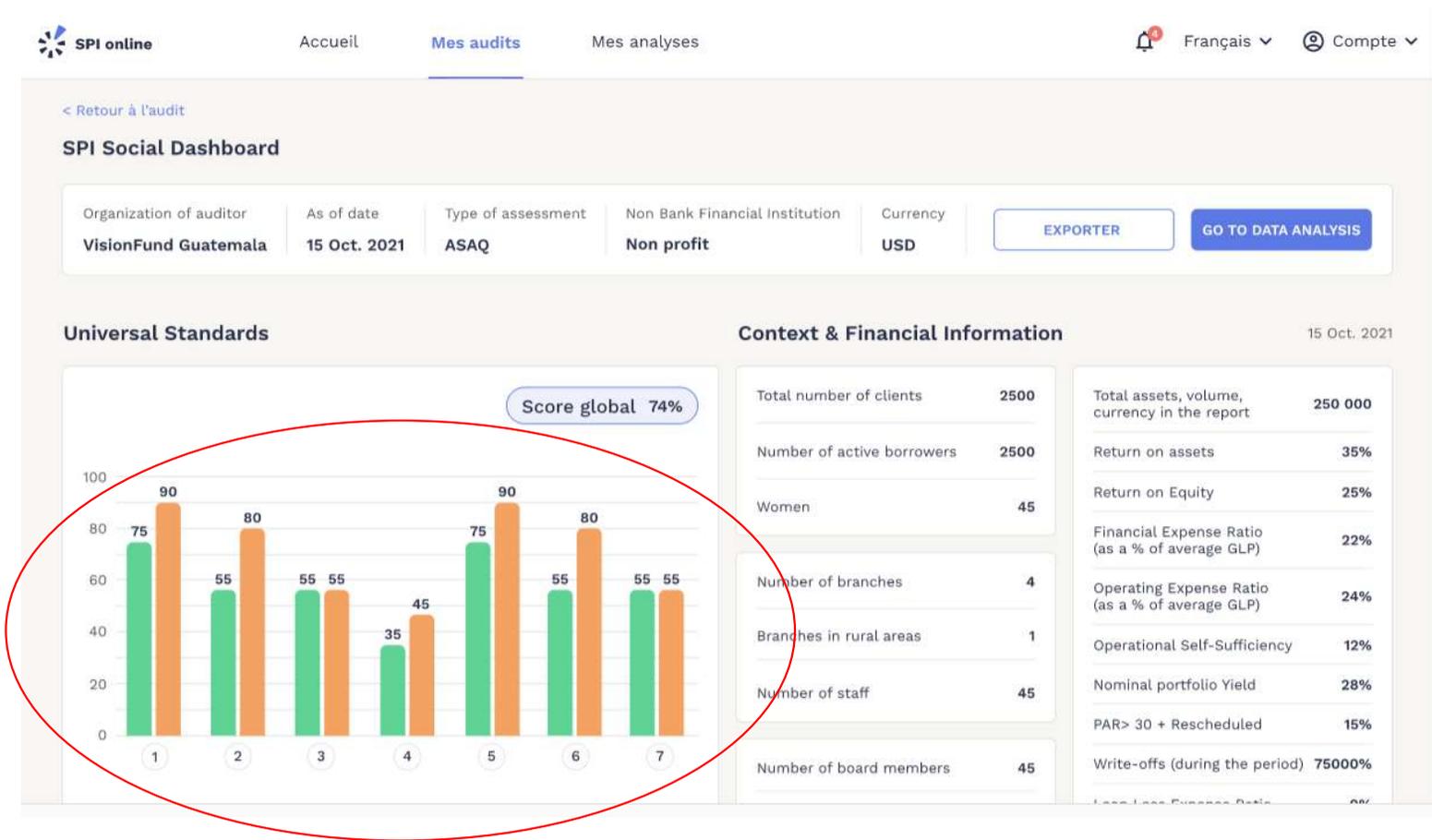
**Indicator 3.A.1.2**  
The provider pilot tests products among clients with different socioeconomic and demographic characteristics.

YES PARTIALLY NO

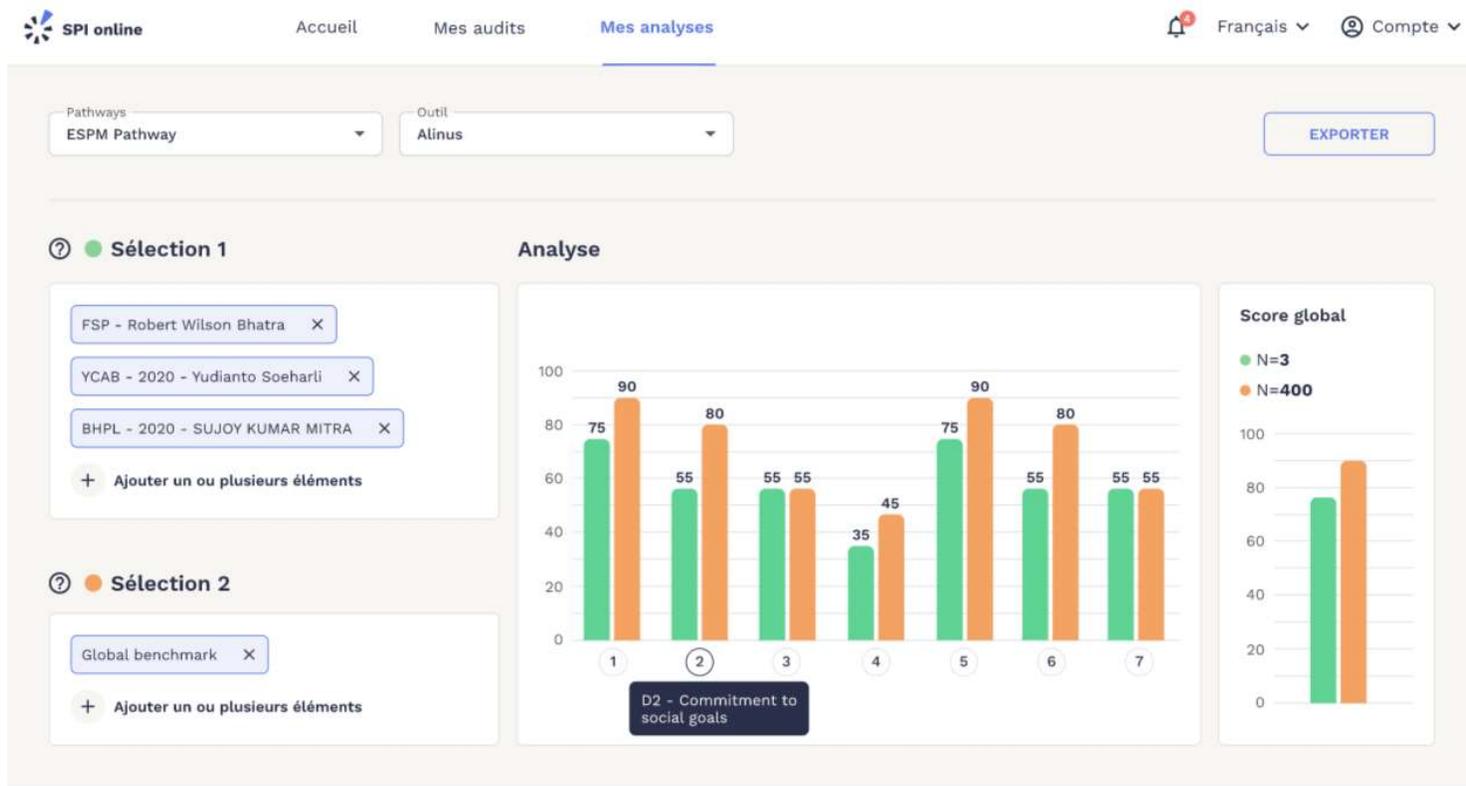


Microsoft Excel spreadsheet showing audit results for Dimension 3: Client-centered Products and Services. The spreadsheet includes columns for Indicators, Standards, and various data points. The 'Exported comments (do not)' column contains the following text: 'The characteristics are well defined', 'The characteristics are not well defined', 'The provider has a strategy to achieve its social goals', 'The strategy identifies the benefits that the provider needs to create for clients, such as: - providing access to the previously excluded - reducing vulnerability to shocks - building assets / investing in economic opportunities - increasing skills', 'The strategy describes how the provider's products and services create positive change for clients.', 'The provider defines a "do no harm" strategy that articulates how it will mitigate the social risks connected to the use of its products and services.', 'Negative electronic devices and their households', 'Household violation', 'Consumption and safety', 'The strategy defines indicators and targets to measure the provider's progress toward social goals.', 'The provider has at least one measurable output or indicator outcome target for each social goal.', 'The provider collects, analyzes, and reports data that are specific to its social goals.', 'The provider collects data on outcomes for clients and their households.', 'The provider has a process for social performance data collection that identifies who collects the data, how, and when.', 'The provider ensures the accuracy of the social performance data that it collects.', 'Employees relevant positions receive specific training on social performance data collection and entry.', 'The provider analyzes client data by specific internal audit or management means, including one field-level checks.', 'The provider collects data on an ongoing basis to measure whether it is achieving its social goals.', 'The provider collects quantitative data that measures both positive and negative changes for clients and their households. Minimum frequency annually.', 'The provider collects qualitative data that measures both positive and negative changes for clients and their households. Minimum frequency annually.', 'The provider analyzes outcomes data by client segment.', 'The provider stores data on social performance in its management information system (MIS) in a way that allows for combined analysis of a client's financial and social data.', 'The provider analyzes outcomes for different segments of clients according to their profile and financial behavior. Minimum frequency annually.', 'By client profile, gender, age, location (urban/rural), poverty/income level.', 'By financial behavior, type of products or services used, services with the provider.', 'Other segments that are relevant to the provider's social goals (please specify):'.

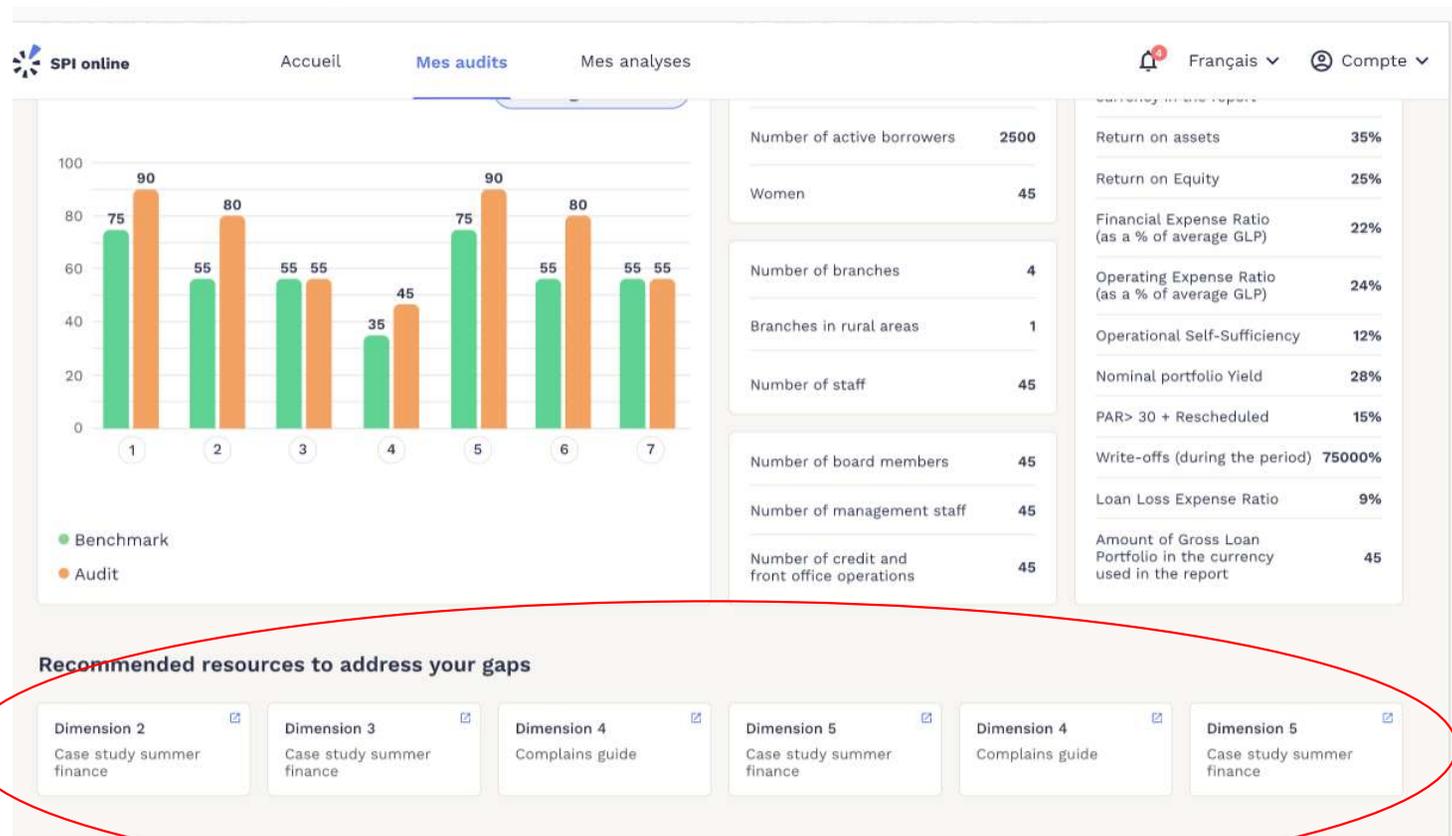
# Benchmarks en ligne consultables à la fin de l'audit



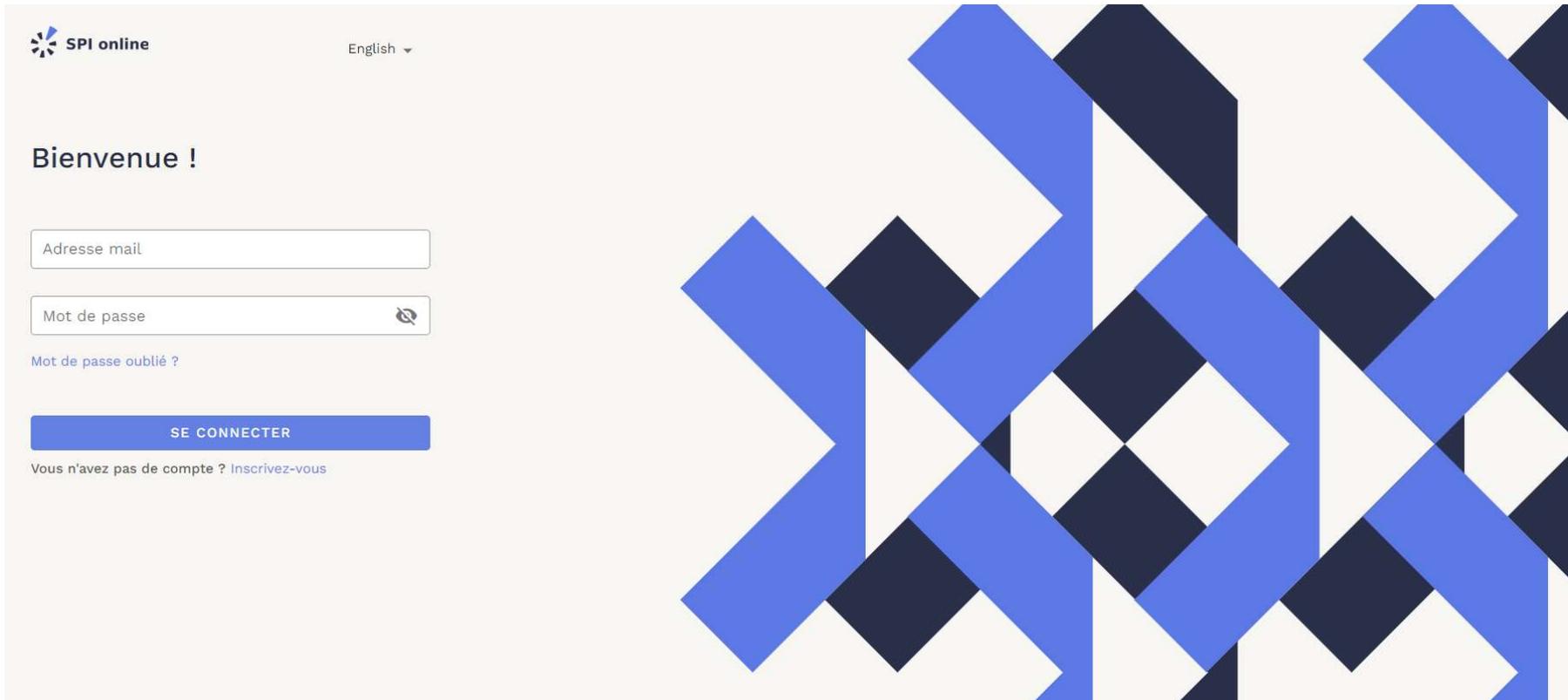
# Benchmarks et module analytique pour vos analyses personnalisées



# Liens vers des ressources en GPSE pour les principales lacunes identifiées



# Live demo



The screenshot shows the login interface for SPI online. The page has a light beige background. On the left, there is a header with the SPI online logo and a language selector set to English. Below the header, the text "Bienvenue !" is displayed. There are two input fields: "Adresse mail" and "Mot de passe" (password), which includes a toggle for visibility. A link for "Mot de passe oublié ?" is located below the password field. A blue button labeled "SE CONNECTER" is positioned below the input fields. At the bottom left, there is a link: "Vous n'avez pas de compte ? Inscrivez-vous". The right side of the page features a large, abstract geometric pattern composed of overlapping blue and dark blue shapes.

**SPI online** English ▾

**Bienvenue !**

Adresse mail

Mot de passe 

[Mot de passe oublié ?](#)

**SE CONNECTER**

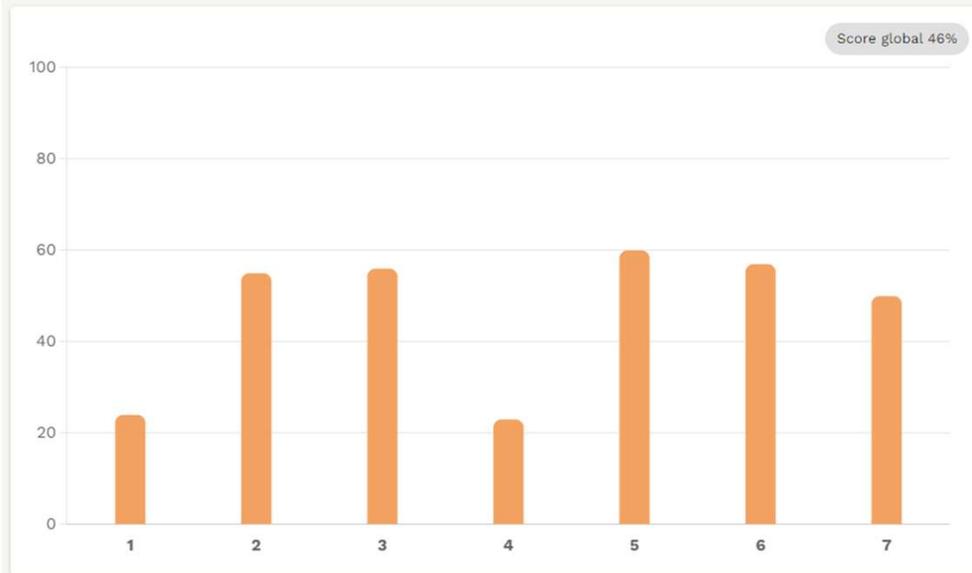
[Vous n'avez pas de compte ? Inscrivez-vous](#)

# Générer les résultats détaillés de votre audit

## Tableau de bord social et environnemental : SAM 2023 - Summer Finance - SPI5 Full

Organisation Auditée <b>Summer</b>	Date de l'audit <b>2016-12-31</b>	Méthodologie <b>FORMATION</b>	Forme légale <b>Institution financière non bancaire</b>	Monnaie <b>LAK</b>	Vous devez compléter et clore votre audit pour exporter tous les résultats	<b>FINALISER L'AUDIT</b>
---------------------------------------	--------------------------------------	----------------------------------	--	-----------------------	--	--------------------------

### SEPM Pathway : SPI5 Full



### Contexte et informations financières

2016-12-31

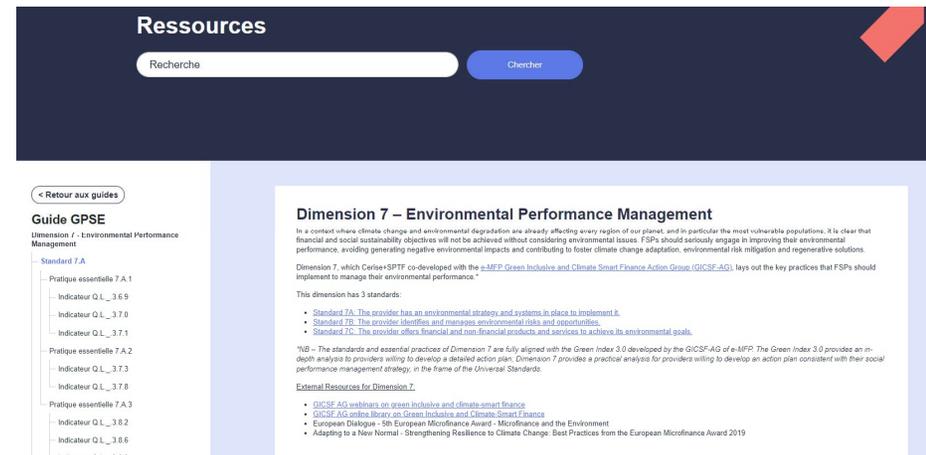
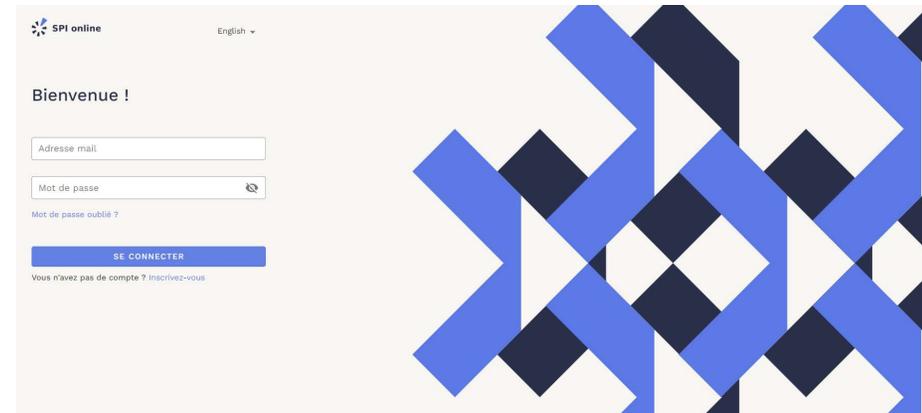
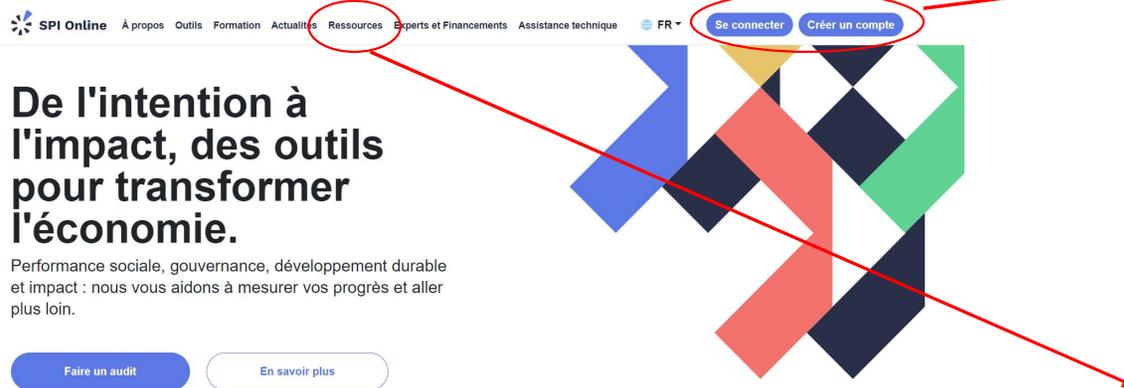
Nombre d'emprunteurs actifs	<b>7563</b>	Encours brut de crédit	<b>18290150000</b>
Nombre d'emprunteurs femmes	<b>4859</b>	Rendement des actifs (%)	<b>2.9</b>
Nombre d'emprunteurs ruraux	<b>5672</b>	Rendement des capitaux (%)	<b>5.8</b>
Nombre d'épargnants	<b>11488</b>	Ratio des charges financières (en % de l'encours brut de crédit moyen)	<b>0.7</b>
Nombre d'agences	<b>6</b>	Ratio des charges d'exploitation (en % de l'encours brut de crédit moyen)	<b>27</b>
Nombre d'employés	<b>41</b>	Autosuffisance opérationnelle (%)	<b>89</b>
Nombre d'employés front office	<b>30</b>	Rendement du portefeuille (%)	<b>34</b>
Nombre de cadres dirigeants	<b>6</b>	PAR>30 + prêts rééchelonnés (%)	<b>0.9</b>
Nombre de membres du conseil d'administration	<b>5</b>	Abandons de créances (sur la période) (%)	<b>2.3</b>
Nombre de femmes parmi les membres du conseil d'administration	<b>3</b>	Ratio de charges pour créances douteuses	<b>N/A</b>

# Récapitulatif des ressources pour vous aider



# Ressources clés sur SPI Online (1/2)

Retrouvez les sur notre site : <https://spi-online.org>



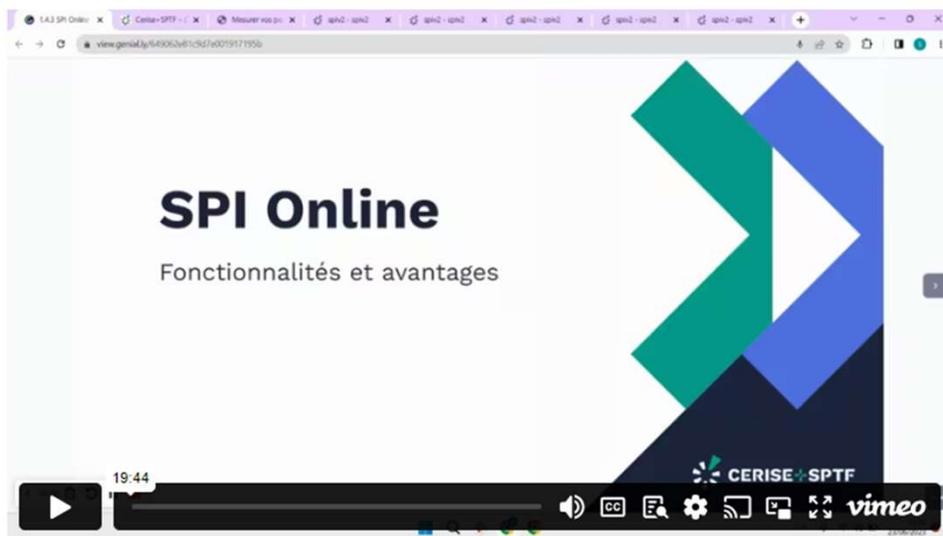
# Des tutoriels (2/2)

## Tutoriels Vidéos SPI Online

Dans cette série de tutoriels, vous vous familiariserez avec la plateforme SPI Online, les outils d'évaluation et les ressources. Vous apprendrez à gérer votre compte sur SPI Online, à créer un audit, ainsi qu'à partager un audit avec d'autres personnes et entités. Nous vous montrerons comment compléter un audit, lire les résultats, et comment utiliser les puissantes fonctionnalités de SPI afin de tirer le maximum de vos audits ! Nous vous montrerons également comment naviguer dans le Centre de Ressources et à y trouver tout le nécessaire pour bien réaliser un audit et améliorer vos pratiques de GPSE.

## Comment utiliser les outils d'évaluation de SPI Online ?

Ce tutoriel de 20 minutes vous montrera comment accéder aux outils d'évaluation de SPI online, gérer votre compte, créer des audits, et remplir et partager vos audits. Nous vous ferons visiter l'outil SPI5 Full et vous montrerons comment utiliser ses puissantes fonctionnalités afin de tirer le maximum de vos audits.



# Et aussi des ressources humaines...

## Le Réseau des Pros

**Le Réseau des Professionnels de la Gestion de la Performance Sociale et Environnementale** (Pros de la GPSE) réunit des experts formés et qualifiés sur les Normes Universelles de la GPSE, les Standards de Protection des Clients et l'outil SPI. Ces experts accompagnent les prestataires de services financiers, les investisseurs à impact et tous les autres acteurs du secteur, répondant à leurs besoins en matière de performance sociale et environnementale, de protection des clients ou de mesure des résultats.

[Télécharger la liste des Pro](#)

Les membres du Réseau des Pros sont disponibles pour vous accompagner pour :

- Conduire un audit en toute objectivité ;
- Préparer et mettre en œuvre des actions d'amélioration ;
- Former vos équipes ;
- Bâtir votre stratégie sociale et environnementale.

Les membres du Réseau sont :

- Des consultants indépendants qui accompagnent les institutions financières directement sur le terrain.
- Des responsables d'investissement de fonds d'investissement à impact qui intègrent la GPSE dans la sélection et le monitoring de leurs partenaires. Ils ont une expérience de due diligence sociale.
- Des responsables de réseaux nationaux, régionaux et internationaux qui accompagnent les membres de leur Réseau dans la conduite d'audits sociaux et l'amélioration des pratiques.

## Trouvez un Auditeur Qualifié SPI

Cerise+SPTF sélectionne et forme des consultants chevronnés pour vous accompagner dans vos audits SPI et vous aider à améliorer votre performance sociale et environnementale.

[Chercher un auditeur](#)



## Réseau des Pros de la GPSE

### Devenez un Pros GPSE !

Pour intégrer le Réseau des Pros, vous devez remplir au moins un des critères suivants :

1. Etre auditeur qualifié SPI
2. Etre évaluateur accrédité Protection des Clients
3. Etre consultant en GPSE et/ou Protection des Clients et avoir travaillé en tant que consultant/formateur sur au moins 2 missions (projets RIFF, Cerise ou SPTF) au cours des trois dernières années.

### Quels sont les avantages ?

**En tant que membre du Réseau des Pros de la GPSE, vous faites partie d'une communauté d'experts et vous bénéficiez de ressources spécifiques.** En retour, vous vous engagez à participer activement au sein du Réseau : réaliser régulièrement des audits, des formations et des missions d'assistance technique ; vous tenir informé à travers les lettres d'information ; mettre à jour vos connaissances avec les ressources mises à disposition par Cerise+SPTF ; répondre aux enquêtes annuelles de Cerise+SPTF, etc.

## ...Et aussi des ressources financières

- **La Facilité pour la Finance Inclusive Responsable pour pour l'Afrique subsaharienne (RIFF-SSA) :** <https://sptf.info/ta-funding/riff-ssa-mena>  
Géré par SPTF, financée par l'AFD, supporté par IEB
- **La Facilité pour la Finance Inclusive Responsable pour l'Amérique centrale et les Caraïbes (RIFF-CAC) :** <https://sptf.info/ta-funding/fondo-para-las-finanzas-responsables-e-inclusivas-ffri>  
Géré par SPTF, financée par la SDC
- **La Facilité pour la Finance Inclusive Responsable pour l'Asie du Sud-Est (RIFF-SEA):** <https://sptf.info/ta-funding/riff-sea>  
Géré par SPTF, financée par le Luxembourg

# Questions ?



Faisons une pause !



Les normes de gestion pour une offre responsable des services financiers numériques (« Normes SFN »)

Qu'est-ce qui se passe dans la photo?



## **Définition des services financiers numériques (SFN)**

L'accès aux produits et services financiers formels et leur utilisation par le consommateur final par le biais de canaux numériques, en s'appuyant sur des processus assistés ou orientés par la technologie.

- AFI Guideline Note 19, "Digital Financial Services Basic Terminology" (2016)

## A l'issue de cette session, vous...

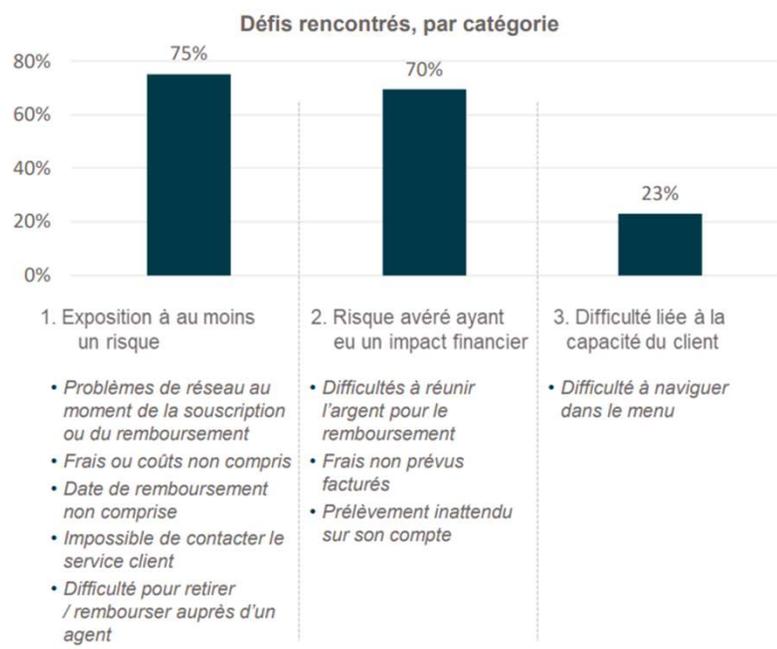
- ...comprendrez toutes les données et l'expertise que Cerise+SPTF a intégrées dans les Normes SFN
- ...saurez à qui s'appliquent les Normes SFN
- ...comprendrez comment les Normes SFN s'intègrent dans les Normes universelles
- ...connaîtrez les informations spécifiques que Cerise+SPTF espère tirer de l'essai pilote et les avantages que le PSF en retirera
- ... connaîtrez les sujets couverts par les Normes SFN
- ... comprendrez comment utiliser l'outil pilote des Normes SFN
- ... saurez quand Cerise+SPTF vont analyser les résultats du projet pilote, finaliser, et publier les Normes SFN

# Pourquoi créer des Normes SFN ?

- Les canaux numériques introduisent de nouveaux risques (par ex: biais de l'algorithme) et amplifient d'autres (par ex: la sécurisation des données clients)
- Certains segments de la population risquent d'être plus exclus
- Actuellement, la majorité des clients sont confrontées à de grandes difficultés
- Certaines parties prenantes du secteur, notamment les investisseurs et les régulateurs, demandent des outils et des ressources plus concrètes que les orientations générales

# Résumé Exécutif : Etude du CGAP en Côte d'Ivoire, juin 2023

Si une grande majorité (89%) des utilisateurs ont rencontré au moins un défi, 70% ont été exposés à au moins un risque ayant eu un impact financier.



Les défis liés à l'utilisation des crédits digitaux peuvent être classés en 3 catégories : (i) exposition à un risque pouvant affecter le bon déroulement de l'utilisation du crédit digital, (ii) risque avéré ayant eu un impact financier pour l'utilisateur, et (iii) difficulté liée aux capacités des utilisateurs eux-mêmes.

**75% des utilisateurs du crédit digital ont été exposés à au moins un risque** qui a empêché le bon déroulement du cycle de vie du crédit digital.

**70% ont été exposés à au moins un risque ayant eu un impact financier**, avant tout à travers la difficulté à réunir l'argent pour rembourser (49% du total des utilisateurs).

**23% ont connu des difficultés liées à leurs capacités.**

**Les femmes** sont exposées à l'ensemble des risques associés à un impact financier **dans des proportions proches de celles des hommes**, (74%, vs 68% des hommes). Les utilisateurs en zone rurale sont moins exposés à ces difficultés mais **exposés aux difficultés liées à leurs capacités dans une proportion légèrement supérieure aux utilisateurs d'Abidjan** (27% vs 21% à Abidjan).

[Téléchargez l'étude](#)

# Informations clés sur la demande :



- Les femmes sont moins nombreuses que les hommes à utiliser le crédit numérique.
- Les femmes utilisent le crédit numérique différemment des hommes.
- Les consommateurs comprennent mal ou pas du tout les informations partagées par le fournisseur.
- Les exigences réglementaires visant à fournir des conditions générales complètes sont contre-productives.
- Les gens se fient à leurs pairs pour obtenir des informations.
- La plupart des défauts de paiement concernent de très petits prêts, ce qui entraîne un fichage du client et l'exclusion.
- Les emprunts multiples sont courants.
- Les clients ont compris ce qui pousse à augmenter les limites de prêt et agissent stratégiquement pour les obtenir.

Source: Les recherches du cabinet MSC

# Le processus

- 2020-21 : diverses discussions avec le Centre pour l'Inclusion Financière, y compris leur contribution sur les Normes de crédit numérique
- 2021 : Revue des documents, y compris les ressources du CGAP, GSMA, Women's World Banking, BTCA, FINCA, FENU, IPA, USAID et IFC.
- Sep 2021 - juin 2022 : environ 50 entretiens avec des experts, dont une douzaine de PSF.
- Fév-juin 2022 : réunions virtuelles du groupe de travail SFN
- 28 septembre 2022 : réunion d'une journée du groupe de travail SFN en présentiel
- Oct. 2022 - mars 2023 : derniers ajustements sur la base des contributions du groupe de travail
- Avril 2023 : publication des Normes SFN pour les essais pilotes
- 2023 T2-T4 : essais pilotes
- 2024 : intégration des Normes SFN dans les Normes Universelles, y compris la désignation de celles qui font partie de la protection des clients

## ~ 50 experts ont été interviewés

Organization	Country	Organization	Country	Organization	Country
4G Capital	Kenya	Consultant (formerly of the Lux House of Microfin.)	Luxembourg	Juakali	Kenya
Accion	USA	COOPEC-SIFA	Togo	M-CRIL	India
ADA	Luxembourg	Credicampo	El Salvador	MFR	Kenya
Advans Myanmar	Myanmar	DAI (formerly at FINCA Forward)	USA	Microplan Financial Services	Zimbabwe
Amarante Consulting	Nicaragua	DID	Canada	MicroSave Consulting (MSC)	Kenya
Anh Chi Em (ACE)	Vietnam	EA Associates	USA	ModusBOX	Thailand
APFI	Burkina Faso	ENCOT	Uganda	Oikocredit	Netherlands
Banque Al IbdAA	Mauritania	Financial Health Network	USA	REDCAMIF	Nicaragua
BRAC Tanzania	Tanzania	Finanzas Inclusivas y Gobernanza (FIG)	Ecuador	RENACA	Benin
CAURIE	Senegal	FINCA Impact Finance	USA	SAC	Panama
Center for Financial Inclusion (CFI)	USA	FUSAI	El Salvador	SUMA Financiera	Panama
CGAP	USA	Gates Foundation	USA	Suricate Solutions	Senegal
Consultant (formerly a rater)	Italy	Griffith University	Australia	Triodos	Netherlands
Consultant (worked on digital credit standards)	USA	GSMA	United Kingdom	UNCDF	Belgium
Consultant (formerly of Mastercard Foundation)	USA	Hermanidad de Honduras	Honduras	USAID	USA
Consultant (formerly of Tala)	USA	Infinity Microfinance Bank	Nigeria	USAID	USA
Consultant (most recently with UNCDF)	UK / India	IPA	USA	Women's World Banking	USA

## Si vous êtes un prestataire SFN, utilisez-vous uniquement les Normes SFN ou également les Normes Universelles ?

- Vous utilisez les deux. Les Normes du SFN complètent les Normes Universelles ; elles ne les remplacent pas.
  - "Nous avons lu des audits réalisés par des structures sur les performances sociales. Nous pensons que ces questions sont toujours très importantes, quelle que soit la manière dont vous offrez vos produits." - un prestataire de SFN
- En fait, bon nombre des idées suggérées par le groupe de travail SFN figuraient déjà dans les Normes Universelles. Exemples :
  - Disposer d'un mécanisme de traitement des plaintes des clients. Lire la Norme 4E des Normes Universelles.
  - Produits et services centrés sur le client. Lire les normes 3A et 3B des Normes Universelles.
- Cependant, le terme "numérique" n'est pas le même d'un PSF à l'autre. Tous ne proposent pas les mêmes services financiers et n'ont pas les mêmes systèmes internes. Les PSF ne s'évalueront qu'en fonction des Normes SFN applicables.
  - Exemple : si vous n'utilisez pas de notation algorithmique, indiquez "n/a" pour ces questions

# Exemple de la manière dont les Normes SFN complètent les Normes Universelles de base

## Le mécanisme de traitement des plaintes

Le manuel des Normes Universelles comporte une norme, trois pratiques essentielles et de nombreux indicateurs concernant les plaintes des clients, et tous sont encore d'actualité

### 4.E: Normes

Le prestataire reçoit et résout les plaintes des clients.

#### 4.E.1: Pratique essentielle

Le prestataire dispose d'un mécanisme de plaintes facilement accessible aux clients et adapté à leurs besoins.

#### 4.E.2: Pratique essentielle

Le prestataire résout les plaintes de manière efficace.

#### 4.E.3: Pratique essentielle

Le prestataire utilise les informations provenant des plaintes pour gérer les opérations et améliorer la qualité de ses produits et de ses services.

**4.E.1.1:** Les clients disposent d'un moyen de déposer des plaintes auprès de personnes autres que leur agent de crédit/agent de produit et le superviseur de ce dernier.

**4.E.1.2:** Le prestataire dispose d'au moins deux canaux de réclamation gratuits et accessibles aux clients.

**4.E.1.3:** Le prestataire informe les clients de la manière dont ils peuvent déposer une plainte.

**4.E.2.1:** La politique du prestataire en matière de plaintes identifie des niveaux de gravité et exige que les plaintes graves soient immédiatement transmises à la direction.

**4.E.2.3:** Le prestataire résout rapidement les plaintes des clients.

**4.E.3.2:** La direction étudie les rapports sur les plaintes et les indicateurs clés de performance (par exemple, le temps moyen de résolution, le pourcentage de résolution) et prend des mesures correctives pour résoudre les problèmes systématiques à l'origine des plaintes.

# Exemple, suite

## Mécanisme de traitement des plaintes : Normes supplémentaires pour le contexte du SFN :



DIGITAL

0  
1  
0  
1  
0  
1  
0  
1  
0  
1  
0  
1

Le PSF doit aider les clients qui ont une plainte à formuler, même si celle-ci concerne un problème que seule la structure partenaire peut résoudre.

Former les employés du service clients à la manière de répondre aux clients qui formulent des réclamations relatives aux services offerts par un partenaire. La réponse ne doit pas être passive, du type "appelez le numéro de téléphone X pour joindre le service des réclamations de la structure partenaire", mais active pour aider le client à trouver une solution.

Encourager vos clients à vous faire part de leurs réclamations concernant les partenaires.

**Le mécanisme de traitement des plaintes**  
Le manuel des Normes Universelles comporte une norme, trois pratiques essentielles et de nombreux indicateurs concernant les plaintes des clients, et tous sont encore d'actualité

<b>4.E: Normes</b> Le prestataire reçoit et résout les plaintes des clients.	<b>4.E.1.1:</b> Les clients disposent d'un moyen de déposer des plaintes auprès de personnes autres que leur agent de crédit/agent de produit et le superviseur de ce dernier.
<b>4.E.1: Pratique essentielle</b> Le prestataire dispose d'un mécanisme de plaintes facilement accessible aux clients et adapté à leurs besoins.	<b>4.E.1.2:</b> Le prestataire dispose d'au moins deux canaux de réclamation gratuits et accessibles aux clients.
<b>4.E.2: Pratique essentielle</b> Le prestataire résout les plaintes de manière efficace.	<b>4.E.1.3:</b> Le prestataire informe les clients de la manière dont ils peuvent déposer une plainte.
<b>4.E.3: Pratique essentielle</b> Le prestataire utilise les informations provenant des plaintes pour gérer les opérations et améliorer la qualité de ses produits et de ses services.	<b>4.E.2.1:</b> La politique du prestataire en matière de plaintes identifie des niveaux de gravité et exige que les plaintes graves soient immédiatement transmises à la direction.
	<b>4.E.2.2:</b> Le prestataire résout rapidement les plaintes des clients.
	<b>4.E.3.1:</b> La direction étudie les rapports sur les plaintes et les indicateurs clés de performance (par exemple, le temps moyen de résolution, le pourcentage de résolution) et prend des mesures correctives pour résoudre les problèmes systémiques à l'origine des plaintes.

Dès le début du partenariat, déterminer qui sera votre point de contact au sein de la structure partenaire, pour vous aider à résoudre les plaintes de vos propres clients, mais qui sont liées aux services fournis par le partenaire.

Former les employés du service clients au fonctionnement du mécanisme de réclamation de votre partenaire.

Former les agents à la manière de répondre aux plaintes. [Certains clients préfèrent se plaindre auprès des agents].

Equiper le mécanisme de traitements des plaintes pour enregistrer les plaintes des agents.

# L'intégration des nouvelles Normes SFN dans les Normes Universelles a nécessité quelques mises à jour du texte et de l'organisation existants

- Modifications minimales
  - Mettre à jour de la fréquence
  - Clarifier la langue
  - Harmoniser les termes tels que "services financiers" et "partenaire".
- Révisions organisationnelles. Exemples :
  - Regrouper toutes les informations sur les partenariats en un seul endroit
  - Réorganiser la section sur la transparence autour de trois idées : a) informations générales, b) informations détaillées à divulguer juste avant qu'un client ne signe un contrat ; c) informations sur l'activité du compte pour les clients existants.
- Révision de la langue pour la rendre plus universelle. Exemples :
  - Remplacer "document" par "information écrite"
  - Remplacer "site web" par "numérique".
- Ajout de la rigueur. Exemples :
  - S'assurer que les gens comprennent plutôt que de divulguer
  - S'assurer d'avoir une personne physique à la disposition de tous, et pas seulement pour les plaintes

# Les Normes SFN s'appliquent aux prestataires qui proposent tout type de produits numériques aux consommateurs ou qui ont accès à leurs données.

## OUI

- Ont fourni tout type de produits numériques aux clients (par exemple, des services de paiement, de l'épargne numérique, un prêt)
- Ont eu accès à des données confidentielles et/ou permettant d'identifier une personne en particulier.
- Qui sont une fintech pure ou un prestataire traditionnel proposant une offre numérique.

## NON

- ont numérisé leurs propres processus internes (par exemple, en collectant désormais les données relatives aux demandes de prêt par voie électronique)
- Disposent d'Internet
- Forment leurs clients à l'utilisation de la technologie

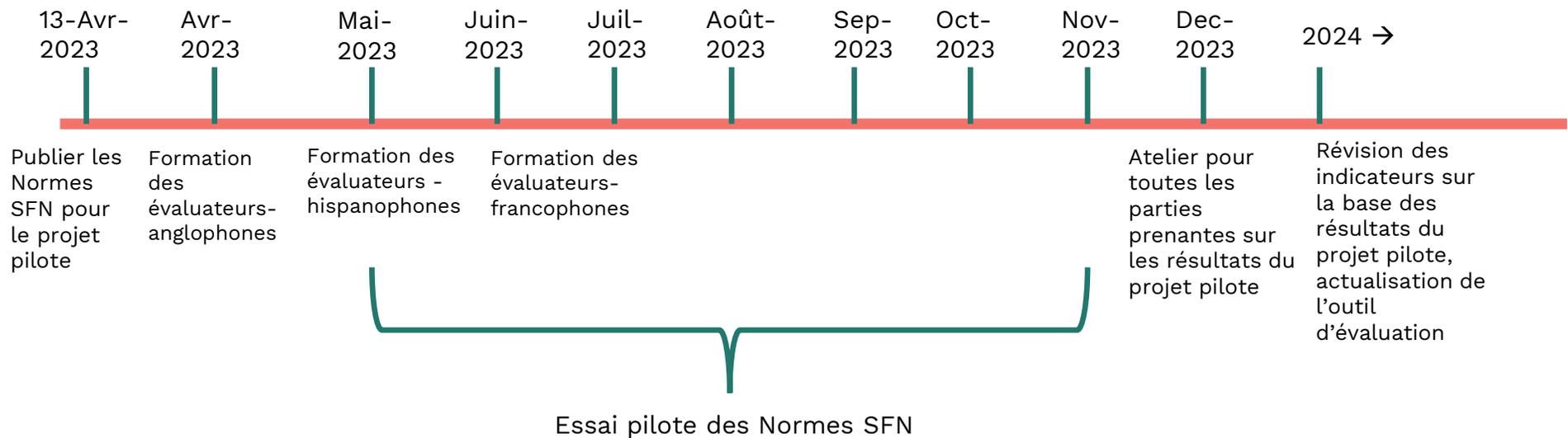
# Objectifs de l'essai pilote

- Apprendre quels sont les indicateurs pertinents / comprendre quels sont les indicateurs qui, selon le PSF, ne sont pas pertinents dans son contexte
- Démontrer l'applicabilité des Normes SFN à tous les types de prestataires / identifier les concepts qui ne sont pas universels afin de les retravailler ou de les supprimer
- Identifier les éléments manquants
- S'informer sur le niveau actuel de mise en œuvre
- Parmi les indicateurs que les PSF ne mettent pas encore en œuvre, quels sont ceux qui posent le plus ou le moins de problèmes ? Pourquoi ?
- Accroître la prise de conscience et la conviction de l'importance des Normes SFN (l'appropriation)
- Identifier des exemples de bonnes pratiques, en particulier des pratiques moins largement mises en œuvre
- Rassembler des ressources
- S'informer sur d'autres initiatives connexes (par exemple : l'association locale promeut-elle un code de conduite ?), afin de les coordonner.

# Les activités du projet pilot

- Évaluation
  - Peut dérouler en présentiel ou virtuellement; durée de 3 à 5 jours
  - Le nombre d'entretiens avec les clients est flexible
- Feedback individuel
  - Réunion virtuelle avec Cerise+SPTF
  - L'évaluateur et le PSF doivent être présents
- Communication des résultats globaux à toutes les parties prenantes
  - Le 14 décembre 2023 – [inscrivez vous!](#)

# Chronogramme du projet pilote



# Méthodologie d'élaboration des indicateurs

- Un style rédactionnel uniforme :
  - Voix active
  - Pas d'adjectifs\* (\*exception : lorsque nous définissons l'adjectif)
  - En général, utilisez le moins d'éléments possible, cependant donnez à un concept son indicateur propre /détail si nous le soulignons.
  - N'apportez aucune modification à la dimension 7
  - Le texte dit ce que vous faites, toutefois pas pourquoi ni comment. Les orientations couvrent le pourquoi et le comment.
  - Éliminez les redondances
  - Utilisez un langage facile à traduire\*\* (\*\*exception : terminologie technique que tous les experts semblent utiliser, auquel cas nous mettons une note de bas de page)
- Conservez la gestion des agents dans une seule section (tolérez une certaine redondance)
- Si donnée peut trouver sa place à plusieurs endroits dans le manuel, il suffit de choisir la section la plus adéquate.
- Si nous ne connaissons pas le bon délai (par exemple, une semaine, un mois), il suffit d'en choisir un et le tester.
- Tout peut faire l'objet d'un essai pilote. Mettre un indicateur dans l'outil pilote n'équivaut pas à s'engager à l'ajouter aux Normes Universelles.

# Aperçu des nouvelles Normes SFN uniquement

- 151 nouveaux éléments
  - Détails : 93
  - Indicateurs : 50
  - Pratiques essentielles : 7
  - Norme : 1
    - Le prestataire gère ses agents de manière à favoriser une offre responsable de services financiers.

Thème	Décompte
Gestion des agents	47
Partenariats	16
Cybersécurité	15
Lutte contre la fraude	15
Gestion des plaintes	10
Conception du produit	10
Prévention du surendettement	9
Confidentialité des données	8
Gérer les biais d'algorithmes	7
Transparence	7
Résultats	4
Traitement équitable et respectueux	2
Développement responsable des RH	1
<b>Total</b>	<b>151</b>

## Projet pilote: Aperçu de la manière dont les nouvelles Normes SFN peuvent s'intégrer dans les Normes Universelles

<u>Principal thème</u>	<u>Décompte</u>	<u>Suppression de l'existant</u>	<u>Nouveau</u>	<u>Pas changement</u>	<u>Mise à jour du texte existant</u>	<u>Mise à jour de l'ordre existant</u>	<u>Correction d'une coquille existante</u>
Gestion des agents	51	0	47	3	0	1	0
Gestion des plaintes	32	2	10	13	7	0	0
Cybersécurité	20	0	15	3	2	0	0
Confidentialité des données	20	0	8	8	4	0	0
Environnement	60	0	0	60	0	0	0
Traitement équitable et respectueux	18	0	2	15	1	0	0
Lutte contre la fraude	23	0	15	5	3	0	0
Gérer les biais d'algorithmes	10	2	7	0	1	0	0
Autre (ex: RH)	97	0	1	96	0	0	0
Résultats	61	1	4	45	11	0	0
Partenariats	18	1	16	0	1	0	0
Prévention du surendettement	36	0	9	19	7	0	1
Conception du produit	68	0	10	50	6	1	1
Tarifcation responsable	29	0	0	29	0	0	0
Transparence	35	4	7	5	11	8	0
<b>Total</b>	<b>578</b>	<b>10</b>	<b>151</b>	<b>351</b>	<b>54</b>	<b>10</b>	<b>2</b>

## Activité :

Choisissez un thème et discutez des risques / des défis que vous avez observés

*(15 minutes)*

Thème
Gestion des agents
Partenariats
Cybersécurité
Lutte contre la fraude
Gestion des plaintes
Conception du produit
Prévention du surendettement
Confidentialité des données
Gérer les biais d'algorithmes
Transparence
Résultats
Traitement équitable et respectueux
Développement responsable des RH

# Outil d'Evaluation Normes SFN

**Services financiers numériques**

Les Groupes de travail | Investisseurs sociaux | Financial Inclusion Equity Council | **Services financiers numériques** | Mesure des Résultats | Autonomisation des clients | Microfinance verte

Projet ODD (LabODD)



## Digital Financial Services (DFS) Standards

Cerise+SPTF is happy to publish standards for the responsible provision of digital financial services (the "DFS Standards"). DFS providers should implement the des Normes Universelles de gestion de la performance sociale et environnementale **and also** the DFS Standards.

[Download the DFS Standards Pilot Evaluation Tool](#)

Error with your download? Cliquez ici for help.

*NB: Si vous avez un problème avec le filtrage, ôtez la protection de la feuille, enlevez la fonction filtre puis remettez la.*

SPI5 code	Intitulé	Evaluation
1.A.1	La stratégie précise les clients cibles de l'institution financière et les avantages pour les clients qu'elle cherche à créer, ainsi que la manière dont l'institution financière atteindra ces objectifs (ci-après, les « objectifs centrés sur le client »). [F1]	
new	L'institution financière définit ce que signifie l'équité de l'algorithme pour ses décisions concernant l'offre de services financiers. [F2, F3]	?
new	La stratégie identifie les risques de cybersécurité liés à ses opérations numériques ou à ses services financiers numériques, définit les pratiques permettant d'atténuer ces risques et d'y répondre, identifie les indicateurs permettant de mesurer le succès, précise les rôles et les responsabilités du conseil d'administration et de la direction, et définit les critères de sélection des partenaires avec lesquels il convient de travailler. [F4]	?
new	La stratégie de l'institution financière pour les agents comprend au minimum les éléments suivants : [F5]	
new	Comment les agents contribuent aux objectifs centrés sur le client de l'institution financière	?
new	Les critères de sélection des agents pour qu'ils soient efficaces dans le service aux clients cibles	?

Site web: <https://cerise-sptf.org/fr/digital-financial-services/>

# **Bonnes nouvelles! Cerise+SPTF anime d'autres formations à la SAM (jeudi 19 octobre)**

- Formation sur le parcours de Protection des Clients (PC)
- Formation sur la gestion de la performance environnementale
- Réunion du groupe de travail des investisseurs sociaux

# Un grand merci aux donateurs qui soutiennent Cerise+SPTF



THE GOVERNMENT  
OF THE GRAND-DUCHY OF LUXEMBOURG  
Ministry of Finance



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Merci de remplir la fiche d'évaluation numérique



Lien:

<https://form.jotform.com/232880605204148>

# Devenez membre de Cerise+SPTF !

Les événements et les formations de Cerise+SPTF vous ont-ils été utiles ?

Êtes-vous enthousiaste à l'idée de contribuer à rendre le secteur financier bénéfique pour tous ?

Aimez-vous les remises ?

Si oui, envisagez d'inscrire votre organisation à l'adhésion annuelle de la SPTF.

- Frais abordables (selon un barème) en fonction du type de partie prenante.
- Remises et inscriptions préférentielles aux événements de la SPTF
- Grande opportunité de travailler en étroite collaboration avec la SPTF et....  
**de contribuer à assurer la pérennité de la SPTF !**

En apprendre plus : <https://cerise-sptf.org/fr/membership/>

Rejoignez notre liste de diffusion : <https://cerise-sptf.org/fr/mailing-list/>

Merci !  
Nous apprécions votre  
attention et vos  
contributions.

Nous contacter à :  
[info@sptfnetwork.org](mailto:info@sptfnetwork.org) et à  
[support@cerise-spm.org](mailto:support@cerise-spm.org)