

Normes SFN :

pour une offre responsable de
Services Financiers Numériques

Version 1.0, Octobre 2024

Chère lectrice, cher lecteur,

Nous avons le plaisir de partager avec vous les normes de gestion pour une offre responsable de Services Financiers Numériques (les Normes SFN).

Cette ressource rassemble dans un manuel complet, les meilleures pratiques identifiées par les institutions de services financiers et d'autres parties prenantes associées du monde entier, pour permettre d'offrir des services financiers numériques de manière inclusive et responsable. Une grande partie du contenu du manuel porte sur les pratiques importantes en matière de Protection des clients (CP).

Les Normes SFN couvrent cinq dimensions clés de la gestion responsable :

1. Stratégie centrée sur le client
2. Leadership engagé
3. Produits et services centrés sur les clients
4. Protection des clients
5. Développement responsable des ressources humaines

Des recherches sont en cours pour élaborer un modèle d'évaluation de la tarification responsable dans le domaine de la finance numérique. Cerise+SPTF et d'autres parties prenantes participent activement à cet effort et prévoient d'ajouter une dimension de tarification aux Normes SFN, une fois que le modèle sera terminé.

[L'outil d'évaluation des Normes SFN](#) est un outil d'évaluation gratuit qui combine les Normes SFN, également présentées dans ce manuel, avec des champs permettant d'évaluer le degré de mise en œuvre de chaque pratique par l'institution de services financiers, et des fonctions graphiques pour visualiser le résumé des résultats. Les institutions de services financiers peuvent utiliser cet outil pour évaluer et rendre compte de leur niveau actuel de mise en œuvre des Normes SFN.

Bien que le champ d'application des Normes SFN soit vaste et puisse sembler intimidant au départ, les utilisateurs de cette ressource se félicitent constamment de la clarté et de l'orientation concrète qu'elle fournit. Les Normes SFN font office d'« aide-mémoire », comme l'a décrit le PDG d'une institution de services numériques, permettant aux IF d'apprendre de leurs pairs des pratiques de gestion éprouvées, qui atténuent les risques et favorisent les avantages pour les clients. Les Normes SFN permettent à chaque IF de comprendre efficacement et simplement ce que sont les bonnes pratiques, d'évaluer son niveau actuel de performance et d'identifier les domaines à améliorer. Il est également important de noter qu'il n'existe pas de point de départ unique et qu'il n'est pas nécessaire de tout faire en même temps. En outre, le cycle d'évaluation et d'amélioration est permanent, car le contexte et les besoins des clients évoluent. Les IF prendront des mesures étape par étape, en fonction de leurs priorités et dans un délai réaliste, compte tenu des ressources dont ils disposent.

En fin de compte, les Normes SFN aident à la fois les IF et leurs clients, car le fait de rendre les services financiers plus sûrs et plus avantageux renforce également la viabilité globale de l'institution de services financiers qui les sert.

Par ailleurs, en complément du manuel des Normes SFN, vous trouverez dans notre "[Centre de Ressources](#)" des outils, des études de cas et d'autres types de ressources qui vous aideront à renforcer vos pratiques.

Dans l'attente de vous lire, n'hésitez pas à nous contacter si vous avez des questions ou si vous souhaitez nous faire part de votre expérience : info@sptfnetwork.org

Sincères salutations,
L'Équipe de Cerise+SPTF



Dimension

I Stratégie centrée sur le client

I.A L'institution a une stratégie pour atteindre ses objectifs centrés sur le client.

I.B L'institution collecte, analyse et communique les données spécifiques à ses objectifs centrés sur le client.

Dimension

II Leadership engagé

II.A Les membres du conseil d'administration tiennent l'équipe de direction responsable de la réalisation des objectifs de l'institution à l'égard des clients.

II.B La direction est responsable de la mise en œuvre de la stratégie de l'institution pour atteindre ses objectifs centrés sur le client.

Dimension

III Produits et services centrés sur les clients

III.A L'institution collecte et analyse des données pour comprendre les besoins des clients.

III.B Les produits, services et canaux de l'institution sont utiles aux clients.

Dimension

IV Protection des clients

IV.A L'institution ne surendette pas ses clients.

IV.B L'institution donne aux clients des informations claires et en temps opportun pour soutenir la prise de décision du client.

IV.C L'institution applique un traitement équitable et respectueux des clients.

IV.D L'institution sécurise les données des clients et informe les clients de leurs droits sur les données.

IV.E L'institution reçoit et résout les réclamations des clients.

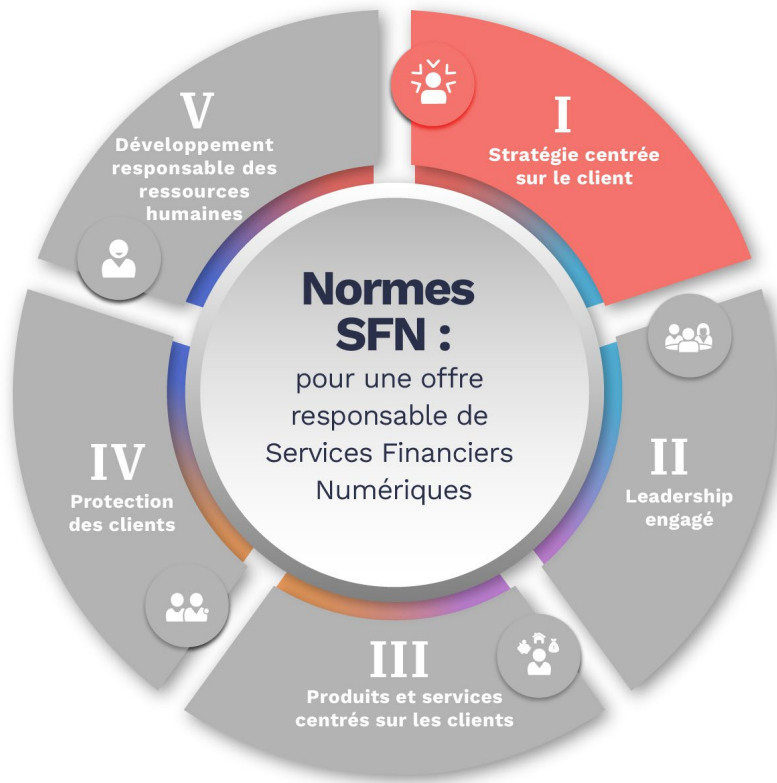
Dimension

V Développement responsable des ressources humaines

V.A L'institution crée un environnement de travail sûr et équitable.

V.B Le système de Développement des Ressources Humaines de l'institution est conçu pour attirer et maintenir une main-d'œuvre qualifiée et motivée.

V.C Le système de développement des ressources humaines de l'institution soutient sa stratégie centrée sur le client.



Dimension I

Stratégie centrée sur le client

I.A L'institution a une stratégie pour atteindre ses objectifs centrés sur le client. [F1]

I.B L'institution collecte, analyse et communique les données spécifiques à ses objectifs centrés sur le client.

[F1] Les "objectifs centrés sur le client", également appelés "objectifs à l'égard des clients" ou "objectifs sociaux", désignent les avantages que l'institution financière de services financiers souhaiterait que ses clients retirent de l'utilisation de ses services financiers. Par exemple, les clients peuvent utiliser les services financiers pour épargner en lieu sûr, pour effectuer des paiements en toute sécurité, pour investir dans leur entreprise ou pour utiliser l'assurance afin de réduire leur exposition aux chocs.

Norme

I.A L'INSTITUTION A UNE STRATÉGIE POUR ATTEINDRE SES OBJECTIFS CENTRÉS SUR LE CLIENT. [F1]

Pratiques Essentielles	Indicateurs / Détails
I.A.1 LA STRATÉGIE SPÉCIFIE LES CLIENTS CIBLES DE L'INSTITUTION, LES AVANTAGES QUE SES SERVICES FINANCIERS DEVRAIENT CRÉER POUR LES CLIENTS, ET LA MANIÈRE DONT L'INSTITUTION ATTEINDRA CES OBJECTIFS.	<p>I.A.1.1 La stratégie définit les caractéristiques démographiques et socio-économiques des clients cibles.</p> <p>I.A.1.2 L'institution définit une stratégie pour « ne pas nuire » qui articule la manière dont elle atténuera les risques pour les clients liés à l'utilisation de ses produits et services :</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>I.A.1.2.1 Effets négatifs sur les clients et leurs ménages</i> <i>I.A.1.2.2 Violations des droits humains</i> <i>I.A.1.2.3 Corruption et pots-de-vin</i> <p>I.A.1.3 La stratégie identifie les risques de cybersécurité liés à ses services financiers numériques, définit les pratiques permettant d'atténuer ces risques et d'y répondre, précise les rôles et les responsabilités du conseil d'administration et de la direction. [F2] [F3] CP</p> <p>I.A.1.4 La stratégie identifie les risques de fraudes externes liés à ses services financiers numériques, définit les pratiques permettant d'atténuer ces risques et d'y répondre, précise les rôles et les responsabilités du conseil d'administration et de la direction. [F4]</p> <p>I.A.1.5 La stratégie de partenariat précise les éléments suivants: les risques encourus par la protection des clients et liés à ses services numériques , les pratiques pour atténuer ces risques, les indicateurs pour mesurer le succès, et les rôles et responsabilités du conseil d'administration et de la direction. [F5]</p>

[F1] Les "objectifs centrés sur le client", également appelés "objectifs à l'égard des clients" ou "objectifs sociaux", désignent les avantages que l'institution financière de services financiers souhaiterait que ses clients retirent de l'utilisation de ses services financiers. Par exemple, les clients peuvent utiliser les services financiers pour épargner en lieu sûr, pour effectuer des paiements en toute sécurité, pour investir dans leur entreprise ou pour utiliser l'assurance afin de réduire leur exposition aux chocs.

[F2] La "Cybersécurité" est la protection contre les menaces de tous les éléments des systèmes d'information, y compris les réseaux, les dispositifs, les applications, et les données connectés à l'internet.

[F3] Ce manuel utilise l'expression "Services financiers" pour désigner les produits, les services et les canaux de distribution.

[F4] La "Fraude externe" est une fraude perpétrée par des acteurs qui ne sont ni employés ni sous contrat avec l'institution. La fraude est une tromperie illicite ou criminelle visant à obtenir un gain financier ou personnel.

[F5] Un "partenaire" est toute personne physique ou morale, autre qu'un employé, avec laquelle l'IF a signé un accord pour l'aider dans tout aspect du développement ou de l'offre de produits et de services aux clients.

Pratiques Essentielles

**I.A.2 LA STRATÉGIE DÉFINIT
LES INDICATEURS ET LES
RÉSULTATS ATTENDUS POUR
MESURER LES PROGRÈS DE
L'INSTITUTION PAR RAPPORT
À SA STRATÉGIE À L'ÉGARD
DES CLIENTS.**

Indicateurs / Détails

I.A.2.1 L'institution dispose d'au moins un indicateur mesurable pour chaque type d'avantage que les clients sont censés retirer de l'utilisation des services financiers de l'institution.

Norme

I.B L'INSTITUTION COLLECTE, ANALYSE ET COMMUNIQUE LES DONNÉES SPÉCIFIQUES À SES OBJECTIFS CENTRÉS SUR LE CLIENT.

<i>Pratiques Essentielles</i>	<i>Indicateurs / Détails</i>
<p>I.B.1 L'INSTITUTION COLLECTE DES DONNÉES SUR LES CHANGEMENTS POUR LES CLIENTS ET LEURS MÉNAGES.</p>	<p>I.B.1.1 L'institution collecte des données de façon continue pour mesurer si elle atteint ses objectifs centrés sur le client.</p> <p><i>I.B.1.2.1</i> 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</p> <p><i>I.B.1.2.2</i> L'institution collecte des données qualitatives qui mesurent à la fois les changements positifs et négatifs pour les clients et leurs ménages. Fréquence minimale : annuelle</p> <p>I.B.1.2 L'institution tient un inventaire des données clients qu'elle collecte et, pour chaque type de données, identifie à la fois l'objectif de la collecte et le niveau de protection requis. (Remarque : on peut parler de "Registre des données"). [F6] [F7]</p>

[F6] Les données relatives aux clients sont des Informations Personnelles Identifiables (IPI), c'est-à-dire toute information relative à une personne identifiée ou identifiable. Il s'agit par exemple du nom, de l'adresse ou du téléphone, le score de crédit et l'estimation des revenus.

[F7] Pour plus d'informations sur le "Registre de données", voir l'article 30 du GDPR, "Records of processing activities" (<https://gdpr-info.eu/art-30-gdpr/>).



Dimension II

Leadership engagé

II.A Les membres du conseil d'administration tiennent l'équipe de direction responsable de la réalisation des objectifs de l'institution à l'égard des clients.

II.B La direction est responsable de la mise en œuvre de la stratégie de l'institution pour atteindre ses objectifs centrés sur le client.

Norme

II.A LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION TIENNENT L'ÉQUIPE DE DIRECTION RESPONSABLE DE LA RÉALISATION DES OBJECTIFS DE L'INSTITUTION À L'ÉGARD DES CLIENTS.

CP

Pratiques Essentielles

Indicateurs / Détails

II.A.1 L'INSTITUTION FORME LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION À LEURS RESPONSABILITÉS EN MATIÈRE DE GESTION DE PERFORMANCE SOCIALE.

II.A.1.1 Au cours de l'orientation des nouveaux membres ou d'une formation subséquente, l'institution financière forme chaque membre du conseil d'administration à la protection des clients.

Pratiques Essentielles

Indicateurs / Détails

II.A.2 LE CONSEIL D'ADMINISTRATION PREND DES DÉCISIONS STRATÉGIQUES SUR LA BASE DE DONNÉES SOCIALES ET FINANCIÈRES.

II.A.2.1 Le conseil d'administration utilise les données suivantes, fournies par la direction, pour contrôler la protection des clients.

II.A.2.1.1 Analyse du risque de surendettement des clients. Fréquence minimale : annuelle

II.A.2.1.2 Analyse de l'insatisfaction des clients : taux d'inactivité et d'abandon des clients, résultats des enquêtes de sortie et réclamations des clients. Fréquence minimale : annuelle

II.A.2.1.3 Les taux d'intérêt et savoir s'ils sont responsables. Fréquence minimale : annuelle

II.A.2.1.4 Rapports sur les systèmes de l'institution financière en matière de confidentialité et de sécurité des données, en particulier toute attaque, défaillance ou violation. Fréquence minimale : trimestrielle.

II.A.2.1.5 Rapports sur toute fraude ou corruption, y compris l'extorsion et les pots-de-vin. Fréquence minimale : trimestrielle.

II.A.2.1.6 Dysfonctionnements des canaux numériques ayant entraîné une perte d'accès, une perte de fonds ou une violation de données pour les clients. Fréquence minimale : trimestrielle.

II.A.2.2 Le conseil d'administration utilise les données suivantes, fournies par la direction, pour contrôler la stratégie de l'institution financière à l'égard des clients:

II.A.2.2.1 L'évaluation de la protection des clients ou l'audit social le plus récent de l'institution. Fréquence minimale : tous les trois ans.

II.A.2.2.2 Comment les bénéfices sont répartis et si la répartition des bénéfices est alignée sur la stratégie de l'institution visant à créer des avantages pour les clients. Fréquence minimale : annuelle

II.A.2.3 Le conseil d'administration utilise les données suivantes, fournies par la direction, pour contrôler les conditions de travail décentes pour les employés :

II.A.2.3.1 Taux de rotation du personnel, par genre. Fréquence minimale : annuelle

II.A.2.3.2 Analyse des enquêtes de satisfaction des employés. Fréquence minimale : tous les deux ans

II.A.2.4 Le conseil d'administration prend des mesures correctives lorsqu'il identifie des risques pour les clients, pour les employés ou lorsque l'institution n'atteint pas ses objectifs à l'égard des clients.

CP

Pratiques Essentielles

II.A.3 LA SUPERVISION DE L'ÉQUIPE DE DIRECTION PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION EST ALIGNÉE SUR LES OBJECTIFS DE L'INSTITUTION À L'ÉGARD DES CLIENTS .

Indicateurs / Détails

II.A.3.1 Le conseil d'administration calcule la différence entre la rémunération annuelle moyenne des dirigeants et celle des employés débutants et est en mesure de justifier tout ratio supérieur à 25:1. Fréquence minimale: annuelle.

Norme

II.B LA DIRECTION EST RESPONSABLE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE DE L'INSTITUTION POUR ATTEINDRE SES OBJECTIFS CENTRÉS SUR LE CLIENT.

Pratiques Essentielles

II.B.1 L'INSTITUTION INCLUT DES OBJECTIFS À L'ÉGARD DES CLIENTS DANS SON PLAN OPÉRATIONNEL ET LE PDG/DIRECTEUR GÉNÉRAL TIENT LES CADRES SUPÉRIEURS RESPONSABLES DE LA RÉALISATION DES OBJECTIFS.

Indicateurs / Détails

II.B.1.1 L'institution inclut ses objectifs à l'égard des clients dans le plan d'affaires ou le plan opérationnel.

Pratiques Essentielles

CP II.B.2 LA DIRECTION PREND DES DÉCISIONS STRATÉGIQUES ET OPÉRATIONNELLES SUR LA BASE DE DONNÉES SOCIALES ET FINANCIÈRES.

Indicateurs / Détails

II.B.2.1 La Direction Générale analyse les données suivantes et évalue les risques :

II.B.2.1.1 Risques liés à la protection des clients. Au minimum, cela inclut l'analyse du surendettement, du traitement inéquitable, du manque de transparence, de l'insuffisance sécuritaire des données des clients, des réclamations, de la fraude, de la corruption et des pots-de-vin. Fréquence minimale : mensuelle.

II.B.2.1.2 Analyse des conditions de travail décentes. Au minimum, cela inclut la santé et la sécurité, la rémunération et les avantages sociaux, ainsi que les conditions de travail. Fréquence minimale : annuelle

II.B.2.1.3 Dysfonctionnement des canaux numériques ayant entraîné une perte d'accès, une perte de fonds ou une violation de données pour les clients. Fréquence minimale : mensuelle

II.B.2.1.4 La performance du partenaire telle que stipulée dans le contrat de partenariat et les accords sur le niveau de service. Fréquence minimale : mensuelle

II.B.2.2 L'audit interne et/ou la gestion des risques intègrent les critères suivants dans les activités de surveillance régulières : CP

II.B.2.2.1 Capacité de remboursement des clients, analyse des approbations de prêts, prévention des ventes agressives CP

II.B.2.2.2 Transparence envers les clients CP

II.B.2.2.3 Respect du code d'éthique ; prévention de la fraude et de la corruption CP

II.B.2.2.4 Saisie des garanties et pratiques de recouvrement appropriées CP

II.B.2.2.5 Utilisation abusive et fraude sur les données des clients CP

II.B.2.2.6 Traitement des réclamations, y compris l'examen d'un échantillon de cas CP

II.B.2.3 La direction prend des mesures correctives lorsqu'elle identifie des risques pour les clients, pour les employés ou lorsque l'institution n'atteint pas ses objectifs à l'égard des clients CP



Dimension III

Produits et services centrés sur les clients

III.A L'institution collecte et analyse des données pour comprendre les besoins des clients.

III.B Les produits, services et canaux de l'institution sont utiles aux clients.

Norme

III.A L'INSTITUTION COLLECTE ET ANALYSE DES DONNÉES POUR COMPRENDRE LES BESOINS DES CLIENTS.

Pratiques Essentielles

III.A.1 L'INSTITUTION RÉALISE DES ÉTUDES DE MARCHÉ ET DES TESTS PILOTES.

Indicateurs / Détails

III.A.1.1 Avant d'introduire de nouveaux produits, services ou canaux de distribution, l'institution réalise une étude de marché qui comprend la collecte des données suivantes sur ses clients cibles :

II.A.1.1.1 Analyse de la part de marché, de la saturation du marché et du marché potentiel

II.A.1.1.2 Données sur le profil des clients, y compris le genre, l'âge, la localisation (urbain/rural) et le niveau de pauvreté/de revenu

II.A.1.1.3 Données sur les besoins, les objectifs des clients et les obstacles à l'utilisation des services financiers

III.A.1.2 L'institution financière recueille des avis sur les produits pilotes des partenaires qui ont une interaction directe avec les clients de l'institution. (CP)

Pratiques Essentielles

III.A.2 L'INSTITUTION UTILISE SES DONNÉES POUR IDENTIFIER DES MODÈLES DE COMPORTEMENT FINANCIER PAR SEGMENT DE CLIENTÈLE.

Indicateurs / Détails

III.A.2.1 L'institution analyse l'utilisation des produits (types et fréquence) par segments démographiques et socio-économiques de ses clients. (CP)

Pratiques Essentielles

CP **III.A.3 L'INSTITUTION FINANCIÈRE RECUEILLE LES COMMENTAIRES DES CLIENTS SUR LEURS EXPÉRIENCES D'UTILISATION DE SES SERVICES FINANCIERS.**

Indicateurs / Détails

III.A.3.1 L'institution réalise des enquêtes de satisfaction client. Fréquence minimale : tous les deux ans CP

III.A.3.2 L'institution mène des entretiens avec des clients inactifs et/ou sortants pour rechercher des preuves de défauts dans la conception de ses produits. CP

III.A.3.3 L'institution financière recueille des informations sur l'expérience clients provenant des sources suivantes :

III.A.3.3.1 - Employés

III.A.3.3.2 - Partenaires

Norme

III.B LES PRODUITS, SERVICES ET CANAUX DE L'INSTITUTION SONT UTILES AUX CLIENTS. (CP)

Pratiques Essentielles

Indicateurs / Détails

III.B.1 L'INSTITUTION UTILISE LES INFORMATIONS ISSUES DES DONNÉES CLIENT POUR CONCEVOIR LES PRODUITS, LES SERVICES ET LES CANAUX DE DISTRIBUTION.

III.B.1.1 L'institution conçoit de nouveaux produits, services (financiers et non financiers) et canaux de distribution en utilisant des informations provenant d'études de marché et tests pilotes, des commentaires des clients et des données sur les changements au niveau des clients. (CP)

III.B.1.2 L'institution modifie ses produits et services existants en réponse aux besoins, aux commentaires et aux changements au niveau des clients. (CP)

Pratiques Essentielles

Indicateurs / Détails

III.B.2 L'INSTITUTION SUPPRIME LES BARRIÈRES QUI EMPÊCHENT L'ACCÈS AUX PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS.

III.B.2.1 L'institution propose des montants et des conditions de prêts adaptés à la capacité de remboursement du client, en prenant en compte ses transactions financières, sa trésorerie et/ou son type d'entreprise.

III.B.2.2 Si l'institution propose de l'épargne, elle fixe des exigences minimales et des conditions de retrait compatibles avec les flux de trésorerie des clients cibles.

Pratiques Essentielles

Indicateurs / Détails

III.B.3 LES PRODUITS, SERVICES ET CANAUX DE L'INSTITUTION PROTÈGENT LES CLIENTS DES PRÉJUDICES.

III.B.3.1 L'institution adapte les échéanciers de remboursement aux flux de trésorerie des clients et au type d'entreprise. (CP)

III.B.3.2 Les exigences de garantie et de garant de l'institution ne créent pas de graves difficultés pour les clients. (CP)

III.B.3.2.1 L'institution a établi une liste d'actifs ou de biens qui ne peuvent être donnés en garantie, comprenant des éléments qui pourraient entraîner de graves difficultés ou une perte significative de revenu pour le client. (CP)

III.B.3.2.2 *L'institution fonde l'évaluation de la garantie sur des données vérifiables: le prix du marché ou la valeur de revente. Une instance de deuxième niveau confirme l'évaluation de la garantie.*



III.B.3.2.3 *L'exigence minimale pour la valeur de la garantie ne dépasse pas deux fois le montant du prêt, et le dépôt de garantie ne dépasse pas 20 % du montant du prêt.*



III.B.3.2.4 *Si l'institution financière recueille des titres de propriété ou met en place un privilège sur un bien, elle restitue le titre au client ou lève le privilège, une fois que le prêt est remboursé.*



III.B.3.3 Si l'institution prête en devises fortes, elle informe les clients du risque de change à l'aide de scénarios de coûts. L'institution peut également justifier la décision de ne pas prêter en monnaie locale.



III.B.3.4 Si l'entreprise du client est liée à des secteurs connus pour présenter des risques sociaux élevés, l'institution effectue une évaluation supplémentaire pour atténuer les risques.

III.B.3.5 Si l'institution propose une assurance volontaire, elle évalue la valeur des produits d'assurance pour les clients :



III.B.3.5.1 *L'institution analyse les données sur l'utilisation du produit : adoption du produit, taux de sinistralité, taux de renouvellement et taux de couverture.*



III.B.3.5.2 *L'institution analyse les données sur la manière dont elle traite les demandes d'indemnisations : taux de rejet des demandes d'indemnisations, délai moyen de résolution des demandes, motifs de rejet des demandes, motifs de rupture de couverture.*



III.B.3.5.3 *L'institution analyse les données sur l'expérience client avec l'assurance : démographie des personnes couvertes, réclamations, satisfaction client.*



III.B.3.5.4 *Si le ratio de sinistralité pour l'assurance-vie est inférieur à 60 %, l'institution demande à l'assureur d'en justifier le motif .*



III.B.3.6 L'institution financière demande aux clients s'ils ont rencontré des difficultés avec les partenaires. Fréquence minimale : annuelle.



III.B.3.7 L'institution financière surveille en permanence les dysfonctionnements des canaux numériques, tels que les pannes prolongées ou les retards de traitement, et dispose de mécanismes permettant de résoudre les problèmes le cas échéant :



Pratiques Essentielles

III.B.4 LES PRODUITS ET SERVICES DE L'INSTITUTION AIDENT LES CLIENTS À RÉDUIRE LEUR VULNÉRABILITÉ AUX CHOCS ET À LISSER LEURS DÉPENSES DE CONSOMMATION.

Indicateurs / Détails

III.B.4.1 L'institution propose des produits et services qui aident les clients à maintenir des niveaux de dépenses stables malgré les fluctuations de revenus ou les urgences. Sélectionnez tout ce qui s'applique:

- III.B.4.1.1 Prêts d'urgence*
- III.B.4.1.2 Produits d'épargne avec un processus de retrait facile*
- III.B.4.1.3 Assurance volontaire*

Pratiques Essentielles

III.B.5 L'INSTITUTION FINANCIÈRE SURVEILLE LA PERFORMANCE DE SES ALGORITHMES POUR GARANTIR L'INCLUSION ET L'ÉQUITÉ DES CLIENTS.

Indicateurs / Détails

III.B.5.1 L'institution financière analyse les résultats de l'algorithme de prêt par segment de clientèle, pour comparer les clients approuvés avec le pool de candidats et les examine par rapport à sa stratégie.

III.B.5.2 L'institution analyse le montant des prêts approuvés aux clients présentant des profils financiers similaires.

Pratiques Essentielles

III.B.6 L'INSTITUTION FINANCIÈRE RÉDUIT LE RISQUE DE FRAUDES EXTERNES ET AIDE LES CLIENTS QUI EN SONT VICTIMES.

Indicateurs / Détails

III.B.6.1 L'institution financière évalue le risque de fraude, en étudiant les tendances externes en matière de fraude et en analysant les commentaires des clients, pour identifier le risque de fraude du marché.

III.B.6.2 L'institution financière réduit en permanence le risque de fraudes externes en menant au minimum les activités suivantes :

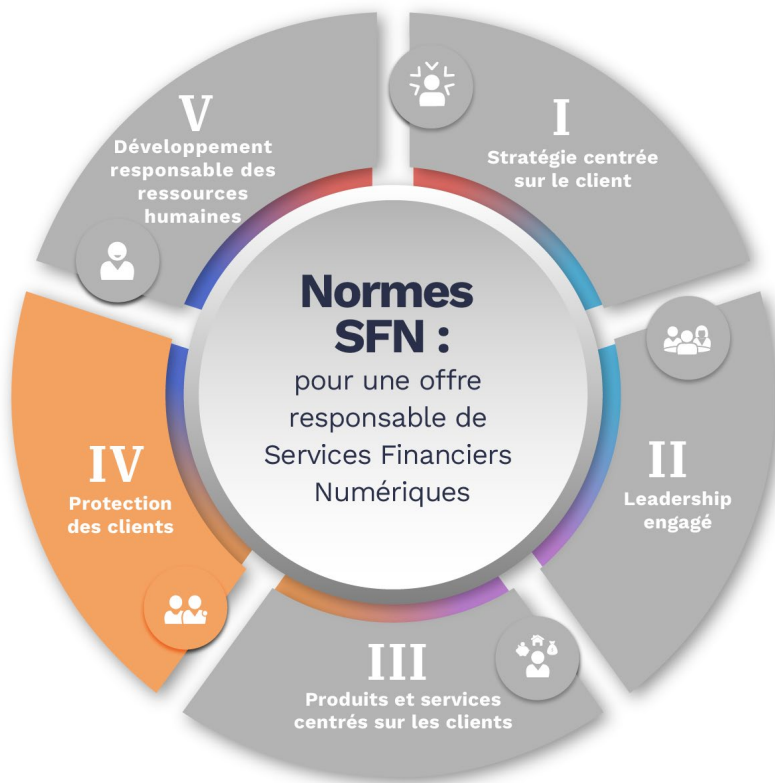
- III.B.6.2.1 Investir dans les technologies et renforcer les capacités internes nécessaires à la lutte contre la fraude.*
- III.B.6.2.2 Analyser les données, y compris les données relatives aux réclamations des clients, afin d'identifier les activités suspectes.*
- III.B.6.2.3 Informer les clients, par au moins deux canaux différents, sur la manière de se protéger contre la fraude et de signaler à l'institution financière, tout soupçon de fraudes.*

III.B.6.3 L'institution financière informe et assiste les clients en cas de fraudes externes.

III.B.6.3.1 L'institution financière informe les clients lorsqu'elle identifie une activité frauduleuse présumée. Délai : pour les canaux de communication numériques : dans les 24 heures suivant le moment où l'institution a pris connaissance du problème ; pour les canaux de communication physiques : dans les 7 jours.

III.B.6.3.2 L'institution financière procède à l'enquête sur les fraudes dans les 24 heures suivant leur signalement par un client.

III.B.6.3.3 L'institution financière restitue les fonds perdus aux clients qui signalent une fraude dans le mois, sauf si elle peut prouver la négligence du client.



Dimension IV

Protection des clients

IV.A L'institution ne surendette pas ses clients.

IV.B L'institution donne aux clients des informations claires et en temps opportun pour soutenir la prise de décision du client.

IV.C L'institution applique un traitement équitable et respectueux des clients.

IV.D L'institution sécurise les données des clients et informe les clients de leurs droits sur les données.

IV.E L'institution reçoit et résout les réclamations des clients.

Norme

 CP **IV.A** L'INSTITUTION NE SURENDETTE PAS SES CLIENTS.

Pratiques Essentielles

Indicateurs / Détails

 CP **IV.A.1** L'INSTITUTION PREND DES DÉCISIONS DE PRÊT EN FONCTION DE LA CAPACITÉ DE REMBOURSEMENT DU CLIENT.

IV.A.1 L'approbation du prêt par l'institution financière comprend les éléments suivants, sauf si elle utilise d'autres données pour comprendre la capacité de remboursement et si le montant du prêt est inférieur à 20 % du RNB par habitant. [F8]

IV.A.1.1 Le pourcentage du revenu excédentaire [F9] d'un emprunteur qui peut être affecté au remboursement de la dette, incluant toute dette existante auprès de l'institution et auprès d'autres prêteurs, ne peut être supérieur à 70 %.

IV.A.1.2 Les décisions d'octroi de prêt qui sont étayées par une analyse automatisée sont prises par au moins une personne. Dans les autres cas, les décisions d'octroi des prêts sont prises par au moins deux personnes, dont l'une n'interagissant pas directement avec le client.

IV.A.1.3 S'il existe un bureau de crédit, l'institution financière communique les données du client au bureau de crédit et utilise les rapports de crédit dans le cadre de la procédure d'approbation des prêts.

Si l'institution propose des prêts de groupe, soit l'institution, soit les autres membres du groupe font une évaluation pour chaque membre du groupe.

IV.A.1.2 L'institution financière effectue une analyse des flux de trésorerie pour évaluer la capacité de remboursement qui comprend les éléments suivants, sauf si l'institution utilise d'autres données pour comprendre la capacité de remboursement et si le montant du prêt est inférieur à 20 % du RNB par habitant :

IV.A.1.2.1 Revenus, dépenses et services de la dette liés à l'entreprise et à la famille, et toute autre source de revenus, y compris les sources informelles.

IV.A.1.2.2 Pas d'utilisation de garanties, de revenus de garants, de sûretés et/ou de couvertures d'assurance comme indicateurs de la capacité de remboursement ou comme base principale pour l'approbation d'un prêt.

[F8] Les "Données alternatives" : Lors de l'évaluation de la solvabilité, il s'agit de toute donnée, financière ou autre, différente des données relatives aux revenus, aux dépenses et au service de la dette utilisées dans l'analyse traditionnelle de la capacité de remboursement.

[F9] Le "revenu excédentaire" désigne les fonds qui restent à la disposition de l'emprunteur après qu'il a payé toutes les dépenses professionnelles et les dépenses de base du ménage (ex: le logement, la nourriture, la santé, l'éducation), ainsi que les impôts, s'il y a lieu.

- IV.A.1.3** Dans les cas où l'institution financière utilise des données alternatives pour évaluer le montant du prêt auquel un client est éligible, elle analyse un quelconque type de données sur les transactions financières. [F8] [F10] (CP)
- IV.A.1.4** La politique de l'institution financière en matière de remboursement anticipé des prêts précise les conditions dans lesquelles il est acceptable que les clients remboursent un prêt de manière anticipée afin d'obtenir un nouveau prêt. (CP)
- IV.A.1.4.1* Lorsque le client demande un remboursement anticipé et un autre prêt, l'institution financière spécifie une période de temps et/ou un pourcentage du capital du prêt actif que le client doit rembourser avant de pouvoir bénéficier d'un nouveau prêt. (CP)
- IV.A.1.4.2* Lorsque le client contracte un autre prêt immédiatement après un remboursement anticipé, l'institution financière effectue une nouvelle analyse des flux de trésorerie, sauf si elle utilise d'autres données pour comprendre la capacité de remboursement et si le montant du prêt est inférieur à 20 % du RNB par habitant.

Pratiques Essentielles

- (CP) IV.A.2 L'INSTITUTION SURVEILLE LE MARCHÉ ET RÉPOND AU RISQUE ACCRU DE SURENDETTEMENT.**

Indicateurs / Détails

- IV.A.2.1** La Direction Générale suit les indicateurs suivants pour identifier le risque de surendettement : (CP)
- IV.A.2.1.1* Qualité du portefeuille et par canal, produit et segment de clientèle, y compris pour les clients dont les décisions de renouvellement de prêt sont automatisées. Fréquence minimale : mensuelle. (CP)
- IV.A.2.1.2* Prêts restructurés, rééchelonnés ou refinancés. Fréquence minimale : mensuelle (CP)
- IV.A.2.1.3* Niveau de stress des clients par canal, produit et segment de clientèle, y compris pour les clients dont les décisions de renouvellement de prêt sont automatisées. Fréquence minimale : annuelle.'

[F10] Les "Données sur les transactions financières" : PAR, montant moyen des prêts, remboursements de prêts, dépôts et retraits, achats, transferts)

IV.A.2.2 L'institution financière définit des niveaux de performance qui déclenchent un contrôle interne supplémentaire et une réponse dans les domaines suivants :

CP

IV.A.2.2.1 - Portefeuille à risque

IV.A.2.2.2 - Stress des clients

IV.A.2.3 Si le risque-crédit total de l'institution a dépassé en moyenne 10 % au cours d'un trimestre durant les trois dernières années, l'institution a pris des mesures correctives.

CP

Norme

CP **IV.B** L'INSTITUTION DONNE AUX CLIENTS DES INFORMATIONS CLAIRES ET EN TEMPS OPPORTUN POUR SOUTENIR LA PRISE DE DÉCISION DU CLIENT.

Pratiques Essentielles

IV.B.1 L'INSTITUTION FINANCIÈRE COMMUNIQUE SUR SES SERVICES FINANCIERS EN UTILISANT UN LANGAGE SIMPLE ET DES CANAUX ACCESSIBLES.

Indicateurs / Détails

- IV.B.1.1** L'institution financière communique dans des langues simples et locales CP
- IV.B.1.2** L'institution financière propose un canal gratuit permettant aux clients de joindre une personne en direct pour discuter de toute question, commentaire ou réclamation. Le canal fonctionne au minimum 8 heures par jour et 5 jours par semaine. CP
- IV.B.1.3** L'institution publie des informations de base sur les produits, y compris les prix, sous forme numérique et physique. [F11] CP
- IV.B.1.4** Si l'institution financière propose des services de paiement, d'encaissement ou de retrait via un partenaire, elle vérifie que ce dernier publie des informations de base sur les produits sous forme numérique et physique. [F11] CP

Pratiques Essentielles

IV.B.2 L'INSTITUTION FINANCIÈRE COMMUNIQUE DES INFORMATIONS COMPLÈTES SUR LES TERMES, LES CONDITIONS ET LES TRAFS AVANT QUE LES CLIENTS NE SIGNENT UN CONTRAT D'UTILISATION DES SERVICES FINANCIERS.

Indicateurs / Détails

- IV.B.2.1** L'institution financière vérifie que les clients qui signent un contrat d'utilisation d'un service financier en ont compris les termes et conditions. L'institution effectue cette analyse par segment de clientèle.
- IV.B.2.2** L'institution financière informe les emprunteurs par écrit, dans une langue locale et simple, des faits essentiels liés à la souscription d'un prêt avant que les emprunteurs ne signent un contrat. Les faits essentiels comprennent au minimum les informations suivantes : CP
 - Montant total du prêt
 - Prix, y compris tous les frais (TIA/TEG si la majorité des prêts ont une durée d'au moins trois mois ; TPM si la majorité des prêts ont une durée inférieure à trois mois)
 - Coût total du crédit : capital, intérêts et frais, plus la garantie en espèces
 - Date de décaissement et durée du prêt

[F11] Les "Informations de base sur les produits" comprennent le prix et une description du produit.

- Montant et fréquence des remboursements (principal et intérêts)
- Toutes les déductions du décaissement principal (par exemple : premier versement, commissions, frais, garantie en espèces, taxes), le cas échéant
- Modalités d'utilisation de la garantie en espèces / de l'épargne obligatoire en cas de défaillance, le cas échéant
- Les taux d'intérêt, les conditions et les modalités du moratoire, le cas échéant.
- Comment déposer une réclamation
- Comment contacter une personne en direct

IV.B.2.3 Les contrats de prêt sont disponibles dans les principales langues locales et comprennent les informations suivantes, en fonction du produit concerné :

CP

- Montant total du prêt
- Frais
- Calendrier de remboursement avec les montants du capital et des intérêts, le nombre et les dates butoirs de toutes les échéances de remboursement
- Délai de grâce
- Montant de l'épargne obligatoire / portefeuille mobile
- Mécanismes de débit automatique du compte
- Produits associés
- Obligations du membre ou du garant
- Exigences en matière de garanties et procédures de saisie
- Conséquences des retards de paiement et des défaillances
- Conditions de remboursement anticipé : possibilité et incidence sur le coût
- La possibilité de modifier les conditions au fil du temps et l'impact sur les clients

IV.B.2.4 Si l'institution financière propose de l'épargne, la documentation comprend les éléments suivants :

CP

- les frais, y compris les frais de clôture
- le taux d'intérêt et le mode de calcul des montants
- les exigences en matière de solde minimum et maximum
- les éventuelles restrictions concernant le moment où les clients peuvent retirer des fonds
- si les dépôts sont assurés par l'État

CP

IV.B.2.5 Si l'institution financière propose des paiements, elle fournit par écrit, les informations suivantes aux clients qui initient ou reçoivent des transferts d'argent, ou qui utilisent d'autres services de paiement :

(CP)

- Montant payé par l'expéditeur, dans la devise de l'expéditeur
- Taux de change estimé
- Montant à recevoir dans la devise de destination
- Frais
- Instructions pour l'encaissement du paiement
- Conditions d'annulation
- Instructions pour la résolution des erreurs
- Confirmation de la transaction
- Taxes
- Produits associés (le cas échéant)"

IV.B.2.6 Si l'institution financière propose une assurance, elle fournit par écrit les informations suivantes aux clients, au moment de l'inscription :

(CP)

- un certificat de couverture indiquant, au minimum, la prime, le montant et la durée de la couverture, les bénéficiaires, les événements couverts, les principales exclusions, ainsi que le moment et la manière de présenter une demande d'indemnisation
- une explication des documents requis pour prouver les dommages, le cas échéant
- les conditions relatives à l'annulation

IV.B.2.7 L'institution financière remet aux clients une copie du contrat dûment remplie et rend le contrat accessible à tout moment sous forme numérique ou physique.

(CP)

Pratiques Essentielles

Indicateurs / Détails

(CP) IV.B.3 L'INSTITUTION FINANCIÈRE COMMUNIQUE AUX CLIENTS, TOUTES LES ACTIVITÉS SUR LEURS COMPTES.

IV.B.3.1 L'institution financière donne aux clients des informations précises sur le solde de leur compte de la manière suivante :

(CP)

IV.B.3.1.1 En donnant accès, sur demande, au solde actualisé de leur compte de prêt, d'épargne ou autre.

(CP)

IV.B.3.1.2 En envoyant des messages aux clients chaque fois qu'un prélèvement programmé sur le compte du client est effectué.

(CP)

IV.B.3.1.3 En fournissant des reçus, sur papier ou électroniquement, pour chaque transaction..

(CP)

- IV.B.3.2** L'institution financière avertit les clients et leur donne la possibilité de se désengager avant de renouveler automatiquement un produit facultatif. (CP)
- IV.B.3.3** L'institution financière envoie aux clients un rappel au moins un jour avant d'effectuer un débit programmé autorisé sur le compte du client. (CP)
- IV.B.3.4** Si l'institution propose une assurance, elle fournit aux bénéficiaires des informations en temps opportun pendant le processus de demande d'indemnisation. (CP)
- IV.B.3.4.1 L'institution informe le bénéficiaire dans les 30 jours suivant la prise de décision concernant la demande d'indemnisation. (CP)*
- IV.B.3.4.2 Lorsque la décision sur la demande d'indemnisation aboutit à un règlement, l'institution en informe le bénéficiaire dans les 30 jours suivant le règlement. Si la demande d'indemnisation est refusée, l'institution en informe le bénéficiaire et lui donne la possibilité de faire appel. (CP)*

Norme

CP **IV.C** L'INSTITUTION APPLIQUE UN TRAITEMENT ÉQUITABLE ET RESPECTUEUX DES CLIENTS.

Pratiques Essentielles

CP **IV.C.1** LE CODE D'ÉTHIQUE DE L'INSTITUTION EXIGE UN TRAITEMENT ÉQUITABLE ET RESPECTUEUX DES CLIENTS.

Indicateurs / Détails

- IV.C.1.1** Le code d'éthique de l'institution énonce les valeurs organisationnelles, les normes d'éthique professionnelle et le traitement des clients qu'elle attend de tous les employés et définit les sanctions à appliquer en cas de manquement.

CP
- IV.C.1.2** Les politiques de l'institution interdisent ce qui suit :

CP
- IV.C.1.2.1* Corruption, vol, pots-de-vin, fraude

CP
- IV.C.1.2.2* L'intimidation du client incluant sans s'y limiter, l'utilisation d'un langage abusif, l'humiliation publique du client et l'utilisation de menaces.
En cas d'interaction en personne, l'institution interdit le recours à la force physique, la limitation de la liberté physique, le harcèlement sexuel, les cris et le fait de pénétrer dans le domicile du client sans y avoir été invité.

CP
- IV.C.1.2.3* Discrimination contre toutes les catégories protégées internationalement reconnues. [Note : Les catégories protégées sont les suivantes : Personnes de plus de 40 ans; Sexe; Race/ethnicité/ascendance nationale/origine sociale/caste ; Religion; Etat de santé, y compris le statut SIDA; Invalidité; Orientation sexuelle; Affiliation/opinion politique; État civil/statut matrimonial ; Participation à un syndicat.]

CP
- IV.C.1.3** L'institution financière informe les clients, verbalement ou par écrit, des comportements interdits dans le code de conduite.

CP
- IV.C.1.4** L'institution financière enregistre ou documente les conversations entre les clients et le personnel à des fins de contrôle de la qualité.
- IV.C.1.5** Le contrat ou accord de prestation conclu par l'institution avec ses partenaires comprend des normes de protection des clients et définit les sanctions à appliquer en cas de violation.

Pratiques Essentielles

CP **IV.C.2 L'INSTITUTION N'UTILISE PAS DE TECHNIQUES DE VENTE AGRESSIVES.**

Indicateurs / Détails

IV.C.2.1 L'institution financière dispose de contrôles internes pour vérifier si les employés ou les partenaires se livrent à des ventes agressives. CP

IV.C.2.2 La structure d'incitations et de primes de l'institution n'encourage pas les ventes agressives. CP

IV.C.2.2.1 Lorsque les salaires des employés sont composés d'une partie fixe et d'une partie variable, la partie fixe doit représenter au moins 50 % du salaire total. CP

IV.C.2.2.2 L'institution surveille les ratios de productivité des employés et enquête sur ceux qui dépassent un seuil prédéterminé. CP

IV.C.2.3 L'institution financière exige au moins trois confirmations d'intérêt avant d'approuver un prêt sans évaluer la capacité de remboursement.

IV.C.2.4 Sauf dans les cas où la durée du prêt est inférieure à un mois, l'institution financière donne aux clients le droit de résilier sans frais, au moins deux jours ouvrables après l'approbation du prêt.

Pratiques Essentielles

CP **IV.C.3 L'INSTITUTION PROTÈGE LES DROITS DES CLIENTS À UN TRAITEMENT RESPECTUEUX PENDANT LE PROCESSUS DE RECouvreMENT DES PRÊTS.**

Indicateurs / Détails

IV.C.3.1 La politique de recouvrement de l'institution comprend les éléments suivants : CP

IV.C.3.1.1 Une liste des pratiques de recouvrement appropriées et inappropriées, y compris les pratiques de saisie des garanties. CP

IV.C.3.1.2 Un calendrier pour le processus de recouvrement qui laisse le temps à l'institution ou à l'agent de recouvrement de déterminer les raisons de la défaillance d'un client et au client de trouver des solutions. CP

IV.C.3.1.3 Une information au client avant la saisie des garanties, lui permettant de tenter de remédier au défaut. CP

IV.C.3.1.4 Une interdiction de vendre les garanties des clients à l'institution, au personnel de l'institution, à leurs proches ou à des tiers impliqués dans le processus de saisie. CP

IV.C.3.2 L'institution restructure ou radie certains prêts à titre exceptionnel, sur la base d'une liste de situations de détresse. CP

Norme

CP **IV.D** L'INSTITUTION SÉCURISE LES DONNÉES DES CLIENTS ET INFORME LES CLIENTS DE LEURS DROITS SUR LES DONNÉES.

Pratiques Essentielles

CP **IV.D.1** L'INSTITUTION MAINTIENT LA SÉCURITÉ ET LA CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES DES CLIENTS.

Indicateurs / Détails

IV.D.1.1 L'institution réduit son exposition aux risques de cybersécurité.

IV.D.1.1.1 L'institution financière évalue les risques de cybersécurité et met en œuvre des mesures de sécurité adaptées à chacun de ses services financiers.

IV.D.1.1.2 L'institution financière effectue des tests de pénétration. Fréquence minimale : trimestrielle

CP

IV.D.1.2 L'institution financière contrôle en permanence l'intégrité de ses fichiers électroniques.

IV.D.1.3 L'institution financière restreint l'accès aux données des clients.

IV.D.1.3.1 L'institution financière limite l'accès au système aux seules données et fonctions correspondant au rôle de l'employé (principe du "moindre privilège").

CP

IV.D.1.3.2 L'institution financière contrôle l'utilisation des dossiers par les employés en dehors du bureau et tient un registre des employés qui demandent/obtiennent l'accès aux dossiers des clients en dehors de leur autorisation normale.

CP

IV.D.1.3.3 L'institution financière protège les données des clients lorsque les employés quittent la structure.

CP

IV.D.1.4 L'institution financière informe les clients des défaillances du système et des atteintes à la cybersécurité et les indemnise en cas de perte de fonds.

IV.D.1.4.1 L'institution financière informe les clients lorsqu'un canal est en panne et qu'ils n'ont plus accès aux services. Délai : Dans les 24 heures suivant le constat du problème par l'institution, pour les clients numériques ; dans les 7 jours pour les clients analogiques.

IV.D.1.4.1 Si le client a perdu des données ou des fonds, l'institution financière signale dans les 7 jours les mesures d'atténuation des pertes qu'elle propose.

IV.D.1.4.1 L'institution financière indemnise les clients pour les fonds perdus dans un délai d'un mois à compter de la date de la perte.

IV.D.1.5 L'institution financière informe les clients de leur responsabilité de protéger l'accès à leurs comptes.

CP

Pratiques Essentielles

Indicateurs / Détails

<p>CP IV.D.2 L'INSTITUTION INFORME LES CLIENTS SUR LE CARACTÈRE CONFIDENTIEL DE LEURS DONNÉES ET LEURS DROITS SUR LES DONNÉES.</p>	<p>IV.D.2.1 L'institution financière explique aux clients comment il utilisera leurs données, avec qui il les partagera et comment ses partenaires les utiliseront. L'institution demande aux clients de donner leur accord avant d'utiliser ou de partager leurs données. CP</p> <p>IV.D.2.2 Les informations sur l'utilisation des données et le consentement sont faciles à comprendre pour les clients. CP</p> <p><i>IV.D.2.2.1</i> Lorsque l'institution financière demande aux clients leur consentement pour utiliser leurs données, elle explique comment elle utilisera les données, et notamment quelles sont les données minimales à partager pour avoir accès au produit. L'institution communique par des canaux accessibles. CP</p> <p><i>IV.D.2.2.2</i> L'institution donne aux clients le droit de retirer leur autorisation d'utiliser les données et explique les conséquences de ce retrait.. CP</p> <p>IV.D.2.3 L'institution financière informe les clients de leur droit de consulter et de corriger leurs données personnelles et financières. L'institution financière rappelle ce droit aux clients lorsqu'elle les informe qu'elle a rejeté leur demande de services financiers. CP</p> <p>IV.D.2.4 L'institution financière désactive ou supprime les données du client dès qu'il cesse d'être un client et informe les clients de leur droit d'exiger que l'institution cesse d'utiliser ou de partager leurs données. (Remarque : ce droit peut être appelé "Droit à l'oubli").[F12]</p>
--	--

[F12] Voir l'article 17 du GDPR, intitulé "Droit à l'effacement ("droit à l'oubli"). Cet article énumère les circonstances dans lesquelles un client a le droit d'exiger de l'institution financière d'effacer ses données à caractère personnel, et l'institution financière doit le faire "dans les meilleurs délais". (<https://gdpr.eu/article-17-right-to-be-forgotten/>).

Norme

CP **IV.E L'INSTITUTION REÇOIT ET RÉSOUT LES RÉCLAMATIONS DES CLIENTS.**

Pratiques Essentielles

CP **IV.E.1 L'INSTITUTION DISPOSE D'UN MÉCANISME DE GESTION DES RÉCLAMATIONS FACILEMENT ACCESSIBLE AUX CLIENTS ET ADAPTÉ À LEURS BESOINS.**

Indicateurs / Détails

IV.E.1.1 Les clients disposent d'un moyen de soumettre leurs réclamations à des personnes autres que leur point de contact principal. CP

IV.E.1.2 L'institution dispose d'au moins deux canaux de réclamation gratuits et accessibles aux clients. CP

IV.E.1.3 L'institution informe les clients sur la manière de déposer une réclamation. CP

IV.E.1.3.1 L'institution affiche des informations sur la manière de déposer une réclamation dans la documentation relative au produit, sur les canaux numériques qu'elle utilise pour offrir des services financiers et dans tout point de service physique. CP

IV.E.1.3.2 Au moment où les clients demandent à utiliser un service financier, l'institution financière les informe de la manière dont ils peuvent déposer une réclamation.. CP

IV.E.1.4 L'institution financière dispose d'une procédure d'escalade des réclamations et informe les clients sur la manière de l'utiliser.

Pratiques Essentielles

CP **IV.E.2 L'INSTITUTION RÉSOUT EFFICACEMENT LES RÉCLAMATIONS.**

Indicateurs / Détails

IV.E.2.1 L'institution financière identifie le niveau de gravité de chaque réclamation. La Direction générale est immédiatement informée des réclamations graves et est chargée d'y remédier. CP

IV.E.2.2 L'institution financière enregistre les réclamations dans un système sécurisé qui permet au personnel chargé du traitement des réclamations et/ou à la direction d'y accéder. CP

IV.E.2.3 L'institution résout les réclamations des clients rapidement. (CP)

IV.E.2.3.1 L'institution envoie aux clients une confirmation de réception de leurs réclamations et une notification lorsqu'elle a été résolue. (CP)

IV.E.2.3.2 Si une institution reçoit des réclamations via des centres d'appels ou un système de messagerie électronique, elle contrôle le temps d'attente moyen. (CP)

IV.E.2.3.3 L'institution financière résout la majorité des réclamations dans les 48 heures. Pour les réclamations qui prennent plus de temps à être résolues, l'institution informe le client de la raison du retard. (CP)

IV.E.2.4 Le personnel chargé de la gestion des réclamations a accès à des données pertinentes sur les clients, y compris les détails des transactions et les notes des conversations de réclamation précédentes. (CP)

IV.E.2.5 L'institution financière aide ses clients à résoudre les réclamations qu'ils ont avec les partenaires. (CP)

Pratiques Essentielles

Indicateurs / Détails

IV.E.3 L'INSTITUTION UTILISE LES INFORMATIONS PROVENANT DES RÉCLAMATIONS POUR GÉRER LES OPÉRATIONS ET AMÉLIORER LA QUALITÉ DES PRODUITS ET DES SERVICES.

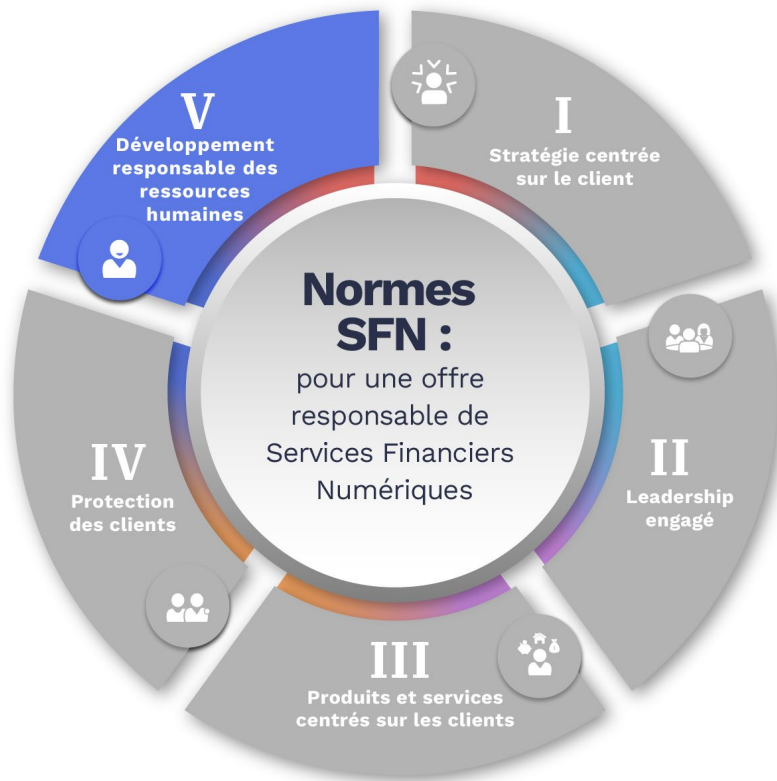
IV.E.3.1 Le système de gestion des réclamations crée un rapport pour la direction et le personnel de service à la clientèle. Fréquence minimale : mensuelle (CP)

IV.E.3.2 La direction examine les rapports de réclamations par segment de clientèle, par produit et par canal. Fréquence minimale : trimestrielle (CP)

IV.E.3.3 L'institution financière cherche à savoir si les clients ont déposé une plainte mais ne l'ont pas fait, en menant au minimum les activités suivantes : Fréquence minimale : annuelle

IV.E.3.3.1 Analyser les réclamations en fonction des caractéristiques socio-économiques pour voir si certains segments de clients sont sous-représentés ou surreprésentés parmi les plaignants.

IV.E.3.3.2 Mener une enquête auprès d'un échantillon représentatif de tous les clients pour leur demander s'ils ont des réclamations qu'ils n'ont pas signalées.



Dimension V

Développement responsable des ressources humaines

V.A L'institution crée un environnement de travail sûr et équitable.

V.B Le système de Développement des Ressources Humaines de l'institution est conçu pour attirer et maintenir une main-d'œuvre qualifiée et motivée.

V.C Le système de développement des ressources humaines de l'institution soutient sa stratégie centrée sur le client.

Norme

V.A L'INSTITUTION CRÉE UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL SÛR ET ÉQUITABLE.

Pratiques Essentielles

V.A.1 UNE POLITIQUE ÉCRITE DE RESSOURCES HUMAINES EST À LA DISPOSITION DE TOUS LES EMPLOYÉS QUI EXPLIQUE ET PROTÈGE LEURS DROITS.

Indicateurs / Détails

- V.A.1.1** La politique de ressources humaines de l'institution explique les droits et les responsabilités des employés concernant les éléments suivants :
- V.A.1.1.1 Règles de travail et procédures disciplinaires*
 - V.A.1.1.2 Résolution des plaintes*
 - V.A.1.1.3 Conventions collectives et liberté d'association*
 - V.A.1.1.4 Protection des lanceurs d'alerte*
 - V.A.1.1.5 Protection contre le harcèlement*
 - V.A.1.1.6 Conditions de licenciement et formalités de départ*
- V.A.1.2** L'institution respecte ou dépasse les réglementations locales dans les domaines suivants :
- V.A.1.2.1 Salaires compétitifs*
 - V.A.1.2.2 Avantages/protection sociale*
 - V.A.1.2.3 Limitation des heures de travail et des heures supplémentaires*
 - V.A.1.2.4 Rémunération des heures supplémentaires et congés payés*
- V.A.1.3** La politique de non-discrimination de l'institution envers les employés couvre toutes les catégories protégées internationalement reconnues. [Note : Les catégories protégées sont les suivantes : Personnes de plus de 40 ans ; Sexe ; Race/ethnicité/origine nationale/origine sociale/caste ; Religion ; Etat de santé, y compris le statut SIDA ; Invalidité ; Orientation sexuelle ; Affiliation/opinion politique ; État civil/statut matrimonial ; Participation à un syndicat.]
- V.A.1.4** L'institution opère conformément à la législation nationale sur le travail forcé et l'âge minimum de travail, mais n'emploie en aucun cas des travailleurs de moins de 14 ans. Si la législation nationale ne traite pas du travail forcé, l'institution se conforme au droit international.

Pratiques Essentielles
**V.A.2 LA RÉMUNÉRATION
DES EMPLOYÉS
EST ÉQUITABLE ET
ADÉQUATE.**
Indicateurs / Détails

- V.A.2.1** L'institution paie des salaires basés sur les taux du marché, et jamais en dessous du salaire minimum sectoriel.
- V.A.2.2** L'institution analyse les données salariales pour vérifier que les hommes et les femmes reçoivent un salaire égal pour un travail équivalent et ont des chances égales d'augmentation salariale / promotion professionnelle.

Pratiques Essentielles
**V.A.3 L'INSTITUTION DISPOSE
D'UN SYSTÈME DE
GESTION DE LA
SÉCURITÉ ET DE LA
SANTÉ AU TRAVAIL.**
Indicateurs / Détails

- V.A.3.1** L'institution évalue les risques pour la santé et la sécurité auxquels sont confrontés ses employés et audite ses mesures existantes de sécurité. Fréquence minimale : annuelle
- V.A.3.2** L'institution prend les mesures nécessaires pour réduire les risques professionnels.
- V.A.3.2.1* L'institution offre des équipements de santé et de sécurité, une formation et des aménagements physiques adaptés.
- V.A.3.2.2* L'institution dispose d'un plan d'intervention en cas d'urgence/ catastrophe et forme la direction et les employés sur la façon de suivre le plan. Fréquence minimale de formation : annuelle

Norme

V.B LE SYSTÈME DE DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES DE L'INSTITUTION EST CONÇU POUR ATTIRER ET MAINTENIR UNE MAIN-D'ŒUVRE QUALIFIÉE ET MOTIVÉE.

Pratiques Essentielles

V.B.1 L'INSTITUTION DONNE AUX EMPLOYÉS UNE DOCUMENTATION COMPLÈTE SUR LEUR EMPLOI ET UNE FORMATION POUR COMPRENDRE LES EXIGENCES DE LEUR POSTE.

Indicateurs / Détails

V.B.1.1 L'institution communique aux employés leurs conditions de travail individuelles :

V.B.1.1.1 Salaire de base et possibilités de tout autre type de rémunération (heures supplémentaires, rémunération incitative)

V.B.1.1.2 Description du poste / étendue des responsabilités

Pratiques Essentielles

V.B.2 L'INSTITUTION DONNE AUX EMPLOYÉS DES OCCASIONS FORMELLES DE COMMUNIQUER AVEC LA DIRECTION.

Indicateurs / Détails

V.B.2.1 L'institution possède un mécanisme formel de résolution des plaintes qui permet aux employés de signaler de manière confidentielle leurs problèmes liés au travail.

Norme

V.C LE SYSTÈME DE DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES DE L'INSTITUTION SOUTIENT SA STRATÉGIE CENTRÉE SUR LE CLIENT.

Pratiques Essentielles

Indicateurs / Détails

<p>CP V.C.1 AU COURS DU PROCESSUS DE RECRUTEMENT ET D'EMBAUCHE, L'INSTITUTION ÉVALUE L'ENGAGEMENT DE CHAQUE CANDIDAT À ATTEINDRE LES OBJECTIFS CENTRÉS SUR LE CLIENT ET À SERVIR SES CLIENTS CIBLES.</p>	<p>V.C.1.1 Tous les employés signent un document attestant qu'ils respecteront le Code d'éthique. CP</p>
---	--

Pratiques Essentielles

Indicateurs / Détails

<p>CP V.C.2 L'INSTITUTION FORME TOUS LES EMPLOYÉS À SES OBJECTIFS À L'ÉGARD DES CLIENTS ET À LA PROTECTION DES CLIENTS.</p>	<p>V.C.2.1 L'institution forme les employés à la protection des clients, conformément à leurs rôles et responsabilités. La formation couvre au minimum les sujets suivants : CP</p> <p><i>V.C.2.1.1</i> Analyse de la capacité de remboursement et processus d'approbation de crédit CP</p> <p><i>V.C.2.1.2</i> Comment éviter les techniques de vente agressives, y compris comment respecter le droit des clients de refuser des produits CP</p> <p><i>V.C.2.1.3</i> Comment communiquer les prix, les termes et conditions aux clients, physiquement ou virtuellement, et comment vérifier la compréhension des clients CP</p> <p><i>V.C.2.1.4</i> Pratiques de recouvrement des créances et procédures de recouvrement des prêts CP</p> <p><i>V.C.2.1.5</i> Politiques de confidentialité et de partage des données et risques de fraude, y compris les fraudes courantes, l'identification des fraudes et le signalement des fraudes. CP</p> <p><i>V.C.2.1.6</i> Comment fonctionne le cycle complet du mécanisme de réclamations, tant pour les réclamations déposées contre l'institution que pour celles déposées contre les partenaires, et comment traiter les clients avec respect pendant le processus. [F13] CP</p> <p><i>V.C.2.1.7</i> Comment surveiller le surendettement et le stress des clients. CP</p>
--	---

[F13] Le "Cycle de vie complet des réclamations" comprend le contact initial avec la personne qui s'est plainte, l'enregistrement de la réclamation dans la base de données, l'analyse de la réclamation, la résolution et la clôture du dossier

*Pratiques Essentielles**Indicateurs / Détails*

CP **V.C.3 L'INSTITUTION ÉVALUE ET INCITE LES EMPLOYÉS SUR LA BASE DE CRITÈRES SOCIAUX ET FINANCIERS.**

V.C.3.1 L'évaluation des performances des employés et les mesures d'incitation comprennent des critères de protection des clients, tels que la qualité du portefeuille et le service à la clientèle, incluant le traitement des clients avec respect et sans discrimination. CP

V.C.3.2 L'institution revoit le système d'incitation pour en vérifier les conséquences négatives telles que la fraude, les mauvais traitements envers les clients, les ventes agressives, le surendettement ou le taux élevé de rotation des employés. CP

A propos de CERISE+SPTF

Cerise+SPTF promeut une finance responsable et inclusive en établissant et en promouvant des Normes de gestion, en créant des outils d'évaluation et en soutenant la mise en œuvre et le renforcement des capacités, pour améliorer les résultats pour les clients finaux. En tant que développeurs et défenseurs d'outils et de produits interdépendants et complémentaires, Cerise et SPTF travaillent en étroite collaboration depuis le milieu des années 2000 et ont formalisé leur partenariat par un protocole d'accord en 2021.

Notre histoire :

- Fondée en 2005, la Social Performance Task Force (SPTF) a élaboré les Normes Universelles de Gestion de la Performance Sociale et Environnementale (les Normes Universelles) et les Normes de gestion pour fournir des Services Financiers Numériques responsables (les « Normes SFN»), qu'elle met régulièrement à jour. Ces normes guident les institutions de services financiers axés sur l'impact, en rendant la finance plus sûre et plus avantageuse pour les clients à faible revenu. La SPTF est une organisation associative qui compte plus de 7 800 adhérents issus de toutes les régions du monde.
- Cerise, une association française à but non lucratif créée en 1998, a été la première à mettre en œuvre la Gestion de la Performance Sociale, en travaillant avec des institutions de services financiers engagées pour lancer l'initiative des indicateurs de performance sociale en 2001. En tant qu'innovateur social, Cerise travaille avec des acteurs de la finance inclusive, du social business et de l'investissement d'impact pour co-crée des normes sociales et des outils d'évaluation sociale gratuits pour tous. Cerise propose également des services de conseil payants à tous les types d'organisations à impact, les dotant des compétences et des outils dont elles ont besoin pour définir et atteindre leurs objectifs d'impact.

Pour en savoir plus :

- Visitez le [site web de Cerise+SPTF](#) pour un aperçu de la mission, de la vision, de l'équipe et des activités.
- Utilisez la plateforme [SPI Online platform](#) pour accéder à des outils, des ressources et des informations.
- Visitez la page web [l'investisseur social](#) sur le site web de Cerise+SPTF pour en savoir plus sur la façon dont nous soutenons les gestionnaires de fonds et les sociétés de capital-investissement pour générer un impact social mesurable. La série d'outils d'évaluation développés par Cerise+SPTF aide les investisseurs sociaux de tous types à atténuer les risques, à améliorer l'inclusion financière et à garantir des rendements durables en promouvant des pratiques centrées sur le client et une gestion des services financiers numériques responsables.
- Connectez-vous aux professionnels de la gestion de la performance sociale et environnementale (« GPSE Pros ») dans le monde entier via notre site web : [base de données des professionnels de la GPSE](#).

