

# Normes Universelles de Gestion de la Performance Sociale et Environnementale

*Février 2022*

Chère lectrice, cher lecteur,

Nous vous remercions de faire partie de la communauté Cerise+SPTF et sommes ravis de partager cette importante ressource avec vous.

Les Normes Universelles de Gestion de la Performance Sociale et Environnementale (“les Normes Universelles”) sont un manuel complet de bonnes pratiques qui couvrent sept dimensions différentes des opérations d’un prestataire de services financiers – stratégie, gouvernance, conception de produits centrés sur le client, protection du client, développement responsable des ressources humaines, croissance et profits responsables et gestion des performances environnementales.

Généralement, les Normes Universelles aident les prestataires de services financiers à placer les clients et l’environnement au centre de toutes les décisions stratégiques et opérationnelles pour que les clients bénéficient de l’utilisation des produits et des services financiers. En outre, la mise en œuvre des Normes Universelles renforce la viabilité financière des prestataires de services financiers, car faire du bien aux personnes et à la planète est aussi profitable aux affaires.

Les Normes Universelles ont été développées, testées, affinées et finalisées par des prestataires de services financiers du monde entier, elles sont donc très pratiques. Elles ne se contentent pas de décrire une vision ou d’énoncer des principes de haut niveau. Au contraire, les Normes Universelles fournissent une feuille de route claire que les prestataires de services financiers peuvent suivre pour atteindre leurs objectifs. Lancées en 2012 et maintenant dans leur troisième édition, les Normes Universelles ont résisté à l’épreuve du temps et se sont avérées pertinentes dans de nombreux contextes géographiques différents, pour de nombreux prestataires différents.

Il s’agit d’une ressource très riche et détaillée. Vous vous demandez peut-être : “Par où commencer ?” La réponse est qu’il n’y a pas un procédé idéal. Deux choix courants consistent à commencer par des changements relativement simples et peu coûteux (“gains rapides”), ou de combler les lacunes là où vous voyez un besoin urgent d’amélioration. Vous pouvez aussi commencer par évaluer l’état actuel de vos pratiques dans toutes les dimensions. Dans tous les cas, vous choisirez par où commencer en fonction de vos priorités, de vos ressources et de l’état actuel de vos pratiques.

Que vous vous intéressiez à une dimension, à certaines ou à toutes les dimensions, le renforcement des performances sociales et environnementales passe par quatre étapes fondamentales :

## Les 4 étapes de la Gestion de la Performance Sociale et Environnementale



Ceci est un processus continu. Vous allez recommencer ce parcours au fil de l'évolution de vos ressources et priorités, au fur et à mesure de notre compréhension collective des meilleures pratiques, et alors que le monde autour de nous change.

Veuillez consulter notre [site Web](#) pour trouver des ressources qui vous aideront à chaque étape de votre parcours.

Nous aimons avoir de vos nouvelles, alors n'hésitez pas à nous poser des questions ou à partager vos expériences via [notre e-mail](#).

Nous vous souhaitons le meilleur,

Laura et Cécile

 Dimension **1** **Stratégie Sociale**

1A. L'institution a une stratégie pour atteindre ses objectifs sociaux.

1B. L'institution collecte, analyse et communique les données spécifiques à ses objectifs sociaux.

 Dimension **2** **Leadership Engagé**

2A. Les membres du conseil d'administration tiennent l'équipe de direction responsable de la réalisation des objectifs sociaux de l'institution.

2B. La direction est responsable de la mise en œuvre de la stratégie de l'institution pour atteindre ses objectifs sociaux.

 Dimension **3** **Produits et Services Centrés sur les Clients**

3A. L'institution collecte et analyse des données pour comprendre les besoins des clients.

3B. Les produits, services et canaux de l'institution sont utiles aux clients.

 Dimension **4** **Protection des Clients**

4A. L'institution ne surendette pas ses clients.

4B. L'institution donne aux clients des informations claires et en temps opportun pour soutenir la prise de décision du client.

4C. L'institution applique un traitement équitable et respectueux des clients. 4D.

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

4E. L'institution reçoit et résout les réclamations des clients.

 Dimension **5** **Développement Responsable  
des Ressources Humaines**

5A. L'institution crée un environnement de travail sûr et équitable.

5B. Le système de Développement des Ressources Humaines de l'institution est conçu pour attirer et maintenir une main-d'œuvre qualifiée et motivée.

5C. Le système de Développement des Ressources Humaines de l'institution soutient sa stratégie sociale.

 Dimension **6** **Croissance et Rendements  
Responsables**

6A. L'institution gère sa croissance d'une manière qui favorise ses objectifs sociaux et atténue les risques pour les clients.

6B. L'institution fixe les prix de manière responsable.

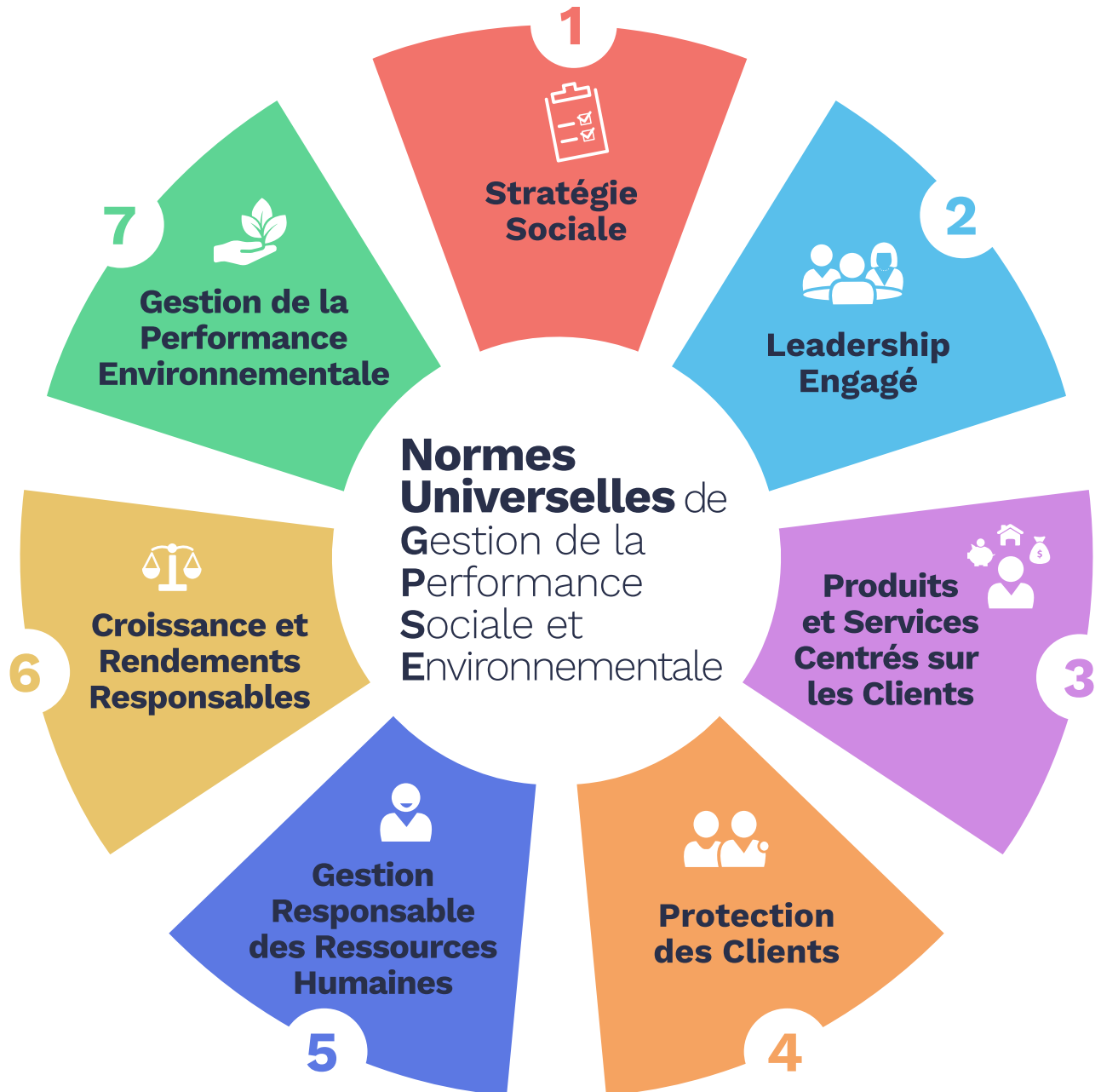
6C. L'institution utilise les bénéfices de manière responsable.

 Dimension **7** **Gestion de la Performance  
Environnementale**

7A. L'institution a mis en place une stratégie environnementale et des systèmes pour la mettre en œuvre.

7B. L'institution identifie et gère les risques et opportunités environnementaux.

7C. L'institution propose des produits et services financiers et non financiers pour atteindre ses objectifs environnementaux.





## Dimension 1

# Stratégie Sociale

- 1A.** L'institution a une stratégie pour atteindre ses objectifs sociaux.
- 1B.** L'institution collecte, analyse et communique les données spécifiques à ses objectifs sociaux.



## 1A. L'INSTITUTION A UNE STRATÉGIE POUR ATTEINDRE SES OBJECTIFS SOCIAUX.

### Pratiques Essentielles

#### 1.A.1 LA STRATÉGIE SPÉCIFIE LES CLIENTS CIBLES DE L'INSTITUTION, SES OBJECTIFS SOCIAUX ET LA MANIÈRE DONT L'INSTITUTION ATTEINDRA CES OBJECTIFS.

### Indicateurs / Détails

1.A.1.1 La stratégie définit les caractéristiques démographiques et socio-économiques des clients cibles.

1.A.1.2 La stratégie identifie les bénéfices que l'institution cherche à créer pour ses clients, tels que :

- donner accès à ceux qui étaient auparavant exclus
- réduire la vulnérabilité aux chocs
- accumuler des actifs / investir dans les opportunités économiques
- créer des emplois

1.A.1.3 La stratégie décrit comment les produits et services de l'institution créent un changement positif pour les clients.

1.A.1.4 L'institution définit une stratégie pour « ne pas nuire » (« do no harm ») qui articule la manière dont elle atténuera les risques sociaux liés à l'utilisation de ses produits et services :

1.A.1.4.1 Effets négatifs sur les clients et leurs ménages

1.A.1.4.2 Violations des droits humains

1.A.1.4.3 Corruption et pots-de-vin

### Pratiques Essentielles

#### 1.A.2 LA STRATÉGIE DÉFINIT LES INDICATEURS ET LES RÉSULTATS ATTENDUS POUR MESURER LES PROGRÈS DE L'INSTITUTION VERS SES OBJECTIFS SOCIAUX

### Indicateurs / Détails

1.A.2.1 L'institution dispose d'au moins un indicateur mesurable pour chaque objectif social.

1.A.2.2 L'institution a au moins une cible mesurable de résultat et/ou de changement pour chaque objectif social.





## 1B. L'INSTITUTION COLLECTE, ANALYSE ET COMMUNIQUE LES DONNÉES SPÉCIFIQUES À SES OBJECTIFS SOCIAUX.

### Pratiques Essentielles

#### **1.B.1 L'INSTITUTION COLLECTE DES DONNÉES SUR LES CHANGEMENTS POUR LES CLIENTS ET LEURS MÉNAGES.**

### Indicateurs / Détails

1.B.1.1 L'institution dispose de protocoles pour la collecte de données de performance sociale qui identifient qui collecte les données, comment et quand.

1.B.1.2 L'institution s'assure de l'exactitude des données de performance sociale qu'elle collecte.

1.B.1.2.1 Les employés concernés reçoivent une formation spécifique sur la collecte et la saisie des données de performance sociale.

1.B.1.2.2 L'institution valide les données sur les clients par un audit interne périodique ou une revue de la direction, incluant certaines vérifications au niveau du terrain..

1.B.1.3 L'institution collecte des données de façon continue pour mesurer si elle atteint ses objectifs sociaux.

1.B.1.3.1 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

1.B.1.3.2 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

*Pratiques Essentielles*
*Indicateurs / Détails*
**1.B.2 L'INSTITUTION  
ANALYSE LES  
DONNÉES SUR LES  
CHANGEMENTS  
PAR SEGMENT DE  
CLIENTÈLE.**

1.B.2.1 L'institution stocke les données sur la performance sociale dans son système d'information de gestion (SIG) d'une manière qui permet une analyse combinée des données financières et sociales d'un client.

1.B.2.2 L'institution analyse les changements pour différents segments de clients en fonction de leur profil et de leur comportement financier. Fréquence minimale : annuelle

1.B.2.2.1 Par profil de client : genre ; âge ; localisation (urbain/rural) ; niveau de pauvreté/de revenu

1.B.2.2.2 Par comportement financier : types de produits ou services utilisés ; ancienneté avec l'institution

1.B.2.2.3 Autres segments pertinents par rapport aux objectifs sociaux de l'institution (veuillez préciser)

*Pratiques Essentielles*
*Indicateurs / Détails*
**1.B.3 L'INSTITUTION  
COMMUNIQUE  
LES DONNÉES DE  
PERFORMANCE  
SOCIALE EN INTERNE  
ET EN EXTERNE.**

1.B.3.1 L'institution réalise un audit social. Fréquence minimale : tous les trois ans.

1.B.3.2 L'institution publie un rapport qui inclut des données de performance sociale. Fréquence minimale : annuelle.

1.B.3.3 L'institution discute des résultats de performance sociale avec ses employés. Fréquence minimale : annuelle.



## Dimension 2

# Dirigeants Engagés

**2A.** Les membres du conseil d'administration tiennent l'équipe de direction responsable de la réalisation des objectifs sociaux de l'institution.

**2B.** La direction est responsable de la mise en œuvre de la stratégie de l'institution pour atteindre ses objectifs sociaux.



## 2A. LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION TIENNENT L'ÉQUIPE DE DIRECTION RESPONSABLE DE LA RÉALISATION DES OBJECTIFS SOCIAUX DE L'INSTITUTION.

CP

### Pratiques Essentielles

#### 2.A.1 LA COMPOSITION DU CONSEIL REFLÈTE LA STRATÉGIE SOCIALE ET LES BONNES PRATIQUES DE GOUVERNANCE DE L'INSTITUTION.

### Indicateurs / Détails

2.A.1.1 Le conseil d'administration dispose d'un comité de gestion de performance sociale (GPS) actif ou d'un organe équivalent.

2.A.1.2 Au moins un membre du conseil a une expérience de travail directe avec les clients cibles de l'institution.

2.A.1.3 Au moins 20 % des membres du conseil d'administration sont des femmes.

2.A.1.4 Le conseil comprend des membres dont la nationalité/l'origine ethnique est représentative des clients cibles de l'institution.

### Pratiques Essentielles

#### 2.A.2 L'INSTITUTION FORME LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION À LEURS RESPONSABILITÉS EN MATIÈRE DE GESTION DE PERFORMANCE SOCIALE.

### Indicateurs / Détails

2.A.2.1 Au cours de l'orientation des nouveaux membres ou de formation ultérieure, l'institution forme chaque membre du conseil sur les points suivants :

2.A.2.1.1 Les objectifs sociaux de l'institution.

2.A.2.1.2 Le rôle du conseil dans la gestion de la performance sociale de l'institution.

2.A.2.1.3 Les Normes Universelles de Gestion des Performances Sociales et Environnementales.

2.A.2.2 Chaque membre du conseil signe un accord qui détaille ses responsabilités en matière de performance sociale.

2.A.2.3 Les nouveaux membres du conseil ont une exposition directe aux clients au cours de la première année suivant leur arrivée au conseil.

## Pratiques Essentielles

## Indicateurs / Détails

### 2.A.3 LE CONSEIL PREND DES DÉCISIONS STRATÉGIQUES SUR LA BASE DE DONNÉES SOCIALES ET FINANCIÈRES.

2.A.3.1 Le conseil utilise les données suivantes, fournies par la direction, pour surveiller la protection des clients. Fréquence minimale : annuelle. CP

2.A.3.1.1 Analyse du risque de surendettement des clients. CP

2.A.3.1.2 Analyse de l'insatisfaction des clients : taux de clients inactifs ou de départ des clients, résultats des enquêtes de sortie et réclamations des clients. CP

2.A.3.1.3 Taux d'intérêt et si ces taux sont responsables. CP

2.A.3.1.4 Rapport sur les systèmes de l'institution pour la confidentialité et la sécurité des données, en particulier toute défaillance ou brèche. CP

2.A.3.1.5 Rapports sur toute fraude ou corruption, y compris extorsion et pots-de-vin. CP

2.A.3.2 Le conseil utilise les données suivantes, fournies par la direction, pour surveiller la stratégie sociale de l'institution (avec la fréquence minimale indiquée) :

2.A.3.2.1 Données sur les changements. Fréquence minimale : annuelle

2.A.3.2.2 L'audit social le plus récent de l'institution. Fréquence minimale : tous les trois ans

2.A.3.2.3 Comment les bénéfices sont répartis et si la répartition des bénéfices est alignée sur la stratégie sociale de l'institution. Fréquence minimale : annuelle

2.A.3.3 Le conseil utilise les données suivantes, fournies par la direction, pour surveiller les conditions de travail décentes des employés (avec la fréquence minimale indiquée) :

2.A.3.3.1 Taux de rotation du personnel, par genre. Fréquence minimale : annuelle

2.A.3.3.2 Analyse des enquêtes de satisfaction des employés. Fréquence minimale : tous les deux ans

2.A.3.4 Le conseil prend des mesures correctives lorsqu'il identifie des risques pour les clients, pour les employés ou lorsque l'institution n'atteint pas ses objectifs sociaux. CP

*Pratiques Essentielles*
**2.A.4 LA SUPERVISION DE L'ÉQUIPE DE DIRECTION PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION EST ALIGNÉE SUR LES OBJECTIFS SOCIAUX DE L'INSTITUTION.**
*Indicateurs / Détails*

2.A.4.1 Le conseil inclut des objectifs sociaux dans l'évaluation de performance du PDG/directeur général.

2.A.4.2 Le conseil évalue formellement le PDG/directeur général sur la réalisation des objectifs de performance sociale. Fréquence minimale : annuelle

2.A.4.3 Le conseil supervise la rémunération des dirigeants.

2.A.4.3.1 Si la rémunération des dirigeants est en partie basée sur des mesures incitatives, ces dernières sont basées à la fois sur des critères de performance sociale et financière.

2.A.4.3.2 Le conseil calcule la différence entre la rémunération annuelle moyenne des dirigeants et celle des employés de terrain et est en mesure de justifier tout ratio supérieur à 25:1. Fréquence minimale : annuelle

2.A.4.3.3 Le conseil examine la rémunération du PDG/directeur général et des cadres supérieurs pour s'assurer qu'elle est comparable à celle des prestataires ayant un engagement social similaire. Fréquence minimale : annuelle

*Pratiques Essentielles*
**2.A.5 LE CONSEIL D'ADMINISTRATION EST CHARGÉ DE PRÉSERVER LES OBJECTIFS SOCIAUX DE L'INSTITUTION EN TEMPS DE CRISE OU DE CHANGEMENT INSTITUTIONNEL.**
*Indicateurs / Détails*

2.A.5.1 En temps de crise, le conseil surveille comment les clients et les employés sont touchés et prend des mesures pour les protéger et les soutenir.

2.A.5.2 Pendant les périodes de changement institutionnel, le conseil utilise les données clients pour vérifier si les décisions stratégiques sont cohérentes avec les objectifs sociaux de l'institutions et ses clients cibles.



## 2B. LA DIRECTION EST RESPONSABLE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE DE L'INSTITUTION POUR ATTEINDRE SES OBJECTIFS SOCIAUX.

CP

### *Pratiques Essentielles*

**2.B.1 L'INSTITUTION INCLUT DES OBJECTIFS SOCIAUX DANS SON PLAN OPÉRATIONNEL ET LE PDG/DIRECTEUR GÉNÉRAL TIENT LES CADRES SUPÉRIEURS RESPONSABLES DE LA RÉALISATION DES OBJECTIFS SOCIAUX.**

### *Indicateurs / Détails*

2.B.1.1 L'institution inclut ses objectifs sociaux dans le plan d'affaires ou le plan opérationnel.

2.B.1.2 Le PDG/directeur général évalue formellement les cadres supérieurs sur la réalisation des objectifs de performance sociale.  
Fréquence minimale : annuelle

## Pratiques Essentielles

## Indicateurs / Détails

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

CP

2.B.2.1 La direction analyse les données suivantes et évalue les risques. Fréquence minimale : annuelle

CP

2.B.2.1.1 Analyse des risques liés à la protection des clients (surendettement, traitement inéquitable, manque de transparence, confidentialité des données clients, réclamations, fraude, corruption et pots-de-vin)

CP

2.B.2.1.2 Analyse des changements pour les clients et leurs ménages

2.B.2.1.3 Analyse des conditions de travail décent (santé et sécurité, rémunération et bénéfices, conditions de travail)

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

CP

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

CP

2.B.2.2.2 Transparence envers les clients

CP

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

CP

2.B.2.2.4 Saisie des garanties et pratiques de recouvrement appropriées

CP

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

CP

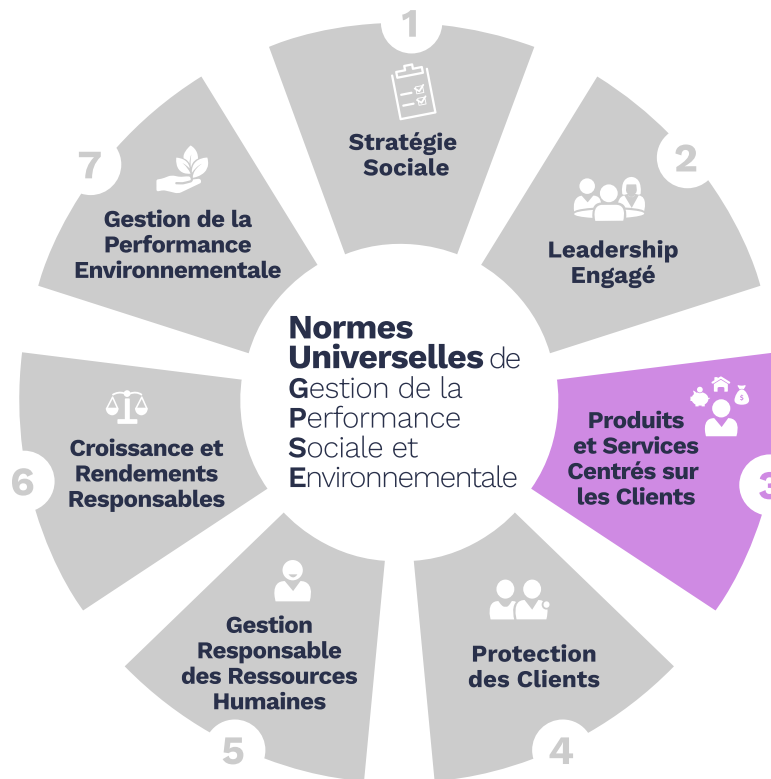
2.B.2.2.6 Traitement des réclamations, y compris l'examen d'un échantillon de cas

CP

2.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 sociaux.

CP





## Dimension 3

# Produits et Services Centrés sur le Client

**3A.** L'institution collecte et analyse des données pour comprendre les besoins des clients.

**3B.** Les produits, services et canaux de l'institution sont utiles aux clients.



## 3A. L'INSTITUTION COLLECTE ET ANALYSE DES DONNÉES POUR COMPRENDRE LES BESOINS DES CLIENTS.

### Pratiques Essentielles

#### 3A1. L'INSTITUTION RÉALISE DES ÉTUDES DE MARCHÉ ET DES TESTS PILOTES.

### Indicateurs / Détails

3.A.11 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 :

3.A.11.1 Analyse de la part de marché, de la saturation du marché et du marché potentiel

3.A.11.2 Données sur le profil des clients, y compris le genre, l'âge, la localisation (urbain/rural) et le niveau de pauvreté/de revenu

3.A.11.3 Données sur les besoins, les objectifs des clients et les obstacles à l'utilisation des services financiers.

3.A.12 L'institution effectue des tests pilotes avant d'introduire un nouveau produit ou d'apporter des modifications importantes à un produit existant.

3.A.12.1 Les tests pilotes de produits sont effectués auprès de clients présentant différentes caractéristiques socio-économiques et démographiques.

3.A.12.2 L'institution recueille des commentaires sur les produits pilotes auprès des employés et des clients.

*Pratiques Essentielles*
**3A2. L'INSTITUTION  
UTILISE SES DONNÉES  
POUR IDENTIFIER  
DES MODÈLES DE  
COMPORTEMENT  
FINANCIER PAR  
SEGMENT DE  
CLIENTÈLE.**
*Indicateurs / Détails*

- CP 3.A.2.1 L'institution analyse les données transactionnelles (PAR, montant moyen des prêts, remboursements de prêts, dépôts et retraits d'épargne) par segments démographiques et socio-économiques de ses clients.
- 3.A.2.2 L'institution analyse l'utilisation des produits (types et fréquence) CP par segments démographiques et socio-économiques de ses clients.

*Pratiques Essentielles*
**3A3. L'INSTITUTION  
RECUEILLE LES  
COMMENTAIRES  
DES CLIENTS SUR  
LEURS EXPÉRIENCES  
D'UTILISATION DE  
SES PRODUITS ET  
SERVICES.**
*Indicateurs / Détails*

- CP 3.A.3.1 L'institution réalise des enquêtes de satisfaction client. Fréquence CP minimale : tous les deux ans
- 3.A.3.2 L'institution mène des entretiens avec des clients inactifs et/ou CP sortants pour rechercher des preuves de défauts dans la conception de ses produits.
- 3.A.3.3 L'institution cherche à savoir si le stress au niveau des ménages rend plus difficile pour les clients l'utilisation de ses produits et services.



## 3B. LES PRODUITS, SERVICES ET CANAUX DE L'INSTITUTION SONT UTILES AUX CLIENTS.

### Pratiques Essentielles

**3B1. L'INSTITUTION UTILISE LES INFORMATIONS ISSUES DES DONNÉES CLIENT POUR CONCEVOIR LES PRODUITS, LES SERVICES ET LES CANAUX DE DISTRIBUTION.** <sup>CP</sup>

### Indicateurs / Détails

3.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. <sup>CP</sup>

3.B.1.2 L'institution modifie ses produits et services existants en réponse aux besoins, aux commentaires et aux changements au niveau des clients. <sup>CP</sup>

3.B.1.3 L'institution consacre des ressources (financières et temps des employés) au développement et à l'amélioration continus des produits, services et canaux de distribution.

### Pratiques Essentielles

**3B2. L'INSTITUTION SUPPRIME LES BARRIÈRES QUI EMPÊCHENT L'ACCÈS AUX PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS.**

### Indicateurs / Détails

3.B.2.1 L'institution propose des montants et des conditions de prêt adaptés au profil économique, aux flux de trésorerie et au type d'entreprise des clients.

3.B.2.2 L'institution propose des canaux de distribution qui réduisent les obstacles à l'accès pour les clients.

3.B.2.2.1 L'institution offre aux clients plusieurs canaux de distribution.

3.B.2.2.2 L'institution utilise des technologies adaptées à la culture numérique des clients cibles.

3.B.2.3 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*
**3B3. LES PRODUITS, SERVICES ET CANAUX DE L'INSTITUTION PROTÈGENT LES CLIENTS DES PRÉJUDICES.**

- CP 3.B.3.1 L'institution adapte les échéanciers de remboursement aux flux de trésorerie des clients et au type d'entreprise. CP
- CP 3.B.3.2 Les exigences de garantie et de garant de l'institution ne créent pas de graves difficultés pour les clients. CP
- CP 3.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
- CP 3.B.3.2.2 L'évaluation de la garantie est déterminée suite à une vérification basée sur le prix du marché et sur la valeur de revente. Le comité de crédit ou d'approbation de deuxième niveau vérifie l'évaluation de la garantie. CP
- CP 3.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. CP
- CP 3.B.3.2.4 Si l'institution collecte les titres de propriété, elle les restitue au client une fois le prêt remboursé. CP
- CP 3.B.3.3 L'institution accepte des formes alternatives de garantie pour les clients dont le genre ou l'âge crée des obstacles à l'accès dans le contexte local. CP
- CP 3.B.3.4 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. CP

3.B.3.5 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. CP

3.B.3.6 Si l'institution propose une assurance volontaire, elle évalue la valeur des produits d'assurance pour les clients : CP

3.B.3.6.1 L'institution analyse les données sur l'utilisation du produit : adoption du produit, taux de sinistralité, taux de renouvellement et taux de couverture. CP

3.B.3.6.2 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. CP

3.B.3.6.3 L'institution analyse les données sur l'expérience client avec l'assurance : démographie des personnes couvertes, réclamations, satisfaction client. CP

3.B.3.6.4 Si le ratio de sinistralité pour l'assurance-vie est inférieur à 60 %, l'institution demande à l'assureur d'en justifier le motif. CP

3.B.3.7 Si l'institution utilise des agents tiers, elle surveille la liquidité des agents tiers et si ces agents respectent les pratiques de protection des clients, et elle dispose de mécanismes pour résoudre les problèmes si nécessaire. CP

3.B.3.8 Si l'institution utilise des canaux numériques, elle surveille si les problèmes suivants surviennent et elle dispose de mécanismes pour résoudre les problèmes si nécessaire : CP

3.B.3.8.1 Erreurs de transactions telles qu'une transaction non aboutie, ou mal aboutie, fonds transférés sur un compte incorrect, fonds envoyés à un destinataire qui n'a pas été en mesure de les retirer dans un certain délai

3.B.3.8.2 Dysfonctionnements du système tels qu'une panne prolongée, un temps d'arrêt programmé ou des retards de traitement.

*Pratiques Essentielles*

**3B4. 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*

3.B.4.1 L'institution propose des produits et des services pour les besoins de base, tels que le logement, l'énergie et l'éducation.

3.B.4.2 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:

3.B.4.2.1 Prêts d'urgence

3.B.4.2.2 Produits d'épargne avec un processus de retrait facile

3.B.4.2.3 Assurance volontaire

3.B.4.2.4 Services non financiers

*Pratiques Essentielles*

**3B5. LES PRODUITS ET SERVICES DE L'INSTITUTION AIDENT LES CLIENTS À ATTEINDRE LEURS OBJECTIFS.**

*Indicateurs / Détails*

3.B.5.1 L'institution offre une formation aux clients dans des domaines où ils ont des lacunes qui les empêchent d'atteindre leurs objectifs.

3.B.5.2 L'institution propose des produits/services qui permettent aux clients d'investir dans des opportunités économiques telles que des prêts pour le démarrage d'entreprises, pour le fonds de roulement, ou les investissements.

3.B.5.3 L'institution propose des produits/services pour les événements majeurs de la vie tels que les mariages, les naissances, le logement, les études et les funérailles.



## CP Dimension 4

# Protection des Clients

**4A.** L'institution ne surendette pas ses clients.

**4B.** L'institution donne aux clients des informations claires et en temps opportun pour soutenir la prise de décision du client.

**4C.** L'institution applique un traitement équitable et respectueux des clients.

**4D.** L'institution sécurise les données des clients et informe les clients de leurs droits sur les données.

**4E.** L'institution reçoit et résout les réclamations des clients.





## 4A. L'INSTITUTION NE SURENDETTE PAS SES CLIENTS.

### Pratiques Essentielles

#### **4A1. L'INSTITUTION PREND DES DÉCISIONS DE PRÊT EN FONCTION DE LA CAPACITÉ DE REMBOURSEMENT DU CLIENT.**

### Indicateurs / Détails

4.A.1.1 L'institution a une politique et un processus documenté pour les approbations de prêt.

4.A.1.1.1 Le pourcentage du revenu disponible d'un emprunteur qui peut être affecté au remboursement de la dette ne peut pas être supérieur à 70 %, en incluant cette dette et celle d'autres prêteurs.

4.A.1.1.2 Les décisions d'approbation de prêt sont prises par au moins deux personnes, dont l'une qui n'interagit pas directement avec le client.

4.A.1.1.3 S'il existe une centrale de risques, l'institution lui fournit des rapports réguliers sur les données des clients et utilise les rapports de crédit de cette centrale dans le processus d'approbation des prêts.

4.A.1.1.4 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.

4.A.1.2 L'institution effectue une analyse des flux de trésorerie pour évaluer la capacité de remboursement.

4.A.1.2.1 L'institution effectue une analyse des flux de trésorerie qui prend en compte les revenus, les dépenses et le service de la dette liés à l'entreprise et à la famille, ainsi que toute autre source de revenus, y compris les sources informelles.

4.A.1.2.2 L'institution n'utilise pas les garanties, les revenus du garant, le nantissement et/ou la couverture d'assurance comme estimation de la capacité de remboursement ou comme critère principal pour approuver un prêt.

4.A.1.3 La politique de l'institution sur le remboursement anticipé des prêts précise les conditions dans lesquelles il est acceptable que les clients remboursent un prêt par anticipation afin de contracter un nouveau prêt.

4.A.1.3.1 Lorsque le client demande un remboursement anticipé pour obtenir un autre prêt, l'institution spécifie une période de temps et/ou un pourcentage du capital du prêt actif qui doit être remboursé avant que le client ne puisse être éligible à un nouveau prêt.

4.A.1.3.2 Lorsque le client contracte un autre prêt immédiatement après le remboursement anticipé, l'institution effectue une nouvelle analyse des flux de trésorerie..

4.A.1.4 Si l'analyse de l'approbation du prêt est effectuée via un algorithme, l'institution examine le bon fonctionnement de l'algorithme. Fréquence minimale : annuelle

4.A.1.4.1 L'institution examine l'efficacité de l'algorithme pour prédire le remboursement du client.

4.A.1.4.2 L'institution vérifie si ses algorithmes comportent des biais par rapport à des catégories protégées et corrige ces biais si nécessaire.

*Pratiques Essentielles*

*Indicateurs / Détails*

**4A2. L'INSTITUTION SURVEILLE LE MARCHÉ ET RÉPOND AU RISQUE ACCRU DE SURENDETTEMENT.**

4.A.2.1 La direction surveille la qualité du portefeuille pour identifier le risque de surendettement. Fréquence minimale : mensuelle

4.A.2.1.1 L'institution analyse la qualité du portefeuille par agence, produit et segment de clientèle.

4.A.2.1.2 L'institution suit les prêts restructurés, rééchelonnés ou refinancés..

4.A.2.2 L'institution définit des niveaux de PAR qui déclenchent une surveillance et une réponse internes supplémentaires.

4.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.



## 4B. L'INSTITUTION DONNE AUX CLIENTS DES INFORMATIONS CLAIRES ET EN TEMPS OPPORTUN POUR SOUTENIR LA PRISE DE DÉCISION DU CLIENT.

### Pratiques Essentielles

#### **4B1. L'INSTITUTION EST TRANSPARENTE SUR LES TERMES, CONDITIONS ET PRIX DES PRODUITS.**

### Indicateurs / Détails

4.B.1.1 L'institution remet aux emprunteurs un Résumé des informations essentielles avant qu'ils ne signent un contrat. Le document contient les informations suivantes :

- Montant total du prêt
- Tarification, y compris tous les frais
- Coût total du crédit - total du capital, intérêts, et frais ainsi que le dépôt de garantie
- Date de décaissement et durée du prêt
- Calendrier de remboursement avec les montants du capital et des intérêts, le nombre de versements et les dates d'échéance pour chaque versement de remboursement;
- Toutes déductions du capital décaissé (ex: première échéance, commissions, frais, dépôt de garantie, taxes), le cas échéant.
- Comment les dépôts de garanties / l'épargne obligatoire peuvent être utilisés en cas de défaut, le cas échéant
- Taux d'intérêt moratoires, modalités et conditions, le cas échéant

4.B.1.2 Les contrats de prêt comprennent les informations suivantes, selon le produit :

- Période de grâce
- Epargne obligatoire / montant du portefeuille électronique
- Mécanismes de débit automatique des comptes
- Produits liés
- Obligations du membre ou du garant
- Conditions de garantie et procédures de saisie
- Conséquences d'un retard de paiement et d'un défaut de paiement
- Conditions de paiement anticipé: si c'est possible et comment cela affecte le coût
- Si les termes et conditions peuvent changer au fil du temps et comment cela peut affecter les clients

4.B.1.3 Les contrats de prêt sont disponibles dans les principales langues locales.

**4.B.1.4 L'institution communique les informations sur les produits de manière à éclairer la prise de décision des clients.**

4.B.1.4.1 L'institution publie des informations de base sur les produits, y compris les prix, dans les agences ou chez les agents tiers, ou sous forme numérique, le cas échéant.

4.B.1.4.2 L'institution communique le TIA/TEG (ou le taux d'intérêt mensuel si la majorité des prêts sont inférieurs à 3 mois) dans le Résumé des informations essentielles et/ou le contrat de prêt.

4.B.1.4.3 Les communications de l'institution sont formulées dans un langage clair et en langue locale; l'information orale est utilisée pour les clients faiblement alphabétisés.

4.B.1.4.4 Le matériel promotionnel n'induit pas le client en erreur et n'est pas trompeur.

**4.B.1.5 Si l'institution utilise des agents tiers, elle vérifie que ces derniers fournissent aux clients la documentation concernant leurs frais, conditions de service et conditions d'annulation.**

**4.B.1.6 Si l'institution propose des comptes d'épargne, la documentation comprend les éléments suivants :**

- Frais - y compris les frais de clôture
- Taux d'intérêt et comment les montants seront calculés
- Exigences de solde minimum et maximum
- Si les dépôts sont assurés par le gouvernement

**4.B.1.7 Si l'institution propose des services de paiements, elle donne les informations suivantes aux clients qui initient ou reçoivent des transferts d'argent, ou utilisent d'autres services de paiement :**

- 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 encaisser le paiement
- Conditions d'annulation
- Instructions pour corriger les erreurs
- Confirmation de la transaction
- Taxes
- Produits liés, le cas échéant
- Instructions for resolving errors
  - Transaction confirmation
  - Taxes
  - Linked products (if any)

4.B.1.8 Si l'institution propose une assurance, elle donne aux clients les informations suivantes au moment de la souscription :

- Un certificat de couverture qui précise au minimum la prime, le montant et le délai de la couverture, qui sont les bénéficiaires, quelles situations sont couvertes, les exclusions majeures, et quand et comment déposer une demande d'indemnisation
- Une explication sur la documentation requise pour prouver le dommage, le cas échéant
- Conditions relatives aux annulations et aux paiements anticipés, le cas échéant

4.B.1.9 Si l'institution propose une assurance, elle fournit aux bénéficiaires des informations en temps opportun pendant le processus de demande d'indemnisation.

4.B.1.9.1 L'institution informe le bénéficiaire dans les 30 jours suivant la prise de décision concernant la demande d'indemnisation.

4.B.1.9.2 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.

#### Pratiques Essentielles

#### Indicateurs / Détails

## **4B2. L'INSTITUTION COMMUNIQUE AVEC LES CLIENTS AUX MOMENTS OPPORTUNS ET À TRAVERS LES CANAUX APPROPRIÉS.**

4.B.2.1 L'institution donne aux clients la possibilité de revoir les termes et conditions des produits.

4.B.2.1.1 L'institution offre aux clients un moyen de poser des questions et de recevoir des informations supplémentaires avant de signer des contrats.

4.B.2.1.2 L'institution donne un préavis aux clients et la possibilité de se retirer avant de renouveler automatiquement un produit volontaire.

4.B.2.2 L'institution remet aux clients une copie du contrat complétée et signée et rend le contrat accessible à tout moment sur un compte en ligne ou sous format physique.

**4.B.2.3 L'institution fournit aux clients des informations claires et précises sur le solde de leur(s) compte(s) de la manière suivante :**

4.B.2.3.1 En fournissant sur demande un accès à leur solde de crédit ou d'épargne à jour.

4.B.2.3.2 En envoyant des messages automatiques aux clients chaque fois qu'il y a une déduction automatique sur leur compte.

4.B.2.3.3 En fournissant des reçus, sur papier ou électroniquement, pour chaque transaction.

**4.B.2.4 Si les remboursements du prêt sont automatiquement débités sur un compte client, l'institution envoie aux clients un rappel de remboursement du prêt au moins un jour avant l'échéance du remboursement.**



## 4C. L'INSTITUTION APPLIQUE UN TRAITEMENT ÉQUITABLE ET RESPECTUEUX DES CLIENTS.

### Pratiques Essentielles

#### **4C1. LE CODE D'ÉTHIQUE DE L'INSTITUTION EXIGE UN TRAITEMENT ÉQUITABLE ET RESPECTUEUX DES CLIENTS.**

### Indicateurs / Détails

4.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.

4.C.1.2 Les politiques de l'institution interdisent ce qui suit :

4.C.1.2.1 Corruption, vol, pots-de-vin, fraude

4.C.1.2.2 Intimidation du client : utiliser un langage abusif, utiliser la force physique, restreindre la liberté physique, harcèlement sexuel, crier après le client, entrer chez le client sans y être invité, humilier publiquement le client, utiliser des menaces

4.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.]

4.C.1.3 L'institution informe les clients, oralement ou par écrit, de ses normes d'éthique professionnelle et des comportements interdits mentionnés dans le code d'éthique.

4.C.1.4 Si l'institution s'associe à des tiers, elle passe en revue le code d'éthique du tiers avant de signer un contrat pour vérifier l'engagement envers un traitement équitable et respectueux des clients.

*Pratiques Essentielles*
**4C2. L'INSTITUTION  
N'UTILISE PAS DE  
TECHNIQUES DE VENTE  
AGRESSIVES.**
*Indicateurs / Détails*

4.C.2.1 L'institution dispose de mécanismes de contrôles internes pour surveiller si les employés ou les agents tiers se livrent à des ventes agressives.

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

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

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

*Pratiques Essentielles*
**4C3. L'INSTITUTION  
PROTÈGE LES DROITS  
DES CLIENTS À  
UN TRAITEMENT  
RESPECTUEUX  
PENDANT LE  
PROCESSUS DE  
RECOUVREMENT  
DES PRÊTS.**
*Indicateurs / Détails*

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

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

4.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.

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

4.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.

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





## 4D. L'INSTITUTION SÉCURISE LES DONNÉES DES CLIENTS ET INFORME LES CLIENTS DE LEURS DROITS SUR LES DONNÉES.

### Pratiques Essentielles

#### **4D1. L'INSTITUTION MAINTIENT LA SÉCURITÉ ET LA CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES DES CLIENTS.**

### Indicateurs / Détails

4.D.1.1 L'institution a des politiques de sécurité et de confidentialité des données qui couvrent la collecte, l'utilisation, la diffusion, le stockage et la conservation des informations des clients.

4.D.1.2 L'institution conserve les dossiers physiques et électroniques dans un système sécurisé.

4.D.1.2.1 L'accès au système est limité aux seules données et fonctions qui correspondent au rôle d'un employé (principe du « privilège minimal »).

4.D.1.2.2 L'institution contrôle l'utilisation des fichiers par les employés en dehors du bureau et l'institution conserve les enregistrements des noms des employés qui demandent/obtiennent l'accès aux fichiers des clients.

4.D.1.2.3 L'institution définit un processus clair pour protéger les données des clients lorsque les employés quittent l'organisation.

4.D.1.3 L'institution effectue une évaluation des risques pour identifier les risques liés aux données pour les clients. Fréquence minimale : annuelle

4.D.1.4 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.

*Pratiques Essentielles*

**4D2. L'INSTITUTION  
INFORME LES CLIENTS  
SUR LE CARACTÈRE  
CONFIDENTIEL DE  
LEURS DONNÉES ET  
LEURS DROITS SUR  
LES DONNÉES.**

*Indicateurs / Détails*

4.D.2.1 L'institution explique aux clients comment elle utilisera leurs données, avec qui elle partagera les données et comment des tiers utiliseront les données. L'institution reçoit le consentement des clients avant d'utiliser ou de partager leurs données.

4.D.2.2 Les informations sur l'utilisation des données et le consentement sont faciles à comprendre pour les clients..

4.D.2.2.1 Lorsqu'elle demande le consentement des clients pour utiliser leurs données, l'institution explique dans un langage clair et en langue locale, par écrit ou oralement, comment elle utilisera les données. Des liens Internet vers les déclarations de divulgation ne sont pas suffisants.

4.D.2.2.2 L'institution forme les clients sur l'importance de protéger leurs informations personnelles, y compris les numéros d'identification personnels (PIN), les soldes des comptes d'épargne et les informations sur les problèmes de remboursement.

4.D.2.2.3 L'institution donne aux clients le droit de retirer leur autorisation d'utiliser les données et explique les conséquences de ce retrait.

4.D.2.3 L'institution informe les clients de leur droit de consulter et de corriger leurs données personnelles et financières.



## 4E. L'INSTITUTION REÇOIT ET RÉSOUT LES RÉCLAMATIONS DES CLIENTS.

### Pratiques Essentielles

#### 4E1. L'INSTITUTION DISPOSE D'UN MÉCANISME DE GESTION DES RÉCLAMATIONS FACILEMENT ACCESSIBLE AUX CLIENTS ET ADAPTÉ À LEURS BESOINS

### Indicateurs / Détails

4.E.1.1 Les clients ont un moyen de soumettre des réclamations à des personnes autres que leur agent de crédit/agent leur ayant fourni le produit et le superviseur de cette personne.

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

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

4.E.1.3.1 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.

4.E.1.3.2 Au cours du processus de souscription à un produit, l'institution informe les clients sur la manière de lui soumettre une réclamation et à tout partenaire tiers.

4.E.1.4 Si le mécanisme de gestion des réclamations traite initialement les réclamations par des moyens automatisés, l'institution met à disposition des clients un canal avec une interaction humaine en direct.

### Pratiques Essentielles

#### 4E2. L'INSTITUTION RÉSOUT EFFICACEMENT LES RÉCLAMATIONS.

### Indicateurs / Détails

4.E.2.1 La politique de gestion des réclamations de l'institution identifie des niveaux de gravité et exige que les plaintes graves soient immédiatement transmises à l'équipe de direction.

4.E.2.2 Le mécanisme de résolution des réclamations de l'institution garantit que toutes les réclamations formelles sont enregistrées dans un système sécurisé qui parvient au personnel chargé du traitement des réclamations et/ou à l'équipe de direction.

#### 4.E.2.3 L'institution résout les réclamations des clients rapidement.

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

4.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.

4.E.2.3.3 L'institution résout au moins 90 % des réclamations dans un délai d'un mois. Si la résolution prend plus d'un mois, l'institution informe le client de la raison du retard.

#### 4.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.

##### *Pratiques Essentielles*

##### *Indicateurs / Détails*

### **4E3. L'INSTITUTION UTILISE LES INFORMATIONS PROVENANT DES RÉCLAMATIONS POUR GÉRER LES OPÉRATIONS ET AMÉLIORER LA QUALITÉ DES PRODUITS ET DES SERVICES.**

4.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

4.E.3.2 L'équipe de direction examine les rapports de réclamations et les indicateurs de performance clés (par ex., délai moyen de résolution, pourcentage de résolution) et prend des mesures correctives pour résoudre les problèmes systématiques menant à des plaintes. Fréquence minimale : annuelle

4.E.3.3 Si l'institution s'associe à des tiers, l'institution aide ses clients à résoudre les réclamations qu'ils ont avec ces tiers.



Dimension 5

# Développement Responsable des Ressources Humaines

**5A.** L'institution crée un environnement de travail sûr et équitable.

**5B.** Le système de Développement des Ressources Humaines de l'institution est conçu pour attirer et maintenir une main-d'œuvre qualifiée et motivée.

**5C.** Le système de Développement des Ressources Humaines de l'institution soutient sa stratégie sociale.



## 5A. L'INSTITUTION CRÉE UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL SÛR ET ÉQUITABLE.

### Pratiques Essentielles

#### **5A1. UNE POLITIQUE ÉCRITE DE RESSOURCES HUMAINES EST À LA DISPOSITION DE TOUS LES EMPLOYÉS QUI EXPLIQUE ET PROTÈGE LEURS DROITS.**

### Indicateurs / Détails

5.A.1.1 La politique de ressources humaines de l'institution explique les droits et les responsabilités des employés concernant les éléments suivants :

- 5.A.1.1.1 Règles de travail et procédures disciplinaires
- 5.A.1.1.2 Résolution des plaintes
- 5.A.1.1.3 Conventions collectives et liberté d'association
- 5.A.1.1.4 Protection des lanceurs d'alerte
- 5.A.1.1.5 Protection contre le harcèlement
- 5.A.1.1.6 Conditions de licenciement et formalités de départ

5.A.1.2 L'institution respecte ou dépasse les réglementations locales dans les domaines suivants :

- 5.A.1.2.1 Salaires compétitifs
- 5.A.1.2.2 Échelle salariale transparente
- 5.A.1.2.3 Avantages/protection sociale
- 5.A.1.2.4 Limitation des heures de travail et des heures supplémentaires
- 5.A.1.2.5 Rémunération des heures supplémentaires et congés payés
- 5.A.1.2.6 Congés maternité/parentaux

5.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.]

5.A.1.4 L'institution analyse les données des employés par genre et par poste pour vérifier que les hommes et les femmes sont représentés de manière égale aux différents niveaux de l'organisation.

5.A.1.5 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*
**5A2. LA RÉMUNÉRATION  
DES EMPLOYÉS  
EST ÉQUITABLE ET  
ADÉQUATE.**
*Indicateurs / Détails*

- 5.A.2.1 L'institution paie des salaires basés sur les taux du marché, et jamais en dessous du salaire minimum sectoriel.
- 5.A.2.2 Le salaire de base des employés de première ligne (avant les incitations) correspond au moins à un salaire de subsistance.
- 5.A.2.3 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*
**5A3. L'INSTITUTION DISPOSE  
D'UN SYSTÈME DE  
GESTION DE LA  
SÉCURITÉ ET DE LA  
SANTÉ AU TRAVAIL.**
*Indicateurs / Détails*

- 5.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
- 5.A.3.2 L'institution documente et signale à la direction tous les accidents du travail, blessures et maladies. Les résultats sont segmentés par genre et par poste. Fréquence minimale : annuelle
- 5.A.3.3 L'institution prend les mesures nécessaires pour réduire les risques professionnels.
- 55.A.3.3.1 L'institution offre des équipements de santé et de sécurité, une formation et des aménagements physiques adaptés.
- 5.A.3.3.2 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
- 5.A.3.3.3 L'institution indemnise les employés qui s'absentent en raison d'accidents du travail..



## 5B. 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

**5B1. L'INSTITUTION DONNE AUX EMPLOYÉS UNE DOCUMENTATION COMPLÈTE SUR LEUR EMPLOI ET UNE FORMATION POUR COMPRENDRE LES EXIGENCES DE LEUR POSTE.**

### Indicateurs / Détails

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

- 5.B.1.1.1 Salaire de base et possibilités de tout autre type de rémunération (heures supplémentaires, rémunération incitative)
- 5.B.1.1.2 Description du poste / étendue des responsabilités
- 5.B.1.1.3 Processus d'évaluation des performances

5.B.1.2 Tous les nouveaux employés reçoivent une orientation et une formation spécifique à leur emploi.

5.B.1.3 L'institution offre des opportunités de développement professionnel à ses employés à tous les niveaux.

5.B.1.4 Les hommes et les femmes ont des opportunités égales de formation et de développement des compétences

### Pratiques Essentielles

**5B2. L'INSTITUTION DONNE AUX EMPLOYÉS DES OCCASIONS FORMELLES DE COMMUNIQUER AVEC LA DIRECTION.**

### Indicateurs / Détails

5.B.2.1 L'institution dispose d'un mécanisme formel de consultation des représentants des employés sur les décisions RH et l'élaboration des politiques. Les représentants du personnel ont un accès direct aux cadres dirigeants.

5.B.2.2 L'institution possède un mécanisme formel de résolution des plaintes qui permet aux employés de signaler de manière confidentielle leurs problèmes liés au travail.

5.B.2.3 L'institution interroge les employés sur leur satisfaction et leurs préoccupations concernant les conditions de travail. Fréquence minimale : annuelle





## 5C. LE SYSTÈME DE DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES DE L'INSTITUTION SOUTIENT SA STRATÉGIE SOCIALE. (CP)

Pratiques Essentielles	Indicateurs / Détails
<p><b>5C1. AU COURS DU PROCESSUS DE RECRUTEMENT ET D'EMBAUCHE, L'INSTITUTION ÉVALUE L'ENGAGEMENT DE CHAQUE CANDIDAT À ATTEINDRE LES OBJECTIFS SOCIAUX DÉFINIS ET À SERVIR SES CLIENTS CIBLES.</b></p>	<p><span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">CP</span> 5.C.1.1 L'institution évalue le travail et l'expérience personnelle de chaque candidat liés aux clients cibles de l'institution.</p> <p>5.C.1.2 L'institution évalue la motivation de chaque candidat à atteindre les objectifs sociaux de l'institution.</p> <p>5.C.1.3 La période de formation/d'essai pour les nouveaux employés en contact direct avec les clients comprend une évaluation des compétences et de l'engagement à servir les clients cibles de l'institution.</p> <p>5.C.1.4 Tous les employés signent un document attestant qu'ils respecteront <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">CP</span> le Code d'éthique.</p>

Pratiques Essentielles	Indicateurs / Détails
<p><b>5C2. L'INSTITUTION FORME TOUS LES EMPLOYÉS À SES OBJECTIFS SOCIAUX ET À LA PROTECTION DES CLIENTS.</b></p>	<p><span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">CP</span> 5.C.2.1 L'institution forme tous les employés sur ses objectifs sociaux et sur la manière dont leur travail contribue à atteindre ces objectifs, et renforce cela de manière continue.</p> <p>5.C.2.2 L'institution forme les employés à la protection des clients, conformément à leurs rôles et responsabilités. La formation couvre au minimum les sujets suivants : <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">CP</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.C.2.2.1 Analyse de la capacité de remboursement et processus d'approbation de crédit <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">CP</span></li> <li>5.C.2.2.2 Comment éviter les techniques de vente agressives, y compris comment respecter le droit des clients de refuser des produits <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">CP</span></li> <li>5.C.2.2.3 Comment expliquer les prix, les termes et conditions aux clients et comment vérifier la compréhension des clients <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">CP</span></li> <li>5.C.2.2.4 Pratiques de recouvrement des créances et procédures de recouvrement des prêts <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">CP</span></li> </ul>

5.C.2.2.5 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)

5.C.2.2.6 Comment fonctionne le mécanisme de gestion des réclamations, comment résoudre les réclamations contre des prestataires tiers et comment traiter les clients avec respect pendant le processus. (CP)

#### Pratiques Essentielles

#### Indicateurs / Détails

### 5C3. L'INSTITUTION ÉVALUE ET INCITE LES EMPLOYÉS SUR LA BASE DE CRITÈRES SOCIAUX ET FINANCIERS.

(CP) 5.C.3.1 Les évaluations de performances des employés et les incitations incluent la protection des clients ou des critères de performance sociale. (CP)

5.C.3.1.1 L'évaluation des performances comprend des critères de protection des clients, tels que la qualité du portefeuille et le service client, y compris le traitement des clients avec respect et sans discrimination. (CP)

5.C.3.1.2 L'évaluation des performances comprend des critères de performance sociale, tels que la capacité à recruter des clients cibles, la qualité de la collecte de données, la qualité des services non financiers fournis et la fidélisation des clients. (CP)

5.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.



## Dimension 6

# Croissance et Rendements Responsables

**6A.** L'institution gère sa croissance d'une manière qui favorise ses objectifs sociaux et atténue les risques pour les clients.

**6B.** L'institution fixe les prix de manière responsable.

**6C.** L'institution utilise les bénéfices de manière responsable.



## 6A. L'INSTITUTION GÈRE SA CROISSANCE D'UNE MANIÈRE QUI FAVORISE SES OBJECTIFS SOCIAUX ET ATTÉNUÉ LES RISQUES POUR LES CLIENTS.

### Pratiques Essentielles

#### 6A1. LE PLAN STRATÉGIQUE ET/ OU PLAN D'AFFAIRES DE L'INSTITUTION FIXE DES OBJECTIFS DE CROISSANCE RESPONSABLE. CP

### Indicateurs / Détails

- 6.A.1.1 L'institution ajuste ses objectifs de croissance à la saturation du marché. CP
- 6.A.1.2 L'institution aligne ses objectifs de croissance à la demande, par segment de clientèle, telle qu'identifiée dans les études de marché.
- 6.A.1.3 L'institution alloue des fonds et des ressources humaines pour renforcer les capacités internes afin d'assurer une croissance responsable :
- 6.A.1.3.1 Mécanismes de contrôle interne/audit interne
  - 6.A.1.3.2 Recrutement et formation du personnel et des agents tiers, le cas échéant
  - 6.A.1.3.3 Qualité et capacité du système d'information de gestion

### Pratiques Essentielles

#### 6A2. EN PÉRIODE DE FORTE CROISSANCE, L'INSTITUTION SURVEILLE PLUS FRÉQUEMMENT LES DONNÉES LIÉES À UNE CROISSANCE RESPONSABLE. CP

### Indicateurs / Détails

- 6.A.2.1 L'institution analyse les taux de croissance par agence/région. Fréquence minimale : annuelle
- 6.A.2.2 L'institution surveille les données suivantes pendant les périodes de croissance. Fréquence minimale : mensuelle
- 6.A.2.2.1 Indicateurs de portée, y compris le montant moyen des prêts des nouveaux clients et la part des nouveaux clients appartenant au groupe cible de l'institution
  - 6.A.2.2.2 Indicateurs de qualité de service segmentés par agence, incluant le portefeuille à risque et le nombre de plaintes
  - 6.A.2.2.3 Indicateurs de capacité des ressources humaines, y compris les clients par agent de terrain, le ratio du personnel d'audit interne par rapport au nombre total d'employés, les heures de formation pour les nouveaux employés (par poste) et la rotation du personnel (par poste)

6.A.2.3 Lorsque l'institution identifie une croissance préjudiciable aux clients, elle prend des mesures d'atténuation telles que la réduction des objectifs de croissance, l'application de critères d'approbation de prêt plus prudents, ou la limitation du nombre total de prêts qu'un individu peut avoir en même temps. <sup>CP</sup>



## 6B. L'INSTITUTION FIXE LES PRIX DE MANIÈRE RESPONSABLE <sup>CP</sup>

### Pratiques Essentielles

### Indicateurs / Détails

#### 6B1. L'INSTITUTION PRATIQUE DES PRIX JUSTES.

- <sup>CP</sup> 6.B.1.1 Le taux d'intérêt tient compte des coûts suivants, nécessaires à l'octroi d'un prêt: les charges financières, les charges d'exploitation, les pertes sur prêts et les rendements du capital. <sup>CP</sup>
- 6.B.1.2 Le Taux d'Intérêt Annualisé (TIA) pour tous les principaux produits de crédit de l'institution (> 20% du portefeuille) se situe à plus ou moins de 15% de ses pairs. S'il est en dehors de la fourchette, l'institution peut fournir une justification valable. <sup>CP</sup>
- 6.B.1.3 L'institution communique les intérêts de prêts sur un solde dégressif et selon la date exacte de paiement. <sup>CP</sup>
- 6.B.1.4 Les intérêts de prêt (y compris les intérêts de retard) ne courent pas au-delà de 180 jours d'arriérés au maximum. <sup>CP</sup>

### Pratiques Essentielles

### Indicateurs / Détails

#### 6B2. L'INSTITUTION FACTURE DES FRAIS RAISONNABLES.

- <sup>CP</sup> 6.B.2.1 L'institution ne facture pas aux clients la confirmation des transactions et les demandes de solde. <sup>CP</sup>
- 6.B.2.2 Les pénalités pour remboursement anticipé n'incluent pas les intérêts qui auraient couru entre la période de paiement anticipé et la fin du prêt. <sup>CP</sup>
- 6.B.2.3 Les intérêts moratoires et les pénalités ne sont pas capitalisés; ils sont calculés uniquement sur le capital. <sup>CP</sup>
- Si l'institution propose de l'épargne, elle facture des frais raisonnables sur les comptes d'épargne. <sup>CP</sup>
  - 6.B.2.4.1 Les frais sur les comptes d'épargne ne sont pas disproportionnés par rapport aux petits soldes de dépôt. <sup>CP</sup>
  - 6.B.2.4.2 La structure des frais pour les comptes d'épargne ne permet pas de mettre les comptes à zéro par l'application répétée de frais. <sup>CP</sup>

*Pratiques Essentielles*
**6B3. L'INSTITUTION NE TRANSFÈRE PAS DE COÛTS INUTILES AUX CLIENTS.**
*Indicateurs / Détails*

- CP 6.B.3.1 Le ratio de charge de provisions pour créances douteuses se situe CP dans la fourchette de performance acceptée. S'il est en dehors de la fourchette, l'institution peut fournir une justification valable.
- 6.B.3.2 Le ratio de charges d'exploitation se situe dans la fourchette de CP performance acceptée. S'il est en dehors de la fourchette, l'institution peut fournir une justification valable.
- 6.B.3.3 Le rendement des actifs (ROA) se situe dans la fourchette de CP performance acceptée. S'il est en dehors de la fourchette, l'institution peut fournir une justification valable.



## 6C. L'INSTITUTION UTILISE LES BÉNÉFICES DE MANIÈRE RESPONSABLE

### Pratiques Essentielles

**6C1. L'INSTITUTION S'ENGAGE AVEC DES INVESTISSEURS EN CAPITAL DONT LA STRATÉGIE D'INVESTISSEMENT EST ALIGNÉE SUR SES OBJECTIFS SOCIAUX.**

### Indicateurs / Détails

- 6.C.1.1 L'institution discute de ses objectifs sociaux avec les investisseurs en capital potentiels et s'enquiert du calendrier prévu pour leurs stratégies d'investissement et de sortie, afin d'évaluer l'alignement sur sa stratégie sociale.
- 6.C.1.2 Le conseil d'administration accorde la priorité à des offres d'investisseurs dont la stratégie d'investissement est alignée sur la stratégie sociale de l'institution.
- 6.C.1.3 Le pacte d'actionnaires précise ce qui suit :
  - 6.C.1.3.1 Engagement envers les objectifs sociaux
  - 6.C.1.3.2 Niveau attendu et utilisation des bénéfices
  - 6.C.1.3.3 Calendrier d'investissement prévu / stratégie de sortie

### Pratiques Essentielles

**6C2. L'INSTITUTION UTILISE SES BÉNÉFICES POUR DES DÉPENSES QUI PROFITENT AUX CLIENTS.**

### Indicateurs / Détails

- 6.C.2.1 L'utilisation des bénéfices par l'institution au cours de l'année précédente comprenait au moins l'un des investissements suivants : renforcement de ses pratiques de gestion de la performance sociale ou environnementale, fourniture de services non financiers, baisse des prix, ou investissement dans la communauté.
- 6.C.2.2 L'institution a une politique qui précise quand les dividendes peuvent être payés et à quel niveau, en lien avec ses objectifs sociaux.



*Pratiques Essentielles***6C3. L'INSTITUTION  
DISPOSE D'UNE  
STRUCTURE  
FINANCIÈRE  
ET SOCIALE  
TRANSPARENTE.***Indicateurs / Détails*

- 6.C.3.1 L'institution divulgue publiquement ses états financiers annuels audités.
- 6.C.3.2 L'institution partage les résultats de ses audits sociaux et de mesure des changements à toutes les parties prenantes, sur demande.
- 6.C.3.3 L'institution divulgue la rémunération de l'équipe de direction aux bailleurs de fonds, agences de notation, investisseurs et autres parties prenantes, sur demande.



Dimension 7

# Gestion de la Performance Environnementale

**7A.** L'institution a mis en place une stratégie environnementale et des systèmes pour la mettre en œuvre.

**7B.** L'institution identifie et gère les risques et opportunités environnementaux.

**7C.** L'institution propose des produits et services financiers et non financiers pour atteindre ses objectifs environnementaux.



## 7A. L'INSTITUTION A MIS EN PLACE UNE STRATÉGIE ENVIRONNEMENTALE ET DES SYSTÈMES POUR LA METTRE EN ŒUVRE.

### Pratiques Essentielles

#### 7A1. L'INSTITUTION A UNE STRATÉGIE POUR ATTEINDRE SES OBJECTIFS ENVIRONNEMENTAUX.

### Indicateurs / Détails

7.A.1.1 L'institution dispose d'une stratégie documentée qui précise son intention d'atteindre au moins l'un des objectifs environnementaux suivants :

- Réduire les impacts négatifs de l'institution sur l'environnement
- Réduire la vulnérabilité des clients au changement climatique et à la dégradation de l'environnement
- Réduire les impacts négatifs des clients sur l'environnement
- Favoriser l'adoption de pratiques et de technologies vertes, et répondre aux demandes et aux besoins des clients sur ce sujet

7.A.1.2 La stratégie définit des indicateurs et les résultats attendus pour mesurer les progrès de l'institution vers ses objectifs environnementaux.

7.A.1.3 L'institution opère conformément aux lois et réglementations nationales et internationales sur la protection de l'environnement.

### Pratiques Essentielles

#### 7A2. L'INSTITUTION COLLECTE, ANALYSE ET DIFFUSE DES DONNÉES SPÉCIFIQUES À SES OBJECTIFS ENVIRONNEMENTAUX.

### Indicateurs / Détails

7.A.2.1 L'institution collecte les données suivantes sur une base continue pour mesurer si elle atteint ses objectifs environnementaux.  
Fréquence minimale : annuelle

7.A.2.1.1 Les impacts négatifs de l'institution sur l'environnement

7.A.2.1.2 La vulnérabilité des clients au changement climatique et à la dégradation de l'environnement

7.A.2.1.3 Les impacts négatifs des clients sur l'environnement.

7.A.2.1.4 Les résultats liés à ses produits et services verts, y compris les changements positifs et négatifs pour les clients, leurs ménages et l'environnement

7.A.2.2 L'institution communique les données de performance environnementale en interne et en externe. Fréquence minimale : annuelle.

*Pratiques Essentielles*

*Indicateurs / Détails*

**7A3. LA STRUCTURE DE GOUVERNANCE ET LA DIRECTION DE L'INSTITUTION ASSURENT LA MISE EN ŒUVRE ET LE SUIVI DE LA STRATÉGIE ENVIRONNEMENTALE.**

7.A.3.1 Le conseil d'administration et la direction prennent des décisions stratégiques sur la base des données de performance environnementale suivantes. Fréquence minimale : annuelle.

7.A.3.1.1 Analyse des impacts négatifs de l'institution sur l'environnement

7.A.3.1.2 Proportion du portefeuille de clients qui est vulnérable au changement climatique et à la dégradation de l'environnement, et proportion de clients générant des impacts négatifs sur l'environnement

7.A.3.1.3 Changements positifs et négatifs pour les clients liés à la mise en œuvre de pratiques et de technologies vertes

7.A.3.2 L'institution définit les rôles et les responsabilités dans la mise en œuvre de la stratégie environnementale.

7.A.3.2.1 Un cadre supérieur ou une équipe de direction dédiée est responsable de l'exécution de la stratégie environnementale

7.A.3.2.2 L'institution intègre sa stratégie environnementale dans les descriptions de poste et les objectifs pour tous les postes pertinents.

7.A.3.3 L'institution forme les membres du conseil d'administration, l'équipe de direction et les employés sur leurs rôles et responsabilités respectifs, et renforce leurs capacités si nécessaire, pour la mise en œuvre de la stratégie environnementale.



## 7B. L'INSTITUTION IDENTIFIE ET GÈRE LES RISQUES ET OPPORTUNITÉS ENVIRONNEMENTAUX.

### Pratiques Essentielles

#### **7B1. L'INSTITUTION IDENTIFIE ET GÈRE SES PROPRES RISQUES ENVIRONNEMENTAUX AU NIVEAU DU SIÈGE ET DES AGENCES.**

### Indicateurs / Détails

- 7.B.1.1 L'institution évalue la vulnérabilité de ses propriétés, bâtiments et ressources humaines aux chocs climatiques.
- 7.B.1.2 L'institution dispose d'un plan d'urgence pour atténuer la vulnérabilité de ses propriétés, bâtiments et ressources humaines aux chocs climatiques.
- 7.B.1.3 L'institution identifie les impacts négatifs de ses activités internes sur l'environnement.
- 7.B.1.4 L'institution évite, minimise et/ou compense les impacts négatifs de ses activités internes sur l'environnement liés à:
- Sa consommation d'énergie
  - Sa consommation d'eau
  - Sa consommation de papier
  - Les transports et consommation de carburant
  - Sa production de déchets
  - Les émissions de gaz à effet de serre

### Pratiques Essentielles

#### **7B2. L'INSTITUTION IDENTIFIE ET GÈRE LES RISQUES ENVIRONNEMENTAUX AU NIVEAU DES CLIENTS.**

### Indicateurs / Détails

- 7.B.2.1 L'institution identifie la vulnérabilité des clients au changement climatique et à la dégradation de l'environnement liée aux éléments suivants :
- Changement climatique
  - Perte de biodiversité
  - Pollution et autres dégradations de l'environnement.

- 7.B.2.2 L'institution identifie les impacts négatifs des clients sur l'environnement, liés aux éléments suivants :
- Émission de gaz à effet de serre
  - Pollution de l'air, de l'eau ou du sol, y compris l'utilisation et le stockage inapproprié de produits chimiques dangereux
  - Déforestation, dégradation des terres, perte de biodiversité, faune et flore/zones protégées, en particulier en lien avec les zones sensibles à la biodiversité
  - Production et gestion des déchets

7.B.2.3 L'institution développe des politiques et des processus d'atténuation des risques en réponse à la vulnérabilité identifiée et aux impacts environnementaux négatifs et les intègre dans son système standard de gestion des risques.

- 7.B.2.4 L'institution catégorise les demandes de prêt en fonction de leur niveau de risque environnemental et met en œuvre au moins une des actions suivantes pour les demandes de prêt à haut risque environnemental :
- Il effectue une analyse complémentaire des risques environnementaux.
  - Il exclut ou limite le financement, en tenant compte des compromis potentiels avec ses performances sociales et financières.
  - Il inclut des clauses environnementales dans le contrat de prêt, conditionnant le renouvellement du prêt ou la proposition d'incitations à l'adoption de solutions d'atténuation et/ou de pratiques vertes.

#### Pratiques Essentielles

### **7B3. L'INSTITUTION IDENTIFIE LES OPPORTUNITÉS DE FINANCEMENT DE PRATIQUES ET TECHNOLOGIES VERTES.**

#### Indicateurs / Détails

- 7.B.3.1 L'institution identifie les pratiques et technologies vertes qui créent des avantages pour les clients d'au moins l'une des manières suivantes :
- Amélioration de l'accès aux services de base.
  - Augmentation de la productivité, des revenus, de l'efficacité ou la qualité de la production.
  - Réduction des impacts négatifs sur l'environnement et sur la santé.
  - Réduction de la vulnérabilité au changement climatique ou à la dégradation de l'environnement.

7.B.3.2 L'institution s'assure que les pratiques ou technologies identifiées sont reconnues comme « vertes » par une taxonomie environnementale et/ou répondent à des critères environnementaux clairs.

7.B.3.3 L'institution effectue des études de marché pour les pratiques et technologies vertes, afin d'évaluer la demande, d'identifier les technologies locales ou les prestataires techniques, ou d'identifier les incitations du marché local.



## 7C. L'INSTITUTION PROPOSE DES PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS ET NON FINANCIERS POUR ATTEINDRE SES OBJECTIFS ENVIRONNEMENTAUX.

### Pratiques Essentielles

#### **7C1. L'INSTITUTION PROPOSE DES PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS POUR ATTEINDRE SES OBJECTIFS ENVIRONNEMENTAUX.**

### Indicateurs / Détails

7.C.1.1 L'institution propose au moins l'un des produits ou services financiers suivants pour aider les clients à faire face aux chocs climatiques :

- 7.C.1.1.1 Prêts d'urgence, rééchelonnement ou restructuration de prêts
- 7.C.1.1.2 Produits d'assurance agricole ou climatique
- 7.C.1.1.3 Produits d'épargne, transfert d'argent, envoi de fonds ou garanties

7.C.1.2 L'institution propose des prêts qui permettent à ses clients de mettre en œuvre ou de maintenir des pratiques et des technologies vertes, notamment :

- 7.C.1.2.1 Agriculture, élevage ou pratiques de pêche durables (« solutions basées sur la nature »)
- 7.C.1.2.2 Technologies d'énergie propre et d'efficacité énergétique
- 7.C.1.2.3 Amélioration de l'accès à l'eau potable et à l'assainissement
- 7.C.1.2.4 Gestion et recyclage des déchets ("économie circulaire")

7.C.1.3 L'institution propose des prêts verts dédiés et encourage leur adoption et leur utilisation responsable en procédant comme suit :

- 7.C.1.3.1 Définition de conditions financières (montant du prêt, durée, échéancier de remboursement, etc.) adaptées à la pratique verte ou à la technologie financée
- 7.C.1.3.2 Documentation des coûts, retour sur investissement et avantages des pratiques ou technologies vertes financées
- 7.C.1.3.3 Production de matériel et de supports et canaux de promotion dédiés
- 7.C.1.3.4 Vérification que les clients utilisent les prêts verts pour investir dans des technologies et des pratiques vertes



7.C.1.3.5 Établissement de partenariats avec des tiers pour augmenter la capacité à offrir aux clients des pratiques et des technologies vertes de haute qualité.

### Pratiques Essentielles

## **7C2. L'INSTITUTION PROPOSE DES SERVICES NON FINANCIERS POUR ATTEINDRE SES OBJECTIFS ENVIRONNEMENTAUX.**

### Indicateurs / Détails

7.C.2.1 L'institution sensibilise ses clients à leur vulnérabilité au changement climatique et à la dégradation de l'environnement, à leurs impacts négatifs sur l'environnement et/ou sur les pratiques et technologies vertes, par au moins l'un des canaux suivants :

- Dépliants, brochures, affiches, vidéos
- Entretiens individuels
- Événements ou activités de sensibilisation

7.C.2.2 L'institution renforce la capacité de ses clients à réduire leur vulnérabilité au changement climatique et à la dégradation de l'environnement, à atténuer leurs impacts négatifs sur l'environnement et/ou à adopter des pratiques et des technologies vertes, en offrant au moins l'un des services suivants :

- Visites sur le terrain ou opportunités d'apprentissage entre pairs
- Formations
- Assistance technique pour mettre en œuvre ou maintenir des pratiques et des technologies vertes, y compris les services après-vente

7.C.2.3 L'institution s'associe à des tiers pour offrir une formation aux clients sur les risques et opportunités environnementaux, et/ou un support technique aux clients pour la mise en œuvre ou le maintien de pratiques et de technologies vertes.

Cerise+SPTF est une coentreprise entre deux leaders mondiaux de la gestion de la performance sociale et environnementale. Fondée en 2005, la Social Performance Task Force, ou SPTF, a développé et met régulièrement à jour les Normes Universelles de Gestion de la Performance Sociale et Environnementale (les Normes Universelles). Publiées pour la première fois en 2012, les Normes Universelles, comme tous les efforts de la SPTF, guident les fournisseurs 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 4 900 adhérents de toutes les régions du monde. Cerise, une organisation 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 prestataires de services financiers engagés, pour lancer l'initiative des indicateurs de performance sociale, en 2001. En tant que novateur social, Cerise travaille avec les acteurs de la finance inclusive, du social business et de l'investissement d'impact pour co-créeer des normes sociales et des outils d'évaluation sociale qui sont gratuits pour tous. Cerise offre également des services de conseil payants à tout type d'organisations axées sur l'impact, en les dotant des compétences et des outils dont elles ont besoin pour définir et atteindre leurs objectifs d'impact.

En tant que développeurs et champions d'outils et de produits interdépendants et complémentaires, Cerise et SPTF travaillent en étroite collaboration depuis le milieu des années 2000. Elles ont formalisé leur coopération par un protocole d'accord en 2021, et fonctionnent désormais dans le cadre d'un plan stratégique commun.

