

**La Facilité pour la Microfinance Responsable (FMR)**  
**Financée par l'Agence Française de Développement et gérée par la Social Performance**  
**Task Force, en collaboration avec la Smart Campaign**  
**Foire aux Questions**

1. Qu'est-ce que la Facilité pour la Microfinance Responsable (FMR) ?
2. Qui gère la FMR et comment les contacter ?
3. Qu'est-ce que la Smart Campaign et comment fonctionne-t-elle en lien avec la FMR ?
4. Qu'est-ce que l'outil d'audit social SPI4 de CERISE et comment CERISE fonctionne-t-elle en lien avec la FMR?
5. Quels types de formations propose la FMR?
6. Comment s'inscrire pour suivre une formation offerte par la FMR ?
7. Comment puis-je savoir où et quand aura lieu la prochaine formation ?
8. Quelles sortes d'activités peuvent être cofinancées par la FMR ?
9. Quel est le montant du cofinancement proposé par la FMR? Comment le cofinancement est-il versé par la FMR?
10. Comment puis-je demander un cofinancement de la FMR?
11. Comment puis-je savoir si ma demande de formation ou de cofinancement a été approuvée ? Quels sont les critères de sélection ?
12. Qu'est-ce qu'un audit social SPI4 plus ?
13. Qu'est-ce qu'un projet d'amélioration?
14. Qu'est-ce qu'une formation spécialisée en GPS pour les fournisseurs de services financiers?
15. Qu'est-ce qu'une évaluation Smart?
16. Qu'est-ce qu'une certification Smart?
17. Qu'est-ce qu'un audit social?
18. Avec quels fournisseurs d'assistance technique puis-je travailler sur des projets cofinancés par la FMR, et comment les contacter ?
19. Comment puis-je devenir évaluateur accrédité Smart ?
20. Comment puis-je devenir auditeur SPI4 qualifié?

**1. Qu'est-ce que la Facilité pour la Microfinance Responsable (FMR) ?**

La Facilité pour la Microfinance Responsable (FMR) est un projet financé par l'Agence Française de Développement et géré par la Social Performance Task Force, en collaboration avec la Smart Campaign. Le but de la FMR est de renforcer les pratiques de gestion de la performance sociale (SPM), y compris les pratiques de protection des clients des institutions financières en Afrique sub-saharienne, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord (région MENA).

Le programme de la FMR est prévu sur trois ans, de janvier 2015 à décembre 2017.

L'Agence Française de Développement (AFD) a identifié huit pays cibles dans lesquels la FMR concentrera ses travaux :

1. Le Bénin
2. Le Burkina Faso
3. Le Ghana
4. Madagascar
5. Le Mali
6. Le Niger
7. Le Sénégal
8. Le Togo

Au minimum, 50 % du budget total du projet devront être alloués à des activités qui se déroulent dans les pays prioritaires de l'AFD. En outre, l'AFD et la SPTF ont convenu que la FMR pourra également œuvrer au Cameroun, en Éthiopie, en Jordanie, au Kenya, au Maroc et en Ouganda. Les institutions d'autres pays d'Afrique sub-saharienne et de la région MENA peuvent aussi postuler pour participer à des activités de la FMR, mais elles devront écrire individuellement à la FMR (Courriel : RMF@sptf.info) et les demandes seront étudiées au cas-par-cas.

La FMR proposera des formations, cofinancera certaines activités des institutions financières, soutiendra la recherche et développera de nouvelles ressources telles que des outils pour les institutions financières. Plus de détails ci-dessous :

- **Formations.** La FMR proposera les formations suivantes : 1. Une formation d'initiation de trois jours sur la finance inclusive responsable, axée sur les Normes Universelles de GPS et le SPI4 ; 2. Une formation pour devenir évaluateur Smart accrédité ; 3. une formation pour les auditeurs SPI4 ; 4. Une formation pour les fournisseurs d'assistance technique (AT) sur la protection des clients ; 5. Une formation pour les fournisseurs d'AT sur tous les autres aspects de la GPS.
- **Cofinancement.** La FMR remboursera aux institutions financières jusqu'à 50 % du coût de l'une des activités suivantes : 1. Une évaluation SPI4 accompagnée, avec un soutien additionnel pour améliorer la pratique; 2. Une évaluation Smart; 3. un projet d'amélioration choisi par l'institution financière ; 4. Une formation spécialisée sur un aspect précis de GPS choisi par l'institution financière (cela peut être la protection des clients); 5. une certification Smart et/ou une notation sociale.
- **Recherche.** La FMR finance des recherches sur deux thèmes : 1. La mise à jour de l'Indice de Pénétration et Saturation des Marchés de Microfinance (MIMOSA); 2. L'intégration de la performance sociale et de services financiers numériques.
- **Nouvelles ressources.** 1. Améliorer et élargir la base de données existante de la SPTF concernant les fournisseurs d'AT; 2. Développer de nouvelles ressources, telles que des études de cas ou des outils, en réponse à la demande du personnel de terrain.

Pour en savoir plus sur la FMR, visitez la page dédiée sur le site Internet de la SPTF : <http://sptf.info/sp-task-force/responsible-microfinance-facility>.

## 2. Qui gère la FMR et comment les contacter ?

La Social Performance Task Force (SPTF) dirige la FMR. Smart Campaign et CERISE collaborent étroitement avec la SPTF pour gérer les domaines d'activité de la FMR liés à la protection des clients et à l'outil d'audit SPI4, respectivement. La gouvernance de la FMR est assurée par un comité directeur, dont les membres représentent plusieurs initiatives de finance inclusive responsable.

Pour contacter la FMR, veuillez envoyer un courriel à [RMF@sptf.info](mailto:RMF@sptf.info).

## 3. Qu'est-ce que la Smart Campaign et comment fonctionne-t-elle en lien avec la FMR?

La Smart Campaign, une initiative à but non lucratif basée à Washington D.C. travaille dans le monde entier pour apporter aux IMF les outils et les ressources dont elles ont besoin pour fournir des services financiers transparents, respectueux et prudents à tous leurs clients. La campagne fonctionne à plusieurs niveaux : la sensibilisation et l'engagement, l'élaboration de normes et de standards sous la forme des 7 principes de protection des clients (PPC), la création et la mobilisation de ressources pour aider à la mise en œuvre des PPC et, plus récemment, le développement de dispositifs pour certifier la performance des institutions financières grâce au [programme de certification Smart](#). Depuis sa création fin 2009, la Smart Campaign a recueilli plus de 4 300 signataires des PPC, issus de 139 pays et comptant environ 79 millions de clients. En décembre 2014, 28 IMF avaient obtenu la certification Smart. Lorsque les institutions financières mettent en place les PPC dans leurs opérations, ils établissent des relations fortes et durables avec les clients, accroissent la rétention des clients et réduisent les risques financiers. De même, en intégrant les PPC dans leurs critères d'investissement et dans leur obligation de vigilance, les investisseurs en microfinance construisent un secteur plus sain, plus centré sur les clients, qui favorise un portefeuille solide et des rendements satisfaisants.

La Smart Campaign est un partenaire essentiel de la Facilité pour la Microfinance Responsable (FMR). Le directeur de la Smart Campaign siège au Comité directeur de la FMR. La chef de projet de la Smart Campaign pour les partenariats et les programmes en Afrique est membre de l'équipe restreinte qui gère les opérations quotidiennes de la FMR. C'est elle qui supervise la mise en œuvre de toutes les formations et des cofinancements liés à la protection des clients que la FMR finance. L'équipe « canaux de distribution et technologie » de la Smart Campaign gère actuellement un projet de recherche financé par la FMR qui étudie l'intégration de la protection des clients dans services financiers numériques.

Pour en savoir plus sur la Smart Campaign, consultez <http://www.smartcampaign.org/>.

Pour prendre contact avec la Smart Campaign, écrivez à [comments@smartcampaign.org](mailto:comments@smartcampaign.org). Afin de recevoir une réponse plus rapidement, veuillez inscrire « FMR » en objet de votre courriel.

#### **4. Qu'est-ce que l'outil d'audit social SPI4 de CERISE et comment CERISE fonctionne-t-elle en lien avec la FMR?**

L'outil d'audit social SPI4 est un outil d'évaluation gratuit que les institutions financières peuvent utiliser pour appréhender leur niveau de mise en œuvre des pratiques de gestion de la performance sociale. Le SPI4 est entièrement aligné sur les Normes Universelles de GPS, y compris les principes de protection des clients de la Smart Campaign et propose également des modules en option, avec des indicateurs supplémentaires pour les utilisateurs dont la mission est spécialisée dans l'un des quatre domaines suivants : la microfinance verte, la pauvreté, le monde rural et le genre.

CERISE est un partenaire essentiel de la Facilité pour la Microfinance Responsable (FMR). Le directeur exécutif de CERISE siège au Comité directeur de la FMR. L'équipe de CERISE est également intégralement impliquée dans le développement, la mise en œuvre et la rédaction de documents sur les enseignements tirés de toutes les formations de la FMR et des activités cofinancées liées au SPI4.

Pour en savoir plus sur CERISE et l'outil d'audit social SPI4, consultez <http://cerise-spi4.squarespace.com>

Pour contacter CERISE, veuillez envoyer un courriel à [spi4@cerise-microfinance.org](mailto:spi4@cerise-microfinance.org).

#### **5. Quels types de formation propose la FMR?**

La FMR a prévu de proposer cinq types de formations :

- 1) Une formation d'initiation à la finance inclusive responsable (FIR). La formation d'initiation à la finance responsable et inclusive est un cours introductif qui présentera la gestion de la performance sociale (GPS) aux participants. La première journée sera consacrée à définir la GPS, à discuter de son importance pour les fournisseurs de services financiers (FSF) et de la façon dont une bonne GPS peut aider les FSF à atteindre leurs objectifs financiers et sociaux. Le deuxième jour verra la présentation des Normes Universelles pour la Gestion de la Performance Sociale ("les normes universelles"), un manuel complet des meilleures pratiques, créé par, et pour, les acteurs de la microfinance, en tant que ressources pour aider les institutions financières à atteindre leurs objectifs sociaux. Les Normes Universelles incorporent toutes les normes de certification de protection des Clients de Smart Campaign, tout en incluant également les meilleures pratiques d'autres domaines de la GPS. Le troisième jour de la formation présentera l'outil d'audit social SPI4, un outil d'évaluation de la performance sociale qui est entièrement aligné sur les Normes Universelles et qui aide les utilisateurs à évaluer et à améliorer leurs pratiques. Le programme de formation comprend des cours, des exemples d'études de cas, des exercices interactifs en groupes et des discussions.
- 2) Formation pour les évaluateurs Smart. La formation prépare les participants à mener les évaluations approfondies de la Smart Campaign sur la protection des clients auprès des institutions financières. C'est la première étape pour devenir un évaluateur accrédité Smart Campaign. Les évaluateurs accrédités ont non seulement accès aux ressources et aux outils de Smart Campaign, et rejoignent un

réseau international d'évaluateurs, mais ils reçoivent également une autorisation unique pour mettre en œuvre les évaluations de protection des clients. Les évaluateurs jouent un rôle crucial dans l'intégration des principes de protection des clients (PPC) dans les IMF du monde entier, grâce aux évaluations institutionnelles qu'ils mènent en utilisant le cadre des PPC et la méthodologie d'évaluation développée par Smart Campaign. La formation inclut un apprentissage par l'expérience : jeux de rôles, entretiens pratiques et conseils d'assesseurs expérimentés. La formation simule le processus d'évaluation, tout en préparant les participants à effectuer les entretiens et les analyses de façon autonome. Le fait de devenir un évaluateur certifié Smart valorise à la fois les compétences du participant et celles de son organisation. Pour les réseaux et les associations, le fait d'avoir un évaluateur accrédité Smart crée une source potentielle de revenus en proposant des évaluations de protection des consommateurs en tant que service payant disponible pour les institutions financières membres qui sont intéressées. Les principaux thèmes abordés sont les sept PPC et la conduite d'une évaluation. D'autres thèmes incluent le contexte de Smart Campaign, l'analyse de rentabilisation pour la protection des clients, les outils et les ressources de Smart, l'amélioration des projets et préparation à la certification.

- 3) Formation pour les auditeurs SPI4. L'outil d'audit social SPI4 est entièrement aligné sur les Normes Universelles de GPS. Il est gratuit, afin de promouvoir la généralisation de l'outil et l'évaluation de la performance sociale. Cependant, pour garantir des résultats de haute qualité, CERISE encourage fortement les utilisateurs du SPI4 à se former à utiliser l'outil efficacement. La formation est un processus en deux phases : 1) formation théorique (deux jours) 2) application pratique du SPI4, avec validation des résultats par CERISE. La formation d'auditeurs SPI4 financée par la FMR est la première phase de ce processus : la formation théorique en deux jours. Les participants à la formation vont se familiariser avec l'outil SPI4 à travers une série d'études de cas. La formation apprend également à utiliser les résultats, définir les priorités, élaborer un plan d'action et soutenir la mise en œuvre grâce à un processus d'encadrement. Après la formation, les participants devront remplir et soumettre un SPI4 à partir de données fictives fournies par CERISE.
- 4) Formation pour les fournisseurs d'assistance technique (AT) sur la protection des clients. Cette formation de deux jours est conçue pour donner une expertise aux fournisseurs d'AT qu'ils pourront appliquer dans leurs missions professionnelles pour renforcer les pratiques de protection des clients auprès des institutions financières. Lors de cet atelier, les fournisseurs d'AT se familiariseront avec les sept principes de protection des clients (PPC), les évaluations, la mise en pratique des principes et la création d'une proposition d'« amélioration de la protection des clients ». Les fournisseurs d'AT apprendront également à se servir des outils et des ressources de protection des clients créés par la Smart Campaign. Enfin, cette formation est une opportunité pour les fournisseurs d'AT pour savoir comment devenir un fournisseur d'AT agréé par Smart Campaign. L'aspect spécifique de protection des clients qui sera traité dans la formation dépendra de la demande. Il ne s'agit pas d'une formation d'initiation : elle est conçue pour s'appuyer sur l'expérience des participants en GPS et pour renforcer leurs capacités en tant que

fournisseurs d'AT. Le programme de formation comprend des cours, de la pratique avec les outils de la Smart Campaign, des études de cas, des exercices interactifs et des discussions de groupes.

- 5) Formation pour les fournisseurs d'AT sur tous les autres aspects de GPS. La formation pour les fournisseurs d'assistance technique (AT) sur des domaines spécifiques de gestion de la performance sociale est conçue pour étudier en profondeur un aspect spécifique de GPS, dans le but de leur donner une expertise dans ce domaine. Il ne s'agit pas d'une formation d'initiation : elle est conçue pour s'appuyer sur l'expérience des participants en GPS et pour renforcer leurs capacités en tant que fournisseurs d'assistance technique. L'aspect spécifique de GPS qui sera traité dans la formation dépendra de la demande. Le programme de formation comprend des cours, des exemples d'études de cas, des exercices interactifs en groupes et des discussions. En général, ce type de formation dure deux jours, mais certaines formations peuvent durer un ou trois jours, selon le(s) thème(s) abordé(s).

La FMR n'est pas en mesure de planifier les formations à l'avance, avant d'avoir examiné les candidatures, puisque les formations qui seront proposées ainsi que les dates et les lieux dépendront des demandes. Cependant, dès qu'une formation sera confirmée, les détails seront affichés sur la page FMR du site de la SPTF : <http://sptf.info/sp-task-force/responsible-microfinance-facility>.

#### **6. Comment s'inscrire pour suivre une formation offerte par la FMR ?**

Veillez consulter le site de la FMR pour télécharger le formulaire de la formation qui vous intéresse : <http://sptf.info/sp-task-force/responsible-microfinance-facility>.

#### **7. Comment puis-je savoir où et quand aura lieu la prochaine formation ?**

La FMR n'est pas en mesure de planifier les formations à l'avance, avant d'avoir examiné les candidatures, puisque les formations qui seront proposées ainsi que les dates et les lieux dépendront des demandes. Cependant, dès qu'une formation sera confirmée, les détails seront affichés sur la page FMR du site de la SPTF : <http://sptf.info/sp-task-force/responsible-microfinance-facility>.

#### **8. Quelles sortes d'activités peuvent être cofinancées par la FMR ?**

La FMR propose des cofinancements pour cinq différents types d'activités :

- 1) L'audit Social Plus SPI4 accompagné. L'Audit Social Plus SPI4 implique un audit SPI4 plus une activité personnalisée. Par exemple :
  - a. Audit SPI4 + encadrement post-évaluation. L'institution financière effectue un SPI4 avec un auditeur SPI4 qualifié. Comme avec n'importe quel audit SPI4 accompagné, l'auditeur travaille avec la direction immédiatement après l'évaluation pour déterminer les secteurs à améliorer en priorité et élaborer un plan d'action. L'auditeur SPI4 travaille ensuite avec l'institution financière pour faciliter la mise en œuvre (construire un engagement, donner les orientations, identifier les ressources, proposer de l'accompagnement

individuel, etc.) et y consacre un certain nombre de jours par mois, sur une période de 2 à 6 mois.

- b. Formation préliminaire + audit SPI4. Pour les institutions financières qui débutent en GPS, un auditeur SPI4 qualifié commence par organiser un atelier de sensibilisation sur la GPS, puis procède à l'audit SPI4.
  - c. Audit SPI4 participatif. Pour les grandes institutions financières, un auditeur SPI4 qualifié consacre plus de temps au processus d'audit SPI4, afin d'y inclure un large éventail de parties prenantes (personnel du siège, membres du CA, mais aussi personnel des succursales, clients et autres partenaires extérieurs).
- 2) Évaluation Smart. Une évaluation Smart est une évaluation diagnostique de la façon dont votre institution met en œuvre les principes de protection des clients. Elle est réalisée par une équipe de deux évaluateurs externes à votre institution. L'évaluation accompagne votre institution dans un processus d'examen interne pour identifier les points forts, les points de progression et à terme les possibilités d'amélioration de ses pratiques de protection des clients. Les évaluateurs réalisent une partie du travail hors site, et le reste sur place dans votre institution. Ils travaillent en étroite collaboration avec la direction de votre institution pour expliquer leurs résultats et discuter de leurs recommandations avec vous. Pour en savoir plus sur l'évaluation de la protection des clients, y compris les évaluations Smart, veuillez lire le Guide de l'évaluation de Protection des clients, téléchargeable ici : <http://smartcampaign.org/tools-a-resources/948-a-guide-to-client-protection-assessments>.
- 3) Projet d'amélioration. Un projet d'amélioration est un projet conçu et géré par une institution financière afin **d'améliorer** ses pratiques de performance sociale. Un projet d'amélioration peut également être une étape cruciale pour combler les lacunes restantes avant de passer une certification Smart, ou pour obtenir une notation sociale plus élevée. Avant d'être prête pour un projet d'amélioration, une institution doit mener une évaluation de son état actuel de pratique : soit une évaluation SPI4, soit une évaluation sur la protection des clients. Cela permet d'identifier les points forts et les points de progression. Après l'évaluation, l'institution analyse les résultats et détermine les points à améliorer en priorité. Elle développe ensuite un plan d'action pour la mise en place des améliorations. Une fois que le plan d'action est créé, l'institution est prête à mettre en œuvre des changements. La mise en œuvre du plan d'action pour cibler les points de progression prioritaires constitue le projet d'amélioration. Les projets d'amélioration sont tous différents, car les opérations effectuées pendant un processus d'amélioration varient selon les besoins de l'institution. Cependant, les activités d'amélioration devraient être conçues pour améliorer la performance sur certains, ou la totalité, des indicateurs où le score était faible lors de l'évaluation de protection des clients ou du SPI4. Voici des exemples d'actions courantes menées lors de projets d'amélioration : élaboration et mise en place d'un système de réclamations des clients, formations supplémentaires en performance sociale pour les employés, enquêtes de clientèle, développement de nouveaux dispositifs de

distribution des produits, et investissements dans de nouvelles infrastructures, ex. achat d'un nouveau système d'information et de gestion.

- 4) Formation spécialisée sur un aspect précis de GPS choisi par l'institution financière. Cette formation sera dispensée dans votre institution ou dans un centre de formation à proximité, à votre convenance. Votre institution choisira les employés qui pourront y assister, et vous pourrez également décider d'inviter des membres de votre conseil d'administration. Veuillez noter que la FMR recommande un maximum de 20 personnes dans une salle, pour permettre une interaction approfondie et des discussions entre tous les participants à la formation. L'objet de la formation sera sélectionné par votre institution, selon ses priorités et selon les domaines de gestion de la performance sociale que vous aurez évalués et pour lesquels les pratiques ne sont pas aussi performantes que vous le souhaiteriez.
- 5) Une certification Smart et/ou une notation sociale [NB: la FMR permet aux candidats de faire une demande de certification Smart uniquement, de notation sociale uniquement, ou des deux.] La FMR vous encourage à lire les descriptions des certifications Smart et des notations sociales ci-dessous, pour orienter votre décision. Veuillez noter que, puisque la plupart des travaux préparatoires nécessaires pour évaluer les pratiques de protection des clients d'une institution financière s'effectuent au cours d'une notation, il est beaucoup moins cher d'obtenir une certification Smart en tant que module complémentaire d'une notation sociale, plutôt que d'effectuer une certification Smart et une notation sociale à deux moments distincts. Une certification Smart est une évaluation indépendante, réalisée par une tierce partie qui sert à identifier publiquement les institutions financières qui répondent aux normes adéquates de soins à apporter à la mise en place de tous les principes de protection des clients dans toutes les opérations, les offres de produits et le traitement des clients. Le programme de certification est le fruit de plusieurs années de collaboration et de participation du secteur, sous l'égide de Smart Campaign. Pour être certifiée, une institution financière doit être en conformité avec les indicateurs correspondant aux 30 normes adéquates en matière de protection des clients. Une institution financière sera évaluée par une revue documentaire simplifiée et un processus d'obligation de vigilance sur site qui comprendra des entretiens avec le personnel et les clients, ainsi que leurs commentaires. Les institutions financières devront présenter leurs documents clés à l'équipe de certification. Le travail de terrain sera programmé uniquement si l'institution financière a présenté toutes les informations requises et fait l'effort de répondre aux questions des certificateurs. Les notations sociales sont menées par une agence de notation spécialisée et fournissent une opinion objective du degré de succès d'un fournisseur de services financiers à mettre sa mission en pratique. Pour arriver à cette opinion, les agences de notation analysent le contexte du pays de l'institution, la gestion de la performance sociale, la protection des clients, la portée de l'approche, la qualité des services et les changements dans la vie des clients. Les notations sociales sont réalisées par des analystes de l'agence de notation qui possèdent de l'expérience et des compétences en performance sociale. Une équipe de deux analystes se rend à l'institution pour la notation. Les documents sont recueillis auprès de l'institution à l'avance. Sur le terrain, l'équipe effectue des



entretiens avec les membres du CA, les cadres intermédiaires et supérieurs au siège, les directeurs de succursales, le personnel de terrain et certains clients de succursales choisies. Les audiences des notations sociales sont externes.

L'évaluateur ne fournit pas de recommandations pour améliorer la pratique, mais examine les documents et attribue une notation basée sur ses constatations. Une utilité importante des notations sociales est de vérifier les données qui ont été auto-rapportées à MIX. Une bonne notation peut également attirer l'intérêt des investisseurs et des bailleurs.

### **9. Quel est le montant du cofinancement proposé par la FMR? Comment le cofinancement est-il versé par la FMR?**

Pour chaque activité cofinancée, l'institution financière sera responsable à 50 % du coût et la FMR cofinancera les 50 % restants. La part de cofinancement de l'institution pourra se faire en nature plutôt qu'en versements d'argent (ex. utiliser ses propres locaux pour la formation compte comme paiement pour la location d'une salle de formation ; il est aussi possible de décompter le temps que le personnel dédie au processus).

La FMR ne versera pas la subvention de cofinancement à l'institution à la date où sa demande est validée. Au contraire, la FMR attendra que l'institution commence à payer, ou à verser des contributions en nature, pour acquitter sa part de 50 % du coût. Il s'agit d'éviter les problèmes qui peuvent survenir si la FMR contribue à la hauteur de 50 %, mais que l'institution financière se révèle ne pas être en mesure de régler sa part de 50 % du coût. En outre, **la FMR paiera les fournisseurs tiers en direct**. Cela signifie que tout ou partie du cofinancement pourra être payé directement à un tiers au lieu d'être déposé sur le compte de l'institution. Dans les cas où il n'est pas possible pour la FMR de payer les fournisseurs tiers en direct, l'institution pourra payer ces fournisseurs directement et ensuite fournir les reçus à la FMR pour se faire rembourser.

### **10. Comment puis-je demander un cofinancement de la FMR?**

Veuillez consulter le site de la FMR pour télécharger le formulaire pour le cofinancement qui vous intéresse : <http://sptf.info/sp-task-force/responsible-microfinance-facility>.

### **11. Comment puis-je savoir si ma demande de formation ou de cofinancement a été approuvée ? Quels sont les critères de sélection ?**

La FMR vous répondra aussitôt pour vous confirmer la réception de votre demande. Le comité directeur de la FMR se rencontrera environ une fois par trimestre pour examiner les demandes, pendant les trois ans du fonctionnement de la FMR. Par conséquent, vous recevrez une réponse concernant l'éventuelle approbation de votre demande au plus tard trois ou quatre mois après la date où vous l'aurez présentée, en fonction de sa date de soumission et de la date de la prochaine réunion du comité directeur de la FMR qui examinera alors votre demande.

La FMR examinera un certain nombre de facteurs pour approuver les demandes, notamment les arguments qui justifient l'intérêt du demandeur pour l'activité choisie, et plus précisément la façon dont cette activité améliorera les pratiques de GPS dans les

marchés où il/elle travaille. Concernant les formations, la FMR étudiera le nombre de personnes qui en bénéficieront, et sera plus susceptible de financer une formation demandée par de nombreux participants, plutôt que pour une poignée. Pour obtenir un cofinancement, un critère d'attribution important sera la confirmation que l'institution financière est bien en mesure de régler sa part de 50 % du coût. La FMR sera également plus susceptible de cofinancer des activités si l'institution financière a démontré une bonne analyse de ses points de progression et a proposé une activité qui concerne clairement ces domaines et qui contribuera par conséquent à améliorer la GPS de l'institution.

La FMR n'examinera pas les dossiers incomplets. Dans ce cas, l'équipe administrative de la FMR informera votre institution que sa demande est incomplète et vous invitera à compléter le formulaire et à le renvoyer à nouveau.

## 12. Qu'est-ce qu'un audit social SPI4 plus ?

- 1) L'Audit Social Plus SPI4 implique un audit SPI4 plus une activité personnalisée. Par exemple :
  - a. Audit SPI4 + encadrement post-évaluation. L'institution financière effectue un SPI4 avec un auditeur SPI4 qualifié. Comme avec n'importe quel audit SPI4 accompagné, l'auditeur travaille avec la direction immédiatement après l'évaluation pour déterminer les secteurs à améliorer en priorité et élaborer un plan d'action. L'auditeur SPI4 travaille ensuite avec l'institution financière pour faciliter la mise en œuvre (construire un engagement, donner les orientations, identifier les ressources, proposer de l'accompagnement individuel, etc.) et y consacre un certain nombre de jours par mois, sur une période de 2 à 6 mois.
  - b. Formation préliminaire + audit SPI4. Pour les institutions financières qui débutent en GPS, un auditeur SPI4 qualifié commence par organiser un atelier de sensibilisation sur la GPS, puis procède à l'audit SPI4.
  - c. Audit SPI4 participatif. Pour les grandes institutions financières, un auditeur SPI4 qualifié consacre plus de temps au processus d'audit SPI4, afin d'y inclure un large éventail de parties prenantes (personnel du siège, membres du CA, mais aussi personnel des succursales, clients et autres partenaires extérieurs).

## 13. Qu'est-ce qu'un projet d'amélioration ?

Un projet d'amélioration est un projet conçu et géré par une institution financière afin **d'améliorer** ses pratiques de performance sociale. Un projet d'amélioration peut également être une étape cruciale pour combler les lacunes restantes avant de passer une certification Smart, ou pour obtenir une notation sociale plus élevée. Avant d'être prête pour un projet d'amélioration, une institution doit mener une évaluation de son état actuel de pratique : soit une évaluation SPI4, soit une évaluation sur la protection des clients. Cela permet d'identifier les points forts et les points de progression. Après l'évaluation, l'institution analyse les résultats et détermine les points à améliorer en priorité. Elle développe ensuite un plan d'action pour la mise en place des améliorations. Une fois que le plan d'action est créé, l'institution est prête à mettre en œuvre des changements. La mise

en œuvre du plan d'action pour cibler les points de progression prioritaires constitue le projet d'amélioration. Les projets d'amélioration sont tous différents, car les opérations effectuées pendant un processus d'amélioration varient selon les besoins de l'institution. Cependant, les activités d'amélioration devraient être conçues pour améliorer la performance sur certains, ou la totalité, des indicateurs où le score était faible lors de l'évaluation de protection des clients ou du SPI4. Voici des exemples d'actions courantes menées lors de projets d'amélioration : élaboration et mise en place d'un système de réclamation des clients, formations supplémentaires en performance sociale pour les employés, enquêtes de clientèle, développement de nouveaux dispositifs de distribution des produits et investissements dans de nouvelles infrastructures (ex. achat d'un nouveau système d'information et de gestion.)

#### **14. Qu'est-ce qu'une formation spécialisée en GPS pour les fournisseurs de services financiers?**

Cette formation sera dispensée dans votre institution ou dans un centre de formation à proximité, à votre convenance. Votre institution choisira les employés qui pourront y assister, et vous pourrez également décider d'inviter des membres de votre conseil d'administration. Veuillez noter que la FMR recommande un maximum de 25 personnes dans une salle, pour permettre une interaction approfondie et des discussions entre tous les participants à la formation. L'objet de la formation sera sélectionné par votre institution, selon ses priorités et selon votre les domaines de gestion de la performance sociale que vous aurez évalués et pour lesquels les pratiques ne sont pas aussi performantes que vous le souhaiteriez.

#### **15. Qu'est-ce qu'une évaluation Smart?**

Une [évaluation de la protection des clients](#) est un outil de diagnostic confidentiel qu'une institution financière (IF) peut utiliser pour examiner attentivement sa mise en œuvre des sept principes de protection des clients. L'évaluation accompagne l'IF dans un processus d'examen interne pour identifier les points forts, les points de progression et, à terme, les possibilités d'amélioration de ses pratiques de protection des clients. Une [évaluation](#) peut profiter à votre institution en vérifiant à quel point elle respecte les normes de protection des clients, en définissant un point de départ pour renforcer vos pratiques, en réduisant vos risques, en améliorant vos profits et en vous préparant pour une [certification de protection des clients](#). Pour plus d'informations, nous vous recommandons de consulter le [Guide des évaluations de la protection des clients](#).

#### **16. Qu'est-ce qu'une certification Smart?**

Une certification est une évaluation indépendante, réalisée par une tierce partie qui sert à identifier publiquement les institutions financières qui répondent **aux normes adéquates** pour le traitement des clients. La certification permet aux institutions financières de démontrer leur adhésion aux principes de protection des clients du secteur de la microfinance. La certification vise à établir une norme commune pour la mesure de la protection des clients à travers tout le secteur.

Elle est l'assurance qu'une entreprise se conforme à un ensemble de normes, à un moment précis dans le temps. Ces normes sont définies par les organismes de normalisation (par

exemple, l'Organisation internationale de normalisation, qui définit toutes les normes « ISO »). Ces organismes peuvent être des autorités de réglementation, ou des associations qui souhaitent proposer un outil d'autorégulation de leur secteur. L'organisme de normalisation délivre des licences aux certificateurs qui vérifieront le niveau de conformité d'une entité par rapport aux normes. En microfinance, la Smart Campaign a jusqu'à présent joué le rôle d'organisme de normalisation mondial pour le domaine de la protection des clients en réunissant des experts, en proposant des ébauches de normes et en rassemblant les commentaires d'un large éventail de parties prenantes. Pour plus d'informations, nous vous suggérons de consulter <http://smartcampaign.org/certification> et <http://smartcampaign.org/certification/certification-frequently-asked-questions-faq>

### **17. Qu'est-ce qu'un audit social?**

Les notations sociales sont menées par une agence de notation spécialisée et fournissent une opinion objective du degré de succès d'un fournisseur de services financiers à mettre sa mission en pratique. Pour arriver à cette opinion, les agences de notations analysent le contexte du pays de l'institution, la gestion de la performance sociale, la protection des clients, la portée de l'approche, la qualité des services et les changements dans la vie des clients. Une notation sociale est un outil précieux pour une institution financière, car elle indique si l'institution financière a mis en place les systèmes nécessaires pour réussir sa mission sociale et elle permet de comparer la performance de l'institution au reste du secteur.

Pour plus d'informations, veuillez télécharger le guide sur la notation ici : <http://sptf.info/sp-tools/rating-tools>

### **18. Avec quels fournisseurs d'assistance technique puis-je travailler sur des projets cofinancés par la FMR, et comment les contacter ?**

Chaque institution peut choisir le fournisseur d'assistance technique (AT) avec qui elle travaille sur des projets cofinancés par la FMR, sous réserve de l'approbation de cette dernière.

Consultez la base de données d'AT de la SPTF sur Internet (<http://sptf.info/resources/taproviders>) pour chercher des candidats potentiels. La base de données SPTF fournit des informations sur l'expérience et les compétences des fournisseurs d'AT, ainsi que les coordonnées de personnes référentes, mais la SPTF ne les contactera pas, et ne donnera pas son avis sur les points forts et les points faibles d'un fournisseur par rapport à un autre. Il incombe à votre institution de vérifier les références, de rencontrer les candidats, et de choisir la ou les personne(s) qui conviendront le mieux aux besoins de votre institution.

Pour obtenir une liste d'auditeurs SPI4 qualifiés, vous pouvez aussi contacter CERISE à l'adresse suivante : [spi4@cerise-microfinance.org](mailto:spi4@cerise-microfinance.org). [NB: ces fournisseurs d'AT figureront également dans la base de données SPTF, mais apparaîtront au milieu de tous les autres fournisseurs d'AT, donc il sera peut-être plus facile pour vous de les identifier en allant directement sur la base de données de CERISE.]

Pour obtenir la liste des évaluateurs Smart accrédités, rendez-vous sur le site de la Smart Campaign :

- Evaluateurs principaux : <http://smartcampaign.org/certification/2-assess/lead-assessors>
- Evaluateurs adjoints : <http://smartcampaign.org/certification/2-assess/support-assessors>

Pour une liste actualisée des fournisseurs d'assistance technique agréés par la Smart Campaign, veuillez prendre contact avec la Smart Campaign à l'adresse suivante : [comments@smartcampaign.org](mailto:comments@smartcampaign.org).

### **19. Comment puis-je devenir évaluateur accrédité Smart Campaign, ou fournisseurs d'AT agréé Smart Campaign?**

Pour devenir évaluateur accrédité Smart Campaign, vous devez d'abord participer à une formation d'évaluateur Smart afin de devenir « évaluateur adjoint en formation. » Ensuite, vous pourrez participer aux évaluations Smart et observer et participer au processus d'évaluation sous la direction d'un évaluateur principal. Une fois l'évaluation terminée, l'évaluateur principal effectuera une évaluation de l'évaluateur adjoint en formation et déterminera si il/elle pourra être accrédité(e) afin de devenir évaluateur adjoint. Certains évaluateurs adjoints choisissent de le rester, mais d'autres peuvent choisir de devenir évaluateurs principaux. Il faut davantage d'expérience pour devenir évaluateur principal, donc, si un évaluateur adjoint souhaite devenir évaluateur principal, il/elle devra envoyer une candidature à la Smart Campaign et envoyer son CV ainsi qu'un exemple de document rédigé à : [comments@smartcampaign.org](mailto:comments@smartcampaign.org). La Smart Campaign évaluera les compétences d'écriture et l'expérience de l'évaluateur adjoint et déterminera s'il ou elle est prêt. Ensuite, après l'examen et la validation de ces documents par la Smart Campaign, l'évaluateur principal en formation devra intégrer une évaluation où il/elle sera à nouveau testé par un évaluateur principal qui déterminera si il/elle peut être accrédité(e) comme évaluateur principal.

Pour devenir un fournisseur d'AT agréé, un fournisseur d'AT doit suivre plusieurs étapes qui nécessitent de démontrer leurs connaissances, leurs compétences et leur capacité à fournir une AT à fort impact aux fournisseurs de services financiers. Ce processus est gratuit. Les candidats doivent envoyer une lettre de motivation, un CV et un formulaire avec leurs références qui décrit les services rendus depuis cinq ans en matière d'AT centrée sur la protection des clients. Si votre candidature est acceptée, nous vous contacterons afin de vérifier vos compétences par un oral et un travail rédigé. A ce moment-là, le fournisseur d'AT et la Smart Campaign négocieront un calendrier pour la remise du travail écrit demandé. La Smart Campaign examinera ce travail et vous dira si vous avez été reçu ou non. L'étape finale consiste simplement à signer un code de conduite. Pour les organisations qui souhaitent obtenir un agrément pour plusieurs personnes : les agréments sont nominatifs. Cela signifie que les personnes sont agréées individuellement, et que

l'organisation n'est pas agréée dans son ensemble. Si une personne agréée quitte l'organisation, il/elle devra redemander un agrément à la Smart Campaign en tant qu'individu.

## **20. Comment puis-je devenir auditeur SPI4 qualifié?**

Cliquez ici pour télécharger le document qui explique le processus de qualification des auditeurs SPI4 :

<https://cerise-spi4.squarespace.com/#/get-trained/>