



## Certification Smart Campaign : Pourquoi est-ce important ? Comment s'y prendre ?

**Webinaire**  
**21 juin 2018**



Keeping clients first  
in microfinance





# Sommaire

11:00	Introduction à la certification Smart Campaign
11:15	L'expérience d'Al Amana Microfinance
11:00	L'expérience de MicroRate
11:45	Questions & Réponses

# Intervenants



**Youssef Bencheqroun**

Al Amana  
Microfinance



**Camille Haubert**

MicroRate



**Boubacar Diallo**

Smart Campaign

# Boubacar Diallo

## Intervenant



Conseiller Principal  
Smart Campaign

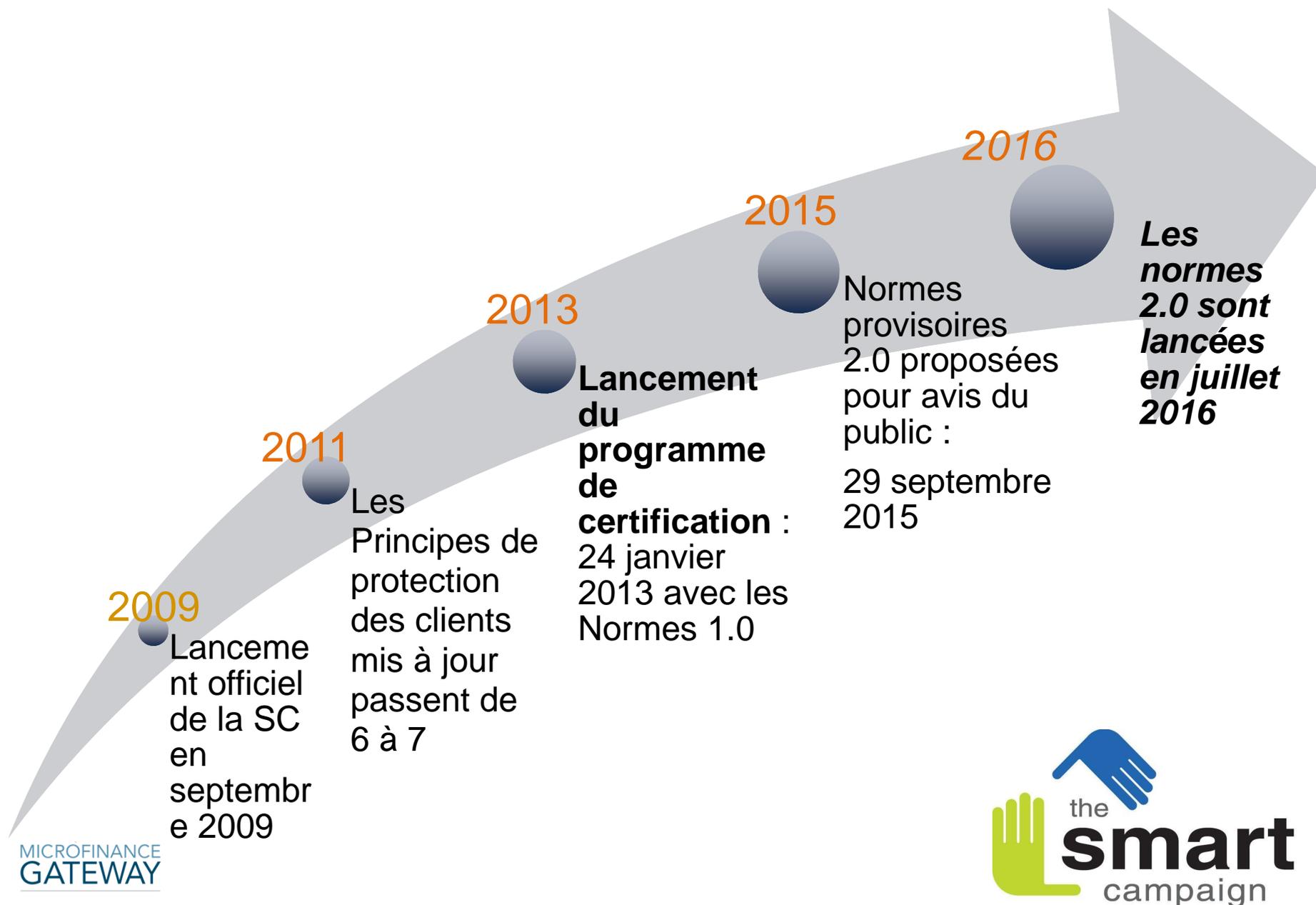
# Mission de la Smart Campaign

Favoriser l'émergence d'un environnement dans lequel les services financiers sont livrés de manière responsable et sécurisée.

# La Smart Campaign

- ...est une initiative internationale, à l'échelle du secteur
  - ...a un Comité directeur international
  - ...collabore avec la SPTF, le reporting social de MIX Market, les agences de notation, *MicroFinance Transparency* etc.
  - ...est hébergée par le CFI (Center for Financial Inclusion) d'ACCION International.
- Un label reconnu de certification en matière de protection des clients dans le secteur financier

# Un peu d'histoire



# Les 3 piliers de la protection du client

## FINANCE RESPONSABLE

**Réglementation  
pour la protection  
des clients et  
supervision**



**Education financière  
et renforcement des  
capacités  
financières des  
clients**

**Normes et codes de  
conduite pour le  
secteur**

# Principes de protection des clients

1. Développement des produits et distribution appropriés
2. Prévention du surendettement
3. Transparence
4. Tarification responsable
5. Traitement respectueux et équitable des clients
6. Confidentialité des données des clients
7. Mécanismes de résolution des plaintes

# Programme de certification

Le programme de Certification Smart est important pour :

- Permettre aux IF du monde entier de prouver leur adhésion aux PPC grâce à une vérification par des certificateurs accrédités.
- Valoriser publiquement les institutions financières qui respectent les normes minimum de protection des clients.

# Sur quelle base les IF sont-elles certifiées ?

**Pour être certifiée, une institution financière doit respecter la totalité des 25 normes définies pour les 7 Principes de protection des clients**

# Normes de certification



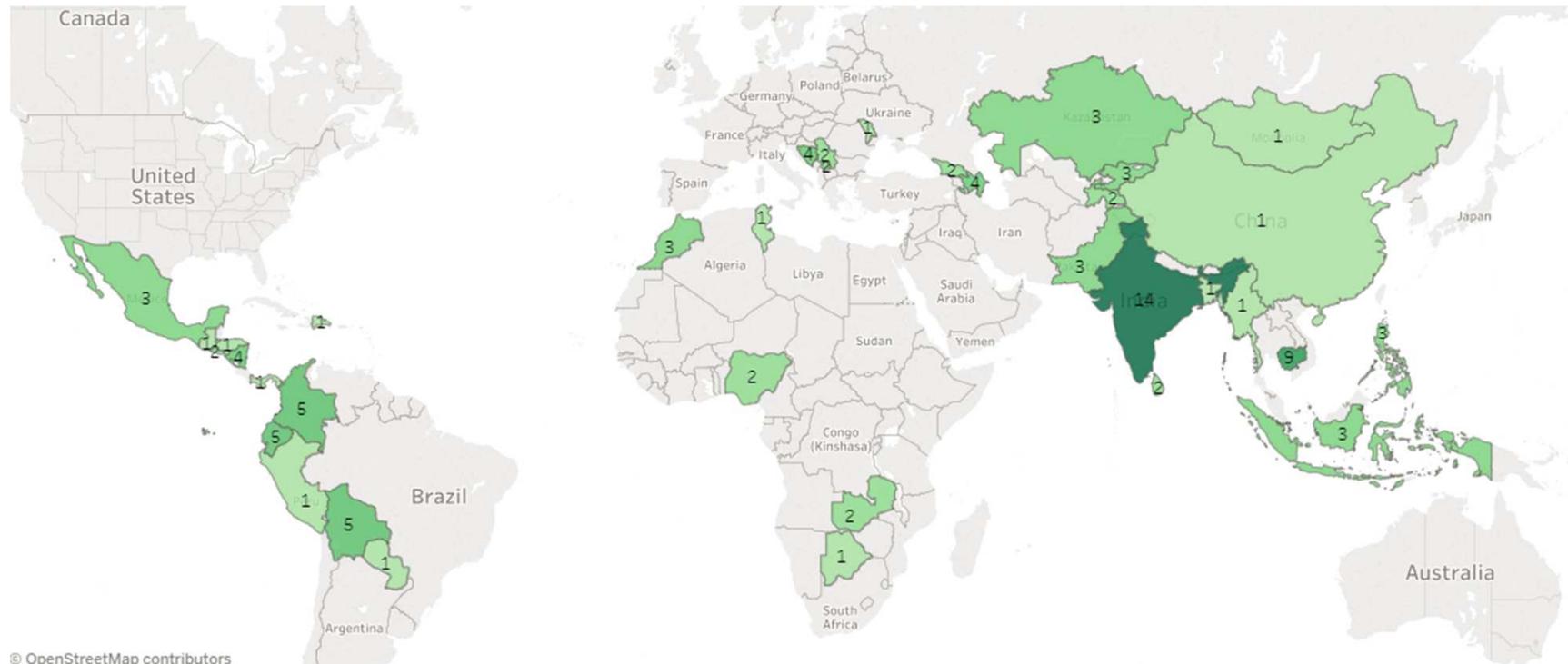
7 principes

25 normes

86 Indicateur

Client Protection Principle	Standard	Indicator
Client Protection Principle 1: Appropriate Product Design and Delivery Channels	The FI designs products that are appropriate to client needs and do no harm	<p>The FI designs products that are appropriate to client needs and do no harm. It does not offer products that produce negative value for the clients.</p> <p>The FI has a policy describing acceptable pledges of collateral; Has clear guidelines for how collateral is registered and valued.</p>
	The FI seeks client feedback for product design and delivery	<p>The FI investigates reasons for clients drop out.</p> <p>The FI uses client feedback to inform product development and improve existing products (client feedback can be informal).</p>
	The FI does not use aggressive sales techniques	The FI does not use high pressure/ aggressive sales techniques. Does not force clients to sign contracts (for credit, no forced signing of any individual borrower or group member, or any guarantor).
Client Protection Principle 2: Prevention of Over-indebtedness	The FI conducts appropriate client repayment capacity analysis before disbursing a loan	The FI policies support good repayment capacity analysis. The loan approval does not rely solely on guarantees (whether peer guarantees, co-signers or collateral) as a substitute for good capacity analysis. (individual lending) Repayment capacity analysis is done for every loan. (group lending) The group formation and loan approval process ensure the prudent self-selection of members, with emphasis on the concept of solidarity payment.
		The FI's repayment capacity policy is adequately disseminated among staff, considering the staff growth and turn-over.
		The FI's repayment capacity policy is uniformly used in the practice.
		The FI performs a repayment capacity analysis at each loan cycle, even if simplified for secondary aspects at loan renewal.
	The FI incentivizes quality loans	For clients with informal revenues and/or non consumption loans (most cases), the repayment capacity analysis is based on a client visit (performed by the loan officer or delegated to the group/village members). The FI verifies the information consistency through cross-checks. For clients with a salary asking for a consumption loan, a client visit is not required.
		Regular reports on PAR and write-offs are produced and reviewed by the FI's management.
The FI incentivizes quality loans	Reasonable portfolio quality is maintained over time. If there is poor long term quality of loan portfolio, and linked to over-indebtedness, corrective measures have been put in place.	
	The FI's productivity targets and incentive systems value portfolio quality at least as highly as other factors, such as disbursement or client growth.	

# Environ 100 institutions certifiées servant plus de 42 millions de clients



# Certificateurs



602 Pacific Square  
32nd Milestone, NH8  
Gurgaon 122001 - India  
Tel: +91 124 405 0739+91 124 405 0739, 230 9497, 426 8707  
contact@m-cril.com  
[www.m-cril.com](http://www.m-cril.com)



Via Rigola, 720159 Milan – Italy  
Tel: +39-02-3656.5019+39-02-3656.5019  
info@microfinanzarating.com  
[www.microfinanzarating.com](http://www.microfinanzarating.com)



1901 N. Moore Street Suite 1004  
Arlington, VA 22209 - USA  
Tel: +1 703-243-5340+1 703-243-5340  
info@microrate.com  
[www.microrate.com](http://www.microrate.com)



EBS | RISK | STRATEGY | COMMUNICATIONS | IMPACT

Pine Place Office Suites  
8 Dalmeny Rd, Pine Park  
Johannesburg, South Africa  
Tel: +27 10 880 0064  
info@ebsadvisory.com  
<http://www.ebsadvisory.com/>



**SAWAY**  
DESARROLLADORES DE ÉXITO

Torre Begonias  
Calle Las Begonias 415, Piso 10  
San Isidro, Lima, Peru  
Tel: (+51 1) 711-3184  
info@saway.com.pe  
<http://saway.com.pe/>



**Inclusion**  
[ Social Ratings ]

Impact Hub Barcelona  
Plaça Reial, 1808002  
Barcelona, Spain  
Tel: (+855) 99506069  
ademiguel@inclusion-socialratings.org  
<https://inclusion-socialratings.org/>



# Tarifs de la Certification Smart

Coût approximatif de la Certification Smart

	Bas	Haut
Mission unique de certification	\$8000	\$18000
Coût marginal d'une certification combinée avec un rating	\$4000	\$12000



© CGAP 2017



# 37 institutions certifiées enquêtées en 2016

## PROFIL DES INSTITUTIONS INTERROGÉES

Sur les 37 institutions qui ont répondu aux questions du sondage, 85% étaient des institutions de microfinance. La majorité des institutions interrogées (40%) desservent entre 10 000 et 50 000 clients et la plupart sont situées en Europe, en Asie centrale et en Amérique latine.

## AVANTAGES DE LA CERTIFICATION



86% des institutions conviennent que la certification les a aidées à mieux comprendre les risques clients.



96% des institutions conviennent que la certification les a aidées à privilégier la protection des clients.



93% des institutions conviennent que la certification les a aidées à réorganiser la culture institutionnelle autour de sa mission sociale.

## QUI ACCORDE UNE IMPORTANCE À LA CERTIFICATION



60% des institutions ont été couvertes par les médias de leur localité en raison de leur certification.



50% des institutions déclarent que les autorités de réglementation ont pris note officiellement ou officieusement de leur certification.



60% des institutions révèlent que leurs clients ont pris note de leur certification.

## LE COÛT DE LA CERTIFICATION



80% des institutions considèrent que le coût de la certification est approprié.



60% des institutions certifiées ont obtenu ce statut sans l'aide d'un organisme technique extérieur.



82% des institutions considèrent que le coût de la certification a été compensé par la valeur reçue en contrepartie.

# Nos partenaires :



The MasterCard  
Foundation



Asian Development Bank



ACCION



# Youssef Bencheqroun

## Intervenant



Directeur d'Al Amana  
Microfinance

# STRATÉGIE DE LA PERFORMANCE SOCIALE

## Stratégie de la performance sociale

---

Au fil des années, Al Amana a institutionnalisé la gestion de sa performance sociale, notamment par la mise en place du comité stratégie et utilité social qui veille à :

1

▪ L'exécution de la mission de l'institution

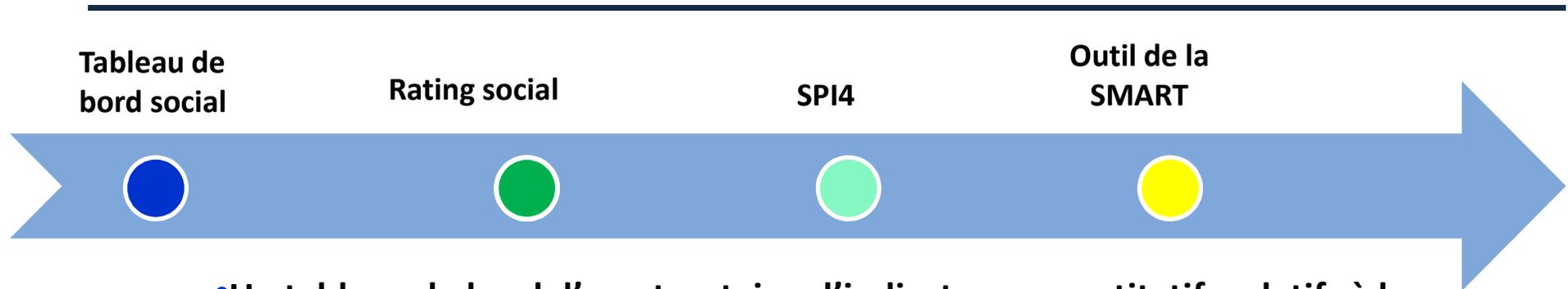
2

▪ La définition de la stratégie sociale

3

▪ Donner les orientations sur les objectifs et les indicateurs sociaux

## Outils de mesure de la performance sociale

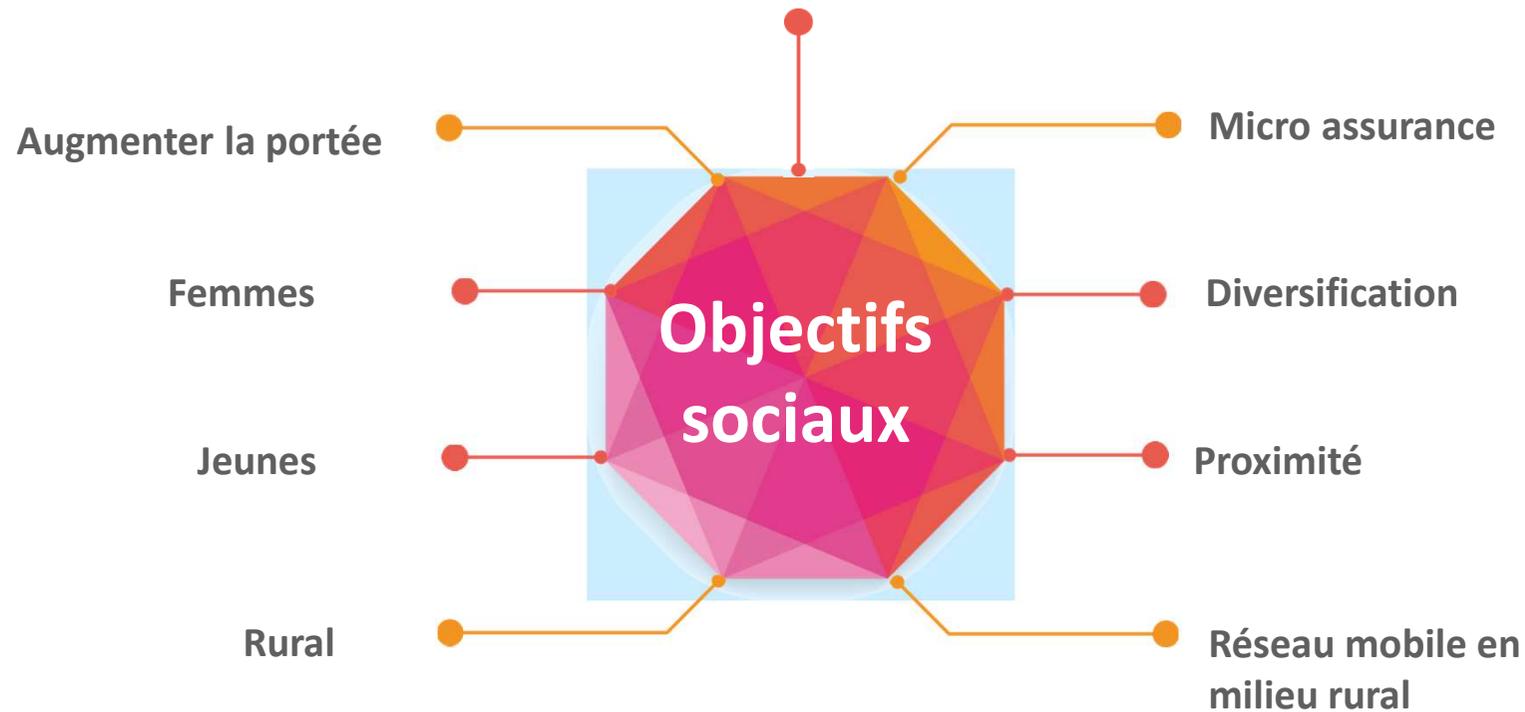


- **Un tableau de bord d'une trentaine d'indicateurs quantitatifs relatifs à la responsabilité sociale envers la clientèle : indicateurs de la portée, ciblage, inclusion, accessibilité, fidélisation et satisfaction des clients, ..... de suivi de l'impact (quantitatifs et qualitatifs) , de suivi de la politique RH et la responsabilité sociale envers le personnel**
- **ALAMANA fait régulièrement des Ratings sociaux**
- **AlAmana a engagé en octobre 2015 une mission d'audit social SPI4 par Cerise. Avec une mise à jour en avril 2016**
- **En 2016, ALAMANA engage un processus de certification SMART**

# PERFORMANCE SOCIALE EN PRATIQUE : NUGPS

# Performance social en pratique : définir et suivre les objectifs sociaux

## ALAMANA a tracé des objectifs sociaux

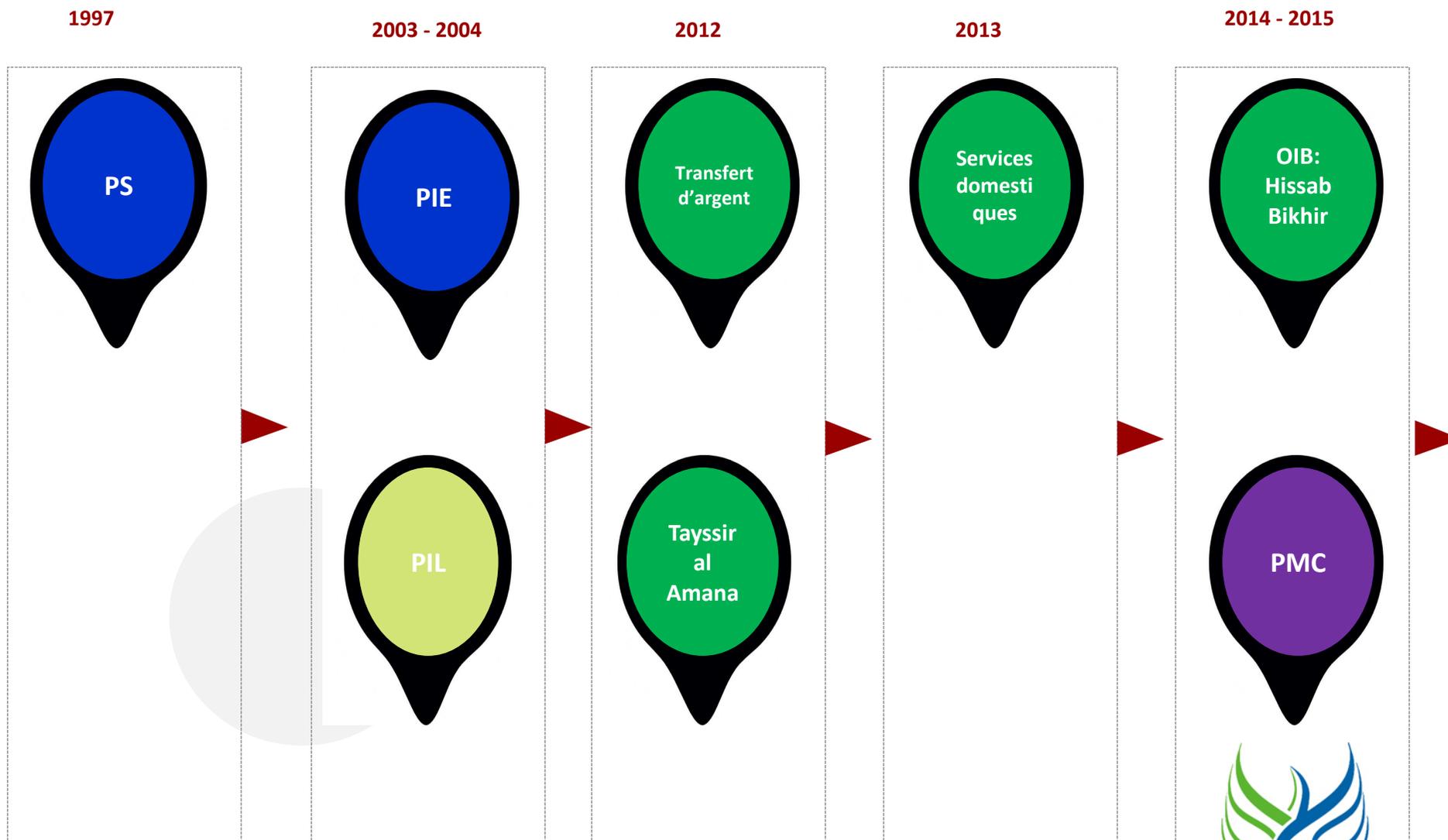




### Comité stratégie et utilité sociale

En 2013, AlAmana Microfinance a hissé la gestion de la performance sociale au niveau de ses instances de gouvernance par la création d'un comité "Stratégie et Utilité Sociale" rattaché au bureau exécutif du conseil d'administration

# Performance Sociale en pratique : Adaptation des produits financiers et services non financiers



# Performance Sociale en pratique : Adaptation des produits financiers et services non financiers

## Renforcement des services non financiers

### Formation des clients

Programme d'éducation financière, esprit entrepreneurial....

### Appui à la commercialisation

Actions en interne via l'organisation des événements au niveau régionale

Actions en externe à travers des Foires et expositions, Festivals et Salons, Rencontres Régionales (CMS, MAESS,...)

### Awards et concours

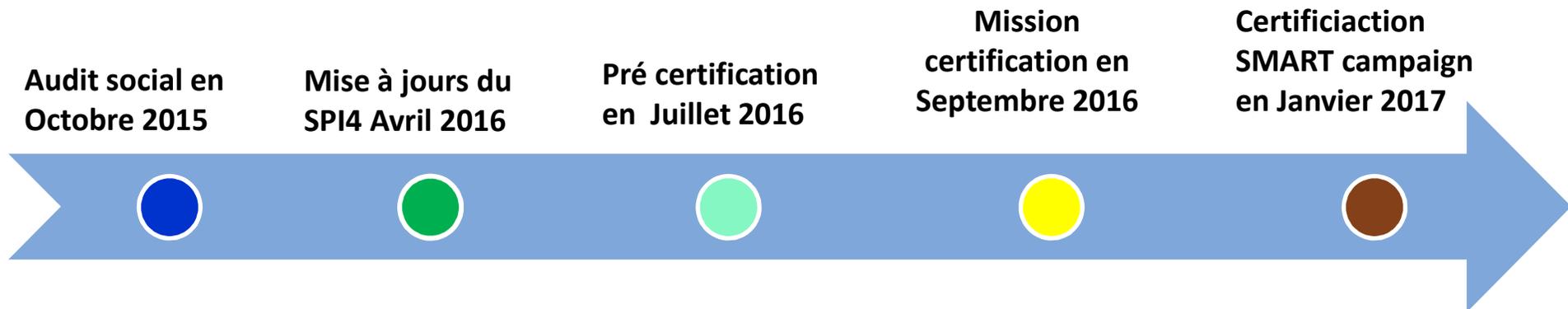
Plusieurs clients et clientes ont été primés suite à leurs participation aux différents prix et concours organisés par nos différents partenaires (CMS, CDG,...)

# Certification SMART Campaign

La certification SMART campaign pour la protection des clients est un label de confiance indépendant et objectif, qui indique qu'une institution de Microfinance traite ses clients avec respect et les protège elle s'articule autour des sept principes de protections des clients à savoir :

- Développement des produits et distribution appropriés (PPC1)
- Prévention du surendettement (PPC2)
- Transparence (PPC3)
- Tarification responsable (PPC4)
- Traitement respectueux et équitable des clients (PPC5)
- Confidentialité des données des clients (PPC6)
- Mécanismes de résolution des plaintes conforme (PPC7)

# Certification SMART Campaign par étape

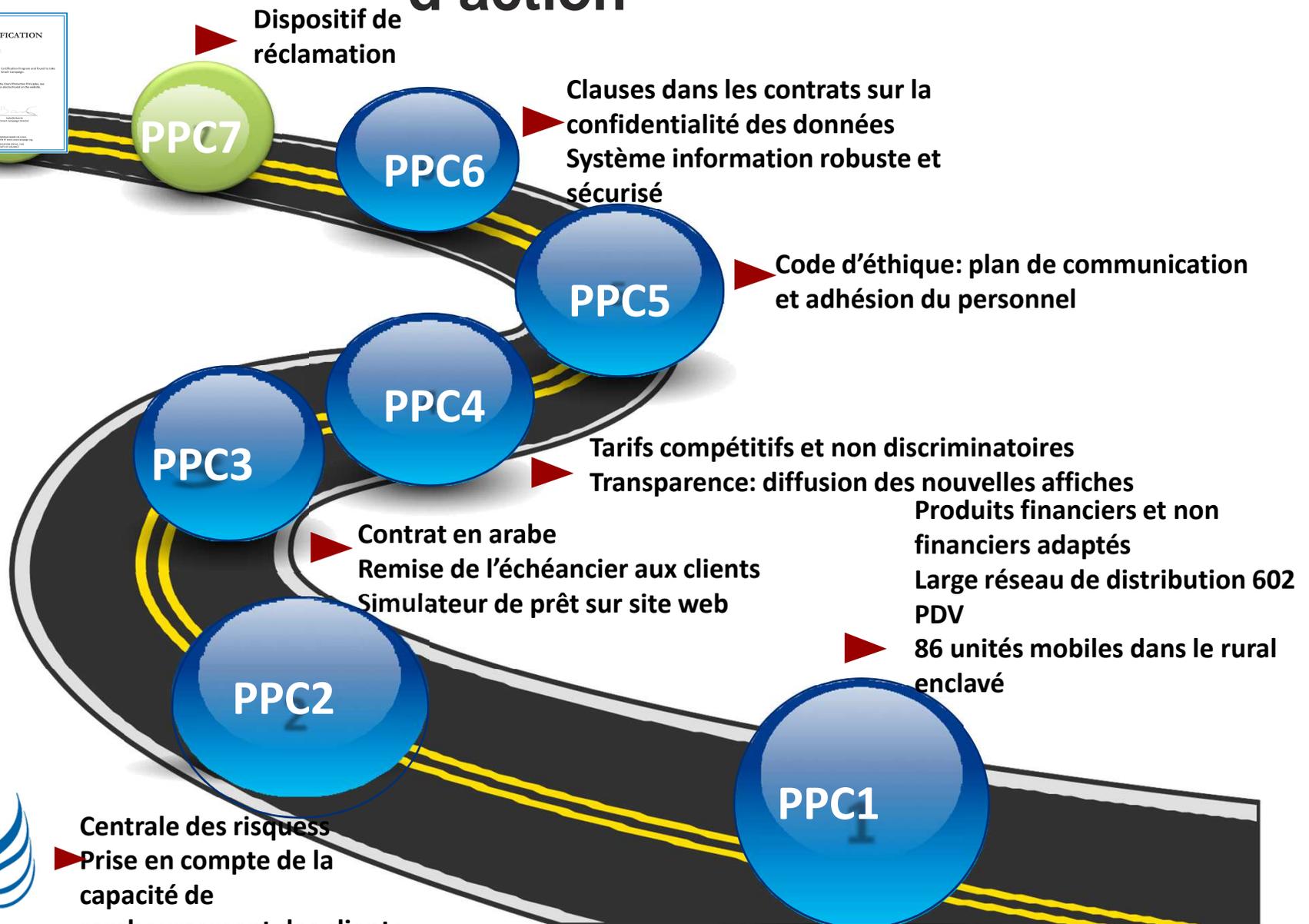


- Audit social réalisé par Cerise en octobre 2015 à l'issu duquel un plan d'action a été mis en place regroupant les principaux axes d'amélioration
- Mise à jour de l'outil SPI4 par JAIDA, et amélioration sur certains axes
- Mission de pré certification, mise à jour du SPI4 sur la base des actions importantes mises en œuvre : ex: code éthique, dispositif de réclamation..;
- Démarrage de la mission officielle de la certification SMART Campaign, avec l'agence de notation Microfinanza
- **Obtention de la certification SMART campaign le 10 janvier 2017**



Un comité de pilotage composé de différents responsables de différentes entités a été mis en place afin de suivre le plan d'action

# Certification SMART Campaign : flash du plan d'action



**Centrale des risques**  
**Prise en compte de la capacité de remboursement des clients**  
**Système de scoring**

# Certification SMART Campaign

## SMART CAMPAIGN CLIENT PROTECTION CERTIFICATION

Issue Date:  
**January 2017**

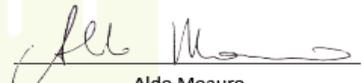
Issued to:  
**al Amana Microfinance**

40, Av. AL FADILA, C.Y.M 10130 Rabat,  
Maroc

This Certifies that Al Amana has been evaluated according to the standards of the Client Protection Certification Program and found to take adequate care to implement Client Protection Principles as promoted by the Smart Campaign.

### Additional Information:

For a complete list of entities that are currently certified against the standards for implementing the Client Protection Principles, see the Smart Campaign Certified Entities Directory at [www.smartcampaign.org](http://www.smartcampaign.org). The standards can also be found on the website.

  
Aldo Moauro  
MicroFinanza Rating Executive Director



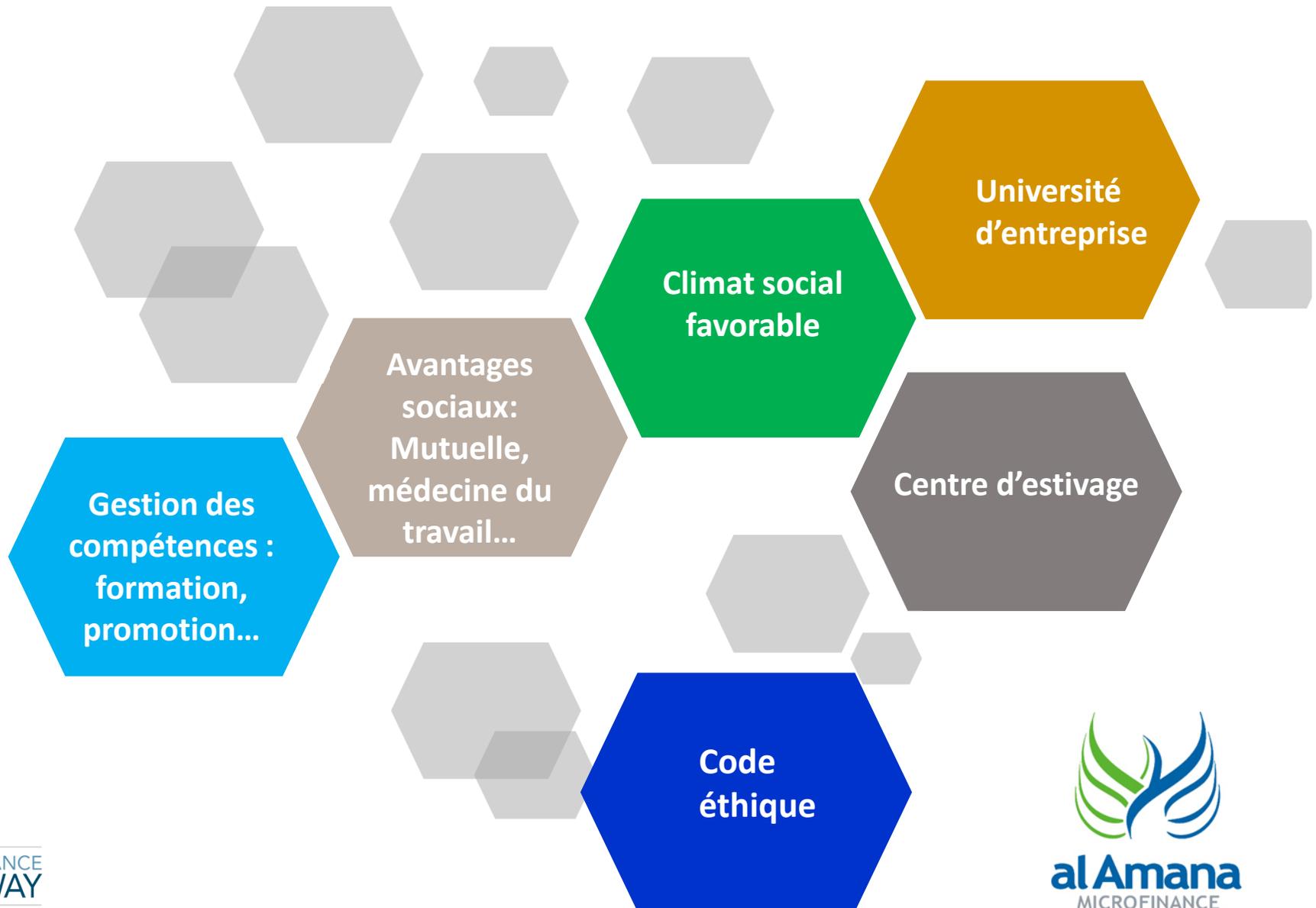
  
Isabelle Barrès  
Smart Campaign Director

TO REPORT COMPLAINTS REGARDING THE HOLDER OF THIS CERTIFICATE OR MISUSE OF THE SMART CAMPAIGN NAME OR LOGO,  
PLEASE CONTACT THE SMART CAMPAIGN CERTIFIER AT [info@microfinanzarating.com](mailto:info@microfinanzarating.com) OR THE SMART CAMPAIGN AT [www.smartcampaign.org](http://www.smartcampaign.org).

UNLESS EARLIER REVOKED BY THE SMART CAMPAIGN OR BY MATERIAL CHANGES THAT AFFECT CERTIFICATION STATUS, THIS  
CERTIFICATE IS VALID FOR FOUR (4) YEARS WITH A RENEWAL REQUIRES TWO YEARS FROM THE DATE OF ISSUANCE

# Performance sociale en pratique : Responsabilité sociale envers les employés

---



### Impact social indéniable

**Plus de 350 000 clients**

**42% de femmes**

**15% de jeunes**

**Adhésion aux principes de protection de clients**

**Des produits financiers diversifiés**

**Une portée qui inclut les régions rurales 55%**

**86 unités mobiles pour le rural enclavé**

### Rentabilité au rendez-vous

**Plus de 4 millions de prêts distribués**

**Détient une part de marché de 38% du portefeuille de l'encours**

**Leader de la région MENA**

**Croissance marquée des principaux indicateurs :**

	2014	2015
ROA (%)	5,8%	3,58%
ROE (%)	17,8%	9,95%

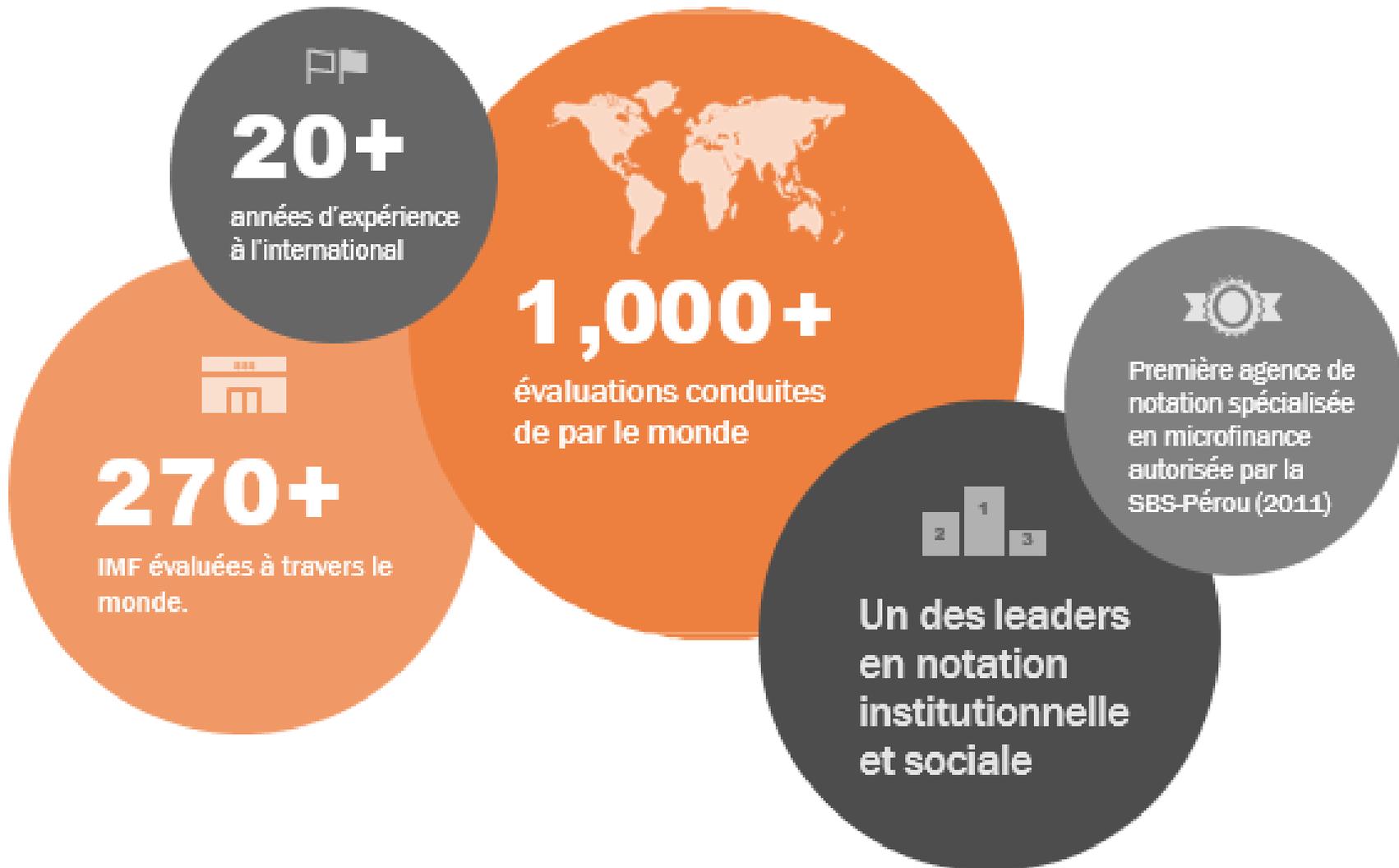
# Camille Haubert

## Intervenante



Analyste - région Afrique

# Une brève présentation



# Nos services

**NOTATIONS**

**NOTATION  
INSTITUTIONNELLE**

**NOTATION SOCIALE**

**AUDIT DE  
PORTEFEUILLE**

**CERTIFICATION  
SMART**

**PRE - CERTIFICATION SMART**

**CERTIFICATION SMART**

**RESEARCH**

**BENCHMARK MICRORATE**

**MICROFINANCE  
COUNTRY REPORTS**

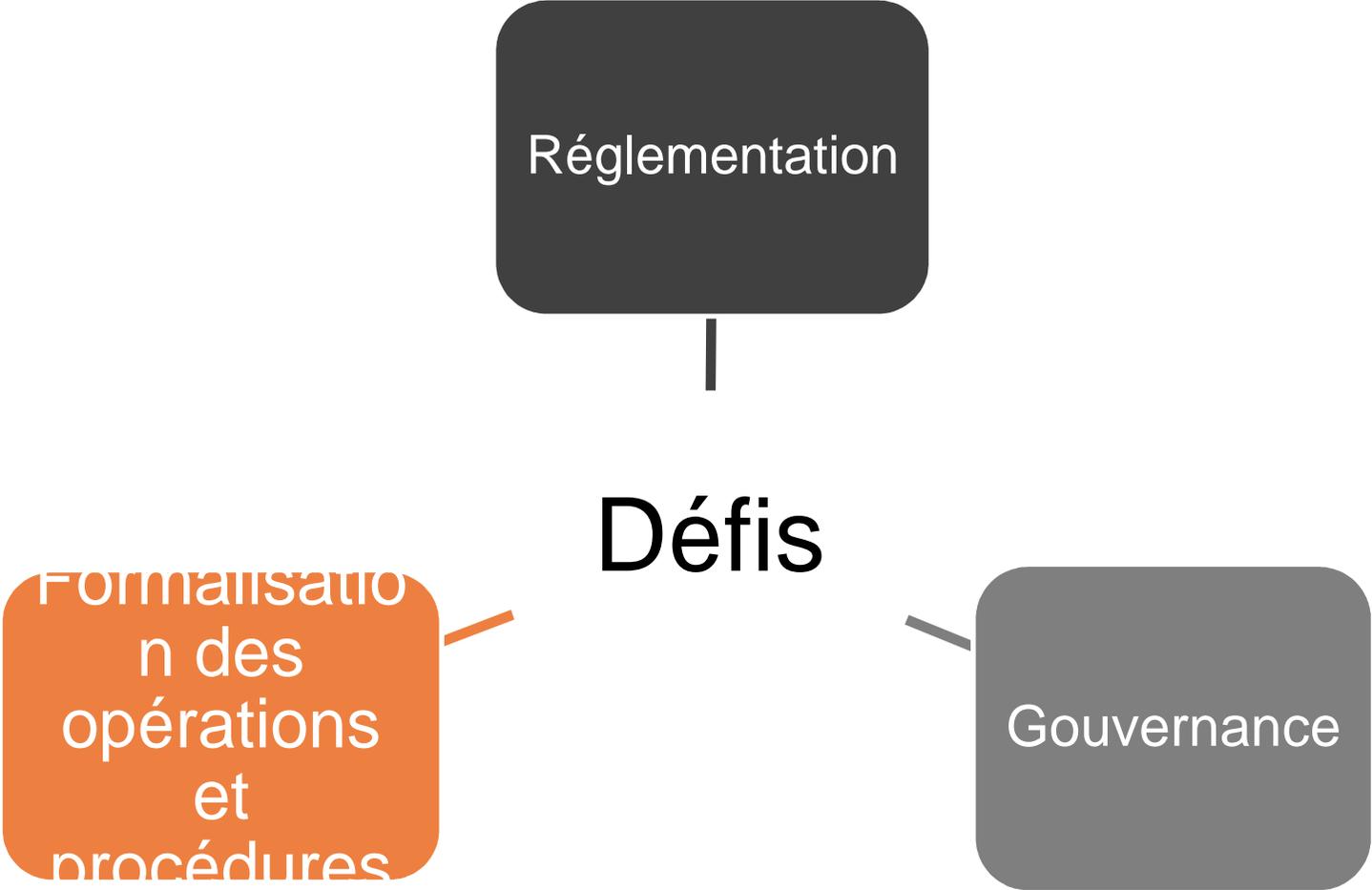
**ETUDES SPECIALISEES**

**SOUSCRIPTIONS**  
Services aux investisseurs et  
chercheurs

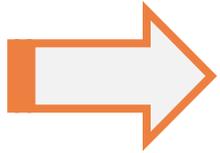
# Quelles évolutions de la GPS/PPC dans la zone?



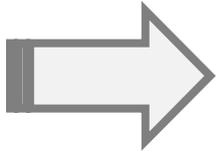
# QUELS DEFIS ?



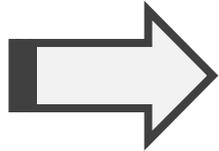
# QUELS CONSEILS ?



Assimilation des principes **en interne** avant leur application en externe.



Implication des équipes de manière **transverse**.

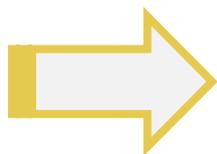


**Préparation** longue et pointue :  
✓ Auto-évaluation  
✓ Pré-certification

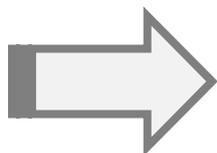
/!\ N'hésitez pas à consulter les ressources sur le site de la SMART Campaign.

/!\ N'hésitez pas à demander conseil lorsqu'un indicateur ne semble pas clair.

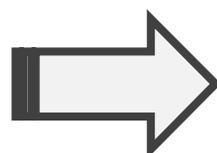
# QUELS CONSEILS ?



Intégration de la philosophie et des grandes lignes des Principes de Protection des Clients au sein de l'équipe.



Les indicateurs et critères font référence à de bonnes pratiques, saines pour vos clients et la santé financière de votre institution.



Certaines initiatives représentent un investissement modéré ... Voire même renforceront et vous accompagneront vers l'autosuffisance.

# Questions & Réponses avec les participants



Pour poser vos questions :

1. Cliquez sur l'icône « Chat » en haut
2. Une fenêtre s'ouvre en bas, vous pouvez écrire votre question. Penser à mentionner à quel panéliste elle s'adresse.

# Informations sur la Certification Smart :



<http://www.smartcampaign.org/page-daccueil>

English Español Français Русский العربية Bosanski/Hrvatski/Srpski | Recevoir l'actualité par email | Recherche

the smart campaign | Les clients d'abord en microfinance

au sujet de la campagne | outils & ressources | certification | informations & points forts

**“mes clients sont la raison pour laquelle j'ai rejoint cette campagne mondiale.”**  
- un responsable des prêts, AMIB

En faisant des clients la priorité et travaillant ensemble, nous pouvons renforcer l'industrie de la microfinance et en faire un modèle de services bancaires responsables partout dans le monde. **En savoir plus »**

**Rejoignez-Nous!**

Faites entendre votre voix, adhérez à la Campagne pour la Protection des Clients et soutenez les Principes de Protection

**Adhérez maintenant**

Restez informé des dernières nouvelles de la Smart Campaign.

**Abonnez-vous à notre newsletter**

En savoir plus sur l'adhésion



# Infos sur la Performance Sociale, la Protection du Consommateur et la Finance Responsable sur le Portail :

<https://www.microfinancegateway.org/fr/sujets/>

The screenshot displays the Microfinance Gateway website interface. At the top, a navigation bar includes links for Accueil, Bibliothèque, Blog, Actualités, Emplois, Événements, Pays, Thèmes, Communauté, and a user profile for 'Bonjour, Elodie' with a 'S'abonner' button. The main content area features two articles. The first article, titled 'Finance responsable', discusses concerns about high interest rates and abusive practices, leading to a growing interest in responsible finance and consumer protection. The second article, titled 'Performance sociale', explains that Social Performance (GPS) refers to systems used by organizations to achieve social goals and place clients at the center of their strategy. It mentions the SPTF (Social Performance Task Force) and its role in providing resources on social performance management. To the right of the articles, there are sections for 'Thèmes associés' and 'RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES', which includes links to 'Rudiments', 'Glossaire', and 'Cerise Microfinance'. Social media sharing icons (star, Twitter, Facebook, LinkedIn, Email, Print) are visible on the left side of the article content.

# Merci

Pour en savoir davantage, connectez-vous

[www.microfinancegateway.org/fr](http://www.microfinancegateway.org/fr)