OIKO CREDIT
investir dans l'Homme

PRINCIPES DE PROTECTION DES CLIENTS
présentation

COAC Santa Anita, Équateur

the smart campaign
Les clients d'abord en microfinance

Client Protection Principles

Les Principes de Protection des Clients, une initiative de la SMART Campaign.

Protéger les clients à faibles revenus des pratiques contraires à l'éthique, injustes et non-transparentes. L'adhésion à ces standards vise à assurer la protection des clients, des entreprises et de l'ensemble de l'industrie.

Ces principes doivent être adoptés par les organismes de microcrédit parmi lesquels les institutions de microfinance (IMF) et les banques, ainsi que par les véhicules d'investissement en microfinance tels qu'Oikocredit.

Les 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

www.smartcampaign.org

Assurer l'intérêt et la prospérité du client

Oikocredit est convaincu que la microfinance est un outil précieux pour le financement du développement, à condition que les besoins et le bien-être du client final demeurent au centre des prestations offertes. Les investisseurs de la microfinance peuvent jouer un rôle particulier en vue d'assurer la promotion et la protection des intérêts des clients, et Oikocredit prend cette responsabilité très au sérieux. Afin de veiller à ce que ses partenaires (les institutions de microfinance (IMF) au sein desquelles investit Oikocredit) accordent toute priorité au bien-être de leurs clients, Oikocredit promeut les Principes de Protection des Clients (PPC) de la SMART Campaign.

Oikocredit a souscrit aux PPC en septembre 2008 et a depuis collaboré avec d'autres investisseurs du secteur afin de mettre ces principes en pratique, et d'aider les IMF à s'y conformer.

Éducation et diffusion des connaissances

Il ne suffit pas de souscrire et de sensibiliser aux PPC : les IMF ont aussi besoin de soutien pour la mise en œuvre de ces principes. Le personnel d'Oikocredit est formé à l'importance des PPC, et en Inde le personnel reçoit une formation aboutissant à la certification d'évaluateurs. En 2011, Oikocredit a participé à plus de 20 ateliers, conférences et cours conçus pour former les équipes de ses IMF partenaires aux PPC. Ces actions ont bénéficié à plus de 100 partenaires en Inde, Asie centrale, Europe de l'est, Asie du sud-est, Afrique et Amérique latine.

En octobre 2011, Oikocredit s'est associée avec le Réseau de Microfinance (REDCOM) et la SMART Campaign pour organiser au Costa Rica un atelier de formation qui a rassemblé 73 délégués provenant de neuf pays d'Amérique latine et des Caraïbes. Un grand nombre d'entre eux s'inquiétaient de voir les difficultés rencontrées dans d'autres pays face à la croissance du secteur de la microfinance. Certains redoutaient le risque qu'entraînerait - pour les clients de la région et pour leurs portefeuilles de prêts en cours - le fait de négliger les questions de protection des clients.

À la suite de cet atelier, l'un des participants a souligné l'importance d'un examen des PPC avec les clients, notamment parce que « lorsque les pauvres ne peuvent pas lire ou écrire, de ce fait ils sont souvent traités de façon inappropriée ». Plus de 14 organisations présentes ont souscrit aux PPC à la suite de l'atelier et se sont engagées à utiliser ces outils dans la pratique.

Fixer des objectifs de réussite

Il est important de fixer des objectifs de ratification des PPC pour garantir que les IMF s'efforcent de les respecter. Pour l'instant, plus de 300 IMF partenaires d'Oikocredit dans le monde (soit 50 %) ont ratifié les PPC. Oikocredit a procédé à l'intégration complète des PPC à son outil de sélection préalable environnementale, sociale et de gouvernance, et fait de la conformité à ces principes une obligation contractuelle pour ses IMF partenaires.

Tirer les bonnes pratiques vers le haut

Dans le cadre de son engagement à contrôler l'intégration de la protection et de la défense de l'intérêt des clients parmi ses partenaires, Oikocredit a mené sa première mission d'évaluation d'une IMF à travers le prisme spécifique des PPC. Janalaksmi Financial Services Private Ltd (JFSPL) est un partenaire organisé, performant et bien équipé technologiquement. Un processus d'évaluation rigoureux comprenait des entretiens à tous les niveaux de l'organisation ainsi que des vérifications croisées approfondies visant à restituer une image globale du soin apporté par JFSPL au bien-être de sa clientèle. Oikocredit s'est félicitée d'avoir observé de bonnes pratiques aussi bien au niveau du recouvrement des dettes que de la conception des produits, et elle a entrepris avec JFSPL de définir la meilleure façon d'assurer l'application de ces principes par d'autres IMF.

Belita, Tanzania

Belita : Améliorer la gouvernance le service aux clients

En cas de problème, les IMF décident souvent de recourir à une politique de tolérance zéro à l'égard des clients défaillants. Dans la course aux recouvrements, il peut arriver que les droits des clients soient négligés.

Après avoir suivi une formation en gestion de la performance sociale animée par Oikocredit, Madame Helena Lutege, dirigeante de l'IMF tanzanienne Belita, a modifié son approche des clients en défaut de paiement. L'entreprise d'une cliente ayant été détruite par un incendie, Belita a décidé d'autoriser le rééchelonnement et la recapitalisation de son prêt, plutôt que de faire procéder à une vente de son terrain qui aurait appauvri sa famille. Cette cliente est parvenue à honorer le nouveau calendrier de remboursement, son affaire a pu survivre, et elle ne tarit pas d'éloges au sujet de Belita. Ce cas personnnel a fait l'objet du tournage d'une vidéo reprise depuis par des organisations telles que le Réseau de gestion de la performance sociale (Social Performance Management Network) pour sensibiliser et former d'autres professionnels. www.spmnetwork.net ou www.youtube.com/oikocredit