



CENTER FOR
FINANCIAL INCLUSION
AT ACCION INTERNATIONAL

Les Principes de protection de la clientèle de microfinance

Les Principes de protection de la clientèle de microfinance et la campagne associée (la Campagne de sensibilisation à la protection de la clientèle de microfinance) font partie d'une initiative commune ratifiée et conduite par une alliance diversifiée regroupant institutions de microfinance (IMF), réseaux, bailleurs de fonds et praticiens. L'objectif des Principes et de la Campagne (laquelle est hébergée par le Centre pour l'inclusion financière) est de garantir que les prestataires de services financiers aux populations à faibles revenus prennent des mesures concrètes pour protéger leurs clients de produits financiers potentiellement dangereux et pour garantir le traitement équitable de ces clients. Il est désormais généralement reconnu qu'il est essentiel que l'industrie adopte une approche commune délibérée pour défendre les intérêts des clients de microfinance par le biais de politiques, de pratiques et de produits appropriés. À mesure que la Campagne gagne en importance, les IMF qui en ont incorporé les Principes au sein de leurs principales activités disposeront d'un avantage compétitif, non seulement auprès de leur clientèle, mais également vis-à-vis des investisseurs, des bailleurs de fonds, des gouvernements et des décideurs politiques.

Que sont les Principes de protection des clients ?

Les Principes de protection des clients décrivent le niveau minimum de protection auquel les clients de microfinance sont en droit de prétendre de la part des prestataires. Inspirés des travaux novateurs réalisés par les prestataires, réseaux internationaux et associations nationales opérant dans le secteur de la microfinance, ces Principes visent à élaborer des codes de conduite et des pratiques favorables aux consommateurs. Les Principes sont certes universels, mais ils ne pourront être réellement appliqués de manière efficace que si la diversité des prestataires et des conditions propres à chaque marché et chaque pays est soigneusement prise en compte. Depuis quelques années, on s'accorde à reconnaître que les prestataires de services financiers aux clients à faible revenu doivent se conformer à six Principes fondamentaux :

- ***La volonté d'éviter le surendettement.*** Les prestataires doivent adopter des mesures raisonnables garantissant que seuls peuvent emprunter les candidats ayant apporté la preuve d'une capacité de remboursement suffisante et que les crédits accordés n'entraînent pas pour les emprunteurs un risque marqué de surendettement. De même, les prestataires doivent prendre des mesures appropriées pour vérifier que les produits financiers autres que les prêts (par exemple, les produits d'assurance) offerts aux clients à faible revenu sont adéquats.
- ***La transparence des prix.*** Les prix et conditions dont les produits financiers sont assortis (y compris les charges d'intérêts, primes d'assurance, honoraires, etc.) sont établis de manière transparente et publiés comme il convient sous une forme compréhensible pour les clients.
- ***Des pratiques de recouvrement appropriées.*** Les pratiques de recouvrement des créances des prestataires ne sont ni abusives, ni coercitives.
- ***La déontologie de comportement du personnel employé.*** Le personnel des prestataires de services financiers se conforme aux normes d'éthique les plus rigoureuses dans ses rapports avec les clients sollicitant des services de microfinance, et lesdits prestataires veillent à ce que des mesures de sauvegarde suffisantes soient en place pour détecter et corriger tout acte de corruption ou de maltraitance des clients.

- **Des mécanismes de réparations des préjudices.** Les prestataires mettent en place des mécanismes grâce auxquels ils peuvent rapidement traiter les plaintes et régler les problèmes que leur soumettent les clients.
- **La confidentialité des renseignements concernant les clients.** La confidentialité des données personnelles du client est respectée, et lesdites données ne peuvent être utilisées à aucune autre fin sans l'autorisation expresse du client (il est toutefois entendu que les prestataires de services financiers peuvent avoir un rôle important à jouer pour aider les clients à tirer parti des avantages liés à l'établissement d'antécédents de crédit).

Que signifie cette ratification ?

Les institutions et les personnes qui ratifient les Principes de protection des clients s'engagent à soutenir un processus faisant appel à la participation de l'ensemble de l'industrie, processus grâce auquel ces Principes pourront être traduits en normes, politiques et pratiques adaptées à différents types de clients, produits, prestataires et contextes nationaux.

En ratifiant ces Principes, **les prestataires de services financiers, les réseaux et les particuliers œuvrant dans le secteur de la microfinance** s'engagent à adopter des procédures de mise en œuvre des Principes au sein des opérations et de la culture institutionnelle de leur propre organisation. Dans le cas des IMF, cette démarche débute par un examen de leurs propres pratiques, de façon à identifier les zones susceptibles d'amélioration et avec un effort marqué de sensibilisation de leur personnel à ces Principes. Les réseaux doivent, eux, s'engager à encourager leurs organisations affiliées à promouvoir et à soutenir la Campagne et l'Alliance en vue de la mise en œuvre des Principes. Les particuliers qui ratifient la Campagne signalent leur intention d'en honorer personnellement les Principes et de travailler à l'intérieur de leurs propres organisations pour les mettre en œuvre.

Les bailleurs de fonds et les investisseurs ont également un rôle important à jouer pour contribuer à la réussite de l'initiative. Lorsqu'ils ratifient ces Principes, les investisseurs et les bailleurs de fonds s'engagent à œuvrer pour apporter leur soutien aux prestataires qui assurent une protection adéquate de leurs clients à faibles revenus. Ils s'engagent également à identifier les moyens concrets d'incorporer les Principes de protection des clients dans le cadre de leurs responsabilités d'enquête préalable, de surveillance et de gouvernance.

Vous trouverez un complément d'informations au sujet de la Campagne pour la protection des clients en microfinance en visitant son site internet : www.campaignforclientprotection.org, où vous pourrez également ratifier les Principes et vous inscrire pour recevoir des messages d'informations au sujet de la Campagne.

Renseignements supplémentaires :

Les IMF, les réseaux et les particuliers peuvent s'adresser à Madame Robin Ratcliffe (rratcliffe@accion.org).

Les investisseurs et les bailleurs de fonds sont priés de s'adresser à Madame Kate McKee (kmckee@worldbank.org).