

TRAITEMENT EQUITABLE ET RESPECTUEUX DES CLIENTS



Série de Mise en oeuvre des Normes Universelles de Gestion des Performances Sociales.

Intervenants du jour : **Sylvestre Fonton HONVOU
TCHAGBATAO SEBOU LADI, Directrice Générale,
ASSILASSIME, IMF du TOGO**

28 janvier 2016

Programme

- Etude de Normes de Protection des Clients des Normes Universelles de GPS: Traitement Equitable et Respectueux des Clients
- Présentée par
 - Sylvestre Fonton HONVOU
 - TCHAGBATAO SEBOU LADI, Directrice de Assilasssime
- Discussion avec les participants

Il y a 19
normes,
organisées
selon six
dimensions.



Intégration des normes de certification de protection des clients de Smart Campaign dans les Normes Universelles



Dimension 1: aucune norme



Dimension 2: 3 normes



Dimension 3: 3 normes



Dimension 4: 21 normes



Dimension 5: aucune norme



Dimension 6: 3 normes



30 normes
de
protection
des clients

Traitement équitable et respectueux des clients

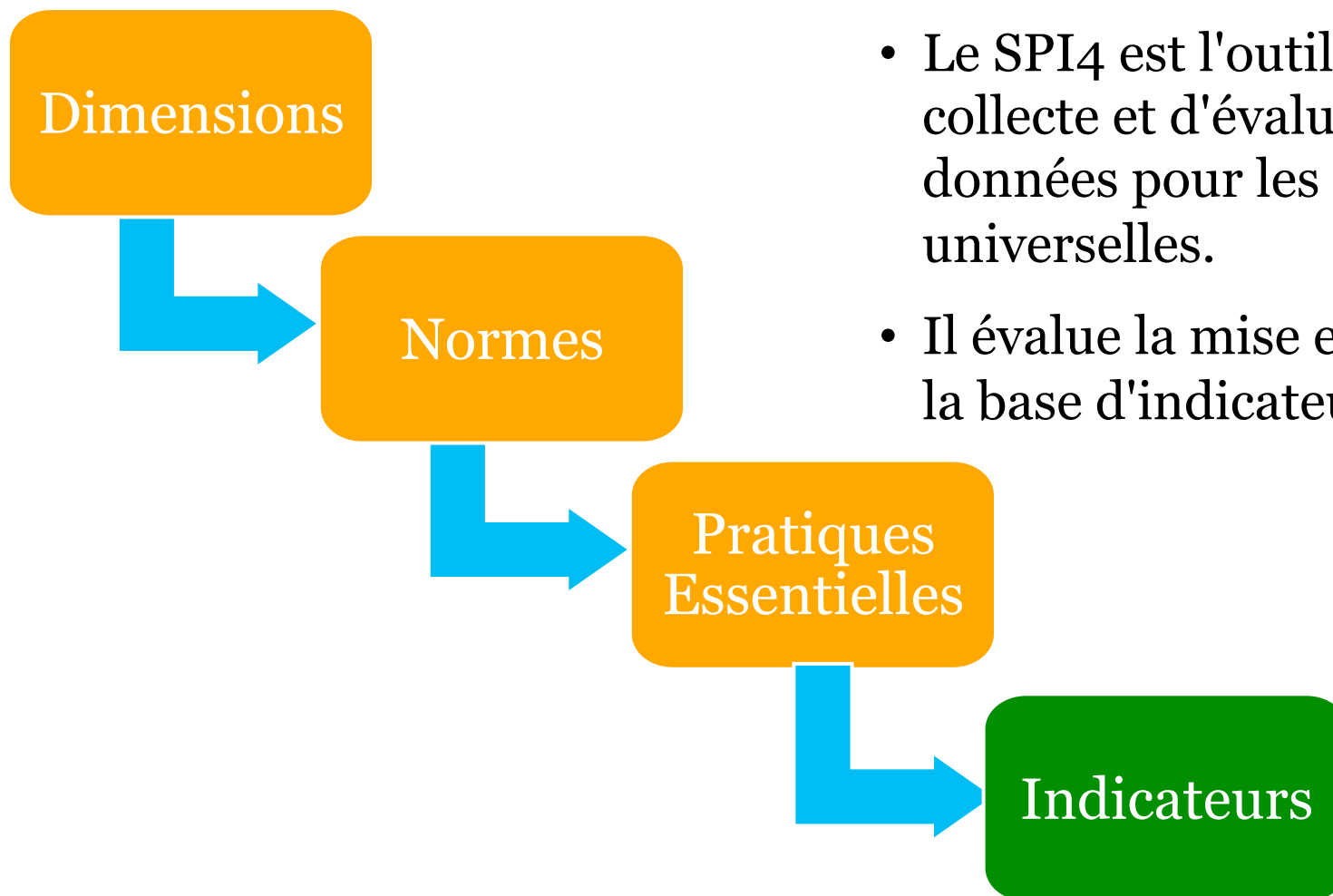
- **Sept (07) pratiques essentielles :**
 - 1 pratique au niveau de la norme 2b de dimension 2
 - 1 pratique au niveau de la norme 2c de la dimension 2
 - 5 pratiques au niveau de la norme 4c de la dimension 4

Traitement Equitable et Responsable des clients

Pratiques Essentielles

1. La culture de l'institution attire l'attention sur le traitement équitable et responsable des clients (2b.2).
2. L'institution a défini de manière détaillée ce qu'elle considère être des pratiques de recouvrement appropriées. (4c.1)
3. Les politiques de RH de l'institution (recrutement et formation du personnel) prennent en compte le traitement responsable et équitable des clients. (4c.2).
4. L'institution a en place des politiques pour promouvoir l'éthique et prévenir des abus (2c.3)
5. Dans la sélection et le traitement des clients, l'institution ne pratique aucune discrimination contre certaines catégories de clients. (4c.3).
6. Le personnel de recouvrement des prêts interne, et les agents externes engagés par l'institution doivent se comporter selon les mêmes standards. (4c.4).
7. L'institution informe ses clients de leurs droits. (4c.5).

Rappel ! Utilisez l'outil SPI4 pour évaluer vos pratiques de GPS



- Le SPI4 est l'outil habituel de collecte et d'évaluation de données pour les normes universelles.
- Il évalue la mise en œuvre sur la base d'indicateurs.

Indicateurs SPI4 correspondant aux indicateurs des pratiques essentielles de la Traitement Equitable et Respectueux des Clients.

EP 4 c 1

L'institution a défini de manière détaillée ce qu'elle considère être des pratiques de recouvrement appropriées. (Norme de protection des clients 5.2)

Indicator 4 c 1 1

L'institution définit clairement - dans un Code de conduite, (règlement intérieur, manuel de crédit ou manuel de recouvrement) les normes de conduite professionnelle qui s'appliquent à l'ensemble du personnel en charge de la collecte des paiements (y compris des agents externes).

Indicator 4 c 1 2

L'institution n'a pas de politique de tolérance zéro pour le PAR.

Indicator 4 c 1 3

La politique de l'institution s'assure que les clients obtiennent une valorisation équitable de tout bien faisant l'objet d'une saisie ; et l'institution a des procédures pour s'assurer que la saisie de garantie respecte les droits du client ; elle propose une explication du rôle des garants. Au cas où une garantie matérielle serait conservée dans les locaux de l'institution, des procédures sont en place pour s'assurer qu'elle est en lieu sûr.

EP 4 c 2

Les politiques de RH de l'institution (recrutement et formation du personnel) prennent en compte le traitement responsable et équitable des clients. (Norme de protection des clients 5.3)

Le recrutement et la formation du personnel de l'institution tiennent compte du Code de déontologie.

Indicator 4 c 2 1

La formation du personnel de l'institution tient compte du Code de déontologie : la formation initiale inclut un examen du Code de Conduite et une discussion avec les nouveaux recrutés sur les situations susceptibles de poser problème du point de vue de ce code.

Indicator 4 c 2 2

Les pratiques de recouvrement de l'institution sont abordées au cours de la formation initiale de tout employé impliqué dans la collecte des paiements (agents de crédit, personnel de recouvrement, responsables d'agence). Le personnel en charge du recouvrement est notamment formé sur les pratiques de collecte acceptables et les procédures de recouvrement des prêts.

Indicator 4 c 2 3

Une feuille de route vers de meilleures pratiques



- **Apprendre** — Lire le manuel des normes universelles
- **Évaluer** — Utiliser le SPI4 pour réaliser un audit social
- **Planifier** — Créer un plan d'action
- **Mettre en œuvre** — Améliorer les pratiques prioritaires du plan d'action
- **Rapporter** — Montrer vos résultats aux parties prenantes internes ou externes.

Programme

- Etude de Normes de Protection des Clients des Normes Universelles de GPS: Traitement Equitable et Respectueux des Clients
- Entretien avec Madame TCHAGBATAO SEBOU LADI, Directrice de Assilassime, une IMF du Togo
- Discussion avec les participants

Rencontrez votre animatrice !



Nom: TCHAGBATAO SEBOU LADI

Titre: DIRECTRICE

Organisation : ASSILASSIME

Courriel:

ladi.tchagbatao@entrepreneursdumonde.org

tchagbatao@yahoo.fr



Vision, Mission, Clientèle Cible et Produits

Vision: Permettre à toute personne désireuse d'entreprendre de pouvoir accomplir son rêve pour qu'elle et sa famille s'affranchissent durablement de la pauvreté.

Mission: Offrir un accès durable à des services de microfinance sociale adaptés pour les personnes en situation d'exclusion ou d'extrême pauvreté, ayant un accès limité au système de microfinance classique au Togo, pour leur permettre de mener des activités génératrices de revenus et d'améliorer leurs conditions de vie.

Valeurs: Solidarité - Transparence - Engagement - Professionnalisme.

Cibles: Personnes exclues et vulnérables: Handicapés, PVVIH, Femmes veuves, Filles mères, portefaix,

Produits et Services

Services financiers: Crédit

Service non financiers: Formation, Accompagnement sociola (écoute, référencement....)

Quelques indicateurs de performance

ELEMENTS	31/12/2015
Emprunteurs actifs	7696
Epargnants	12 885
Productivité par agent	340
Nombre de crédit	10265
Nombre de crédit en cours	6798
PAR	4,4%
Auto suffisance opérationnelle	33%
Nombre d'agence	4
Effectif du personnel	52

Engagement à la GPS

- Sensibilisation sur les PPC et comparaison avec les pratiques de Assilassime
- Volonté de se conformer à sa mission sociale
- Adhésion à la Smart Campaign
- Réalisation d'une auto-évaluation et élaboration de plan d'action pour améliorer les pratiques

Expériences de Assilassime dans la mise en pratiques de Traitement Equitable et Respectueux des Clients

1. La culture de l'institution attire l'attention sur le traitement équitable et responsable des clients (2b.2).

- Séance de sensibilisation des clients pour une meilleure connaissance de l'IMF son organisation, sa méthodologie et ses services
- Assilassimé s'est doté d'un code de déontologie connu et accepté de tous.
- Etablissement des relations avec les clients sur la base de leur niveau de vulnérabilité
- Disponibilité d'outils pour recueillir les avis des clients
- Enquête de satisfaction auprès des clients tous les 2 ans
- Formation du personnel pour communiquer efficacement avec les clients

Expériences de Assilassime dans la mise en pratiques de Traitement Equitable et Respectueux des Clients

2. L'institution a défini de manière détaillée ce qu'elle considère être des pratiques de recouvrement appropriées. (4c.1)

- Existence d'un manuel des opérations écrite connus de tous
- Sensibilisation des clients sur le processus de recouvrement en cas d'impayés
- Pratiques de recouvrement acceptables et non acceptables clairement énoncées dans le manuel des opérations
- Incitation du personnel à respecter ses dispositions au regard son impact sur l'image et la qualité des relations de l'IMF avec les clients et la communauté

Expériences de Assilassime dans la mise en pratiques de Traitement Equitable et Respectueux des Clients

3. Les politiques de RH de l'institution (recrutement et formation du personnel) prennent en compte le traitement responsable et équitable des clients. (4c.2).

- Existence d'un manuel administratif et RH; d'un règlement intérieur du personnel écrite qui défini clairement la gestion de carrière d'un employé et son engagement au respect de la mission de l'IMF.
- Processus de recrutement qui évalue l'adhésion des candidats à la mission sociale de l'IMF
- Processus d'intégration des nouvelles recrues bien élaboré et mis en pratique a chaque recrutement

Expériences de Assilassime dans la mise en pratiques de Traitement Equitable et Respectueux des Clients

4. L'institution a mis en place des politiques pour promouvoir l'éthique et prévenir des abus (2c.3)

- Existence de documents qui promeuvent l'éthique et les abus: règlement intérieur, code de déontologie
- Vulgarisation du contenu des documents et des sanctions en cas de mauvais comportements

Expériences de Assilassime dans la mise en pratiques de Traitement Equitable et Respectueux des Clients

5. Dans la sélection et le traitement des clients, l'institution ne pratique aucune discrimination contre certaines catégories de clients. (4c.3).

- Absence de discrimination: partenariat avec les associations de droit togolais, rencontre avec les associations de quartier
- Critère principal de sélection des clients: proximité avec le lieu de réunion.
- Absence de conditions financières avant ou après l'adhésion du client
- Groupe à responsabilité individuel, pas de caution financière ni solidaire.

Expériences de Assilassime dans la mise en pratiques de Traitement Equitable et Respectueux des Clients

6. Le personnel de recouvrement des prêts interne, et les agents externes engagés par l'institution doivent se comporter selon les mêmes standards. (4c. 4).

- Le personnel de recouvrement est interne et formé à respecter ses pratiques et des PPC en général
- Pas d'agents externes engagés par l'institution
- Le personnel chargé du recouvrement doivent se comporter selon les mêmes standards.
- Enumération dans la politique de crédit des pratiques de recouvrement appropriées et non appropriées
- Engagement des agents à respecter les pratiques appropriées de recouvrement
- Sanctions éventuelles en cas de non respect

Expériences de Assilassime dans la mise en pratiques de Traitement Equitable et Respectueux des Clients

7. L'institution informe ses clients de leurs droits. (4c.5).

- Sensibilisation des clients potentiels avant leur sélection: ces sensibilisations sont liés à leur droit et devoir
- Elaboration des supports de formation adaptés sur les droits et devoirs
- Information des clients sur leur droit de se plaindre et sur canaux de plaintes mis à dispositions.
- Mise en place et formation du personnel sur le mécanisme de gestion des plaintes.

Avantages et bénéfices pour Assilassime

- Connaissance et maîtrise des PPC par les employés
- Amélioration de l'image de l'IMF et de ses relations avec la communauté
- Ouverture d'esprit du personnel pour la négociation, l'écoute des clients le respect de la personne qui est désormais au centre de leurs actions
- Amélioration significative du PAR et le taux de remboursement de plus de 90%
- Confiance plus grande des clients et augmentation des adhésions ce qui augmente aussi les produits financiers.

Avantages et bénéfices pour les Clients

- Satisfaction des clients d'être écoutés et respectés
- Satisfaction des clients d'être informé de leur droits et devoirs
- Plus grande confiance en soi
- Développement des compétences en soi

Coûts engendrés par ces pratiques

- Coût lié à l'évaluation des PPC
- Coût lié aux formations du personnel et des clients
- Coût lié à la conception des supports de formation et de sensibilisation des clients.

Conseils aux IMF

- ❑ Recruter des personnes qui adhèrent à la mission et aux valeurs de l'IMF
- ❑ Assurer l'adhésion du personnel aux PPC et son engagement à les respecter au quotidien
- ❑ Responsabilité de la Direction à inculquer les PPC au personnel.

Programme

- Etude de Normes de Protection des Clients des Normes Universelles de GPS: Traitement Equitable et Respectueux des Clients
- Entretien avec Madame TCHAGBATAO SEBOU LADI, Directrice Assilassime, une IMF du Togo
- Discussion avec les participants



Passer à l'Action : utilisez le Guide de mise en œuvre !

Les Normes Universelles de Gestion de la Performance Sociale

Un Guide de Mise en Oeuvre

Auteure principale: Leah Wardle

- Téléchargez le guide ici :
[http://sptf.info/images/usspm%20impl%20guide french dec%202014.docx](http://sptf.info/images/usspm%20impl%20guide%20french%20dec%202014.docx)

Passez à l'Action : utilisez le centre de ressources!

Ressources ***en français***

- Consultez le centre de ressources ici notamment les ressources en français
<http://sptf.info/ressources/resource-center/?view=resourcecentercategory&id=7>

Où trouver plus d'informations :

- Le guide des Normes Universelles de GPS:
[http://sptf.info/images/usspm%20impl%20guide french dec%202014.docx](http://sptf.info/images/usspm%20impl%20guide%20french%20dec%202014.docx)
- L'outil d'audit social SPI4 :
<http://cerise-spi4.squarespace.com>
- La présentation et l'enregistrement de la séance d'aujourd'hui :
<http://sptf.info/online-trainings/la-mise-en-oeuvre-des-nugps>
- Le centre de ressources SPTF :
<http://www.sptf.info/spmstandards/standards-resource-library>

Je vous remercie pour votre participation !



Rejoignez-nous le mois prochain

Février 2016, pour une discussion sur
Mécanisme de Gestion des Plaintes