**MODELE DE RAPPORT SPI4**

**Considérations générales et recommandations**

Langue Ce rapport est d’abord et avant tout un outil de gestion pour l’organisation. Ainsi, il devrait être rédigé dans la langue commune utilisée par les employés de l’IMF, mais peut être traduit en anglais afin de partager plus facilement les résultats avec les partenaires internes tel que le MIX, le réseau, les investisseurs ou tout autre partenaires externes. CERISE encourage les auditeurs à envoyer une copie dans les deux langues.

Organisation Le sommaire devrait être bien structuré afin de permettre une lecture facile et rapide.

Photos Afin de personnifier votre rapport, de le rendre plus réel et plus attrayant à la lecture, il est bien d’ajouter des photos des clients de l’IMF.

Longueur Ce rapport doit être un résumé et non un texte détaillé. Concentrez-vous seulement sur les informations importantes. Le lecteur désire avoir un bref aperçu des résultats de l’IMF.

Audience Souvenez vous que plusieurs personnes d’horizons différents vont lire ce résumé (les investisseurs, des experts et praticiens, le réseau de l’IMF, les fournisseurs, le public général) et que vous devriez adapter votre rédaction et de traiter les informations qui les intéressent.

**Stratégie de communication des résultats SPI et résumé**

1. Demandez à l’IMF de valider le résumé
2. Suggérez à la direction de l’IMF d’envoyer les résultats (Le questionnaire complet SPI4 et non pas seulement le résumé) au MIX Market dans le but de les informer des indicateurs de performance sociale.
3. Diffuser le résumé:
* Aux partenaires internes : Conseil d’administration, le personnel et les clients
* Aux partenaires externes : Donateurs, investisseurs, fournisseur d’assistance technique, organisations partenaires, organisation mère.
* Réseau local et régional
* Centres de ressources (c-à-d. Microfinance Gateway, Blog de la Social Performance Task Force etc.)

**Analyse de performance sociale de [Nom de l’IMF]**

[Pays, Mois Année]

**Introduction**

*Résumez, en quelques phrases, l’approche de votre organisation et les raisons qui l’ont poussée à utiliser l’outil SPI4.*

L’audit social de l’IMF a été réalisé grâce à SPI4, un outil d’audit social complet qui permet aux IMF d’évaluer leur niveau de mise en œuvre des Standards Universels de Performance Sociale. SPI4 évalue les forces et les faiblesses de l’IMF tant au niveau de la performance sociale qu’au niveau de la protection du client, dans le but d’aider l’IMF à améliorer ses pratiques de gestion grâce à ces informations. SPI4 contient un questionnaire de base qui inclut :

* Les Standards Universels la Gestion de la Performance Sociale. – un guide complet des meilleures pratiques créé par des professionnels du secteur pour des gens du secteur afin d’aider les institutions financières à atteindre leurs objectifs sociaux.
* Les standards de certification Smart Campaign – Le niveau minimal de protection que les clients devraient recevoir lorsqu’ils font affaires avec une institution financière. Tous les standards de certification Smart Campaign sont incorporés dans le questionnaire.

*Si vous sélectionnez des modules optionnels, indiquez quels sont vos choix et pourquoi vous les avez sélectionnés. Autrement, supprimez cette section.*

* Module Vert: Un ensemble d’indicateurs additionnels pour les institutions qui ont une mission environnementale (Développé par les membres de la Plateforme Européenne de Microfinance).
* Pauvreté : Indicateurs additionnels pour les institutions pour qui la réduction de la pauvreté fait partie de leur mission. (Créé par Truelift et la fondation Grameen)
* SPI3: Indicateurs additionnels pour les institutions qui ont utilisé la version précédente de cet outil (SPI3) dans le but de leur permettre de comparer les résultats obtenus précédemment aux résultats actuels.

Ce rapport résume les éléments clés qui ressortent de l’audit SPI4, conduit par *nom* le *DATE* du *DATE*.

 [Vous pouvez ajouter une photo de l’IMF ou bien des clients]

**Description de l’IMF**

*Décrivez brièvement l’IMF en incluant des détails non mentionnés précédemment tel que les objectifs sociaux, les domaines d’opérations, la méthodologie utilisée, les services (financiers et non financiers) offerts. Décrivez également le contexte dans lequel évolue l’IMF, l’historique ainsi que toute autre particularité importante. Mentionnez aussi qui sont les partenaires clé, les associations ou bien l’organisation mère.*

**Données sociales clés** <Mois année>



**Résultats des Standards Universels par dimension**

**Définir et suivre les objectifs sociaux (XX%)**

La microfinance a été développée dans le but de servir les populations exclues du secteur financier conventionnel ; des populations qui souvent incluent le plus pauvres et vulnérables de la société, ainsi que les personnes rejetées par les banques ou vivant dans des régions non desservies par ces dernières. Les institutions de microfinance ont deux pôles importants soit offrir des services financiers à cette population exclue mais aussi de créer un bénéfice dans la vie de leurs clients. Les standards, les pratiques et les indicateurs de la dimension 1 aident l’institution à répondre à deux questions : 1) « Est-ce que mon institution atteint sa clientèle cible ? » et 2) « Est-ce que le niveau de vie de nos clients s’améliore ? ». Plus spécifiquement, la dimension 1 énonce que l’institution doit avoir une stratégie claire qui définit les objectifs sociaux et qui décrit comment les actions de l’institution contribuent à l’atteinte de ces buts ainsi que la manière dont elle mesure le progrès dans l’accomplissement des objectifs.

*Résumez les activités et efforts de l’institution entrepris dans le but d’atteindre les deux standards de la dimension 1. Commencez d’abord avec les résultats positifs, c.-à.d. Les standards pour lesquels l’IMF a obtenu de très bons résultats. Portez une attention particulière aux efforts ou aux circonstances particulières qui peuvent expliquer pourquoi l’IMF obtient ces résultats et si certaines initiatives sont en cours de route et pourraient influencer les résultats futurs. Concluez par quelques recommandations et secteurs d’améliorations. C.-à.d. Les standards pour lesquels l’IMG n’a pas obtenu de bons résultats. Vous pouvez soit traiter les standards uns à uns dans un paragraphe séparé ou bien résumer la dimension dans un seul paragraphe.*



**Engagement envers les objectifs sociaux (XX%)**

L’implication et l’engagement à tous les niveaux de l’organisation sont des éléments cruciaux pour le succès de la mise en œuvre de la stratégie de l’institution. La dimension 2 couvre les pratiques mises en place par l’institution pour s’assurer que les membres du conseil d’administration, la direction et les employés sont engagés dans l’atteinte des objectifs sociaux. Cette dimension se concentre sur la manière dont l’institution prépare et appuie les membres internes de l’organisation au succès de la mise en œuvre des objectifs sociaux ainsi que la responsabilité de tous ces membres dans l’atteinte de ces objectifs.

*Résumez les activités et efforts entrepris par l’organisation pour l’atteinte de ces trois standards.*



**Concevoir des produits et services qui répondent aux besoins et aux préférences des clients (XX%)**

La microfinance a le potentiel de donner aux pauvres et aux personnes exclues un accès à des services financiers. Par contre, l’accès à une population cible n’est pas suffisant pour créer un bénéfice pour les clients et les produits et services doivent également être adaptés à leurs besoins. De manière générale, les produits de microfinance sont beaucoup trop standardisés: petit prêts, remboursements mensuels, caution solidaires en groupe. Offrir des services de qualité bien adaptés aux clients (adaptés au contexte locale, diversifiés, efficaces et transparents) requiert des techniques innovantes et une stratégie proactive qui combine en même temps l’accès à des services financiers et non financiers. La dimension 3 évoque les différentes manières dont l’institution peut rassembler l’information sur les besoins et préférences des clients dans le but d’adapter les produits et services à ces derniers. La dimension 3 incorpore également tous les standards de certification de la Smart Campaign reliés au premier principe «Conception de produit appropriés et canaux de distributions adaptés ».

*Résumez les activités et efforts entrepris par l’organisation pour l’atteinte de ces deux standards*



**Traiter les clients de manière responsable (XX%)**

 Toutes les institutions financières, même celles sans objectifs sociaux définis, devraient minimalement avoir comme responsabilité morale de ne pas nuire aux clients. La dimension 4 couvre toutes les pratiques que l’institution peut mettre en place pour s’assurer qu’elle ne nuise pas à ses clients. Plus spécifiquement, la dimension 4 aborde la prévention du surendettement, la transparence, le traitement équitable et respectueux des clients, La protection de la confidentialité des données du client et le mécanisme de résolution des plaintes. Les questions de la dimension 4 sont directement inspirée des principes 2, 3, 5, 6 et 7 des standards de certification de la Smart Campaign (respectivement, prévention du surendettement, la transparence, le traitement respectueux et équitable des clients, la protection de la confidentialité des données des clients et le mécanisme de résolution de plaintes).

<Photo des clients>

*Vous pouvez inclure une citation d’un l’un de vos clients ou bien d’un membre de votre institution (direction, membre du conseil d’administration, agent de crédit, etc.) ou bien donnez des détails sur un exemple d’une bonne pratique.*

*Résumez les activités et efforts entrepris par l’organisation pour l’atteinte de ces cinq standards*



**Traiter les employés de manière responsable (XX%)**

Traiter les employés de manière responsable est critique au succès d’une institution pour deux raisons. Tout d’abord, l’augmentation de l’emploi est un grand bénéfice que l’institution apporte à une communauté et deuxièmement parce que la manière dont les employés sont traités a un impact immense sur la manière dont ces employés traitent les clients de l’institution. La dimension 5 évoque de quelles manières une institution peut créer un environnement de travail juste et sécuritaire, soutenir ses employés et leur donner les informations tributaires au succès dans leur travail.

*Résumez les activités et efforts entrepris par l’organisation pour l’atteinte de ces trois standards*



**Équilibrer la performance financière et sociale (XX%)**

Toutes les institutions financières qui ont un double objectif doivent chercher un équilibre entre la performance financière et sociale. Les institutions doivent assurer leur pérennité (performance financière) dans le but de pouvoir continuer à offrir des produits et services à leur clientèle cible et d’améliorer leur niveau de vie (performance sociale). Pour cette raison, la dimension 6 se concentre sur les critères importants dans les prises de décisions des institutions (cibles de croissances, cibles de performance, les allocations, le choix des sources de financement, la rémunération des employés). La dimension 6 inclut les éléments de quatrième principe («prix raisonnables ») de la certification pour la protection du client de la Smart Campaign

*Résumez les activités et efforts entrepris par l’organisation pour l’atteinte de ces quatre standards*



**Conclusion et Recommandations**

*Résumez la situation de l’institution en soulignant les principales forces mais aussi en identifiant* ***une ou deux (pas plus)*** *pistes d’amélioration. Proposez des actions et solutions concrètes qui pourrait servir à la rédaction de la partie de management de la performance sociale dans le prochain plan d’affaires. Les pistes repérées par l’auditeur social, suite à l’évaluation SPI4, devraient refléter la mission et les priorités stratégiques de l’institution tout en respectant le budget alloué aux améliorations.*

**Suggestion d’un plan d’action**

*En prenant compte des résultats trouvés grâce à l’évaluation SPI4, des problématiques majeures du contexte local, des stratégies prioritaires de l’institution et du budget alloué à l’amélioration des pratiques de gestion de la performance sociales, l’auditeur social devrait développé un plan d’action pour l’IMF qui aborde les pistes d’amélioration. Les actions que l’IMF entrevoit prendre devraient être classées par ordre d’importance et de faisabilité en commençant par les plus importantes et celles qui sont les moins dispendieuses. Ce plan d’action devrait être contrôlé par la haute direction de l’institution, idéalement dans le but d’obtenir une approbation pour commencer la mise en œuvre du plan dans le prochain cycle budgétaire.*

**Rapport optionnels**

*SPI4 produits plusieurs rapports différents, n’hésitez pas à inclure dans la partie ci-dessous tous ceux qui vous semblent pertinents pour votre IMF. Prendre note que cette section devrait contenir, au minimum, les informations générées par le rapport USSPM disponible sur la page d’accueil du SPI4.*

**Résultats pour les normes de protection des clients (optionnel)**

*Résumez dans un court paragraphe les pratiques qui respectent les normes de protection des clients. Exemple : [NOM DE L’INSTITUTION FINANCIÈRE] atteint les standard de protection dans trois des sept principes, avec des pratiques qualifiées comme exceptionnelles pour le traitement équitable et respectueux des clients, malgré un écart avec l’un des indicateurs de ce principe. Quelques ajustements minimes sont nécessaires pour l’atteinte des standards pour les principes suivants : traitement équitable et respectueux des clients, protection des données des clients. Des changements plus importants sont nécessaires pour atteindre les standards de transparence, principalement en raison de l’utilisation de la méthode de tarification à taux constant.*



**Conception des produits et canaux de distribution appropriés**

[Résumé du principe en pratique]



**Prévention du surendettement**

[Résumé du principe en pratique]



**Transparence**

[Résumé du principe en pratique]



**Tarification responsable**

[Résumé du principe en pratique]



**Traitement équitable et respectueux des clients**

[Résumé du principe en pratique]



**Confidentialité des données du client**

[Résumé du principe en pratique]



**Mechanisms for Complaints Resolution**

[Summary of Principle in Practice]



**Légende**

****

**Microfinance verte (optionnel) (XX%)**

*Le module vert a été créé dans le but de permettre aux IMF qui ont une mission environnementale d’évaluer leur niveau de mise en œuvre des pratiques reliées aux trois standards de performance environnementale. Ces standards ainsi que leurs sous indicateurs ont été développés en collaboration avec les membres de la plateforme européenne de microfinance.*

*Introduisez brièvement cette dimension optionnelle et résumez les activités et efforts entrepris par l’organisation pour l’atteinte de ces trois standards*

 [Exemple de terrain/Illustration requise ici]

