# Outil de diagnostic de la protection des clients dans le secteur de la Microfinance

## Guide de l'utilisateur

Version 1.0

seep
Powering connections

# Table des matières

I. Introduction ..... 1

II. Élaboration de l'Outil de diagnostic de la protection des clients sur le marché .... 2

III. Cadre d'analyse ..... 3

IV. Description de l'Outil de diagnostic de la protection des clients sur le marché .... 5

V. Processus ..... 8

Annexe 1: Plan du rapport ..... 9

# Sigles

| | |
|---|---|
| **AMIR** | Association of Microfinance Institutions in Rwanda (ou Association des institutions de microfinance du Rwanda) |
| **CGAP** | Consultative Group to Assist the Poor (ou Groupe consultatif pour l'aide aux pauvres) |
| **PC** | Protection des clients (ou consommateurs) |
| **GHAMFIN** | Ghana MicroFinance Institutions Network (ou Réseau des institutions de microfinance du Ghana) |
| **AMF** | Association de microfinance |
| **IMF** | Institution de microfinance |
| **PMN** | Pakistan Microfinance Network (ou Réseau de microfinance du Pakistan) |
| **RFLL** | Finances responsables par le biais du leadership local |

# I. Introduction

SEEP a élaboré un outil de diagnostic qui permet aux associations de microfinance d'évaluer sous tous ses aspects la protection des clients sur leurs marchés respectifs. Cet outil permet de mener un exercice guidé de diagnostic, sur la base de la méthodologie CGAP utilisée pour effecteur les évaluations dans divers pays en matière de protection des clients (PC) dans le secteur de la microfinance.

## *Objectif principal de l'Outil de diagnostic de la protection des clients dans le secteur de la microfinance*

L'objectif principal de l'Outil de diagnostic de la protection des clients (que l'on appelle également l'Outil de diagnostic PC) est de contribuer à une compréhension plus approfondie des règles de la protection des clients, des pratiques et des questions qui se rapportent à des secteurs spécifiques. Il aidera également les associations de microfinance et les autres parties prenantes à voir si les politiques, lois et réglementations actuelles sont adéquates, à définir et peaufiner les interventions associées à la protection des clients dans le secteur de la microfinance.

## *Qui peut utiliser cet outil ?*

- Les associations de microfinance (AMF) et autres associations équivalentes.
- Les partenaires techniques et financiers et les entités gouvernementales qui soutiennent le développement du secteur financier.
- D'autres acteurs intéressés par la promotion de pratiques de protection des consommateurs.

L'Outil de diagnostic PC a été tout spécialement conçu pour être utilisé par les associations de microfinance. Toutefois, il peut également être utilisé par d'autres acteurs, à savoir, les décideurs politiques, les personnes chargées de la réglementation et les consultants externes qui souhaitent avoir un aperçu global de la protection des clients dans le secteur de la microfinance.

Bien que l'outil inclue l'explication des concepts particuliers de la protection des clients, il est préférable de bien comprendre les questions relatives à la protection des clients avant d'entreprendre un diagnostic de PC. Pour plus de renseignements sur la protection des clients, cf. www.smartcampaign.org et www.cgap.org.[1]

**1.** En particulier, Note Focus 73, « Finance responsable : de la théorie à la pratique », de Katharine McKee, Estelle Lahaye et Antonique Koning.

# II. Élaboration de l'Outil de diagnostic de la protection des clients sur le marché

L'Outil de diagnostic de PC a été élaboré dans le cadre du Programme de finance responsable par le biais du leadership local (RFLL), financé par la Fondation MasterCard et géré par le Réseau SEEP. Le but du programme RFLL est de promouvoir un développement responsable des marchés de la microfinance par le biais d'un leadership local fort :

1. En renforçant la capacité organisationnelle des AMF pour leur permettre de fournir des services de haute qualité et axés sur la demande des marchés locaux,
2. En créant un environnement fonctionnel plus transparent pour soutenir la finance responsable,
3. En faisant la promotion de l'application universelle des principes et pratiques de protection des consommateurs, et
4. En créant une plateforme d'apprentissage forte qui permet d'augmenter et de soutenir le développement du secteur de la microfinance en Afrique sub-saharienne.

Le Réseau SEEP a estimé que toutes les associations de microfinance pourraient profiter d'un outil de diagnostic qui les aiderait à élaborer des interventions plus efficaces dans le domaine de la protection des clients. En fait, sans diagnostic clair et approfondi, les associations ont tendance à se limiter à des activités de première ligne telles que des formations générales à la protection des clients et l'inclusion de la protection des clients dans des codes de déontologie. Toutefois, une fois que les principes de base sont en place et compris par tous les membres, il est nécessaire de se concentrer sur des domaines dans lesquels la protection des consommateurs est faible et aider les membres à améliorer leurs pratiques à cet égard. C'est là que l'outil de diagnostic se montre indispensable : en déterminant le niveau de protection des consommateurs dans un domaine donné (par exemple, la transparence des prix, les mécanismes de recours internes et externes ou le recouvrement des dettes), l'association est donc ensuite en mesure de décider où elle doit intervenir, de renforcer les capacités des membres et de faire la liaison avec les entités chargées de la réglementation.

L'Outil de diagnostic PC se base sur la méthodologie que le CGAP a utilisé pour mener des études de diagnostic de la protection des consommateurs dans divers pays, y compris au Kenya, au Sénégal[2] et en RDC. Durant la conception de cet outil, la méthodologie a été simplifiée, adaptée et automatisée. Un exercice de diagnostic rapide a été mené au cours d'une formation RFLL à Dakar en mars 2012 et a mené les huit associations africaines impliquées dans le programme à travailler sur un diagnostic préliminaire de leurs marchés respectifs.

Le diagnostic préliminaire du Réseau des institutions de microfinance du Ghana (GHAMFIN) a été utilisé pour tester la version alpha de l'outil. Celui-ci a fait l'objet d'une seconde série de tests sur le terrain effectués par l'Association des institutions de microfinance du Rwanda (AMIR). Le CGAP, la Smart Campaign et le Réseau de microfinance du Pakistan (PMN) ont également apporté leurs réactions sur l'outil.

**2.** « Consumer Protection Diagnostic Study: Kenya » (« Étude diagnostique de la protection des consommateurs »), CGAP, janvier 2011. http://www.fsdkenya.org/pdf_documents/11-02-22_Consumer_diagnostic_study.pdf, consulté en septembre 2014. ; « Étude diagnostique: Protection des consommateurs de services de microfinance au Sénégal », CGAP, octobre 2011. http://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-fr-etudes-de-cas-protection-consommateurs-microfinance-au-senegal-10-2011.pdf, consulté en septembre 2014.

# III. Cadre d'analyse

L'Outil de diagnostic PC emploie un cadre d'analyse basé sur les principes de protection des clients qui doivent orienter la conduite des institutions financières. Ces principes ont été exprimés de diverses manières par différentes institutions.

La Smart Campaign, qui fait la promotion de la protection des clients dans le secteur de la microfinance en définit les sept principes essentiels : [3]

1. **Développement des produits et distribution appropriées.** Les prestataires prennent soin que les produits et canaux de distribution soient conçus pour qu'ils ne portent pas préjudice aux clients. Les produits et canaux de distribution sont conçus, en tenant compte des caractéristiques des clients.

2. **Prévention du surendettement.** Les prestataires prennent les mesures nécessaires pour s'assurer que les clients aient une capacité d'emprunt, sans risque de surendettement, durant toutes les phases du processus de crédit. De plus, les prestataires mettent en place et surveillent des systèmes internes qui soutiennent la prévention du surendettement et fournissent des efforts pour améliorer la gestion des risques de crédit du marché (comme le partage d'informations de crédit).

3. **Transparence.** Les prestataires fourniront des renseignements à la fois clairs, suffisants et en temps opportun d'une façon qui permette aux clients de les comprendre et de prendre une décision en connaissance de cause. L'accent est mis sur la nécessité d'avoir des informations transparentes sur la tarification, les conditions et les modalités des produits.

4. **Tarification responsable.** La tarification, les conditions et les modalités seront déterminées d'une manière qui soit abordable pour les clients, tout en permettant aux institutions financières d'être viables. Les prestataires s'efforceront de fournir de réels rendements positifs sur les fonds déposés.

5. **Traitement respectueux et équitable des clients.** Les prestataires de services financiers et leurs agents traiteront les clients de manière équitable et respectueuse. Ils ne pratiqueront aucune discrimination. Les prestataires veilleront à ce que des mesures de protection adéquates existent pour pouvoir repérer et corriger les cas de corruption ainsi que tout traitement agressif ou abusif par leurs agents et personnel, surtout pendant les phases de vente du prêt et de recouvrement de la dette.

6. **Confidentialité des données des clients.** La confidentialité des données personnelles d'un client sera respectée conformément aux lois et réglementations des pouvoirs juridictionnels individuels. Ces données ne seront utilisées qu'aux fins précisées au moment où les renseignements ont été recueillis ou dans la mesure permise par la loi, à moins qu'il n'en soit convenu autrement avec le client.

7. **Mécanismes de résolution des plaintes.** Les prestataires disposeront de mécanismes permettant d'intervenir et de réagir en temps opportun dans le cadre du règlement de plaintes et de problèmes pour leurs clients, et utiliseront ces mécanismes à la fois pour régler les problèmes individuels et pour améliorer leurs produits et services.

Les diagnostics CGAP sont basés sur les trois principes directeurs suivants :

1. **Reflet de la transparence des coûts et autres conditions**, qui passe par une communication claire des informations clés aux moments qui conviennent, avant, pendant et après la conclusion d'une opération financière, et par la promotion d'un concurrence saine entre les institutions financières.

2. **Assurance d'un traitement juste et éthique des clients**, y compris la manière dont les institutions traitent non seulement leurs clients mais également les questions associées au crédit (recouvrement de la dette, prévention et traitement du surendettement), la protection des dépôts et la protection des données personnelles.

3. **Offre de mécanismes de recours internes et externes** efficaces pour corriger les erreurs, traiter les demandes et résoudre les contentieux.

L'Outil de diagnostic PC incorpore ces classifications et se concentre sur les principes dont le bon fonctionnement dépend des règles juridiques et de la réglementation en vigueur.

**3.** La Smart Campaign, « The Client Protection Principles », http://www.smartcampaign.org/about/smart-microfinance-and-the-client-protection-principles, consulté en septembre 2014.

*Tableau 1: Les six domaines de l'Outil diagnostic PC de SEEP et les normes de pratique connexes*

| Domaine diagnostiqué | Normes de pratique |
|---|---|
| **1. Aperçu de la protection des clients** | **Les règles, règlementation et autoréglementation qui couvrent la protection des consommateurs et les institutions en charge de leur application.**<br><br>Cette section ne couvre pas les règles dans le détail pour chaque domaine. Au lieu de cela, elle donne un aperçu du cadre global de protection des clients. |
| **2. Transparence et tarification** | **Les IMF communiquent clairement les informations clés sur les produits aux clients et il existe des règles supportant ce principe.**<br><br>Dans de nombreux pays, les institutions font payer non seulement un taux d'intérêt pour leurs prêts mais également d'autres frais qui s'ajoutent au coût total. Ces coûts doivent être divulgués au client. La transparence des prix est également un aspect essentiel de la protection des clients pour d'autres produits, tels que les comptes de dépôt et d'épargne, les transferts et les produits d'assurance, si les IMF les proposent. Parmi les préoccupations dans ce domaine, on compte (1) la question de savoir si les lois et la réglementation limitent les taux d'intérêt et la tarification d'une manière ou d'une autre, (2) la question de savoir s'il existe des formules standards de calcul des prix des produits, particulièrement pour le crédit, (3) la divulgation des couts, (4) la compréhension des couts par les clients et (5) la concurrence sur les prix entre institutions financières. |
| **3. Traitement équitable et absence de discrimination** | **Les IMF assurent que tous les clients soient traités de manière équitable et conforme à la déontologie et qu'il n'y ait pas de discrimination.**<br><br>Tous les clients doivent être traités avec respect. Cela inclut le fait d'éviter toute discrimination basée sur le genre, l'appartenance ethnique, l'âge, la religion, etc. |
| **4. Protection des emprunteurs et déposants** | **Les IMF s'assurent que les emprunteurs ne soient pas surendettés et respectent la dignité de leurs clients lors du recouvrement des créances en retard.**<br><br>Les bureaux de crédit et les autres mécanismes de partage d'informations qui permettent aux IMF de vérifier les antécédents relatifs au crédit des clients constituent des outils importants pour la prévention du surendettement.<br><br>**Des règles et une réglementation existent pour assurer que les déposants soient protégés contre tout risque de perte de leur épargne :** Une supervision prudentielle adéquate est essentielle. Au-delà de cela, un mécanisme de protection des dépôts peut améliorer la sécurité des déposants. |
| **5. Mécanismes de recours** | **Les clients sont informés des mécanismes de recours qui sont à leur disposition et y ont accès pour trouver des solutions à leurs plaintes.**<br><br>La formalisation des mécanismes de recours au sein de chaque IMF est nécessaire. S'il n'est pas possible d'arriver à des solutions en interne, des mécanismes de recours non judiciaires externes doivent être mis en place. Les règles doivent préciser les mesures minimales que les IMF ont à adopter pour assurer que les clients aient accès à des mécanismes de recours efficaces. Ces règles doivent également encourager l'usage systématique de statistiques associées aux recours de manière à améliorer la protection des clients. |
| **6. Protection des données** | **Les clients sont protégés contre tout usage abusif ou détournement d'informations recueillies par les IMF sur leur personne, leur famille, leurs finances ou leur entreprise.**<br><br>Une loi ou de réglementation devrait exister pour couvrir le rassemblement, le traitement, l'usage, le stockage et la distribution des informations des clients. En pratique, il est important de savoir si les IMF partagent les informations avec d'autres entités et si leurs clients en sont informés. |

# IV. Description de l'Outil de diagnostic de la protection des clients sur le marché

L'Outil de diagnostic PC utilise un fichier Excel, facile d'utilisation; Le processus d'utilisation comprend trois parties principales:

1. **Introduction :** Informations de base sur le secteur et objectifs du diagnostic.
2. **Saisie des données :** sous la forme d'un questionnaire pour chacun des six domaines de diagnostic.
3. **Résultats et analyse :** Résultats présentés sous forme de tableau résumé et première version brute du rapport qui restitue le détail des résultats du diagnostic de protection des clients.

L'outil peut être utilisé en anglais, français, espagnol et portugais. La langue de préférence peut être sélectionnée dans l'onglet **Menu**.

*Figure 1: Outil diagnostic PC - Menu*

## *Section 1: Introduction*

Dans cette section, outre les renseignements de base tels que le pays, le nom de l'association de microfinance et la date de l'évaluation, l'analyste doit saisir :

- L'objectif principal du diagnostic et
- Tout objectif secondaire ou plus précis.

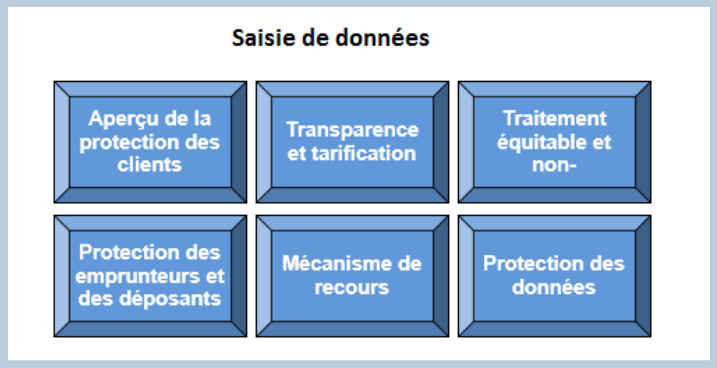
Ces informations apparaîtront dans le rapport, telles qu'elles sont saisies.

## *Section 2: Saisie des données dans les six domaines du diagnostic*

Cette partie de l'exercice repose sur des questionnaires conçus pour aider l'analyste à évaluer la qualité de la pratique dans chacun des six domaines du diagnostic de protection des clients :

- Aperçu de la protection des clients
- Transparence et tarification
- Traitement équitable et non-discrimination
- Protection des emprunteurs et déposants
- Mécanismes de recours
- Protection des données

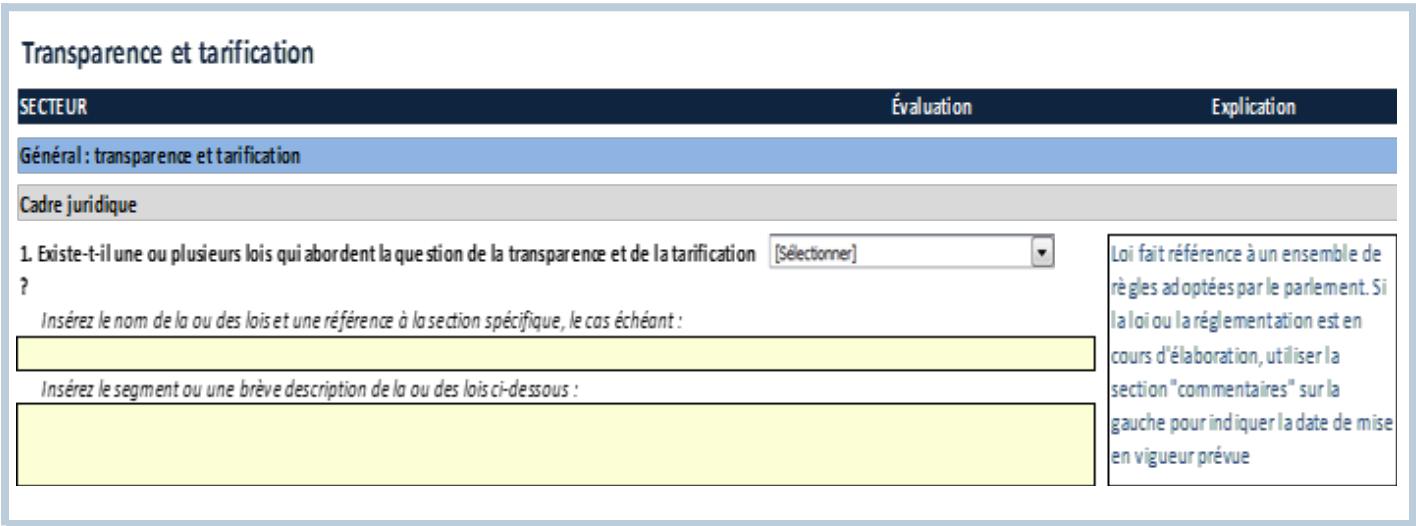
*Figure 2: Outil diagnostic PC - Saisie des données (Menu)*




Pour chacune des questions, l'analyste devra sélectionner une mesure d'évaluation/réponse dans le menu déroulant qui présente les options prédéfinies par l'outil. Dans les cas où plusieurs réponses peuvent être valables, l'analyste peut choisir plusieurs réponses en cochant les cases qui conviennent.

Outre la nécessité d'une mesure d'évaluation/réponse, plusieurs questions exigent que l'analyste ajoute des détails qualitatifs dans des encadrés spécialement conçus (par exemple, le nom de la loi relative à la protection des clients). Pour toute autre question, l'outil inclut l'option de fournir des commentaires et des explications dans *l'encadré texte sous la question*, au cas où l'analyste disposerait de détails utiles sur le domaine qui est évalué. Ces commentaires/explications apparaîtront dans le rapport qui sera généré de manière automatique (cf. section 4, ci-dessous). L'analyste a également la possibilité d'ajouter ses notes de travail dans la colonne Notes de l'évaluateur. Ces notes *n'apparaîtront pas* dans le rapport qui sera généré de manière automatique.

*Figure 3: Outil diagnostic PC - L'écran pour l'entrée de données du domaine*




Il est obligatoire de saisir une mesure d'évaluation/réponse à chacune des questions, dans les six domaines. Toutefois, l'outil sautera certaines questions de manière automatique lorsque cela est nécessaire, par exemple, s'il n'existe pas de règles en matière de limitation des couts, les questions de détails sur cette limitation n'apparaitront pas. Une fois que tous les questionnaires sont remplis, les résultats du diagnostic sont disponibles.

## *Section 3 : Résultats et analyse : Rapport*

La première partie de cette section inclut un **Tableau résumé,** qui est produit de manière automatique à partir des réponses fournies. Il offre un aperçu des résultats diagnostiqués par l'outil. Au sein de chacun des six domaines évalués, les lecteurs peuvent avoir un aperçu du niveau d'adéquation des systèmes et du cadre juridique, des pratiques du secteur et des expériences des clients par rapport aux meilleures pratiques ; les résultats sont classés selon les niveaux suivants :

- Répond aux conditions de base,
- Travail en cours mais améliorations nécessaires ou
- Inadapté.

*Figure 4: Outil diagnostic PC- Résultats et analyse (Menu)*

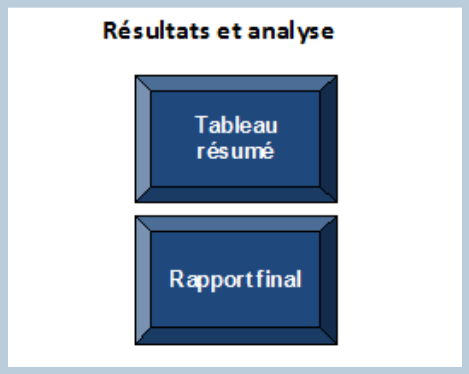



*Figure 5: Outil diagnostic PC - Exemple de Tableau résumé*

| Domaines de protection des clients | Systèmes et cadre juridique | Pratiques du secteur | Expérience des clients |
|---|---|---|---|
| Cadre juridique de protection des clients dans le pays | ◑ | Non applicable | Non applicable |
| Transparence | | | |
| Produits de crédit | ● | ○ | ◑ |
| Dépôts et autres produits | ◑ | ○ | ○ |
| Traitement équitable | ◑ | ◑ | ○ |
| Protection des clients | | | |
| Emprunteurs | ◑ | ◑ | ◑ |
| Déposants | ○ | ◑ | ● |
| Mécanismes de recours | ● | ◑ | ○ |
| Protection des données | ● | ● | ◑ |

| Legend |
|---|
| ● Remplit les conditions de base |
| ◑ En cours mais nécessite une amélioration |
| ○ Inadéquat |

## *Première version du rapport de diagnostic de la protection des clients sur le marché*

La deuxième partie de la section sur les résultats et l'analyse comprend une première version du rapport qui résume automatiquement les détails et l'analyse qualitative saisis par l'analyste dans chacun des six domaines. Il est important de remarquer qu'il s'agit **simplement d'une première version du rapport. L'analyste doit lire la formulation suggérée dans le rapport et ensuite compléter le texte, le modifier au niveau du langage et du contenu et le transposer sous la forme d'un document Word ou d'un document de ce type pour créer un rapport final qui peut être partagé avec d'autres parties.**

Veuillez-vous reporter à l'Annexe 1 pour un exemple de première version d'un rapport.

# V. Processus

L'utilisation de l'Outil de diagnostic de protection des clients se fait selon un processus en trois étapes. La première étape consiste à établir les objectifs et à planifier des entretiens avec les parties prenantes. La deuxième étape implique la collecte de données, y compris un passage en revue des documents, des entretiens avec les parties prenantes et les propres observations de l'analyste. À la dernière étape, l'analyste remplit un questionnaire pour chacun des six domaines et génère le rapport final.

**Étape 1**

### Préparation

Mise en place des objectifs du diagnostic.

Élaboration d'un calendrier pour les entretiens avec les parties prenantes.

**Étape 2**

### Collecte de données

Passage en revue des documents

Entretien avec les parties prenantes

Propres observations de l'analyste

**Étape 3**

### Évaluation et rapport

L'analyste remplit un questionnaire pour chacun des six domaines et génère le rapport final.

### *Entretiens suggérés avec les parties prenantes :*

- **Banque centrale**
- **Ministère des finances ou toute autre entité publique en charge de la politique en matière de microfinance**
- **Autres parties prenantes du secteur public ayant un rôle ou une influence dans l'inclusion financière**
- **Agence nationale pour la protection des clients, le cas échéant, ou organisme/département du même type**
- **Membres du conseil d'administration des associations des institutions financières pertinentes, telles que les associations de microfinance, les associations de banques (si les banques offrent des services de microfinance), etc.**
- **Représentants des bureaux de crédit, s'ils existent sur le marché**
- **Responsables de IMF et autres institutions impliquées dans la microfinance (dans l'idéal, un échantillon représentatif de chaque type d'institutions)**
- **Clients (dans l'idéal, un échantillon représentatif des clients de chaque type d'institutions)**

Veuillez noter qu'il serait utile de passer en revue les questionnaires de l'outil avant tout entretien avec les parties prenantes pour se souvenir de couvrir tous les sujets. De même, envisagez la possibilité de la technique du « client mystère » dans le cadre de laquelle l'analyste ou un autre membre de l'équipe prétend être un client qui demande des informations sur les produits auprès des prestataires.

### *Suggestions de documents à passer en revue :*

- **Les lois et la réglementation du pays en ce qui concerne la protection des clients des institutions financières**
- **Codes de conduite/de déontologie**
- **Listes des produits à la disposition du public chez divers prestataires de services financiers**
- **Toute revue, rapport ou évaluation du secteur financier qui serait disponible**
- **Contrats de prêts et d'ouverture de comptes par les clients ou tout autre formulaire que les clients reçoivent lorsqu'ils soumettent une demande de produit**
- **Données pertinentes sur les clients disponibles au niveau des prestataires de services financiers**
- **Exemplaire de rapport de crédit sur les particuliers disponibles au niveau des bureaux de crédit, s'ils existent sur le marché**
- **Documents des institutions financières ayant trait aux couts des produits, à la publicité des produits, à la gestion des défauts de paiement, à la protection des déposants**

# Annexe 1: Plan du rapport

Introduction

i. Aperçu de la protection des clients

ii. Transparence et tarification

- a. Partie 1 : Règles générales sur la transparence et tarification
- b. Partie 2 : Produits de crédit
- c. Partie 3 : Dépôts, épargne et autres produits

iii. Traitement équitable et discrimination

iv. Protection des emprunteurs et déposants

v. Mécanismes de recours

vi. Protection des données

# Remerciements

Cette première version de l'Outil de diagnostic de la protection des clients dans le secteur de la microfinance a été produite par le Réseau SEEP dans le cadre d'une activité du programme de Finance responsable par le biais du leadership local (RFLL), un partenariat de quatre ans avec la Fondation MasterCard pour améliorer les capacités de gestion des associations de microfinance, et promouvoir la transparence financière et la protection des clients.

L'outil de diagnostic de la protection des clients est basé sur la méthodologie CGAP qui a été utilisée pour mener des études de diagnostic de la protection des consommateurs dans divers pays.[4] Les normes détaillées mises en place par la Smart Campaign[5] ont également été utilisées pour l'élaboration de cet outil.

L'auteur principal de ce Guide a été Diana Dezso. Dominique Brouwers a dirigé le développement de l'outil pour SEEP et a contribué à la production de ce Guide.

Un remerciement tout particulier va à l'équipe de SEEP, spécifiquement à Mariana Marinho, Sharon D'Onofrio and Bintou Ka-Niang, qui ont encouragé l'élaboration de l'outil et ont pu effectuer des révisions de qualité, ainsi qu'aux consultants du programme RFLL qui ont travaillé quotidiennement avec les associations impliquées dans le programme.

Nous nous devons de remercier tout spécialement les organisations et associations de microfinance suivantes de leurs contributions à l'élaboration de cet outil par le biais de tests et/ou de retour d'informations:

- CGAP
- La Smart Campaign
- Ghana MicroFinance Institutions Network (GHAMFIN ou Réseau des institutions de microfinance du Ghana)
- Association of Microfinance Institutions in Rwanda (AMIR ou Association des institutions de microfinance du Rwanda)
- Pakistan Microfinance Network (PMN ou Réseau de microfinance du Pakistan)

**4.** Pour des exemples d'études diagnostiques sur les consommateurs CGAP, voyez, par exemple, la note 2.

**5.** http://smartcampaign.org/about/smart-microfinance-and-the-client-protection-principles.

# À propos de SEEP

SEEP est un réseau mondial d'apprentissage. Nous explorons des stratégies qui créent de nouvelles et de meilleures possibilités pour les populations vulnérables, en particulier les femmes et les ruraux pauvres, de participer à des marchés et améliorer la qualité de leur vie.

Fondée en 1985, SEEP a été un pionnier dans le mouvement du microcrédit et a contribué à jeter les bases des efforts actuels pour l'inclusion financière. Au cours des trois dernières décennies, nos membres ont continué de servir de terrain d'essai pour les stratégies innovantes qui favorisent l'inclusion, de développer des marchés concurrentiels, et d'améliorer le potentiel des moyens de subsistance des pauvres.

Les membres de SEEP travaillent ensemble et avec d'autres parties prenantes à mobiliser les connaissances et favoriser l'innovation, la création de possibilités de collaboration significative et, surtout, pour intensifier l'impact.

**Copyright © 2014**
**The SEEP Network**

*Des extraits de cette publication peuvent être reproduits ou adaptés pour répondre aux besoins locaux sans autorisation préalable du réseau SEEP, sous réserve que les extraits ainsi utilisés soient distribués gratuitement ou à prix coûtant, sans recherche de profit. Le réseau SEEP et « Outil de diagnostic de la protection des clients dans le secteur de la Microfinance : Guide de l'utilisateur » devront être mentionné comme source de ces extraits.*

seep
Powering connections

**The SEEP Network**

1611 North Kent Street, Suite 610
Arlington, VA 22209

**T:** 202.534.1400 | **F:** 703.276.1433
**www.seepnetwork.org**