



***Créer un label de confiance —  
en microfinance et au-delà —  
pour signifier un engagement à  
un changement positif et durable  
pour les personnes vivant dans  
la pauvreté.***

## ***Table des matières***

Qu'est-ce que Truelift.....	3
Comment participer : Communauté de Pratique.....	4
Définition de « Pauvreté » .....	6
Performance – À quoi ressemble une IMF en faveur des personnes vivant dans la pauvreté ?.....	8
Trois principes en faveur des personnes vivant dans la pauvreté	10
Vérification – Étapes vers la reconnaissance .....	12
Comment participer .....	16
Dirigeants et Supporters.....	18
Quelles sont les activités de Truelift ? .....	21

# Qu'est-ce que Truelift ?

Truelift est un label de confiance — en microfinance et au-delà — pour signifier un engagement à un changement positif et durable pour les personnes vivant dans la pauvreté.

Le label permettra d'accomplir ceci grâce à des analyses comparatives, au partage de pratiques efficaces et à la promotion d'une communauté d'apprentissage entre toutes les parties prenantes – en mettant l'accent sur celles qui agissent véritablement au service de ceux qui vivent dans la pauvreté.

Le label est favorable aux personnes vivant dans la pauvreté et repose sur trois Principes en faveur des personnes vivant dans la pauvreté, liés au ciblage délibéré des personnes qui vivent en situation de pauvreté, à la réponse à leurs besoins et au suivi de leurs progrès au fil du temps.

Truelift est une communauté globale d'apprentissage axée sur les résultats, pour les millions de personnes vivant dans la pauvreté, dans le développement de leurs propres voies vers l'amélioration de leurs conditions de vie avec des services financiers et autres adéquats. Le label travaille étroitement avec ses partenaires, apprenant, partageant et s'améliorant à mesure des progrès mutuels.

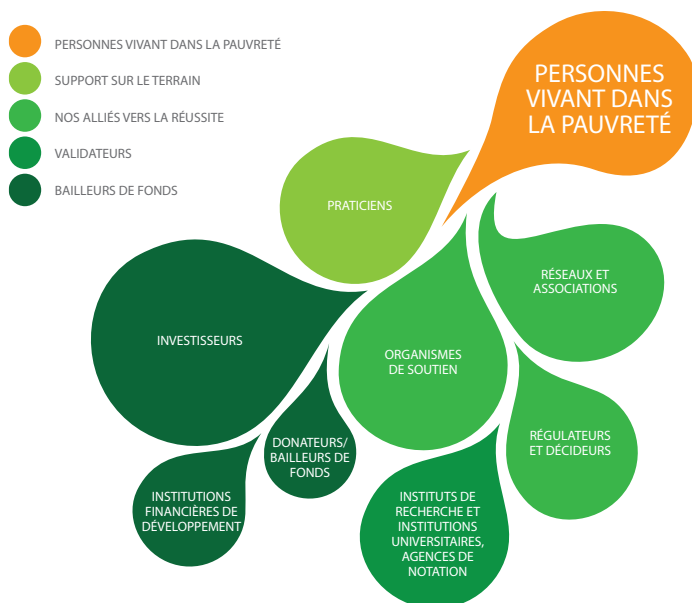
Nos standards sont élevés, nos idéaux le sont plus encore et nous continuerons, en tant que Communauté de Pratique dévouée, à améliorer à la fois la vie des personnes vivant dans la pauvreté et nos standards de travail pour soutenir ce parcours.

## ***Engagement Initial***

Hébergée par Truelift et la Social Performance Task Force, la Communauté de Pratique de la Microfinance axée sur la Pauvreté est un environnement d'apprentissage pour toute personne engagée dans la microfinance en faveur des personnes vivant dans la pauvreté. C'est la perspective d'améliorer la qualité de vie de ceux qui vivent dans la pauvreté qui a amené bon nombre d'entre nous à la microfinance en premier lieu! La Communauté de Pratique propose un espace à ceux qui démontrent une intention sérieuse d'atteindre et d'aider les personnes vivant dans la pauvreté, pour apprendre et grandir ensemble – en partageant de bonnes pratiques, des outils efficaces et des ressources dans le but de manifester notre vision pour le futur de la microfinance en faveur des personnes vivant dans la pauvreté.

## ***Améliorer les Pratiques en faveur des personnes vivant dans la pauvreté***

L'objectif est d'améliorer les pratiques en faveur des personnes vivant dans la pauvreté pour tous les membres de la Communauté de Pratique, en accordant la priorité aux trois Principes en faveur des Personnes vivant dans la pauvreté : un ciblage délibéré des personnes qui vivent en situation de pauvreté, des Services qui répondent aux besoins des personnes vivant dans la pauvreté et un suivi des changements pour les personnes vivant dans la pauvreté. En se concentrant sur ces trois thèmes et en fournissant des outils et ressources à tous les stades de la pratique de la microfinance en faveur des personnes vivant dans la pauvreté, la Communauté de Pratique fera progresser les pratiques en faveur des personnes vivant dans la pauvreté à travers un apprentissage collectif, de façon communautaire.



## *Chemins vers de meilleurs résultats*

En se concentrant sur des modèles efficaces, la Communauté de Pratique définit les chemins vers de meilleurs résultats. Il existe différents types d'organisations dans le paysage diversifié de la microfinance, comme l'indique le diagramme ci-dessus. Dans la mesure où il n'y pas qu'un seul chemin vers l'efficacité de la microfinance en faveur des personnes vivant dans la pauvreté, la Communauté de Pratique recueille et partage des outils et ressources, pertinents pour toute forme et taille d'organisation en faveur des personnes vivant dans la pauvreté. Dirigée par divers intervenants du secteur, la Communauté de Pratique est un environnement d'apprentissage dynamique qui offre de nombreux exemples variés des pratiques de microfinance en faveur des personnes vivant dans la pauvreté, couvrant des régions et des contextes du monde entier.

Pour rejoindre la Communauté de Pratique, visitez le site [www.truelift.org](http://www.truelift.org).

## Comment définissons-nous la « pauvreté » ?

*Comme référence mondiale simple, Truelift utilise un seuil de pauvreté qui se rapproche des 40 % de la population se trouvant au plus bas de l'échelon.*

### Un plan simple

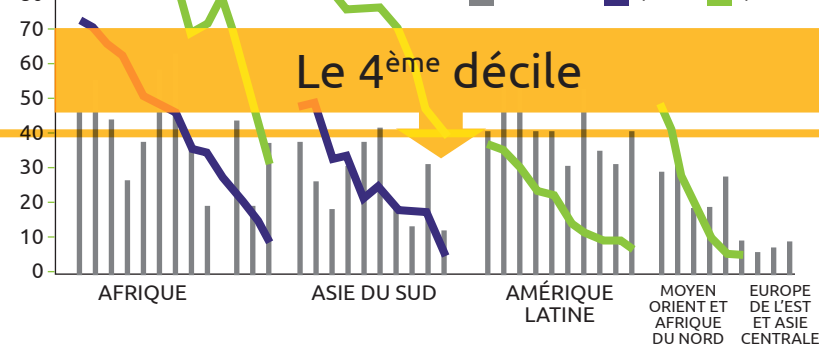
De nombreuses mesures de la pauvreté ont été établies durant les deux dernières décennies dans le cadre de nos efforts mondiaux de lutte contre la pauvreté. Des centaines de seuils de pauvreté nationaux ont été fixés par les gouvernements de chaque pays, et des institutions comme la Banque mondiale ont utilisé des chiffres allant de 1,00 \$ à 2,50 \$ par jour. Des universitaires et organisations ont même mis au point leurs propres indicateurs de pauvreté pour répondre à la complexité de la mesure de la pauvreté. En cherchant à comparer les niveaux de pauvreté d'une façon moins compliquée, tout en reconnaissant la diversité régionale des pays du monde entier, Truelift s'appuie sur le travail de tous ceux œuvrant dans le domaine de la lutte contre la pauvreté qui ont cherché à déterminer un seuil de pauvreté.

## Taux de pauvreté national - régional

Pourcentage des ménages sous différents seuils de pauvreté

■ National ■ \$1.25 ■ \$2.50

Le 4<sup>ème</sup> décile



Données pour les pays avec PPI (Progress out of Poverty Index): données nationales récentes fiables, différents seuils de pauvreté (Mark Schreiner, GF)

Graphique conçu par Frances Sinha

Dans de nombreux pays, le seuil de pauvreté national est similaire au quatre décile inférieur, comme le montre le graphique de la page 6. Cette définition reflète intentionnellement un niveau qui se veut pratique, réalisable et pertinent à une profonde inclusion financière. De façon générale, il représente la moitié inférieure des personnes exclus du système financier. Afin de reconnaître les IMFs qui ont ciblé plus précisément les plus pauvres, les indicateurs de Truelift indiquent aussi le pourcentage des clients figurant aux deux déciles inférieurs.

## ***Reconnaître la complexité***

En réalité, cependant, nous savons que la définition de la pauvreté n'est pas aussi simple ! Quoiqu'il soit bien sûr important de s'assurer que la collecte de données requise est simple et le coût reste abordable pour les praticiens, tenir compte des facteurs contextuels est également essentiel pour une méthodologie précise. Par exemple, lorsque nous cherchons à déterminer ce qu'est la pauvreté en Jordanie, en Bulgarie, en Inde, au Cambodge et au Honduras – il est clair que nous allons observer des contextes très différents dans ces pays. Afin de tenir compte de ce contexte, Truelift définira des points de référence spécifiques par pays : dans les pays à faible revenu, le point de référence peut approcher environ 60 %, tandis que dans les pays à revenu élevé, il peut être seulement d'environ 20 % – ce sont des exceptions faites pour les valeurs exceptionnelles, mais pour la majorité des pays en développement, les "40 % inférieurs" semblent plus étroitement décrire la façon dont les nations définissent elles-mêmes la pauvreté. La définition de la pauvreté de Truelift représentera aussi les différences contextuelles régionales, comme dans le cas de l'Inde, et la région rurale de Manipur, hors du Bangladesh et de la région de Rohini, où se trouve New Delhi. Truelift reconnaîtra aussi bien la pauvreté rurale et urbaine, l'aide aux communautés marginalisées et autres indicateurs de pauvreté utilisés par une IMF.

*Performance :  
À quoi  
ressemble une  
IMF en faveur  
des personnes  
vivant dans la  
pauvreté ?*

**Mesurer.**

**Apprendre.**

**Changer.**

Les étapes progressives de Truelift reflètent à la fois la qualité de la documentation des trois principes en faveur des personnes vivant dans la pauvreté et l'évaluation des progrès du fournisseur de services pour atteindre son objectif de lutte contre la pauvreté. Tout fournisseur de services ayant une intention sérieuse peut atteindre la première étape — rejoindre une Communauté de Pratique de membres favorables aux personnes vivant dans la pauvreté qui apprennent mutuellement les uns des autres et de leurs pairs, déjà reconnus par Truelift.

Ce qui suit détaille ce qu'une IMF en faveur des personnes vivant dans la pauvreté aura réalisé en matière de performance au niveau des trois Principes en faveur des Personnes vivant dans la pauvreté.

**Les fournisseurs de services financiers qui auront été reconnus par Truelift servent d'exemple** aux autres pour obtenir les mêmes résultats: des services dédiés aux personnes vivant dans la pauvreté et apportent une vraie différence dans leur vie.

**Ceci ne signifie pas que les IMF reconnues par Truelift soient parfaites.** Ces fournisseurs de services financiers sont tout simplement plus avancés que d'autres sur l'une des nombreuses voies possibles vers leur destination. Ils sont les chefs de file que les autres peuvent suivre. Ils montrent l'exemple pour inspirer et inciter les autres à avancer sur la base des trois Principes en faveur des Personnes vivant dans la pauvreté.



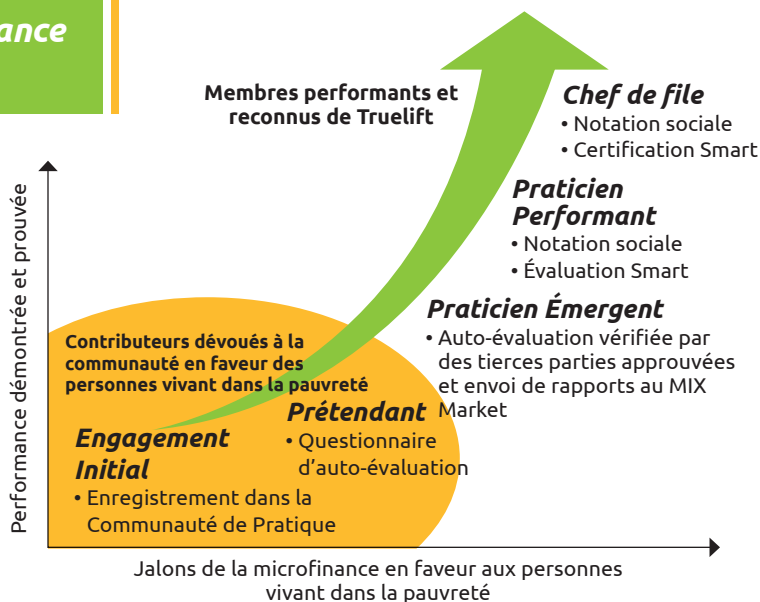
**Un bénéficiaire de Truelift a prouvé qu'au moins certains de ses services touchent les personnes vivant dans la pauvreté en comparaison avec la grande majorité de leurs compatriotes, et même en comparaison avec la majorité de l'humanité.** Ils peuvent attester de cette portée puisqu'ils ont réellement évalué la pauvreté d'un échantillon représentatif ou de tous leurs clients — en utilisant une évaluation raisonnablement précise et crédible de la pauvreté. L'évaluation indique non seulement leur succès à toucher les clients pauvres, mais aussi leur ferme intention de réaliser cet objectif.

**Un bénéficiaire de Truelift a montré qu'au moins certains de ses produits et services sont conçus spécifiquement pour les personnes vivant dans la pauvreté.** Ils le prouvent en démontrant le processus de conception de produits et de services : ils ont identifié les personnes vivant dans la pauvreté parmi leurs clients; ils étudient les besoins et les contraintes de ces clients; ils conçoivent et testent les produits et services spécialement pour ces clients et rectifient en fonction de la réponse de ces clients jusqu'à ce qu'ils soient confiants que les clients utilisent les services et produits de telle sorte qu'ils offrent des avantages pour les clients et leurs familles.

**Un bénéficiaire de Truelift a montré qu'au moins une partie de la situation économique de ses clients pauvres est suivie au fil du temps afin d'évaluer l'influence apparente des services et des produits sur leur vie.** Il ne s'agit pas ici d'effectuer une recherche pour étudier les changements qui peuvent être attribués aux produits et services. C'est tout simplement l'effort de mesurer les progrès au fil du temps et une réponse aux preuves de l'absence de changement ou au changement positif ou négatif, en posant des questions plus profondes sur ce que le prestataire de services pourrait améliorer au profit de tous les clients. Le fournisseur de services fait un suivi continu et s'adapte jusqu'à ce qu'il observe un changement plus positif dans la vie des clients pauvres et moins de preuves de stagnation ou de recul.

Principes en faveur des clients Pauvres	Catégories	Pratiques Essentielles
<b>Principe en faveur des clients pauvres No 1 : Un ciblage délibéré des personnes qui vivent en situation de pauvreté</b>	Intention et Stratégie	Projet et systèmes pour offrir des services aux personnes pauvres , définis par rapport aux seuils de pauvreté pertinents dans les différentes régions (correspondant approximativement aux 40 % inférieurs dans les pays à revenu moyen, aux 60 % inférieurs dans les pays à faible revenu, et aux 20 % inférieurs dans les pays à revenu élevé)
	Qualité des Mesures, des Données et Analyse	Mesure de la pauvreté pour l'ensemble ou un échantillon représentatif des clients dès leur arrivée, à l'aide de méthodes de collecte et de contrôles qui génèrent des données robustes et une analyse adéquate
	Résultats obtenus	Pourcentages des nouveaux clients au-dessous de certains seuils de pauvreté, ou d'indicateurs de pauvreté, par rapport au pourcentage de la population nationale ou régionale
	Utilisation des résultats	Les résultats sont rapportés au Conseil d'Administration et à la Direction régulièrement puis sont utilisés pour surveiller les objectifs et influencer les décisions opérationnelles et stratégiques concernant l'expansion géographique, les modes de distribution et le développement de produits
<b>Principe en faveur des clients pauvres No 2 : Des services qui satisfont les besoins des personnes vivant dans la pauvreté</b>	Intention et Stratégie	La conception des produits et services est dictée par les systèmes en place pour tenir compte continuellement des nouvelles idées concernant les besoins des clients pauvres, les contraintes et les comportements lors de l'arrivée dans l'IMF et au fil du temps
		Processus en place pour reconnaître et soutenir les clients se trouvant dans des situations vulnérables ou souffrant de stress financier
	Qualité des Mesures, des Données et Analyse	Des systèmes robustes de protection, de fidélisation et de contrôle de la qualité des services offerts à la clientèle pauvre, avec une attention particulière portée aux commentaires et expériences du client et de l'agent de terrain, génèrent des données de bonne qualité et une analyse adéquate
	Résultats obtenus	La preuve de l'utilisation des produits/services par les clients pauvres, ainsi que leurs commentaires et leur fidélité indiquent que les produits/services et la protection offerte sont adéquates pour les clients pauvres et leurs familles
Utilisation des résultats	Les résultats sont rapportés au Conseil d'Administration et à la Direction régulièrement et sont utilisés pour évaluer et améliorer la qualité des produits et des services et de leurs modes de distribution	
<b>Principe en faveur des clients pauvres No 3 : Un suivi des progrès réalisés par les personnes vivant dans la pauvreté</b>	Intention et Stratégie	Le suivi systématique des progrès des clients pauvres et de leur famille reposent sur des indicateurs propres aux objectifs de l'institution concernant la lutte contre la pauvreté
	Qualité des Mesures, des Données et Analyse	Le suivi continu des clients pauvres au fil du temps, effectué via des échantillons représentatifs ou par des méthodes de recensement traditionnel, et à l'aide de mesures des indicateurs choisis raisonnablement précises et crédibles, génère des données de qualité et une analyse adéquate
	Résultats obtenus	Preuves de changement dans la vie des clients pauvres et de leur famille au fil du temps, ventilées par lieu, sexe, utilisation du service et à partir des valeurs initiales de l'état de pauvreté
	Utilisation des résultats	Le Conseil d'Administration et la Direction tirent les conclusions pratiques des rapports de recherche et les appliquent pour passer en revue les objectifs sociaux, l'efficacité des services et pour réfléchir de façon stratégique sur les moyens d'ajouter de la valeur pour les clients pauvres, ainsi que sur les besoins de recherches supplémentaires

## Vérification : Les étapes vers la reconnaissance



Jalons de Truelift	Description	Critères de performance	Critères de vérification
Engagement Initial	<p>Le point de départ est un engagement initial à servir les personnes vivant dans la pauvreté. En rejoignant la Communauté de Pratique, l'IMF montre son engagement au service des pauvres.</p> <p>En affirmant son engagement, l'IMF confirme que ses objectifs incluent le ciblage délibéré des personnes qui vivent en situation de pauvreté, la mise à disposition de produits et services qui répondent aux besoins des personnes vivant en situation de pauvreté et le suivi des progrès des clients pauvres au fil du temps.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aucune</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enregistrement dans la Communauté de Pratique, confirmée par le Secrétariat de Truelift</li> </ul>

Jalons de Truelift	Description	Critères de performance	Critères de vérification
Prétendant (Aspirant)	Après avoir rejoint la Communauté de Pratique, l'IMF finalise une auto-évaluation afin de diagnostiquer ses forces et faiblesses en tant qu'institution en faveur des pauvres. À ce stade, l'IMF devient un prétendant Truelift.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avoir des objectifs comprenant le ciblage délibéré des personnes qui vivent en situation de pauvreté et le suivi des résultats pour ces clients au fil du temps.</li> <li>• Participer à la Communauté de Pratique de la Social Performance Task Force en tant que forum pour l'apprentissage et le partage des bonnes pratiques entre les membres.</li> <li>• S'engager à appliquer les principes en faveur des pauvres et à remplir une fiche d'auto-évaluation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiche d'auto-évaluation remise au Secrétariat de Truelift</li> </ul>
Praticien Émergent (Emerging)	Pour être un Praticien Émergent de Truelift, les IMF's doivent faire preuve de transparence en termes de durabilité, de performance financière responsable, de Principes de Protection des Clients et de Standards Universels de Gestion de Performance Sociale – et démontreront des performances raisonnables et une note minimale appropriée au niveau des trois principes en faveur des pauvres. Les IMF's émergentes doivent contribuer à la Communauté de Pratique.	<p>Répondre à quatre des six critères suivants, avec l'intention de les compléter tous:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Durabilité et performance financière responsable</li> <li>• Conformité avec les Principes de Protection des Clients</li> <li>• Conformité avec les Standards Universels de Gestion de Performance Sociale</li> <li>• Principe No 1 en faveur des pauvres : ciblage délibéré des personnes qui vivent en situation de pauvreté</li> <li>• Principe No 2 en faveur des pauvres : Services</li> <li>• Principe No 3 en faveur des pauvres : Suivi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vérification de l'autoévaluation par une tierce partie approuvée</li> <li>• Rapports sur la performance financière et sociale adressés au MIX Market</li> </ul>

Jalons de Truelift	Description	Critères de performance	Critères de vérification
Praticien Performant (Achiever)	Les Praticiens Performants de Truelift devront faire preuve de transparence et montrer un niveau approprié de conformité avec les normes de qualifications pour la performance financière, la durabilité, les Principes de Protection des Clients et les Standards Universels de Gestion de Performance Sociale—tout en apportant des preuves qui auront été vérifiées par une tierce partie. En outre, les Praticiens Performants démontreront une bonne performance au niveau des trois Principes en faveur des Pauvres.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Répondre de façon suffisante aux critères de qualifications relatifs à : <ul style="list-style-type: none"> <li>— la durabilité et la performance financière responsable</li> <li>— les Principes de Protection des Clients</li> <li>— les Standards Universels de Gestion de Performance Sociale</li> </ul> </li> <li>• Montrer une bonne performance et une note minimale appropriée au niveau du : <ul style="list-style-type: none"> <li>— Principe No 1 en faveur des pauvres : ciblage délibéré des personnes qui vivent en situation de pauvreté</li> <li>— Principe No 2 en faveur des pauvres : Services</li> <li>— Principe No 3 en faveur des pauvres : Suivi</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notation sociale au moyen du module Truelift</li> <li>• Évaluation SMART ou équivalent</li> </ul>
Chef de file (Leader)	Les Chefs de file de Truelift, bénéficiaires du Label d'Excellence en faveur des Pauvres, satisfont pleinement les critères de qualification, y compris la durabilité, la performance financière responsable, les Principes de Protection des Clients et les Standards Universels de Gestion de Performance Sociale et montrent leur force dans chacun des trois Principes en faveur des Pauvres. Les Chefs de file apportent des preuves validées par l'une des agences de notation spécialisées participantes et ont obtenu une certification Smart.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfaire pleinement aux critères de qualifications relatifs à : <ul style="list-style-type: none"> <li>— la durabilité et la performance financière responsable</li> <li>— les Principes de Protection des Clients</li> <li>— les Standards Universels de Gestion de Performance Sociale</li> </ul> </li> <li>• Exceller dans chaque Principe en faveur des Pauvres et atteindre la note minimale requise sur la fiche d'évaluation <ul style="list-style-type: none"> <li>— Principe No 1 en faveur des pauvres : ciblage délibéré des personnes qui vivent en situation de pauvreté</li> <li>— Principe No 2 en faveur des pauvres : Services</li> <li>— Principe No 3 en faveur des pauvres : Suivi</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notation sociale à laquelle s'ajoute le module Truelift</li> <li>• Certification Smart</li> </ul>



©Karl Grobl for Freedom from Hunger

Courtoisie de FFH

**Burkina Faso:** Un agent de terrain, associé à un partenaire local de Freedom from Hunger, répond aux questions de femmes sur le mode de transmission du paludisme. Beaucoup apprennent pour la première fois que le paludisme est transmis par les moustiques qui ne piquent que pendant la nuit, dormir sous une moustiquaire se révèle donc particulièrement efficace pour lutter contre le paludisme. Freedom from Hunger développe des cartes illustrées que les femmes peuvent garder et utiliser comme référence lorsqu'elles décideront d'emmenner leurs enfants voir le médecin, ou lorsqu'elles préparent des doses de médicaments antipaludique.

### **Comment faire la demande de la Reconnaissance Truelift**

Truelift reflète non seulement la **performance** des activités de l'IMF en faveur des personnes vivant dans la pauvreté, mais aussi de la solidité des preuves la justifiant. L'Évaluation Truelift revêt deux formes : une auto-évaluation pour usage interne ou à présenter à un tiers vérificateur et un module Truelift qui s'ajoute à la notation sociale existante (pour les deux dernières étapes de la Reconnaissance Truelift).

Truelift cherche des organisations qui ont déjà réalisé des progrès dans l'un ou plusieurs des trois Principes en faveur des Personnes vivant dans la pauvreté. Les candidats particulièrement prometteurs sont ceux qui manifestent une intention sérieuse de contacter et d'aider les personnes vivant dans la pauvreté et qui ont obtenu une bonne note (ou en obtiendraient une éventuellement) dans une notation sociale effectuée par l'une des agences de notation spécialisées (démontrant ainsi leur conformité avec les Standards Universels de Gestion de Performance Sociale<sup>1</sup>, y compris les Principes de Protection des Clients<sup>2</sup>).

#### **Étape 1: Rejoignez la Communauté de Pratique axée sur la Pauvreté et partagez vos objectifs en faveur des personnes vivant dans la pauvreté et vos défis.**

L'adhésion est gratuite la première année.

<sup>1</sup> <http://sptf.info/images/usspm%20french%2012.11.12%20final.pdf>

<sup>2</sup> <http://www.smartcampaign.org/au-sujet-de-la-campagne/la-smart-microfinance-et-les-principes-de-protection-des-clients>

## **Étape 2: Compléter la fiche d'auto-évaluation de Truelift.**

(À l'avenir, les indicateurs de Truelift seront incorporés à la version 4<sup>4</sup> de l'outil SPI<sup>3</sup> CERISE). La note de l'auto-évaluation soulignera les forces et les faiblesses des IMFs dans leurs efforts pour contacter les clients pauvres, répondre à leurs besoins et suivre les progrès réalisés au fil du temps.

**Étape 3: Planifier un examen externe de l'auto-évaluation achevée en vue de préparer le terrain pour la Reconnaissance Truelift.** Ceci implique la soumission de l'auto-évaluation au Secrétariat de Truelift qui prendra les dispositions nécessaires pour la vérification sur place par l'un des vérificateurs agréés de Truelift.

**Étape 4: La Reconnaissance à l'étape Praticien Performant ou Chef de file requiert une notation sociale, y compris le module de Truelift par l'une des agences de notation participantes :** MicroFinanza Rating, Planet Rating et M-CRIL. Les IMFs qui ont reçu une notation sociale au cours des 24 derniers mois, mais sans le module de Truelift, peuvent obtenir une évaluation de Truelift à coût réduit.

Visitez le site [www.truelift.org](http://www.truelift.org) pour compléter l'autoévaluation de Truelift et/ou pour obtenir l'évaluation de Truelift dans le cadre d'un module complémentaire à une notation sociale existante.

---

<sup>3</sup><http://www.cerise-micro-finance.org/>

<sup>4</sup>Disponible début 2015 — d'ici là, un outil d'auto-évaluation temporaire sera disponible sur le site web de Truelift



## *Dirigeants et Supporters*

\* Membre du Comité exécutif

\*\* Coprésident du Comité exécutif

\*\*\* Président du Comité technique

### ***Comité directeur***

Isabelle Barrès  
Smart Campaign

Sybil Chidiac  
CARE USA

Alex Counts  
Fondation Grameen

John de Wit  
SEF Afrique du Sud

Frank DeGiovanni  
Fondation Ford

Chris Dunford \*\*

Laura Foose  
Social Performance Task Force (SPTF)

Anne Hastings  
Directrice, Microfinance CEO Working Group

Ging Ledesma  
Oikocredit

Asad Mahmood  
Deutsche Bank

Larry Reed \*  
Microcredit Summit Campaign

Ananya Roy  
University of California, Berkeley

Frances Sinha \*\*\*  
EDA Rural Systems

Javier Vaca  
Red Financiera Rural

Carmen Velasco \*\*

Ayesha Wagle  
Komaza

### ***Supporters (anciens et actuels)***

Fondation Ford  
Deutsche Bank  
La Fondation Michael et Susan Dell  
Le groupe de QED pour l'USAID  
Kiva  
Freedom from Hunger  
Fondation Grameen  
Microcredit Summit Campaign

## Que fait Truelift ?

- Définit et reconnaît les Principes en faveur des Personnes vivant dans la pauvreté dans la microfinance.
- Fournit un cadre de travail, un environnement d'apprentissage et une reconnaissance.
- Plaide pour un programme en faveur aux personnes vivant dans la pauvreté en microfinance et place la pauvreté au centre des autres initiatives.
- Fait correspondre la rentabilité avec l'inclusion sociale des personnes vivant dans la pauvreté.
- Simplifie et travaille dans les cadres existants afin de rester gérable et efficace.
- Met l'accent sur les personnes et les résultats.
- Collecte, partage et encourage les bonnes pratiques.
- Met en évidence les organisations peu connues de même que celles déjà reconnues.
- Attire l'attention sur de bons modèles, de bons produits et de bonnes organisations.
- Collabore – Truelift est associée avec la Smart Campaign, la Social Performance Task Force et d'autres efforts de l'industrie.



Truelift est une initiative mondiale pour les personnes vivant dans la pauvreté. Nous promouvons la vérité en préconisant la prise de mesures quantitatives, les données d'information et l'apprentissage. Notre but consiste à élever les individus par le biais de prise de décisions axées sur des données tangibles, créant des changements positifs. Les organisations de microfinance peuvent uniquement améliorer réellement les conditions de vie des gens vivant dans la pauvreté en suivant les progrès et en adaptant leurs pratiques.

## ***Les Principes en faveur des Personnes vivant dans la pauvreté :***

1. Un ciblage délibéré des personnes qui vivent en situation de pauvreté
2. Des services qui satisfont les besoins des personnes vivant dans la pauvreté
3. Un suivi des progrès réalisés par les personnes vivant dans la pauvreté

***Renseignez-vous  
davantage, participez  
et postulez !***

[www.Truelift.org](http://www.Truelift.org)



Située dans les locaux de la  
Microcredit Summit Campaign,  
Un projet du RESULTS Educational Fund  
1101 15th street, NW, Suite 1200  
Washington, DC 20005

[info@truelift.org](mailto:info@truelift.org)