

fair.

Financer
Accompagner
Impacter
Rassembler



Règlement du label Finansol

.....

Applicable au 28/03/2024

Sommaire

Préambule	4
Définitions	5
Section I : Champ d'application du Label	8
Article 1 : Qualité du Demandeur.....	8
Article 2 : Catégories de Produits labellissables.....	8
Article 4 : Champ d'application géographique du label.....	8
Section II : Les critères d'attribution du Label	9
Article 5 : Qualité du Produit.....	9
Article 5.1 : Critère d'impact social et environnemental.....	9
Article 5.2 : Critère de cohérence de gestion durable.....	16
Article 5.3 : Critère de transparence.....	17
Article 5.4 : Critère de distribution.....	18
Section III : Engagements de l'Utilisateur	19
Article 6 : Respect des conditions d'attribution du Label.....	19
Article 7 : Respect de la procédure de contrôle du Produit labellisé.....	19
Article 8 : Transmission de statistiques à l'Observatoire de la finance à impact social.....	19
Article 9 : Désignation d'un « Correspondant Label Finansol ».....	19
Article 10 : Promotion du Produit labellisé et de la Finance à impact social.....	20
Article 11 : Obligations professionnelles.....	20
Section IV : Procédure d'attribution du Label	21
Article 12 : La demande de labellisation.....	21
Article 13 : Frais de dossier.....	21
Article 14 : L'instruction de la candidature.....	21
Article 15 : La décision de labellisation.....	21
Article 16 : Recours.....	22
Article 17 : Durée et validité de la décision.....	22
Section V : Le contrôle annuel du Comité du Label	23
Article 18 : Processus de contrôle annuel du Produit.....	23
Article 19 : La décision du Comité du Label.....	23
Article 20 : Retrait du Label.....	24
Article 21 : Recours.....	24
Section VI : Engagements de FAIR	25

Article 22 : Traitement des réclamations émanant des épargnants.....	25
Article 23 : Information des épargnants.....	25
Article 24 : Information des Utilisateurs	25
Section VII : Dispositions diverses et finales.....	26
Article 25 : Modification du Règlement et évolution des normes	26
Article 26 : Poursuites.....	26
Article 27 : Interprétation du contrat.....	26
Article 28 : Notification.....	26
Article 29 : Entrée en vigueur et dispositions transitoires.....	27
Annexe 1 : Les critères de l'agrément ESUS.....	28
Annexe 2 : Définition de l'« utilité sociale » de l'Article 2 de la loi du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire.....	29
Annexe 3 : La Charte d'utilisation du logo du label Finansol.....	30
Annexe 4 : Glossaire.....	31

Préambule

Les associations Finansol et iiLab, respectivement acteur historique de la finance solidaire et laboratoire d'innovation sur l'impact, ont fusionné le 17 juin 2021 pour devenir le collectif des acteurs de la finance à impact social. L'objectif de FAIR est, d'une part, de promouvoir une finance inclusive au service d'un meilleur impact social et environnemental, en fédérant les financeurs à impact social et les entreprises de l'économie sociale et solidaire pour, d'une part, en faire des partenaires de l'innovation, et pour d'autre part, devenir un pôle d'expertise dans ce domaine à l'international.

Le label Finansol a été créé en 1997, par l'association Finansol pour que le grand public et les investisseurs institutionnels puissent facilement distinguer les produits d'épargne solidaire des autres produits d'épargne. FAIR, qui en reste le propriétaire, a délégué son attribution à un comité d'experts, indépendant de l'association. [Article 17 des statuts de FAIR].

Le label Finansol est attribué à des produits financiers - supports d'épargne ou d'investissement - et non aux structures émettrices elles-mêmes (association, entreprise ou établissement financier). Ce label est renouvelé annuellement après contrôle de tous les produits labellisés et vérification du respect des critères fixés par le présent Règlement.

Le label Finansol repose sur des valeurs de solidarité et de transparence pour une finance inclusive au service d'un meilleur impact social et environnemental :

- Il assure que l'épargne contribue réellement au financement d'activités d'utilité sociale (accès à l'emploi, au logement, à l'éducation et la culture, à la santé et à l'alimentation, et aux autres besoins essentiels pour des populations ou dans des territoires qui en sont privés, etc.) au sens de l'article 2 de la loi du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire.
- Il atteste également de l'engagement de l'intermédiaire financier à communiquer une information claire et fiable sur le produit labellisé et les activités soutenues.

Le présent Règlement, élaboré par le Comité du label en application des articles 8 et 9 de son règlement intérieur, régit les conditions d'octroi, de contrôle et de retrait du Label Finansol.

Il a été approuvé après délibération lors du Conseil d'administration de FAIR du 30 mars 2023.

Définitions

Pour l'application du présent règlement, les termes ou expressions ci-dessous ont la définition et la portée suivantes :

« Activité(s) à impact social » désigne une activité solidaire (projet ou entreprise non cotée) à fort impact social et environnemental.

- **« Additionnalité »** désigne l'action ou la contribution particulière et directe de l'investisseur permettant à l'entreprise investie ou au projet financé d'accroître l'impact net positif généré par ses activités ;
- **« Bénéficiaire »** désigne une personne morale ou physique bénéficiant de ressources financières via un « Produit » ;
- **« Clientèle professionnelle »** désigne une clientèle qui possède l'expérience, les connaissances et la compétence nécessaires pour prendre ses propres décisions d'investissement et évaluer de façon appropriée les risques encourus. Elle regroupe la clientèle professionnelle par nature, par la taille, ou sur option mentionnées aux articles D.533-11 et suivants du Code monétaire et financier.
- **« Clientèle non professionnelle »** désigne une clientèle, principalement des personnes physiques, dont le niveau d'exposition aux marchés financiers ou les connaissances en matière financière sont faibles, et justifient de ce fait d'un plus haut niveau de protection s'agissant d'une catégorie d'investisseurs particulièrement fragile.
- **« Comité du Label »** désigne le comité permanent indépendant, mentionné à l'article 3.1 du règlement intérieur de FAIR, qui autorise l'utilisation du « Label » pour un produit donné et dans les conditions définies par le présent règlement. Le règlement intérieur de ce comité définit sa composition, ses missions et ses modalités de fonctionnement ;
- **« Demandeur »** désigne tout organisme gestionnaire ou promoteur d'un Produit ou d'un Produit avec Option qui souhaite demander sa labellisation et utiliser le Label FINANSOL ;
- **« Entrepreneurat social dans les pays en développement »** désigne une activité solidaire (projet ou entreprise non cotée) à forte utilité sociale et environnementale exercée dans les pays en développement ;
- **« Entreprise à impact social »** désigne un Demandeur ou Utilisateur qui exerce une Activité à impact social ;
- **« Entreprise agréée ESUS »** désigne l'entreprise agréée Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale, l'entreprise agréée de « plein droit » et l'organisme de financement assimilé ESUS mentionnés aux I, II et III de l'article L.3332-17-1 du code du travail ;
- **« Épargnant »** désigne une personne physique et/ou morale, qui souscrit un Produit ;
- **« Finance à impact social »** désigne, au sein de la finance à impact, les investissements ou financements dont la priorité est donnée, de manière intentionnelle, à un retour social et environnemental et dont l'impact est mesurable par un processus continu d'évaluation. Ceci tout en recherchant la préservation du capital investi ainsi qu'un rendement supérieur ou égal à zéro, compatible avec la nature du projet financé. Cette finance agit pour un développement durable et inclusif, en France et à l'international, en

mobilisant des ressources financières engagées prioritairement dans le but d'avoir un impact sociétal positif. Elle crée un lien entre des investisseurs s'inscrivant dans une démarche d'engagement citoyen et des projets à forte utilité sociale et environnementale, mis en œuvre par des associations, des entreprises ou des personnes physiques. Cette mise en relation peut s'effectuer directement, par le biais d'établissements financiers, ou par celui de financeurs solidaires ;

- « **Financier à impact social** » désigne tout intermédiaire – Demandeur ou Utilisateur :
 - Dont l'activité consiste à proposer et mettre en œuvre des outils de financements ayant pour but de générer un impact social et environnemental ;
 - Dont tout ou partie de la ressource est employée principalement au profit d'un financement d'activité à impact social ;
 - Qui veille à la constitution et répartition équitables de la valeur économique et financière entre les différentes parties-prenantes ;
 - Dont les modalités de financement sont adaptées au besoin des Bénéficiaires ayant une activité à impact social telles que précisées à l'article 5.1 ;
 - Dont les modalités de financement, la liste des Bénéficiaires et l'impact social et environnemental sont transparents ;
- « **FAIR** » désigne l'association FAIR – association loi 1901 dont le siège social est situé au 34 bis rue Vignon – 75009 Paris ;
- « **Indicateur de réalisation** » désigne un indicateur permettant de mesurer le produit des actions (ce qui a été fait avec les ressources qui ont été consommées) ;
- « **Indicateur de résultat** » désigne un indicateur permettant de mesurer l'avantage immédiat pour les publics ciblés généré par l'action financée ou ce qui évolue dans la situation des bénéficiaires, partenaires, clients ;
- « **Indicateur d'impact social** » désigne un indicateur permettant de mesurer les effets indirects des actions à visée sociale et environnementale au-delà des résultats pour les publics ciblés ou ce qui est attribuable à l'action par rapport à une situation 'témoin' dans laquelle l'action n'aurait pas existé ;
- « **Intentionnalité** » désigne la volonté intentionnelle de l'investisseur ou du financeur de contribuer à générer un impact social et environnemental mesurable. Elle se manifeste dans les choix d'investissement ou de financement, mais également dans l'accompagnement des Bénéficiaires ;
- « **Label FINANSOL** » ou « **Label** » désigne la marque semi-figurative Finansol Label de la finance solidaire déposée par FAIR auprès de l'INPI sous le numéro N° National : 10 3 750 603 pour les produits et services de classes 35,36 et 41, et ce, à l'exclusion de la marque semi-figurative FINANSOL déposée par FAIR auprès de l'INPI sous le numéro N° National : 11 3 844 761 réservé à l'usage exclusif de l'association FAIR. Le Label devra être utilisé par tout Utilisateur selon la Charte jointe en Annexe 2 ;
- « **Laboratoire d'innovations** » désigne le service au sein de l'association FAIR, notamment, chargé du Secrétariat du Comité du Label ;
- « **Mécanisme d'impact social** » désigne les deux modalités, prévues à l'article 5.1 du présent règlement (mécanisme de financement et mécanisme de partage), selon lesquelles un Produit peut générer une Activité à impact social ;
- « **Mesure de l'impact social** » désigne la mesure de l'impact social et environnemental et repose sur la mise en place d'objectifs sociaux et environnementaux prioritaires, un suivi des résultats et un processus continu d'évaluation. Cette évaluation permet d'accompagner les Bénéficiaires dans leur recherche d'amélioration de leur impact ;

- « **Observatoire** » désigne le service au sein de l'association FAIR, notamment, chargé de la production d'études sur le secteur de la finance à impact ;
- « **Plateforme de financement participatif** » désigne les structures disposant de l'agrément AMF de prestataire de services de financement participatif (PSFP)
- « **Produit** » désigne un support d'épargne et/ou d'investissement et/ou un instrument financier labellisable par le Comité du Label, dont la nature est définie à l'article 2 :
 - « **Produit de financement** » désigne un produit où tout ou partie de l'épargne collectée finance une Activité à impact social ;
 - « **Produit de partage** » désigne :
 - Un produit financier où tout ou partie des revenus de l'épargne ou des frais est donnée à des organismes exerçant une Activité à impact social ;
 - Une « **Option** » désigne un mécanisme de solidarité attaché à plusieurs produits financiers distribués ou gérés par un Demandeur ou Utilisateur. Il en existe 2 formes :
 - Les options de partage : tout ou partie du revenu ou de la performance du Produit est versé sous forme de don à des organismes exerçant une Activité à impact social ;
 - Les options de financement : tout ou partie de l'encours du Produit finance une Activité à impact social ;
- « **Produit labellisé** » désigne un Produit de financement ou un Produit de Partage distribué ou géré par un Utilisateur pour lequel le Label aura été attribué par le Comité du Label ;
- « **Société d'investissement** » désigne une entreprise qui a pour profession habituelle et principale le financement d'Activités à Impact Social
- « **Taux d'impact social** » désigne, pour un Produit de financement, le pourcentage de l'actif du Produit investi dans des Activités à impact social, tel que précisé à l'article 5.1.1.
- « **Taux de partage** » désigne, pour un Produit de partage, le pourcentage des intérêts ou des frais reversés sous forme de don à des Activités à impact social, tel que précisé à l'article 5.1.2.
- « **Utilisateur** » désigne tout organisme gestionnaire ou promoteur d'un Produit labellisé qui a été autorisé à utiliser le Label.

Section I : Champ d'application du Label

Article 1 : Qualité du Demandeur

Membre du 1^{er} collège de l'association FAIR, il peut être un établissement financier ou bancaire, un Financier à impact social ou une Entreprise à impact social.

Article 2 : Catégories de Produits labellissables

Le Label Finansol peut être attribué à des Produits qui relèvent de l'une des catégories suivantes :

- **Part d'OPC ou de Placements Collectifs** à l'intention d'une clientèle non professionnelle ou professionnelle ;
- **Contrat d'assurance-vie ou de capitalisation** (fonds en euros, unités de compte, contrat dans son ensemble) ;
- **Produit bancaire** (livret, compte à terme, compte-courant, etc.) ;
- **Titre de dettes ou de quasi-fonds propres** (obligation, obligation associative, billet de trésorerie, titre participatif, titre associatif, etc.) ;
- Autre titre ou assimilé d'Entreprise à impact social (part de capital, part sociale, compte courant d'associé, part d'indivision, etc.) ;
- Investissement proposé par une Plateforme de financement participatif.

Article 3 : Mécanisme d'impact social

Le Produit doit être un **Produit de financement** et/ou un **Produit de Partage**.

Article 4 : Champ d'application géographique du label

De droit français ou étranger, le Produit doit être a minima commercialisé **dans l'un des Etats-Membres de l'Union européenne**, c'est-à-dire avoir été commercialisé auprès d'au moins un épargnant résidant dans l'un des Etats-Membres de **l'Union européenne** (personne physique et/ou morale).

Section II : Les critères d'attribution du Label

Article 5 : Qualité du Produit

Pour être éligible au Label :

1. Le produit doit financer des **Activité(s) à impact social** telles que définies dans ce Règlement.
2. Le Produit doit respecter les **quatre critères** développés ci-après :
 - Critère d'impact social et environnemental (article 5.1)
 - Critère de cohérence de gestion durable (article 5.2)
 - Critère de transparence (article 5.3)
 - Critère de distribution (article 5.4)
3. Le Produit doit répondre à la définition de l'investissement à impact social :
 - L'**Intentionnalité** (ou la stratégie d'impact) du Produit doit être clairement définie
 - L'**Additionnalité** du Produit doit être recherchée
 - La **Mesure** de l'Impact social du Produit doit être effective

Article 5.1 : Critère d'impact social et environnemental

Pour apprécier une **Activité à impact social**, qu'il s'agisse d'un Produit de financement ou d'un Produit de partage, le Comité du Label évalue en quoi :

- Elle cible des personnes en particulier les personnes les plus fragilisées dont les besoins fondamentaux sont peu ou mal satisfaits.
- Elle cible des territoires où les besoins fondamentaux sont peu ou mal satisfaits, avec pour objectif le renforcement du lien social et de la cohésion territoriale ;
- Son intention de générer un impact social et environnemental, est au cœur de son modèle économique et est clairement définie ;
- Sa valeur économique et financière est équitablement constituée et répartie entre les parties prenantes ;
- Son impact social et environnemental fait l'objet d'une évaluation et d'un suivi.

A cet effet, le Comité du Label s'appuie notamment sur les conditions d'obtention de l'agrément ESUS, mentionnées à l'article L. 3332-17-1 du Code du Travail (cf. annexe 1), lequel renvoie à l'article

2 de la loi du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire (cf. annexes 2) et sur la définition européenne des entreprises sociales¹.

Le Comité se réserve la faculté de déterminer si ces conditions sont effectivement respectées.

L'Activité à impact social peut, par exemple, s'exercer dans les domaines suivants :

- Accès au logement très social ; accession à la propriété sociale ;
- Accès à l'emploi pour des populations qui en sont éloignées ou résidant dans des territoires fragiles ;
- Action sanitaire et sociale (santé, dépendance, etc.)
- Microcrédit social et tourisme social ;
- Accès aux transports ; facilitation de la mobilité ; accès à la culture ; accès à l'éducation populaire ;
- Accès aux autres besoins de base (eau, énergie, etc.)
- Activités environnementales d'utilité sociale (préservation de la biodiversité, énergies renouvelables, efficacité énergétique, économie circulaire, gestion des déchets, appui aux filières agricoles - bio, circuits courts, écoconstruction) ;
- Réduction des inégalités sociales et culturelles ;
- Entrepreneuriat social dans les pays en développement ; microcrédit, urgence humanitaire, commerce équitable, entrepreneuriat des femmes ;
- Organisations de solidarité nationale et internationale œuvrant pour l'humanitaire ou pour le bien commun.

Si le Produit finance directement des personnes physiques, il peut cibler des personnes ou des territoires, dont les besoins fondamentaux ne sont pas ou mal satisfaits.

A titre d'exemple, le Produit peut soutenir :

- Les personnes âgées ;
- Les personnes en situation de handicap ;
- Les personnes atteintes de maladies (mentales et physiques) ;
- Les migrants, les demandeurs d'asile, les réfugiés ;
- Les personnes sans emploi ou en emploi précaire ;
- Les personnes en situation de grande pauvreté ;
- Les personnes qui ont été victimes de crimes ou d'abus ;
- Les personnes sans domicile ;
- Etc.

¹ Définition de l'entreprise sociale dans le règlement FSE Fonds Social Européen et pour lequel un accord politique a été trouvé en janvier 2022 avec le Parlement et le Conseil européens : « entreprise sociale »: une entreprise, quelle que soit sa forme juridique, ou une personne physique qui :

- a. A pour objectif social principal, en vertu de ses statuts ou de tout autre document constitutif de l'entreprise pouvant entraîner une responsabilité en vertu de la réglementation de l'État membre où elle est établie, de produire des effets sociaux positifs et mesurables, plutôt que de générer du profit à d'autres fins, et qui fournit des services ou des biens qui génèrent un bénéfice social et/ou utilise des méthodes de production de biens ou de services qui sont la matérialisation des objectifs sociaux;
- b. Utilise ses bénéfices en premier lieu pour atteindre son objectif social principal et a des procédures et des règles prédéfinies couvrant toute distribution de bénéfices, qui garantissent qu'une telle distribution ne dessert pas son objectif social principal ;
- c. Est gérée dans un esprit d'entreprise, de manière responsable et transparente, notamment en associant ses travailleurs, ses clients et les parties prenantes concernées par ses activités économiques.

5.1.1. Pour les Produits de financement

Tout ou partie de l'épargne collectée doit financer une Activité à impact social, telle que précisée dans à l'article 5.1.

Le Comité du Label vérifie à ce titre que le taux d'impact social du Produit soit supérieur ou égal au taux exigé par le présent règlement selon le type de Produit.

L'actif investi dans des Activités à impact social, à travers un véhicule intermédiaire (type FPS, FCPR, SCR, SAS, etc.), dès lors que son activité principale est le financement d'Activités à impact social, doit prendre en compte l'effet de dilution induit par le véhicule intermédiaire afin de maintenir un taux d'impact social supérieur ou égal aux taux exigés ci-après.

1. Le Taux d'impact social

Contrat d'assurance-vie ou de capitalisation	
Fonds en euros, fonds croissance et euro croissance :	L'actif doit être investi à hauteur de 2,5 % dans des actifs finançant des Activités à impact social, dont au minimum 1 % dans des activités bénéficiant de l'agrément ESUS.
Unité de compte (UC) :	Pour qu'une unité de compte soit labellisée, 5 % à 10 % doit être investi dans des entreprises agréées, des organismes assimilés ESUS, ou des SCR ou FCPR eux-mêmes composés d'au moins 40 % de titres émis par des entreprises agréées ESUS.
Contrat dans son ensemble (Fonds en euros + UC) :	Pour qu'un contrat multi-support (fonds euros et UC) soit labellisé, le fonds en euros et toutes les UC (hors UC ISR et Greenfin) doivent être labellisés Finansol.

Épargne salariale et épargne retraite
FCPE ou SICAVAS type « Fonds 90-10 » : 5 % à 10 % doit être investi dans des entreprises agréées, des organismes assimilés ESUS, ou des SCR ou FCPR eux-mêmes composés d'au moins 40 % de titres émis par des entreprises agréées ESUS.

OPC et Placements collectifs (hors assurance vie, épargne salariale et épargne retraite)

OPCVM « type 90-10 »

Son actif doit être investi à hauteur de 5 % au moins dans des actifs finançant des Activités à impact social.

FIA et Autres FIA (agrés, déclarés ou non déclarés)

À destination de la clientèle professionnelle (FPS dont SLP, FPCI, OFS, FPVG, etc.) :

- Si le fonds est investi en titres financiers, son actif doit être investi à hauteur de 50 % dans des actifs finançant des Activités à impact social, dont au minimum 25 % de titres émis par des entreprises bénéficiant de l'agrément ESUS.

À destination de la clientèle non professionnelle (FCPR, FCPI, FIP, SICAF, FIVG, FFA, etc.) :

- Si le fonds est investi en titres financiers, son actif doit être investi à hauteur de 50% dans des actifs finançant des Activités à impact social, dont au minimum 40 % de titres émis par des entreprises bénéficiant de l'agrément ESUS.

OPC, FIA et Autres FIA (agrés, déclarés ou non déclarés), valeurs ou actifs immobiliers, fonciers ou forestiers

Si le fonds est investi en titres immobiliers, fonciers ou forestiers (OPCI, SCPI, SEF, GFI, OPPCI, SPICAV, SIIC, etc.) son actif doit être investi à hauteur de 50% dans des actifs finançant des Activités à impact social.

OPC ou Placements collectifs de droit étranger distribués en France

Si le fonds est investi en titres financiers, son actif doit être investi à hauteur de 50% dans des actifs finançant des Activités à impact social.

Titres ou assimilés émis par une Entreprise à impact social

Part de capital, part sociale, compte courant d'associé, part d'indivision, titre participatif, titre associatif, obligation associative, etc émis par une Entreprise à impact social: la ressource collectée doit être consacrée à 100 % à son cœur de métier tel que défini, par exemple, par ses statuts.

Si l'Entreprise à impact social est une **Société d'investissement**

De droit français

- Si l'actif est investi en titres financiers, il doit être investi à hauteur de 50 % dans des actifs finançant des Activités à impact social, dont au minimum 25 % de titres émis par des entreprises bénéficiant de l'agrément ESUS

De droit étranger

- Si l'actif est investi en titres financiers, il doit être investi à hauteur de 50% dans des actifs finançant des Activités à impact social.

Si les titres ou assimilés de l'Entreprise à impact social sont proposés sur une **Plateforme de financement participatif (PSFP)**, alors les taux indiqués ci-dessus s'appliquent de la même façon

Livrets et comptes à terme bancaires

10% au moins de l'encours du Produit finance des Activités à impact social. L'investissement est effectué dans l'année suivant la collecte de l'épargne.

2. L'Additionnalité du financement

Le Produit doit démontrer qu'une « Additionnalité » est recherchée grâce à ses financements :

- Adaptation aux besoins et aux capacités de remboursement du Bénéficiaire.
- Objectif de rendement financier du Bénéficiaire compatible avec la nature de l'Activité à impact social et environnemental.
- Des exigences limitées de garanties personnelles demandées à l'emprunteur.
- Financement d'entreprises ou de projets dont l'accès au financement aurait été difficile voire impossible sans l'intervention du financeur.

Le « Produit » doit également démontrer qu'un accompagnement est proposé au Bénéficiaire. Cet accompagnement doit être non facturé et adapté aux besoins du Bénéficiaire. Il peut porter sur la performance sociale et son évaluation, le modèle économique, la stratégie de financement, ou des sujets organisationnels et opérationnels.

3. La mesure de l'impact

Le Demandeur indique s'il se réfère à une méthodologie d'évaluation ou de mesure d'impact, et s'il a recours à un tiers-certificateur. Il propose des indicateurs de réalisation, de résultat et d'impact social et environnemental pour qualifier l'Activité à impact social du Produit. Ces indicateurs permettent notamment au Comité du Label de vérifier la profondeur de l'impact social et l'additionnalité du financement. Ils sont validés par le Comité du Label lors de l'examen de la candidature, puis suivis lors du contrôle annuel prévu à l'article 18.

Le Comité du Label examine les informations et indicateurs relatifs au financement effectué, qui sont détaillés dans le dossier de candidature.

5.1.2. Pour les Produits de partage

Tout ou partie des revenus tirés de l'épargne ou de la gestion du Produit est donnée à des organismes qui exercent des Activités à impact social. Le Comité du Label vérifie à ce titre le taux de partage, l'Activité à impact social du Bénéficiaire du don et l'origine du don : société de gestion ou épargnant particulier, bénéficiaire dans ce cas de l'avantage fiscal.

1. Le Taux de partage

- **Dans le cas de dons tirés de l'épargne**, au moins 25% du revenu ou de la performance de l'épargne est versé par l'épargnant sous forme de don à ces organismes.
 - Ce don est régulier, au moins annuel, et est effectué par l'épargnant ; dans le cas de l'assurance-vie, ce don est effectué par le dépositaire du fonds.
- **Dans le cas des « Options de partage »**, le Produit respecte le critère de solidarité, tel qu'il est défini ci-dessus.
- **Dans le cas de dons liés à la gestion du Produit** (frais de gestion et/ou droit d'entrée), au moins 25% de ces frais est versé sous forme de don à ces organismes par la personne morale gérant le Produit.

Dans le cas où la distribution de don ne peut pas être effectuée, l'épargnant ou la société de gestion, selon le cas, en informe dans les plus brefs délais le Comité du Label et en justifie la raison.

2. L'Activité à impact social des Bénéficiaires

Le Demandeur mentionne dans son dossier de candidature :

- Les modalités du partage, à savoir : (i) le pourcentage minimum des frais de gestion fixes ou variables du Produit, (ii) la fourchette ou quotité fixe des frais de gestion du Produit, (iii) la quote-part des sommes distribuables (plus-values), ou (iv) le pourcentage de l'actif net déduit des frais de gestion qui sont reversés aux Bénéficiaires sous forme de dons ;
- La liste exhaustive des Bénéficiaires exerçant une Activité à impact social ;
- Les critères pris en compte pour le choix du ou des Bénéficiaires ;
- La procédure mise en œuvre pour assurer le suivi du ou des Bénéficiaires, veiller au contrôle du respect des critères énoncés ci-dessus et la méthodologie de calcul précise et durable des versements aux Bénéficiaires (assiette, taux, quotité, pourcentage) ;
- L'information des épargnants sur le mécanisme du partage et les Bénéficiaires et
- L'existence d'un avantage fiscal attaché aux dons versés, le bénéficiaire de cet avantage fiscal, et s'il s'agit de la société de gestion, qu'elle y renonce.

3. Modification après l'obtention du label

En cas d'ajout d'un ou plusieurs Bénéficiaires sur la liste remise lors du dossier de candidature, le Comité du Label examine :

- Les raisons qui motivent ce changement ;
- La transparence de la communication aux épargnants, à la suite de ce changement ; et
- Si les Bénéficiaires entrants exercent une Activité à impact social.

Sur la base de ces informations, le Comité du Label décide le maintien ou le retrait du Label dans les conditions prévues par le Règlement. Toutefois, le silence gardé par le Comité du Label pendant une période d'un mois courant à compter de la date de réception de la demande vaut décision implicite d'acceptation de la modification et de maintien du Label.

En cas de modification des modalités du partage et notamment du Taux de partage (pourcentage minimum, fourchette ou quotité fixe des frais de gestion, quote-part des plus-values, pourcentage de l'actif net du Produit), le Comité du Label examine :

- Les raisons qui motivent ce changement ; et
- La transparence de la communication aux épargnants, pour donner suite à ce changement.

Sur la base de ces informations, le Comité du Label décide le maintien ou le retrait du Label dans les conditions prévues par le Règlement. Toutefois, le silence du Comité du Label, pendant une période d'un mois courant à compter de la date de réception de la demande, vaut décision implicite d'acceptation de la modification et de maintien du Label.

Article 5.2 : Critère de cohérence de gestion durable

Hors actifs à impact social, liquidités et assimilés, 100% des actifs d'un Produit sont gérés selon une approche de finance durable (ISR, intégration ESG, investissement à impact, etc.). Le Comité du Label apprécie la bonne application du processus de sélection ESG en fonction de la nature du Produit et des actifs gérés, en conformité avec le cadre réglementaire actuel : doctrine AMF², classification Article 8 ou 9 selon SFDR³, labels français ou européens de finance durable, etc.

Le Demandeur indique s'il est ou non signataire, pour le Produit, du Code de Transparence de l'AFG-FIR.

Le Demandeur, lors du dépôt du dossier de candidature, puis l'Utilisateur, lors du contrôle annuel, s'engagent à respecter les principes suivants de gestion d'un Produit à impact social et environnemental : « Les épargnants qui font le choix d'investir attendent une cohérence globale de gestion de l'ensemble des actifs qui le composent. Le gérant s'engage donc à ce que les actifs financent l'économie et à exclure les produits spéculatifs comme les « hedge funds », les ETF synthétiques, les produits dérivés hors couverture, etc. »

² Position-recommandation AMF DOC-2020-03

³ Règlement européen (UE) 2019/2088 dit Sustainable Finance Disclosure Regulation (SFDR)

Article 5.3 : Critère de transparence

1. Avant la souscription :

Le Demandeur remet à l'épargnant, préalablement à la souscription, les documents d'information réglementaire, ainsi que les informations particulières relatives à l'Activité à impact social du Produit.

S'agissant d'un Produit de partage, il précise notamment le pourcentage du revenu ou de la performance cédée, les modalités de détermination du don et l'Activité à impact social des Bénéficiaires du Produit.

S'agissant d'un Produit de financement, le Demandeur précise notamment l'Activité à impact social des Bénéficiaires et du Produit.

2. Information des épargnants après la souscription :

Le Demandeur, et/ou le(s) Bénéficiaire(s) du Produit labellisé qu'il pourra mandater, s'engage(nt) à informer régulièrement et au moins une fois par an les épargnants, par tout moyen à sa/(leur) convenance (lettre d'information postale ou par Internet, rapport de gestion, courriel...) :

- du rendement et des aspects financiers de cette épargne ;
- de son caractère social et environnemental, à savoir, les modalités de détermination du don pour les « Produits de partage » et celles des financements réalisés pour les « Produits de financement ».

Le Comité du Label veille à la qualité et à la clarté de l'information diffusée, tant en ce qui concerne l'information réglementaire (notamment sur le risque encouru par l'épargnant) que celle relative à l'utilisation des encours ou des dons via le Produit. Ces éléments d'information sont appréciés en fonction de la nature de l'épargnant (personne physique ou morale).

Article 5.4 : Critère de distribution

1. Action commerciale

Afin que le Label ne soit pas attribué à des Produits dont la diffusion resterait confidentielle ou très limitée, le Demandeur s'engage à développer et promouvoir par ses propres moyens son Produit, avec ou sans Option, dès lors que ledit Produit aura obtenu le Label Finansol.

Dans son dossier de candidature, le Demandeur précise :

- Ses objectifs commerciaux de développement dans la durée et notamment l'objectif de collecte du Produit avec ou sans Option ;
- Les actions de promotion envisagées par ses propres moyens pour développer la collecte du Produit avec ou sans Option.

Le Comité du Label contrôle l'évolution de la collecte du Produit labellisé ainsi que le respect par le Demandeur de l'engagement de promotion qu'il a pris.

Pour les produits ouverts à la souscription sur une période déterminée, le Comité du Label contrôle que la commercialisation est effective au plus tard un an à compter de la date de labellisation.

Dans le cas des produits fermés ne collectant que sur des périodes de souscription limitées, le Comité du Label contrôle au dépôt de la candidature et lors du contrôle annuel que l'action commerciale sur cette période a bien été réalisée.

Lorsque le Produit entre dans une phase de liquidation, le Label est retiré.

2. Critère financier (relatif aux frais de gestion, de souscription, de sortie, etc.)

Les frais de gestion d'un « Produit » doivent, dans l'intérêt de l'épargnant, être raisonnables. Le Comité du Label apprécie ce caractère selon la nature du Produit et/ou par comparaison (benchmarking) avec des produits similaires.

Section III : Engagements de l'Utilisateur

En demandant et en obtenant la labellisation d'un ou plusieurs Produits, l'Utilisateur s'engage à respecter les six obligations suivantes.

Article 6 : Respect des conditions d'attribution du Label

L'Utilisateur veille à ce que lui-même et le Produit labellisé répondent aux critères d'attribution définis dans ce Règlement, et ce, tout au long de la durée d'utilisation du Label Finansol.

Article 7 : Respect de la procédure de contrôle du Produit labellisé

L'Utilisateur s'engage à retourner annuellement le dossier de contrôle complet au secrétariat du Comité du Label dans les délais impartis. Ce dossier contient, à l'attention du Comité du Label, toutes les informations lui permettant d'exercer, dans les conditions fixées par le Règlement, son contrôle sur le Produit labellisé.

Article 8 : Transmission de statistiques à l'Observatoire de la finance à impact social

L'Utilisateur s'engage à transmettre dans les délais impartis, en s'assurant de la fiabilité de cette transmission, spontanément ou sur demande de FAIR, les informations statistiques relatives au Produit labellisé, en utilisant le système d'information mis en place à cet effet. L'Utilisateur accepte que ces informations puissent être utilisées sous forme anonymisée par FAIR pour tous travaux de recherche ou d'étude, pour aider les membres à se comparer avec la moyenne du marché et, de manière générale, pour la promotion de la finance à impact social auprès du grand public et, le cas échéant, des investisseurs institutionnels.

Article 9 : Désignation d'un « Correspondant Label Finansol »

Le Demandeur puis l'Utilisateur désigne en son sein un « correspondant Label Finansol ». Ce dernier est l'interlocuteur principal du secrétariat du Label et s'engage ainsi à répondre aux sollicitations du Laboratoire d'innovations et de l'Observatoire en ce qui concerne le Produit.

Il est également chargé de tenir à la disposition des réseaux de distribution, des épargnants et des épargnants potentiels :

- L'information réglementaire concernant le Produit labellisé ;
- La liste à jour des Bénéficiaires exerçant une Activité à impact social et une information sur le caractère social et environnemental du Produit.

Le Demandeur puis l'Utilisateur établit qu'il est en mesure d'assurer ce service.

Article 10 : Promotion du Produit labellisé et de la Finance à impact social

L'Utilisateur s'engage à :

- Apposer le logo et les mentions relatives au Label Finansol sur tous les documents de communication du Produit labellisé, selon la charte définie par FAIR et jointe en Annexe 1 ;
- Relayer l'action de FAIR en soulignant l'existence du Label. Préalablement à leur publication, FAIR est informé pour avis des articles et reportages sur la Finance à impact social, effectués à l'initiative de l'Utilisateur ;
- Actualiser les supports d'information sur la Finance à impact social, notamment à la demande de FAIR ;
- Prévenir toute ambiguïté sur le champ concerné par le Label. Le Label étant attribué à un Produit précis et non à l'Utilisateur, ce dernier veille à éviter toute confusion dans la communication.

Article 11 : Obligations professionnelles

Le Demandeur s'engage à respecter ses obligations professionnelles, et notamment lorsqu'ils lui sont applicables, le Code monétaire et financier, le Règlement général de l'Autorité des Marchés Financiers et les règles professionnelles que l'Autorité des Marchés Financier édicte ainsi que la réglementation européenne.

Section IV : Procédure d'attribution du Label

Article 12 : La demande de labellisation

Le Demandeur contacte le secrétariat du Comité pour obtenir le dossier de demande de labellisation correspondant au Produit qu'il souhaite voir labellisé.

Le Demandeur retourne le dossier de candidature complet, en y joignant tout document utile à l'étude de la demande par le Comité du Label.

La remise du dossier au secrétariat par le Demandeur vaut reconnaissance qu'il a pris pleine et entière connaissance des termes et conditions du Règlement du Label et qu'il les accepte.

Article 13 : Frais de dossier

Le Demandeur contribue aux frais d'instruction de sa demande sur la base du barème fixé par l'Assemblée générale de FAIR. Ces frais étant payables au moment du dépôt du dossier de candidature, leur acquittement ne dépend pas du sens de la décision du Comité du Label.

Article 14 : L'instruction de la candidature

Le Demandeur dépose le dossier de candidature un mois au moins avant la prochaine réunion du Comité du Label. le secrétariat tient à la disposition du Demandeur le calendrier des séances du comité.

Si le dossier de candidature est estimé incomplet par le secrétariat, le Demandeur fournit les éléments complémentaires dans les délais fixés. La candidature est présentée par le secrétariat lors d'une séance du Comité du Label ou directement par le Demandeur lors d'une audition.

Article 15 : La décision de labellisation

La décision est prise par le Comité du Label dans les conditions fixées par son règlement intérieur.

Lors d'une séance et après examen de la demande, le Comité du Label peut :

- Refuser de labelliser le Produit. Le Demandeur peut alors présenter un recours, dans les conditions fixées à l'article 16 ;
- Labelliser le Produit ;
- Labelliser le Produit avec des conditions particulières ;
- Ajourner sa décision, faute d'éléments d'information suffisants pour se prononcer sur la demande. Le Demandeur fournit les compléments d'information sollicités pour que le Comité du Label puisse de nouveau étudier sa demande.

Le Comité du Label notifie au Demandeur, dans les conditions prévues à l'article 29, sa décision écrite dans les 20 jours qui suivent la réunion au cours de laquelle le Comité du Label a examiné le dossier de candidature.

Article 16 : Recours

Dans un délai de 15 jours à compter de la réception de la notification de refus de labellisation ou d'acceptation conditionnelle de la demande par le Comité du Label, le Demandeur peut adresser un recours écrit auprès du Comité du Label et lui présenter, s'il le souhaite, ses observations orales et, le cas échéant, les mesures prises pour que les critères d'attribution du Label soient respectés.

Article 17 : Durée et validité de la décision

À compter de la réception du courrier du Comité du Label notifiant l'attribution du Label au Produit, le Demandeur dispose du droit d'utiliser, à titre non exclusif et de manière révoquant, le Label Finansol pour le Produit labellisé dans les conditions précisées en Annexe 1 et, ce, jusqu'au premier contrôle.

Les Produits labellisés sont ensuite contrôlés tous les ans par le Comité du Label dans les conditions énoncées dans le Règlement.

Section V : Le contrôle annuel du Comité du Label

Article 18 : Processus de contrôle annuel du Produit

L'Utilisateur s'engage à contrôler, dans le cadre de ses procédures internes, le respect des critères du Règlement du Label.

Le « Correspondant Label Finansol », mentionné à l'article 9, remplit, chaque année, le dossier de contrôle transmis par le secrétariat du Comité du Label. Ce dossier a pour objet de fournir au Comité du Label toutes les informations lui permettant d'exercer son contrôle sur :

- Le respect des critères du Label ;
- Le respect des engagements pris par l'Utilisateur.

L'Utilisateur s'engage à fournir au Comité du Label les informations et indicateurs relatifs à l'Activité à impact social du Produit tels que la liste des Bénéficiaires des financements, les caractéristiques des modalités de financement et les indicateurs de réalisation, de résultat et d'impact social et environnemental mentionnés à l'article 5.1.

L'Utilisateur s'engage également à répondre à toute demande de précisions complémentaires sur le Produit labellisé. Si le dossier est estimé incomplet, le secrétariat sollicite les informations complémentaires auprès de l'Utilisateur.

L'Utilisateur s'engage à accepter, le cas échéant, un contrôle externe par le Comité du Label portant sur le respect des critères d'attribution du Label et sur les engagements pris par l'Utilisateur. Le Comité du Label peut aussi procéder, si besoin, à l'audition du correspondant ou de toute personne désignée par l'Utilisateur.

A l'issue de la procédure de contrôle annuel, le Comité du Label statue sur le renouvellement du droit d'usage du Label selon les modalités prévues à l'article 19. Sa décision est notifiée à chaque Utilisateur dans les conditions prévues à l'article 28. En cas de refus de renouvellement, un recours peut être présenté au Comité du Label dans les conditions prévues à l'article 21.

Article 19 : La décision du Comité du Label

Le Comité du Label prend sa décision dans les conditions fixées par son règlement intérieur.

Il peut décider :

- De maintenir la décision de labellisation, le cas échéant en modifiant les conditions ou engagements dont elle était assortie (« décision de maintien ») ;
- De maintenir la décision de labellisation en accordant un délai qu'il fixe pour permettre à l'Utilisateur de se conformer aux engagements qu'il a pris ou qui lui ont été demandés par le Comité (« décision de maintien sous observation ») ;

- De retirer l'autorisation d'utiliser le Label dans les conditions définies à l'article 20 (« décision de retrait »).

Article 20 : Retrait du Label

Sous réserve des dispositions prévues à l'article 25, en cas de décision de retrait du Label, le Comité du Label notifie à l'Utilisateur, dans les conditions prévues à l'article 28, son ou ses manquements au présent règlement justifiant le retrait du droit d'usage du Label Finansol.

L'Utilisateur dispose d'un délai maximal d'un mois à compter de la notification de cette décision pour supprimer dans sa communication toute référence au Label Finansol et prendre, le cas échéant, les autres mesures prescrites par le Comité du Label.

Le retrait est cependant à effet immédiat en cas de manquement grave, dûment notifié à l'Utilisateur.

Toute sanction prise par le Comité du Label, quels qu'en soient la nature et le motif, ne peut en aucun cas donner lieu à indemnisation de l'Utilisateur.

Article 21 : Recours

Dans un délai de 15 jours à compter de la réception de la notification de maintien sous observation ou de retrait du Label, l'Utilisateur concerné peut adresser un recours écrit au Comité du Label et lui présenter, s'il le souhaite, ses observations orales et, le cas échéant, les mesures mises en œuvre pour que les engagements pris soient respectés dans les plus brefs délais.

Après analyse des documents par le secrétariat, le Comité du Label étudie les éléments apportés par l'Utilisateur au cours de sa plus prochaine séance. Il statue à nouveau et adresse à l'Utilisateur dans les conditions prévues à l'article 28 sa nouvelle décision, qui n'est plus susceptible d'aucun recours.

Section VI : Engagements de FAIR

En accordant la labellisation à un Produit, l'association FAIR, propriétaire du Label, s'engage vis-à-vis des Utilisateurs à respecter les trois obligations suivantes.

Article 22 : Traitement des réclamations émanant des épargnants

FAIR s'engage à traiter, en relation avec chaque Utilisateur, les réclamations des épargnants qui lui seraient adressées et relatives aux caractéristiques du Label Finansol.

En cas d'irrégularité découverte ou signalée, FAIR s'engage à aider l'Utilisateur à corriger la situation et prend, le cas échéant, une position publique.

Article 23 : Information des épargnants

FAIR tient à la disposition des épargnants et des souscripteurs potentiels le règlement du Label, la liste des Produits labellisés et une fiche de synthèse présentant chacun des Produits labellisés, la liste des Utilisateurs ainsi qu'un lien vers leur site Internet.

Article 24 : Information des Utilisateurs

FAIR s'engage, en contrepartie de l'obligation prévue à l'article 8, à mettre gracieusement à la disposition de tous les Utilisateurs les données statistiques agrégées de la finance à impact social ainsi que toute étude dont les éléments seraient en tout ou parties issues du traitement anonymisé des informations statistiques relatives aux Produits labellisés transmises conformément à l'article 8.

Section VII : Dispositions diverses et finales

Article 25 : Modification du Règlement et évolution des normes

Le Comité du Label met à jour le présent règlement, soit à la demande du conseil d'administration de FAIR lorsque celui-ci a décidé de modifier le périmètre du Label, soit de sa propre initiative ; à cette fin, il propose toute modification utile au conseil d'administration qui peut l'approuver, la rejeter ou solliciter une nouvelle proposition.

Le présent règlement étant susceptible d'évoluer, notamment en fonction des normes en vigueur tant au plan national qu'au plan international et opposables à l'association FAIR et/ou au Comité du Label, toute modification dans les conditions d'utilisation ou les conditions d'attribution du droit d'usage du Label découlant de l'évolution desdites normes sera d'application immédiate et obligatoire pour les Utilisateurs.

En cas de retrait du droit d'utiliser le Label découlant d'une telle évolution normative, les stipulations des articles 20 et 21 ne sont pas applicables.

Le Comité du Label notifie toute modification du présent Règlement aux Utilisateurs dans les conditions prévues à l'article 28.

Article 26 : Poursuites

FAIR se réserve le droit d'intenter toute action contre toute personne qui utiliserait le Label de manière abusive ou contraire au présent règlement.

Article 27 : Interprétation du contrat

Pour toute question liée à l'interprétation du présent règlement, il convient de s'adresser directement, par tous moyens écrits, au Laboratoire d'innovations à l'adresse mail suivante label@finance-fair.org ou à l'adresse postale suivante : Comité du Label Finansol - 34 bis rue Vignon - 75009 Paris.

Article 28 : Notification

Toute notification prévue au présent acte sera valablement effectuée par écrit, soit par lettre recommandée avec accusé de réception au siège social du Demandeur, de l'Utilisateur ou de l'association FAIR ou par voie électronique avec accusé de réception du destinataire.

Article 29 : Entrée en vigueur et dispositions transitoires

Le présent Règlement est applicable à compter du 1er octobre 2023.

Les produits (i) pour lesquels a été déposée une candidature officielle au Label avant le 1er octobre 2023, ou (ii) qui ont obtenu le label avant le 1er octobre 2023 et ne seraient plus conformes aux critères d'éligibilité définis par le présent Règlement, disposent d'une période de deux ans (1er octobre 2023 - 1er octobre 2025) pour s'y conformer.

Par dérogation, le Comité du label peut, au cas par cas, étendre ce délai s'il estime que le produit s'inscrit dans les objectifs du Règlement du Label.

Annexe 1 : Les critères de l'agrément ESUS

Les critères de l'agrément ESUS, fixés par l'article L.3332-17-1 du Code du Travail, sont les suivants :

- Être **une entreprise non cotée** ;
- Être une **entreprise de l'économie sociale et solidaire** (statut d'économie sociale - coopératives, mutuelles, fondations et associations - ou de droit commercial) respectant les principes suivants : poursuivre un but autre que le partage des bénéfices, une gouvernance démocratique définie et organisée par les statuts, des bénéfices majoritairement consacrés au maintien ou au développement de l'activité, des réserves obligatoires impartageables et, en cas de liquidation, affecter le boni de liquidation à une autre entreprise de l'ESS ; enfin interdiction pour les entreprises de droit commercial d'amortir ou de réduire le capital sauf pour assurer la continuité de l'activité (article 1^{er} de la loi du 31 juillet 2014) ;
- Poursuivre **une utilité sociale** :
 - Apporter, à travers leur activité, un soutien à des personnes en situation de fragilité (situation économique, sociale, ou personnelle) ou de contribuer à la lutte contre leur exclusion.
 - Contribuer, à la préservation et au développement du lien social ou au maintien et au renforcement de la cohésion territoriale ;
 - Contribuer, à l'éducation à la citoyenneté, notamment par l'éducation populaire. Elles participent ainsi à la réduction des inégalités sociales et culturelles, notamment entre les femmes et les hommes ;
 - Concourir au développement durable, à la transition énergétique, à la promotion culturelle ou à la solidarité internationale, dès lors que leur activité contribue également à produire un impact soit par le soutien à des publics vulnérables, soit par le maintien ou la recréation de solidarités territoriales, soit par la participation à l'éducation à la citoyenneté
- Établir **que la charge induite par son objectif d'utilité sociale a un impact significatif** sur le compte de résultat ;
- Respecter **l'échelle de rémunération** prévue par l'article précité du code du travail.

Annexe 2 : Définition de l'« utilité sociale » de l'Article 2 de la loi du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire

Sont considérées comme poursuivant une utilité sociale au sens de la présente loi les entreprises dont l'objet social satisfait à titre principal à l'une au moins des quatre conditions suivantes :

1. Elles ont pour objectif d'apporter, à travers leur activité, un soutien à des personnes en situation de fragilité soit du fait de leur situation économique ou sociale, soit du fait de leur situation personnelle et particulièrement de leurs besoins en matière d'accompagnement social, médico-social ou sanitaire, ou de contribuer à la lutte contre leur exclusion. Ces personnes peuvent être des salariés, des usagers, des clients, des membres ou des bénéficiaires de cette entreprise ;
2. Elles ont pour objectif de contribuer à la préservation et au développement du lien social ou au maintien et au renforcement de la cohésion territoriale ;
3. Elles ont pour objectif de contribuer à l'éducation à la citoyenneté, notamment par l'éducation populaire et par la mise en œuvre de modes de participation impliquant, sur les territoires concernés, les bénéficiaires de ces activités. Elles participent ainsi à la réduction des inégalités sociales et culturelles, notamment entre les femmes et les hommes ;
4. Elles ont pour objectif de concourir au développement durable, à la transition énergétique, à la promotion culturelle ou à la solidarité internationale, dès lors que leur activité contribue également à produire un impact soit par le soutien à des publics vulnérables, soit par le maintien ou la recréation de solidarités territoriales, soit par la participation à l'éducation à la citoyenneté.

Annexe 3 : La Charte d'utilisation du logo du label Finansol



Le label peut être utilisé sur tous les documents commerciaux, quels que soient leurs supports (papier, électronique, numérique...), ayant pour objet le ou les produit(s) soumis au Comité du label Finansol, à l'exclusion de tout autre produit.

Le droit d'usage du logo du label Finansol est conféré à l'utilisateur identifié dans le dossier de candidature et celui-ci peut concéder, à titre gracieux, ce droit à toute personne morale placée sous son contrôle au sens de l'Article L 233-3 du code de commerce et qui aura la charge de la commercialisation du produit labellisé, et ce, à l'exclusion de toute autre personne.

Si pour les besoins de la commercialisation du produit labellisé, l'utilisateur souhaite qu'une autre personne utilise le logo du label Finansol, il devra en notifier la demande à l'équipe du label Finansol, en précisant les conditions d'utilisation. L'association FAIR notifiera son accord ou son désaccord dans les 20 jours de la réception de la demande.

Le label Finansol est composé d'un logo protégé par les règles du droit de la propriété intellectuelle. Ce logo est indispensable pour la communication sur les produits labellisés. L'utilisateur doit veiller à respecter les principes d'utilisation de ce logo :

- Ce logo est bicolore. Il doit être utilisé en vert et blanc. Le code hexadécimal du vert est #044632 ;
- La taille minimale de reproduction de 2,5 cm x 2,5 cm (voir ci-dessous) pour les supports de communication papier et de 95 pixels x 112 pixels pour toute utilisation sur un support électronique et notamment sur Internet. Si vous souhaitez l'agrandir, il faut veiller à ne pas le déformer ; pour cela vous pouvez changer la taille par homothétie.
- Ce logo doit être intégré de manière cohérente dans tous les supports de communication mentionnant l'existence du produit labellisé diffusé directement ou indirectement par l'utilisateur ;
- À chaque fois que vous communiquez sur le produit labellisé, le logo du label Finansol doit y figurer ;
- Le logo doit être mis en valeur dans vos outils de communication pour que les éventuels souscripteurs comprennent bien son rôle ;
- Le logo doit être accompagné d'une phrase explicative afin de bien savoir ce qu'il représente : « Le label Finansol garantit la solidarité et la transparence du produit d'épargne X. Le capital investi n'est pas garanti. » ainsi que du lien vers le site www.finance-fair.org ou de sa mention pour les supports papier pour pouvoir avoir davantage de renseignements sur son fonctionnement et sa fiabilité. Avant toute publication du logo, merci de bien vouloir faire valider vos documents par le Service Communication de FAIR : Lenaig Naudais (lenaig.naudais@finance-fair.org) et communication@finance-fair.org.

Le logo du label Finansol vous est fourni en trois formats : Image PNG / Image JPEG / Fichier AI

Le fichier PNG est à privilégier sur vos supports web.

Pour intégrer le logo du label Finansol dans vos publications traditionnelles, composées sans l'aide d'un graphiste ou imprimeur, il convient d'utiliser le fichier au format JPEG.

Le fichier AI est à fournir à votre graphiste ou imprimeur et ne peut être utilisé que par des logiciels spécifiques de PAO.

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à contacter FAIR.

Annexe 4 : Glossaire

AFG-FIR : Association française de la Gestion Financière – Forum pour l'Investissement Responsable

AMF : Autorité des Marchés Financiers

ESG : (Critères) Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance

ESS : Economie Sociale et Solidaire

ESUS : Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale

ETF : Exchange Traded Funds

FCPE : Fonds Commun de Placement d'Entreprise

FCPI : Fonds Commun de Placement dans l'Innovation

FCPR : Fonds Commun de Placement à Risque

FFA : Fonds de Fonds Alternatif

FIA : Fonds d'investissement alternatif

FIP : Fonds d'Investissement de Proximité

FIVG : Fonds d'Investissement à Vocation Générale

FPS : Fonds Professionnel Spécialisé

FPVG : Fonds Professionnel à vocation Générale

GFI : Groupement Forestier d'Investissement

ISR : Investissement Socialement Responsable

OFS : Organisme de Financement Spécialisé

OPC : Organisme de Placement Collectif

OPCI : Organisme de Placement Collectif Immobilier

OPCVM : Organisme de Placement Collectif en Valeurs Mobilières

OPPCI : Organisme Professionnel de Placement Collectif Immobilier

SCPI : Société Civile de Placement Immobilier

SFDR : Sustainable Finance Disclosure Regulation

SCR : Société à Capital-Risque

SEF : Société d'Epargne Forestière

SIIC : Société d'Investissement Immobilier Cotée

SICAF : Société d'Investissement à Capital Fixe

SICAVAS : Sociétés d'Investissement à Capital Variable d'Actionnariat Salarié

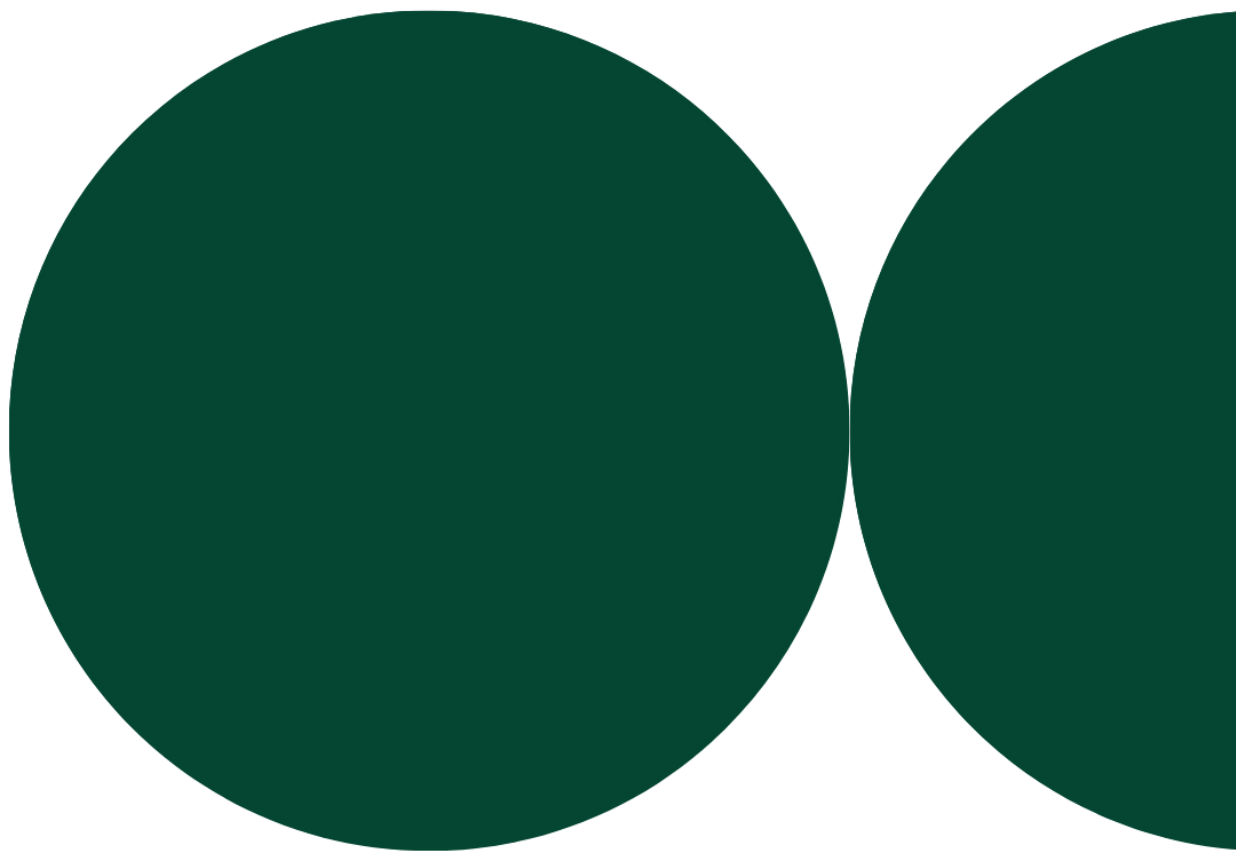
SLP : Société de Libre Partenariat

SPICAV : Société à prépondérance immobilière à capital variable

UC : Unité de Compte

fair.

- ⌘ Financer
- ii Accompagner
- Impacter
- ⋮ Rassembler



Suivez-nous sur www.finance-fair.org

- 📷 [instagram.com/label.finansol](https://www.instagram.com/label.finansol)
- 🌐 [linkedin.com/company/fair-label-finansol](https://www.linkedin.com/company/fair-label-finansol)
- 🐦 twitter.com/Label_Finansol
- 📘 [facebook.com/FAIR.label.Finansol](https://www.facebook.com/FAIR.label.Finansol)

34 bis rue Vignon contact@finance-fair.org
75009 Paris - France Tél : +33(0)1 53 36 80 60
Association de loi 1901 à but non lucratif - N° SIRET : 82092342300024