



Consumer Empowerment and Market Conduct (CEMC) Working Group

Autonomisation du Consommateur et Pratiques Commerciales

Stratégies nationales d'éducation financière

Cette Note Directrice a été élaborée par le Groupe de Travail sur l'Autonomisation du Consommateur et les Pratiques Commerciales (CEMC) de l'AFI pour servir de ressource aux décideurs politiques qui élaborent des stratégies nationales d'éducation financière.

Le Groupe de Travail sur l'Autonomisation du Consommateur et les Pratiques Commerciales (CEMC) de l'AFI a été créé afin de fournir une plate-forme permettant aux décideurs au sein du réseau de l'AFI d'explorer les questions politiques et réglementaires liées aux initiatives d'autonomisation du consommateur et de réglementation des pratiques commerciales. Depuis son lancement en 2011, le Groupe de Travail a réuni divers membres de l'ensemble du réseau de l'AFI, en s'appuyant sur l'intérêt dans ce domaine de développer une compréhension commune des meilleures pratiques et des outils de politiques rentables pouvant être adoptés aux niveaux national et mondial.

Cette Note Directrice a été élaborée par le Sous-groupe sur l'Éducation Financière du Groupe de Travail (CEMC), qui vise à aider les décideurs des pays membres de l'AFI à élaborer des stratégies nationales d'éducation financière.

Table des matières

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Contexte | 2 |
| But et Questions Critiques | 2 |
| Directives | 3 |
| 1. Développer des arguments en faveur de l'éducation financière | 3 |
| 2. Procéder à une enquête de base et à une analyse des lacunes | 3 |
| 3. Consulter et coordonner avec les principales parties prenantes | 3 |
| 4. Identifier les domaines prioritaires d'action | 3 |
| 5. Mettre en œuvre la stratégie nationale d'éducation financière | 3 |
| 6. Suivre et diffuser les résultats | 4 |
| 7. S'assurer de la durabilité | 4 |
| Mettre en œuvre une Stratégie Nationale d'Éducation Financière : Principales Considérations | 4 |

Contexte

Une enquête¹ du Groupe de Travail (CEMC) auprès des membres de l'AFI a révélé que les faibles niveaux d'éducation financière et d'alphabétisation étaient les principaux obstacles à l'amélioration de la protection des consommateurs et de la réglementation des pratiques commerciales. L'élaboration d'une stratégie nationale d'éducation financière peut aider à promouvoir des programmes d'éducation financière qui sont évolutives et durables, et peut également permettre d'ouvrir la voie à l'inclusion financière à moyen et à long terme. De même, il faut mettre en place des initiatives afin de s'assurer que les consommateurs choisissent des produits et services financiers qui répondent à leurs besoins et qu'ils comprennent la façon de s'en servir.

Cette Note Directrice aborde les défis liés à l'élaboration d'une stratégie nationale d'éducation financière et vise à aider les décideurs des pays membres de l'AFI qui dressent des stratégies en tenant compte de leur contexte national.

But et Questions Critiques

Étant donné que l'inclusion financière est une mission des banques centrales et des régulateurs dans nombreux pays, ces institutions peuvent initialement assumer un rôle de chef de file dans l'élaboration des stratégies nationales d'éducation financière.

Une étroite consultation et collaboration avec les parties prenantes est importante pour aboutir à un consensus sur la nécessité de l'éducation financière et d'une stratégie nationale d'éducation financière. La banque centrale, une organisation du secteur public, et le régulateur, indépendamment de l'industrie des services financiers, ont tendance à avoir les mêmes perspectives à la fois sur les défis plus larges d'inclusion financière et le rôle de l'éducation financière dans la promotion de l'inclusion financière et le renforcement de la protection du consommateur. Ces perspectives leurs donnent la crédibilité de jouer un rôle de chef de file dans l'élaboration d'une stratégie nationale d'éducation financière.

Les tâches suivantes sont essentielles pour l'élaboration d'une stratégie efficace et bien formulée :

- lancer la stratégie en partenariat avec les principales parties prenantes et créer une plate-forme pour favoriser l'échange entre les parties prenantes en matière d'éducation financière ;
- coordonner avec les banques, les institutions financières et les autres parties prenantes éventuelles en vue de diffuser des informations sur l'éducation financière ;
- s'assurer que le marketing des produits et services financiers ne fait pas partie des activités d'éducation financière ;
- veiller à l'inclusion de tous les couches de la population et à l'adaptation des informations pour ceux qui ont des besoins particuliers (par exemple, les jeunes, les femmes, les migrants) ;
- s'assurer que les informations répondent aux besoins des consommateurs et atteignent les populations par divers canaux ; et
- évaluer régulièrement la qualité de l'éducation financière afin de s'assurer qu'elle répond aux besoins des consommateurs.

Qui prendra l'initiative ?

La première étape dans l'élaboration d'une stratégie nationale d'éducation financière consiste à identifier et désigner une organisation chef de file. Quels critères devraient influencer votre décision ?

L'organisation chef de file doit assurer l'**orientation**, l'**ampleur** et la **coordination efficace** pour que la stratégie ne soit pas non seulement mise en œuvre mais aussi révisée et modifiée régulièrement, le cas échéant.

L'organisation doit être **ingénieuse et tenace** encourageant les autres à promouvoir les initiatives d'alphabétisation financière et attirer de nouveaux partenaires.

L'organisation chef de file doit avoir la **crédibilité** et l'**influence** auprès des parties prenantes importantes et être capable de consacrer des ressources à son rôle de chef de file et de coordination.

Idéalement, elle doit être indépendante, sans ses propres produits ou services à vendre.

¹ En décembre 2011, le Groupe de Travail (CEMC) a mené une enquête d'inventaire auprès de ses membres dans le but, entre autres, d'établir des données de base, d'identifier les pratiques et stratégies communes et de formuler des recommandations et directives pour répondre aux préoccupations prioritaires du Groupe de Travail.

Directives

L'élaboration d'une stratégie nationale d'éducation financière viable et efficace est une entreprise ambitieuse. Les directives suivantes visent à aider les décideurs à mener à bien ce processus :

1. Développer des arguments en faveur de l'éducation financière

La première étape consiste à établir un programme national et à expliquer l'importance de l'éducation et l'alphabétisation financières. – Il est important de définir clairement l'éducation financière, de comprendre les avantages et d'expliquer la façon dont une stratégie nationale d'éducation financière contribuera à la promotion de l'inclusion financière.

2. Procéder à une enquête de base et à une analyse des lacunes

Mener une enquête qui demande aux gens de répondre aux questions sur les concepts financiers de base et qui évalue les initiatives d'éducation financière existantes. Il est également important de procéder à une analyse des lacunes en rapport avec l'offre pour comprendre les domaines prioritaires des Prestataires de Services Financiers (PSF). Dans ce cas, il n'est pas nécessaire de réinventer la roue ; les enquêtes existantes et les expériences des praticiens en alphabétisation financière demeurent des ressources précieuses.

Une enquête permettra également d'orienter le programme national et d'identifier les groupes ayant des besoins et des défis uniques, telles que les femmes et les populations vulnérables et analphabètes. L'enquête servira de norme de référence pour l'évaluation et l'analyse comparative des initiatives futures, et peut également aider à établir des dimensions d'évaluation interne.

3. Consulter et coordonner avec les principales parties prenantes

Il est essentiel d'impliquer les principaux acteurs dès le début. Cela peut prendre du temps et des efforts, mais crée un sentiment d'appartenance qui ancre le programme et favorise le succès dès le départ.

Un groupe de travail ou un comité de pilotage rassemblant les principales parties prenantes devrait être mis en place pour coordonner et diriger les activités du programme. Des sous-groupes ayant une expertise dans un domaine particulier peuvent également jouer un rôle important consultatif et de coordination (comme l'éducation financière dans les écoles) et fournir l'orientation et les

recommandations destinées à d'autres programmes d'alphabétisation financière.

4. Identifier les domaines prioritaires d'action

Il est essentiel de définir et d'établir des priorités réalistes et mesurables en fonction du niveau de développement d'un pays ou d'une juridiction. L'accès aux services et aux produits financiers de qualité ou à un financement plus responsable peut constituer les domaines prioritaires. La définition d'un calendrier pour la réalisation des priorités est une autre tâche importante.

5. Mettre en œuvre la stratégie nationale d'éducation financière

La façon dont une stratégie nationale est mise en œuvre variera d'un pays à l'autre en fonction de facteurs tels que le niveau de développement, l'allocation des ressources et la structure de la stratégie, de la phase d'enquête à la coordination et à la consultation.

La stratégie de diffusion des informations financières doit être ouverte et fondée sur des partenariats avec les parties prenantes. Elle doit cibler tous les segments de la population, y compris les écoles, les jeunes, les lieux de travail, les populations rurales ainsi que les micros, petites et moyennes entreprises (MPME). Elle devrait atteindre ces publics par divers canaux tels que la formation en salle de classe, les programmes de sensibilisation, les théâtres de rue, les intermédiaires de confiance, les tournées de présentation et expositions, et utiliser les médias de masse, les médias sociaux et le Web, y compris les SMS et les technologies novatrices et émergentes telles que les portails et l'apprentissage en ligne (si possible et si accessible). Le choix doit être fondé sur la rentabilité du canal.

Les programmes qui favorisent l'éducation financière devraient avoir un niveau élevé de visibilité et permettre à tout le monde d'y prendre part. Ils doivent avoir des marques neutres et éviter de rivaliser avec les marques des institutions financières partenaires. Les conseils financiers issus des institutions financières participant au programme d'éducation financière doivent être délivrés indépendamment de leur gamme de produits et services. Les programmes d'éducation financière peuvent être efficacement et effectivement coordonnés si la population est segmentée en groupes cibles selon les domaines prioritaires, la phase du programme ainsi que les besoins et les circonstances uniques de différents groupes de la population.

6. Suivre et diffuser les résultats

Le suivi et l'évaluation sont essentiels à la fois pour s'assurer que la stratégie nationale d'éducation financière est efficace et pour identifier les domaines d'amélioration. Chaque programme d'éducation financière contribuant aux objectifs de la stratégie nationale doit être testé et muni d'un mécanisme intégré fiable d'évaluation et de suivi. Les résultats d'évaluation peuvent être utilisés pour identifier les programmes les plus efficaces et influencer les futures décisions de financement. Le partage des résultats contribue à la crédibilité et à la pérennité du programme.

La stratégie d'éducation financière doit fixer des objectifs et mesurer les résultats afin d'améliorer et de soutenir un argument continu en faveur de l'éducation financière. Elle doit être suffisamment souple pour s'adapter aux changements proposés en termes de diffusion et de mesure du programme de formation. Les outils doivent être mis au point pour mesurer les résultats des différents canaux de distribution et procéder à la surveillance de l'exécution du programme sur place et sur pièce. En outre, une évaluation indépendante par un tiers est essentielle pour valider les résultats du programme et générer des résultats crédibles.

7. S'assurer de la durabilité

En fin de compte, la durabilité d'une stratégie d'éducation financière dépend de l'efficacité de l'exécution et des résultats globaux. Les Prestataires de Services Financiers peuvent facilement atteindre un grand nombre de personnes ; toutefois, ils doivent percevoir un bénéfice immédiat, tel que l'absorption accrue des produits ou l'amélioration de l'image. Lorsque ces avantages sont évidents, les Prestataires de Services Financiers (PSF) sont plus susceptibles de continuer à offrir des programmes d'éducation financière à long terme. Sans ces avantages, ils sont peu susceptibles de continuer à soutenir ce genre de programmes.

Les programmes durables sont conçus autour des modèles solides de financement qui répondent non seulement aux besoins des participants, mais permettent éventuellement à tous les intervenants d'en tirer profit. La durabilité d'un programme d'éducation financière est directement liée au modèle de financement et à la demande d'informations provenant du grand public. Le modèle de financement doit trouver un équilibre

entre la maximisation des bénéfices pour les PSF et la réalisation des objectifs sociaux et de développement du marché.

Mettre en œuvre une Stratégie Nationale d'Éducation Financière : Principales Considérations²

Accord sur les définitions et objectifs communs

Il peut être difficile pour toutes les parties prenantes de s'entendre sur le but principal et le contenu des stratégies nationales et de définir la relation entre l'éducation financière et l'inclusion financière.

Adhésion et engagement des principales parties prenantes

L'implication à long terme de divers groupes ainsi que la durabilité et le dynamisme de la coalition au fil du temps constituent des défis majeurs. Les organisations déjà actives dans le domaine d'éducation financière ont généralement un fort sentiment d'appartenance envers leurs propres programmes et peuvent hésiter à s'engager en vertu d'un nouveau programme national. L'approche à long terme d'une stratégie nationale et l'absence d'un impact immédiat visible à court terme ne peut qu'exacerber ce décalage.

Ressources et questions budgétaires

Le manque de ressources est la principale raison pour laquelle de nombreux pays ne disposent pas d'une stratégie nationale d'éducation financière. L'un des principaux défis dans l'élaboration des stratégies nationales consiste à mobiliser les sources de financement crédibles à long terme. La création de postes distincts dans les budgets nationaux pour les programmes de communication et les initiatives d'éducation financière du gouvernement pourrait contribuer à un financement plus permanent et indépendant.

Coordination

Aborder des questions liées à la demande, telles que la réduction des obstacles à l'alphabétisation, nécessite un effort concerté de la part de toutes les parties prenantes. Par conséquent, la mise en place d'une structure et d'un processus à long terme pour la coordination des parties prenantes est essentielle pour veiller à l'élaboration réussie d'une stratégie nationale d'éducation financière.

² Grifoni, A. and Messy, F. (2012), "Current Status of National Strategies for Financial Education: A Comparative Analysis and Relevant Practices", Documents de Travail de l'OCED sur la Finance, l'Assurance et les Pensions Privées, n ° 16, Éditions OCDE

À propos de l'AFI

L'Alliance pour l'Inclusion Financière (AFI) est un réseau mondial de banques centrales et d'autres organismes financiers chargés de l'élaboration des politiques en matière d'inclusion financière des pays en développement. L'AFI fournit à ses membres des outils et des ressources permettant de partager, de développer et de mettre en oeuvre leurs connaissances des politiques d'inclusion financière. Soutenu par des subventions et des liens avec des partenaires stratégiques, le réseau de L'AFI permet aux décideurs politiques et régulateurs, à travers des canaux en ligne et face-à-face, de partager leurs connaissances et de développer des politiques d'inclusion financière à mettre en oeuvre qui soient appropriées aux circonstances respectives de leur pays individuels.

Pour en savoir plus : www.afi-global.org

Alliance pour l'Inclusion Financière

AFI, 399 Interchange Building, 24th floor, Sukhumvit Road, Klongtoey – Nua, Wattana, Bangkok 10110, Thailand
t +66 (0)2 401 9370 f +66 (0)2 402 1122 e info@afi-global.org www.afi-global.org

www.facebook.com/AFI.History  [@NewsAFI](https://twitter.com/NewsAFI)