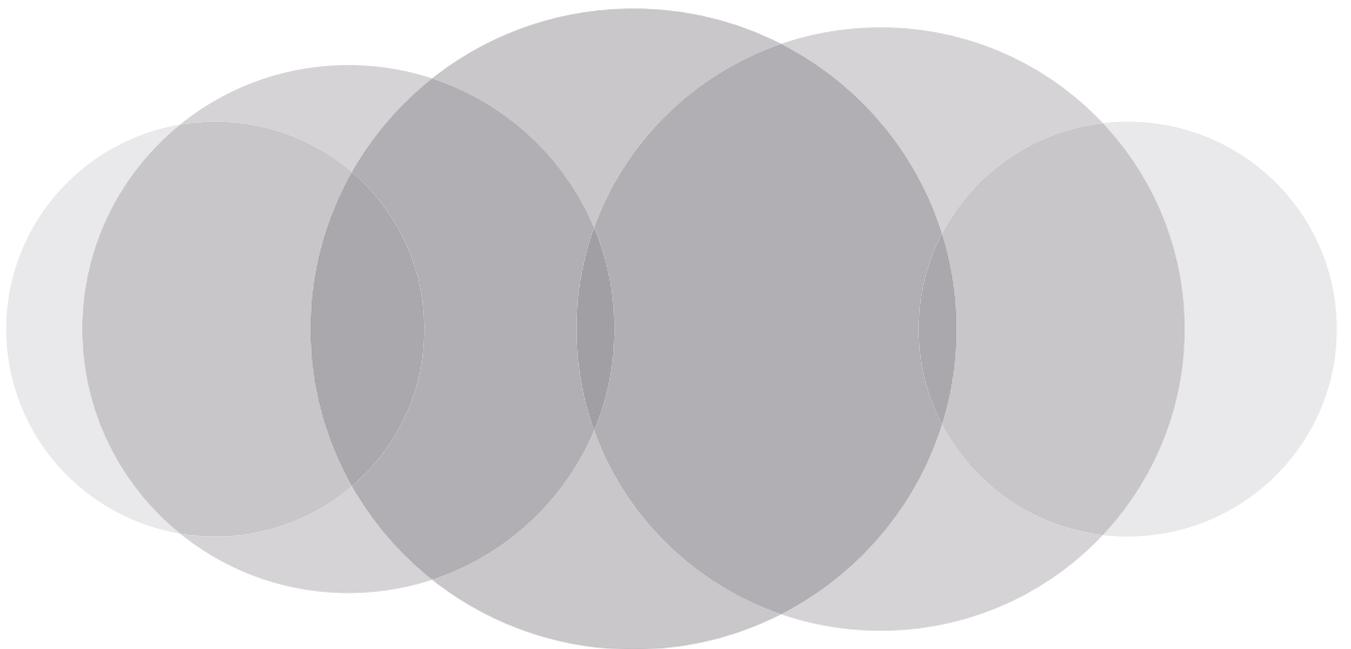


Etude de Cas

Autonomiser et Protéger les Consommateurs

Le cadre réglementaire sur les
consommateurs et les comportements
de marché mis en place par la Banque
Negara Malaysia



A propos de cette étude de cas

Cette étude de cas capture l'expérience et les défis réels auxquels ont dû faire face Koid Swee Lian, championne politique de l'AFI, et l'équipe du Département des consommateurs et des comportements de marché de la Banque Negara Malaysia. Les Champions de l'AFI sont des décideurs politiques d'exception ayant fait avancer l'accès à la finance des populations non bancarisées de façon substantielle dans leur pays. Au travers de ces études de cas, les champions de l'AFI racontent leur histoire afin que d'autres décideurs politiques de pays en développement puissent bénéficier de leurs expériences et innovations.

© 2011 (Avril), L'Alliance pour l'Inclusion Financière

Remerciements: cette étude de cas a été produite en collaboration étroite avec la Banque Negara Malaysia par Simone di Castri de l'Alliance pour l'Inclusion Financière. Nous remercions la championne politique de l'AFI, Koid Swee Lian et l'équipe du Département des consommateurs et des comportements de marché pour leur soutien continu et leur volonté de partager leur expérience avec le réseau de l'AFI.

D'un clin d'œil

Cette étude de cas retrace les dix dernières années de la mise en place du programme visant à autonomiser les consommateurs et améliorer les comportements de marché de la Banque Negara Malaysia, et en extrait les apprentissages clé.

Le cadre réglementaire sur les consommateurs et les comportements de marché de la Banque Negara Malaysia

Après la crise financière asiatique de 1997, le gouvernement de Malaisie s'est engagé à développer un programme de réforme financière sur dix ans. Ce programme avait pour objectif d'améliorer la stabilité financière au travers de la protection des consommateurs et des initiatives de comportements de marché. Le Plan Général du secteur financier fut lancé en 2001, et depuis, la Banque Negara Malaysia a travaillé à aligner sa stratégie et sa capacité institutionnelle aux objectifs du Plan. Avec la stabilité financière comme objectif premier, la Banque a introduit des initiatives visant à faciliter le renforcement de capacité des institutions financières, promouvoir l'éducation financière des consommateurs, et s'assurer que les institutions financières adhèrent à des pratiques de marché équitables.

Aujourd'hui, l'autonomisation et la protection des consommateurs sont des objectifs recherchés au travers d'un cadre complet incluant des réglementations en matière de comportements de marché, des voies de recours, de programmes d'éducation financière et des initiatives de sensibilisation du public. Ce cadre a été développé progressivement et a bénéficié du concours d'autres départements de la Banque, d'associations de consommateurs, et du secteur tout entier. Depuis 2006, le département des consommateurs et de comportements de marché de la Banque a joué un rôle clé dans le développement de ce cadre.

Évènements clé dans le développement d'un cadre des consommateurs et des comportements de marché

Autonomisation des Consommateurs	Comportements de marché
1997	
Crise Financière asiatique	
2001	
Le Plan Général du secteur financier pour la période 2001-2010 est lancé	
Système Central d'Information de Référence sur le Crédit (SCIRC)	
2003	
La plateforme d'éducation des consommateurs est créée	
Deux plateformes en ligne sont créées afin de fournir des informations sur les produits financiers au public: bankinginfo.com et insuranceinfo.com.my	
2005	
La Banque met en place le BNMLINK afin d'aider le public et les entreprises à résoudre les problèmes liés aux produits et services financiers, en particulier de plaintes et d'évaluation des crédits.	Le Bureau de Médiation Financière est créé de la fusion du Bureau de Médiation Bancaire et du Bureau de Médiation des Assurances.
La Société d'assurance – épargne est créée.	
2006	
L'Agence pour le Conseil au Crédit et la Gestion des Dettes (AKPK) est créée.	
La Banque réorganise et établit le Département des consommateurs et des comportements de marché (CCM)	
	La Banque établit le groupe de travail sur les comportements de marché
2008	
La Banque consolide la gestion de la clientèle et des plaintes au sein du Centre de Contact Intégré (CCI).	

Une priorité politique du secteur financier

Durant la décennie passée, la Malaisie a connu une variété d'évolutions au sein du secteur financier allant de la protection des consommateurs aux initiatives de comportements de marché. Comme n'importe quelle autre politique complexe, il est difficile de pointer une raison spécifique à son succès. Un nombre d'éléments ont contribué à des degrés différents. Quatre de ces éléments en particulier ont été essentiels:

- L'environnement politique et économique créé par la crise financière asiatique a invité le secteur financier à repenser ses politiques et endosser des réformes visant à mettre en place des règles du jeu équitables entre les consommateurs et les prestataires de services financiers (FSPs).
- Le gouvernement malaisien a rapidement compris que des thèmes majeurs comme l'autonomisation et la protection des consommateurs demanderaient des réformes et réglementations allant au-delà de la déjà très complète loi malaisienne sur la protection des consommateurs de 1999 et la politique d'assistance au consommateur (2002).¹
- La nomination du Dr. Zeti Akhtar Aziz comme Gouverneur de la Banque Negara Malaysia en 2000, a permis de développer une vision holistique des réformes financières.
- La direction clairvoyante de la Banque et son approche pragmatique et globale.

Crise et réforme du secteur financier

La crise financière asiatique de 1997 a gravement touché l'économie malaisienne, dérangeant la croissance stable de la livre sterling depuis les dix années passées. A cette époque, la Malaisie était une destination d'investissement de choix, avec la Bourse de Kuala Lumpur enregistrant régulièrement des retours sur investissements les plus élevés du monde. Les prévisions donnaient que la croissance continuerait et que la Malaisie serait propulsée au rang d'économie dominante d'ici 2020.

En Juillet 1997, quelques jours après la dévaluation catastrophique du Thai Baht, le ringgit malaisien fut la cible d'une spéculation telle que sa valeur fut divisée par deux, dégradant ainsi les notations et forçant le marché à s'effondrer. En quelques mois, la Malaisie fut plongée dans une récession majeure, la première depuis de nombreuses années de croissance. Afin de surmonter cette crise, de nombreuses mesures furent annoncées, et la Banque commença à travailler sur un plan pour rénover le secteur financier et exposer les grandes lignes de sa stratégie de moyen et long terme pour développer un cadre pour ses réformes financières.

La Plan Général du Secteur Financier (PGSF) est la pierre angulaire de ce cadre de réformes. En cartographiant une décennie de réformes, le but de ce Plan fut de rendre le système financier de la Malaisie plus résistant et compétitif. Le Plan fut organisé en trois phases:

- I. Le renforcement des connaissances et des capacités des institutions financières du pays et la création d'une fondation en charge de la protection des consommateurs.
- II. La promotion d'une compétition plus libre en améliorant l'efficacité du système financier. Ceci inclut l'ouverture de nouvelles succursales bancaires, l'expansion du réseau de guichets automatiques, et l'offre d'une variété plus étendue de produits financiers.
- III. L'intégration du système financier malaisien au sein de l'économie mondiale.

L'autonomisation et la protection des consommateurs comme priorités politiques

Le Plan se concentra sur la stabilité du secteur financier, une intermédiation efficace, et le fonctionnement efficace des marchés financiers. Une base solide étant nécessaire à la promotion de la compétition et la libéralisation du secteur financier, l'équipe travaillant sur le Plan Général a compris qu'il fallait construire un lieu d'échange marchand au sein duquel les consommateurs prennent des décisions informées, ont confiance dans le marché, comprennent et exercent leurs droits, et possèdent des moyens de recours légaux en cas de problème.

Le Plan propose plusieurs recommandations pouvant aider les consommateurs évoluant au sein d'un système financier de plus en plus libéralisé:

- I. Initier un programme d'éducation du consommateur actif et structuré afin d'éduquer les consommateurs en matière de produits et services en vente et leurs droits et responsabilités en tant que consommateurs.
- II. Rendre la performance des institutions bancaires et d'assurances ainsi que la description des nouveaux produits plus transparentes.
- III. Etablir des moyens de recours légaux pour les consommateurs.
- IV. Etendre les opérations du Bureau de Médiation Bancaire et du Bureau de Médiation des Assurances.
- V. Introduire des réglementations en matière de concurrence.
- VI. Etablir un fond d'assurance épargne.

Les recommandations du PG ont été appliquées progressivement, niveau par niveau. Le développement du cadre de protection des consommateurs et de comportements de marché a été conduit par le besoin de praticité et guide par un processus consultatif.

¹ La loi sur la protection des consommateurs de 1999 (LPC) est entrée en vigueur le 15 Novembre 1999, sous l'autorité du Ministère du Commerce Domestique, des Coopératives et de la Consommation (MCDCC). Le 26 Juillet 2002, la Politique Nationale des Consommateurs (PNC) fut lancée afin de sensibiliser les consommateurs à leurs droits et intérêts et de promouvoir leur activisme.

Ces efforts reconnaissent l'habilité des consommateurs à assumer une émancipation de leur responsabilité individuelle pour une prise décision en confiance et une planification financière solide... [ceci] en retour contribue à la stabilité financière en facilitant une allocation des ressources et des risques plus efficace au sein du système financier.²

Gouverneur Zeti Akhtar Aziz

Le mandat de la Banque

La stratégie globale du plan du gouvernement était claire: afin d'autonomiser et protéger les consommateurs, le secteur financier aurait besoin de standards règlementaires solides pour conduire le marché, un programme d'éducation des consommateurs dynamique, et une infrastructure robuste afin de fournir l'assistance dont les consommateurs ont besoin. Sous ce plan, la Banque s'est vu assignée un rôle clé dans le développement d'un nouveau cadre.

Sous l'Acte de la Banque Centrale de Malaisie de 2009, les principales responsabilités de la Banque incluent la formulation et la mise en œuvre de la politique monétaire et de s'assurer la stabilité du système financier. L'objectif qu'est la stabilité financière est une condition nécessaire au travail de la Banque en matière de développement du secteur financier, d'autonomisation des consommateurs et des comportements de marché. Les objectifs de ces deux agendas se renforcent mutuellement.

L'autorité de la Banque s'applique aussi aux banques, aux compagnies d'assurance, aux institutions financières de développement, aux institutions financières islamiques et aux systèmes de paiement. La vaste majorité des clients des prestataires financiers supervisés par la Banque, sont des clients de détail et des petites et moyennes entreprises (PME). Cependant, la Banque s'est engagée avec les clients au-delà du secteur bancaire et des assurances afin de promouvoir son agenda en matière de protection et d'autonomisation des consommateurs, incluant des clients de la microfinance.

La Banque s'est aussi engagée à promouvoir activement l'inclusion financière, en ayant pour objectif d'améliorer l'accès aux services financiers à tous et soutenir une croissance économique équitable.

Encadré 1: La stratégie de la Malaisie pour l'autonomisation des consommateurs et des comportements de marché équitables

Le but du secteur financière en Malaisie:	
Promouvoir la stabilité, l'Intermédiation, et le fonctionnement efficace des marchés financiers	
Stratégie pour l'autonomisation des consommateurs et des comportements de marché équitables:	
Assurer, à chaque segment de la société, un accès à des services financiers et de qualité	Promouvoir des comportements et des pratiques de marché responsables parmi les prestataires de services financiers
Activités	
Autonomiser le Consommateur <ul style="list-style-type: none"> • Programmes d'éducation du consommateur (PEC) • Voies d'assistance • Moyens de Recours 	Améliorer les comportements de marché <ul style="list-style-type: none"> • Standards en matière de comportements • Surveillance du Marché • Action corrective • Mise en vigueur des standards • Autorégulation

² Rapport sur la stabilité financière et les systèmes de paiement 2006, Discours du Gouverneur, http://www.bnm.gov.my/files/publication/fsps/en/2006/fs2006_book.pdf

Leadership en matière de développement d'un cadre réglementaire

Le Département des consommateurs et des comportements de marché (CCM)

Avant le lancement du Plan Général, et lors de la première moitié de la phase de mise en œuvre du PG, la supervision des comportements de marché était de la responsabilité du département de la réglementation bancaire, du département de réglementation des assurances, et du Département de la banque islamique et de Takaful³. Le département de la communication d'entreprise fut responsable du lancement de plusieurs initiatives d'éducation financière.

À la fin de 2006, la Banque a réorganisé ses fonctions de régulation et de supervision et a créé le département du consommateur et des comportements de marché (CCM). La création du CCM fut une étape importante dans les efforts de la Banque en matière de sauvegarde des intérêts du consommateur, promotion de leur éducation et capacité financière, et des pratiques de marché équitables.⁴ Le CCM régule et contrôle une variété de prestataires financiers, incluant les banques commerciales, compagnies d'assurance, l'opérateurs takaful et acteurs des systèmes de paiement, et les intermédiaires financiers (i.e. courtiers en assurance et takaful, conseillers financiers, experts en sinistre). Les fonctions et les structures organisationnelles du département du consommateur et des comportements de marché sont illustrées dans l'Encadré 3.

Encadré 2: Institutions Financières en Malaisie

	# d'institutions	# de branches
Banques	55 (35)	2,312
Compagnies d'Assurance et d'Assurance Islamique (takaful)	46 (23)	698
Courtiers d'assurance	33	29
Conseillers financiers	15	15
Ajusteurs d'assurance	36	173
Institutions financière de développement	6	690

Notes: entre parenthèses sont le nombre d'institutions financières domestiques

³ Takaful est un produit d'assurance islamique

⁴ Rapport sur la stabilité financière et les systèmes de paiement 2006, p. 87, http://www.bnm.gov.my/files/publication/fps/en/2006/fs2006_book.pdf

Le cadre solide que la Banque a progressivement créé possède deux composantes principales:

- I. Un ensemble de standards en matière de pratiques appliqué à tous les prestataires de services financiers et mis en œuvre par le CCM.
- II. Des initiatives qui fournissent aux consommateurs des connaissances, des informations et une assistance en cas de besoin.

Afin d'adhérer à ce cadre, le CCM a adopté une approche consultative incorporant les besoins et perspectives de différentes parties prenantes, utilisant les données du secteur, et encourageant l'activisme des consommateurs.

Approche consultative

Le succès du travail de la Banque en matière d'autonomisation des consommateurs et de leur protection provient largement, de son comportement inclusif. La Banque travaille avec une variété de parties prenantes incluant des ministères et des agences gouvernementales, des chambres et associations de commerce, des associations de consommateurs, le barreau les institutions financières, et autres associations du secteur. En adoptant une approche consultative, la Banque a permis à ses employés de compléter leur savoir de l'expertise des parties prenantes.

Son engagement avec le secteur bancaire et de l'assurance fut particulièrement important. En effet, celle-ci a mené des dialogues réguliers avec les institutions financières qu'elle supervisait. L'objectif était que les institutions financières soient responsables du traitement équitable de leurs clients, de l'amélioration de leurs pratiques de vente, et de la qualité de l'information divulguée et conseils fournis aux consommateurs. « Ces problématiques doivent être solutionnées sur le terrain, par une mise en application adaptée des règles par le management, afin de prévenir les mauvaises pratiques de vente, les documents trop complexes ou les explications trompeuses des agents et des employés en charge du marketing, et des termes de contrats et exclusions abusives » a déclaré Koid Swee Lian, Directeur du CCM.

Dans le cas des coopératives en Malaisie, la Banque travaille sur un accord avec la commission sur les coopératives, Suruhanjaya Koperasi Malaysia qui couvre, entre autres, l'accès et l'échange des informations, le développement politique, le renforcement de capacités, et la coopération sur des sujets d'intérêt communs. La protection des consommateurs et les comportements de marché sont des domaines de coopération nécessitant le partage de l'information et le renforcement de capacité.

Le dialogue continu avec le secteur a facilité le respect des exigences en matière de comportements définies par le CCM, par les acteurs du marché. Une communication ouverte entre le régulateur et le secteur permet à la Banque de créer des politiques prenant en compte la complexité de certains produits et services. Par la suite, elle s'attelle à mettre en pratique progressivement et de façon flexible les réglementations. Finalement, ces efforts permettent d'atteindre les objectifs fixés en matière de protection des consommateurs tout en limitant les coûts liés à la surveillance du secteur.

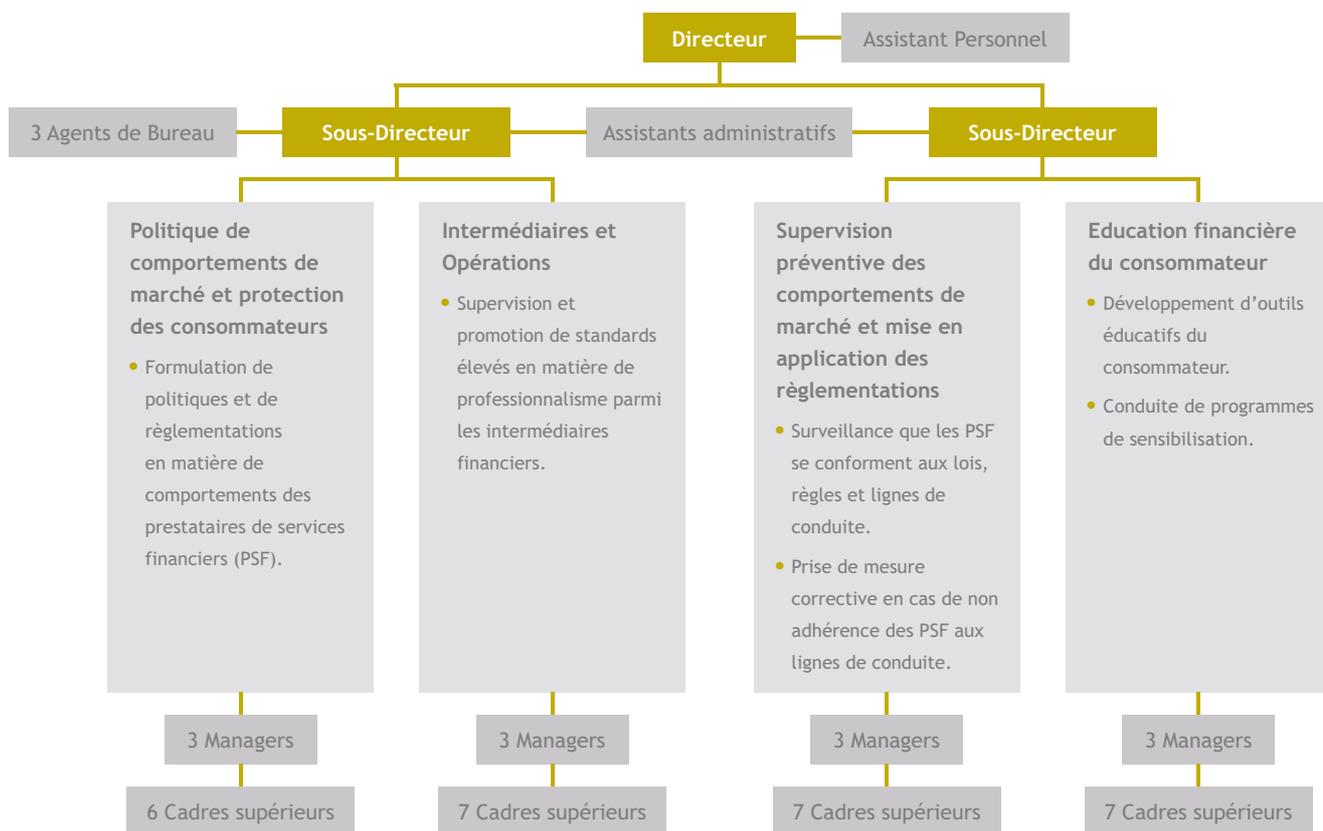
Données sectorielles

Il est particulièrement important pour la Banque de rédiger de nouvelles politiques, qu'elles se traduisent par des programmes d'autonomisation des consommateurs ou des lignes de conduite sur les réglementations en matière de comportements de marché, en gardant les résultats de la recherche sectorielle en tête. Ces recherches incluent des données et des informations glanées dans les rapports de recherche sur les consommateurs, le suivi des media, les résultats des opérations de shopping mystère, et les plaintes formulées par les consommateurs.

Activisme des consommateurs

La Banque croit au rôle que doivent jouer les consommateurs dans la détermination de la qualité des produits et services financiers qu'ils utilisent. Cet activisme du consommateur fait partie intégrante d'un système bancaire sain, dynamique et réactif. Améliorer le cadre réglementaire pour augmenter la transparence et la divulgation des informations, vise d'abord à informer et encourager l'engagement des consommateurs. Il est aussi nécessaire de les sensibiliser sur leurs droits et de soutenir un programme d'éducation les aidant à prendre des décisions financières informées. L'engagement des instances de réglementations et de supervision gouvernementales, la collaboration avec le secteur, l'activisme des media, et l'engagement des associations de défense des consommateurs sont les éléments clé d'une approche dynamique à l'autonomisation et la protection des consommateurs.

Encadré 3: Organisation & fonctions du département sur la protection des consommateurs et des comportements de marché (2010)



Améliorer les comportements de marché

Des prix transparents, une divulgation opportune et appropriée des termes et conditions du contrat, des produits adaptés aux clients, des pratiques de vente et de marketing adéquates, des procédures équitables de collecte des dettes, et une protection efficace des données, sont les principales préoccupations du régulateur afin d'assurer un accès aux services financiers sûr, pratique et universel.

Afin de s'assurer de l'efficacité des réglementations et de la supervision des comportements de marché, la Banque a souhaité améliorer les réglementations basées sur des principes, et a alloué des efforts considérables pour améliorer la qualité des mises en application réglementations et le développement d'un cadre légal plus consistant au travers de l'ensemble du secteur financier.

Normes en matière de comportements de marché

La Banque attend des prestataires de services financiers qu'ils agissent avec attention et assiduité. Ceci implique la divulgation des informations aux consommateurs et l'évaluation de leurs besoins financiers avant la finalisation d'un contrat ainsi que le maniement de leurs informations privées avec attention.

La Banque formule et émet des prescriptions en matière de comportements de marché sous forme de lignes de conduite. Ces lignes de conduite règlementent à la fois la provision de certains types de produits (produits bancaires conventionnels, takaful, assurance, produits bancaires islamiques, et autres services bancaires de base) et certains aspects de la provision de services financiers, comme la transparence et la divulgation des informations d'un produit, la divulgation d'information relatives aux frais des produits, la promotion des cartes de crédit, la gestion des plaintes, et les pratiques équitables de collecte des dettes. Ces lignes de conduite s'appliquent aujourd'hui à tous les prestataires de services financiers.

Nous souhaitons que les institutions financières répondent dès le départ, dans leur fonctionnement interne et leur cadre de mise en responsabilité, du traitement équitable de leurs clients et de la promotion de l'intérêt du consommateur.

Jessica Chew, Assistante Gouverneur

Transparence et divulgation des informations

Les lignes directrices sur la transparence et la divulgation des informations d'un produit permettent de s'assurer que les consommateurs ont accès à une information dressant un portrait exact du produit ou service financier, de ses caractéristiques, risques, et retours sur investissement.

Toutes les institutions financières doivent publier leurs informations en matière des frais qui s'appliquent à leurs produits et services et rendre cette information disponible à toutes leurs succursales et leur site internet. La Banque a standardisé la manière de divulguer l'information d'un produit ou service. La divulgation doit être opportune, claire, concise, véridique, adaptée, consistante et comparable. La divulgation de l'information doit arriver à la fois avant et pendant la vente ou la souscription d'un produit.

Les institutions financières doivent fournir aux clients une feuille d'information sur le produit avant l'achat du produit ou service en question (voir Annexe 1). Ceci donne non seulement aux consommateurs l'opportunité de comparer les produits, mais aussi d'examiner les modifications apportées aux termes et conditions d'un produit (qui dans certains cas, favorise le retrait du client d'un contrat trop onéreux). La Banque pense qu'une divulgation obligatoire de l'information réduit automatiquement le risque de fraude et renforce la responsabilité des institutions financières, qui en retour accélère la compétition de marché.

Publicité

Afin de prévenir la publicité trompeuse de produits et services financiers, un marketing agressif, la mise en vente de produits non sollicités, et des limites de crédit et d'avance pouvant négativement affecter le consommateur, la Banque a mis en place une série de meilleures pratiques (aussi effectives en matière de coûts) en matière de publicité:

- I. La publicité et les outils promotionnels dans les media doivent être écrits sans abréviation et être clairement compris par les consommateurs.
- II. Un produit ou un appareil ne doit pas être décrit comme « gratuit » ou « sans coûts » s'il existe des frais de fonctionnement ou si d'autres coûts sont appliqués.
- III. Les publicités doivent être claires, exactes et divulguer des informations adaptées sur les caractéristiques, risques, coûts, bénéfices et pénalités d'un produit.
- IV. Les termes et conditions, avertissements et notes doivent être de taille et d'apparence suffisantes pour être lisibles.
- V. Les publicités doivent surligner les informations nécessaires des termes et conditions d'un produit.
- VI. Les publicités ne doivent pas cacher des informations importantes.
- VII. Les publicités ne doivent pas créer une fausse impression sur l'institution ou les produits et services qu'elle propose.

Introduction de produits innovants et adaptés

Au travers de son Plan général, la Banque a adopté une philosophie globale en matière de réglementation: « tout ce qui n'est pas prohibé est autorisé ». Cette façon de voir les choses,

a pressé la Banque à éliminer certaines conditions de pré-autorisation de produits et les a remplacées par un processus de notification de produit simplifié.⁵ L'objectif de cette démarche est de favoriser l'innovation tout en préservant la qualité de produits et services. Les institutions financières sont encouragées à investir dans la recherche et le développement afin de faciliter le lancement opportun des produits. Le processus de notification assure que le régulateur est au courant du développement et du lancement de chaque produit. L'autorité de la Banque lui permet d'intervenir et prendre des actions correctives. Ceci fournit un niveau additionnel de protection pour le consommateur contre des informations de produit fausses ou abusives. La Banque a aussi le droit de rappeler des produits étant désavantageux pour les consommateurs ou la stabilité du système financier.

Pratiques en matière de collecte des dettes

Le harcèlement ou une pratique abusive lors des actions de collecte de dettes peuvent causer du tort aux consommateurs. En plus de la perte d'actif, ces pratiques peuvent assujettir le consommateur et véritablement envahir leur vie privée ou causer tort à leur réputation, et en particulier au sein des petites communautés.

Les institutions financières sont autorisées à utiliser des services tiers de collecte de dettes, à condition que les pratiques de ces agences soient alignées avec celles de la ligne de conduite de la Banque: « Pratiques de collecte de dettes équitables ». Cette ligne de conduite stipule que les entités collectant les dettes ne peuvent avoir recours à l'intimidation ou la violence et doivent aligner leurs pratiques à celles décrites par la Banque. Notifier par écrit à l'emprunteur avant d'initier toute opération de collecte, fournir une preuve que la collecte a été autorisée par l'institution financière, et respecter la confidentialité des informations de l'emprunteur, en sont des exemples.

L'institution financière est responsable de toute faute commise par l'agent. Si un emprunteur estime que cette troisième partie a violé ses droits, une plainte peut être déposée auprès de l'institution. Si l'emprunteur n'est pas satisfait de l'assistance qu'il reçoit, le cas peut être soumis à l'attention de la Banque.

Protection des données

Les PSF et les intermédiaires financiers sont dans l'obligation d'instituer des systèmes et politiques adaptées afin de protéger l'information du consommateur. Ils doivent aussi obtenir l'accord du client avant de partager leurs informations personnelles avec les partenaires marketing. Ils doivent aussi se plier à la Loi sur la protection des données personnelles (2010).

Supervision du marché

Sous sa juridiction, la Banque s'assure que les institutions financières se conforment aux standards des comportements de marché qu'elle a mis en place.

Ses activités de surveillance incluent:

- I. Des examens thématiques;
- II. La surveillance des media;
- III. Des visites incognito/appels et shopping mystères; et
- IV. La collecte de données sectorielles.

Une petite équipe de superviseurs au sein de la Banque conduisent des enquêtes sur et hors site. En matière de surveillance, l'équipe du CCM se repose aussi sur un cercle étendu du personnel de la Banque. Les consommateurs et d'autres acteurs de marché peuvent aussi aider à identifier des violations de comportements de marché. Par exemple, un prestataire de services financier peut dénoncer le comportement d'un autre prestataire faisant du tort aux consommateurs.

Une pratique commune au personnel du CCM, comme dans d'autres départements de la Banque, est de prendre note des abus qu'ils observent dans la vie quotidienne, comme des informations trompeuses sur les panneaux d'affichage, la radio, ou les publicités télévisées. Cette culture de surveillance informelle du marché, de forte adhésion du personnel, et de coordination inter et intra agences, sont les éléments essentiels d'une mise en vigueur efficace.

Examen thématique

L'examen thématique se réfère à l'examen des problématiques liées à un sujet spécifique. Par exemple, le superviseur des comportements de marché pourra examiner si un prestataire de service financier remplit ses obligations envers ses consommateurs. Le superviseur évaluera aussi si le prestataire se plie aux conditions en matière de divulgation de l'information sur le produit, de pratiques de vente et de marketing, d'activités promotionnelles (comme les jeux concours), de frais, de pratiques de collecte de dettes, de gestion des plaintes, d'assistance aux consommateurs, de gestion des plaintes concernant l'assurance, ou de qualités des services bancaires (comme les guichets automatiques).

Surveillance des media

L'examen journalier de publicité et de matériel promotionnel dans des journaux de premier plan, radio, télé, brochures a souvent révélé des infractions aux conditions en matière de publicité du CCM.

Visite mystère

De façon périodique, la Banque utilise des personnes menant des opérations de shopping mystère afin de détecter infractions et escroqueries. Ces visites incluent des visites ou appels incognito, en fonction de l'enquête. Les problèmes ayant été découverts incluent un manque d'information sur les frais et les termes et conditions du contrat, un manquement aux obligations d'exposer des outils d'information obligatoires et d'une ligne téléphonique d'assistance au consommateur, des centres d'appel injoignables, des pratiques de vente illégales ou agressives, ou des agents ne comprenant pas les produits en vente.

⁵ Ceci fut précédé par le renforcement des attentes de la part des PSF en matière de mise en place de systèmes de contrôle et de supervision effectifs concernant le développement de produit et de pratiques de vente.

Actions correctives

La Banque peut demander à une institution financière de prendre des actions correctives adaptées afin de répondre aux manquements ayant été identifiés en matière de contrôles ou provisions de produits financiers.

Les actions correctives incluent:

- I. Demander aux prestataires de modérer ou supprimer, et/ou rembourser les frais litigieux.
- II. Demander aux prestataires de rectifier ou résoudre les infractions potentielles en matière de pratiques de vente abusives (par exemple, avoir des kits de communication en place, contacter les titulaires de politiques d'assurance afin qu'ils confirment avoir bien compris les termes du service, rembourser le total des premiums aux titulaires des polices d'assurance ayant changé ou annulé leurs termes et conditions, et rembourser les commissions ayant été payée à des agents d'assurance peu scrupuleux.)
- III. Recommander que les prestataires modifient ou suppriment les publicités trompeuses.

Mise en application

La mise en application des réglementations de comportements de marché varient en fonction de l'infraction, mais peut inclure:

- Un blâme public ou privé;
- Un ordre à se conformer;
- Une pénalité civique ou administrative;
- Une restitution au consommateur; ou
- Des poursuites.

Le régulateur peut aussi tirer profit du fait qu'il existe un risque de réputation pour le prestataire. La couverture des media peut générer l'attention du public, et pousser le prestataire à prendre les mesures correctives nécessaires afin de protéger sa réputation et la réputation du secteur avant qu'un superviseur de la Banque n'intervienne. La Banque considère aussi d'autres actions comme de « montrer du doigt dans les media » ou « accuser et blâmer » consistant à nommer l'institution ayant commis une infraction dans les media. Cette méthode peut aussi dissuader le prestataire ne souhaitant pas endommager sa réputation.

Autorégulation

La Banque a alloué des ressources importantes à la réglementation et la surveillance des comportements de marché, ainsi qu'à leur mise en application en cas de pratiques injustes de la part des PSF. Cependant, elle se concentre aussi à promouvoir l'autorégulation au sein du secteur, impliquant le renforcement des rôles, l'efficacité des associations sectorielles, et l'encouragement des associations à mettre en vigueur des chartes de clients et codes de conduite. Un dialogue continu entre la Banque et les associations du secteur a grandement aidé à améliorer les standards.

Sur le long terme, le secteur entier a un intérêt évident à cultiver l'information, la responsabilité et la capacité du consommateur. Les consommateurs doivent être traités de façon équitable, car toute allégation de pratique abusive peut abîmer la confiance ou la réputation de l'institution financière comme celle du secteur tout entier.

Chuah Mei Lin, Directeur Exécutif
Association des Banques de Malaisie

Encadré 4: Outils permettant d'améliorer les comportements de marché

Normes en matière de comportements	Surveillance du Marché	Actions correctives	Mise en pratique	Autorégulation
<ul style="list-style-type: none">• Transparence et divulgation des informations• Publicité• Introduction de produits innovants et adaptés• Pratiques en matière de collecte de dettes• Protection des données	<ul style="list-style-type: none">• Examen thématique• Surveillance des media• Visites Incognito/appels et shopping mystère• Données sectorielles	<ul style="list-style-type: none">• Demander des prestataires de services financiers de modérer, supprimer ou/et rembourser les frais litigieux• Ordonner des prestataires de services financiers de rectifier et résoudre les violations potentielles• Recommander aux prestataires de services financiers de modifier ou supprimer les publicités trompeuses	<ul style="list-style-type: none">• Un blâme public ou privé• Un ordre à se conformer• Une pénalité administrative et civique• Restitution au consommateur• Poursuites	<ul style="list-style-type: none">• Charte du client• Codes de conduite

Autonomiser les Consommateurs

La Banque reconnaît que développer uniquement des réglementations n'est pas suffisant pour réussir à équilibrer le terrain entre consommateurs et prestataires. Une approche de bas en haut permettant de développer la capacité du consommateur et le rendre responsable de son bien-être financier est également importante. La Banque travaille à faire participer les consommateurs plus activement au système financier et être mieux informés afin de prendre des décisions financières plus solides.

Afin d'autonomiser les consommateurs finaux, la Banque tente d'améliorer:

- La sensibilisation des consommateurs (connaître ses droits et devoirs);
- L'éducation financière (comprendre les informations de base sur les produits financiers); et
- La stabilité financière (savoir trouver des informations, évaluer les risques et prendre des décisions informées).

Avoir les connaissances et comprendre les problématiques rendraient les consommateurs plus à même de prendre des décisions informées en matière de leurs propres finances. De plus, ceci contribuerait aussi à la stabilité du système bancaire et à l'efficacité des systèmes de paiements.⁶

Gouverneur Zeti Akhtar Aziz

Le programme d'Éducation du Consommateur (PEC)

Après le lancement du Plan général, la Banque a initié un programme complet, le Programme d'Éducation des Consommateurs (PEC), visant à améliorer la sensibilisation, l'éducation et la capacité financière. Reconnaissant que chaque type de consommateur nécessite un type d'assistance spécifique, la Banque a adopté différentes stratégies, allant de l'éducation et la capacité financière en zone rurale à des road shows d'éducation financière afin de développer des programmes pour étudiants.

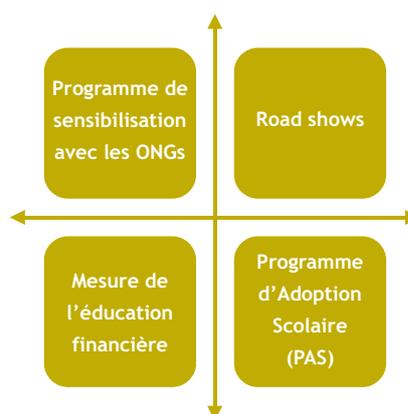
La Banque a développé et distribué une variété d'outils éducatifs. Les publications incluent le *Livre de Poche de l'Argent*, qui est maintenant largement utilisé dans les écoles en Malaisie, et des livrets sur des sujets comme la gestion financière des ménages, disponibles dans les succursales bancaires. Ces livrets d'information sont disponibles en Anglais, Bahasa Melayu, Mandarin, et Tamil. Les publications sont aussi imprimées en Braille pour les personnes aveugles ou ayant une vue déficiente.

L'information est aussi disponible sur des sites internet comme *bankinginfo.com.my* et *insuranceinfo.com.my*, permettant aux consommateurs de comparer les caractéristiques, les frais et coûts de différents produits financiers. Plus de 100.000 étudiants ont ainsi utilisé les outils éducatifs de la Banque. Plus de 100.000 étudiants ont déjà utilisé les outils éducatifs du site web d'éducation financière de la Banque, *duitsaku.com*, servant aussi de plateforme d'apprentissage entre pairs.

La Banque collabore avec des parties prenantes variées et des agences gouvernementales pour améliorer la sensibilisation, l'éducation et la capacité financière des consommateurs. Par exemple, en 2010, un effort de la Banque et de la Fédération des Associations de Consommateurs Malaisiens (FACM) a créé RINGGIT, un magazine couvrant les bases de la gestion financière. Plus de 20.000 copies ont été distribuées gratuitement aux écoles, hôpitaux, bureaux gouvernementaux et parlementaires afin de les redistribuer à leur communauté respective.

Le Comité de Travail sur l'Éducation Financière a été créé afin de coordonner les initiatives d'éducation financière et promouvoir une meilleure collaboration entre ses membres, incluant le Bureau de Médiation Financière, l'Agence de Conseil au Crédit et de Gestion de la Dette (ACCGD), la Corporation Malaisienne d'Assurance Épargne et la Commission Boursière de Malaisie. En forgeant ces alliances stratégiques, le Comité de travail a fait avancer l'objectif commun de ses membres qui est d'autonomiser les consommateurs et promouvoir l'éducation financière.

Encadré 5: Le programme d'éducation du consommateur (PEC)



⁶ Discours du Gouverneur Dr. Zeti Akhtar Aziz lors du dîner de Gala du Sommet sur l'Éducation Financière de Citigroup-INSEAD, 12 Décembre 2005, <http://www.bnm.gov.my/index.php?ch=9&pg=15&ac=191>

Programme d'Adoption Scolaire (PAS)

Le CCM a un intérêt particulier à éduquer les générations futures de consommateurs financiers, et a dédié un programme spécial aux enfants. En partenariat avec les institutions financières et le Ministère de l'Éducation, la Banque imprime le Livre de Poche de l'Argent et le distribue gratuitement aux écoles « adoptées ». Le livret est utilisé pour éduquer les étudiants sur l'importance de l'épargne et la gestion intelligente de leur argent. Depuis 1997, plus de 10.000 écoles en Malaisie ont été adoptées par des institutions bancaires, compagnies d'assurance vie, institutions financières de développement, et plus de 9 millions de copies du livret ont ainsi été distribuées.

Road shows

La Banque et d'autres agences ont essayé de sensibiliser les clients au travers de différents road shows, nationaux et régionaux. Ces événements visant à éduquer financièrement les consommateurs incluent la Journée du Consommateur de la Malaisie (Hari Pengguna Malaysia) et la Semaine de la Sensibilisation Financière (Minggu Kesedaran Kewangan ou M2K). Cette semaine de sensibilisation financière a lieu tous les ans dans un état différent et comprend des discussions et séminaires sur l'éducation financière.

Programme de Sensibilisation avec les ONG

Au travers d'un programme de partenariat avec les ONG, la Banque travaille à amener l'éducation financière à des groupes à revenus plus faibles. Chaque programme de sensibilisation dure six mois, durant lesquels les ONG partenaires facilitent des réunions hebdomadaires avec la communauté et le personnel de la Banque. Ces réunions se concentrent sur l'apprentissage de connaissances financières de base, comme sur la création et la gestion d'un budget, d'un revenu, et sur comment et où épargner. A la fin du programme, une session de passage est organisée durant laquelle les participants démontrent leur habilité à gérer un budget de manière efficace.

Mesurer le niveau d'éducation financière

Afin d'évaluer le PEC et orienter les décisions politiques futures, la Banque a lancé un processus en 2010 afin d'évaluer le niveau d'éducation financière en Malaisie. Afin d'obtenir des données comparables et robustes, la Banque a utilisé un Pilote de Mesure d'Éducation Financière, initiative de l'OCDE, ayant été utilisé pour mesurer le niveau de l'éducation financière dans 16 pays. Ces données incluent des informations sur les comportements financiers, le savoir et les connaissances des ménages de Malaisie en matière de gestion de l'argent.

L'analyse préliminaire des résultats de cette enquête montre qu'une majorité des malaisiens sont prudents dans leurs dépenses et responsables financièrement pour la plupart. Les consommateurs sondés:

- prêtent attention au produit ou service avant d'acheter;
- sont vigilants quant à leurs finances;

- s'assurent qu'ils ont des fonds suffisants en cas d'urgence;
- payent leur factures à temps; et
- se fixent des objectifs de long terme et tentent de les atteindre.

Les résultats montrent que le segment de la population à revenu élevé et le groupe d'âge 30-49 ans, ont des connaissances financières plus avancées et montrent une responsabilité financière dans chacun des domaines mesurés. En comparaison, le segment de la population aux revenus les plus faibles et les adultes au-delà de 60 ans, sont à la traîne.

Programmes d'aide

Le conseil au crédit

Avec une croissance robuste de la consommation privée, une richesse des consommateurs, et un accès accru aux produits de crédit, il est devenu essentiel aux consommateurs malaisiens de comprendre comment gérer leurs finances et leurs dettes de façon prudente. Ces dix dernières années, la Banque a observé une augmentation du nombre de personnes incapables d'honorer leurs obligations financières, soit parce que leur situation financière a soudainement changé, soit parce que leurs dépenses ont augmenté.

En réponse à cela la Banque a établi le Agensi Kaunseling Dan Pengurusan Kredit (AKPK), ou l'Agence de Conseil au crédit et la Gestion de la Dette en 2006. D'après le directeur exécutif de l'AKPK, M. Encik Mohamed Akwal Sultan, « les consommateurs ayant approché le AKPK en demandant de l'assistance, proviennent de tout horizon. Dans la plupart des cas, les raisons de leur surendettement et leur incapacité à rembourser incluent une planification financière inefficace, un manque d'éducation et de discipline financière leur permettant de vivre selon leurs moyens. Certains emprunteurs ont aussi été affectés par des imprévus comme des problèmes de santé, la mort d'un soutien familial, une perte d'emploi ou encore un échec en affaires. »

Pour ces consommateurs, le AKPK fournit des services de conseil financier et de gestion des services de dette, incluant une assistance à la restructuration ou la renégociation de prêts, et permet aux individus d'avoir les connaissances de gestion financière de base et savoir comment utiliser un crédit de façon responsable. Comme le AKPK a été lancé en 2006, plus de 130.000 personnes ont contacté l'Agence pour des services de conseil, et 35.000 ont rejoint le Programme de Gestion de la Dette (PGD).⁷

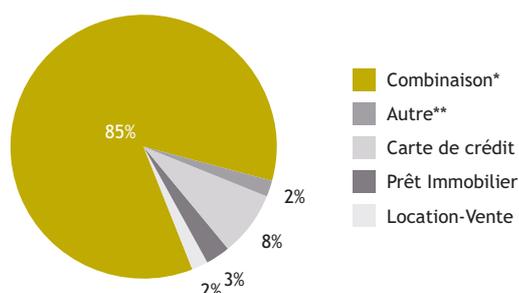
Le AKPK et le CCM travaillent ensemble, afin de prévenir une situation de détresse financière et de soutenir les consommateurs y faisant face.

⁷ Le AKPK a des bureaux régionaux à Penang, Johor Bahru, Kuala Terengganu, Kuantan, Ipoh, Malacca, Alor Setar, Kota Bharu, Kuching, et Kota Kinabalu.

Encadré 6: Les cas reçus par le AKPK en 2010

Types de cas	Nombre	% du total de cas
Nombre total de Conseils	30,010	100
Conseils relatifs à des cas de programmes de gestion de dettes (PGD)	15,603	52

PGD – Ventilation par facilité de crédit



* Combinaison – Carte de crédit, Prêt Immobilier et Location-Vente

** Autre – Prêt à Terme/Prêt Personnel/Financement à Marge Partagée

En 2011, la Banque dans son effort d'améliorer le sens financier des Malaisiens, a introduit le programme POWER. POWER vise à apprendre aux personnes comment gérer leurs dettes et leur argent, et cible les nouveaux et futurs emprunteurs ainsi que les jeunes adultes. Le programme se concentre sur les applications pratiques des décisions financières et leurs conséquences dans la vie réelle.⁸

BNMLINK

En cas de fraudes ou lorsque les droits des consommateurs sont violés, les consommateurs peuvent déposer une plainte directement auprès du service clientèle de la Banque: Bank Negara Malaysia Laman Informasi Nasihat dan Khidmat (BNMLINK). BNMLINK assiste le public et les entreprises dans leur dépôt de plainte en matière de produits et services financiers, et conseille les petites et moyennes entreprises (PME) ayant besoin de financement et d'un historique et d'une évaluation de crédit.

Il existe maintenant six centres BNMLINK dans le pays. Le premier BNMLINK a été créé à Kuala Lumpur en Janvier 2005. Le nombre de consommateurs recherchant des informations et l'aide du BNMLINK a grimpé, avec 155.711 personnes et entreprises ayant été assistées en 2010.

En 2007, le BNMLINK est devenu une partie intégrante de Centre de Contact Intégré de la Banque ayant pour objet d'améliorer le service client et les réponses aux requêtes en matière financière.

Information en ligne

Le site web, bankinginfo.com.my, fournit aux consommateurs une variété de ressources financières. Les ménages peuvent

Encadré 7: Nombre et nature des plaintes reçues par le Centre de Contact Intégré (CCI) en 2010

	2009	2010	% augmentation
Gestion des Plaintes et Conseils	8,146	8,820	8.3%
Conseils aux PME	773	549	-29.0%
LINK (QG et succursales)	113,638	155,711	37.0%
TELELINK	131,244	128,308	-2.2%
Total	253,801	293,388	15.6%

Nature des Plaintes

Accès aux financements	59.6%
Procédures de services au consommateur	19.5%
Frais	4.2%
Fraude	2.4%

utiliser des outils de gestion de portefeuille, et les emprunteurs ou épargnants peuvent comparer les différents produits et services en utilisant les tableaux de coûts et caractéristiques des produits financiers (cf. Annexe 2). Les tuteurs aident aussi les consommateurs à planifier leurs finances, comprendre les produits financiers, et leurs droits et devoirs.

Moyens de recours

Une autre façon importante d'autonomiser le consommateur est de lui fournir, à temps, des mécanismes efficaces de recours en cas de problème avec une institution financière. Le CCM a demandé aux institutions de créer un bureau de plaintes afin de répondre aux problèmes rencontrés par les consommateurs. Les banques conventionnelles et islamiques, les compagnies d'assurance, et les opérateurs takaful ont établi une unité de gestion des plaintes. La Banque promeut activement les opérations de sensibilisation du public en matière des mécanismes de recours que les clients peuvent utiliser pour enregistrer une plainte contre une institution financière.

Le Bureau de Médiation Financière (BMF)

La Banque a réalisé qu'un processus de résolution des plaintes simple, efficace et facile d'accès, est essentiel pour un traitement équitable des consommateurs. Biro Pengantaraan Kewangan (BPK), ou le Bureau de Médiation Financière, est une entité indépendante dédiée à fournir aux consommateurs des moyens de résoudre les conflits et plaintes. Ce service, alternative efficace aux tribunaux, est gratuit et promet de répondre aux demandes dans un délai de trois mois.

⁸ La participation au POWER Programme est volontaire et gratuite et dure une demi journée. Elle couvre des sujets que les jeunes adultes confrontent dans la gestion de leurs finances et est présentée de manière interactive, adaptée et créative. Les modules adressent des sujets comme la façon d'analyser et gérer les flux de trésorerie personnel ou du ménage, maintenir des niveaux de dettes gérables, et les points clé qu'un emprunteur potentiel doit comprendre en contractant un crédit pour le financement d'une voiture, d'une maison ou d'une facilité de crédit pour des achats personnels.

Des outils politiques plus sophistiqués: l'assurance épargne

Le système d'assurance épargne a été lancé en Septembre 2005 et est administré par Perbadanan Insurans Deposit Malaysia (PIDM), une agence gouvernementale. PIDM a été établi afin de protéger les épargnants contre les risques de perte des dépôts ayant été assurés. Ceci facilite aussi

l'atteinte des objectifs en matière de protection des consommateurs et de stabilité financière. Le gouvernement a choisi de créer un système d'assurance des dépôts afin d'éviter l'alea moral lié à la création d'une garantie ou de la prise d'une assurance, et inciter une gestion rationnelle des risques au sein du système financier.

Encadré 8: Plaintes reçues par le Bureau de Médiation Financière en 2010

Institutions bancaires conventionnelles et Islamiques

902 Plaintes contre des institutions bancaires.

La majorité des plaintes concernent:

Plaintes	Nombre de Cas	% du Total
Utilisation non autorisée de carte de crédit	309	34.3
Guichets automatiques ne distribuant pas d'argent	149	16.5
Retraits non autorisés aux guichets automatiques	133	14.7

Statuts des plaintes (inclut 1.119 cas de 2007 à 2009)

Plaintes	Nombre de Cas	% du Total
Acceptées	253	12.5
Rejetées	99	4.9
Retirées	99	4.9
Réglées au moment/avant/après médiation	222	11.0
Exceptionnelle	1,348	66.7

Agents d'assurance et Takaful

1,211 plaintes contre des assureurs et des opérateurs de takaful.

La majorité de ces plaintes concernent:

Plaintes	Nombre de Cas	% du Total
Moteur	563	46.5
Bénéfices hospitaliers et chirurgicaux	227	18.7
Handicap total et permanent	55	4.5

Statut des [plaintes (incluse 1.624 cas de 2007 à 2009)

Plaintes	Nombre de Cas	% du Total
La décision de l'assureur est révisée	519	18.3
La décision de l'assureur est confirmée	551	19.4
Exceptionnelle	1,765	62.3

Encadré 9: Moyens de recours et d'assistance



Conclusion

Impact

Ces dix dernières années, la Banque a répondu de façon complète aux besoins du secteur financier malaisien, secteur en forte évolution, grâce à un cadre réglementaire et de supervision protégeant les consommateurs et renforçant les comportements de marché équitables, tout en promouvant une croissance économique durable.

Le Plan Général de 2001 a guidé le secteur financier durant une décennie de réformes visant à rendre le secteur financier malaisien plus résilient et compétitif, et a présenté des recommandations afin de créer un cadre pour le consommateur et les comportements de marché. Le résultat fut visible.

La Banque, au travers du CCM, a créé des standards solides en matière de comportements de marché; et, en partenariat avec d'autres agences publiques et le secteur privé, a développé un Programme d'Education des Consommateurs dynamique (PEC), et construit une infrastructure robuste afin de fournir l'assistance dont les consommateurs financiers ont besoin.

Des mécanismes de redressements efficaces et des voies de recours pour les consommateurs ont contribué à construire un secteur financier stable et progressiste, dans lequel compétition et protection des consommateurs coexistent. Le PEC a permis de sensibiliser les consommateurs, améliorer leur compréhension des produits financiers basiques, et leur capacité à trouver l'information, évaluer les risques et prendre des décisions informées. La montée de l'activisme des consommateurs se reflète dans le nombre croissant de réactions reçues par la Banque provenant des consommateurs, tout comme par le nombre de plaintes et demandes ayant été intermédiées par le Bureau de Médiation Financière (Voir Encadrés 7&8).

Les pratiques de marché équitables ont été renforcées par de nouveaux standards en matière de comportements de marché, comme des réglementations ayant étendu et intensifié le rôle de surveillance de la Banque. Ces dix dernières années, la Banque a amélioré les procédures d'enregistrement et de gestion des plaintes, ainsi qu'une plus grande transparence dans la façon de promouvoir les produits. Les visites et appels incognito initiés par la Banque ont contribué à améliorer les connaissances des produits parmi les agents des prestataires et étiquettes téléphoniques du personnel des centres d'appel. Le suivi des media a encouragé les institutions financières à faire plus attention s'agissant de leur publicité et outils promotionnels. Par exemple, en 2009, la Banque a rapporté que 18 institutions bancaires avaient modifié leur publicité et que trois assureurs et agents de takaful avaient retiré des publicités ne se conformant pas aux exigences publicitaires, en 2010 seulement 35 sur 353 publicités examinées ont été modifiées et aucune n'a dû être retirée.

Les consommateurs sont mieux protégés contre les pratiques non équitables comme le marketing agressif de produits financiers, les procédés abusifs des collecteurs de dettes, les pratiques frauduleuses de vente par des agents de prestataires de services financiers. De plus, les consommateurs ont désormais un meilleur accès à l'information sur les produits ou services financiers et peuvent comparer les prix et caractéristiques des produits. Les consommateurs sont mieux équipés pour prendre des décisions informées lors de leur achat de services ou produits financiers.

Koid Swee Lian, Directeur du CCM

Se tourner vers l'avenir

La Banque vise à créer un environnement de marché favorable dans lequel les consommateurs sont capables de prendre des décisions informées en matière de services et produits financiers. Promouvoir un secteur financier dynamique et progressif est une responsabilité partagée entre le régulateur, le secteur, les consommateurs et autres parties prenantes. Les consommateurs doivent être plus responsables dans la gestion de leurs finances, en comprenant leurs droits et obligations, et en utilisant leurs connaissances lorsqu'ils choisissent des produits et services. En même temps, les prestataires de services financiers doivent opérer de manière juste, équitable et transparente dans leur relation avec les consommateurs.

Dans les années à venir, la Banque devra améliorer le cadre réglementaire et de supervision en matière de comportements de marché, et développer des programmes d'autonomisation des consommateurs plus efficaces. Pour cela, elle devra:

- I. Répondre aux pratiques de vente agressives répandues dans le pays qui font pression sur les consommateurs pour l'achat de produits non adaptés à leurs besoins.
- II. Trouver des zones dans lesquelles les réglementations peuvent être déléguées au secteur.
- III. S'assurer qu'un système financier étendu s'accompagne toujours d'une protection des consommateurs adéquate.
- IV. Parer aux manquements réglementaires en étendant la surveillance des comportements de marché par delà le secteur, spécialement aux coopératives et aux agents de micro prêt.
- V. Créer des initiatives d'autonomisation du consommateur adaptées aux besoins de groupes spécifiques, laissant leur mise en pratique à d'autres partenaires (comme le AKPK), si cela est plus efficace.
- VI. Améliorer les politiques en faisant bon usage du savoir déjà accumulé par le secteur et en évaluant efficacement les programmes actuels.

En 2011 la Banque Negara Malaysia publiera un nouveau plan du secteur financier qui inclura des thèmes clé sur l'autonomisation et la protection du consommateur.

Annexe 1: Feuille d'information du produit

FEUILLE D'INFORMATION DU PRODUIT

(veuillez lire cette feuille d'information sur le produit avant d'acheter le <Nom du produit>. Assurez-vous de lire aussi les termes et conditions.)

<Nom du prestataire de service financière>

<Nom du Produit>

<Date>

1. Quel est ce produit?

Ce prêt personnel sans garantie est calculé sur la base d'un taux variable.

2. Que vais-je obtenir de ce produit?

- Montant total emprunté: RM xxx
- Taux d'intérêt: BLR + y% p.a.
- Taux d'intérêt effectif: z%
- Durée: k années

3. Quelles sont mes obligations?

- Mensualité: RM xxx
- Le montant total que vous devez rembourser, incluant le montant emprunté est: RM xx

Note: Le montant total à rembourser peut varier en fonction de l'évolution du BLR.

4. Quelles sont les frais que je dois payer?

Les frais d'affranchissement

Comme prévu par la loi sur les frais d'affranchissement de 1949 (révisée en 1989).

5. Que se passe-t-il si je ne remplis pas mes obligations?

- Pénalité de retard: y% par an du montant impayé
- Droit de compensation: Nous avons le droit de débiter votre compte ouvert auprès de nos services du montant du prêt dû.

(Surligner tout autre terme et condition clé du contrat.)

6. Que se passe-t-il si je rembourse le prêt avant son arrivée à maturité?

- Période minimale: k months
- Pénalité de remboursement anticipé: y% du montant prépayé ou un minimum de RM xx

7. Quels sont les risques les plus importants?

Le taux d'intérêt du prêt est variable et peut changer en fonction de l'évolution du taux de référence. Une augmentation du taux d'intérêt peut résulter dans des mensualités plus élevées. Si vous rencontrez des difficultés à rembourser, veuillez nous contacter aussitôt que possible afin de décider de procédures de remboursement alternatives.

8. Ai-je besoin d'un garant ou d'une garantie?

Indiquez si un garant ou une garantie est nécessaire.

9. Que dois-je faire si mes coordonnées changent?

Il est important de nous informer de tout changement de vos coordonnées afin d'assurer que tous nos courriers arrivent à destination et à temps.

10. Où puis-je trouver d'autres informations?

Pour toute demande, veuillez nous contacter à: ABC Bank Berhad
51, Jalan Sultan Ismail
50122 Kuala Lumpur

11. Autres options de prêts personnels disponibles

- abc
- xyz

NOTE IMPORTANTE: EN CAS D'ARRET DE REMBOURSEMENT DE VOTRE PRET PERSONNEL, UNE ACTION LEGALE PEUT ETRE LANCEE CONTRE VOUS.

Annexe 2: Tableau comparatif sur la microfinance

Afin de consulter la version la plus récente de ce tableau, se référer au site internet de BankingInfo: http://www.bankinginfo.com.my/04_help_and_advice/0401_useful_tools/comparative_tables/comparative_table.php

TABLEAU COMPARATIF SUR LA MICROFINANCE (PEMBIAYAAN MIKRO) DE LA BANKINGINFO

Mise à jour le 28 Octobre 2010

FEATURES	BANK		ALLIANCE BANK	AMBANK	CIMB BANK	EONCAP ISLAMIC BANK	MAYBANK	PUBLIC BANK	UNITED OVERSEAS BERHAD
	AGROBANK	RAKYAT							
Lignes téléphoniques d'assistance	<ul style="list-style-type: none"> Siège: 03-27311600 ext.2040/2033 /2034/2036 /2037 Kuala Lumpur: 03-40272500 Direct line: 03-40272536 /08/10/11/12 Kota Kinabalu: 088-256 657/8 Johor Bahru: 07-2247788 Kota Kinabalu: 082-237159 /177 Kuching: 082-424577 Kuching: 088-288237 	<ul style="list-style-type: none"> Kuala Lumpur: 03-2142 5258 /03-21623222 ext.7303/7312 /7322/7324 Sabah: 07-3537105 Sarawak: 082-417971 Kedah: 04-7335554 Johor: 07-2234718 Pahang: 09-5165079 Terengganu: 09-6227622 Melaka: 06-2836001 Penang: 06-2263211 Perak: 05-2414400 	<ul style="list-style-type: none"> Kuala Lumpur: 03-26161222 /03-26161133 Penang: 04-2401121 Johor Bahru: 07-2881121 Kuching: 082-287121 Kota Kinabalu: 088-477121 	<ul style="list-style-type: none"> Service client (24 hours): 1-300-88-6688 	<ul style="list-style-type: none"> 1-800-22-9999 	<ul style="list-style-type: none"> 03-26161222 /03-26161133 	<ul style="list-style-type: none"> 1-300-880900 ext.81421 /81147/82640 /73879/81228 088-280105 082-207200 	<ul style="list-style-type: none"> 03-62502610 Penang 04-5401100 Johor 07-3537105 Kuala Terengganu 09-6301290 Sabah 088-432420 	<ul style="list-style-type: none"> 03-21673000 ext.81421 /81147/82640 /73879/81228 088-280105 082-207200
Norm du produit	<ul style="list-style-type: none"> Modal Usahawan 1 Malaysia (MUS1M) (Conventional and Islamic) Skim Pembiayaan Mikro-i (*MUSK) (MUSK-Modal untuk Usahawan Kecil) 	<ul style="list-style-type: none"> BSN TemaNiaga BSN TemanMesra BSN TemaNiaga-i 	<ul style="list-style-type: none"> Rakan Personal Financing (Conventional) Rakan Personal Financing-i (Islamic) 	<ul style="list-style-type: none"> AmMikro 	<ul style="list-style-type: none"> Xpress Cash Financing-i (Produit Islamic) 	<ul style="list-style-type: none"> Pembinaan Peribadi-i (3P) Pembinaan Peribadi-i (Islamic) Pesara Kerajaan (3PK) Pembinaan Peribadi Gratuiti (JPA) Pembinaan Peribadi Gratuiti (Tentera) 	<ul style="list-style-type: none"> Maybank Mikro (conventional) Maybank Islamic Mikro (Islamic) 	<ul style="list-style-type: none"> PBMicro Finance 	<ul style="list-style-type: none"> EasiCash
Montant du prêt	<ul style="list-style-type: none"> RM1,000- RM50,000 	<ul style="list-style-type: none"> RM5,000- RM50,000 	<ul style="list-style-type: none"> RM2,000- RM50,000 	<ul style="list-style-type: none"> RM3,000- RM50,000 	<ul style="list-style-type: none"> RM3,000- RM50,000 	<ul style="list-style-type: none"> RM5,000- RM50,000 	<ul style="list-style-type: none"> RM3,000- RM50,000 	<ul style="list-style-type: none"> RM3,000- RM50,000 	<ul style="list-style-type: none"> RM5,000- RM50,000

Disclaimer: Ce tableau comparatif a pour objet de guider le client, il n'est en aucun cas une recommandation. Veuillez consulter votre institution financière avant de prendre une décision.

TABLEAU COMPARATIF SUR LA MICROFINANCE (PEMBIAYAAN MIKRO) DE LA BANKINGINFO (suite)

FEATURES	BANK RAKYAT		BANK SIMPANAN NASIONAL		ALLIANCE BANK		AMBANK		CIMB BANK		EONCAP ISLAMIC BANK		MAYBANK		PUBLIC BANK		UNITED OVERSEAS BERHAD	
	Objet du financement	Secteur économique éligible	Consommateurs éligibles	Durée	Committed approval time	Délai d'approbation du pret												
Objet du financement	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Agriculture Services Vente de détail Commerce et Artisanat 	<ul style="list-style-type: none"> Membres de coopératives et Association Hawkers et Petty Traders Micro-entrepreneurs à temps partiel) 	<ul style="list-style-type: none"> 1 mois-5 ans 10 working days 	<ul style="list-style-type: none"> 6 working days (Subject to complete documentation) 	<ul style="list-style-type: none"> 6 jours ouvrés (sous reception de l'intégralité des documents) 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Artisanat Vente de détail Services et Commerce Artisanat 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Tous les secteurs 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital
Secteur économique éligible	<ul style="list-style-type: none"> Tous les secteurs 	<ul style="list-style-type: none"> Agriculture Services Vente de détail Commerce et Artisanat 	<ul style="list-style-type: none"> Membres de coopératives et Association Hawkers et Petty Traders Micro-entrepreneurs à temps partiel) 	<ul style="list-style-type: none"> 1 mois-5 ans 10 working days 	<ul style="list-style-type: none"> 6 working days (Subject to complete documentation) 	<ul style="list-style-type: none"> 6 jours ouvrés (sous reception de l'intégralité des documents) 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Tous les secteurs 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Tous les secteurs 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital
Consommateurs éligibles	<ul style="list-style-type: none"> Micro-entrepreneurs 	<ul style="list-style-type: none"> Membres de coopératives et Association Hawkers et Petty Traders Micro-entrepreneurs à temps partiel) 	<ul style="list-style-type: none"> Membres de coopératives et Association Hawkers et Petty Traders Micro-entrepreneurs à temps partiel) 	<ul style="list-style-type: none"> 1 mois-5 ans 10 working days 	<ul style="list-style-type: none"> 6 working days (Subject to complete documentation) 	<ul style="list-style-type: none"> 6 jours ouvrés (sous reception de l'intégralité des documents) 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Tous les secteurs 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Tous les secteurs 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital
Durée	<ul style="list-style-type: none"> 3 mois-5 ans 4 working days 	<ul style="list-style-type: none"> 1 mois-5 ans 10 working days 	<ul style="list-style-type: none"> Micro-entrepreneurs 	<ul style="list-style-type: none"> 1 mois-5 ans 10 working days 	<ul style="list-style-type: none"> 6 working days (Subject to complete documentation) 	<ul style="list-style-type: none"> 6 jours ouvrés (sous reception de l'intégralité des documents) 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Tous les secteurs 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Tous les secteurs 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital
Committed approval time	<ul style="list-style-type: none"> 4 working days 	<ul style="list-style-type: none"> 10 working days 	<ul style="list-style-type: none"> Micro-entrepreneurs 	<ul style="list-style-type: none"> 10 working days 	<ul style="list-style-type: none"> 6 working days (Subject to complete documentation) 	<ul style="list-style-type: none"> 6 jours ouvrés (sous reception de l'intégralité des documents) 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Tous les secteurs 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Tous les secteurs 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital
Délai d'approbation du pret	<ul style="list-style-type: none"> 4 jours ouvrés 	<ul style="list-style-type: none"> 10 jours ouvrés 	<ul style="list-style-type: none"> Micro-entrepreneurs 	<ul style="list-style-type: none"> 10 working days 	<ul style="list-style-type: none"> 6 working days (Subject to complete documentation) 	<ul style="list-style-type: none"> 6 jours ouvrés (sous reception de l'intégralité des documents) 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Tous les secteurs 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Tous les secteurs 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds de roulement Dépenses en capital

Disclaimer: Ce tableau comparatif a pour objet de guider le client, il n'est en aucun cas une recommandation. Veuillez consulter votre institution financière avant de prendre une décision.

TABLEAU COMPARATIF SUR LA MICROFINANCE (PEMBIAYAAN MIKRO) DE LA BANKINGINFO (suite)

FEATURES	AGROBANK	BANK RAKYAT	BANK SIMPANAN NASIONAL	ALLIANCE BANK	AMBANK	CIMB BANK	EONCAP ISLAMIC BANK	MAYBANK	PUBLIC BANK	UNITED OVERSEAS BERHAD
Délai de transfert du prêt	<ul style="list-style-type: none"> 3-5 jours ouvrés 	<ul style="list-style-type: none"> 1 jours ouvré 	<ul style="list-style-type: none"> 4 jours ouvrés (après acceptation de l'offre/ accord de prêt) 	<ul style="list-style-type: none"> 1 jour ouvré 	<ul style="list-style-type: none"> 3-5 jours ouvrés 	<ul style="list-style-type: none"> 1 jour après approbation du prêt 	<ul style="list-style-type: none"> 3-5 jours ouvrés 	<ul style="list-style-type: none"> 1 jour ouvré après approbation (pour les autoentrepreneurs) 3 jours ouvrés après réception de l'approbation du RGC* (pour les Micro-entreprises) 	<ul style="list-style-type: none"> PBMicro Finance (Avec Garantie RGC*) : 4 jours ouvrés après réception de la garantie RGC. PBMicro Finance (Sans Garantie RGC*) : 4 jours ouvrés 	<ul style="list-style-type: none"> 7 jours ouvrés

Disclaimer: Ce tableau comparatif a pour objet de guider le client, il n'est en aucun cas une recommandation. Veuillez consulter votre institution financière avant de prendre une décision.

TABLEAU COMPARATIF SUR LA MICROFINANCE (PEMBIAYAAN MIKRO) DE LA BANKINGINFO (suite)

FEATURES	BANK RAKYAT		BANK SIMPANAN NASIONAL		ALLIANCE BANK		AMBANK		CIMB BANK		EONCAP ISLAMIC BANK		MAYBANK		PUBLIC BANK		UNITED OVERSEAS BERHAD	
	AGROBANK	RAKYAT	SIMPANAN NASIONAL	ALLIANCE BANK	AMBANK	CIMB BANK	EONCAP ISLAMIC BANK	MAYBANK	PUBLIC BANK	UNITED OVERSEAS BERHAD								
Critères d'éligibilité	<ul style="list-style-type: none"> Personnes âgées de 21-60 ans Avec au moins 1 an d'expérience en tant qu'entrepreneur/ de meneur de projet Possédant une autorisation valide d'entrepreneur (Licence, contrat de location, etc) Résidant près de son entreprise ou du site du projet 	<ul style="list-style-type: none"> Agé entre 18-65 ans Coopérative/ membre de l'association Hawkers et Petty Traders Appartenant à un groupe d'entraide Propriétaire opérant à temps complet Ayant au moins deux ans d'expérience en tant qu'entrepreneur Résidant dans les alentours de son entreprise Possédant une licence d'entrepreneur valide 	<ul style="list-style-type: none"> Personnes âgées de 21-60 ans Possédant une autorisation valide d'entrepreneur Ayant mené son entreprise pendant au moins 6 mois de façon continue S'engageant à plein temps dans l'entreprise un ristourne entre 1 et 3% des interets est possible en cas de remboursement rapide (à la discrétion de la banque) 	<ul style="list-style-type: none"> Entreprises: <ul style="list-style-type: none"> l'opérateur de l'entreprise doit être entre 25 et 60 ans. Minimum de RM48,000 par an de chiffre d'affaires Maximum de RM1million par an de chiffre d'affaires Minimum de 3 ans d'opération Obligation d'ouvrir un compte une assurance 	<ul style="list-style-type: none"> Individus âgés entre 18 et 60 ans (age limite) Individuels/ propriétaires/ partenaires/ entreprises à responsabilité limitée Ayant au moins un an d'expérience dans le secteur Possédant une licence valide 	<ul style="list-style-type: none"> agé entre 21 et 60 ans Revenus mensuel brut d'au moins RM800 par mois ayant au moins 6 mois d'expérience dans l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> Retraité des forces armées malaisiennes (sous le regime des retraites) Retraité fonctionnaire civil (sous le régime des retraites) Age maximum lors de la demande: 67 ans Ayant un permis/ licence valide 	<ul style="list-style-type: none"> Auto-entrepreneur Citoyen de la Malaisie Agé entre 21-60 ans Licence d'entreprise valide L'entreprise doit être opérée par son propriétaire et à plein temps. opérée par son propriétaire et à plein temps. 2 ans d'expérience Micro Enterprise Enregistré auprès de Companies Commission of Malaysia Minimum de 2 ans d'expérience Micro entreprise selon la définition de la NSDC 	<ul style="list-style-type: none"> Individuels entre 25 et 60 ans Licence d'entreprise valide L'entreprise doit être opérée par son propriétaire et à plein temps. Ayant une adresse résidentielle permanente Entreprises Enregistré auprès de Companies Commission of Malaysia ayant une licence d'entreprise valide L'entreprise doit être opérée par le propriétaire et à temps plein. Ayant une expérience dans le secteur 	<ul style="list-style-type: none"> Entre 21 et 55 ans. Auto-entrepreneur Minimum de RM30,000 de revenus annuels L'entreprise doit être opérée par le propriétaire et à temps plein. Minimum de 3 années consécutives dans le même secteur 								

Disclaimer: Ce tableau comparatif a pour objet de guider le client, il n'est en aucun cas une recommandation. Veuillez consulter votre institution financière avant de prendre une décision.

TABLEAU COMPARATIF SUR LA MICROFINANCE (PEMBIAYAAN MIKRO) DE LA BANKINGINFO (suite)

FEATURES	BANK		BANK		ALLIANCE		AMBANK		CIMB		EONCAP		PUBLIC		UNITED	
	AGROBANK	RAKYAT	SIMPANAN NASIONAL	RAKYAT	ALLIANCE BANK	AMBANK	AMBANK	AMBANK	CIMB BANK	CIMB BANK	ISLAMIC BANK	MAYBANK	PUBLIC BANK	PUBLIC BANK	OVERSEAS	BERHAD
Documents nécessaires	<ul style="list-style-type: none"> • Carte d'identité • (Emprunteur et son époux(e)) • Preuve que l'entreprise est opérationnelle • (ex.Licence de l'entreprise/ permis) • Preuve d'entrepreneur /permis) • Preuve de revenus (ex.Relevé bancaire) • (ex.Relevé bancaire) • Lettres de recommandation des membres de la cooperative ou des groupes d'entraide 	<ul style="list-style-type: none"> • Carte d'identité • Preuve que l'entreprise est opérationnelle • (ex.Licence de l'entreprise/ permis) • Preuve des revenus en montrant une copie des 3 derniers relevés bancaires/ (livret bancaire/ copies des rapports de visites de secteurs comme les transports, le commerce du riz, etc.) • Note d'électricité • Autres documents 	<ul style="list-style-type: none"> • Carte d'identité • Preuve que l'entreprise est opérationnelle • (ex.Licence de l'entreprise/ permis) • Preuve de revenu (ex.historique des ventes, relevés bancaires) • Permis/licence (spécifiques à certains secteurs comme les transports, le commerce du riz, etc.) • Note d'électricité • Autres documents 	<ul style="list-style-type: none"> • Carte d'identité • Preuve que l'entreprise est opérationnelle • (ex.Licence de l'entreprise/ permis) • Preuve de revenu (ex.historique des ventes, relevés bancaires) • Permis/licence (spécifiques à certains secteurs comme les transports, le commerce du riz, etc.) • Note d'électricité • Autres documents 	<ul style="list-style-type: none"> • Carte d'identité • Preuve que l'entreprise est opérationnelle • (ex.Licence de l'entreprise/ permis) • Preuve de revenu (ex.historique des ventes, relevés bancaires) • Permis/licence (spécifiques à certains secteurs comme les transports, le commerce du riz, etc.) • Note d'électricité • Autres documents 	<ul style="list-style-type: none"> • Carte d'identité • Preuve que l'entreprise est opérationnelle • (ex.Licence de l'entreprise/ permis) • Preuve de revenus (ex.Relevé bancaire) • Note d'électricité • Autres documents 	<ul style="list-style-type: none"> • Carte d'identité • Preuve que l'entreprise est opérationnelle • (ex.Licence de l'entreprise/ permis) • Preuve de revenus (ex.Document le plus récent de B/BE-reçu d'impôts, copie récente des relevés cartes de crédit depuis au moins un an.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Carte d'identité • Preuve que l'entreprise est opérationnelle • (ex.Licence de l'entreprise/ permis) • Preuve de revenus (ex.Relevé bancaire) • Note d'électricité • Autres documents 	<ul style="list-style-type: none"> • Carte d'identité • Preuve que l'entreprise est opérationnelle • (ex.Licence de l'entreprise/ permis) • Preuve de revenus (ex.Relevé bancaire) • Note d'électricité • Autres documents 	<ul style="list-style-type: none"> • Carte d'identité • Preuve que l'entreprise est opérationnelle • (ex.Licence de l'entreprise/ permis) • Preuve de revenus (ex.Relevé bancaire) • Note d'électricité • Autres documents 	<ul style="list-style-type: none"> • Carte d'identité • Preuve que l'entreprise est opérationnelle • (ex.Licence de l'entreprise/ permis) • Preuve de revenus (ex.Relevé bancaire) • Note d'électricité • Autres documents 	<ul style="list-style-type: none"> • Carte d'identité • Preuve que l'entreprise est opérationnelle • (ex.Licence de l'entreprise/ permis) • Preuve de revenus (ex.Relevé bancaire) • Note d'électricité • Autres documents 	<ul style="list-style-type: none"> • Carte d'identité • Preuve que l'entreprise est opérationnelle • (ex.Licence de l'entreprise/ permis) • Preuve de revenus (ex.Relevé bancaire) • Note d'électricité • Autres documents 	<ul style="list-style-type: none"> • Carte d'identité • Preuve que l'entreprise est opérationnelle • (ex.Licence de l'entreprise/ permis) • Preuve de revenus (ex.Relevé bancaire) • Note d'électricité • Autres documents 	<ul style="list-style-type: none"> • Carte d'identité • Preuve que l'entreprise est opérationnelle • (ex.Licence de l'entreprise/ permis) • Preuve de revenus (ex.Relevé bancaire) • Note d'électricité • Autres documents 	
Moyen de distribution du produit	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les succursales Agrobank et bureaux Feida possédant une insigne du logo national • <i>Pembiayaan Mikro logo</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les succursales Rakyat possédant une insigne du logo national • <i>Pembiayaan Mikro logo</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les succursales Bank Simpanan Nasional et les centres spécialisés BSN • Microfinance possédant une insigne du logo national • <i>Pembiayaan Mikro logo</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les succursales Alliance Rakan et Alliance Bank possédant une insigne du logo national • <i>Pembiayaan Mikro logo</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les succursales Ambank possédant une insigne du logo national • <i>Pembiayaan Mikro logo</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les succursales CIMB possédant une insigne du logo national • <i>Pembiayaan Mikro logo</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les succursales EONCAP Islamic Bank possédant une insigne du logo national • <i>Pembiayaan Mikro logo</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les succursales Public Bank possédant une insigne du logo national • <i>Pembiayaan Mikro logo</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les succursales United Overseas Bank possédant une insigne du logo national • <i>Pembiayaan Mikro logo</i> 							

Disclaimer: Ce tableau comparatif a pour objet de guider le client, il n'est en aucun cas une recommandation. Veuillez consulter votre institution financière avant de prendre une décision.

À propos de l'AFI

L'Alliance pour l'inclusion financière (AFI) est un réseau mondial regroupant les banques centrales et d'autres instances politiques des pays en développement chargées de l'inclusion financière. L'AFI propose à ses membres des instruments et des ressources leur permettant de partager, de développer et de mettre en œuvre leurs connaissances des politiques d'inclusion financière. Grâce à des subventions et avec le soutien de nos partenariats stratégiques, nous réunissons des décideurs politiques à la fois en ligne et par le biais de rencontres afin qu'ils puissent partager leurs réflexions et mettre en œuvre les politiques d'inclusion financière les plus appropriées au contexte particulier de leur pays.

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

L'AFI est géré au nom de ses membres par la GIZ grâce au financement de la Fondation Bill & Melinda Gates.