

Pour une meilleure éducation financière

ENJEUX ET INITIATIVES



ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES

ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES

L'OCDE est un forum unique en son genre où les gouvernements de 30 démocraties œuvrent ensemble pour relever les défis économiques, sociaux et environnementaux que pose la mondialisation. L'OCDE est aussi à l'avant-garde des efforts entrepris pour comprendre les évolutions du monde actuel et les préoccupations qu'elles font naître. Elle aide les gouvernements à faire face à des situations nouvelles en examinant des thèmes tels que le gouvernement d'entreprise, l'économie de l'information et les défis posés par le vieillissement de la population. L'Organisation offre aux gouvernements un cadre leur permettant de comparer leurs expériences en matière de politiques, de chercher des réponses à des problèmes communs, d'identifier les bonnes pratiques et de travailler à la coordination des politiques nationales et internationales.

Les pays membres de l'OCDE sont : l'Allemagne, l'Australie, l'Autriche, la Belgique, le Canada, la Corée, le Danemark, l'Espagne, les États-Unis, la Finlande, la France, la Grèce, la Hongrie, l'Irlande, l'Islande, l'Italie, le Japon, le Luxembourg, le Mexique, la Norvège, la Nouvelle-Zélande, les Pays-Bas, la Pologne, le Portugal, la République slovaque, la République tchèque, le Royaume-Uni, la Suède, la Suisse et la Turquie. La Commission des Communautés européennes participe aux travaux de l'OCDE.

Les Éditions OCDE assurent une large diffusion aux travaux de l'Organisation. Ces derniers comprennent les résultats de l'activité de collecte de statistiques, les travaux de recherche menés sur des questions économiques, sociales et environnementales, ainsi que les conventions, les principes directeurs et les modèles développés par les pays membres.

Cet ouvrage est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les interprétations exprimées ne reflètent pas nécessairement les vues de l'OCDE ou des gouvernements de ses pays membres.

Publié en anglais sous le titre :
Improving Financial Literacy
ANALYSIS OF ISSUES AND POLICIES

© OCDE 2005

Toute reproduction, copie, transmission ou traduction de cette publication doit faire l'objet d'une autorisation écrite. Les demandes doivent être adressées aux Éditions OCDE rights@oecd.org ou par fax (33 1) 45 24 13 91. Les demandes d'autorisation de photocopie partielle doivent être adressées directement au Centre français d'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris, France (contact@cfcopies.com).

Avant-propos

Cet ouvrage est la première grande étude internationale consacrée à l'éducation financière. Il met en relief les changements économiques, démographiques et politiques, qui confèrent une importance croissante à l'éducation financière, il recense et analyse les études sur la culture financière des consommateurs dans les pays de l'OCDE et décrit les différents types de programmes d'éducation financière qui y sont actuellement proposés. Il évalue par ailleurs dans toute la mesure du possible l'efficacité de ces programmes et propose aux autorités des mesures susceptibles d'améliorer l'éducation et la sensibilisation à la finance.

L'ouvrage commence par une vue d'ensemble de la méthodologie, des limitations, et de l'organisation de l'étude. Le chapitre 2 inclut une définition de l'éducation financière et évoque brièvement l'importance de l'éducation financière suite, en partie, à l'accroissement de la complexité et du nombre de produits financiers, de l'arrivée prochaine à la retraite des générations du boom des naissances et de l'allongement de l'espérance de vie, ainsi que des changements intervenus dans les mécanismes de retraite. On y trouvera aussi une description des contributions de l'éducation financière au bien-être des consommateurs et à l'efficacité du marché. Le chapitre 3 présentera une analyse des enquêtes sur la culture financière des consommateurs qui ont été réalisées dans les pays de l'OCDE. Bien que ces enquêtes diffèrent quant à leurs destinataires, leurs modalités de mesure de la culture financière et leurs méthodologies, elles aboutissent à un constat commun, à savoir la faiblesse des connaissances financières et de la sensibilisation à la finance des répondants.

Les chapitres 4 à 6 de cet ouvrage examinent l'importance de l'éducation financière pour l'épargne et l'investissement en vue de la retraite, l'utilisation efficace du crédit et de l'endettement et l'insertion des exclus du système bancaire dans le système financier. On y trouvera une description des évolutions qui ont accru l'importance de l'éducation financière et une synthèse de quelques programmes d'éducation financière, avec une évaluation de leur efficacité et une étude de leurs implications pour les pouvoirs publics. Le chapitre 7 résume les conclusions et formule quelques propositions sur les travaux qui pourraient être entrepris à l'avenir dans le domaine de l'éducation financière.

Les annexes C à D de l'ouvrage fournissent des informations supplémentaires sur les programmes d'éducation financière actuellement proposés dans les pays de l'OCDE et centrés sur les personnes concernées par l'épargne et l'investissement en vue de la retraite, sur les utilisateurs du crédit et de l'endettement et sur les exclus du système bancaire. L'annexe E reproduit la Recommandation sur les principes et bonnes pratiques relatifs à la sensibilisation et l'éducation financières adoptée par le Conseil de l'OCDE.

Remerciements

Pour une meilleure éducation financière : Enjeux et initiatives est la première grande étude internationale consacrée à l'éducation financière. C'est le fruit d'une collaboration du Secrétariat de l'OCDE, des délégués au Comité des marchés financiers et d'experts de nombreux pays. Cet ouvrage a bénéficié du soutien et de l'engagement du président du Comité des marchés financiers, Lorenzo Bini Smaghi.

Au sein du Secrétariat de l'OCDE, un certain nombre de membres du personnel de la Division des affaires financières ont pris part à la production de cet ouvrage. Cette publication a été préparée sous la direction de Barbara Smith, responsable du Projet sur l'éducation financière qui a coordonné l'étude et en a rédigé les principales sections. Philippa Michel-Finch a écrit le chapitre sur les exclus du système bancaire et participé à la révision des autres chapitres, tandis que Joon-Kyoon Lee a rédigé le chapitre sur le crédit. Jean-Marc Salou et Ayumi Kikuchi ont apporté leur concours à l'étude avec le soutien technique et administratif de Claire Dehouck, Sally Day et Edward Smiley. La publication a aussi bénéficié des contributions importantes de Stephen Lumpkin et Gert Wehinger ainsi que des conseils et des orientations générales données par André Laboul, qui a aussi directement coordonné le travail sur la Recommandation connexe de l'OCDE.

Les études destinées à cet ouvrage ont été réalisées dans le cadre du programme de travail du Projet de l'OCDE sur l'éducation financière qui a été soutenu par une contribution de Prudential plc, groupe international de services financiers établi au Royaume-Uni qui fournit des services financiers aux particuliers et assure la gestion d'actifs de clients au Royaume-Uni, aux États-Unis, en Asie et en Europe continentale*.

* Les projets sur la culture financière font partie intégrante du programme de responsabilité sociale de Prudential. Le groupe travaille dans ce domaine avec un certain nombre de partenaires, notamment Citizens Advice Bureau, le Personal Finance Education Group (PFEg), et la Specialist Schools Trust, ainsi que des partenaires locaux au Viêtnam et en Chine.

Table des matières

Synthèse	9
Notes	18
Chapitre 1. Vue d'ensemble	19
Méthodologie	21
Les limites de l'exercice	21
Organisation de l'ouvrage	22
Notes	23
Chapitre 2. L'éducation financière : sa définition, son importance croissante, sa contribution à l'efficience des marchés et au bien-être du consommateur et le rôle des intermédiaires financiers.	25
Qu'entend-on par éducation financière?	26
L'importance croissante de l'éducation financière	27
Pourquoi cette importance croissante de l'éducation financière? ..	29
Ce que l'éducation financière apporte aux marchés de capitaux, à l'économie et aux consommateurs	36
Notes	40
Bibliographie	40
Chapitre 3. Évaluation des compétences financières des consommateurs	43
Principaux résultats des enquêtes sur la culture financière des consommateurs	44
Implications des enquêtes sur le niveau de culture financière des consommateurs	47
Les leçons pour les programmes d'éducation financière	47
Notes	49
Bibliographie	49
Chapitre 4. Investissement/épargne retraite et éducation financière ...	51
Programmes d'éducation financière actuellement disponibles sur l'épargne et les placements en vue de la retraite	53

Évaluation des programmes d'éducation financière en matière d'investissement/retraite	55
Impact du comportement individuel sur les décisions financières ..	57
Conclusions et implications pour la création et la mise en œuvre des programmes d'éducation financière	60
Notes	61
Bibliographie	61
Chapitre 5. L'éducation financière sur le crédit et l'endettement.	65
L'enjeu de la lutte contre le surendettement et les avantages de l'éducation financière	66
Principaux constats à propos des programmes d'éducation financière sur le crédit et l'endettement	70
Principaux constats sur l'évaluation des programmes d'éducation sur le crédit	72
Résumé des implications pour l'action des pouvoirs publics en matière de programmes d'éducation au crédit et à la dette	74
Notes	76
Bibliographie	77
Chapitre 6. Les exclus du système bancaire et l'éducation financière ..	79
Rappel	80
Avantages de l'éducation financière pour les exclus du système bancaire	82
Description des programmes ouverts aux exclus du système bancaire	84
Synthèse des évaluations des programmes destinés aux exclus du système bancaire	86
Résumé des implications pour l'action des pouvoirs publics en matière de programmes destinés aux exclus du système bancaire ..	88
Notes	89
Bibliographie	91
Références sur l'Internet	93
Chapitre 7. Conclusions et orientations futures pour l'éducation financière	95
Notes	99
Annexe A. Évaluation des compétences financières des consommateurs : complément d'information	101
Appendice A.1. Australie : certaines questions de l'enquête sur la culture financière	121
Appendice A.2. Japon : certaines questions de l'enquête auprès des consommateurs sur la finance	125

Appendice A.3.	États-Unis : certaines questions de l'enquête Jumpstart sur la culture financière	128
Annexe B.	Investissement/épargne retraite et éducation financière : informations complémentaires	131
Annexe C.	Informations supplémentaires sur l'éducation financière en matière de crédit et d'endettement	140
Annexe D.	Les personnes non bancarisées : complément d'information	168
Annexe E.	Recommandation sur les principes et les bonnes pratiques relatifs à la sensibilisation et l'éducation financières	188

Liste des encadrés

A.1.	Autre enquête sur la culture financière aux États-Unis	108
A.2.	Compétence financière aux États-Unis – différences démographiques	111
A.3.	Australie : exemples de questions subjectives et objectives et les différentes conclusions sur la culture financière	115
B.1.	Exemples d'investissements risqués ou frauduleux	132
C.1.	En Corée, les consommateurs âgés sont de plus en plus endettés ..	144
C.2.	Les justifications de l'éducation au crédit	146

Liste des tableaux

2.1.	Taux de croissance du revenu par habitant	34
2.2.	Proportion des ménages investissant en actions	34
2.3.	Patrimoine des ménages	35
A.1.	Comparaison des scores en compétence financière : étudiants américains et coréens	105
A.2.	Résultats selon la connaissance de la gestion de l'argent et l'expérience en la matière	107
A.3.	Évolution des scores en compétence financière : États-Unis	108
A.4.	Australie : Synthèse démographique pour les quintiles de compétence financière	110
A.5.	Résultats selon le milieu	112
A.6.	Résultats selon la perception des connaissances	113

Liste des graphiques

2.1.	Rapport de dépendance économique des personnes âgées (65+ par rapport aux 15-24), 2005, 2030 et 2050	31
C.1.	Ratio endettement des ménages/revenus	160

Synthèse

L' éducation financière a pris de l'importance depuis quelques années du fait des évolutions des marchés de capitaux et de l'évolution démographique, économique et politique. Les marchés de capitaux sont de plus en plus complexes et de nouveaux produits font sans cesse leur apparition. Les consommateurs ont aujourd'hui plus facilement accès à des crédits et produits d'épargne des plus divers émanant de toute une gamme de prestataires, des banques et sociétés de bourse en ligne aux organismes associatifs. Du fait de l'évolution des régimes de retraite, de plus en plus de salariés vont devoir se préoccuper d'économiser pour leurs vieux jours. Avec l'augmentation de l'espérance de vie, les individus devront s'assurer qu'ils auront épargné suffisamment pour couvrir leurs besoins pendant toute la durée de leur retraite qui est appelée à être plus longue. Ces évolutions ont des conséquences importantes sur ceux qui épargnent ou investissent pour leur retraite, sur ceux qui empruntent de l'argent et pour « les exclus du système bancaire », c'est-à-dire les trois types de consommateurs auxquels s'intéresse cette étude.

Première étude d'envergure à traiter de l'éducation financière au niveau international, cet ouvrage contribue au développement des compétences financières des consommateurs en fournissant aux responsables politiques des informations pouvant les aider à concevoir des programmes d'éducation financière efficaces et faciliter les échanges de vues et le partage d'expériences dans le domaine de l'éducation et de l'information financières. Il recense et analyse plusieurs enquêtes réalisées sur la culture financière dans les pays membres; il met l'accent sur les changements politiques, démographiques et économiques, qui rendent l'éducation financière de plus en plus importante, décrit les différents types de programmes d'éducation financière existant dans les pays de l'OCDE, évalue dans la mesure du possible leur efficacité, et propose aux pouvoirs publics des initiatives de nature à améliorer l'éducation et l'information financières. Il présente les travaux de recherche réalisés à ce jour dans le cadre du Projet d'éducation financière de l'OCDE, lancé en 2003 pour répondre à l'importance croissante de l'éducation financière dans les pays membres¹.

L'ouvrage ne présente pas de façon exhaustive tous les programmes d'éducation financière existants, cette tâche sortant du cadre du Projet d'éducation financière. Il s'attache plutôt aux principaux moyens de diffusion de l'information, comme les sites Internet, les brochures, les modules de formation et les campagnes médiatiques ainsi qu'aux trois thèmes jugés

comme les plus importants par les pays membres qui ont répondu aux questionnaires de l'OCDE à savoir : investir et économiser pour sa retraite, gérer ses crédits et ses dettes et faire entrer les personnes non bancarisées dans le système financier.

Si ces trois thèmes ont paru importants par les pays de l'OCDE, c'est pour les raisons suivantes :

- Les travailleurs vont être de plus en plus nombreux à recourir à des régimes de retraite à cotisations définies et à leur épargne personnelle pour financer leurs vieux jours, car les pouvoirs publics commencent à réviser en baisse les prestations des plans de sécurité sociale soutenus par l'État et le nombre d'employeurs proposant des régimes à prestations définies diminue.
- L'endettement des consommateurs a augmenté jusqu'à atteindre des niveaux sans précédent et la déréglementation des marchés de capitaux a amené une intensification de la concurrence pour attirer de nouveaux titulaires de cartes de crédit. En conséquence, de nombreux jeunes se trouvent écrasés par le poids de leur endettement alors même qu'ils s'efforcent de fonder un foyer et d'acquies un logement.
- Avec le gonflement du nombre de transactions financières réalisées par voie électronique, détenir au moins un compte en banque devient de plus en plus important pour les particuliers. Pourtant, dans un certain nombre de pays, un pourcentage significatif de consommateurs reste exclu du système financier, ce pourcentage étant encore plus élevé dans le cas de consommateurs appartenant à des minorités.

Cet ouvrage s'attachera aux programmes d'éducation financière dispensée en dehors du système scolaire. Les études réalisées à cet effet montrent néanmoins qu'il est important de former les individus aux questions financières le plus tôt possible. En conséquence, une prochaine phase du projet qui doit être élaborée en coopération avec le Comité de l'éducation, doit décrire et analyser les programmes proposés par les écoles et les universités. Cette deuxième phase du projet doit déboucher sur un grand rapport sur la culture financière chez les jeunes et l'état de l'éducation financière dans le système scolaire.

L'OCDE va en outre développer encore ses travaux sur l'éducation et l'information financières en ce qui concerne les assurances et les retraites. Les études réalisées pour cet ouvrage seront prolongées pour examiner plus en détail l'importance de l'éducation financière pour améliorer la sensibilité et les connaissances des consommateurs dans le domaine de l'assurance, notamment en ce qui concerne les avantages d'une couverture d'assurance. Autre prolongement de cet ouvrage, des études s'attacheront au rôle de l'éducation financière vis-à-vis des régimes de retraite à prestations comme à cotisations définies et à l'élaboration de principes directeurs adaptés en matière d'éducation financière en vue de l'épargne retraite.

Facteurs renforçant l'importance de l'éducation financière

- *La complexité des produits financiers.* Les consommateurs se trouvent actuellement à la prise à un vaste éventail d'instruments financiers de différents types, proposant toute une série d'options en matière de frais, de taux d'intérêt, d'échéances, etc. En outre, la qualité et la pertinence de certains de ces produits financiers, comme les polices d'assurance vie, vis-à-vis des besoins des consommateurs, sont difficiles à apprécier parce que les consommateurs n'achètent pas fréquemment de tels produits et qu'un laps de temps important peut souvent intervenir entre leur achat et leur utilisation.
- *La multiplication des produits et prestataires financiers.* La déréglementation des marchés de capitaux et la réduction des coûts permise par le développement des nouvelles technologies de l'information et des télécommunications ont favorisé une multiplication des nouveaux produits répondant à des besoins très spécifiques du marché. L'Internet a également permis d'obtenir plus d'informations sur les produits de crédit et de placement et sur la disponibilité de ces produits. [9]
- *Le boum des naissances et l'allongement de l'espérance de vie.* De nombreux pays de l'OCDE ont connu un boum des naissances après la Seconde Guerre mondiale. Les premiers représentants de ces générations vont prendre leur retraite dans les cinq à dix prochaines années. Comme nombre d'entre eux ont tardé à avoir des enfants ou ont choisi d'en avoir moins, voire aucun, les cohortes qui suivent le boum des naissances sont beaucoup plus réduites. En conséquence, avec le départ à la retraite de la génération du boum des naissances, il y aura moins de travailleurs pour financer des retraités plus nombreux. Cette situation est encore aggravée par l'allongement de l'espérance de vie qui signifie que ces gros contingents de retraités vont peut-être profiter plus longtemps de leur retraite que leurs aînés et vont donc devoir être financés plus longtemps. Le vieillissement des populations des pays de l'OCDE va donc avoir de lourdes conséquences pour les régimes publics de retraite par répartition.
- *L'évolution des régimes de retraite.* L'une des grandes tendances des régimes de retraite des pays de l'OCDE réside dans le passage de régimes à prestations définies vers des régimes à cotisations définies. Dans le premier cas, le prestataire de la pension définit un revenu de retraite, tandis que dans le second cas, c'est le niveau des cotisations qui est fixé, le revenu de retraite dépendant alors des taux de cotisation et des décisions de placement prises pendant la vie active du particulier. En conséquence, une plus grande partie des risques liés à la constitution de provisions pour la retraite passe du

prestataire au travailleur. Or, à l'avenir, un nombre croissant de retraités va dépendre des revenus procurés par des régimes de retraite à cotisations définies.

- *La faiblesse de la culture financière.* Un tour d'horizon des enquêtes sur la culture financière dans douze pays de l'OCDE a conclu à la faiblesse des connaissances financières des consommateurs. Le niveau de culture financière est particulièrement bas dans certains groupes de la population, comme les moins instruits, les minorités et ceux qui se trouvent au bas de l'échelle des revenus.

Avantages de l'éducation financière pour les consommateurs et l'économie

L'éducation financière peut profiter à tous les consommateurs, indépendamment de leur âge et de leurs revenus. Aux jeunes qui font leur entrée dans la vie active, elle apporte les outils de base pour gérer leur budget et leur épargne afin de maîtriser leurs dépenses et leurs dettes. L'éducation financière peut également aider les familles à acquérir la discipline nécessaire pour économiser en vue d'une acquisition immobilière ou financer les études de leurs enfants. Elle peut aider les salariés plus âgés à s'assurer qu'ils ont épargné suffisamment pour disposer d'une retraite confortable en leur fournissant les informations et le savoir-faire nécessaires pour faire des placements judicieux, aussi bien au niveau de leur plan de retraite que dans leur plan d'épargne personnel. L'éducation financière peut aider ceux qui disposent de faibles revenus à tirer le meilleur parti de ce qu'ils parviennent à économiser. Elle peut également les aider à éviter les coûts élevés des transactions financières réalisées par le biais d'institutions non financières comme les services d'encaissement de chèques. Pour les consommateurs qui ont de l'argent à investir, l'éducation financière peut leur permettre de mieux comprendre des notions financières de base comme la nécessité de faire un compromis entre le risque et le rendement et la valeur des intérêts composés, mais aussi la nécessité d'obtenir des précisions sur les avantages et inconvénients de certains types d'investissement.

L'existence de consommateurs formés à la finance peut aussi être utile à l'économie. En demandant des produits correspondant mieux à leurs besoins, ils poussent les prestataires à développer de nouveaux produits et services, ce qui renforce la concurrence sur les marchés de capitaux, l'innovation et la qualité. Des consommateurs formés à la finance seront également plus à même d'épargner et d'épargner plus que leurs homologues moins bien formés. Un gonflement de l'épargne associé à un développement de la culture financière devrait avoir des effets positifs sur le niveau des investissements et la croissance économique. Dans les économies émergentes, apporter à la fois de l'information

et une formation aux consommateurs sur le fonctionnement des marchés et sur le rôle des intervenants peut aider ces pays à mieux tirer parti du développement de leurs marchés. En outre, les consommateurs formés à la finance sont mieux armés pour défendre leurs intérêts et signaler aux autorités d'éventuels manquements d'intermédiaires financiers. Ils facilitent ainsi le travail des autorités de tutelle et doit en principe permettre de réduire le nombre de leurs interventions. En conséquence, on devrait assister à une diminution des contraintes réglementaires pesant sur les entreprises.

Qu'entend-on par éducation financière?

S'agissant de la toute première grande étude internationale sur la question, on a volontairement opté ici pour une définition très large de l'éducation financière. Grâce à cette définition qui se réfère aux domaines de l'information, de la formation et du conseil, ce rapport réussit à identifier, décrire et analyser les programmes d'éducation financière de la manière la plus ouverte et la plus complète possible.

L'éducation financière est le processus par lequel des consommateurs/investisseurs financiers améliorent leur connaissance des produits et concepts financiers, et acquièrent, au moyen d'une information, d'une formation ou d'un conseil objectif, les compétences et la confiance nécessaires pour mieux comprendre les risques et les opportunités de la finance, faire des choix raisonnés, savoir où trouver conseil et savoir quoi faire pour améliorer leur bien-être financier.

Sachant que :

- Par *information*, on entendra tous les faits, données et connaissances spécifiques fournis aux consommateurs en vue de leur faire prendre conscience des opportunités financières ainsi que des choix et conséquences possibles dans ce domaine;
- Par *formation*, on entendra toutes les actions de formation et d'orientation qui permettront aux individus d'acquérir les compétences et qualifications nécessaires pour comprendre les termes et concepts financiers; et
- Par *conseil*, on entendra toute forme de conseil donné aux consommateurs sur la finance et les produits financiers en général pour leur permettre de tirer le meilleur parti possible de l'information et de la formation financières qu'ils ont reçues².

Enfin, l'éducation financière doit également être différenciée de la protection des consommateurs, bien que les deux se recoupent en partie³. La protection des consommateurs et l'éducation financière partagent les mêmes objectifs. Toutefois, l'éducation financière complète cette information par des actions de formation et de conseil, tandis que la protection des consommateurs met

l'accent sur la réglementation destinée à mettre en œuvre des normes minimales, qui obligent les institutions financières à fournir une information convenable à leurs clients, qui renforcent la protection juridique du consommateur quand quelque chose va mal et prévoit des mécanismes de dédommagement.

Les vecteurs de l'éducation financière

Les publications constituent le vecteur plus fréquemment utilisé pour proposer une éducation financière. Ces publications revêtent différentes formes, notamment des brochures, magazines, plaquettes, guides, lettres d'information, rapports annuels, publipostage, courriers et documents d'information. L'Internet constitue un autre média de prédilection, à travers des sites, portails et autres services en ligne. Parmi les autres méthodes, on retiendra les services de conseil, y compris les lignes d'appel téléphoniques, les campagnes et manifestations publiques à visées éducatives, notamment les présentations, cours, conférences, colloques, ainsi que les stages et séminaires de formation et autres types de support comme les CD-ROM et vidéos, etc. Les prestataires de services d'éducation financière peuvent venir du secteur public (ou semi-public), comme des organismes gouvernementaux, ministères (des Finances et des Affaires sociales, par exemple), banques centrales ou autorités de réglementation et de contrôle. Dans le secteur privé, les prestataires de services d'éducation financière comprennent des associations de consommateurs et des associations de salariés ainsi que des institutions financières. Même si nombre de programmes sont destinés aux consommateurs en général, ils visent parfois des groupes spécifiques, comme les femmes, les minorités ou les titulaires de faibles revenus.

Synthèse des conclusions de l'étude

- De plus en plus sensibilisés à l'importance de l'éducation financière, les pays multiplient les initiatives et programmes d'éducation financière : création de sites Internet, diffusion de brochures et plaquettes d'information sur des thèmes financiers précis, lancement de campagnes médiatiques ou offre de formations. Certains pays ont considérablement réfléchi à l'évaluation des programmes d'éducation financière et à la définition des caractéristiques propres à des programmes efficaces dans ce domaine. Quelques-uns considèrent que l'éducation financière est si importante qu'ils élaborent des stratégies nationales pour coordonner et orienter leurs programmes d'éducation financière.

- Des pays assurent aussi une éducation financière sur un large éventail de domaines, comme le crédit, l'assurance, l'investissement et les pensions. Une bonne partie de cette information est destinée au grand public, tout en ayant une composante ciblant plus spécifiquement les investisseurs, les consommateurs surendettés ou les exclus du système financier. Toutefois, on ne sait pas dans quelle mesure l'information financière présentée aux consommateurs tient compte de la disparité de leurs connaissances financières.
- Quelques pays ont entrepris des enquêtes représentatives à l'échelle nationale sur la culture financière afin de déterminer quels sont les problèmes financiers les plus préoccupants qui nécessitent l'acquisition de nouvelles compétences par les consommateurs. Les enquêtes réalisées à ce jour montrent que les consommateurs n'entendent souvent pas grande chose aux questions financières mais qu'ils surestiment leur connaissance des questions financières. Les sondages comportant des questions sur la démographie des consommateurs constatent que leurs connaissances financières est corrélée avec leur niveau de formation initiale et de revenus, bien que des consommateurs ayant un niveau de formation élevé peut être aussi ignorants de la chose financière que des consommateurs moins bien formés et affichant des revenus plus faibles. Ces enquêtes indiquent aussi que les consommateurs ont du mal à trouver et à comprendre les informations financières.
- L'efficacité des programmes d'éducation financière est rarement évaluée. Cela tient en partie au fait que ces évaluations coûtent cher et que les budgets des pouvoirs publics sont limités. Mais cela tient tout autant à la difficulté d'imaginer des critères d'évaluation réalistes pour déterminer si les programmes ont atteint ou pas leurs deux principaux objectifs : sensibiliser les consommateurs à ces questions et les amener à modifier leur comportement financier. Lorsque l'information financière est diffusée via des sites Web ou des brochures distribués dans des lieux publics, il est difficile d'élaborer des indicateurs efficaces des changements de comportement. Par exemple, quels indicateurs les chercheurs pourraient-ils utiliser pour déterminer si ceux qui ont consulté un site Web ou pris une brochure ont compris ce qu'ils ont lu ou changé ensuite leur comportement?
- Cela étant, les programmes d'éducation financière qui sont évalués ont été jugés efficaces. Aux États-Unis par exemple, des études montrent que les salariés participent et contribuent davantage au plan 401-K lorsque les employeurs proposent des programmes d'éducation financière, que ce soit sous forme de brochures ou de séminaires. L'éducation financière dispensée sous forme de conseil en matière hypothécaire s'est avérée efficace pour réduire les risques d'impayés sur les prêts immobiliers. Les consommateurs qui assistent à des entretiens de conseil en face-à-face sur le crédit présentent

un endettement et des taux d'impayés moindres que ceux qui ne le font pas. Des évaluations plus subjectives des programmes d'éducation financière destinés aux exclus du système bancaire ont permis de constater que les participants sont satisfaits par la formation qu'ils reçoivent et sont plus confiants lorsqu'il s'agit de prendre des décisions financières.

- Les programmes d'éducation financière ne sont pas nécessairement les seuls à pouvoir efficacement œuvrer au bien-être des consommateurs. D'autres approches – complémentaires ou substitutives – sont envisageables. Des études sur le comportement financier montrent par exemple que des caractéristiques psychologiques telles que l'apathie et le manque de volonté, peuvent réduire l'efficacité des programmes d'éducation financière. Cela a amené certains experts à préconiser une affiliation automatique dans le cas de régimes de retraite à cotisations définies, avec des taux de cotisation et des allocations d'actifs par défaut. Toutefois, ces autres solutions suscitent également des critiques. Ainsi, l'affiliation automatique a été critiquée pour la faiblesse des taux de cotisations et la prudence de l'allocation d'actifs qu'elle induit. En conséquence, la plupart des experts admettent aussi que l'éducation financière doit tout de même jouer un rôle consistant à apporter des conseils et des informations aux travailleurs sur leurs plans de retraite.
- Sur la base des résultats de cette étude, les représentants des gouvernements des 30 pays de l'OCDE ont élaboré une *Recommandation sur les principes et les bonnes pratiques relatifs à la sensibilisation et l'éducation financières*. Dans la partie de la Recommandation consacrée aux pratiques exemplaires, on trouve des propositions sur la façon dont les pouvoirs publics peuvent sensibiliser davantage le public aux questions financières et accroître la diffusion d'informations financières, dont les institutions financières peuvent apporter des informations objectives et non faussées sur les produits financiers, sur le rôle des employeurs dans l'apport d'information financière sur l'épargne retraite, enfin sur les questions qu'il convient de prendre en compte lorsqu'il s'agit de décider du contenu et de la mise en place de programmes d'éducation financière.

Que reste-t-il à faire?

Ce qui ressort clairement des études réalisées pour cet ouvrage, cependant, c'est qu'il y a beaucoup à faire et à apprendre sur les programmes d'éducation financière et sur la façon de les améliorer. D'abord, il importe de sensibiliser davantage les consommateurs à l'utilité de l'éducation financière et à ses modalités d'accès. L'éducation financière ne concerne pas que les investisseurs. Elle est tout aussi importante, sinon plus, pour un ménage moyen cherchant à équilibrer son budget et mettre de l'argent de côté pour l'éducation des

enfants et la retraite des parents. Il reste des choses à apprendre sur les besoins d'éducation financière des consommateurs aux différentes étapes de leur vie et sur la façon de concevoir et de mettre en œuvre des programmes d'éducation financière pour répondre au mieux à ces besoins. Comment les programmes d'éducation financière pourraient-ils mieux toucher les consommateurs qui en ont le plus besoin? Nous avons aussi des choses à apprendre encore sur la façon dont les consommateurs préfèrent recevoir des informations sur les questions financières. Quelle est la meilleure façon d'apporter des programmes d'éducation financière à des consommateurs très occupés par leur travail et leur famille? Il convient d'élaborer des indicateurs objectifs pour évaluer la réussite des programmes et il faut multiplier les évaluations de programmes. Idéalement, il faudrait collecter plus d'informations sur les différents programmes pour pouvoir dresser de façon plus confiante une liste de pratiques exemplaires. Il faut donc plus d'études et d'évaluations. Actuellement, il n'est pas possible de procéder à des comparaisons sur la culture financière entre pays comme au sein d'un même pays. En outre, les données sur les taux d'épargne, l'endettement des ménages et les évolutions de la couverture de retraite sont difficiles à trouver avec le détail nécessaire pour permettre des comparaisons critiques entre les pays. Il faut approfondir les études pour que tous les consommateurs bénéficient d'une information et d'une éducation financières efficaces.

Notes

1. Ce volet du Projet sur l'éducation financière est conçu et réalisé sous le contrôle du Comité des marchés financiers. Ce projet a pu voir le jour grâce au généreux financement apporté par Prudential plc.
2. Sont spécifiquement exclus les programmes qui formulent des recommandations concernant différents produits et services financiers, comme les conseils recommandant l'achat du produit financier X proposé par l'institution financière Y.
3. Bien que l'éducation financière constitue pour les pouvoirs publics un outil supplémentaire de promotion de la croissance économique, de la confiance et de la stabilité et qu'il convienne à ce titre d'en tenir compte dans le dispositif réglementaire, elle n'est pas censée se substituer à la réglementation financière ou à d'autres textes législatifs sur la protection du consommateur, mais plutôt à les compléter.

Chapitre 1

Vue d'ensemble

L'éducation financière a toujours été importante pour les consommateurs car elle les aide à faire des budgets et gérer leurs revenus, à épargner et investir de façon efficiente et à éviter d'être victimes de fraudes. Mais à l'heure où les marchés de capitaux deviennent de plus en plus perfectionnés et où les ménages assument plus de responsabilités et de risques lorsqu'ils prennent des décisions financières, l'éducation financière devient de plus en plus nécessaire aux particuliers et ce, non seulement pour assurer leur propre bien-être financier, mais aussi pour faciliter le bon fonctionnement des marchés de capitaux et de l'économie. En créant une demande de produits correspondant mieux à leurs besoins, les consommateurs dotés d'une bonne éducation financière poussent les prestataires à développer de nouveaux produits et services, ce qui renforce la concurrence sur les marchés de capitaux, et par voie de conséquence l'innovation et la qualité. Or, le fonctionnement efficient et l'expansion des marchés de capitaux est de nature à favoriser la croissance. De plus, il a été démontré que l'éducation financière accroît aussi bien le nombre d'épargnants que le volume moyen de leur épargne, ce qui devrait avoir un impact significatif sur les niveaux d'investissement et la croissance économique.

Première étude d'envergure à traiter de l'éducation financière au niveau international, cet ouvrage contribue au développement des compétences financières des consommateurs en fournissant aux responsables politiques des informations pouvant les aider à concevoir des programmes d'éducation financière efficaces et faciliter les échanges de vues et le partage d'expériences dans le domaine de l'éducation et de l'information financières¹. Il recense et analyse l'ensemble des enquêtes réalisées sur la culture financière dans les pays membres; il met l'accent sur les changements politiques, démographiques et économiques qui rendent l'éducation financière de plus en plus importante, décrit les différents types de programmes d'éducation financière existant dans les pays de l'OCDE, évalue dans la mesure du possible leur efficacité, et propose aux pouvoirs publics des initiatives de nature à améliorer l'éducation et l'information financières. Il présente les travaux de recherche réalisés à ce jour dans le cadre du Projet d'éducation financière de l'OCDE, lancé en 2003 pour répondre à l'importance croissante de l'éducation financière dans les pays membres².

Méthodologie

Deux approches ont servi à réunir des informations sur la culture et l'éducation financières. La première a consisté à diffuser quatre questionnaires aux autorités nationales des pays de l'OCDE. On y trouvait des questions sur les grands thèmes de l'éducation financière, les principaux obstacles à sa diffusion, les grandes initiatives en cours dans le domaine de l'éducation financière, les enquêtes existantes sur la culture financière, les évaluations de l'efficacité des programmes d'éducation financière, ainsi que sur des évolutions financières, politiques et démographiques spécifiques contribuant à l'importance croissante de l'éducation financière. Beaucoup d'informations spécifiques sur les pays, notamment des précisions sur les enquêtes en matière de culture financière, ont pu être reçues de cette façon.

La seconde approche a consisté en une vaste revue des publications pertinentes dans les domaines de l'économie, de la politique sociale et des domaines connexes. Cette approche a permis de mettre en évidence des programmes existants d'éducation financière et de les étudier pour définir les facteurs contribuant à leur efficacité. Cette démarche a aussi apporté des informations supplémentaires sur les évolutions économiques, politiques et démographiques permettant de compléter celles qui avaient été obtenues à l'aide des questionnaires.

Les limites de l'exercice

Comme on l'a noté précédemment, cet ouvrage n'entend pas dresser un catalogue complet de l'ensemble des programmes d'éducation financière existants. Le recensement de ces programmes constituerait une entreprise considérable. Des programmes d'éducation financière sont proposés par le secteur public comme par le secteur privé. Dans le secteur public, ces programmes sont proposés à tous les échelons de l'administration publique, du niveau national au niveau local. Dans le secteur privé, de nombreuses petites associations sans but lucratif proposent des programmes d'éducation financière. Des programmes locaux d'éducation financière sont proposés par les universités et des institutions financières. En outre, ces programmes sont proposés dans diverses langues. Il n'a pas toujours été possible de trouver un descriptif des programmes en anglais ou un français, les deux langues officielles de l'OCDE. Certains programmes ont été exclus de l'étude pour ces raisons. Comme ce domaine est assez récent, les gouvernements ayant reçu les questionnaires de l'OCDE sur l'éducation financière n'ont pas toujours su à quel organisme il convenait de les retransmettre. Dans certains pays, ils ont été transmis au ministère des Finances ou à la banque centrale. Dans d'autres, les questionnaires ont été communiqués aux organismes chargés de la protection des consommateurs. Dans d'autres encore, ils ont été acheminés vers le ministère de l'Éducation.

Pour les raisons évoquées précédemment, il a aussi été difficile de trouver autant de précisions qu'il aurait été souhaitable sur nombre de programmes. En effet, dans bien des cas, on manquait de détails sur le public visé, le nombre de personnes servies, le coût des programmes, leurs objectifs ou un indicateur objectif de leur réussite. En conséquence, il est alors impossible de fournir une évaluation de l'efficacité des programmes d'éducation financière décrits dans le présent ouvrage. Même lorsque l'on dispose de plus de précisions, les caractéristiques du vecteur de fourniture du programme va affecter les conditions de son évaluation. Par exemple, il serait difficile de déterminer l'efficacité de sites Web ou de brochures. Bien que l'on puisse obtenir des informations sur le nombre de consultations de site Web ou sur le nombre de brochures distribués, on ne dispose normalement d'aucun moyen de savoir si les informations fournis sur ces supports ont été lues, comprises et si elles ont donné lieu à des réactions.

Organisation de l'ouvrage

Le chapitre 2 met en relief l'importance croissante de l'éducation financière, sa contribution à l'efficacité des marchés et au bien-être du consommateur et le rôle des intermédiaires financiers. On y évoquera brièvement les évolutions affectant l'importance de l'éducation financière, comme l'accroissement du nombre et de la complexité des produits financiers, le boum des naissances et l'allongement de l'espérance de vie, les changements intervenus dans les régimes de retraite et la faiblesse des connaissances financières des consommateurs.

Le chapitre 3 décrit six enquêtes sur la culture financière pour lesquelles ont disposé d'informations détaillées sur la méthodologie, les résultats, les questions posées et les groupes cibles. Malgré les différences entre les enquêtes, toutes conclues à la faiblesse de la culture financière des consommateurs. Cette revue des enquêtes tire un certain nombre de leçons pour la conception et la mise en œuvre de programmes d'éducation financière.

Les chapitres 4 à 5 et 6 examinent l'importance de l'éducation financière vis-à-vis, respectivement, l'épargne et les placements en vue de la retraite, l'utilisation efficace de ses crédits et de ses dettes et l'insertion des personnes non bancarisées dans le système financier. Dans chaque cas, on trouvera une description des évolutions contribuant à l'importance croissante de l'éducation financière, une synthèse d'un certain nombre de programmes d'éducation financière dans le domaine correspondant et une évaluation de l'efficacité de ces programmes avec des commentaires sur les conséquences pour les pouvoirs publics. Le chapitre 7 présente les conclusions de l'ouvrage et formule quelques propositions en vue de travaux futurs sur l'éducation financière.

Les annexes A à D de l'ouvrage fournissent des éléments complémentaires sur les programmes d'éducation financière actuellement proposés dans les pays de l'OCDE et ciblés sur les personnes concernées par l'épargne et les placements en vue de la retraite, celles qui se préoccupent de l'utilisation de leurs crédits et de leurs dettes, ainsi que les exclus du système bancaire. L'annexe E reproduit la Recommandation sur les principes et bonnes pratiques relatifs à la sensibilisation et l'éducation financières adoptée par le Conseil de l'OCDE.

Notes

1. Le Projet de l'OCDE sur l'éducation financière procède également à un inventaire des programmes d'éducation financière existant dans les pays de l'OCDE. En outre, une page Web (www.oecd.org/educationfinanciere) a été mise en place et il est prévu de créer un groupe de discussion électronique et d'organiser des conférences pour faciliter la communication et l'échange d'informations sur les problèmes d'éducation financière.
2. Ce volet du Projet sur l'éducation financière est conçu et réalisé sous le contrôle du Comité des marchés financiers. Ce projet a pu voir le jour grâce au généreux financement apporté par Prudential plc.

Chapitre 2

L'éducation financière : sa définition, son importance croissante, sa contribution à l'efficience des marchés et au bien-être du consommateur et le rôle des intermédiaires financiers

Qu'entend-on par éducation financière?

S'agissant de la toute première grande étude internationale sur la question, on a volontairement opté ici pour une définition très large de l'éducation financière. Grâce à cette définition qui se réfère aux domaines de l'information, de la formation et du conseil, ce rapport réussit à identifier, décrire et analyser les programmes d'éducation financière de la manière la plus ouverte et la plus complète possible.

L'éducation financière est le processus par lequel des consommateurs/ investisseurs financiers améliorent leur connaissance des produits et concepts financiers, et acquièrent, au moyen d'une information, d'une formation ou d'un conseil objectif, les compétences et la confiance nécessaires pour mieux comprendre les risques et les opportunités de la finance, faire des choix raisonnés, savoir où trouver conseil et savoir quoi faire pour améliorer leur bien-être financier.

Sachant que :

- par *information*, on entendra tous les faits, données et connaissances spécifiques fournis aux consommateurs en vue de leur faire prendre conscience des opportunités financières ainsi que des choix et conséquences possibles dans ce domaine;
- par *formation*, on entendra toutes les actions de formation et d'orientation qui permettront aux individus d'acquérir les compétences et qualifications nécessaires pour comprendre les termes et concepts financiers; et
- par *conseil*, on entendra toute forme de conseil donné aux consommateurs sur la finance et les produits financiers en général pour leur permettre de tirer le meilleur parti possible de l'information et de la formation financières qu'ils ont reçues¹.

Enfin, l'éducation financière doit également être différenciée de la protection des consommateurs, bien que les deux se recoupent en partie². La protection des consommateurs et l'éducation financière partagent les mêmes objectifs, mais leurs approches ne sont pas tout à fait les mêmes. L'éducation financière et la protection des consommateurs ont toutes deux pour objectifs d'assurer le bien-être des consommateurs et de veiller à ce qu'il ne leur soit fait aucun tort. Les deux font de l'information financière mais l'éducation financière complète cette information par des actions de formation et de conseil, tandis que la protection des consommateurs met l'accent sur le réglementation et la législation qui s'efforcent de mettre en œuvre des

standards minimums, qui obligent les institutions financières à fournir une information appropriée à leurs clients, qui renforcent la protection juridique du consommateur quand quelque chose va mal et prévoit des mécanismes de dédommagement. Autrement dit, la protection du consommateur en appelle à la responsabilité des institutions financières et du système juridique alors que l'éducation financière en appelle plus à celle de l'individu.

L'éducation financière et la protection du consommateur ne sont pas des substituts, mais plutôt des compléments. La protection du consommateur apporte un filet de sécurité pour ceux qui n'ont pas la capacité ou la volonté d'améliorer leur culture financière. Il importe pour le bien-être du consommateur comme pour le bon fonctionnement des marchés de capitaux que les consommateurs aient pleinement connaissance de l'éventail des produits disponibles et de leurs divers droits et obligations contractuels. Certains consommateurs peuvent acquérir ces connaissances grâce à des programmes d'éducation financière. D'autres, comme on l'a indiqué, n'ont peut-être pas la capacité ou la volonté d'améliorer leur culture financière et, pour eux, la protection du consommateur est importante. En outre, comme l'utilité ou l'inutilité des produits financiers risque de ne pas être connue avant des années, la protection des consommateurs peut être bénéfique à tous en veillant à ce qu'ils sachent non seulement ce qu'ils obtiennent lorsqu'ils achètent un produit financier, mais aussi que c'est un produit qui convient à leurs besoins.

L'importance croissante de l'éducation financière

L'éducation financière a gagné en importance depuis quelques années du fait du développement des marchés de capitaux et de l'évolution démographique, économique et politique. Les marchés de capitaux sont de plus en plus complexes et de nouveaux produits font sans cesse leur apparition. Les consommateurs ont aujourd'hui plus facilement accès à des crédits et produits d'épargne des plus divers émanant de toute une gamme de prestataires, des banques et sociétés de bourse en ligne aux organismes associatifs. Du fait de l'évolution des régimes de retraite, de plus en plus de salariés vont devoir se préoccuper d'économiser pour leurs vieux jours. Avec l'augmentation de l'espérance de vie, les individus devront s'assurer qu'ils auront épargné suffisamment pour couvrir leurs besoins pendant toute la durée de leur retraite qui est appelée à être plus longue. Ces évolutions ont des conséquences importantes sur ceux qui épargnent ou investissent pour leur retraite, ceux qui empruntent de l'argent et les personnes non bancarisées, c'est-à-dire les trois types de consommateurs auxquels s'intéresse cet ouvrage.

Sous l'effet des évolutions évoquées précédemment, les consommateurs des pays de l'OCDE sont de plus en plus nombreux à participer activement aux

marchés de capitaux. certains de ces consommateurs sont des primo-investisseurs sur des marchés établis sur lesquels les produits de placement changent en permanence. D'autres se trouvent dans cette situation, mais sur des marchés qui sont eux-mêmes très récents. D'autres encore contractent des emprunts ou obtiennent des cartes de crédit. Des consommateurs peuvent également ouvrir leur premier compte en banque. La diversité et la complexité des produits financiers proposés aujourd'hui sur les marchés de capitaux, que ce soit pour des placements, de l'épargne, des crédits ou des dettes, peuvent être déroutantes même pour ceux qui possèdent des connaissances financières élémentaires. Quant à ceux qui n'ont pas ou peu de connaissances financières, ils peuvent être complètement dépassés. Pourtant, dans de nombreux pays, des particuliers doivent prendre plus souvent des décisions financières et assumer plus de responsabilités vis-à-vis de ces décisions. Parallèlement, ils sont souvent peu préparés aux responsabilités financières auxquelles ils font face. En conséquence, il est impératif que les consommateurs soient mieux éduqués à la chose financière.

Sous l'effet des évolutions examinées dans ce chapitre, on assiste à un déplacement des risques, au moins en partie, des pouvoirs publics et des institutions financières vers les ménages. Ce déplacement apparaît le plus clairement à travers le passage des régimes de retraite à prestations définies vers les régimes à cotisations définies. Avec ce changement en effet, les prestations de retraite vont être de plus en plus financées par des placements sur les marchés financiers et vont donc être de plus en plus affectées par les mouvements des prix des actifs financiers. Dans le cadre de régimes à cotisations définies, les particuliers encourent un certain nombre de risques financiers : un risque d'investissement durant la phase d'accumulation et des risques de longévité et d'inflation durant la phase de versement des retraites. Les particuliers font en outre face à un risque élevé de volatilité, le niveau de leur revenu de retraite dépendant dès lors des conditions financières régnant l'année de leur retraite. On peut craindre que les ménages n'aient pas conscience de ces risques et ne soient pas capables de les gérer. Les ménages n'ont très vraisemblablement qu'une expérience limitée de l'investissement – en dehors peut-être d'un emprunt hypothécaire ou d'un placement en fonds commun, etc. Toutefois, même s'ils sont conscients des risques, ils peuvent ne pas avoir les connaissances financières nécessaires pour apprécier comment ces risques peuvent les affecter. de fait, les enquêtes sur la culture financière menées dans un certain nombre de pays montrent que les consommateurs n'entendent souvent pas grand chose aux questions financières. Il est donc impératif que les ménages soient sensibilisés au fait qu'ils assument de plus en plus de risques qui l'étaient auparavant par des investisseurs professionnels. Il va falloir leur apporter des informations, des conseils et une assistance pour les aider à gérer ces risques.

Pourquoi cette importance croissante de l'éducation financière?

La complexité des produits financiers

Il y a une génération encore, la plupart des consommateurs disposaient simplement de deux produits bancaires élémentaires : un compte de chèques et un compte d'épargne. Ouvrir et gérer de tels comptes était simple. De nos jours, en revanche, les consommateurs se trouvent face à des comptes de chèques ou des comptes bancaires des plus divers : comptes payants, mais rémunérés, comptes gratuits, mais non rémunérés, comptes gratuits mais assortis d'un plafonnement du nombre d'opérations mensuelles, comptes avec protection du découvert, etc., et tous ces comptes peuvent être ouverts auprès de différents types d'institutions financières. Les consommateurs ont aussi le choix entre divers instruments d'épargne : des comptes de placement sur le marché monétaire, des certificats de dépôts et toute une litanie de produits présentant des échéances et des rendements différents. Pour ceux qui s'intéressent aux placements en actions, il existe des produits innovants, comme les produits qui permettent d'acheter un portefeuille de valeurs complet en une seule opération mais de négocier les titres individuellement et à tout moment. Les investisseurs peuvent aussi se porter sur divers fonds communs, y compris des fonds internationaux, des fonds spécialisés dans les valeurs de croissance ou les valeurs de rendement ou encore des fonds exonérés d'impôts. En ce qui concerne les obligations, il y a les emprunts d'État, ceux des collectivités locales ou les obligations remboursables qui sont conçues pour permettre à l'émetteur de les amortir à des dates et des prix spécifiés avant l'échéance.

Même des produits financiers relativement simples peuvent apparaître complexes au consommateur moyen, dans la mesure où ils demandent souvent de comprendre les échéances résiduelles, la duration, les options de remboursement et d'autres caractéristiques. En outre, il est souvent difficile d'évaluer la qualité des produits financiers au moment de l'achat. Par exemple, il faudra peut-être attendre trente ans voire plus avant de pouvoir juger de la qualité d'une police d'assurance vie ou d'un produit de retraite. Qui plus est, comme de tels achats ne sont guère fréquents, on ne peut pas compter sur des achats répétés pour se faire une idée de la qualité. En conséquence, les produits financiers peuvent être difficiles à comprendre et beaucoup de consommateurs font de mauvais achats ou s'abstiennent d'acheter quoi que ce soit.

La multiplication des produits et prestataires financiers

La déréglementation des marchés de capitaux et la réduction des coûts permise par le développement des nouvelles technologies de l'information et des télécommunications ont favorisé une multiplication de nouveaux produits répondant à des besoins très spécifiques du marché. Ces produits et services

financiers innovants ont permis aux consommateurs d'avoir accès à un plus grand éventail de produits financiers. L'Internet a également permis d'obtenir plus d'informations sur les produits de crédit et de placement et sur la disponibilité de ces produits. Cette diversité de produits financiers élargit d'autant les choix des consommateurs, mais leur pose aussi plus de défis.

Les investisseurs en actions, par exemple, ont désormais accès à de nombreux mécanismes et vecteurs de négociation nouveaux, certains offrant une exécution plus rapide des transactions ou un anonymat renforcé, et ils ont aussi accès à de nombreux types de placements. Les usagers du crédit de nombreux pays de l'OCDE se voient proposer de nombreuses nouvelles options pour leurs prêts, leurs cartes de crédit et autres formes d'endettement. La technologie a permis de réduire les coûts des créanciers grâce à des techniques de notation des emprunts et, de ce fait, les consommateurs sont plus nombreux à pouvoir obtenir un crédit. Les exclus du système bancaire, qui n'ont aucune relation formelle avec une institution financière, risquent d'être encore plus isolés par les récents changements intervenus sur les marchés de capitaux. Compte tenu des décisions financières plus fréquentes que doivent prendre les consommateurs et du nombre croissant de transactions supposant d'être titulaire d'un compte bancaire, ces personnes qui en sont dépourvues ou qui ont une utilisation restreinte d'un telle compte, sont de plus en plus désavantagés.

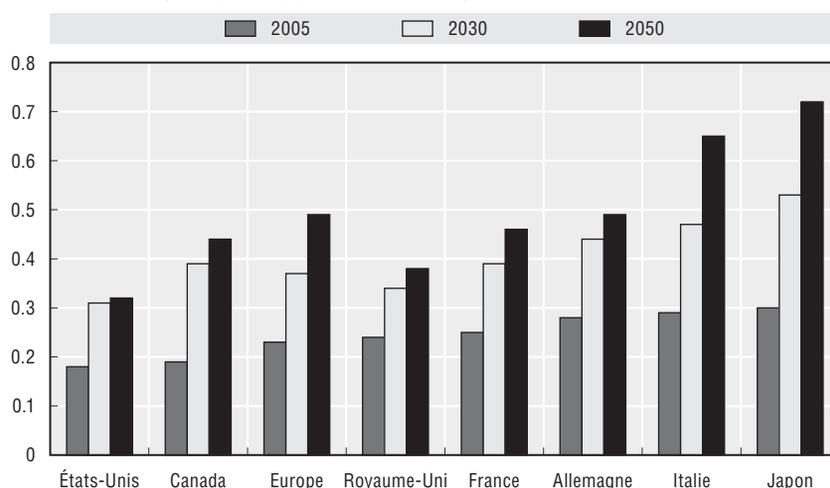
Le boum des naissances et l'allongement de l'espérance de vie

De nombreux pays de l'OCDE ont connu un boum des naissances après la Seconde Guerre mondiale. Les premiers représentants de cette génération vont prendre leur retraite dans les cinq à dix prochaines années. Comme nombre d'entre eux ont tardé à avoir des enfants ou ont choisi d'en avoir moins, voire aucun, les cohortes qui suivent le boum des naissances sont bien moins nombreuses. En conséquence, avec le départ à la retraite de la génération du boum des naissances, il y aura moins de travailleurs pour financer des retraités plus nombreux. Cette situation est encore aggravée par l'allongement de l'espérance de vie qui signifie que ces gros contingents de retraités vont peut-être profiter plus longtemps de leur retraite que les générations précédentes et vont donc devoir être financés plus longtemps.

Le graphique ci-après illustre clairement les effets de ce changement démographique, en présentant les rapports de dépendance économique des personnes âgées d'un certain nombre de pays en 2005, 2030 et 2050. Le rapport de dépendance économique des personnes âgées est défini comme le nombre de personnes âgées de 65 ans et plus divisé par le nombre de personnes de 15 à 64 ans. Ce ratio va commencer à s'accroître dans tous les pays concernés lorsque la génération du boum des naissances va arriver à l'âge de la retraite. Parmi les pays couverts par le graphique 2.1, c'est en Italie et au Japon que

cette augmentation va être la plus sensible et aux États-Unis qu'elle sera la plus limitée. En Europe, le rapport de dépendance économique des personnes âgées devrait passer de 0.23 en 2005 à 0.37 in 2030. En d'autres termes, alors que l'Europe compte actuellement quatre travailleurs pour financer chaque retraité, il y en aura moins de trois en 2030. Au Japon, le rapport de dépendance économique des personnes âgées devrait passer de 0.30 en 2005 à 0.53 en 2030, soit moins de deux travailleurs par retraité à cette date contre trois aujourd'hui. Il ressort de ces chiffres que l'apport d'un revenu pour les personnes âgées constituera un problème majeur pour de nombreux pays.

Graphique 2.1. **Rapport de dépendance économique des personnes âgées (65+ par rapport aux 15-24), 2005, 2030 et 2050**



Source : Nations unies (2003), *World Population Prospects: The 2002 Revision Population Database*, Nations unies, New York.

Le vieillissement des populations dans les pays de l'OCDE aura de graves conséquences pour les régimes publics de retraite par répartition. La population active ne suffira pas à financer le nombre toujours croissant de retraités si l'on ne modifie pas ces régimes. Pour assurer la viabilité de ces régimes, les pouvoirs publics devront faire des choix difficiles, comme des réductions de prestations, des augmentations d'impôts; des emprunts massifs, une révision en baisse du rattrapage des salaires sur le coût de la vie, un report de l'âge de départ à la retraite, ou une combinaison de ces mesures. Pour les particuliers, l'allongement de l'espérance de vie est synonyme de possibilité de profiter plus longtemps de leur retraite, mais signifie aussi davantage de gestion d'actifs, de planification fiscale et successorale, de produits d'assurance et d'autres stratégies financières pour faire face à l'augmentation de la longévité.

Le vieillissement de la génération du boum des naissances pourrait aussi avoir des effets négatifs sur la rentabilité de l'épargne privée (FRBSF, 1998). Cet effet pourrait avoir de graves répercussions, car cette génération devra compter davantage sur son épargne personnelle pour son revenu de retraite que ce n'était le cas pour les générations précédentes. Toutes choses égales par ailleurs, les prix des actifs risquent de baisser lorsque les gros contingents du boum des naissances vont commencer à vendre leurs actifs aux cohortes moins nombreuses qui les suivent³. Toutefois, ce résultat est loin d'être certain et les experts sont partagés quant aux perspectives. Plusieurs facteurs peuvent atténuer cet effet négatif sur le prix des actifs. Par exemple, si les représentants de la génération du boum des naissances décidaient de travailler plus longtemps, en restant dans la population active au-delà de l'âge traditionnel de départ à la retraite, ils auraient moins besoin de céder leurs actifs car ils continueraient de percevoir des revenus de leur emploi. En outre, cette génération ne devrait pas accéder à la retraite tout un coup, mais plutôt sur une période s'étendant sur 30 ans. Cette période pourrait être suffisamment longue pour donner aux marchés financiers le temps de s'adapter à la diminution progressive des ressources disponibles en vue de placements financiers. Qui plus est, les cohortes plus jeunes suivant le boum des naissances, prévoyant des réductions supplémentaires des prestations apportées par les régimes par répartition, pourraient économiser une plus forte proportion de leurs revenus de sorte que ce surcroît d'épargne compenserait la faiblesse des effectifs. Étant donné l'impact que peuvent produire ces incertitudes et leurs conséquences pour l'épargne en vue de la retraite, les particuliers doivent y être sensibilisés.

L'évolution des régimes de retraite

Les décisions d'investissement affectant les retraites constituent les plus importantes décisions importantes à long terme que de nombreux travailleurs devront prendre et, compte tenu de la prolifération des régimes à cotisations définies, la responsabilité de ces décisions se reporte de plus en plus des employeurs sur les travailleurs. De nombreux régimes à cotisations définies demandent aux travailleurs de décider s'ils souhaitent cotiser, à quelle hauteur et comment répartir ces cotisations entre les différentes solutions de placement. Les travailleurs doivent aussi tenir compte des différents types de commissions que les prestataires facturent pour les placements et la retraite. En outre, les régimes à cotisations définies demandent souvent aux salariés de faire un choix dans un éventail de produits financiers lors de leur retraite, certains leur apportant des versements réguliers jusqu'à leur décès (rentes), tandis que d'autres consistent en prélèvement progressifs sur les sommes accumulées. En conséquence, les travailleurs doivent tenir compte non seulement des risques et des rendements des investissements, mais aussi des incertitudes relatives à leur espérance de vie ainsi que des attitudes vis-à-vis

des risques, des possibilités de gains immédiats et futurs et des éventuels changements de situation personnelle.

Le rôle des programmes d'éducation financière en matière d'assistance aux salariés variera en fonction des caractéristiques du plan de retraite à cotisations définies. Dans les pays où l'affiliation à un plan de retraite à cotisations définies est obligatoire, comme en Europe de l'Est, les individus n'ont souvent aucune latitude dans le choix des placements et très peu quant aux produits de retraite et aux barèmes commissions/frais. En revanche, dans des pays comme l'Irlande, le Royaume-Uni et les États-Unis, où les plans de retraite à cotisations définies sont facultatifs, les individus doivent faire des choix en matière de souscription, cotisation et allocation d'actifs. Les régimes obligatoires par capitalisation existant en Suède et en Australie proposent également un choix de placements, alors qu'en Hongrie, le choix du portefeuille existe depuis 2003 pour l'épargne-retraite volontaire. Dans ces plans de retraite à cotisations définies et à options multiples, qui offrent beaucoup de choix aux participants, l'éducation financière pourrait être très utile. Mais elle est également importante pour tous ceux qui sont affiliés à des plans de retraite à prestations définies, notamment sur la question de la portabilité des droits.

Enfin, des réformes des retraites ont parfois été imposées à une population n'ayant pas de connaissance générale de la structure du régime de retraite et à des individus n'étant pas au fait de leurs droits en matière de retraite et du rôle et des responsabilités qu'ils doivent assumer dans le cadre du nouveau régime. Or, il convient de leur apporter des informations non seulement sur les caractéristiques élémentaires des investissements, mais aussi sur les motifs de la réforme des retraites et sur ce qu'ils peuvent attendre du nouveau régime. A titre d'exemple, en 2004, le gouvernement de la République slovaque a lancé une campagne de 10 mois dans les médias – consistant en écrans publicitaires à la télévision, entretiens radiophoniques et publicité dans les journaux – pour éduquer le public sur les réformes des retraites devant entrer en vigueur en janvier 2005 (Jurinová, 2004). Une enquête réalisée à la fin de 2004 a indiqué que 80 % des répondants étaient au fait de la campagne d'information et que près de 60 % approuvaient la réforme (The Slovak Spectator, 2004).

L'évolution des revenus

L'accumulation d'actifs financiers par la génération du boom des naissances a abouti à un gonflement du nombre de petits investisseurs dans de nombreux pays. Autre facteur expliquant cette augmentation, on a assisté à une augmentation des revenus personnels dans de nombreux pays au cours de la dernière décennie de sorte qu'un plus grand nombre de personnes disposent désormais de revenus à investir⁴. Le tableau 2.1 présente les taux de croissance des revenus par habitant au Canada, dans l'Union européenne et aux États-Unis. Il montre que cette croissance s'est accélérée durant la seconde moitié des

Tableau 2.1. **Taux de croissance du revenu par habitant**

	Canada	Union européenne	États-Unis
1990-1995	0.3	1.0	1.4
1995-2000	2.2	2.3	3.1

Source : B. van Ark (2002), « Understanding Productivity and Income Differentials Among OECD Countries: A Survey », *Review of Economic Performance and Social Progress*, Vol. 2, Institute for Research on Public Policy, Montréal.

années 90. Or, cette accélération marque une rupture avec la croissance plus lente du revenu par habitant des deux précédentes décennies.

Par suite de cette croissance des revenus, on a assisté à une augmentation à la fois du pourcentage des ménages procédant à des investissements et à un gonflement de leur patrimoine. La part des ménages se portant directement ou indirectement sur des placements en actions a sensiblement augmenté dans les années 90 dans les pays couverts par le tableau 2.2 ci-après. On notera l'importance des investissements faisant appel à des intermédiaires financiers, comme les fonds communs de placement ou les comptes d'épargne retraite. Si l'on prend en compte ces placements indirects, le pourcentage des ménages se plaçant en actions est largement multiplié par deux dans la plupart des pays sous revue. Par exemple, en 1998, 19 % des ménages américains détenaient directement des actions, alors qu'ils étaient près de 49 % à en détenir directement ou indirectement. La croissance des revenus signifie également que les individus sont plus nombreux à pouvoir faire de plus gros achats à crédit, à emprunter et à acheter un logement.

Tableau 2.2. **Proportion des ménages investissant en actions**

	Actionnariat direct (%)					Actionnariat direct et indirect (%)				
	États-Unis	Royaume-Uni	Pays-Bas	Allemagne	Italie	États-Unis	Royaume-Uni	Pays-Bas	Allemagne	Italie
1983	19.1	8.9	–	9.7	–	–	–	–	11.2	–
1989	16.8	22.6	–	10.3	4.5	31.6	–	–	12.4	10.5
1995	15.2	23.4	11.5	10.5	4.0	40.4	–	29.4	15.6	14.0
1998	19.2	21.6	15.4	–	7.3	48.9	31.4	35.1	–	18.7

Actionnariat direct : actions détenues directement. **Actionnariat direct et indirect** : actions détenues directement, fonds communs de placement, comptes de placement, comptes d'épargne retraite. Hormis pour les États-Unis, on ne dispose pas d'informations sur les types spécifiques de fonds communs de placement et de comptes de placement pour distinguer l'actionnariat indirect en fonds communs de placement et comptes de placement sous mandat des investissements dans d'autres actifs financiers. Pour cette raison, les chiffres indiqués surestiment la véritable valeur des participations indirectes. Dans le cas de l'Allemagne, on ne dispose d'aucune information sur les fonds de pension.

Source : L. Guiso, et al. (2000), « Household Portfolios: An International Comparison », *Working Paper n° 48*, Cento Studi in Economia e Finanza (Center for Studies in Economics and Finance), Università Degli Studi di Salerno.

Comme l'indique le tableau 2.3, le patrimoine financier net en pourcentage du revenu nominal disponible a sensiblement augmenté dans les années 90. Les portefeuilles d'actions en pourcentage du revenu disponible ont plus que doublé sur la même période dans de nombreux pays.

Tableau 2.3. **Patrimoine des ménages**¹

	1990	1995	2000
Canada			
Patrimoine financier net	177.5	222.2	242.7
dont : actions	49.6	67.6	95.7
France			
Patrimoine financier net	169.9	195.0	302.4
dont : actions	114.1	89.6	174.2
Allemagne²			
Patrimoine financier net	123.2	135.6	162.9
dont : actions	30.4	42.4	75.0
Italie			
Patrimoine financier net	196.3	224.0	302.9
dont : actions	46.0	46.5	151.5
Japon			
Patrimoine financier net	261.9	285.1	337.7
dont : actions	51.7	43.4	38.6
Royaume-Uni			
Patrimoine financier net	214.1	281.3	375.5
dont : actions	61.2	71.7	111.4
États-Unis			
Patrimoine financier net	259.0	304.9	372.0
dont : actions	52.1	97.7	148.6

1. Patrimoine financier net et actions exprimées en pourcentage du revenu nominal disponible. Les ménages recouvrent les institutions sans but lucratif au service des ménages. Le patrimoine financier net est défini comme les actifs financiers diminués des passifs financiers. Les actifs financiers comprennent les espèces et dépôts, les titres à l'exclusion des actions, les prêts, les actions et autres participations, les réserves techniques d'assurance ainsi que les autres comptes à recevoir/à payer. Ne sont pas compris les actifs relatifs aux administrations de sécurité sociale, les mécanismes d'assurance retraite. Les actions comprennent les actions proprement dites et les autres participations, y compris les actions cotées et non cotées et les parts de fonds communs de placement.

2. La première colonne représente les chiffres depuis 1991.

Source : OCDE (2002), *Perspectives économiques de l'OCDE*, n° 72, décembre, tableau 56 de l'annexe, OCDE, Paris.

L'évolution des marchés financiers

Par ailleurs, les consommateurs de pays dotés de marchés financiers récents sont de plus en plus nombreux à s'y intéresser. Ces consommateurs n'ont qu'une expérience limitée des marchés. Dans ces pays, la culture financière est souvent médiocre, les produits et services financiers mal connus, les consommateurs se méfient des instruments financiers modernes

et sont attachés aux méthodes traditionnelles d'épargne. Chez les petits investisseurs, cette culture financière est souvent très limitée et ils risquent de subir des pertes faute de connaissances suffisantes des questions financières et des risques inhérents aux placements financiers. De même, il est souvent difficile pour ces investisseurs de trouver des informations et des conseils. Les programmes d'éducation financière devront répondre aux besoins de ces consommateurs qui voudront obtenir des informations élémentaires sur le fonctionnement des marchés de capitaux ainsi que des renseignements sur les différents types de placements et les risques qu'ils comportent.

Ce que l'éducation financière apporte aux marchés de capitaux, à l'économie et aux consommateurs

L'apport de l'éducation financière aux marchés de capitaux et à l'économie

Les consommateurs formés à la finance permettent à des marchés de capitaux toujours plus complexes de fonctionner de manière plus efficiente. Étant plus capables de comparer les profils de risque et de rendement des différents produits financiers proposés par les divers intermédiaires (ainsi que les différents coûts en jeu), les consommateurs formés à la finance contribuent à l'intensification de la concurrence. En outre, en demandant des produits correspondant mieux à leurs besoins, ils poussent les prestataires à développer de nouveaux produits et services, ce qui renforce la concurrence sur les marchés de capitaux, l'innovation et la qualité. Des consommateurs formés à la finance seront également plus à même d'épargner et d'épargner plus que leurs homologues moins bien formés⁵. Une augmentation de l'épargne associée à une amélioration de la culture financière devrait avoir des effets positifs sur l'investissement et la croissance économique.

En outre, l'éducation financière peut être un moyen d'accroître et de renforcer la protection des consommateurs. Des consommateurs formés à la finance sont en effet mieux armés pour défendre leurs intérêts et signaler aux autorités d'éventuels manquements d'intermédiaires financiers. Comme l'a indiqué Alan Greenspan, président du Conseil des gouverneurs du Système de Réserve fédérale des États-Unis, « des consommateurs formés sont tout simplement moins vulnérables aux fraudes et aux abus » (Greenspan, 2003b). Bref, l'existence de consommateurs formés à la finance doit faciliter le travail des autorités de tutelle et doit en principe permettre de réduire le nombre de leurs interventions. En conséquence, on devrait assister à une réduction des contraintes que la réglementation fait peser sur les entreprises. Les pouvoirs publics devraient consacrer moins de ressources pour faire respecter la réglementation et aux enquêtes et poursuites en matière de fraudes.

Dans les économies émergentes, l'apport d'informations comme de formations aux consommateurs sur le fonctionnement des marchés et sur le

rôle des intervenants peut aider ces pays à tirer au mieux parti du développement de leurs marchés. Les consommateurs formés à la finance peuvent veiller à ce que le secteur financier contribue de manière efficace à la croissance économique réelle et à la réduction de la pauvreté. En outre, des consommateurs bien formés à la finance pourraient atténuer les brusques fluctuations des marchés de capitaux car ils seront moins tentés de réagir prématurément ou de surréagir à des phénomènes de volatilité d'origine externe, puisqu'ils comprendront mieux la situation régnant sur le marché de leur pays.

L'apport de l'éducation financière aux consommateurs

L'éducation financière peut profiter à tous les consommateurs, indépendamment de leur âge et de leurs revenus. Aux jeunes qui font leur entrée dans la vie active, elle apporte les outils de base pour gérer leur budget et leur épargne afin de maîtriser leurs dépenses et leurs dettes. L'éducation financière peut également aider les familles à acquérir la discipline nécessaire pour économiser en vue d'une acquisition immobilière ou financer les études de leurs enfants. Elle peut aider les salariés plus âgés à s'assurer qu'ils ont épargné suffisamment pour disposer d'une retraite confortable en leur fournissant les informations et le savoir-faire nécessaires pour faire des placements judicieux, aussi bien au niveau de leur plan de retraite que dans leur plan d'épargne personnel. L'éducation financière peut aider ceux qui disposent de faibles revenus à tirer le meilleur parti de ce qu'ils parviennent à économiser. Elle peut également les aider à éviter les coûts élevés des transactions financières réalisées par le biais d'institutions non financières comme les services d'encaissement de chèques. Pour les consommateurs qui ont de l'argent à investir, l'éducation financière peut leur permettre de mieux comprendre des notions financières de base comme la nécessité de faire un compromis entre le risque et le rendement et la valeur des intérêts composés, mais aussi la nécessité d'obtenir des précisions sur les avantages et inconvénients de certains types d'investissement.

Plus que jamais, les consommateurs doivent avoir un certain niveau de connaissances financières pour évaluer et comparer l'information de plus en plus volumineuse et complexe disponible sur les différents produits financiers. Faute de telles connaissances ils risquent de ne pas acheter les produits et services financiers dont ils ont besoin ou d'acheter des produits inutiles ou qui ne leur conviennent pas. L'éducation financière peut contribuer au bien-être des consommateurs en les aidant à mieux s'informer sur les produits et services financiers. Cela suppose d'abord d'acquérir l'information (en d'autres termes, de savoir où la trouver et comment l'obtenir) et ensuite de savoir la traiter (c'est-à-dire, la comprendre et s'en servir pour prendre des décisions financières en connaissance de cause, notamment en matière de placements et d'épargne en vue de la retraite). Des consommateurs rationnels vont

acquérir et traiter l'information dès lors que le coût marginal qu'ils subissent pour ce faire est inférieur aux avantages marginaux apparents de cette information. En conséquence, réduire ces coûts va encourager les consommateurs qui ne l'ont pas déjà fait à rechercher des informations sur les investissements et ceux qui ont déjà certaines connaissances dans ce domaine à en acquérir davantage. Les programmes d'éducation financière peuvent contribuer à réduire ces coûts en apportant plus d'informations aux consommateurs sur les produits et services d'investissement. En effet, grâce à ces programmes, les informations seront plus faciles à trouver et à obtenir et les consommateurs pourront mieux traiter les informations et s'en servir pour prendre des décisions en connaissance de cause.

Le rôle des intermédiaires financiers

Dans le cadre de leur activité ordinaire, les intermédiaires financiers ne sont pas toujours en mesure de fournir une éducation financière au plein sens du terme. Au lieu de cela, comme le prévoient déjà les réglementations en vigueur dans de nombreux pays, les intermédiaires financiers devraient avoir l'obligation de fournir à leurs clients des informations représentant clairement et précisément les conditions générales des produits offerts, décrivant ouvertement les intérêts de l'intermédiaire financier et sa relation par rapport à l'information fournie et évitant toute formulation trompeuse dans la documentation commerciale. En fournissant des informations compréhensibles et objectives et en expliquant clairement quel est leur intervention dans le processus, les intermédiaires financiers peuvent renforcer le rôle de l'éducation financière, essentiellement en renforçant la vigilance des individus.

En apportant des informations claires et précises, les institutions financières amélioreront le processus concurrentiel car ces informations permettront aux acteurs du marché d'être informés du profil de risque et de rendement des investissements et de faire en connaissance de cause des choix d'affectation de leurs ressources. En même temps, les intermédiaires financiers bénéficieront aussi de l'amélioration de la culture et de l'éducation financières de leurs clients puisque cela facilitera la communication d'informations et de conseils financiers précis et pertinents.

Outre la fourniture d'informations financières, les intermédiaires financiers devront s'assurer que les consommateurs seront informés des services financiers disponibles et qu'ils sauront comment y accéder. Certains analystes ont proposé que la responsabilité des intermédiaires financiers soit étendue à la formation des clients et qu'ils doivent s'assurer que ces derniers ont bien compris l'information qui leur a été fournie. Concernant ce dernier point, par exemple, la récente Directive de l'UE concernant les marchés d'instruments financiers renforce les dispositions de la Directive de 1993 sur les services d'investissement (ISD) en prescrivant à l'intermédiaire financier d'évaluer la situation financière du

consommateur, de déterminer le risque que ce dernier est à la fois prêt à assumer et capable d'assumer; il doit fournir au consommateur toutes les informations nécessaires pour lui permettre de faire preuve de discernement vis-à-vis des produits et services financiers offerts. Plus généralement, il faudrait inciter les institutions financières à vérifier, au moyen de tests, que les clients ont bien lu et compris les informations qui leur ont été transmises, en particulier quand le service financier nécessite un engagement à long terme ou qu'il est susceptible d'avoir de lourdes conséquences financières.

Un certain nombre de pays envisagent d'adopter des textes législatifs ou réglementaires pour améliorer la communication d'informations par les intermédiaires financiers. Par exemple, à Hong-Kong, Chine, la Mandatory Provident Fund Schemes Authority, autorité de tutelle des régimes de prévoyance obligatoires, procède actuellement à la rédaction d'un code consacré à l'information communiquée par les fonds de placement. Ce texte va apporter aux adhérents de ces régimes des informations plus claires et plus faciles à comprendre, ce qui leur permettra de prendre des décisions de placement plus efficaces. En Finlande, un groupe de travail gouvernemental a recommandé que toutes les sociétés de gestion de fonds communs et autres prestataires de services financiers soient soumis à une réglementation uniforme de façon que les consommateurs aient accès à des informations comparables sur les coûts et les risques des différents produits d'épargne⁶.

De nombreux intermédiaires financiers soutiennent les initiatives en matière d'éducation financière. Selon une enquête réalisée en 2005 par la Consumer Bankers Association (association de banques de réseau) aux États-Unis, 96 % des banques interrogées ont proposé des programmes d'éducation financière ou ont travaillé avec des partenaires pour soutenir de telles initiatives (CBA, 2005). Bien que certaines banques participent à ces projets parce qu'elles veulent être reconnues comme de bonnes entreprises citoyennes, d'autres se rendent compte que ces initiatives les aident à toucher des marchés difficiles à desservir comme ceux des immigrants ou des personnes n'entretenant pas de liens avec le système bancaire (Greenspan, 2003a).

Les banques centrales peuvent aussi contribuer à la diffusion de l'éducation financière. Ainsi, aux États-Unis, le Conseil des gouverneurs de la Réserve fédérale et les Banques de Réserve fédérale participent activement à la promotion de l'éducation des consommateurs et des formations à la culture financière. Elles travaillent avec les institutions financières et des associations locales pour faire valoir l'importance de l'éducation financière et pour mieux sensibiliser les consommateurs aux possibilités d'éducation financière qui leur sont proposées localement. Elles encouragent en outre les études visant à trouver les approches les plus efficaces de l'éducation du public sur les questions financières et pour évaluer les programmes d'éducation financière (Ferguson, 2002).

Notes

1. Sont spécifiquement exclus les programmes qui formulent des recommandations concernant différents produits et services financiers, comme les conseils recommandant l'achat du produit financier X proposé par l'institution financière Y.
2. Bien que l'éducation financière constitue pour les pouvoirs publics un outil supplémentaire de promotion de la croissance économique, de la confiance et de la stabilité et qu'il convienne à ce titre d'en tenir compte dans le dispositif réglementaire, elle n'est pas censée se substituer à la réglementation financière ou à d'autres textes législatifs sur la protection du consommateur, mais plutôt à les compléter.
3. C'est le point de vue exprimé dans l'hypothèse de « l'effondrement des actifs ».
4. Bien que les revenus aient augmenté, on observe de la part des consommateurs tout un éventail d'attitudes vis-à-vis de l'épargne et de la dépense. Les gens savent qu'ils doivent épargner; néanmoins, ils cèdent souvent au désir d'une gratification intermédiaire. Les études menées aux États-Unis ont constaté qu'un certain pourcentage des consommateurs sont des épargnants nés qui pensent que les individus doivent assumer la responsabilité de leur retraite. En revanche, un pourcentage beaucoup plus important des consommateurs ont l'attitude qui consiste à « profiter de la vie » et préfèrent dépenser leur argent que l'épargner. C'est ce dernier groupe qui pourrait spécialement tirer profit d'une éducation financière (MacFarland et al., 2003). Ces consommateurs risquent de commencer à épargner trop tard et trop peu pour s'assurer un revenu de retraite confortable. L'éducation financière peut les aider à apprécier la nécessité d'une gestion de patrimoine, d'une planification fiscale et successorale, d'un recours plus étendu aux produits d'assurance et autres stratégies financières.
5. Des études ont montré que les programmes d'éducation financière accroissent à la fois le nombre de personnes qui épargnent et le montant moyen de leur épargne (Bayer, et al., 1996; Clark et Schieber, 1998; et Lusardi, 2003).
6. Réponses au questionnaire de l'OCDE sur l'éducation financière envoyé aux délégués du Comité des marchés financiers.

Bibliographie

- Bayer, P., D. Bernheim et K. Scholz (1996), « The Effects of Financial Education in the Workplace: Evidence from a Survey of Employers », *Working Paper* 5655, National Bureau of Economic Research.
- Clark, R. et S. Schieber (1998) « Factors Affecting Participation Rates and Contribution Levels in 401(k) Plans », in O. Mitchell and S. Schieber (éd.), *Living with Defined Contribution Plans*, University of Pennsylvania Press, Philadelphie.
- Consumer Bankers Association (CBA) (2005), *2005 Survey of Bank-Sponsored Financial Literacy Programs*, www.cbanet.org, consulté le 26 juillet 2005.
- Ferguson, R. (2002), *Reflections on Financial Literacy*, Remarks, National Council on Economic Education, Washington, D.C., 13 mai, www.federalreserve.gov/boarddocs/speeches/2002/20020513/default.com, consulté le 4 janvier 2004.
- Federal Reserve Bank of San Francisco (FRBSF)(1998), « The Baby Boom, the Baby Bust, and Asset Markets », *FRBSF Economic Letter*, 98-20, 26 juin, www.frbsf.org/econsrch/wklyltr/wklyltr98/e198-20.html, consulté le 2 février 2005.

- Greenspan, A. (2003a), *Financial Education*, allocution, 33rd Annual Legislative Conference of the Congressional Black Caucus, Washington, D.C., 26 septembre, www.federalreserve.gov/boarddocs/speeches/2003/20030926/default.htm, consulté le 4 janvier 2004.
- Greenspan, A. (2003b), Prepared Statement, US Senate, Committee on Banking, Housing, and Urban Affairs, Audition sur l'état de la culture et de l'éducation financières en langue américaine, 5 février.
- Guiso, L., et al. (2000), « Household Portfolios: An International Comparison », Document de travail n° 48, Cento Studi in Economia e Finanza, Università Degli Studi di Salerno, www.dise.unisa.it/wo/wp48.pdf, consulté le 2 février 2005.
- Lusardi, A. (2003), « Saving and the Effectiveness of Financial Education », Working Paper 2003-14, Pension Research Council, The Wharton School, University of Pennsylvania, Philadelphia, <http://rider.wharton.upenn.edu/~prc/PRC/WP/WP2003-14.pdf>, consulté le 11 janvier 2004.
- MacFarland, D., C. Marconi and S. Utkus (2003), « Money Attitudes and Retirement Plan Design: One Size Does Not Fit All », Working Paper, n° 2003-11, Pension Research Council, The Wharton School, University of Pennsylvania, Philadelphia, <http://rider.wharton.upenn.edu/~prc/PRC/WP/WP2003-11.pdf>, accessed 25 March 2004.
- Nations unies (2003), *World Population Prospects: The 2002 Revision Population Database*, Population Division, United Nations, New York, <http://esa.un.org/unpp/p2k0data.asp>, consulté le 2 février 2005.
- OCDE (2002), *Perspectives économiques de l'OCDE*, n° 72, décembre, tableau 56 de l'annexe statistique, OCDE, Paris.
- van Ark, B. (2002), « Understanding Productivity and Income Differentials Among OECD Countries, A Survey », *Review of Economic Performance and Social Progress*, vol. 2, Institut de recherche en politiques publiques, Montréal, www.csls.ca/repsp/2/barvanark.pdf, consulté le 3 février 2005.

Chapitre 3

Évaluation des compétences financières des consommateurs

Pour identifier les compétences et connaissances financières qui font le plus défaut aux consommateurs et établir une base de référence qui permettra de mesurer l'efficacité des programmes de sensibilisation à la finance, les responsables politiques peuvent s'appuyer sur les enquêtes sur la culture financière des consommateurs. Le fait que la moitié des 30 pays de l'OCDE ont mené ou prévoient de mener des enquêtes de ce type montre que les responsables politiques et les institutions financières reconnaissent de plus en plus l'importance de disposer d'une base de référence pour évaluer ces connaissances au niveau de la population¹.

L'OCDE a recensé dans douze pays des enquêtes pour lesquelles les résultats sont déjà disponibles². Toutes les enquêtes concluent que le niveau de culture financière de la plupart des consommateurs est très faible. Parmi ces enquêtes, l'OCDE en a sélectionné six dans cinq pays (Australie, Japon, Corée, États-Unis, Royaume-Uni), qui décrivent en détail la méthodologie, les résultats, les questions posées et les groupes cibles³. Ces six enquêtes utilisent deux approches différentes pour mesurer le niveau de connaissance financière. L'une de ces approches consiste à demander aux répondants par le biais d'un test objectif de mesurer leur connaissance et compréhension des termes financiers et leur capacité à appliquer des concepts financiers à des situations données. Des enquêtes de ce type ont été menées aux États-Unis et en Corée, auprès d'élèves d'établissements d'enseignement secondaire. L'autre approche consiste à demander aux répondants une autoévaluation, ou un point de vue sur leur compréhension et leur connaissance de la finance, ainsi que sur leur comportement vis-à-vis des instruments financiers, des décisions à prendre, des informations fournies et de la manière dont elles sont reçues. C'est l'approche retenue dans les enquêtes menées au Royaume-Uni, au Japon et en Australie. Dans ce dernier cas toutefois, l'enquête intègre aussi d'autres critères plus objectifs pour évaluer la culture financière des individus. On trouvera plus de précisions sur ces enquêtes en annexe A.

Principaux résultats des enquêtes sur la culture financière des consommateurs⁴

Même si les groupes cibles, les approches et les méthodologies diffèrent d'une enquête à l'autre, on note des similitudes dans les résultats.

La compréhension financière médiocre des répondants est un résultat commun à toutes les enquêtes

- Avec moins de 60 % de réponses correctes, les élèves des établissements d'enseignement secondaire coréens et américains ont tous échoué aux tests de mesure de leur capacité à choisir et gérer une carte de crédit, à savoir comment épargner et investir pour leur retraite, à mesurer le risque et l'importance d'une bonne assurance (tableau A.1 de l'annexe A.)
- Les scores n'ont pas été meilleurs quand les élèves coréens et américains détenaient des titres ou percevaient une rente régulière. On note toutefois que ceux qui parlaient d'argent avec leurs parents obtenaient des scores plus élevés (bien que toujours insuffisants) que ceux qui ne le faisaient pas. Les élèves américains dotés d'un compte épargne et les élèves coréens dotés d'un compte-chèques ont eu de meilleurs scores que ceux qui en étaient dépourvus.
- L'enquête réalisée auprès des consommateurs japonais montre que 71 % des répondants adultes ne connaissaient rien aux investissements en actions et en obligations, que 57 % ignoraient tout des produits financiers en général, et que 29 % n'avaient aucune connaissance en matière d'assurance, de pensions et d'impôts.
- De l'enquête australienne (réalisée auprès d'adultes), il ressort que 21 % des répondants qui recevaient et lisaient leur relevé de caisse de retraite ne le comprenaient pas. Lorsqu'il leur a été demandé de répondre à quatre questions à propos d'un spécimen de relevé de banque, seulement 49 % des répondants ont répondu correctement aux quatre questions.

Les enquêtes qui posaient des questions sur les caractéristiques sociales des répondants font ressortir que la culture financière est corrélée au niveau d'éducation et de revenu

- En Australie, les plus bas niveaux de culture financière vont de pair avec de faibles niveaux d'éducation (10 ans de scolarité ou moins), le chômage ou un travail peu qualifié, des revenus faibles (revenu du ménage inférieur à 20 000 AUD), un taux d'épargne faible (en dessous de 5 000 AUD), une situation de célibataire et un âge situé aux deux extrêmes de l'échelle (18-24 ans ou 70 ans et plus) (tableau A.4 de l'annexe A).
- Au Royaume-Uni, les individus appartenant aux catégories sociales les plus basses et disposant des revenus les plus faibles ainsi que les jeunes âgés de 18 à 24 ans, sont susceptibles d'être les consommateurs les moins réceptifs – indifférents, peu sûrs d'eux et les moins actifs. En revanche, les couches sociales les plus élevées, celles qui ont les revenus les plus élevés, les jeunes couples et les répondants plus âgés sans charge de famille sont plus à même d'être des consommateurs avertis, capables de se procurer l'information financière dont ils ont besoin et de comprendre les conseils qu'ils reçoivent.

- Dans les enquêtes coréenne et américaine, les scores ventilés par caractéristiques démographiques montrent que les étudiants nés de parents peu instruits et/ou dont les revenus et les perspectives professionnelles sont médiocres, obtiennent les plus mauvais scores.

Les répondants ont tendance à surestimer leur culture financière

- Aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Australie, les personnes interrogées ne doutaient pas de leur connaissance des affaires financières même lorsque les tests de base auxquels on les soumet révélaient clairement qu'ils n'avaient qu'une compréhension limitée du domaine. Or, si les consommateurs ne sont pas conscients d'avoir besoin d'informations, ils ne se seront pas en mesure de les solliciter.
- L'enquête réalisée aux États-Unis montre que 65 % des étudiants étaient à peu près ou complètement convaincus d'être capables de gérer leurs propres finances. Cependant, les scores de ces étudiants n'ont guère été plus élevés que ceux de leurs pairs moins sûrs d'eux. Cela tend à montrer que les étudiants sont incapables de juger avec précision leur capacité à gérer leur argent. Cette confiance non fondée risque d'aboutir à une baisse de la demande de modules de formation sur la gestion de l'argent.
- Lorsqu'on leur demande leur avis, la plupart des personnes interrogées dans le cadre de l'enquête australienne ont répondu être compétentes en finance. Cependant, lorsqu'il leur a été demandé de mettre à contribution leurs connaissances pour résoudre un problème donné, leurs lacunes sont devenues manifestes. Bien que 67 % des répondants disaient comprendre le concept des intérêts composés, seulement 28 % avaient correctement résolu un problème en utilisant ce concept.

Les consommateurs estiment que l'information financière est difficile à trouver et à comprendre

- L'enquête japonaise a montré que les répondants avaient du mal à trouver des informations simples à comprendre sur les produits financiers. Lorsqu'on les a interrogés sur les informations financières fournies par les diverses organisations et sociétés, 39 % des personnes ont répondu qu'elles n'avaient pas vu beaucoup d'information et 29 % trouvaient le contenu ardu et difficile à comprendre.
- L'enquête britannique montre que les consommateurs ne recherchent pas activement de l'information financière. L'information qu'ils reçoivent, ils l'obtiennent par hasard ou de manière inopinée, en prenant une brochure dans une banque par exemple ou à l'occasion d'une conversation avec un employé de banque. L'enquête britannique montre également que la complexité des produits financiers est une des raisons invoquées par les consommateurs pour ne pas se lancer dans l'achat de tels produits.

Implications des enquêtes sur le niveau de culture financière des consommateurs

- L'utilisation dans les pays membres d'un questionnaire unique qui poserait les mêmes questions permettrait de meilleures comparaisons entre pays. Ce questionnaire pourrait contenir un tronc commun de questions posées dans tous les pays assorti de quelques questions supplémentaires qui pourraient varier d'un pays à l'autre. Ce type de questionnaire permettrait de comparer plus aisément la culture financière des consommateurs des différents pays tout en étant assez souple pour que des questions spécifiques à chaque pays puissent aussi y figurer.
- Les tests visant à vérifier de manière objective la compréhension des concepts sont de meilleurs instruments de mesure de la culture financière que les enquêtes qui demandent aux répondants d'auto-évaluer leur niveau de compréhension. Toutefois, une comparaison des autoévaluations des consommateurs avec leurs réponses à des questions objectives qui vérifient leurs connaissances financières pourrait indiquer aux pouvoirs publics où se trouvent les décalages les plus marqués entre ce que les consommateurs pensent savoir et ce qu'ils savent effectivement.
- Les enquêtes de culture financière peuvent servir à poser des questions sur la disponibilité, la clarté et les méthodes de diffusion de l'information financière. Si les pouvoirs publics veulent améliorer le niveau de culture financière des consommateurs, ils doivent trouver le meilleur moyen d'entrer en contact avec eux (télévision, brochures, Internet, etc.) et la manière la plus efficace de présenter cette information.
- L'examen des résultats sous l'angle des caractéristiques démographiques peuvent aider les pouvoirs publics à déterminer quels sont les groupes de consommateurs qui ont le plus besoin d'éducation financière d'un type donné. Cette connaissance des besoins des consommateurs va également les aider à apporter de façon ciblée l'information financière pertinente là où elle est la plus nécessaire.

Les leçons pour les programmes d'éducation financière

- Les réponses aux questionnaires montrent que les consommateurs sont nombreux à mal connaître les produits financiers ordinaires et à avoir des lacunes sur des questions financières aussi fondamentales que le rapport entre le risque et le rendement. Il appartiendra donc aux prestataires de proposer des programmes d'éducation financière par divers circuits afin de toucher le plus de consommateurs possible et de veiller à ce que cette information soit facile à comprendre. Les pouvoirs publics pourraient, par exemple, lancer des campagnes nationales d'information pour sensibiliser les consommateurs à l'importance d'une bonne connaissance des questions financières.

- Le niveau de culture financière des consommateurs a beau être généralement bas, il l'est encore plus pour certains groupes, comme les moins instruits, ceux qui se trouvent au bas de l'échelle des revenus et les minorités. C'est pourquoi il faudrait que les pouvoirs publics pensent à cibler les programmes d'éducation financière vers les groupes de consommateurs qui en ont le plus besoin. Ils vont aussi devoir décider de la meilleure façon de faire parvenir ces informations au public visé.
- Le fait que les consommateurs se croient généralement plus compétents en finance qu'ils ne le sont réellement indique que ces programmes d'éducation financière devront en priorité viser à aider les consommateurs à prendre conscience de leur manque d'information financière. Si les consommateurs ne sont pas conscients qu'ils ont besoin d'informations financières, ils ne les solliciteront pas. Il appartient donc aux pouvoirs publics de trouver les meilleurs moyens d'atteindre ces consommateurs et de les convaincre qu'ils ont besoin de d'une éducation financière.
- Les consommateurs reçoivent des informations financières par le biais de multiples sources. Ces dernières tendent à varier en fonction de caractéristiques démographiques. De nombreux consommateurs, en particulier ceux qui ont les revenus les plus faibles, sont informés par les programmes télévisés. Ils sont également très nombreux à préférer s'informer par le biais d'un contact personnel, dans le cadre de services d'aide téléphonique ou d'un entretien avec un conseiller personnel. Les pouvoirs publics doivent réfléchir aux moyens de diffusion les plus adaptés pour toucher les consommateurs qu'ils visent.
- De nombreux consommateurs acceptent sans se poser de questions ce que leur conseiller financier leur recommande. Les prestataires de programmes d'éducation financière devraient donc diffuser des informations sur les types de conseiller, les questions à poser dans ce domaine et des informations objectives et désintéressées sur le recours à des conseillers financiers.
- De nombreux consommateurs pensent que les informations financières sont difficiles à trouver et à comprendre. Cela tend à montrer que les programmes d'éducation financière peuvent aussi informer les consommateurs sur les endroits où trouver l'information et présenter l'information sous des formes faciles à comprendre pour les consommateurs.

On trouvera plus de précisions sur l'Évaluation des compétences financières des consommateurs en annexe A.

Notes

1. Sauf mention contraire, les informations sur ces enquêtes émanent des réponses au questionnaire de l'OCDE sur l'éducation financière qui a été transmis aux délégués du Comité des marchés financiers. D'autres sources sont indiquées dans la bibliographie figurant à la fin de ce chapitre.
2. Les enquêtes récemment menées ou prévues par trois pays – Hongrie, Irlande et Canada – ne sont pas examinées ici.
3. Dans trois des sept autres pays, les enquêtes ont été menées auprès des investisseurs. Le Conseil des marchés financiers de Turquie a parrainé une enquête en mai et juin 2003 qui a montré que, dans bien des cas, les investisseurs ne lisent pas et n'étudient pas le prospectus qui leur est transmis. Selon une enquête menée en 2001 par la Securities and Futures Commission de Hong-Kong, Chine, les deux tiers des répondants estimaient que leurs connaissances de base de l'investissement étaient insuffisantes. Au Portugal, la Commission du marché des valeurs mobilières a mené des enquêtes auprès des investisseurs en 1998 et 2000 et s'est servi des résultats pour élaborer ses programmes de formation des investisseurs. Les autres enquêtes ont été menées auprès des consommateurs. En Italie, la Banque d'Italie et un centre de recherche privé ont procédé à des enquêtes auprès des ménages sur des questions financières. En Autriche, des enquêtes sur le comportement des consommateurs ont été réalisées par plusieurs universités à Vienne et ont constaté que les consommateurs manquaient fréquemment des connaissances de base sur les comptes de dépôt, les prêts et les assurances personnelles. En Allemagne, un sondage commandé par la Commerzbank AG en 2003 a montré que même si 80 % des répondants avaient confiance dans leur capacité de comprendre des questions financières, seuls 42 % étaient en mesure de répondre correctement à la moitié seulement des 35 questions de l'enquête (German Embassy Online, 2003). En France, l'Autorité des marchés financiers a commandé une enquête sur l'éducation économique et financière des épargnants. Les trois quarts des répondants ont affirmé avoir peu de connaissances de la finance, un sur deux s'estimaient mal préparés à choisir un produit financier et les deux tiers considéraient que les placements étaient extrêmement complexe (AMF, 2005).
4. On trouvera plus de précisions sur les résultats en annexe A.

Bibliographie

- Autorité des marchés financiers (AMF) (2005), *Pour l'éducation économique et financière des épargnants*, présentation du rapport du groupe de travail, www.amf-france.org/documetns/general/6080_1.pdf, consulté le 30 juin 2005.
- ANZ Banking Group (2003), *ANZ Survey of Adult Financial Literacy in Australia*, www.anz.com/aus/aboutanz/Community/Programs/FinLitResearch.asp, consulté le 21 octobre 2004.
- Central Council for Financial Services Information (2002), *Public Opinion Survey on Household Financial Assets and Liabilities*, www.saveinfo.or.jp/e, consulté le 21 juin 2004.
- Financial Services Authority (FSA) (2000), « Better Informed Consumers », *Consumer Research Document #1*, www.fsa.gov.uk/pubs/consumer-research/crpr01.pdf, consulté le 18 août 2003.
- German Embassy Online (2003), « Survey Finds Germans Lack Investment Savvy », *The Week in Germany: Economics and Technology*, 6 juin, www.germany-info.org, consulté le 17 février 2004.

Mandell L. (2001), *Improving Financial Literacy: What Schools and Parents Can and Cannot Do*, The Jump\$tart Coalition for Personal Financial Literacy, Washington D.C., www.jumpstart.org/pdf/financialliteracybook.pdf, consulté le 29 septembre 2003.

Mandell, L. (2004), 2004 Personal Finance Survey of High School Seniors, executive summary, The Jumpstart Coalition for Personal Financial Literacy, Washington, D.C., www.jumpstart.org/download.cfm, consulté le 3 novembre 2004.

National Council on Economic Education (NCEE) (1999), *NCEE Standards in Economics: Survey of Students and the Public*, www.ncee.net/cel/results.php, consulté le 3 novembre 2004.

Chapitre 4

Investissement/épargne retraite et éducation financière

Dans les pays de l'OCDE, de plus en plus d'individus investissent dans les services et les produits financiers. L'accroissement du nombre des salariés participant à des plans de retraite à cotisations définies y contribue pour une part importante. Or, de toute évidence, lorsqu'ils se retrouvent face à la responsabilité d'investir pour leur retraite, bon nombre de salariés éprouvent le besoin de se faire aider. Une récente enquête de John Hancock Financial Services montre que moins d'un quart des Américains en âge de travailler se considèrent comme des « investisseurs avertis ». Même au sein de ce groupe, les questions financières génèrent « beaucoup de confusion » dans les esprits (Francis, 2004). Une enquête de la Banque royale du Canada révèle que les répondants jugent qu'il est plus stressant d'avoir à choisir le bon investissement pour leur plan de retraite que de se rendre chez leur dentiste (Canadian Press, 2005). Au Royaume-Uni, la Financial Services Agency considère comme l'une de ses principales préoccupations le fait que les consommateurs fondent leurs décisions d'investissement sur une compréhension erronée des informations financières (Wheatcroft, 2004).

Plus inquiétant encore, les consommateurs sont peu conscients de l'importance d'économiser pour leur retraite. Une récente enquête du Employee Benefit Research Institute (EBRI) montre que sur dix salariés américains, quatre ne mettent pas d'argent de côté pour leur retraite (Helman et Paladino, 2004). En Nouvelle-Zélande, une étude récente souligne que de nombreux ressortissants de ce pays sont « peu désireux » ou « pas en mesure » d'économiser assez pour leur retraite, tout en ajoutant qu'environ 30 % des ménages dépensent plus qu'ils ne gagnent (Weir, 2004). Le fait que ceux qui économisent ne le font pas assez constitue un autre motif d'inquiétude. La Bank of Ireland Life s'est ainsi déclarée préoccupée par le fait que les personnes qui investissent pour leur retraite n'économisent pas suffisamment, en soulignant notamment que près de 52 % à peine des salariés âgés de 20 à 69 ans investissent dans un plan de retraite (Business World, 2004).

Cette légèreté est d'autant plus inquiétante qu'à l'avenir, les plans de retraite privés et l'épargne personnelle seront appelés à jouer un rôle plus important dans les retraites. Dans ce contexte, les individus devront être encore plus informés sur l'épargne retraite. Les employeurs se préoccupent de plus en plus du niveau d'épargne de leurs salariés. Une récente enquête de Hewitt Associates montre que seulement 18 % des grands employeurs jugent suffisant le niveau d'épargne de leurs salariés. Parmi ces employeurs, nombreux

sont ceux qui offrent des programmes d'éducation financière et qui inscrivent d'office leurs salariés dans des plans d'épargne retraite de type 401-K (Hewitt Associates, 2005). Plus généralement, il serait bon de recommander d'obliger les employeurs à surveiller de près le plan d'épargne retraite à cotisations définies de leurs salariés et à alerter ces derniers lorsque les cotisations ne sont pas suffisantes pour leur assurer une retraite adéquate.

L'éducation financière peut apporter aux salariés l'information et les compétences nécessaires pour leur permettre d'investir de manière judicieuse dans leur plan d'épargne retraite comme dans leur plan d'épargne personnel. Par le biais d'une information précise, objective et facile à comprendre, comme des définitions de termes d'investissement ou la description des avantages et inconvénients des différents types d'investissement, et en donnant à ces mêmes personnes les moyens de s'approprier cette information, l'éducation financière peut aider les salariés à sélectionner les services et produits financiers les plus adaptés à leur situation personnelle. L'éducation financière peut également inciter les salariés à se méfier de formules promettant un rendement élevé sans risque et les aider à poser les bonnes questions sur les produits et services financiers. Un investisseur averti par exemple sait qu'il doit diversifier son portefeuille et ne pas miser sur un seul titre, aussi bien dans son plan d'épargne personnel que dans son plan d'épargne retraite entreprise à cotisations définies.

Les programmes d'éducation financière peuvent également aider les pouvoirs publics à sensibiliser les individus à la nécessité d'une réforme des retraites, et en particulier de passer pour tout ou partie d'un régime de retraite par répartition à un régime de retraite par capitalisation. La récente campagne médiatique des pouvoirs publics slovaques est un bon exemple d'une explication réussie de la réforme des retraites (Jurninová, 2004). En outre, dans les pays où la réforme est en cours, il est très important que les salariés soient conscients de la nécessité de prendre des décisions d'investissement judicieuses et qu'ils aient toutes les informations et compétences pour leur permettre de le faire. Les programmes d'éducation financière peuvent expliquer ces réformes des retraites aux consommateurs et les aider à faire des choix appropriés.

Programmes d'éducation financière actuellement disponibles sur l'épargne et les placements en vue de la retraite¹

L'enquête de l'OCDE sur les programmes d'éducation financière a identifié que 16 pays membres fournissent ou prévoient de fournir aux salariés des informations sur les retraites et les moyens d'investir leur épargne pour la retraite : Autriche, Australie, Canada, Finlande, Allemagne, Hongrie, Italie, Japon, Pays-Bas, Nouvelle-Zélande, Pologne, Portugal, Turquie, Mexique, Suède, Royaume-Uni et États-Unis. On trouvera une description plus détaillée des programmes particuliers offerts dans ces pays en annexe B.

Les publications sont le moyen le plus courant de fournir de l'information sur l'épargne-retraite. Ces publications se présentent sous différentes formes (brochures, magazines, plaquettes, guides, newsletters, rapports annuels, publipostage, lettres et documents d'information). La majorité des prestataires viennent du secteur public (ou semi-public) : agences gouvernementales, ministères (des Finances et des Affaires sociales), banques centrales et des organismes investis de pouvoirs de réglementation et de surveillance. Les associations de consommateurs et de salariés et les fonds de pension sont également d'importants fournisseurs de ce type de publications. La plupart des publications s'adressent à un très large éventail de groupes d'investisseurs, mais certaines sont destinées à des groupes particuliers dont les salariés et membres de fonds de pension spécifiques.

Les sites Internet constituent le deuxième moyen le plus populaire de fournir de l'information sur l'épargne retraite. Les thèmes abordés et les prestataires de ces sites sont les mêmes que ceux des publications. La plupart des sites s'adressent à tous les groupes d'investisseurs. Celui de l'Investor Education Fund, au Canada, comprend par exemple plusieurs calculateurs de placement et des informations destinées à aider les investisseurs à définir le niveau du risque qu'il souhaite prendre. En revanche, en Pologne, un site vise spécifiquement les clients des compagnies d'assurance et des fonds de pension. Un autre projet, en Suède, consiste en un portail Internet regroupant une multitude de pages d'information et des sites Internet existants qui fournissent de l'information pour les futurs retraités suédois

Les modules de formation sont également souvent un bon moyen de diffuser de l'information financière sur les retraites. Dans ce cas, les prestataires sont des employeurs (États-Unis), des fonds de pension (Pays-Bas) ou un service indépendant d'information sur les placements de retraite (Australie). Les formations s'adressent généralement à un groupe spécifique – salariés, administrateurs de sociétés ou représentants des pouvoirs publics par exemple.

Plusieurs pays ont lancé des campagnes d'information pour sensibiliser le public à l'importance de l'éducation financière sur l'investissement et l'épargne. Les prestataires de ces campagnes peuvent tout aussi bien appartenir aux secteurs public, semi-public ou privé ou à des organismes indépendants sans but lucratif et il peut s'agir d'organismes de contrôle et de surveillance, d'agences gouvernementales et d'associations de consommateurs. Les méthodes de diffusion sont également très variées – brochures, sites Internet, radio, télévision, etc.

Évaluation des programmes d'éducation financière en matière d'investissement/retraite

De par la responsabilité de plus en plus grande qui leur incombe en matière de revenus de retraite, les individus se doivent de faire les meilleurs choix possibles. Une meilleure connaissance financière sera certainement utile à cet égard. Par conséquent, il est important d'évaluer l'efficacité des programmes d'éducation financière et de discerner quelles sont les approches qui donnent de bons résultats.

Les évaluations peuvent être classées en deux catégories : les subjectives et les objectives. Les évaluations subjectives demandent aux personnes qui ont suivi le programme d'éducation financière de donner leur appréciation sur l'information qui leur a été fournie et de dire si elles vont, du fait de cette information, modifier leur comportement, à savoir par exemple économiser davantage ou ouvrir un compte d'épargne-retraite. Pour ce faire, il convient d'interroger les participants avant et après leur formation. Dans les évaluations objectives, on se fixe un but, hausse du taux de souscription ou du taux de cotisation à un plan de retraite à cotisations définies par exemple. On se sert ensuite des données obtenues et des techniques statistiques pour déterminer s'il y a une corrélation significative entre le fait d'assister à un programme d'éducation financière et l'évolution des variables correspondant au but recherché².

Évaluations subjectives

D'après une étude, les séminaires d'éducation financière influent sur le comportement d'épargne et les objectifs de retraite des individus. Clark *et al.* (2001) ont analysé les réponses aux questionnaires distribués au cours de 60 séminaires d'éducation financière de TIAA-CREF organisés entre mars 2001 et mai 2002 par des organismes de formation et des organisations sans but lucratif³. Les participants devaient y préciser leurs objectifs de retraite, puis, après avoir suivi un séminaire financier d'une heure, remplir un second questionnaire afin d'indiquer s'ils avaient modifié leurs objectifs. L'analyse des résultats montre que 34 % des participants ont revu leur objectif de revenu de retraite ou leur objectif d'âge de retraite à la suite du séminaire. 91 % des participants ont déclaré envisager de modifier leurs plans d'épargne retraite. Les auteurs concluent ainsi que les informations financières jouent un rôle important sur les économies réalisées pour la retraite.

Ainsi que le présente la partie suivante, ces résultats corroborent ceux des autres enquêtes reposant également sur les méthodes d'évaluations objectives. Cette étude comporte toutefois certaines limites. Elle analyse en effet les réponses des personnes qui ont choisi de participer au séminaire et qui se montrent par conséquent peut-être plus enclines à modifier leur

comportement que celles qui n'ont pas assisté au séminaire. Autrement dit, leur comportement n'est peut-être pas représentatif de celui du salarié moyen. En outre, aucun suivi n'a été effectué pour voir si les participants entreprenaient effectivement les actions envisagées. Or, il peut exister une grosse différence entre ce que l'on prévoit de faire et ce que l'on fait réellement.

Plusieurs études ont utilisé des évaluations subjectives pour identifier comment les consommateurs préféreraient être informés sur les questions financières. En reprenant les résultats d'une enquête sur les ménages menée à Chicago, Rhine et Toussaint-Comeau (2002) estiment que les caractéristiques socioéconomiques, démographiques et de mode de vie influent sur leurs préférences en la matière. Les adultes les moins instruits et aux revenus les plus bas, par exemple, seront moins à même de choisir l'Internet pour se documenter sur des questions de finance personnelle. Ils préféreront suivre des formations plus classiques destinées à la communauté locale. Les consommateurs à faible revenu et appartenant à des minorités sélectionnent également davantage les émissions de radio parmi les moyens d'être informés sur les questions financières. Les plus âgés et les minorités préfèrent pour leur part les séminaires.

Hilgert et Hogarth (2003) ont également interrogé les consommateurs sur leurs sources d'informations préférées en matière de questions financières. Les plus pointus en finance préfèrent l'Internet. En général, toutefois, les ménages préfèrent recevoir l'information financière par le biais des médias comme la télévision, la radio, les magazines et les journaux, ainsi que par le biais de vidéos et de brochures d'information. Par conséquent, l'éducation financière devra être diffusée par tous les médias disponibles pour toucher le plus grand nombre possible.

Évaluations objectives

Une étude du NBER de 1996 constate que le taux de souscription et les cotisations aux plans de retraite volontaires 401-K sont meilleurs quand les employeurs organisent de fréquents séminaires sur la retraite (Bayer et al., 1996)⁴. Les auteurs de cette étude constatent aussi que c'est au niveau des salariés qui ne sont pas très bien rétribués que les effets sont les plus marqués, avec une hausse de 12 points de leur taux de souscription et une hausse d'un point de leur taux de cotisation⁵. Le taux de souscription des salariés les mieux rémunérés s'améliore de six points, mais leur taux de cotisation reste inchangé. Lusardi (2003) note que les salariés qui assistent à un séminaire d'information sur les retraites se mettent à épargner davantage. L'impact de ces séminaires est particulièrement sensible chez les moins instruits et ceux qui épargnent peu. En utilisant les données de l'étude sur la santé et la retraite, Lusardi a pu constater que les séminaires d'information sur les retraites accroissent la richesse financière de 18 %. Pour ceux qui se situent au plus bas de l'échelle des revenus, la croissance de la richesse financière est de 70 %.

L'efficacité des brochures et autres documentations écrites est moins évidente. Bayer et al. (1996) constatent que les supports écrits, comme les lettres d'information et les synthèses descriptives de plans, n'ont aucun impact sur les taux de souscription et de cotisation. Cependant, Clark et Schieber (1998), en se fondant sur les données collectées par Watson Wyatt Worldwide auprès de 19 entreprises et concernant 40 000 salariés, notent que certains types de documentations écrites ont un effet bien réel. Ils comparent trois niveaux de communication sur les plans : distribution de formulaires d'affiliation à un plan de retraite et des relevés de comptes périodiques obligatoires, fourniture de lettres d'information générale relatives à la souscription aux plans de type 401-K et fourniture de documents répondant point par point au plan de retraite 401-K mis en place par l'employeur concerné. Ils constatent que la diffusion de lettres d'information générale accroît la souscription de 15 points, tandis que la distribution d'informations spécifiques au plan 401-K d'une entreprise donnée augmente la souscription de 21 points de plus. Ainsi, l'affiliation des employés à des plans de retraite volontaire peut être accrue de 36 points si l'employeur fournit à la fois des informations génériques et spécifiques. Ils soulignent également que la fourniture d'informations spécifiques au plan 401-K d'une entreprise augmente le taux de cotisation de deux points. La fourniture d'informations génériques sur les plans 401-K n'a toutefois pas d'incidence significative sur ce dernier.

Une enquête de Ernst et Young (2004) sur les ressources humaines et les avantages sociaux auprès d'un échantillon représentatif de grands employeurs montre que ce sont les programmes de conseil personnalisés qui contribuent le plus à changer le comportement des participants et que l'information financière seule ne suffit pas. Dans la plupart des sociétés sondées, l'information financière diffusée de manière traditionnelle (brochures au moment de l'affiliation et relevés de compte trimestriels ensuite) a peu de succès. Lorsque les employeurs utilisent des programmes plus personnalisés comme les appels téléphoniques ou le conseil direct, on constate une augmentation significative du taux d'investissement des participants. L'étude conclut que le conseil en face-à-face est le meilleur moyen d'aider les employés à comprendre l'importance de l'épargne et de leur apprendre comment faire pour répondre à leurs besoins financiers. Toutefois, ce type de conseil peut s'avérer coûteux pour les employeurs.

Impact du comportement individuel sur les décisions financières

Il est possible de remédier à un faible taux d'épargne imputable au manque d'informations ou de compétences financières par une meilleure éducation en la matière. Celle-ci n'est toutefois qu'un des facteurs influençant le comportement financier. De plus en plus d'études sur l'économie comportementale montrent que les comportements financiers et d'épargne

sont liés à des facteurs psychologiques. Par exemple, si l'on trouve toujours parmi les consommateurs un pourcentage d'épargnants zélés qui pensent qu'en matière de retraite chacun doit prendre ses responsabilités, plusieurs études montrent que le pourcentage de consommateurs « vivant au jour le jour » et préférant dépenser plutôt qu'épargner est bien plus élevé. D'autres études soulignent que de nombreux foyers aimeraient épargner davantage mais manquent de volonté ou sont submergés par l'excès de choix. Les conclusions de ces études et l'hétérogénéité des comportements d'épargne des consommateurs auront sans doute d'importantes répercussions sur l'élaboration et la mise en œuvre de programmes d'éducation financière efficaces⁶.

L'étude de MacFarland *et al.* (2003) analyse le lien entre les attitudes psychologiques à l'égard de l'argent et la planification de la retraite à partir des résultats d'une enquête menée auprès de 1 141 individus sélectionnés de manière aléatoire dans les archives de Vanguard. Les auteurs constatent que les attitudes jouent un rôle important et sont liées aux différences de comportements individuels tant en termes d'adhésion à un plan de retraite que d'allocation des placements et de niveau de cotisation à ce plan. De leur échantillon, il ressort qu'un peu plus de 50 % des participants ne se sont fixé aucun objectif solide de retraite et qu'ils manquent de discipline pour se fixer des objectifs et les respecter; ces mêmes personnes considèrent aussi les questions financières comme une source de stress, d'anxiété et de confusion; elles ne se préoccupent pas non plus de l'avenir. Pour ce type de personnes, les plans d'épargne retraite fondés sur des décisions volontaires des participants n'auront qu'une capacité limitée à assurer la sécurité de la retraite. Par conséquent, en raison du caractère hétérogène des comportements d'épargne des consommateurs, il convient de créer autant de programmes d'éducation financière qu'il existe de sous-groupes de consommateurs/investisseurs.

Ces constatations permettent de penser que pour répondre aux besoins de ces consommateurs « peu prévoyants », les programmes d'éducation financière devront mettre l'accent sur des décisions plus simples, des informations moins abondantes et moins complexes et sur un plus petit nombre de choix. Ces programmes doivent insister sur les avantages immédiats (par opposition aux avantages à venir) et être explicites et directs. En fait, sur la base de leurs constatations, les auteurs concluent que pour certains des consommateurs du groupe non prévoyant, l'éducation financière, à elle seule, n'est peut-être pas suffisante. Pour ce groupe, une affiliation automatique à un plan 401-K assorti d'un taux de cotisation et d'une répartition par défaut des placements serait sans doute préférable. En effet, cela leur permettrait, même sans rien faire, de se constituer un niveau d'épargne-retraite convenable.

L'étude de Choi *et al.* (2002) analyse les conséquences de l'affiliation automatique aux plans 401-K à partir des résultats d'une enquête sur le niveau

adéquat de l'épargne personnelle et d'une étude des données administratives sur le comportement des salariés affiliés à un plan 401-K dans plusieurs grandes entreprises qui ont modifié leurs plans de retraite à cotisations définies⁷. Les auteurs notent que les commanditaires doivent toujours garder à l'esprit une des variables comportementales essentielle, à savoir que les salariés choisissent souvent la « solution de facilité ». Autrement dit, les salariés font souvent ce qui leur semble le plus facile, à savoir peut-être rien, phénomène que les auteurs appellent la « décision passive ». Ainsi, en modifiant la conception du plan 401-K pour l'assortir d'un système d'adhésion automatique dès l'éligibilité du salarié, il est possible d'accroître sensiblement les taux de souscription et ce, d'autant plus que les employés prennent rarement la décision de résilier leur contrat. Quand l'adhésion est automatique, les taux de souscription sont compris entre 86 et 96 % au bout de six mois d'adhésion dans les entreprises étudiées, à comparer à des taux compris entre 26 et 43 % avant adhésion automatique. Les auteurs concluent que la conception du plan peut avoir un impact significatif sur le comportement d'épargne des particuliers. Sachant que peu de salariés choisissent de se libérer des options par défaut, le choix des employeurs en matière de taux d'épargne et de fonds d'investissement par défaut a un impact significatif sur le niveau d'épargne des salariés.

L'étude de Thaler et Benartzi (2001) se penche sur la faiblesse des taux d'épargne dans les plans 401-K et suggère une approche pour y remédier. Cette approche s'appuie sur des études qui montrent que les particuliers préfèrent parler d'épargne au futur qu'au présent mais aussi qu'une fois qu'ils ont adhéré à un plan, ils tendent à y rester du fait de leur inertie et de leur tendance à toujours tout remettre au lendemain. En outre, redoutant une baisse de leur revenu, ils sont réticents à accroître leur épargne retraite si cette augmentation suppose une diminution de salaire. Cette étude a permis d'élaborer le programme « Save More Tomorrow » (SMT) qui donne aux salariés la possibilité de choisir aujourd'hui la manière d'accroître leur taux d'épargne de demain, par exemple chaque fois qu'ils obtiennent une augmentation de salaire. Ce programme a été adopté dans plusieurs entreprises. Or, en 28 mois, partout où ce programme a été mis en place avec l'aide d'un consultant chargé d'expliquer les différentes options possibles, le taux d'épargne des salariés affiliés a triplé pour passer de 3.5 % à 11.6 %.

Des études montrent également que l'adhésion dépend du nombre de fonds proposés par un plan 401-K. Des études récentes sur les choix des consommateurs soulignent que face à une surabondance d'options, choisir demande un « effort excessif » de sorte que les consommateurs perdent l'envie de faire un choix et de s'y tenir (Iyengar et al., 2003). Plus le consommateur a le choix, plus il risque de ne pas faire le bon, ce qui augmente nécessairement son stress. Ce stress peut être exacerbé si un choix inapproprié entraîne des frais ou si le consommateur doit consacrer beaucoup de temps et d'efforts à comparer les différentes options possibles. Il ressort de ces travaux que le taux d'adhésion

atteint son maximum quand l'offre se limite à deux fonds. Plus le nombre de fonds proposés augmente, plus le taux d'adhésion diminue. Chaque fois que le nombre de fonds augmente de 10, le taux d'adhésion diminue de 1.5 à 2 %. Partant, les prestataires de plans de retraite pourraient opter pour une approche à plusieurs niveaux (moins de dix options par exemple au premier niveau, avec toutefois pour les salariés les plus avertis la possibilité d'accéder à d'autres fonds). Cette solution permettrait de satisfaire à la fois ceux que l'excès de choix rebute et les salariés plus éclairés aspirant à plus de choix. Indépendamment du nombre d'options mises à leur disposition, les salariés ont besoin d'une éducation financière pour comprendre les options qui leur sont offertes et faire des choix judicieux.

Conclusions et implications pour la création et la mise en œuvre des programmes d'éducation financière

- Les séminaires d'éducation financière et les programmes personnalisés de conseil financier proposés par les employeurs accroissent la souscription et les cotisations des salariés aux plans d'épargne facultatifs [plans 401-K]. L'impact des brochures et de la documentation écrite en général n'apparaît pas aussi évident et les études menées présentent des résultats contrastés quant à leur incidence sur le comportement financier des consommateurs.
- Quand un plan s'adresse à la fois à des salariés dépourvus de culture financière, nécessitant des explications simples et à des salariés avertis exigeant des informations détaillées, une approche à plusieurs niveaux peut être une solution. Dans cette approche, le salarié le moins averti trouve les explications les plus simples et le plus petit nombre possible de choix. Cependant, à partir de ce même niveau, le salarié plus averti a la possibilité d'accéder à des « fonds supplémentaires » ou des « informations complémentaires ».
- En général, les supports d'information préférés des ménages en matière d'information financière sur la retraite sont la télévision, la radio, les magazines, les journaux, ainsi que les vidéocassettes et les brochures. Toutefois, les caractéristiques socioéconomiques, démographiques et de mode de vie influent sur ces préférences.
- Pour venir à bout de comportements psychologiques comme l'inertie et la procrastination, il conviendra peut-être de compléter les programmes d'éducation financière par une affiliation automatique à des plans à cotisations définies assortis de taux de cotisation et d'une répartition des placements par défaut.
- Il n'existe pas de programme d'éducation financière « tout public » susceptible de répondre aux besoins de tous les salariés. Les programmes d'éducation financière qui seront proposés par les employeurs et les prestataires se devront d'être souples et proposer des approches multiples.

On trouvera plus de précisions sur l'investissement/épargne retraite et l'éducation financière en annexe B.

Notes

1. Les informations de cette partie proviennent des réponses aux questionnaires sur l'éducation financière envoyés par l'OCDE aux délégués du Comité des marchés financiers.
2. Concernant les plans 401-K, on distingue cinq comportements à partir desquels il est possible de mesurer l'impact de l'éducation financière : évolution du taux de souscription, évolution du taux de cotisation, évolution de l'allocation d'actifs, activité de crédit et transfert de leur épargne retraite par les employés licenciés.
3. TIAA-CREF : organisations sans but lucratif fournissant des produits financiers à des particuliers dans les domaines de l'éducation, de la recherche et de la santé. Parmi les thèmes abordés au cours de ces séminaires, figurent le montant de retraite nécessaire pour conserver un niveau de consommation identique à celui de la vie active, le montant d'épargne requis pour toucher le revenu de retraite voulu et le profil de risque et de rendement des autres investissements possibles. Il est également demandé aux participants de dire s'ils ont l'intention à la suite du séminaire de changer l'allocation de leurs fonds investis. Le sondage a été effectué sur les 663 participants qui ont répondu aux deux questionnaires.
4. Les auteurs ont utilisé les données des versions de 1993 et 1994 de l'enquête KPMG Peat Marwick sur les pensions de retraite. Elle se fonde sur les réponses d'environ 1 100 employeurs choisis de manière aléatoire à partir d'une liste d'entreprises américaines publiques et privées d'au moins 200 salariés. Ils ont été interrogés sur la gestion et les caractéristiques de leur plan de retraite et sur l'utilisation qu'en faisaient les salariés, ainsi que sur l'éducation et les conseils financiers qu'ils fournissaient à leurs salariés.
5. Compte tenu d'un taux de cotisation moyen de 3 %, une progression d'un point représente une croissance de 33 % du taux de cotisation.
6. Ces études indiquent également que, dans certains cas, il faudra renforcer la protection des consommateurs et la réglementation des institutions financières afin de parer au déficit de compétences financières.
7. En rapprochant les réponses à leur enquête des données administratives, les auteurs ont constaté que pratiquement aucun des salariés qui avaient fait part de leur intention d'augmenter leur taux d'épargne au cours des deux mois suivants ne l'ont effectivement fait.

Bibliographie

- Bayer P., D. Bernheim et K. Scholz (1996), « The Effects of Financial Education in the Workplace: Evidence from a Survey of Employers », *document de travail* 5655, National Bureau of Economic Research.
- Business World* (2004), « BoI Warns – 1 M Have n° Pension Plan », 27 septembre.

- Canadian Press (2005), « Retirement Saving, Financial Planning More Stressful Than Seeing the Dentist », 21 février.
- Choi, J. et al. (2002), « Defined Contribution Plans: Plan Rules, Participant Decisions, and the Path of Least Resistance », *document de travail 2002-3*, Pension Research Council, The Wharton School, University of Pennsylvania, Philadelphie, <http://rider.wharton.upenn.edu/~prc/PRC/WP/WP2002-3.pdf>, consulté le 11 janvier 2004.
- Clark R., et al. (2003), « Financial Education and Retirement Savings », présenté lors de la conférence intitulée « Sustainable Community Development: What Works, What Doesn't », and Why, parrainée par la Réserve fédérale, 27-28 mars, Washington, D.C. www.chicagofed.org/cedric/seeds_of_growth_2003_conference_session1.cfm.
- Clark R. et S. Schieber (1998), « Factors Affecting Participation Rates and Contribution Levels in 401(k) Plans », in O. Mitchell and S. Schieber (éd.), *Living with Defined Contribution Plans*. University of Pennsylvania Press, Philadelphie.
- Ernst & Young LLP Human Capital Practice (2004), *The Role That Financial Education Programs Play in Influencing Participant Behavior in 401(k) Plans*, [www.ey.com/global/download.nsf/US/Financial_Éducation_Programs_in_401k_Plans/\\$file/Fin_Ed_401k_plans.pdf](http://www.ey.com/global/download.nsf/US/Financial_Éducation_Programs_in_401k_Plans/$file/Fin_Ed_401k_plans.pdf), consulté le 2 mars 2004.
- Francis D. (2004), « Ownership Society: Why the US Can't Buy In », *The Christian Science Monitor*, 27 septembre.
- Helman R. et V. Paladino (2004), « Will Americans Ever Become Savers? The 14th Retirement Confidence Survey, 2004 », EBRI Issue Brief n° 268, Employee Benefit Research Institute (EBRI), Washington, D.C.
- Hewitt Associates (2005), « Hewitt Survey Reveals New Employer Trends in Retirement », Press Release, 18 janvier, <http://was4.hewitt.com/hewitt/resource/newsroom/pressrel/2005/01-18-05.pdf>.
- Hilgert M. et J. Hogarth (2003), « Household Financial Management: The Connection Between Knowledge and Behavior », *Federal Reserve Bulletin*, Washington, D.C., www.federalreserve.gov/Pubs/Bulletin/2003/03index.htm, consulté le 25 septembre 2003.
- Iyengar S., W. Jiang et G. Huberman (2003), « How Much Choice is Too Much?: Contributions to 401(k) Retirement Plans », *document de travail 2003-10*, Pension Research Council, The Wharton School, University of Pennsylvania, Philadelphie, <http://rider.wharton.upenn.edu/~prc/PRC/WP/WP2003-10.pdf>, consulté le 29 novembre 2004.
- Jurninová M. (2004), « Pension Media Blitz Targets Public », *The Slovak Spectator*, 11 octobre.
- Lusardi A. (2003), « Saving and the Effectiveness of Financial Education ». *Document de travail 2003-14*, Pension Research Council, The Wharton School, University of Pennsylvania, Philadelphie, <http://rider.wharton.upenn.edu/~prc/PRC/WP/WP2003-14.pdf>, consulté le 11 janvier 2004.
- MacFarland D., C. Marconi et S. Utkus (2003), « Money Attitudes and Retirement Plan Design: One Size Does Not Fit All », *document de travail 2003-11*, Pension Research Council, The Wharton School, University of Pennsylvania, Philadelphie, <http://rider.wharton.upenn.edu/~prc/PRC/WP/WP2003-11.pdf>, consulté le 25 mars 2004.
- Rhine S. et M. Toussaint-Comeau (2002), « Consumer Preferences in the Delivery of Financial Information: A Summary », *Consumer Interests Annual*, volume 48, www.consumerinterests.org/files/public/FinancialInformation-02.pdf, consulté le 30 juillet 2003.

Thaler R. et S. Benartzi (2001), « Save More Tomorrow: Using Behavioural Economics to Increase Employee Saving », *document de travail*, Graduate School of Business, University of Chicago, Chicago, <http://gsbwww.uchicago.edu/fac/richard.thaler/research/SMarT14.pdf>, consulté le 28 juin 2004.

Wheatcroft, P. (2004), « “Lender, beware” is FSA’s Advice », *The Times*, 21 janvier.

Weir J. (2004) « The Push to Save for Retirement », *Fairfax New Zealand Limited*, 31 août.

Chapitre 5

L'éducation financière sur le crédit et l'endettement

Dans les pays de l'OCDE, les pouvoirs publics, les institutions financières et les organismes d'action sociale se préoccupent de plus en plus, depuis quelques années, de l'endettement croissant des consommateurs. L'augmentation des emprunts immobiliers, l'utilisation imprudente des cartes de crédit et les prêts à conditions abusives ont entraîné un excès d'endettement ainsi qu'une hausse¹ des défaillances, des situations d'insolvabilité et des faillites personnelles. Pourtant, la capacité des consommateurs à utiliser le crédit à bon escient et à bien gérer leur argent est fondamentale pour la vie courante. Faute de se doter d'une compétence de gestion de leurs dettes, les consommateurs risquent de connaître, au minimum, des difficultés financières et, au pire, des situations de crise qui peuvent avoir de graves conséquences pour les institutions financières (en leur qualité de créancières). En dépit de ce risque, les connaissances financières et les compétences de base nécessaires pour gérer les prêts personnels et prévenir l'excès d'endettement ou retrouver une bonne cote de crédit ne sont généralement pas enseignées dans le secondaire ou le supérieur; en effet, aucun de ces sujets (pas plus que tout autre module en rapport avec l'éducation financière) ne fait encore partie des cursus habituels dans les pays de l'OCDE. C'est ainsi que la plupart des étudiants sortent des écoles et des universités sans posséder les connaissances et les techniques financières permettant de gérer les crédits et les dettes. Ce chapitre porte sur cinq grands pays : l'Autriche, le Canada, la Corée, le Royaume-Uni et les États-Unis. Il traite les deux principales composantes du crédit aux ménages et de leur endettement (les prêts hypothécaires/immobiliers et le crédit à la consommation), analyse les récentes tendances en ce domaine, les principales causes et conséquences du problème et l'importance de l'éducation financière pour le résoudre². Il donne ensuite une vue d'ensemble des programmes d'éducation sur le crédit, à vocation préventive et curative, présente les conclusions d'une sélection d'évaluations les concernant et leurs principales conséquences de politique pour la conception de ces programmes³.

L'enjeu de la lutte contre le surendettement et les avantages de l'éducation financière⁴

L'endettement des ménages a deux principales composantes : a) le crédit à la consommation (hors immobilier) et b) le crédit immobilier. Au cours des deux dernières décennies, il a augmenté par rapport au revenu disponible dans plusieurs pays de l'OCDE⁵. Au Royaume-Uni et aux États-Unis, les statistiques

indiquent une hausse de l'encours à la fin de la période 1995-2003 ainsi qu'une progression significative de la dette des particuliers, en pourcentage du revenu disponible, de 1992 à 2003 (OCDE, 2004b). Dans ces deux pays, la dette immobilière a également représenté une proportion accrue du passif total des ménages de 1995 à 2003 (OCDE, 2004b). Parallèlement, la hausse de la dette non immobilière (qualifiée ci-après de crédit à la consommation) dépasse aussi celle des revenus depuis dix ans, tout en représentant encore une fraction de l'endettement des ménages inférieure aux emprunts immobiliers (Debelle, 2004). En proportion du revenu disponible, le crédit à la consommation n'a que légèrement augmenté, de 1995 à 2003, en Autriche, au Royaume-Uni et aux États-Unis (OCDE, 2004b). En Corée, l'endettement par cartes de crédit s'accroît très rapidement depuis quelques années (OCDE, 2004a), tandis qu'en Autriche les engagements des ménages (dont une grande part se compose de concours en devises) se sont élevés de 2000 à 2003 (OCDE, 2000). Selon de nombreux observateurs, l'essor du crédit immobilier résulte de trois facteurs : la faiblesse des taux d'intérêt, la montée des prix et la déréglementation du marché de ces prêts (Debelle, 2004; Hamilton, 2003). Quant à la tendance ascendante de l'endettement au titre de la consommation, le recours croissant aux cartes de crédit en est la principale cause (Durkin, 2000). Les trente dernières années ont vu un développement considérable de la possession et de l'utilisation des cartes de crédit à vocation générale, avec facilités renouvelables et paiement d'intérêts sur l'encours emprunté. Parmi les autres facteurs ayant contribué à faire augmenter l'endettement dans les pays de l'OCDE, on peut citer l'évolution rapide des marchés, des produits et des services financiers (dont les crédits à la consommation et les prêts immobiliers) au cours des dernières décennies; elle a diversifié les options de crédit offertes aux consommateurs, mais aussi beaucoup compliqué le choix et la nature des produits (Braunstein et Welch, 2002; Greenspan, 2003; Boorstin, 2004). On a également constaté une multiplication du nombre des fournisseurs de produits de crédit (par exemple les banques et les autres prestataires de services financiers), qui proposent désormais des formules similaires; l'émergence des prestataires alternatifs de produits à caractère de crédit est probablement la tendance la plus préoccupante (CAB, 2001).

Parallèlement à ces évolutions, le surendettement (terme utilisé pour décrire les cas où soit le montant de la dette, soit son service représente une proportion du revenu qui pèse lourdement sur l'emprunteur)⁶ a pris de l'ampleur au même titre que ses conséquences les plus graves, à savoir les défauts de remboursement et les faillites personnelles, notamment aux États-Unis (Marcuss, 2004). Certaines catégories de la population sont plus susceptibles que d'autres de rencontrer des problèmes d'endettement ou d'être surendettées. C'est surtout le cas des jeunes, particulièrement enclins à utiliser sans discernement les cartes de crédit, et des personnes déjà en grande difficulté financière, qui ont souvent de faibles revenus, de mauvais

antécédents de crédit ou ne disposent pas des connaissances ou compétences financières élémentaires. Les consommateurs aux abois sont des proies faciles pour les officines de crédit à des conditions abusives et de crédit à risque, qui prennent souvent les quartiers défavorisés pour cibles de leurs offres de crédit facile. Ces dettes risquent de représenter une charge excessive pour les personnes à faible revenu, qui se trouvent prises dans un cercle vicieux d'emprunts à des taux exorbitants, au point de sombrer souvent dans le surendettement⁷. Les salariés et les clients des conseillers en crédit comptent aussi parmi les catégories susceptibles d'avoir des problèmes d'endettement et ils souhaitent que la gestion du crédit soit un thème prioritaire des programmes d'éducation financière (aux États-Unis en particulier). On estime que, chaque année, plus de 2.5 millions de familles et de personnes seules sollicitent l'aide des professionnels du conseil en crédit, ce qui indique la grande utilité de ce service (Bailey *et al.* 2002).

Les études qui ont été faites sur les causes de l'excès d'endettement (ou du surendettement) concluent qu'il s'agit d'un ensemble de « raisons personnelles liées entre elles » (UKDTI et UKDWP, 2004). Les enquêtes sur l'origine du surendettement citent notamment une modification soudaine de la situation personnelle, comme la perte de l'emploi, la rupture du couple ou la maladie, qui entraîne inévitablement une diminution du revenu (Jentzsch, 2003). Il est bien évident que, par suite d'une baisse de leurs moyens, les ménages, dont le niveau d'endettement était auparavant raisonnable, risquent de ne pouvoir rembourser et se trouvent alors face à des engagements excessifs. Mais, au-delà de ces facteurs de réduction du revenu, il convient de noter que les enquêtes voient aussi dans le recours exagéré à divers types de produits de crédit une cause importante du surendettement; elles l'attribuent parfois à une mauvaise organisation des finances personnelles et à l'ignorance en la matière ou à l'absence des compétences nécessaires à une bonne gestion de l'argent⁸ (UKDTI et UKDWP, 2004). Ces résultats montrent que l'on pourrait traiter efficacement le problème du surendettement en améliorant les facultés de gestion financière et en développant la connaissance des différentes options en matière de crédit; on ferait ainsi comprendre à chacun les limites d'utilisation du crédit en fonction de sa situation propre. Les programmes d'éducation financière peuvent jouer ce rôle.

Le surendettement des ménages peut avoir de graves conséquences sur les particuliers, les entreprises, les institutions financières et l'économie. Au niveau des particuliers, les problèmes de crédit et les impayés peuvent mettre les couples à rude épreuve, quand le ménage peine à mettre suffisamment d'argent de côté pour rembourser la dette qui s'accumule. Ce stress financier peut ensuite déboucher sur la maladie, le chômage, le divorce et d'autres conséquences sociales désastreuses (éclatement de la cellule familiale par exemple). Autant d'incidents qui ne manqueront pas de saper davantage la

capacité du ménage à briser le cercle vicieux de l'endettement. Au niveau des entreprises, le stress que génère le surendettement laisse craindre un plus grand absentéisme et une démotivation des salariés vis-à-vis de leur entreprise, avec des conséquences néfastes sur la productivité (Jinhee et Garman, 2003, cités dans Mavrinac et Ping, 2004). Le surendettement des ménages peut également pénaliser la bonne santé des institutions financières, ces dernières étant souvent, en leur qualité de créancières, obligées d'essuyer de lourdes pertes liées aux frais de gestion des impayés et des faillites (UKDTI et UKDWP, 2004). De plus, le surendettement limite le niveau des dépenses de consommation à long terme et les taux d'épargne possibles dans l'économie nationale (Ogawa et Wan, 2004; Murphy, 1999). Cela risque, par conséquent, de peser sur les régimes publics de retraite, les salariés endettés ne pouvant plus épargner autant dans ce but ou cotiser pleinement à leur plan de retraite. En outre, s'ils adoptent des comptes individuels pour financer leur retraite, il va de soi que plus ils seront endettés, moins ils pourront placer d'argent dans ces comptes.

L'éducation sur le crédit peut être utile aux consommateurs et aux institutions financières à plusieurs égards :

- Il apparaît que, dans la majorité des cas, les problèmes d'endettement émanent plus d'un manque de connaissances financières que d'une insuffisance de revenus (Mavrinac et Ping, 2004). Les consommateurs ne sont pas aussi informés qu'il le faudrait sur les produits de crédit. Trier et évaluer la masse d'informations disponibles sur les différents crédits proposés, faire le choix optimal et reconnaître les prêts abusifs exige un minimum de compétences financières et, de préférence, une connaissance et une compréhension approfondies des différents instruments de crédit accessibles. À titre d'exemple, une étude montre que les consommateurs maîtrisant le mieux les conditions de crédit parviennent, en général, à réduire sensiblement leurs frais financiers annuels (Jinkook et Hogarth, 1999, cités dans Mavrinac et Ping, 2004).
- Une formation au crédit serait profitable aux groupes de population les plus endettés. Avec une meilleure connaissance de la finance et du crédit, les jeunes sauront mieux comment gérer leurs cartes de crédit et les salariés apprendront à réduire leur endettement, de manière à pouvoir investir davantage dans leurs plans d'épargne et de retraite. Une meilleure connaissance du crédit et de l'endettement permettra également de protéger les emprunteurs les plus vulnérables contre les escroqueries et les abus.
- Avec des clients mieux informés, qui seraient plus aptes à éviter les incidents de remboursement et la faillite personnelle que des personnes totalement dépourvues de culture financière, les institutions financières enregistreraient moins de pertes à ce titre.

Principaux constats à propos des programmes d'éducation financière sur le crédit et l'endettement⁹

Dans les cinq pays sélectionnés, l'étude de l'OCDE a recensé quelque 72 programmes d'apprentissage financier¹⁰ portant sur des thèmes relatifs au crédit et à l'endettement, traités selon une optique préventive ou curative¹¹. La portée de ces programmes varie selon les pays : de très nombreuses initiatives ont été prises au Royaume-Uni et aux États-Unis, ces dix dernières années, alors qu'elles ont été moins nombreuses et plus récentes au Canada, en Autriche et en Corée. La plupart d'entre elles concernent des sujets en rapport avec le crédit à la consommation et les prêts personnels (par opposition au crédit immobilier) et ont un caractère préventif.

On présente ci-dessous les principales caractéristiques de ces programmes. Pour les faire correspondre à la composition des engagements des ménages présentée auparavant dans ce chapitre, on a divisé *grosso modo* les programmes d'éducation au crédit et à l'endettement en trois catégories : 1) ceux qui traitent le crédit à la consommation (comme l'utilisation des cartes de crédit, les prêts en devises, les avances sur salaires, les prêts gagés sur la valeur acquise du logement, le financement des ventes à tempérament et d'autres types de crédits à la consommation – par exemple les prêts pour l'achat d'automobiles et d'autres biens durables); 2) ceux qui sont consacrés à l'endettement hypothécaire/immobilier (c'est-à-dire les emprunts aux fins d'acquisition et d'occupation d'un logement ou de placement) et à des questions en rapport telles que les prêts abusifs; 3) ceux qui englobent les deux catégories.

Aperçu général et typologie des programmes

S'agissant du contenu et des objectifs, la grande majorité des actions portent sur des thèmes ou des problèmes relatifs au crédit à la consommation et aux prêts personnels¹². La plupart d'entre elles proposent une formation préventive au crédit. En général, ces programmes préventifs traitent de deux sujets généraux ou plus intéressants le crédit et les emprunts : par exemple, l'importance de conserver une bonne cote de crédit; des informations sur les relevés de risques et la technique des scores; l'utilisation responsable des cartes de crédit; des explications sur l'utilisation frauduleuse de l'identité d'autrui; des conseils pour maîtriser son endettement; l'acquisition de compétences générales de gestion du crédit et du budget. Tous ces programmes préventifs ont pour objectif ultime de mieux protéger les emprunteurs du surendettement. Quelques-uns (surtout aux États-Unis) ne portent que sur l'obtention et l'utilisation raisonnable des cartes de crédit ou sur les risques des avances sur salaires et des prêts gagés sur la valeur acquise du logement; une formation (en Autriche) présente uniquement les risques que prennent les consommateurs en contractant des emprunts en devises. Enfin, un peu plus

du tiers de la totalité des programmes portant sur le crédit à la consommation ont des objectifs à la fois préventifs et curatifs. Ils couvrent généralement une grande partie des sujets mentionnés ci-dessus, quelques-uns conseillant les consommateurs sur les moyens d'échapper aux escroqueries ou indiquant, par exemple, les coordonnées d'un conseiller en crédit.

Un petit nombre de programmes de formation au crédit et à l'endettement examinés traite les thèmes relatifs au crédit hypothécaire/immobilier; tous ceux qui ont été recensés sont dispensés aux États-Unis et au Royaume-Uni (ce n'est peut-être pas surprenant puisque, parmi les cinq pays considérés, ils sont les pionniers de l'accession à la propriété). Les programmes à caractère préventif donnent des indications pour faire jouer la concurrence et trouver les meilleures conditions de prêt possibles; ils préviennent aussi les consommateurs des risques habituels de l'emprunt, en appelant notamment à la vigilance nécessaire à l'égard des prêteurs à conditions abusives. On n'a trouvé aucun programme d'éducation au crédit immobilier à vocation uniquement curative, mais on en a recensé quelques-uns ayant un caractère à la fois préventif et curatif. Presque tous ces derniers sont dispensés au Royaume-Uni (un seul l'est aux États-Unis); ils donnent des indications plus ciblées sur les modalités de remboursement ainsi que des informations sur les arriérés de paiement, les saisies immobilières, les réclamations en ce domaine et sur le code britannique du crédit hypothécaire. Le seul programme existant aux États-Unis est une formation, après acquisition sur les moyens d'éviter une saisie immobilière, qui comporte à la fois des conseils et une assistance financière. Enfin, un nombre très limité de programmes concerne les deux types de crédits (la plupart ayant un caractère curatif) ou ne traitent le crédit et l'endettement que comme un thème financier parmi d'autres.

Ces programmes sont le plus souvent diffusés par le biais de publications (brochures, guides en ligne/imprimés, textes officiels, plans d'action, notes d'information) et de services de conseil (dont l'assistance téléphonique). L'Internet est le deuxième média de prédilection¹³ (sites, portails et autres services en ligne); les formules associant au moins deux circuits de diffusion¹⁴; il y a aussi des campagnes publiques d'information et des manifestations (présentations, cours, conférences, colloques); des stages, des séminaires de formation et d'autres supports (cd-rom, vidéos, etc.). Pour les personnes non bancarisées ou financièrement marginalisées, on a trouvé plusieurs programmes d'éducation au crédit proposés à la fois dans la langue nationale du pays (par exemple l'anglais) et dans la langue maternelle de la population ciblée (l'espagnol, etc.); on recourt à des animateurs bilingues et/ou à des interprètes ou encore à des documents traduits.

En ce qui concerne les prestataires, la plupart sont des organisations sans but lucratif et des organismes publics nationaux¹⁵. Les premières disposent de méthodes de formation très au point et d'un vaste réseau de clients; leurs programmes sont souvent financés par des institutions financières ou les

pouvoirs publics. Quand ces derniers participent activement à des actions de formation touchant au crédit, leur initiative s'inscrit généralement dans le cadre d'une volonté politique de mieux protéger les consommateurs. Les autres grands prestataires de ce type de programmes sont les banques centrales et les institutions financières/prestataires de services financiers. À titre d'exemple, les institutions financières assurent des programmes par l'intermédiaire de leurs salariés, qui jouent le rôle d'éducateurs professionnels ou d'experts dans des stages, séminaires ou cours de formation sur le crédit. L'OCDE a aussi trouvé des actions limitées, assurées par les autorités de réglementation et de contrôle ainsi que par des associations de protection des consommateurs et des organisations professionnelles^{16, 17} (chacune de ces trois catégories proposant un nombre égal de programmes d'éducation au crédit); par des entreprises privées; enfin quelques programmes prodigués par deux prestataires en partenariat et un petit nombre pour lesquels l'identité de l'organisme responsable n'est pas indiqué.

Enfin, en ce qui concerne le public cible, la plupart des programmes sont conçus pour tous les consommateurs de crédit, emprunteurs existants ou potentiels. Certaines actions de formation s'adressent plus spécifiquement aux débiteurs en difficulté financière, notamment aux emprunteurs hypothécaires qui ont fait l'objet d'une saisie immobilière; d'autres visent plus particulièrement (par ordre de préférence) les propriétaires (actuels et futurs) et les primo-accédants à la propriété, les jeunes¹⁸ et les utilisateurs de cartes de crédit. Le Secrétariat a également recensé des programmes spécialement destinés aux femmes, aux membres des forces armées, aux formateurs de programmes de formation sur l'endettement et aux parents.

Principaux constats sur l'évaluation des programmes d'éducation sur le crédit¹⁹

Les programmes d'éducation financière sur le crédit immobilier et le crédit à la consommation, par opposition aux dispositions réglementaires ou programmes d'assistance sociale dans ce domaine, visent non seulement à faire diminuer les taux d'impayés sur les prêts immobiliers et les niveaux d'endettement en matière de crédit à la consommation, mais aussi à protéger les emprunteurs contre les abus tant à court qu'à long terme. Ces programmes sont à même d'atteindre leur but grâce à la fourniture de formations, d'informations et de conseils objectifs, permettant aux emprunteurs de se doter des outils de gestion de budget qui leur permettront de gérer efficacement leur endettement et d'acquérir les connaissances financières pour éviter les pièges qui conduisent facilement au surendettement; leur future autonomie financière sera ainsi renforcée. Ces programmes visent donc à prévenir le surendettement, en aidant les emprunteurs à acquérir les outils et les compétences leur permettant de mieux gérer seuls leur endettement, afin d'éviter les impayés ou

la faillite et de devoir faire appel aux pouvoirs publics une fois qu'ils sont pris dans la crise liée à la mauvaise gestion de leur endettement. Il convient toutefois de noter que, pour l'essentiel, l'éducation financière sur le crédit et l'endettement ne peut que contribuer à résoudre le problème du surendettement et non pas fournir une solution définitive. Les évaluations donnent une idée de l'efficacité de ces programmes au regard de ces objectifs.

L'OCDE n'a recensé que quatre évaluations de programmes d'éducation sur le crédit qui sont surtout des actions de conseil, toutes mises en œuvre aux États-Unis. Ces évaluations apprécient les composantes efficaces et moins efficaces de ces programmes. Bien qu'elles signalent les méthodes de diffusion les meilleures et les plus rentables, l'échantillon évalué est restreint (conseil essentiellement) et il est nécessaire que d'autres pays réalisent ce type d'évaluations. Les principales conclusions et leçons à tirer de ces évaluations peuvent être résumées comme suit :

Éducation au crédit immobilier et au crédit à la consommation – Principaux constats

Certains emprunteurs sont dépassés par la profusion d'informations disponibles sur les produits de crédit et jugent souvent cette information trop complexe. Pour ces personnes, l'éducation doit proposer des informations plus simples axées, dans un premier temps, sur les notions élémentaires de gestion du crédit et les compétences financières. Toute information sur les produits de crédit plus élaborés ne devra leur être fournie qu'après l'acquisition de ces notions de base. L'un des problèmes réside dans le fait que les prestataires de formation visent à la fois les individus connaissant très mal la finance et ayant besoin d'explications simples et les personnes averties qui demandent des informations plus élaborées.

L'une des évaluations constate que les plus jeunes participants envisagent plus volontiers de se former au crédit à la consommation et à la gestion de leurs dettes que les personnes de 55 ans et plus. Ceci témoigne de la nécessité de mettre en place une formation non seulement scolaire, mais aussi post-scolaire pour adultes au moins jusqu'à l'âge de la retraite.

Éducation au crédit immobilier

- Selon l'étude d'un programme destiné aux primo-accédants à la propriété avant l'achat (« Freddie Mac's Affordable Gold »), les conseils donnés permettent de réduire efficacement les risques d'impayés (Hirad et Zorn, 2001). L'élément le plus important de la formation réside dans la méthode choisie : on constate que les entretiens individuels et, dans une moindre mesure, l'étude en classe et à la maison sont les moyens les plus utiles. Toutefois, les formations de ce type étant onéreuses, l'évaluation suggère

qu'il serait plus rentable de les réserver aux emprunteurs à plus haut risque et que les méthodes de conseil moins coûteuses (par téléphone notamment) semblent suffisantes pour les emprunteurs présentant moins de risques.

- Selon une étude portant sur une formation après achat d'un logement, le conseil conjugué à une assistance financière est jugé plus efficace que le conseil seul pour les emprunteurs à haut risque²⁰. Afin d'évaluer l'impact du conseil sur les taux de remboursement des crédits immobiliers et l'évolution de l'endettement, tant à court qu'à long terme, les études de suivi de ces formations doivent inclure des groupes témoins, afin de comparer et de vérifier sur une longue période les résultats pour les ménages participants (Mallach). Il convient également de recommander des études de suivi prenant en compte ces deux caractéristiques pour tous les programmes d'éducation au crédit immobilier.

Éducation au crédit à la consommation

- En ce qui concerne les programmes d'éducation au crédit à la consommation, lorsque les financements et les ressources le permettent, on constate que les entretiens individuels sont également une méthode efficace; en effet, ils ont un impact positif sur les comportements d'utilisation et de remboursement des crédits à la consommation et ce, même sur le long terme (Elliehausen *et al.*, 2002).
- La fixation d'objectifs individuels, tels que la réduction de l'endettement en deçà d'un niveau spécifique compatible avec la situation financière du consommateur concerné, semble être une autre caractéristique utile des formations (O'Neill *et al.*, 2000). Les participants au programme Money 2000 ont fait plusieurs commentaires positifs sur le fait que la fixation d'objectifs correspondant à leur situation personnelle les cadrent, les motivent et les responsabilisent.
- Les évaluations constatent que pour les personnes non bancarisées et les clients financièrement marginalisés, les contacts personnels constituent une caractéristique importante de la formation (O'Neill, 2000). Toutefois, les supports de cours écrits (fiches d'exercices, listes de contrôle, exercices d'autoévaluation) passent également pour utiles, tout comme la possibilité de partager le contenu et l'information du programme par d'autres modes de diffusion (lettres d'information par exemple) pour ceux qui ne peuvent pas assister au cours.

Résumé des implications pour l'action des pouvoirs publics en matière de programmes d'éducation au crédit et à la dette

- Certains consommateurs adultes étant submergés par l'excès d'information sur les produits de crédit et jugeant cette information trop

complexe, les concepteurs de programmes pourraient envisager de diviser les cours en deux groupes de niveau. Le premier serait réservé aux emprunteurs les moins expérimentés qui ne connaissent pas les notions élémentaires de la gestion d'un budget (et doivent être encouragés et aidés à approfondir tant leurs connaissances financières générales que leurs compétences en gestion de budget). Le deuxième serait réservé à ceux qui comprennent mieux le marché du crédit (et qui peuvent recevoir des informations plus complexes de manière à pouvoir choisir et arbitrer entre différents produits de crédit et apprécier toutes les conséquences de leur utilisation).

- Mais, puisque les études constatent que les consommateurs manquent de confiance face aux techniques de vente astucieuses déployées par les démarcheurs de crédit, les programmes d'éducation au crédit doivent avant tout aider les consommateurs à prendre confiance en eux (quel que soit leur niveau de compétence). Les clients dotés d'une meilleure formation financière seraient plus à même de faire face aux intermédiaires financiers qui leur vendent des crédits et ils gèreraient généralement mieux leur endettement.
- Afin que la formation des consommateurs soit la plus efficace possible, il importe de mettre en évidence l'impact réel (à court et long terme) et les conséquences des problèmes liés à l'endettement sur leur vie quotidienne – l'éducation au crédit doit donc être aussi personnalisée que possible. Selon un rapport, la meilleure méthode pour que cette formation soit fructueuse consiste à simplifier les concepts économiques et financiers, qui sont souvent abstraits et complexes (Hopley, 2003). Des efforts doivent être consentis pour appliquer ces concepts à des situations concrètes, en les associant à un objectif pertinent et valable pour la vie de chacun hors de la salle de classe.
- Certaines études suggèrent d'incorporer la formation au crédit dans les programmes scolaires (US Treasury, 2002), mais d'autres soulignent également la nécessité d'une formation continue pour adultes au moins jusqu'à l'âge de la retraite.

On trouvera en annexe C des informations plus précises sur l'éducation financière en matière de crédit et d'endettement.

Notes

1. L'endettement peut être mesuré par le ratio dette/revenu. Aux États-Unis, par exemple, la Réserve fédérale a conçu deux instruments de mesure : le ratio du service de la dette des ménages (Debt Service Ratio ou DSR), qui correspond au montant estimé des remboursements rapporté au revenu disponible des ménages, et le ratio des obligations financières (Financial Obligations Ratio ou FOR), qui ajoute aux remboursements pris en compte dans le DSR, les traites de crédit-bail automobile, les loyers des propriétés louées, les assurances réglées par les propriétaires et les impôts incombant à ces derniers.
2. Au cours de la dernière décennie, les ménages de tous les pays de l'OCDE ont vu leur endettement s'accroître et ont été affectés par des dettes excessives. Dans leurs réponses aux enquêtes de l'OCDE sur l'éducation financière, l'Autriche, le Canada, la Corée et les États-Unis ont souligné que leur action dans ce domaine comprendrait la mise à disposition de programmes concernant la distribution du crédit et l'endettement. Le Royaume-Uni, pour sa part, a insisté sur le rôle joué par l'État dans l'information sur le crédit et par celui du secteur associatif pour donner des conseils en matière d'endettement.
3. Il convient de noter que ce chapitre s'intéresse surtout aux programmes d'éducation sur le crédit et l'endettement pour les adultes en dehors du milieu scolaire; mais, compte tenu de l'importance de la gestion du crédit parmi les jeunes, on a également inclus quelques programmes ciblés sur la population scolaire/universitaire (bien qu'ils ne fassent partie d'aucun cursus institutionnalisé).
4. On trouvera des précisions en rapport avec cette partie à l'annexe C.
5. graphique C.1 à l'annexe C.
6. Voir la définition du surendettement donnée par le DTI et le DWP, 2004, *Tackling Over-Indebtedness Action Plan 2004*.
7. Les prêts à conditions abusives et ceux accordés aux clients à risque avec des taux élevés sont donc des facteurs qui aggravent le surendettement des ménages.
8. Résultats d'une enquête sur les raisons des faillites personnelles et du surendettement résumés par Nicola Jentzsch.
9. On trouvera des précisions en rapport avec cette partie à l'annexe C.
10. Ce chiffre n'est en aucune manière exhaustif.
11. Sauf indication contraire, les informations concernant les programmes d'éducation financière sur le crédit et l'endettement proviennent des réponses faites par les délégués du CMF au questionnaire de l'OCDE sur ce sujet.
12. Quand on examine le contenu, il importe de noter que plusieurs des programmes recensés couvraient une gamme de thèmes généraux de l'apprentissage financier, dont le crédit et l'endettement n'étaient qu'un élément, éventuellement rattaché récemment.
13. On a pris soin de ne sélectionner que des sites Internet/services en ligne qui donnent des informations et des avis objectifs et impartiaux. Au cours de ses recherches, l'OCDE s'est aperçue que, même si ce n'est pas toujours évident, certains sites Internet (en particulier du secteur privé) dissimulent des promotions publicitaires et des liens avec leurs produits et services, sous couleur d'informations et de conseils financiers neutres.
14. Y compris différentes combinaisons de toutes les méthodes de livraison mentionnées ici.

15. Dans cette catégorie, l'OCDE a fait figurer les organisations associatives/éducatives qui donnent des conseils sur l'endettement
16. Dans cette catégorie, l'OCDE a fait figurer, pour les États-Unis, les entreprises d'intérêt public (Government Sponsored Enterprises ou GSE)
17. Elles comprennent les « Chambres de travail » autrichiennes (Arbeiterkammern)
18. Ce groupe recouvre les adolescents et les étudiants.
19. On trouvera à l'annexe C des précisions en rapport avec cette partie.
20. Mallach résume les conclusions de l'étude réalisée en 1995 par le Wilder Research Center sur le programme de prévention des saisies immobilières.

Bibliographie

- Bailey et al. (2002), « The Educational Desires of Financially Distressed Credit Counseling Clients », *Proceedings of the Association for Financial Counseling and Planning Education*, 2002, www.ethomasgarman.net/research/feni/EducDesiresBailey.doc, consulté en février 2005.
- Boorstin D., « Credit History: The Evolution of Consumer Credit in America », *The Ledger*, Federal Reserve Bank of Boston's Economic Education Newsletter, printemps/été 2004, www.bos.frb.org/education/ledger/ledger04/sprsum/sprsum04.pdf, consulté en février 2005.
- Braunstein, S. et C. Welch (2002), « Financial Literacy: An Overview of Practice, Research and Policy », *Federal Reserve Bulletin*, Washington D.C., www.federalreserve.gov/pubs/bulletin/2002/1102lead.pdf, consulté le 22 août 2003.
- Citizens' Advice Bureau (CAB) (2001), *Summing Up: Bridging the Financial Literacy Divide*, www.citizensadvice.org.uk/financialdivide.pdf, consulté en décembre 2004.
- Debelle G. (2004), « Macroeconomic implications of rising household debt », *Document de travail n° 153*, Banque des règlements internationaux (BRI), Bâle, Suisse, www.oenb.at/isaweb/report.do?&lang=EN&report=8.3.2, consulté en février 2005.
- Durkin, T. A. (2000), « Credit Cards: Use & Consumer Attitudes, 1970-2000 », *Federal Reserve Bulletin*, septembre 2000, Conseil des gouverneurs du Système de réserve fédérale, Washington D.C., www.federalreserve.gov/pubs/bulletin/2000/0900lead.pdf, consulté en février 2005.
- Elliehausen G.E., C. Lundquist et M.E. Staten (2002), « The Impact of Credit Counseling on Subsequent Borrower Credit Usage and Payment Behavior », *Credit Research Center Monograph #36*, Georgetown University, http://inchargefoundation.com/_assets/research_reports_and_publications/42.pdf, consulté le 27 juin 2003.
- Greenspan A. (2003), « Financial Education », Speech given at the 33rd Annual Legislative Conference of the Congressional Black Caucus, Washington D.C., 26 septembre, www.federalreserveserve.gov/boarddocs/speeches/2003/20030926/default.htm, consulté en février 2005.
- Hamilton R. (2003), « Trends in Households' Aggregate Secured Debt », *Quarterly Bulletin* Automne 2003, Banque d'Angleterre, Bank of England Publications, Londres, Royaume-Uni, www.bankofengland.co.uk/publications/quarterlybulletin/qb030301.pdf, consulté en février 2005.
- Hirad, A. et P.M. Zorn (2001), « A Little Knowledge is a Good Thing: Empirical Evidence of the Effectiveness of Pre-Purchase Homeownership Counselling », contribution

- présentée lors de la conférence sur le thème Sustainable Community Development; What Works, What Doesn't and Why, sous les auspices du Système de réserve fédérale, Washington D.C., 27-28 mars, 2003, www.chicagofed.org/cedric/files/2003_conf_paper_session1_zorn.pdf, consulté en février 2005.
- Hopley V. (2003), « Financial Education: What is it and What Makes it So Important? », *Community Reinvestment Report* series, number 1, Banque de Réserve fédérale de Cleveland, www.clevelandfed.org/CommAffairs/CR_Reports/CRreport.pdf, consulté le 30 juillet 2003.
- Jentzsch N. (2003), « The Implications of the New Consumer Credit Directive for EU Credit Market Integration », *Position Paper*, Freie Universität Berlin, Berlin, www.europarl.eu.int/hearings/20030429/juri/jentzschl_en.pdf, onulté en février 2005.
- Mallach A. [no date], « Homeownership Education & Counseling: Issues in Research & Definition », *Community Affairs*, Banque de Réserve fédérale de Philadelphie, www.phil.frb.org/cca/capubs/homeowner.pdf, consulté en février 2005.
- Marcuss M. (2004), « A Look at Household Bankruptcies », *Communities and Banking*, Spring 2004 issue, Federal Reserve Bank of Boston, www.bos.frb.org/commdev/c&b/2004/Spring/Bankruptcies.pdf, consulté en March 2005.
- Mavrinac S. et C.W. Ping (2004), « Financial Education for Women in Asia Pacific », Paper presented at the CITIGROUP/INSEAD Women's Financial Education Summit, 2 novembre 2004, Hong-Kong, www.insead.edu/discover_INSEAD/documents/WFEWorkingPaper.pdf, consulté en March 2005.
- Murphy R.G. (1999), « Household Debt and Aggregate Consumption Expenditures », *Boston College Working Papers in Economics* n° 386, Boston College Department of Economics, <http://fmwww.bc.edu/EC-P/WP386.pdf>, consulté en février 2005.
- OCDE (2000), *Perspectives économiques de l'OCDE*, n° 68, décembre, OCDE, Paris.
- OCDE (2004a), *Étude économique de la Corée*, volume 2004/10, OCDE, Paris.
- OCDE (2004b), *Perspectives économiques de l'OCDE*, n° 76, décembre, annexe tableau 58, OCDE, Paris.
- Ogawa K. et J. Wan (2004), « How Does Household Debt Affect Consumption? Evidence from MicroData », Paper presented at the Micro Statistical Data Research Committee, 26 novembre, 2004.
- O'Neill B. (2000), *How Clients Handle Money: Research Results and Implications*, Rutgers Cooperative Extension, State University of New Jersey at Rutgers, www.rce.rutgers.edu/money/pdfs/handlemoney.pdf, consulté le 28 June 2004.
- O'Neill B. et al. (2000), « Money 2000: Feedback From and Impact on Participants », *Journal of Extension*, volume 38 n° 6, www.joe.org/joe/2000december/rb3.html, consulté le 28 juin 2004.
- UK Department of Trade & Industry (UKDTI) and Department for Work & Pensions (UKDWP) (2004), *Tackling Over-Indebtedness Action Plan 2004*, Royaume-Uni, www.dti.gov.uk/ccp/topics1/pdf1/overdebt0704.pdf, consulté en février 2005.
- US Department of the Treasury, Office of Financial Education (2002), *Integrating Financial Education into School Curricula*, octobre 2002, www.jumpstartcoalition.com/upload/treasurywhitepaper.pdf#, consulté le 25 juin 2003.

Chapitre 6

Les exclus du système bancaire et l'éducation financière

Au cours des dernières années, l'exclusion financière et l'incompétence financière sont devenues une préoccupation croissante dans certains pays de l'OCDE et ce problème est de plus en plus souvent évoqué dans le débat plus large sur l'intégration sociale et la rentabilité (ainsi que la responsabilité sociale) des institutions financières (Kempson *et al.* 2004; BBA, 2000; Connolly et Hajaj, 2001). L'incompétence financière peut produire un impact majeur sur la gestion de trésorerie au jour le jour des individus ou des ménages, portant à tout le moins préjudice à leur capacité d'investir pour des objectifs essentiels à long terme (comme des études supérieures, des opérations immobilières, la retraite) et les exposant au pire à de graves crises financières. S'attachant à quatre pays – Australie, Canada, États-Unis et Royaume-Uni – ce chapitre commence par définir ce que sont les exclus du système bancaire et les catégories de consommateurs concernées par cette exclusion financière; on analysera ensuite les tendances récentes qui exacerbent l'importance du problème, ses causes et conséquences majeures, et s'attache au rôle croissant de l'éducation financière dans l'élaboration d'une solution¹. Enfin, on livrera un aperçu des initiatives en cours en matière d'éducation financière et les principales leçons que l'on peut en tirer pour la conception des programmes par les pouvoirs publics. Malgré l'intérêt porté à ces quatre pays, il convient de noter que les problèmes et programmes examinés dans ce chapitre pourraient s'appliquer aux populations concerner les populations les moins instruites, défavorisées et à faibles revenus de tous les pays appartenant ou non à l'OCDE².

Rappel³

Les consommateurs touchés par l'exclusion financière et la marginalisation sont souvent appelés « personnes non bancarisées » (ne disposant pas d'un compte bancaire dans une institution financière) ou « marginalisés » (utilisant rarement ce compte ou ne sachant pas l'utiliser). Bien qu'on ne dispose pas de chiffres précis ou de caractéristiques définies pour ces marginalisés (également désignés dans les publications comme les consommateurs « financièrement marginalisés », « désavantagés » ou « vulnérables »), ils tendent généralement à présenter des profils socio-économiques et démographiques analogues à ceux de la population non bancarisée. Dans l'ensemble des quatre pays, les populations d'exclus et de clients marginalisés du système bancaire sont composées de groupes hétérogènes comme, par exemple, des consommateurs à revenus faibles, des minorités raciales et ethniques, des immigrants, des réfugiés et des

ressortissants nationaux, qui vivent généralement dans des quartiers déshérités ou des zones rurales isolées.

Les évolutions de la démographie et du marché ont contribué à accroître l'exclusion financière. Du fait de l'augmentation du taux de natalité de certains groupes de population (États-Unis)⁴ et de l'immigration (Royaume-Uni) au cours des dernières décennies, les ménages d'origine étrangère sont désormais plus nombreux qu'auparavant à être confrontés à des obstacles de langue, d'éducation et de culture pour ouvrir un compte bancaire, acheter des services financiers et comprendre les complexités de l'économie (Braunstein et Welch, 2002; NSUK, 2005)⁵. Dans le même temps, dans le secteur des services financiers, l'intensification de la concurrence associée aux attentes de la majorité des consommateurs complique l'organisation de l'apport de produits et services économiquement efficaces à une minorité car leur distribution est pour l'essentiel moins rentable (BBA, 2000). Ainsi, les banques de réseau tendent de plus en plus à concentrer leur activité sur leurs produits et services les plus rentables, ce qui conduit inévitablement à négliger davantage les personnes non bancarisées et des clients marginalisés (BBA, 2000). Dans certains pays de l'OCDE, l'absence d'accès aux services financiers a été aggravée ces dernières années par une diminution du nombre de banques (Stegman, 2003). Cette tendance se manifeste, entre autres, par la « réduction des accès aux guichets » sous l'effet de la fermeture de banques et de bureaux de poste au Canada, au Royaume-Uni et en Australie (Peachey et Roe, 2004; Connolly et Hajaj, 2001; Kempson *et al.*, 2004). En même temps que ces évolutions dans le secteur financier traditionnel, on a assisté à une prolifération des établissements non bancaires et des prestataires de services financiers alternatifs comme les services d'encaissement de chèques et de officines de crédit à risque qui prêtent des fonds à des conditions abusives⁶ et qui s'adressent souvent aux personnes non bancarisées⁷. Aux États-Unis, par exemple, le nombre de centres d'encaissement de chèques a doublé ces cinq dernières années⁸. Dans le même temps, l'Australie a pu constater les dégâts provoqués par ces intermédiaires, notamment dans les communautés aborigènes⁹ (ECI, 2004).

Par delà ces constatations, l'étude montre toutefois que si l'exclusion bancaire est parfois le fait des institutions financières, les facteurs comportementaux et psychologiques sont souvent les principaux obstacles à l'ouverture de comptes bancaires (Kempson *et al.*, 2004). Par exemple, certains ne voient pas la nécessité ou l'avantage d'ouvrir un compte, ils ne savent pas comment utiliser ou gérer des comptes, ignorent les coûts élevés liés au fait de ne pas avoir de compte bancaire, par crainte ou méconnaissance des nouvelles technologies de la banque électronique, comme les guichets automatiques de banque (GAB), et croyant à tort que les banques traditionnelles (et les produits) n'offrent pas les services spécifiques requis ou que les frais de services sont trop élevés. Ces facteurs comportementaux et psychologiques semblent exacerbés

par un manque de connaissances et de compétences financières de base (y compris des difficultés à lire et à compter), un manque de confiance en soi pour aborder les questions financières, une méconnaissance des nouvelles technologies informatiques voire des difficultés antérieures de crédit¹⁰, le tout conjugué à la peur, la suspicion ou la défiance vis-à-vis des banques et du système financier en général. Parmi les autres facteurs (surtout fréquents chez les immigrants ou les populations indigènes), on retiendra les complications administratives – à savoir les personnes qui ne savent pas quelles sont les pièces d'identité nécessaires ou qui n'en sont pas pourvus, l'absence physique de succursales bancaires ou de GAB dans des zones reculées, ou encore des convictions religieuses ou des valeurs culturelles profondément enracinées qui affectent les attitudes à l'égard des opérations classiques d'emprunt ou de l'accumulation individuelle de richesses¹¹.

Enfin, les changements administratifs au niveau des pouvoirs publics provoqués par le progrès technologique comme la généralisation de l'informatisation des opérations de paiement de l'administration publique au Royaume-Uni et aux États-Unis à la fin des années 90, ainsi que la nécessité croissante pour les particuliers d'assumer la responsabilité de leur propre bien-être financier qui est allée de pair avec les réformes de la protection sociale, ont contribué à intensifier la gravité du problème de l'exclusion financière aux yeux des pouvoirs publics (Cruikshank, 2000; FRB, 2001; Kempson *et al.*, 2004; Reynolds, 2003; Stegman, 1998). Du fait de l'informatisation des opérations de paiement de l'administration publique, l'ouverture d'un compte bancaire est devenue essentielle pour percevoir les salaires et les prestations sociales de l'État. Dans ce contexte, il est d'autant plus important que les consommateurs non bancarisés soient informés sur les services bancaires de base, les comptes de chèques et d'épargne et autres services financiers et comprennent les principes fondamentaux de la gestion d'un compte. Il s'agit maintenant que les programmes d'éducation financière permettent aux personnes non bancarisées ou marginalisées d'accéder à ces informations et les aident à prendre confiance dans leurs capacités économiques et leur aptitude à l'autonomie financière.

Avantages de l'éducation financière pour les exclus du système bancaire¹²

L'étude de l'OCDE tend à montrer que ramener davantage de consommateurs non bancarisés dans le système financier classique permettrait :

- Une augmentation de l'épargne des ménages qui aurait elle-même deux avantages : relever les niveaux d'épargne dans l'économie et encourager tant l'accession à la propriété que la constitution de patrimoines financiers. Faute de relations bancaires établies, les personnes non bancarisées sont

contraintes de recourir à des services financiers alternatifs relativement plus onéreux pour virer des fonds et effectuer d'autres opérations. La réduction pour un plus grand nombre de ces consommateurs des coûts de transaction annuels élevés qui vont de pair avec le recours à ces services alternatifs produirait plusieurs effets bénéfiques en cascade pour l'économie : les consommateurs disposeraient en dernière analyse de plus d'argent pour investir et épargner et aurait plus intérêt à épargner du simple fait d'avoir un compte en banque, ce qui accroîtrait le niveau de l'épargne¹³ (Stegman, 2003). Or, une amélioration de l'épargne et du volume des actifs peut être très utiles pour des consommateurs à faibles revenus et ce, aussi bien à court terme qu'à long terme : à court terme, ils peuvent leur apporter un matelas de protection dans des mauvaises passes, comme un accident ou la perte de l'emploi, et à long terme, ils peuvent alimenter une épargne en vue de la retraite et l'acquisition d'un logement. Qui plus est, à un plus large échelle, un renforcement de l'épargne et une accumulation d'actifs sont de nature à revitaliser les collectivités défavorisées et appauvries (Barr, 2004).

- Un accroissement du nombre de consommateurs mieux protégés contre les pratiques déloyales et discriminatoires (telles que les prêts à des conditions abusives).
- Des économies pour le Trésor et les banques – grâce à la réduction du coût des virements électroniques, à l'efficacité accrue des paiements qui en découle et à une diminution des risques de fraude¹⁴.
- Une augmentation du volume d'affaires des institutions financières qui gagneraient des millions de nouveaux clients potentiels¹⁵.

L'étude met également en relief un certain nombre d'avantages des programmes de développement de l'éducation et de la culture financières permettant de réaliser ces objectifs :

- Ces programmes peuvent permettre de mieux comprendre des services financiers traditionnels et encourager les exclus du système bancaire à éviter les services hors normes. Cela inciterait un plus grand nombre d'entre eux à ouvrir un compte et accroîtrait leurs chances, une fois dans le système, de mieux gérer les produits financiers traditionnels dont ils feront l'acquisition (les comptes et services de chèques, de crédit et d'épargne de base) (Braunstein et Welch, 2002). L'éducation financière peut dès lors apporter une solution au problème de l'absence d'accès aux services financiers dans les collectivités non bancarisées et marginalisées.
- Deuxièmement, informer les personnes non bancarisées et les clients marginalisés sur les inconvénients de services financiers alternatifs et les dangers liés à la souscription de crédit à haut risque peut les aider à comprendre les avantages et les inconvénients de chaque produit, mais aussi l'utilité de l'ouverture d'un compte courant et d'un compte d'épargne. Ces

consommateurs pourraient ainsi prendre des décisions plus judicieuses pour leur avenir financier et contribuer en dernière analyse à la diminution des pratiques de crédit préjudiciables ainsi qu'à l'amélioration de la constitution de patrimoine dans les communautés marginalisées (Malkin, 2003).

- Enfin, les programmes d'éducation financière peuvent réduire les coûts d'information et d'acquisition des compétences des exclus et des clients marginalisés du système bancaire en leur proposant davantage d'informations financières ciblées et une formation leur permettant d'analyser ces informations pour prendre des décisions pertinentes). Il est d'autant plus crucial de réduire les coûts d'information et d'acquisition de compétences de ces consommateurs que la majorité d'entre eux perçoit des revenus faibles.

Description des programmes ouverts aux exclus du système bancaire¹⁶

Les programmes d'éducation financière peuvent être classés en fonction du public visé (personnes non bancarisées, clients marginalisés et à faibles revenus, immigrants et ressortissants nationaux). Dans les quatre pays sélectionnés, l'OCDE a recensé quelque 109 programmes d'éducation financière adaptés aux exclus et aux clients marginalisés du système bancaire¹⁷, qui varient selon le public visé, le prestataire, le vecteur de diffusion, le contenu ou les objectifs¹⁸. Le stade de développement de ces programmes varie également d'un pays à l'autre : il y en a eu énormément au cours des dix dernières années au Royaume-Uni et aux États-Unis, et quelques-uns au Canada alors qu'ils sont moins nombreux et plus récents en Australie.

Il est souvent difficile de se faire une image précise des groupes socio-économiques ou démographiques composant le public ciblé en priorité par les programmes. La plupart des initiatives passées en revue sont destinées à un public hétérogène, susceptible de rassembler deux ou plusieurs groupes. Certains programmes visent les simples demandeurs de compte bancaire ou les consommateurs moins instruits. Plusieurs s'adressent à des consommateurs à revenus faibles ou moyens (immigrants, salariés à faibles revenus, résidents de quartiers déshérités, personnes âgées et primo-accédants à la propriété à faibles revenus, minorités ethniques, réfugiés, salariés à faibles revenus, résidents de quartiers déshérités, destinataires de l'aide sociale. Il est de plus en plus admis que les formations standard ne peuvent pas répondre aux besoins spécifiques de ces populations. De ce fait, les programmes sont de plus en plus conçus pour des groupes spécifiques tels que les minorités/immigrants ou les communautés de ressortissants nationaux/populations rurales. Enfin, un grand nombre de programmes s'attachent à former à la finance les formateurs des exclus et des clients marginalisés du système bancaire (programmes de formation de formateurs).

Nombre de programmes d'éducation sont intégrés à la prestation de services financiers spécifiques tels qu'une première ouverture de comptes de chèques et d'épargne ou de plans d'épargne aidée et mais d'autres adoptent une approche autonome de formation à la gestion de budget, de l'épargne, du crédit, etc., sans lien avec un produit ou un service. Les objectifs tendent à varier selon le public visé. Pour les personnes non bancarisées proprement dites, les programmes s'attachent à expliquer les avantages et l'utilisation d'un compte et de services bancaires ou à permettre l'acquisition de compétences financières fondamentales. La plupart des programmes conçus pour les clients à revenus faibles/moyens proposent des conseils généraux sur la gestion de l'argent et du crédit. D'autres, toutefois, ont un objectif final spécifique ou sont intégrés dans des dispositifs d'encouragement à l'épargne (comme les IDA)¹⁹, de constitution de patrimoine et d'accession à la propriété. Ces initiatives visent à permettre l'autonomie économique et à accroître l'autosuffisance à long terme afin de revitaliser et stabiliser les quartiers défavorisés. Quelques programmes affichent des objectifs spécifiques comme l'apport d'informations aux pauvres sur les crédits d'impôts ou l'accroissement de l'accès aux services bancaires pour les sans-logis ou les personnes âgées, par exemple. Les programmes destinés aux minorités ou aux immigrants s'inscrivent souvent dans d'autres types de dispositifs et ont des objectifs différents, par exemple promouvoir la confiance dans le système bancaire du pays d'accueil, l'intégration dans le pays d'adoption, résoudre le problème de l'absence d'antécédents de crédit, ou surmonter les obstacles d'ordre religieux²⁰. Pour les programmes destinés aux ressortissants nationaux et/ou aux populations rurales, il peut s'agir d'encourager l'utilisation des services bancaires électroniques et une meilleure gestion de revenus et leurs emprunts.

La plupart des programmes dont l'OCDE a pu déterminer la date de lancement ont été entrepris à la fin des années 90 et au début de la décennie actuelle. Les États-Unis représentent la majorité des programmes recensés, la plupart étant mis en œuvre au niveau de communautés ou à l'échelle nationale, le reste l'étant au niveau des municipalités ou des États. Le Royaume-Uni représente le plus grand nombre de programmes après les États-Unis, la majorité étant de portée nationale. L'Australie est à l'origine d'environ un huitième des programmes recensés, la majorité au niveau national et le reste à l'échelon des communautés ou des États. Enfin, le Canada propose quelques programmes qui sont présentés dans la partie II.

Pour les programmes décrits plus haut, les vecteurs de diffusion les plus cités (par fréquence d'utilisation) sont les suivants : les modules de formation suivis par l'intermédiaire de deux ou plusieurs modes de diffusion²¹; la documentation écrite ou en ligne; les services de conseil (assistance téléphonique et conseil personnalisé); les sites Internet/services en ligne²²; les campagnes publiques²³ et opérations de sensibilisation (conférences, forums nationaux,

colloques, présentations), sans oublier d'autres vecteurs tels que les dossiers d'information, les vidéos et les programmes informatiques). Il convient de noter qu'une partie des modules de formation comportent une part d'enseignement et/ou de conseil en face à face, souvent parallèlement à des ateliers. En outre, ces formations tendent à être assurées dans des salles de classe traditionnelles, en utilisant souvent des programmes préétablis adaptés au profil démographique majoritaire des participants. Des rencontres et des présentations ouvertes sur les communautés font aussi occasionnellement partie des modules. Enfin, la majorité de l'ensemble des programmes axés sur les minorités, les immigrants ou les réfugiés est assurée à la fois en anglais et dans la langue maternelle des populations concernées, soit par des formateurs bilingues ou à l'aide d'interprètes ou de documents écrits et traduits, et la plupart des programmes destinés aux ressortissants nationaux adoptent un style sensible aux conceptions locales de la richesse.

Les prestataires, publics ou privés, sont très variés. Les plus représentés sont les organisations sans but lucratif/communautaires/éducatives, les partenariats réunissant au moins deux types de prestataires (associations de communautés ou de consommateurs et institutions financières le plus souvent); les agences ou services gouvernementaux ou les organismes financés par les pouvoirs publics, les caisses de crédit mutuel ou leurs associations, les organismes de tutelle et de surveillance financière, les banques ou les institutions financières ainsi que les entreprises du secteur privé.

Les programmes destinés aux personnes non bancarisées et aux clients marginalisés donnent lieu à des mécanismes de financement complexes et tendent à conjuguer capitaux publics et capitaux privés²⁴. La majorité des 57 programmes qui publient le détail de leur financement conjuguent au moins deux financements. Certains combinent les frais de participation et les recettes du programme avec d'autres sources de financement. Enfin, pour réduire les coûts, un petit nombre de programmes fait appel à des volontaires mais admettent avoir des difficultés à recruter et retenir des personnes motivées.

Synthèse des évaluations des programmes destinés aux exclus du système bancaire²⁵

L'OCDE n'a pu recenser que trois programmes d'évaluation : deux aux États-Unis et un au Royaume-Uni et tous évaluent des modules de formation. Ils donnent quelques indications sur les prestataires offrant le meilleur rapport coût-efficacité, l'organisation, le contenu et les méthodes de diffusion des formations. Les principales constatations et implications pour l'action des pouvoirs publics peuvent être résumées comme suit :

En ce qui concerne les prestataires, l'évaluation réalisée au Royaume-Uni approuve la fourniture à l'échelon local de programmes d'éducation financière

proposés aux exclus et aux clients marginalisés du système bancaire (Dartnall *et al.*, 2002). Selon cette étude, ceux qui sont les mieux placés pour toucher ces personnes difficiles à atteindre sont les associations de la communauté locale qui disposent déjà d'une vaste expérience du traitement des personnes socialement et financièrement exclus et du travail avec leurs propres clients dans les zones locales. Mais surtout, ces organismes peuvent tirer parti de la confiance et du respect dont ils jouissent auprès de ces communautés. Il apparaît donc que les organisations sans but lucratif – prestataires majoritaires des 109 programmes recensés par l'OCDE – semblent être les mieux à même de fournir des programmes d'éducation financière aux exclus et aux clients marginalisés du système bancaire.

Pour ce qui est de l'organisation des programmes, sachant que les prestataires et les formateurs viennent souvent de différents organismes, on constate que les problèmes surgissent lorsque les rôles de ces prestataires et formateurs ou les objectifs du programme sont flous (Dartnall *et al.*, 2002). Il est donc important d'établir des objectifs clairs dans les programmes de formation destinés aux exclus et aux clients marginalisés du système bancaire (Dartnall *et al.*, 2002). Il faut en outre prendre en considération la population ciblée pour l'élaboration des programmes ainsi que ses préoccupations et besoins spécifiques. Lorsque plusieurs organismes doivent travailler en coopération, au niveau national ou local, les responsables du programme doivent définir des orientations claires, définissant les rôles de chaque partenaire et les lignes de communication.

En ce qui concerne le contenu des programmes, certains exclus du système bancaire ont du mal à absorber l'information portant sur la gestion de leur argent car ils savent à peine lire et compter. Certains disposent de cette instruction rudimentaire mais ne comprennent rien à la finance. Pour traiter ce problème de façon pragmatique, l'évaluation réalisée au Royaume-Uni suggère l'élaboration de programmes modulaires en deux parties : le premier module serait consacré à l'acquisition des compétences de base (en utilisant des exemples, problèmes et questions liés à la finance) et le deuxième se concentrerait plus spécifiquement sur l'instruction financière et la gestion de l'argent (Dartnall *et al.* 2002). Les participants pourraient ainsi suivre un seul module ou les deux, selon leurs besoins.

Enfin, les évaluations américaine et britannique examinent les meilleurs vecteurs de diffusion, choix de supports de formation, lieux de cours et formateurs. L'évaluation britannique constate que les cours constituent la méthode de formation la plus efficace; c'est également le vecteur de diffusion le plus prisé des 109 programmes recensés par l'OCDE (Dartnall *et al.*, 2002). Les supports de cours doivent être adaptés à des adultes et les formations données de manière informelle dans un environnement approprié par des formateurs locaux et avec des incitations précises (Dartnall *et al.*, 2002). Les documents écrits ne

semblent pas être le support de cours le plus efficace : il est recommandé d'utiliser une documentation diversifiée et, si possible, divertissante (vidéos, jeux, exercices interactifs, photocopiés, etc.) (Dartnall *et al.*, 2002). On constate que les cours et séminaires sont plus efficaces lorsqu'ils ont lieu en petits groupes ou dans une salle de classe et qu'ils sont conduits par un dirigeant respecté de la communauté. Il est essentiel que les participants se sentent à l'aise dans l'environnement choisi et ils apprennent mieux avec un instructeur qu'ils connaissent et à qui ils peuvent faire confiance (Anderson *et al.*, 2002). Les cours en petits groupes permettent également aux apprenants de travailler sur des projets d'apprentissage individuel et de développer tant leurs compétences d'intégration sociale que financières. Enfin, les évaluations recommandent la mise en place d'un système d'incitations précises afin d'encourager les participants à se former et à s'intéresser davantage à la finance. Ce système d'incitations peut inclure la délivrance d'attestations de formation et des cérémonies de remise de diplôme (Anderson *et al.*, 2002).

Résumé des implications pour l'action des pouvoirs publics en matière de programmes destinés aux exclus du système bancaire

Les publications et les évaluations passées en revue dans ce chapitre donnent des indications pour la fourniture d'une éducation financière efficace aux exclus et clients marginalisés du système bancaire. Les programmes d'éducation financière doivent convaincre ces consommateurs des avantages de la bancarisation, leur fournir des informations sur les services disponibles et une formation adéquate pour les aider à ouvrir leur premier compte en banque. Une fois cette étape franchie, il est essentiel de proposer à ces nouveaux détenteurs de comptes des programmes de formation continue à la gestion financière et à la gestion de budget pour les aider à faire des choix financiers plus avisés. Ils doivent pour ce faire fournir des formations, des informations et des conseils objectifs pour doter les personnes non bancarisées ou les clients marginalisés des outils de gestion nécessaires pour gérer efficacement leurs comptes et des connaissances financières permettant de continuer à bien gérer leur compte, de façon à les rendre plus autonomes à l'avenir. Les initiatives d'éducation financière pour les personnes non bancarisées et les clients marginalisés doivent donc jouer un rôle préventif, en aidant cette population à acquérir les compétences financières nécessaires pour participer de manière autonome à l'économie moderne et lui permettre d'éviter, par exemple, le recours aux méthodes plus onéreuses utilisant le papier, aux services financiers alternatifs ou à l'aide sociale.

Les programmes d'éducation financière peuvent à l'évidence aider les pouvoirs publics à résoudre le casse-tête de l'exclusion et de la marginalisation financières. C'est particulièrement vrai quand on tient

compte du manque de connaissances de la finance dans cette population, à la fois symptôme et cause sous-jacente de nombreux problèmes décrits jusqu'ici, manque de connaissances qui conduit à l'exclusion financière que ces problèmes perpétuent. Les programmes d'éducation financière destinés aux exclus et aux clients marginalisés du système bancaire peuvent jouer trois rôles importants : premièrement, encourager ces consommateurs à s'intégrer dans le système financier ou à mieux l'utiliser, deuxièmement, les aider à devenir des titulaires de compte accomplis à court terme, et troisièmement contribuer à en faire des épargnants à long terme. L'éducation financière peut donc encourager ces populations à surmonter les obstacles qui les dissuadent d'utiliser le système financier et elle peut contribuer à l'élaboration de solutions durables pour contrecarrer les conséquences négatives du fait de ne pas avoir de compte en banque.

On trouvera plus de précisions sur les exclus du système bancaire et l'éducation financière en annexe D.

Notes

1. Le choix de ces quatre pays repose sur le fait qu'ils ont soit fourni des informations sur les programmes pour les exclus du système bancaire dans leur réponse aux questionnaires de l'OCDE sur l'éducation financière, soit qu'ils disposent d'une documentation approfondie sur les initiatives de formation de ces personnes.
2. L'OCDE a également trouvé une documentation limitée sur l'exclusion financière en Allemagne, en Belgique, en France et en Irlande (Peachey and Roe, 2004; Kempson *et al.*, 2004). L'un des facteurs influençant l'exclusion financière est l'accès aux banques ou aux institutions financières analogues. On notera à cet égard que dans un système financier reposant sur les banques, comme c'est le cas dans la plupart des pays d'Europe continentale, on a des chances de se trouver en présence de vastes réseaux bancaires.
3. Pour plus de précisions sur cette section, voir annexe D.
4. www.ncpa.org/pd/social/sociala.html.
5. Les groupes de populations immigrées tendent à avoir un accès limité aux systèmes financiers traditionnels, peuvent mal connaître les pratiques financières du pays d'accueil et/ou ne pas parler la langue.
6. Les organismes de crédit à risque sont ceux qui acceptent des clients ayant des cotes de crédit médiocres, en d'autres termes, les emprunteurs à haut risque; les officines de prêts à des conditions abusives sont des bailleurs de fonds illégaux qui pratiquent une forme d'escroquerie aux prêts. (Pour plus de précisions, voir chapitre 5 et annexe C.)
7. Les prestataires de services financiers alternatifs facturent à leurs clients des frais supérieurs pour effectuer des opérations que ne le feraient des banques

traditionnelles pour des opérations équivalentes et les frais annuels facturés par ces prestataires dépassent largement le coût de tenue de comptes de chèques ou d'épargne traditionnels (Caskey, 2002).

8. www.fisca.org.
9. Voir aussi www.asic.gov.au.
10. Des problèmes antérieurs en matière de crédit imposent invariablement aux clients de fermer leurs comptes. Selon une étude menée au Royaume-Uni, par exemple, une personne non bancarisée sur six qui détenait un compte bancaire par le passé a été contrainte de cesser de l'utiliser après avoir connu des difficultés financières (BBA, 2000).
11. Les communautés autochtones américaines et australiennes, par exemple, privilégient l'accroissement des actifs de leur communauté par rapport à l'accumulation de richesses individuelles (Malkin, 2003).
12. Pour plus de précisions sur cette section, voir annexe D.
13. Une étude met en évidence une forte corrélation entre le fait de détenir un compte en banque et celui d'épargner (Vermilyea & Wilcox, 2002 cité dans Barr et Sherraden, 2004).
14. Au Royaume-Uni, par exemple, l'Automated Credit Transfer (ACT) entré en vigueur en 1999 a, selon des estimations, vraisemblablement économisé aux pouvoirs publics et aux contribuables britanniques quelque 500 millions GBP par an en permettant une réduction des coûts d'administration et 100 millions GBP par an grâce à une réduction des fraudes (UKDSS, 2001).
15. Avec un nombre total de personnes non bancarisées de l'ordre de 14.5 à 15.5 millions aux États-Unis et au Royaume-Uni uniquement, les institutions financières et les marchés de capitaux peuvent théoriquement gagner des millions de nouveaux clients. (Il s'agit de la somme des chiffres précédemment cités dans ce chapitre, soit 12 millions de personnes non bancarisées aux États-Unis et quelque 2.5 à 3.5 millions au Royaume-Uni.)
16. Pour plus de précisions sur cette section, voir annexe D.
17. Ce décompte n'est absolument pas censé être exhaustif.
18. Sauf indication contraire, les informations sur les programmes d'éducation financière sur les personnes non bancarisées proviennent des réponses des délégués du Comité des marchés financiers au questionnaire de l'OCDE sur l'éducation financière.
19. Les « Individual Development Account programmes » visent à encourager les consommateurs à faibles revenus à épargner en les aidant à ouvrir des comptes épargne grâce à l'abondement de leurs versements (<http://gwbweb.wustl.edu/csd/asset/idas.htm>) Le module d'acquisition de compétences financières de base inclus dans ces programmes a beaucoup contribué à leur succès. Il serait utile que les programmes d'aide sociale contiennent une composante de ce type.
20. Par exemple, le site Web de l'*Islamic Mortgage Initiative* mis en place par la caisse fédérale de refinancement des crédits au logement, Freddie Mac donne informations sur le fonctionnement de ce produit particulier qui répond au besoin de financement du logement d'une minorité religieuse et vise à améliorer l'accès des Musulmans aux services financiers traditionnels (www.freddiemac.com/homeownership/features/muslim_1106.htm).
21. Il peut s'agir de combinaisons variées de tous les vecteurs de diffusion cités.

22. On n'a pris soin de ne retenir que les sites Web et services en ligne proposant des informations et des conseils objectifs et non faussés. L'OCDE a constaté, au cours de cette étude, que même si ce n'est pas toujours évident, certains sites Web (notamment d'origine privée) dissimulent des publicités, des promotions et des hyperliens vers leurs produits et services sous des informations et conseils financiers apparemment non faussés.
23. Principalement menées par des actions de lobbying ainsi que par voie de publicité, d'affichage, de publications et dans les médias.
24. Des organismes publics, des organismes sans but lucratif de conseil en matière de crédit, services d'entraide communautaire, institutions financières et banques, entreprises, fondations du secteur privé.
25. Pour plus de précisions sur cette section, voir annexe D.

Bibliographie

- Anderson S.G., J. Scott et M. Zhan (2002), Executive Summary of Financial Links for Low-Income People, (FLLIP): Évaluation of Implementation and Initial Training Activity, School of Social Work, University of Illinois at Urbana-Champaign, www.povertylaw.org/advocacy/community_investment/executive_summary.doc, consulté en décembre 2004.
- Barr, M. S. (2004), « Banking the Poor », *Yale Journal on Regulation*, vol. 21, pp.121-237, hiver 2004.
- Barr M.S. et M. Sherraden (2004), « Institutions and Inclusion in Saving Policy », Document présenté lors du symposium « Building Assets, Building Credit: A Symposium on Improving Financial Services in Low-Income Communities », Harvard University, 18-19 novembre 2003, www.jchs.harvard.edu/publications/finance/babc/babc_04-15.pdf, consulté en janvier 2005.
- Braunstein S. et C. Welch (2002), « Financial Literacy: An Overview of Practice, Research and Policy », *Federal Reserve Bulletin*, Washington D.C., www.federalreserve.gov/pubs/bulletin/2002/1102lead.pdf#, consulté le 22 août 2003.
- British Bankers' Association (BBA) (2000), Promoting Financial Inclusion – The Work of the Banking Industry, www.bba.org.uk/content/1/c4/18/43/promoting2000.pdf, consulté en novembre 2004.
- Caskey J.P. (2002), « Bringing Unbanked Households into the Banking System », *Capital Xchange*, January 2002, www.brook.edu/es/urban/capitalxchange/article10.htm, consulté en décembre 2004.
- Connolly C. et K. Hajaj (2001), Financial Services and Social Exclusion, Financial Services Consumer Policy Centre, University Of New South Wales, Chifley Research Centre, www.chifley.org.au/publications/banking_and_social_exclusion_final_report.pdf, consulté en décembre 2004.
- Cruikshank D. (2000), Competition in UK Banking, Her Majesty's Stationery Office, London, UK www.hm-treasury.gov.uk/documents/financial_services/banking/bankreview/fin_bank_reviewfinal.cfm, consulté en décembre 2004.
- Dartnall L. et al. (2002), Evaluation of the Community Development Programme in Financial Literacy and Basic Skills, National Foundation for Educational Research (NFER), www.basic-skills.co.uk#, consulté le 16 juillet 2003.

- ECI Africa Consulting (ECI) (2004), FinMark Trust: Financial Literacy Scoping Study & Strategy Report, www.finmarktrust.org.za/documents/2004/AUGUST/FinLit_Report.pdf, consulté en décembre 2004.
- Federal Reserve Board (FRB) (2001), « The Unbanked – Who Are They? », Capital Connections newsletter, vol. 3, n° 2., www.federalreserve.gov/dcca/newsletter/2001/spring01/unbank.htm, consulté en décembre 2004.
- Kempson E., A. Atkinson et O. Pilley (2004), Policy Level Response To Financial Exclusion In Developed Economies: Lessons For Developing Countries, Personal Finance Research Centre, University of Bristol, Bristol, étude commandée par la Financial Sector Team, Policy Division, Department for International Development, Royaume-Uni, www.microfinancegateway.org/files/21955_dfid_report.pdf, consulté en octobre 2004.
- Malkin J. (2003), « Financial Education in Native Communities: A Briefing Paper », Paper presented at the Native American Financial Literacy Coalition's Financial Education in Native Communities national policy development forum, 28-29 mai 2003, Denver, Colorado, www.cfed.org/publications/Financial%20Éducation%20in%20Native%20Communities.pdf, consulté le 26 août 2003.
- National Statistics United Kingdom (NSUK) (2005), « UK population grows to 59.6 million », 28 janvier, www.statistics.gov.uk/cci/nugget.asp?id=760, consulté en mars 2005.
- Peachey S. et A. Roe (2004), « Access To Finance: A Study For The World Savings Banks Institute », Contribution présentée lors de la Conférence du World Savings Banks Institute (WSBI) et de la Banque mondiale sur le thème « International Access to Finance », 28-29 octobre 2004, Bruxelles, www.savings-banks-events.org/atf/programme.htm.
- Reynolds F. (2003), « Promoting financial inclusion », Poverty 114, *Journal of the Child Poverty Action Group*, Londres, Royaume-Uni, www.cpag.org.uk/info/Povertyarticles/Poverty114/financial.htm, consulté en décembre 2004.
- Stegman M.A. (1998), « Electronic Benefit's Potential to Help the Poor », Policy Brief, n° 32, The Brookings Institution, Washington D.C., www.brookings.org/printme.wbs?page=/comm/policybriefs/pb32.htm, consulté en décembre 2004.
- Stegman, M.A. (2003), « Banking the Unbanked: Connecting Residents of Social Housing to the Financial Mainstream », in R. Forrest et J. Lee (éd.), *Housing and Social Change: East-West Perspectives*, Routledge, London, www.kenan-flagler.unc.edu/assets/documents/CC_Routledge-2003%20BankingUnbanked.pdf, consulté en décembre 2004.
- UK Department of Social Security (UKDSS)[désormais désigné sous le nom de Department for Work and Pensions] (2001), Memorandum (PAC 00-01/70) concerning the Comptroller and Auditor General's Report of 18 August 2000, soumis par le Department Of Social Security to the Committee of Public Accounts, Parlement du Royaume-Uni, 10 janvier, www.publications.parliament.uk/pa/cm200001/cmselect/cmpubacc/282/1022602.htm, consulté en décembre 2004.

Références sur l'Internet

Australian Securities & Investment Commission : [www.asic.gov.au] (site consulté en décembre 2004).

Center for Social Development, George Warren Brown School of Social Work, Washington University : [<http://gwweb.wustl.edu/csd/>] (site consulté en décembre 2004).

Financial Service Centers of America, Inc.: [<http://www.fisca.org/>] (site consulté en février 2005).

Freddie Mac : [www.freddiemac.com] (site consulté en mars 2005).

National Center for Policy Analysis : [www.ncpa.org] (site consulté en février 2005).

Chapitre 7

Conclusions et orientations futures pour l'éducation financière

La plupart des pays de l'OCDE proposent diverses formes de programmes d'éducation financière portant sur tout un éventail de questions. De fait, dans certains pays, il y a tant de programmes d'éducation financière que l'on peut craindre une surabondance de l'information pour les consommateurs. Un certain nombre de pays ont entrepris des enquêtes sur la culture financière des consommateurs. Certains ont longuement réfléchi à l'évaluation des programmes d'éducation financière et aux caractéristiques des programmes efficaces dans ce domaine. Quelques pays accordent une telle importance à l'éducation financière qu'ils sont en train d'élaborer des stratégies nationales de coordination et d'orientation de leurs programmes. Mais les pays qui ont procédé à des évaluations effectives de leurs programmes sont relativement rares. En outre, la plupart de ces évaluations se sont déroulées dans un seul pays.

L'un des principaux constats est que les pays dispensent l'éducation financière sous des formes diverses, de la distribution de brochures et de plaquettes sur des questions financières précises à l'offre de sessions de formation en passant par les campagnes dans les médias. Les sites Web constituent le vecteur d'éducation financière le plus couramment utilisé. La plupart des pays ont en effet de tels sites sur lesquels des organismes publics ou privés proposent des formes d'éducation financière. Ensuite, on observe surtout la diffusion de brochures et de publications. Même s'ils sont moins fréquemment utilisés que les vecteurs précédents, les stages et séminaires servent aussi à dispenser des formes d'éducation financière. Parfois, des cours par correspondance sont mis sur pied pour les adultes tandis que des concours destinés aux étudiants sont organisés pour encourager les jeunes à s'intéresser à la gestion financière. Quelques pays ont lancé des campagnes de promotion de l'éducation financière dans les médias. Certains apportent aussi une éducation financière sur des questions des plus diverses, notamment le crédit, l'assurance, les placements et les retraites. Une bonne partie de ces informations sont destinées au grand public, mais elles peuvent parfois être plus spécialement ciblées sur les investisseurs, sur les consommateurs surendettés, sur les personnes qui sont exclus du système financier. Cela étant, il est difficile de savoir dans quelle mesure les informations financières présentées aux consommateurs tiennent compte de leur niveau variable de connaissances financières¹.

Par ailleurs, malgré l'accent mis par les pouvoirs publics sur les programmes d'éducation financière, peu de pays ont enquêté sur la culture financière de la

population pour déterminer les problèmes et besoins financiers les plus préoccupants pour les consommateurs. Ces enquêtes montrent que les consommateurs n'entendent souvent pas grande chose aux questions financières. Onze pays de l'OCDE ont procédé à des enquêtes sur la culture financière des consommateurs et trois autres prévoient de le faire. Même si les groupes cibles, les approches et les méthodologies diffèrent d'une enquête à l'autre, on note des similitudes dans les résultats. La compréhension financière médiocre des consommateurs est un résultat commun à toutes les enquêtes. Les enquêtes qui posaient des questions sur les caractéristiques démographiques des consommateurs font ressortir que la culture financière est corrélée au niveau d'éducation et de revenu, bien que des consommateurs ayant un niveau de formation élevé et disposant de revenus importants puissent être tout aussi ignorants de la chose financière que ces personnes moins éduquées. Autre constat commun, les consommateurs pensent souvent ont tendance à surestimer leur culture financière, cette conviction pouvant les plonger dans des problèmes financiers. Ces enquêtes indiquent aussi que les consommateurs ont du mal à trouver des informations financières et à les comprendre.

Troisième constat, l'efficacité des programmes d'éducation financière est rarement évaluée. Cela tient en partie au fait que ces évaluations coûtent cher et que les budgets des pouvoirs publics sont limités. Mais cela tient aussi au fait qu'il est difficile d'imaginer des critères d'évaluation réalistes des objectifs des différents programmes, à savoir sensibiliser les consommateurs à ces questions et les amener à modifier leur comportement financier. Nombre d'évaluations recensées par ce rapport portent sur des programmes d'éducation financière assurés par des employeurs et destinés aux travailleurs. Dans ce contexte, il est plus facile de mettre en évidence des indicateurs de changement de comportement. Les employeurs collectent des données sur la participation aux plans de retraite, sur les niveaux de cotisation et les allocations d'actifs. L'efficacité des programmes d'éducation financière peut donc être mesurée par l'ampleur de l'accroissement des niveaux de participation et de cotisation des travailleurs et par la modification des allocations d'actifs dans le sens souhaité. En revanche, lorsque des informations financières sont fournies par l'intermédiaire de sites Web ou de brochures distribuées dans des lieux publics, il est difficile d'élaborer des indicateurs efficaces du changement de comportement. Par exemple, on ne dispose d'aucun moyen de savoir si ceux qui ont consulté un site Web ou pris une brochure ont compris ce qu'ils ont lu et/ou ont changé leur comportement de ce fait. Dans le cas des sessions d'éducation financière, les participants peuvent être évalués avant comme après les sessions pour mesurer l'amélioration de leur compréhension des concepts à l'issue de la formation. Néanmoins, pour vraiment mesurer l'efficacité de la formation, il faudrait élaborer des indicateurs du changement de comportement².

Cela étant, les programmes d'éducation financière qui ont été évalués ont été jugés efficaces. Aux États-Unis par exemple, des études montrent que les salariés participent et contribuent davantage au plan 401-K lorsque les employeurs proposent une éducation financière, que ce soit sous forme de brochures ou de séminaires. L'éducation financière dispensée sous forme de conseil en matière hypothécaire s'est avérée efficace quant à la réduction des risques d'incidents de paiement au titre des emprunts hypothécaires. Les consommateurs qui assistent à des sessions de conseil sur le crédit en face à face sont moins endettés et sont à l'origine de moins d'incidents de paiement que les autres. Des évaluations plus subjectives des programmes d'éducation financière destinés aux personnes non bancarisées ont montré que les participants sont satisfaits de la formation qu'ils ont reçue et ont plus confiance dans leur capacité de prendre des décisions financières.

Enfin, si importante puisse être l'amélioration de la culture financière des consommateurs, l'éducation financière peut ne pas être toujours le moyen le plus efficace d'améliorer le bien-être des consommateurs. Des études sur le comportement financier ont mis en évidence un certain nombre de traits psychologiques de nature à limiter le succès de l'éducation financière. Par exemple, selon certaines enquêtes, une proportion significative de consommateurs n'a pas la discipline qui leur permettrait de se fixer des objectifs d'épargne et de s'y tenir. D'autres sont paniqués par le grand nombre d'instruments financiers à leur disposition et n'en achètent donc aucun. Dans le domaine des pensions, cela a conduit de nombreux experts à préconiser une affiliation automatique dans le cas de régimes de retraite à cotisations définies, avec des taux de cotisation et des allocations d'actifs également définis par défaut. Certaines études ont montré que de telles démarches peuvent s'avérer plus efficaces que la seule éducation financière pour accroître l'épargne retraite. Toutefois, la plupart des experts admettent que l'éducation financière doit néanmoins jouer dans ce cas un rôle pour l'apport d'informations et de conseils aux travailleurs sur leurs plans de retraite.

Ce qui ressort clairement de ce rapport, cependant, c'est qu'il y a beaucoup plus à faire et à apprendre sur les programmes d'éducation financière et sur la façon de les améliorer. Premièrement, il convient de sensibiliser d'avantage les consommateurs à la nécessité de l'éducation financière et aux moyens d'y accéder. L'éducation financière n'est pas uniquement destinée aux investisseurs. Elle est tout aussi importante, voire plus, pour le ménage moyen qui s'efforce d'équilibrer son budget et de faire des économies pour les études des enfants et la retraite des parents. Il faut mieux connaître les besoins d'éducation financière des consommateurs à différents stades de leur vie et la façon dont on peut concevoir et mettre en œuvre des programmes d'éducation financière pour répondre à leurs besoins. Comment les programmes d'éducation financière peuvent-ils mieux toucher les consommateurs qui en ont le plus

besoin? Il faut mieux connaître la façon dont les consommateurs souhaitent recevoir des informations sur les questions financières. Quelle est la meilleure façon d'apporter des programmes d'éducation financière à des consommateurs occupés par leur travail et leur famille? Il convient d'élaborer des indicateurs objectifs pour mesurer la réussite des programmes et de procéder à de plus nombreuses évaluations de ces programmes. Dans l'idéal, il faudrait collecter plus d'informations sur les différents programmes pour pouvoir dresser avec plus de confiance une liste des pratiques exemplaires. Il faut donc plus d'études et plus d'évaluations. Actuellement, il n'est pas possible de comparer la culture financière des différents pays, ni même d'en comparer l'évolution dans le temps pour un même pays. Qui plus est, il est difficile de trouver des données suffisamment détaillées sur les taux d'épargne, l'endettement des ménages et les modifications intervenant dans la couverture des retraites pour pouvoir procéder à une comparaison critique entre les différents pays.

Cet ouvrage est centré sur les programmes proposés en dehors de l'école. Des études réalisées pour cet ouvrage témoignent cependant de l'importance d'une éducation aussi précoce que possible des individus sur les questions financières. La prochaine phase du projet qui sera déployée en coopération avec la direction de l'éducation de l'OCDE, consistera donc à décrire et analyser les programmes d'éducation financière dispensés dans les écoles et les universités. Cette deuxième phase devrait aboutir à un grand rapport sur la culture financière chez les jeunes et sur l'état de l'éducation financière dans les écoles.

L'OCDE engagera aussi d'autres travaux sur l'éducation financière et la sensibilisation à la finance en ce qui concerne les assurances et les pensions. Les études réalisées pour le présent ouvrage seront prolongées pour examiner plus en détail l'importance de l'éducation financière pour que les consommateurs soient davantage sensibilisés aux questions relatives aux assurances et qu'ils les comprennent mieux, notamment en ce qui concerne les avantages d'une couverture d'assurance. Autre prolongement des travaux présentés dans cet ouvrage, des études seront consacrées au rôle de l'éducation financière vis-à-vis des régimes de retraite à prestations comme à cotisations définies et à l'élaboration de principes directeurs adaptés sur l'éducation financière en matière d'épargne retraite.

Notes

1. Même si de nombreux pays proposent des programmes d'éducation financière, d'autres ont opté pour la voie réglementaire. Pour ces pays, les pouvoirs publics doivent veiller à ce que les conseillers financiers aient un niveau minimum de compétence et que les consommateurs bénéficient d'une information financière exacte et non faussée. Dans ce cas, le poids de la protection du consommateur repose sur les prestataires de services financiers. Même s'il le présent rapport ne

s'étend pas sur cette approche, elle mérite que les autorités l'aient à l'esprit, car elle offre une solution de rechange et un possible complément à l'éducation financière.

2. Les mesures de l'efficacité utilisées vont dépendre des objectifs de la formation, par exemple, si elle visait à apporter des informations élémentaires sur l'ouverture d'un compte bancaire, à aider des personnes endettées ou à leur permettre de commencer à épargner pour leur retraite. Si la formation portait sur la retraite, des questions pourraient être posées aux participants pour savoir s'ils ont ouvert un compte d'épargne ou augmenté leurs apports à un compte existant. Il conviendrait ensuite de collecter des données avant la formation et à plusieurs moments après la formation pour déterminer si les comportements ont effectivement changé.

ANNEXE A

Évaluation des compétences financières des consommateurs : complément d'information

Évaluation des enquêtes actuelles sur la culture financière

Enquêtes utilisant des tests objectifs

Aux États-Unis et en Corée, les enquêtes sont conduites à partir d'un questionnaire élaboré par la Jumpstart Coalition for Personal Literacy¹. L'enquête a été menée quatre fois aux États-Unis (1997, 2000, 2002 et 2004) et une fois en Corée (2003)². En Corée, le groupe cible est constitué d'élèves de seconde et première; aux États-Unis, il est composé d'élèves de terminale. Il s'agit de questionnaires à choix multiples dans les deux cas, mais aux États-Unis les élèves y sont soumis lors d'un cours d'anglais ou d'histoire qui ne traite ni d'économie ni de finance afin d'assurer la représentativité du groupe des élèves de terminale des écoles publiques³.

Élaboré par une équipe d'éducateurs, le questionnaire contient une cinquantaine de questions dont approximativement 20 d'ordre démographique et 30 visant à mesurer la compréhension de la finance personnelle de base des élèves dans quatre domaines : revenu, gestion de l'argent, épargne et investissement, et dépenses et dettes. En matière de revenu, les questions testent la faculté des élèves à analyser l'impact de leurs choix personnels (faire des études par exemple) sur leur revenu futur; elles visent aussi à identifier les sources de revenu et à expliquer comment le revenu disponible est affecté par l'impôt sur les personnes physiques et les droits de mutation. En matière de gestion financière, les questions visent à mesurer la capacité des étudiants à apprécier le coût d'opportunité des décisions financières, à fixer et évaluer des objectifs en termes de revenu et d'épargne, à établir un budget, à comprendre le rapport entre impôts, revenu, dépenses et investissement, et à se doter d'un plan de gestion des risques avec tous les types d'assurance appropriés. En matière d'épargne et d'investissement, les

questions testent la faculté des élèves à comparer les avantages et inconvénients d'une épargne précoce par rapport à une épargne tardive, à comprendre l'importance d'une épargne à court terme et long terme et les stratégies d'investissement, à reconnaître et évaluer le risque, le rendement et la liquidité des différents instruments financiers et à comprendre comment les décisions d'épargne et d'investissement sont affectées par la fiscalité, la politique des pouvoirs publics et l'inflation. En matière de dépenses et de dettes, les questions testent la capacité des étudiants à comparer les avantages et les inconvénients qu'il y a à dépenser maintenant plutôt que plus tard, à évaluer les avantages et les coûts associés aux différents modes de paiement comme le paiement comptant, les chèques et les cartes de crédit, à comprendre l'impact du risque représenté par l'emprunteur sur le coût du crédit, à comprendre le lien entre les remboursements et les antécédents de crédit, à comprendre les droits et obligations des acheteurs, vendeurs et créanciers, à réaliser une analyse coûts/avantages pour faire un choix entre différentes possibilités de dépense, et à analyser le meilleur moyen de gérer les difficultés financières (Mandell, 2001).

Enquêtes utilisant des tests subjectifs

Les enquêtes réalisées en Australie, au Japon et au Royaume-Uni sont essentiellement des sondages d'opinion demandant surtout aux répondants de dire ce qu'ils pensent de la détention de produits financiers, des moyens de s'informer sur ces derniers, de la formation financière et de leur connaissance de l'environnement financier.

L'Australie a mené une enquête auprès des adultes en 2002-03 (ANZ Banking Group, 2003)⁴. Il s'agit d'un questionnaire en deux parties : 3 548 adultes sélectionnés de manière aléatoire ont été interrogés par téléphone et 202 adultes à Sydney et Melbourne ont été soumis à un questionnaire plus approfondi, en partie pour répondre à des questions soulevées au cours du sondage téléphonique. Les personnes interrogées par téléphone ont répondu à des questions à la fois financières et démographiques. Sur un total de 145 questions financières et de 25 questions démographiques, tous les répondants ont eu à répondre à des questions essentielles. Quant aux autres questions, elles n'ont été posées que si elles étaient pertinentes (par exemple si le répondant détenait une carte de crédit) ou réparties au hasard à 50 % des répondants, de manière à réduire au minimum le nombre de questions posées. Les individus n'ont été interrogés que sur des questions en rapport avec leurs besoins et leur situation et non sur toute la gamme de services et produits financiers.

À l'instar de l'enquête Jumpstart, l'enquête australienne recense un nombre de thèmes que les consommateurs devraient bien connaître. L'enquête vise à mesurer les compétences de base des Australiens en

mathématiques, lecture et compréhension générale mais aussi leur compréhension, compétence et responsabilité financières. Par compréhension financière, on entend que les consommateurs comprennent ce qu'est l'argent, comment il s'échange, d'où il vient et où il va. Par compétence financière, on entend que les consommateurs doivent comprendre les principales caractéristiques des services financiers de base, les documents financiers et l'importance de les lire et de les conserver; qu'ils doivent être conscients des risques de certains produits financiers et capables d'apprécier le lien entre le risque et le rendement. La responsabilité financière recouvre la capacité de faire des choix de vie personnels appropriés dans le domaine de la finance, la compréhension des droits et obligations des consommateurs mais aussi la capacité et la confiance nécessaires pour demander conseil lorsque les choses tournent mal. Comme cette enquête vise à tester la connaissance financière des répondants et leur perception des questions financières, les résultats permettent de faire des comparaisons entre ce que les consommateurs pensent des questions financières et leur connaissance réelle par rapport à ces questions.

Au Japon, le Conseil central de l'information sur les services financiers finance deux enquêtes auprès des consommateurs sur les questions financières (le Sondage d'opinion sur l'actif et le passif des ménages et l'Enquête auprès des consommateurs sur la finance). La première, qui a lieu tous les ans, existe depuis 1953 (Central Council, 2002). Les plus récents résultats disponibles en anglais sont ceux de l'enquête réalisée du 21 juin au 1^{er} juillet 2002. Sur les 6 000 ménages sondés, 4 149 ont répondu, soit un taux de réponse de 69.2 %. Ces 6 000 ménages ont été sélectionnés à partir d'un échantillon stratifié aléatoire à deux degrés. Les enquêteurs ont rendu visite aux ménages sélectionnés et leur ont laissé un questionnaire à remplir. Plusieurs jours plus tard, les enquêteurs sont revenus pour récupérer les questionnaires remplis. Les questions portent sur la détention de produits financiers, l'épargne et le risque, le système d'assurance des dépôts, les revenus et les dépenses, l'encours de la dette, la planification financière tout au long de la vie et la vie à un âge avancé. La deuxième enquête⁵ n'a été réalisée que deux fois, en 2001 d'abord, puis en 2003. L'enquête de 2001, pour laquelle les résultats sont disponibles en anglais, a porté sur un échantillon de 4 000 hommes et femmes originaires de l'ensemble du pays et âgés de 20 ans et plus. Sur ces 4 000 personnes, 2 638 ont répondu, soit un taux de réponse de 66 %. Les répondants ont été interrogés sur leur connaissance de la finance, des produits financiers et des questions financières. On leur a également demandé leur avis sur l'information financière fournie par diverses organisations et sociétés, sur le type d'information et de connaissance financière qui leur sont utiles dans la vie quotidienne, le type d'information financière qu'ils aimeraient recevoir, leurs principales sources d'information

et de connaissance financière et sur la manière dont cette information et cette connaissance devraient leur être fournies.

Au Royaume-Uni, l'autorité chargée des services financiers a financé une enquête qui a été réalisée auprès des adultes par BMRB International Limited du 28 juin au 18 juillet 1999 (FSA, 2000). Le public cible était des adultes et 1 081 individus ont été interrogés lors d'entretiens face à face. L'échantillon, qui résulte d'une sélection aléatoire des secteurs de recensement, une forme sophistiquée d'échantillonnage par quota, est représentatif du profil démographique de la population adulte. Au préalable, une recherche qualitative avait été effectuée pour aider à la conception du questionnaire de l'enquête et pour étudier en profondeur les besoins en information financière de certains sous-groupes de consommateurs. Cette recherche qualitative a été réalisée en mai 1999. Elle a consisté en seize entretiens approfondis avec des consommateurs, six mini-groupes (de quatre à six répondants chacun) et huit groupes de discussion de sept à neuf répondants chacun. Il a été demandé aux personnes interrogées d'identifier leurs besoins d'information sur les produits financiers, de dire comment elles avaient obtenu de l'information sur ces produits, de dire aussi si elles étaient prêtes à utiliser d'autres sources de conseil et d'information, de décrire leur attitude vis-à-vis des questions financières, et de dire si elles se sentent sûres d'elles quand elles traitent de questions financières, et l'usage qu'elles font des produits financiers.

Résultats

Même si les groupes cibles, les approches et les méthodologies diffèrent d'une enquête à l'autre, on note des similitudes dans les résultats.

- La compréhension financière médiocre des consommateurs est un résultat commun à toutes les enquêtes.
- Les enquêtes qui posaient des questions sur les caractéristiques démographiques des consommateurs font ressortir que la culture financière est corrélée au niveau d'éducation et de revenu.
- Dans l'ensemble des enquêtes, les répondants ont tendance à surestimer leur culture financière.
- Les consommateurs estiment également que l'information financière est difficile à trouver et à comprendre.

Toutes les enquêtes révèlent que la compréhension financière des consommateurs est médiocre

Les enquêtes réalisées aux États-Unis et en Corée qui font appel à des tests objectifs pour mesurer la culture financière révèlent que les étudiants n'ont qu'une connaissance restreinte des rudiments de la finance. Dans

l'enquête coréenne, les étudiants ne sont pas arrivés à répondre correctement à plus de 50 % des questions, toutes catégories confondues. Les scores des étudiants américains ne sont guère plus reluisants. Les étudiants de ces deux pays échouent aux tests de mesure de leur capacité à prendre des décisions financières fondamentales : choisir et gérer une carte de crédit, savoir comment épargner et investir pour leur retraite, mesurer le risque et l'importance d'une bonne assurance. En toile de fond, l'utilisation des cartes de crédit dans la population étudiante ne cesse de croître, la responsabilité de l'épargne en vue de la retraite revient de plus en plus aux individus, et les coûts financiers de l'absence de couverture d'assurance sont en hausse.

Le tableau A.1 compare les scores obtenus par les élèves américains et coréens dans quatre catégories d'information financière présentées dans les enquêtes Jumpstart, qui ont été menées en 2003 en Corée et en 2000 aux États-Unis. Les étudiants des deux pays ont obtenu leurs meilleurs résultats lorsqu'ils sont interrogés sur les revenus. Les Coréens affichent un score moyen de 48.7 sur 100 et les Américains, de 57.6 sur 100. Ces scores sont inférieurs à la note de passage, puisque la tranche 60 à 69 correspond à un D, la tranche 70 à 79, à un C, etc. Les étudiants coréens ont obtenu le score plus bas au chapitre de la gestion financière, et leurs homologues américains, de l'épargne et de l'investissement.

Tableau A.1. **Comparaison des scores en compétence financière : étudiants américains et coréens**

Catégorie	Score moyen	
	Corée (2003)	États-Unis (2000)
Revenus	48.7	57.6
Gestion financière	39.2	46.8
Épargne et investissement	46.6	45.3
Dépenses et dettes	44.0	52.1

Sources : Corée – Réponse au questionnaire de l'OCDE sur l'éducation financière, juillet 2003. États-Unis – L. Mandell (2001), *Improving Financial Literacy: What Schools and Parents Can and Cannot Do*, The Jumpstart Coalition for Personal Financial Literacy, Washington, D.C.

Si faibles soient ces scores, les analystes ont souligné que, en réalité, ils sous-estiment le manque de compétence financière. Les personnes qui n'ont pas terminé leurs études secondaires ont été exclues de l'échantillon américain, et moins de 2 % des personnes qui n'avaient pas prévu de suivre une autre formation en faisaient partie. Si ces personnes avaient été incluses, les scores auraient été encore plus bas. De plus, un certain nombre de questions portaient sur la connaissance de la terminologie plutôt que la capacité de raisonnement. Si davantage de questions avaient mesuré la capacité de raisonnement, les scores en auraient souffert (Mandell, 2001).

Les enquêtes réalisées dans les deux pays visent également à déterminer si la connaissance de la gestion de l'argent et l'expérience en la matière ont un impact sur les scores des étudiants. On s'attend à ce que les étudiants qui discutent de ces questions avec leurs parents, touchent une allocation régulière, ont un compte bancaire et/ou des actions, comprennent mieux les questions financières. Si tel était le cas, on pourrait inciter les jeunes à parler d'argent avec leurs parents, à ouvrir un certain type de compte bancaire, à acheter des actions, etc., dans le but de développer leur compétence financière. Malheureusement, les entretiens avec les parents, l'allocation périodique ou la détention de produits financiers ne contribuent pas forcément à la compréhension financière.

Dans les deux pays, les étudiants qui discutent de questions financières avec leurs parents, reçoivent une allocation régulière ou ont des produits financiers, n'ont pas obtenu la note de passage. Cependant, ceux qui parlent finance avec leurs parents ont enregistré un score supérieur aux autres, comme le montre le tableau A.2. Le fait de toucher régulièrement une allocation, par opposition à des versements occasionnels ou au financement de besoins ponctuels, n'a pas d'effet positif sur les scores en compétence financière aux États-Unis et n'a qu'un impact négligeable en Corée. Fait intéressant à souligner, il existe une relation entre le type de compte bancaire et les scores qui varie selon le pays. Les étudiants américains qui ont un compte d'épargne font bien meilleure figure que ceux qui n'ont qu'un compte de chèques ou qui n'ont pas de compte bancaire. Cela s'explique du fait que les étudiants titulaires d'un compte d'épargne sont davantage conscients de la valeur de l'épargne dans le cadre d'un plan financier global (Mandell, 2001). En Corée, ce sont plutôt les étudiants qui ont un compte de chèques qui ont obtenu le score le plus élevé. La détention de titres n'influe guère sur les scores dans les deux pays, éventuellement parce que rares sont les étudiants qui ont acheté des actions ou des obligations. De plus, l'enquête américaine révèle que les étudiants qui participent à une simulation boursière interactive en classe réalisent un score moyen qui excède de quatre points celui des autres étudiants. Donc, ces résultats laissent entendre que des stratégies pratiques peuvent accroître la compétence financière, mais ne suffisent pas pour que les étudiants obtiennent la note de passage.

Cependant, la prudence s'impose dans l'analyse des résultats de ces enquêtes. Par exemple, d'après les enquêtes de 2000 et 2002 menées aux États-Unis, les étudiants qui suivent un cours complet de finances personnelles ou d'économie obtiennent des résultats légèrement inférieurs à la moyenne à l'examen. Cependant, l'enquête 2004 nous apprend que les étudiants des écoles où les cours sur la gestion de l'argent sont obligatoires font un peu meilleure figure que ceux des autres écoles. Ces divergences semblent indiquer que d'autres études doivent être réalisées sur la question.

Tableau A.2. **Résultats selon la connaissance de la gestion de l'argent et l'expérience en la matière**

	Corée (2003)		États-Unis (2000)	
	% des étudiants	Score moyen	% des étudiants	Score moyen
A. Principales sources d'information sur la gestion de l'argent				
Famille	50.2	46.4	57.4	51.8
École	5.0	37.2	12.8	51.3
Amis	8.3	41.7	2.1	35.6
Magazines, livres, télévision	13.6	47.6	3.4	53.7
Expérience personnelle	22.0	44.2	23.0	53.5
B. Discussion sur les questions d'argent avec les parents				
Jamais	13.8	40.9	6.7	42.5
Rarement	33.3	45.5	18.2	52.4
Parfois	41.4	46.6	39.1	52.6
Souvent	10.9	44.6	34.7	52.6
C. Allocation				
Financement de besoins ponctuels	47.6	45.8	52.5	51.9
Versements ponctuels	5.9	37.1	35.3	51.6
Allocation régulière	35.8	47.4	10.5	48.9
Jamais	9.7	39.0	–	–
D. Détention de titres				
Aucun/ne sait pas	13.2	38.5	37.8	49.3
Épargne seulement	8.4	40.6	41.0	53.8
Chèques seulement	56.2	47.5	7.3	45.6
Épargne et chèques	21.1	45.3	18.2	54.9
E. Détention de titres				
Aucun	75.2	47.7	75.3	52.6
Actions à son nom	4.8	35.4	9.2	52.7
SICAV à son nom	3.5	29.8	4.7	52.2

Sources : Corée – Réponse au questionnaire de l'OCDE sur l'éducation financière, juillet 2003. États-Unis – Mandell (2001), *Improving Financial Literacy: What Schools and Parents Can and Cannot Do*, The Jumpstart Coalition for Personal Financial Literacy, Washington, D.C.

Enfin, l'enquête américaine a fait ressortir le déclin de la culture financière au fil des ans. Le pourcentage de bonnes réponses le plus élevé a été enregistré à la première édition de l'enquête, en 1997. Le pourcentage a diminué au cours des années suivantes, bien que la tendance à la baisse amorcée en 2000 semble avoir été renversée en 2004.

Tableau A.3. **Évolution des scores en compétence financière : États-Unis**
% de bonnes réponses

2004	52.3
2002	50.2
2000	51.9
1997	57.3

Source : L. Mandell (2004), *2004 Personal Finance Survey of High School Seniors*, executive summary, The Jumpstart Coalition for Personal Financial Literacy, Washington, D.C.

Encadré A.1. **Autre enquête sur la culture financière aux États-Unis**

Le manque de culture financière révélé par l'enquête Jumpstart a été corroboré par une enquête réalisée en 1999 par Louis Harris & Associates pour le compte du National Council on Economic Education. Cette enquête visait à évaluer la connaissance des principes économiques de base et de l'économie américaine, et la compréhension de certains termes économiques clés chez les adultes et les étudiants. La moitié des adultes et les deux tiers des étudiants du secondaire ont échoué au test sur les rudiments économiques. Près de 40 % des répondants croient que l'inflation ne déprécie pas la monnaie. Plus du tiers des étudiants ont reconnu ne pas savoir quel serait l'impact d'une hausse des taux d'intérêt sur l'épargne. Bon nombre des questions posées étaient axées sur la reconnaissance de la terminologie ou des concepts, plutôt que sur leur application dans certains contextes. Par conséquent, il se pourrait bien que les scores aient été plus bas si les répondants avaient été confrontés à des mises en situation pour appliquer leurs connaissances (NCEE, 1999).

Les enquêtes sur la culture financière qui ont eu recours à des tests subjectifs révèlent également que de nombreux consommateurs ont une compréhension limitée des questions financières. Dans de fortes proportions, les répondants des deux enquêtes japonaises ont admis en savoir peu sur des questions fondamentales telles que les risques inhérents à l'investissement, les mesures de protection des consommateurs ou les taux d'intérêt. Par exemple, 76 % des répondants de l'Enquête auprès des consommateurs sur la finance ont indiqué que leur connaissance des risques relatifs à l'investissement était presque nulle; 71 %, qu'ils ignoraient presque tout des placements boursiers et obligataires; 65 %, que les mesures de protection des consommateurs telles que l'assurance des dépôts leur étaient étrangères; 57 %, qu'ils ne savaient rien sur les produits financiers en général. Cette

enquête nous apprend également que de forts pourcentages de répondants ne connaissent pas des produits financiers relativement courants. Par exemple, 29 % ne connaissent pas l'assurance, les pensions et la fiscalité (29 %) et 23 %, l'épargne et les dépôts (23 %).

Soixante-dix pour cent des répondants du Sondage d'opinion sur l'actif et le passif des ménages – une enquête japonaise – ne connaissent pas les mécanismes de protection des investisseurs, qui assurent jusqu'à concurrence de 10 millions JPY les avoirs de l'investisseur placés sous la garde d'une société de valeurs mobilières. Si 78 % sont au courant que leurs dépôts bancaires sont protégés jusqu'à concurrence de 10 millions JPY⁶, les répondants qui savent que cette couverture ne s'applique pas aux filiales japonaises des banques étrangères qui n'ont pas leur siège au Japon ne représentent que 14 % de l'échantillon, et ceux qui n'ignorent pas que les dépôts en devises et les sociétés d'investissement à capital variable sont également exclus, 21 % seulement. De même, l'enquête a démontré que les Japonais n'étaient guère renseignés sur les taux d'intérêt. Or, les taux d'intérêt étaient très bas depuis un certain temps lorsque l'enquête a été réalisée (2002). Jusqu'au début de 2001, le taux d'intérêt officiel s'établissait à 0.5 %. En 2001, il était presque nul. Pourtant, 65 % des répondants n'ont pas pris de mesures en réaction au niveau du loyer de l'argent; 12 % se sont tournés vers des produits financiers susceptibles de leur procurer des intérêts ou un rendement supérieurs; 19 % ont préféré conserver temporairement des liquidités ou utiliser leur épargne pour acheter des biens de consommation.

L'enquête menée auprès des consommateurs australiens a mis en relief leur compréhension limitée de certains rudiments de la finance⁷. Parmi ceux qui reçoivent et lisent leur relevé de pension, 21 % disent ne pas le comprendre. Seulement 49 % des personnes interrogées ont répondu correctement aux quatre questions sur un relevé type. En fait, à la lecture d'un relevé de pension, 29 % des répondants ne peuvent discerner la répartition de l'actif, et 38 %, le rendement sur 5 ans. Seulement 37 % des répondants ont calculé combien ils devront épargner en vue de la retraite. De plus, ils ne sont que 19 % à avoir eu recours à un calculateur sur Internet pour comparer les effets des frais et des taux d'intérêt sur les placements. Enfin, 32 % des répondants croient que les comptes d'épargne bancaires constituent un instrument approprié pour investir en vue de la retraite.

Les enquêtes démontrent que la culture financière est corrélée aux niveaux d'éducation et de revenu

Toutes les enquêtes renferment des questions démographiques (sexe, âge, revenu, études, etc., des répondants). À partir des réponses à ces questions, il est possible de déterminer dans quelle mesure la culture financière varie en fonction des caractéristiques démographiques.

Les enquêtes ont fait état d'une forte corrélation entre la culture financière et la situation socio-économique. En Australie, par exemple, les plus bas niveaux de culture financière vont de pair avec de faibles niveaux d'éducation (10 ans de scolarité ou moins), le chômage ou un travail peu qualifié, des revenus faibles (revenu du ménage inférieur à 20 000 AUD), un taux d'épargne faible (en dessous de 5 000 AUD), une situation de célibataire et un âge situé aux deux extrêmes de l'échelle (18-24 ans ou 70 ans et plus). Le tableau A.4 apporte des précisions à cet égard.

Tableau A.4. **Australie : Synthèse démographique pour les quintiles de compétence financière**

Catégorie démographique	Niveaux 1-2 (+ bas) %	Niveaux 3-4 %	Niveaux 5-6 %	Niveaux 7-8 %	Niveaux 9-10 (+ haut) %	Total %
Femmes	24	22	21	18	15	100
Hommes	15	18	20	22	25	100
Moins de 10 ans de scolarité	42	19	20	11	8	100
Enseignement supérieur	8	16	20	24	32	100
En recherche d'emploi	32	18	21	18	12	100
Non-qualifié	40	21	21	12	7	100
Cadres	5	14	15	24	41	100
Célibataire vivant seul	26	21	19	16	17	100
Parent isolé	26	24	23	14	13	100
Couple – sans enfant	14	16	20	22	27	100
18-24 ans	31	20	22	16	10	100
45-59 ans	13	19	20	22	27	100
70 ans et plus	31	23	19	13	14	100
Revenu annuel brut moyen des ménages	38 600 AUD	52 170 AUD	55 300 AUD	63 870 AUD	78 180 AUD	–
Épargne moyenne (y compris l'épargne-retraite, mais à l'exclusion de la valeur de la résidence)	46 240 AUD	88 280 AUD	100 400 AUD	136 300 AUD	243 530 AUD	–

Source : ANZ Banking Group (2003), ANZ Survey of Adult Financial Literacy in Australia, www.anz.com/aus/aboutanz/Community/Programs/FinLitResearch.asp.

Au Royaume-Uni, les individus appartenant aux catégories sociales les plus basses et disposant des revenus les plus faibles, ainsi que les jeunes âgés de 18 à 24 ans, s'avèrent les consommateurs les moins réceptifs – indifférents, peu sûrs d'eux et les moins actifs. En revanche, les couches sociales les plus élevées, celles qui ont des revenus supérieurs, les jeunes couples et les répondants plus âgés sans charge de famille sont des consommateurs avertis, capables de se procurer l'information financière dont ils ont besoin et de comprendre les conseils qu'ils reçoivent.

Dans les enquêtes coréenne et américaine, les scores ventilés par caractéristiques démographiques montrent que les étudiants nés de parents peu instruits ou dont les revenus et les perspectives professionnelles sont médiocres, obtiennent les plus mauvais scores. Cependant, l'impact de ces caractéristiques démographiques en Corée n'est pas le même qu'aux États-Unis. En Corée, le revenu mensuel familial ne semble pas avoir d'incidence sauf s'il est très faible, alors qu'aux États-Unis, il influe considérablement sur les scores des étudiants. L'effet de la scolarité des parents est également plus prononcé aux États-Unis qu'en Corée. Contrairement aux répondants coréens, les étudiants américains qui ont de plus grandes attentes salariales affichent de meilleurs scores. De même, les étudiants qui envisagent d'exercer des fonctions de cadre obtiennent des scores beaucoup plus élevés que les autres dans l'étude américaine que dans l'étude coréenne. Voir le tableau A.5 pour plus de précisions.

Encadré A.2. **Compétence financière aux États-Unis – différences démographiques**

Dans le sondage Louis Harris réalisé pour le compte du National Council on Economic Education en 1999, les adultes qui détiennent un diplôme d'études post-secondaires ont obtenu des scores beaucoup plus élevés que les autres, et les adultes blancs ont fait meilleure figure que les adultes noirs ou hispaniques. Par ailleurs, les élèves de terminale ont enregistré de meilleurs scores que ceux de niveau inférieur. Les étudiants qui ont suivi un cours d'économie, ceux dont les parents ont fait des études post-secondaires, ainsi que ceux qui obtiennent généralement un A ont eu de meilleurs scores (NCEE, 1999).

Les répondants surestiment souvent leur culture financière

Ces enquêtes ont également démontré que les consommateurs se croient souvent plus compétents qu'ils ne sont en réalité en matière de finances. Aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Australie, les personnes interrogées ne doutent pas de leur connaissance des affaires financières même lorsque les tests de base auxquels on les soumet révèlent clairement qu'ils n'ont qu'une compréhension limitée du domaine. Or, s'ils ne sont pas conscients d'avoir besoin d'informations, les consommateurs ne seront pas en mesure de les solliciter.

Dans l'enquête JumpStart réalisée aux États-Unis en 2000, les étudiants devaient indiquer dans quelle mesure ils se sentaient capables de gérer leurs propres finances. Soixante-cinq pour cent des étudiants ont dit être à peu près ou complètement convaincus de leur capacité à cet égard. Cependant, les scores de ces étudiants ne sont guère plus élevés que ceux de leurs pairs

Tableau A.5. Résultats selon le milieu

	Corée (2003)		États-Unis (2000)	
	% des étudiants	Score moyen	% des étudiants	Score moyen
A. Revenu des parents				
Moins de 20 000 USD (1.5 million KRW)	9.2	40.6	12.9	46.3
20 000 à 39 999 USD (1.5 à 3.0 millions KRW)	32.5	46.6	21.9	52.0
40 000 à 79 999 USD (3.0 à 4.5 millions KRW)	17.5	46.9	27.8	57.2
80 000 USD et plus (plus de 4.5 millions KRW)	14.3	46.3	14.7	55.0
Ne sait pas	26.0	43.5	21.6	46.5
B. Plus haut niveau de scolarité des parents				
N'ont pas terminé leurs études secondaires	5.5	39.7	12.7	47.0
Ont un diplôme d'études secondaires	40.8	44.7	24.4	49.7
Ont fait des études post-secondaires	7.4	44.5	24.8	53.8
Ont au moins un diplôme d'études post-secondaires	38.7	47.3	32.0	55.1
Ne sait pas	7.1	42.0	5.6	45.5
C. Projet d'études				
Aucun	3.4	32.7	1.7	39.7
2 ans d'études post-secondaires	4.2	37.3	16.3	47.3
4 années d'études universitaires de 1 ^{er} cycle	78.4	47.0	68.5	54.5
Autres études ou formation	6.1	39.1	8.0	46.3
Ne sait pas	7.3	40.9	5.2	44.1
D. Profession envisagée				
Travail manuel	2.3	30.3	3.9	38.7
Métier spécialisé	5.5	40.6	5.5	43.6
Services	11.1	41.8	9.8	41.3
Travail de bureau	14.4	43.9	--	--
Cadre	50.5	46.7	61.6	55.0
Autre/ne sait pas	15.3	44.6	18.6	49.0
E. Revenu à temps plein escompté				
Moins de 15 000 USD (0.5 million KRW)	1.9	34.9	3.6	40.6
15 000 à 19 999 USD (0.5 à 1.0 million KRW)	13.2	46.3	7.4	41.7
20 000 à 29 999 USD (1.0 à 2.0 millions KRW)	47.4	47.6	21.8	53.4
30 000 USD et plus (2.0 millions KRW et plus)	29.3	24.3	51.2	54.4
Ne sait pas	7.4	43.6	15.1	49.0

Source : Corée – Réponse au questionnaire de l'OCDE sur l'éducation financière, juillet 2003. États-Unis – L. Mandell (2001), *Improving Financial Literacy: What Schools and Parents Can and Cannot Do*, The Jumpstart Coalition for Personal Financial Literacy, Washington, D.C.

moins sûrs d'eux. De même, en Corée, le score moyen des étudiants coréens les plus sûrs d'eux excède légèrement celui des étudiants qui ont le moins confiance en leur capacité. Cela tend à montrer que les étudiants sont incapables de juger avec précision leur capacité à gérer leur argent. Cette confiance non fondée risque d'aboutir à une baisse de la demande de modules de formation sur la gestion de l'argent.

Tableau A.6. Résultats selon la perception des connaissances
Connaissances en gestion de l'argent par rapport aux autres

	Corée (2003)		États-Unis (2000)	
	% des étudiants	Score moyen	% des étudiants	Score moyen
Supérieures à la moyenne	16.4	45.6	33.1	53.4
Moyennes	39.8	47.0	49.3	52.3
Inférieures à la moyenne	17.9	43.2	9.9	49.7
Ne sait pas	25.0	43.9	6.9	46.0

Sources : Corée – Réponse au questionnaire de l'OCDE sur l'éducation financière, juillet 2003. États-Unis – Mandell (2001), *Improving Financial Literacy: What Schools and Parents Can and Cannot Do*, The Jumpstart Coalition for Personal Financial Literacy, Washington, D.C.

Le fossé qui sépare la perception de la connaissance réelle ressort également des enquêtes menées au Royaume-Uni et en Australie. L'enquête britannique révèle que la perception du répondant est parfois bien loin de la réalité. Par exemple, les répondants de l'enquête ont affirmé avoir toute l'information nécessaire pour choisir le produit financier dont ils ont besoin. Cependant, dans le cadre de l'étude qualitative qui a précédé l'enquête, les individus ont soulevé certains problèmes en rapport avec l'information financière : ne pas connaître les produits offerts ou adaptés à leurs besoins; crouler sous l'avalanche d'informations contenues dans les dépliants et ne pas s'y retrouver; ne pas comprendre les termes employés dans les documents et les conseils reçus; être renversé, surpris ou désillusionné par les petits caractères de la documentation des produits financiers choisis; ne pas savoir comment accéder à l'information comparative sur les produits. Ces différentes perceptions laissent entendre que la formulation des questions a une grande incidence sur l'obtention des renseignements nécessaires. Par exemple, seulement 7 % des répondants de l'enquête britannique considèrent que l'information et les conseils financiers pourraient faciliter la planification financière.

Dans le cas de l'Australie, les résultats semblent très positifs à première vue. L'enquête révèle que 97 % des répondants ont un compte bancaire ordinaire, que 80 % disent prendre des décisions financières éclairées, et que 90 % croient savoir comment utiliser les guichets automatiques, les chèques et les cartes de crédit. De plus, au moins 89 % des répondants semblent être

conscients qu'il est important de hiérarchiser ses besoins pour arriver à un équilibre des revenus et des dépenses et de déclarer sa situation avec honnêteté en n'omettant aucun renseignement; être sensibilisé à l'importance de la sécurité du numéro d'identification personnel et aux répercussions de sa divulgation; avoir une connaissance de base de la pension de retraite.

Toutefois, avoir l'impression de comprendre la situation qui nous est décrite est une chose, et appliquer cette connaissance dans la vraie vie en est une autre. Toujours dans l'enquête australienne, la comparaison des réponses aux questions sur des perceptions avec les réponses aux questions qui mesurent les compétences donne des résultats intéressants. Invités à faire part de leurs perceptions, les répondants affirment être financièrement compétents. Par contre, lorsqu'ils doivent utiliser leurs connaissances pour résoudre un problème, leur manque de compétence financière est manifeste. Par exemple, 67 % des répondants disent connaître la signification de l'expression « intérêt composé ». Pourtant, lorsqu'on leur a demandé de résoudre un problème à l'aide de ce concept, seulement 28 % ont démontré une bonne compréhension. De plus, 85 % pour cent des répondants s'estiment en mesure de lire et de comprendre la documentation des comptes bancaires, des guichets, des cartes de crédit et des cartes privatives. Or, 25 % ont eu de la difficulté avec une mise en situation où ils devaient lire correctement un relevé bancaire et faire la somme de trois nombres. Si 85 % des Australiens savent que le rendement supérieur est synonyme de risque élevé, 47 % se laisseraient convaincre par une publicité vantant un produit procurant un rendement supérieur sans risque.

Les consommateurs estiment que l'information financière est difficile à trouver et à comprendre

Les enquêtes qui utilisent une mesure subjective de la culture financière indiquent que de nombreux consommateurs ont du mal à trouver et à comprendre l'information financière. L'enquête japonaise montre que les répondants ont du mal à trouver des informations simples à comprendre sur les produits financiers. Lorsqu'on les interroge sur les informations financières fournies par les diverses organisations et sociétés, 39 % des personnes répondent qu'elles n'ont pas vu beaucoup d'information; 29 % trouvent le contenu ardu et difficile à comprendre; 27 % ont l'impression qu'une bonne part de l'information a en fait été produite dans l'intérêt des institutions financières; seulement 5 % estiment que l'information fournie par ces organisations dans des brochures et sur Internet est suffisante pour se familiariser avec les produits financiers et le fonctionnement de l'économie et des marchés financiers. Cinquante pour cent des répondants affirment ne pas

Encadré A.3. **Australie : exemples de questions subjectives et objectives et les différentes conclusions sur la culture financière**

Compréhension de l'expression « intérêt composé »

Question subjective

Comprenez-vous l'expression « intérêt composé » très bien, assez bien, pas très bien ou pas du tout ?

Soixante-sept pour cent des répondants ont indiqué qu'ils la comprenaient très bien ou assez bien.

Question objective

Supposons que vous avez 1 000 AUD à investir. La Banque A propose de vous verser des intérêts simples de 10 % sur votre investissement de 1 000 AUD. La Banque B serait disposée à vous verser des intérêts composés de 10 % sur vos 1 000 AUD. Encerchez tous les énoncés qui semblent vrais.

	% de répondants
a) La Banque A calculera les intérêts sur le capital initial et les intérêts accumulés.	11
b) La Banque B calculera les intérêts sur le capital initial et les intérêts accumulés.	68
c) L'écart entre les intérêts versés par la Banque A et les intérêts versés par la Banque B.	45
d) Si vous confiez votre capital à la Banque B, vous préférerez que les intérêts composés soient calculés chaque semaine plutôt que chaque mois.	54
e) Ne sait pas	14

Remarques

Soixante-huit pour cent des répondants comprennent le concept fondamental des intérêts composés, c'est-à-dire que les intérêts produisent des intérêts, un résultat qui va dans le même sens que les réponses à la question subjective. En revanche, seulement 28 % des répondants ont encerclé les énoncés vrais (b, c et d) et, par conséquent, auraient une « bonne » compréhension du concept. Cet exemple démontre pourquoi la compétence financière ne doit pas être mesurée au moyen de questions d'autoévaluation, car les répondants se surestiment souvent.

Encadré A.3. **Australie : exemples de questions subjectives et objectives et les différentes conclusions sur la culture financière (suite)**

Capacité de lire et de comprendre la documentation financière

Question subjective

Recevez-vous de la documentation financière sur un mode de paiement ou un produit/service financier? La lisez-vous? Dans quelle mesure la comprenez-vous?

	% des utilisateurs qui reçoivent la documentation, et qui la lisent et la comprennent très bien ou assez bien
Pension de retraite	60
Autres placements	59
Assurances	71
Emprunts non hypothécaires	72
Comptes bancaires	89
Guichets automatiques	86
Cartes de crédit ou privatives	91

Question objective

On présente aux répondants un relevé bancaire type comprenant huit articles de débit, accompagnés d'une description de l'opération et d'un montant. On leur demande de calculer le montant total retiré aux guichets automatiques. À cette fin, ils doivent repérer les trois retraits effectués aux guichets automatiques et en faire la somme. Vingt-cinq pour cent des répondants n'ont pas été en mesure de calculer le montant exact.

Remarques

Si 89 % des répondants disent bien comprendre les relevés bancaires, 25 % n'arrivent pas à repérer les retraits aux guichets automatiques sur un relevé type et à calculer avec exactitude le montant total de ces débits. Il s'agit là d'un autre exemple de surestimation dans les autoévaluations de la compréhension financière.

Compréhension du risque

Question subjective

Un placement procurant un rendement élevé est susceptible de présenter un risque supérieur à la moyenne. Vrai ou faux?

Quatre-vingt-cinq pour cent des répondants ont répondu « Vrai ».

Encadré A.3. **Australie : exemples de questions subjectives et objectives et les différentes conclusions sur la culture financière (suite)**

Question objective

LAQUELLE des recommandations suivantes formulerez-vous à l'endroit d'un placement présenté comme un produit sans risque pouvant procurer un rendement largement supérieur aux taux du marché? (Question posée aux répondants ayant des placements ou une assurance)

	%
C'est trop beau pour être vrai; n'y touchez pas	46
Injectez un petit montant et analysez les résultats avant d'investir une forte somme	44
Investissez massivement afin de maximiser le rendement	3
Ne sait pas	7

Remarques

Cet exemple démontre qu'il y a une marge entre la connaissance d'un concept, d'une part, et sa compréhension approfondie et son application dans la prise de décisions financières, d'autre part. Cet exemple fait également ressortir l'importance de l'évaluation de la compétence financière à la lumière, non pas d'une autoévaluation, mais plutôt des réponses à des questions portant sur des exemples concrets et des mises en situation.

Source : ANZ Banking Group (2003), *ANZ Survey of Adult Financial Literacy in Australia*, www.anz.com/aus/aboutanz/Community/Programs/FinLitResearch.asp

chercher activement à se renseigner sur la finance du fait qu'ils ont l'impression que ce sujet est compliqué. Trente-cinq pour cent croient qu'il n'y a pas assez d'information fiable facile à comprendre sur les produits financiers, et 31 % ne savent pas comment se procurer des renseignements exacts sur la finance. Vingt-huit pour cent estiment qu'une bonne part de l'information recueillie est difficile à comprendre, et 34 %, qu'ils peuvent se passer de connaissances financières.

Dans l'enquête britannique, le manque d'argent n'est pas la seule raison invoquée par les personnes qui n'ont pas acheté de produits financiers ni envisagé de le faire au cours des cinq dernières années. Elles ont également mentionné que leur connaissance de la finance et des produits financiers était insuffisante et que ces produits leur semblaient complexes. Les répondants de l'enquête britannique passent très peu de temps à comparer les différents produits financiers pour arrêter leur choix sur la meilleure offre du fait qu'ils

ont l'impression d'être submergés et désorientés par la masse de renseignements disponibles et ne savent pas comment accéder aux données comparatives. L'enquête révèle également que les consommateurs ne recherchent pas activement de l'information financière. L'information qu'ils reçoivent, ils l'obtiennent par hasard ou de manière inopinée, en prenant une brochure dans une banque par exemple ou à l'occasion d'une conversation avec un employé de banque. D'après l'enquête, environ la moitié des répondants font des comparaisons, environ un cinquième analysent les produits de nombreuses sociétés et environ un tiers, de quelques-unes. Un quart d'entre eux ne s'adressent qu'à une société et un cinquième suivent les recommandations de la famille et des amis. Près du tiers des répondants qui font appel à un conseiller ne consultent pas d'autres sources et ne font pas de recherches.

Les consommateurs utilisent diverses sources d'information financière

Dans le cadre de l'Enquête auprès des consommateurs sur la finance, les Japonais ont été interrogés sur leurs principales sources d'information et leur connaissance des questions financières. Ainsi, 65 % ont cité les émissions de télévision et articles de journaux et de magazines, et 37 %, la publicité diffusée dans ces médias. Trente-six pour cent des répondants consultent les brochures des institutions financières et 34 %, les préposés des guichets et les agents de vente des institutions financières. Trente-trois pour cent ont mentionné les conversations avec la famille et les amis; 10 %, les livres; 6 %, Internet. Deux pour cent ont parlé des brochures et des séminaires d'organisations indépendantes et 1 %, des écoles. (Les faibles pourcentages correspondant aux trois dernières catégories pourraient s'expliquer, par exemple, du fait que peu de modules ou de conférences portant sur ces questions sont donnés dans les écoles. Les répondants devaient indiquer les sources d'information utilisées, et non pas celles qu'ils préféraient. Le problème pourrait être davantage lié à l'offre qu'à la demande.)

L'enquête britannique conclut également à la diversité des sources d'information financière utilisées. Cependant, le classement des sources n'est pas le même qu'au Japon. Trente-neuf pour cent des répondants obtiennent des renseignements financiers dans une rencontre personnelle; 27 % consultent un prospectus ou une brochure; 18 % lisent des journaux; 17 % s'entretiennent avec la famille et des amis; 10 % se fondent sur la publicité. Les assemblées publiques et les conférenciers invités par des associations locales arrivent au dernier rang. Cette enquête présente un autre avantage, soit la possibilité d'établir un lien entre la source de prédilection et les caractéristiques démographiques. Les groupes à faible revenu privilégient les services d'aide téléphonique aux consommateurs. Les groupes à faible revenu

et les chômeurs préfèrent également les émissions de télévision et de radio. Les groupes à revenu élevé et bien formés sont plus susceptibles de lire les pages financières des journaux. Les sites Web attirent surtout les jeunes et les groupes à revenu élevé. Les jeunes sont également plus susceptibles de consulter la famille et les amis, ainsi que les prospectus et les brochures. Les conseillers indépendants constituent la source la moins utilisée par les personnes de niveau socio-économique inférieur, les jeunes et les chômeurs.

Notes

1. La JumpStart Coalition for Personal Financial Literacy a été fondée en 1995 pour évaluer les compétences financières des jeunes adultes, développer et faire connaître les normes en la matière et promouvoir l'enseignement de la finance personnelle. Son conseil d'administration et ses partenaires représentent un échantillon représentatif des secteurs des entreprises et des associations sans but lucratif (www.jumpstart.org).
2. Certaines questions de l'enquête Jumpstart sur la culture financière sont présentées à l'appendice A.1.
3. Aucune information n'est actuellement disponible sur la méthodologie de l'enquête coréenne.
4. Certaines questions de cette enquête sont présentées à l'appendice 1A.
5. Réponses des délégués du Comité des marchés financiers au questionnaire de l'OCDE sur l'éducation financière. Certaines questions de cette enquête sont présentées à l'appendice A.1.
6. Les dépôts bancaires sont protégés jusqu'à concurrence de 10 millions JPY (capital et intérêts) par institution financière et par déposant.
7. L'enquête conclut que le niveau de compétence financière de la plupart des Australiens est raisonnable. Cependant, bon nombre des questions visant à déterminer ce niveau invitent les répondants à faire une autoévaluation de leur compréhension financière. Les individus ont souvent tendance à surestimer leur connaissance des questions financières. Par conséquent, les résultats de l'analyse des compétences financières à partir de questions d'autoévaluation sont vraisemblablement biaisés vers le haut. Cela semble indiquer que le niveau de compétence financière des Australiens pourrait être inférieur à celui établi dans la récente enquête.

Bibliographie

- ANZ Banking Group (2003), *ANZ Survey of Adult Financial Literacy in Australia*, www.anz.com/aus/aboutanz/Community/Programs/FinLitResearch.asp, consulté le 21 octobre 2004.
- Central Council for Financial Services Information (2002), *Public Opinion Survey on Household Financial Assets and Liabilities*, www.saveinfo.or.jp/e consulté le 21 juin 2004.
- Financial Services Authority (FSA) (2000), « Better Informed Consumers », *Consumer Research Document #1*, www.fsa.gov.uk/pubs/consumer-research/crpr01.pdf, consulté le 18 août 2003.

- German Embassy Online (2003), « Survey Finds Germans Lack Investment Savvy », *The Week in Germany: Economics and Technology*, 6 June, www.germany-info.org, consulté le 17 février 2004.
- Mandell L. (2001), *Improving Financial Literacy: What Schools and Parents Can and Cannot Do*, The Jumpstart Coalition for Personal Financial Literacy, Washington D.C., www.jumpstart.org/pdf/financialliteracybook.pdf, consulté le 29 septembre 2003.
- Mandell, L., (2004), 2004 Personal Finance Survey of High School Seniors, executive summary, The Jumpstart Coalition for Personal Financial Literacy, Washington, D.C., www.jumpstart.org/download.cfm, accessed le 3 novembre 2004.
- National Council on Economic Education (NCEE) (1999), NCEE Standards in Economics: Survey of Students and the Public, www.ncee.net/cel/results.php, consulté le 3 novembre 2004.

APPENDICE A.1

Australie : certaines questions de l'enquête sur la culture financière

Questions sur la compréhension financière

1. Il existe divers modes de paiement pour le règlement des achats de biens et services. Lequel des modes de paiement suivants utilisez-vous : guichet automatique, chèque, carte de crédit, crédit à tempérament, mandat, emprunt, carte privative, services bancaires téléphoniques, carte de débit, services bancaires par Internet?
2. Saviez-vous que certains sites Internet proposent un calculateur permettant de comparer les taux d'intérêt et le coût total des produits financiers? Vous êtes-vous rendu sur un tel site? Avez-vous utilisé le calculateur pour comparer les taux d'intérêt et le coût total des produits financiers?

	%
Je connais l'existence de ces sites, j'en ai consulté un et j'ai utilisé le calculateur.	19
Je connais l'existence de ces sites, j'en ai consulté un, mais je n'ai pas utilisé le calculateur.	5
Je n'ai consulté aucun de ces sites, mais j'en connais l'existence.	34
J'ignorais l'existence de ces sites.	41

Questions sur la compétence financière

3. Lequel des produits suivants avez-vous acheté seul ou en commun avec une autre personne : compte auprès d'une banque ou d'une société de crédit mutuel, assurance automobile, assurance habitation, pension de retraite, assurance-maladie privée, assurance vie, prêt hypothécaire, placements autres qu'une pension de retraite, actions, dépôts à terme, prêt personnel, bien de placement, ligne de crédit ou de découvert, contrat de crédit-bail ou

de location-vente, financement hypothécaire d'immeubles de rapport, prêt gagé sur la valeur acquise du logement, prêt sur marge?

4. Pour tous les produits ou services financiers que vous utilisez, indiquez dans quelle mesure vous êtes informé des frais initiaux et périodiques applicables : très bien informé, assez bien informé, pas très bien informé ou très mal informé.

	Utilise	Utilise et est très bien ou assez bien informé
Pension de retraite	71	31
Services bancaires par téléphone	36	20
Actions	44	25
Autres placements	29	17
Services bancaires par Internet	28	19
Carte de débit	34	26
Dépôt à terme	24	18
Carte privative	15	11
Prêt non hypothécaire	47	36
Compte bancaire	97	76
Guichet automatique	73	60
Prêt hypothécaire	38	31
Carte de crédit	64	56

5. Lequel des éléments suivants est le plus important lorsque vient le temps de se constituer une pension de retraite ou de choisir un placement? (Question posée aux adultes qui ont une pension de retraite ou des placements)

	%
Le rendement après déduction des frais	59
Le rendement	14
Les frais	6
Indécis	18
Le coût unitaire	2

6. Lorsque vous prévoyez acheter un produit ou service financier, comparez-vous les offres (beaucoup, passablement, un peu ou pas du tout)?

	Pourcentage des adultes	
	Utilise	Utilise et compare beaucoup ou passablement les offres
Spécialiste financier	51	12
Pension de retraite	71	16
Compte bancaire ordinaire	97	32
Prêt non hypothécaire	47	21
Assurance	91	46
Prêt hypothécaire	38	21
Autres placements	61	34

7. Recevez-vous des documents financiers relativement à un mode de paiement ou à un produit/service financier? Les lisez-vous? Dans quelle mesure les comprenez-vous?

	Les reçoit et les comprend très bien ou assez bien
Pension de retraite	60 %
Autres placements	59 %
Assurance	71 %
Prêt non hypothécaire	72 %
Compte bancaire	89 %
Guichet automatique	86 %
Carte de crédit ou carte privative	91 %

8. « J'ai déterminé combien je devrai épargner en vue de la retraite. » Indiquez dans quelle mesure vous êtes d'accord avec cet énoncé (entièrement d'accord, d'accord, pas d'accord ou pas du tout d'accord).

Trente-sept pour cent des répondants étaient entièrement d'accord ou d'accord.

9. Quel train de vie votre pension devrait-elle vous assurer à la retraite?

	% des répondants ayant une pension de retraite
Je vivrai plus à l'aise qu'actuellement	11
Je vivrai aussi à l'aise qu'actuellement	39
Je vivrai moins à l'aise, mais je m'en sortirai bien	34
Je serai moins à l'aise et je ne m'en sortirai pas	12
Indécis	4

10. Lequel des énoncés suivants correspond le plus à la réalité des fluctuations de la valeur au marché?

	% des répondants ayant des placements ou une assurance
a) Il faut s'attendre à ce que la valeur au marché fluctue à court terme, même avec de bons placements.	63
b) Les bons placements prennent toujours de la valeur.	19
c) Les placements dont la valeur fluctue ne sont pas des bons investissements à long terme.	6
d) Indécis	13

11. Dans quelle mesure comprenez-vous les expressions et termes suivants : chèque bancaire, prélèvement automatique, sous-assurance, intérêt composé, courtier, capital garanti, fiducie globale, rétrofacturation sur une carte de crédit, caution, coemprunteur, taux indicatif et assurance hypothécaire?

APPENDICE A.2

Japon : certaines questions de l'enquête auprès des consommateurs sur la finance

1. Quel est votre degré de connaissance et de compréhension des produits financiers et des rouages de l'économie et de la finance? (jusqu'à trois réponses)

	%
<i>a) La connaissance financière n'est pas nécessaire.</i>	34.5
<i>b) Je n'ai pas cherché activement à me renseigner sur la finance, car ce sujet me semble compliqué.</i>	50.1
<i>c) J'ai concentré mes avoirs dans des dépôts et des comptes d'épargne qui garantissent le capital, et je n'ai pas anticipé la faillite ou l'effondrement des institutions financières.</i>	33.1
<i>d) Je ne sais pas comment obtenir des renseignements exacts sur la finance.</i>	31.2
<i>e) Il n'y a pas suffisamment d'information exacte facile à comprendre sur les produits financiers.</i>	35.4
<i>f) Une bonne part de l'information recueillie est difficile à comprendre.</i>	28.0
<i>g) Autre</i>	2.7

2. Choisissez la description qui reflète le mieux votre degré de connaissance de chacune des expressions indiquées en a) à j) (une réponse par expression).

	Bonne connaissance (%)	Une certaine connaissance (%)	J'en ai entendu parler, sans plus (%)	Je n'en ai pas entendu parler (%)
a) Rendement financier	8.2	24.6	37.1	29.7
b) Rendement prévu de l'assurance vie	3.9	27.3	42.3	26.1
c) Plan de retraite à cotisations définies	2.3	11.8	31.1	54.0
d) Impôt sur les successions	11.3	62.0	23.2	3.2
e) Taxe sur la vente d'instruments financiers	1.8	11.3	41.3	44.7
f) Paiement renouvelable	13.1	28.5	22.9	35.1
g) Intérêt composé	17.8	40.6	28.7	12.5
h) Portefeuille de placements diversifié	3.4	12.0	27.9	56.1
i) Risque et rendement	9.6	25.7	33.8	56.1
j) Masse monétaire	3.8	12.1	45.9	38.0

3. Que pensez-vous de l'information sur la finance fournie par diverses organisations et sociétés? (une réponse)

	%
a) Elle permet de se familiariser avec les produits financiers et les rouages de l'économie et de la finance par la consultation de brochures et les recherches sur Internet.	4.8
b) Le contenu est plutôt difficile à suivre.	29.3
c) J'ai l'impression qu'une bonne part de l'information a en fait été produite dans l'intérêt des institutions financières.	27.3
d) Je n'en ai pas vu beaucoup.	38.6

4. De quelle information avez-vous besoin? (jusqu'à trois réponses)

	%
a) Dépôts et comptes d'épargne	51.3
b) Actions	10.8
c) Obligations (d'État et de sociétés)	5.5
d) Organismes de placement collectif	7.8
e) Pensions	67.9
f) Assurance	47.4
g) Fiscalité (impôt sur les successions, par exemple)	35.6
h) Prêts et crédit	7.8
i) Rien en particulier	10.7

5. Quelles sont vos principales sources d'information sur la finance? (jusqu'à trois réponses)

	%
a) Explications fournies par les préposés au guichet et les agents de vente des institutions financières	34.5
b) Dépliants sur les produits des institutions financières	35.9
c) Livres	10.2
d) Émissions de télévision et articles de journaux et de magazines (à l'exclusion de la publicité)	65.0
e) Publicité diffusée à la télévision et dans les journaux et les magazines	37.0
f) Internet	5.9
g) Conversations avec la famille et/ou les amis	33.5
h) Brochures et séminaires d'organisations indépendantes	2.4
i) Cours et/ou conférences donnés dans des écoles	1.5

APPENDICE A.3

États-Unis : certaines questions de l'enquête Jumpstart sur la culture financière

Questions sur la compréhension du revenu

1. Si vous obteniez un diplôme universitaire de premier cycle (quatre ans) au lieu de vous contenter d'un diplôme d'études secondaires, quel devrait être l'impact sur votre rémunération ?

- a) Je gagnerais environ 10 fois plus.
- b) Je gagnerais beaucoup plus (écart d'environ 70 %).
- c) Je gagnerais un peu plus (écart d'environ 20 %).
- d) J'aurais sensiblement le même revenu.

52.2 % des étudiants ont répondu correctement en choisissant l'énoncé b).

2. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux les principales sources de revenu de la plupart des personnes de 20 à 35 ans ?

- a) Bénéfices d'entreprise.
- b) Dividendes et intérêts.
- c) Loyer.
- d) Salaires, traitement et pourboires.

71.2 % des étudiants ont répondu correctement en choisissant l'énoncé d).

Questions sur la compréhension de la gestion de l'argent

3. L'inflation peut causer bien des problèmes. Quel groupe souffre le plus en période de forte inflation ?

- a) Les jeunes couples sans enfant, à deux revenus.
- b) Les jeunes couples avec enfant, à deux revenus.

- c) Les couples plus âgés à deux revenus, qui épargnent en vue de la retraite.
- d) Les personnes âgées qui touchent un revenu fixe à la retraite.

Seulement 40 % des étudiants ont répondu correctement en choisissant l'énoncé d).

4. Si chacune des personnes suivantes a la même rémunération nette, laquelle doit maximiser le montant d'assurance vie?

- a) Une jeune célibataire sans enfant.
- b) Un retraité âgé dont l'épouse est également à la retraite.
- c) Un jeune marié sans enfant.
- d) Une jeune célibataire avec deux enfants.

Un peu plus de 50 % des étudiants ont répondu correctement en choisissant l'énoncé d).

Questions sur la compréhension de l'épargne et du placement

5. Bob et Cindy ont le même âge. A 25 ans, Cindy a commencé à épargner 2 000 USD par an, alors que Bob n'a rien mis de côté. À 50 ans, Bob a compris qu'il allait avoir besoin d'argent à la retraite et a commencé à épargner 4 000 USD par an; pendant ce temps, Cindy continuait d'épargner 2 000 USD par an. Ils ont maintenant 75 ans. Lequel a le plus d'argent dans son compte de retraite?

- a) Bob, parce qu'il a épargné un plus gros montant chaque année.
- b) Le solde des deux comptes est identique puisqu'ils ont épargné exactement le montant.
- c) Cindy, car elle a épargné davantage.
- d) Cindy, car ses avoirs ont fructifié plus longtemps dans un compte à intérêt composé.

La moitié des étudiants ont répondu correctement en choisissant l'énoncé d).

6. Bien des gens épargnent pour être en mesure de faire face aux imprévus. Si Pedro et Susanna ont mis de l'argent de côté en cas d'urgence, lequel des placements suivants leur conviendrait le MOINS dans l'optique d'une utilisation immédiate?

- a) Compte de chèques.
- b) Compte d'épargne.
- c) Actions.
- d) Acompte de la nouvelle maison.

Un peu moins de la moitié des étudiants ont répondu correctement en choisissant l'énoncé d).

Questions sur la compréhension des dépenses et de l'endettement

7. Dans quelles circonstances est-il financièrement avantageux de contracter un emprunt pour faire un achat immédiat et de le rembourser avec ses revenus futurs?
- a) Lorsqu'on a vraiment besoin de deux semaines de vacances.
 - b) Lorsque des vêtements qui nous plaisent sont en solde.
 - c) Lorsque les intérêts sur l'emprunt sont plus élevés que les intérêts sur l'épargne.
 - d) Lorsqu'on doit s'acheter une voiture pour occuper un poste beaucoup mieux rémunéré.

Seulement 54.4 % des étudiants ont répondu correctement en choisissant l'énoncé d).

8. Lequel des utilisateurs de carte de crédit suivants est susceptible de payer les frais de crédit les plus ÉLEVÉS par année en supposant que le taux d'intérêt annuel est le même pour tous?
- a) Barbara, qui acquitte toujours la totalité du solde peu après avoir reçu le relevé.
 - b) Ellen, qui acquitte généralement la totalité du solde mais à qui il arrive de ne payer que le montant minimum lorsqu'elle est à court de liquidités.
 - c) Nancy, qui verse à tout le moins le montant minimum chaque mois et davantage lorsqu'elle est en mesure de le faire.
 - d) Paul, qui ne verse que le montant minimum chaque mois .

Seulement 60.7 % des étudiants ont répondu correctement en choisissant l'énoncé d).

ANNEXE B

Investissement/épargne retraite et éducation financière : informations complémentaires

Avantages individuels et sociaux de l'éducation financière

Les programmes d'éducation financière peuvent contribuer au bien-être des salariés en leur apportant l'information et les compétences nécessaires pour leur permettre d'investir de manière judicieuse dans leur plan d'épargne retraite comme dans leur plan d'épargne personnel. Par le biais d'une information précise, objective et facile à comprendre, comme des définitions de termes d'investissement ou la description des avantages et inconvénients des différents types d'investissement, et en donnant à ces mêmes personnes les moyens de s'approprier cette information, les programmes d'éducation financière peuvent aider les salariés à sélectionner les services et produits financiers les plus adaptés à leur situation personnelle. Ils pourraient ainsi apaiser les inquiétudes exprimées par certains pays quant au fait que les consommateurs ne comprennent pas le jargon financier. Par exemple, une étude menée par l'Irish Financial Services Regulatory Authority (IFSRA, autorité de régulation des services financiers irlandais) montre que pour 75 % des consommateurs, les informations écrites sur les produits financiers sont difficiles à comprendre (Keena, 2004). Une amélioration de ces compétences permettra de répondre aux préoccupations manifestées par un certain nombre de pays sur le fait que les salariés ne sont pas à même d'épargner suffisamment pour leur retraite.

Les programmes d'éducation financière peuvent en outre contribuer au bien-être des salariés en les invitant à se méfier de formules promettant un rendement élevé sans risque et les aider à poser les bonnes questions sur les produits et services financiers. Parmi les exemples d'investissements risqués ou frauduleux cités dans l'encadré ci-dessous, plusieurs incitaient les consommateurs à acheter des actions ou des obligations qui n'étaient pas

Encadré B.1. Exemples d'investissements risqués ou frauduleux

Italie

L'effondrement, ces dernières années, de certaines grandes entreprises italiennes – comme Parmalat ou Cirio – et le défaut de paiement technique de plusieurs autres ont englouti les économies de millions d'investisseurs italiens. Ils avaient commencé à acheter des obligations à la fin des années 90, lorsque les rendements des emprunts d'État ont plongé. Ils ne se sont malheureusement intéressés qu'aux rendements élevés annoncés et ont sous-estimé les risques. Dans le cas de Parmalat, l'entreprise elle-même et les banques locales avaient encouragé les salariés à acquérir ces obligations.

États-Unis

La direction d'Enron a vivement incité ses salariés à acheter des actions de l'entreprise alors même qu'elle savait sans doute qu'elles étaient artificiellement évaluées. La plupart des personnes affiliées au plan 401-K d'Enron avaient placé un fort pourcentage de leurs actifs dans les actions de l'entreprise. Contrairement au régime à prestations définies de l'entreprise, les sommes versées dans le cadre du plan à cotisations définies n'étaient pas protégées par une assurance garantie par l'État. Aussi, lorsque Enron a fait faillite, nombre des salariés ont perdu l'intégralité de leur épargne retraite.

Royaume-Uni

À la fin des années 80 et 90, les particuliers ont été incités, à tort en définitive, à abandonner les plans de retraite professionnels pour des plans personnels. Or beaucoup de ces derniers ont été mal présentés aux acheteurs potentiels. Des publicités mensongères ont conduit nombre de salariés à renoncer aux plans fournis par leur employeur ou l'État pour souscrire des plans privés qui leur offraient en fait des prestations inférieures. Pour un fort pourcentage, ces salariés étaient des femmes, disposant de surcroît des revenus les plus bas. Ce ne sont dans ce cas pas uniquement les salariés qui ont perdu de l'argent. Le gouvernement a en effet dépensé 21.7 milliards GBP en remises et mesures d'incitation à la souscription de 1987 à 1995.

Pays-Bas

L'envolée du marché des actions à la fin des années 90, assorti parfois d'une campagne de marketing offensive, a poussé 6 % des familles à emprunter de l'argent afin d'acheter des actions. Un nombre relativement élevé de ces ménages avaient de faibles revenus. Lorsque les marchés se sont effondrés, la plupart se sont retrouvés avec des dettes substantielles.

Encadré B.1. Exemples d'investissements risqués ou frauduleux (suite)

Irlande

Un grand nombre des consommateurs qui ont investi dans l'entreprise publique de télécommunications, Eircom, ont perdu de l'argent en raison des mauvais résultats de l'action. Ils ne connaissaient pas les risques encourus. Certains avaient même contracté des crédits pour pouvoir acquérir ces titres.

financièrement saines. Des programmes d'éducation financière auraient pu permettre de protéger certaines des personnes qui ont réalisé ces placements. Ainsi, un investisseur averti saurait qu'il doit diversifier son portefeuille et ne pas miser sur un seul titre, aussi bien dans son plan d'épargne personnel que dans son plan d'épargne retraite entreprise à cotisations définies.

Les programmes d'éducation financière peuvent également aider les pouvoirs publics à sensibiliser les individus à la nécessité d'une réforme des retraites, et en particulier de passer pour tout ou partie d'un régime de retraite par répartition à un régime de retraite par capitalisation. La récente campagne médiatique des pouvoirs publics slovaques est un bon exemple d'une explication réussie de la réforme des retraites. En outre, dans les pays où la réforme est en cours, il est très important que les salariés soient conscients de la nécessité de prendre des décisions d'investissement judicieuses et qu'ils aient toutes les informations et compétences pour leur permettre de le faire. Les programmes d'éducation financière peuvent expliquer ces réformes des retraites aux consommateurs et les aider à faire des choix appropriés. Ils peuvent également informer les particuliers sur le fonctionnement de plans de retraites nouvellement créés et sur leurs droits et obligations à ce titre.

Dans la mesure où les programmes d'éducation financière favorisent une participation significative des salariés aux plans de retraite à cotisations définies et aux plans d'épargne personnels, les régimes de retraite par répartition fournis par les gouvernements subissent une moindre pression financière.

Description des programmes d'investissement/épargne retraite existant actuellement

Description de quelques programmes

Publications

En Autriche, des organismes sans but lucratif, comme les associations de salariés et de consommateurs, proposent une grande variété de publications sur l'investissement. La Chambre fédérale du travail (BAK), qui est une

association de salariés, publie et distribue des brochures destinées aux salariés (consacrées au livret d'épargne, aux placements et au conseil financier, à l'épargne logement, ainsi qu'une brochure sur les dix étapes de l'évaluation financière des salariés). Ces brochures ont trait à des problèmes spécifiques des salariés et contiennent des informations sur tous les types de produits d'investissement susceptibles d'intéresser les salariés, comme les actions, les valeurs mobilières et les fonds. Pour chaque produit d'investissement décrit, les publications font ressortir les avantages, inconvénients et risques associés. Publiées en octobre 2003, ces brochures sont également disponibles sur l'Internet. Les associations de consommateurs autrichiennes telles que l'association pour la protection des consommateurs (VKI) publient une série de plaquettes proposant des conseils sur les investissements destinés à tous les investisseurs et, qui, à la différence des publications de la BAK, peuvent être achetées. Ces plaquettes traitent surtout de questions générales sur la gestion et l'investissement de l'argent. Parmi les thèmes abordés, il y a eu *Comment investir correctement*, *Les établissements d'épargne et de crédit pour le logement*, *Les prêts en devises*, *Les cartes de crédit et de débit* (parus en 2000), puis *Comment mieux placer son argent* en janvier 2001, *Les pratiques des banques – les risques pour les consommateurs* en 2002, *Le guide pratique de la protection des investisseurs – les différents types d'investisseurs et de risques, garanties et revenus* et *Notions de base pour les novices de la bourse* (septembre 2003) et *Comparaison des fonds d'investissement* (septembre 2004).

En Pologne, l'organisme chargé de surveiller l'émission et la négociation des valeurs mobilières (PSEC) a publié en 2003 le « Guide de l'investisseur », qui contenait des informations de base pour investir sur le marché financier polonais. Mis à jour et réédité en 2004, ce guide a lancé une série de brochures pour les investisseurs débutants (c'est-à-dire ceux qui ont à peine commencé à investir sur le marché financier ou ceux qui ne l'ont encore jamais fait et qui veulent en découvrir les possibilités). Trois guides consacrés aux fonds de placement, à l'ABC du placement et aux sources d'information sur le marché financier ont été publiés en 2004. En outre, le PSEC a préparé une plaquette sur le Plan de rémunération individuel, que les autorités polonaises jugent particulièrement important du point de vue des investisseurs. Le PSEC a également publié une série de livres contenant des informations détaillées sur le marché financier pour les investisseurs plus compétents en finance. En Espagne, la Commission nationale des marchés des valeurs mobilières (CNMV), publie à l'usage des investisseurs des guides d'information sur des thèmes se rapportant aux différents segments du marché boursier (intermédiaires, produits, etc.). Une collection de guides s'intitule : « *Ce que vous devez savoir sur...* » et traite des principaux sujets concernant la bourse, tels que les fonds communs de placement, les produits à revenu fixe et les droits et obligations des actionnaires. En 2003, 200 000 exemplaires ont été

gracieusement distribués aux investisseurs. La CNMV prévoit d'accompagner le lancement de produits encore plus pointus (ex. : actions, produits dérivés, etc.) en publiant une nouvelle collection de *Guides de l'investisseur* pour aider les investisseurs plus expérimentés à se familiariser avec des services financiers plus complexes.

Sites Internet

Les sites Internet des organismes investis de pouvoirs de réglementation et de surveillance (la Consob en Italie et la CNMV en Espagne) ont une rubrique spéciale (*le Coin des investisseurs*) qui vise à attirer l'attention des investisseurs sur les informations pertinentes. Le *Coin des investisseurs* de la Consob est divisé en quatre sections : la première section, « Avertissements », présente les derniers avis (de la Consob ou des autorités étrangères correspondantes) sur les activités frauduleuses et autres abus; la deuxième, « ce qu'il faut faire et ne pas faire », donne des conseils à suivre avant, durant et après signature d'un contrat d'investissement et montre en particulier l'importance des flux d'informations entre les investisseurs et les intermédiaires; la troisième section, « Connaître les risques », décrit les risques des investissements dans les instruments financiers; la quatrième et dernière section, « Éducation de l'investisseur » (lancée en 2001) décrit en détail toutes les campagnes d'éducation élaborées par la Consob tout en incluant d'autres pages d'information utiles¹. Le *Coin des investisseurs* (*Rincón del inversor*) du site Internet de la CNMV donne des informations claires et détaillées sur le fonctionnement des marchés boursiers espagnols et est organisé de la même manière que son homologue italien : il comporte trois sections bien distinctes – Information, Aide aux investisseurs et Avertissements². Le *Coins des investisseurs* existe aussi sur les sites Internet des organismes de régulation et de surveillance de la Turquie et du Japon.

Modules de formation

En République tchèque, l'agence d'information EKIA a lancé en 2002 un programme destiné aux investisseurs privés (*Fit for Investment*). Les partenaires du programme incluent l'Association pour les marchés financiers (AKAT) et l'Union des sociétés d'investissement (UNIS CR). Les principaux objectifs du programme sont d'amener les investisseurs à mieux connaître les principes d'investissement et à faire plus confiance au marché financier. Pour atteindre ces objectifs, le programme propose tout au long de l'année des formations et des conférences, appelées « Investment Opportunities » et « Fond Market ». Les séminaires attirent plus de 300 investisseurs privés par an dans la plupart des grandes villes, mais essentiellement à Prague. En 2004, le programme *Fit for investment* a été à nouveau financièrement soutenu par les principaux acteurs du marché tchèque, comme IKS KB, FIO, Pioneer Investment et d'autres.

Parmi les programmes d'éducation financière commandités aux États-Unis par des employeurs, on retiendra ceux de sociétés comme United Parcel Service (depuis 2000) et Weyerhaeuser Ltd (depuis 1984) sur la planification à long terme de l'épargne et la retraite. Dans le cadre de ces programmes, ces deux sociétés offrent à intervalles réguliers des formations d'une durée de un à deux jours, avec le soutien enthousiaste de la direction. Destinées à des groupes d'âges spécifiques, ces formations s'accompagnent de la remise d'une large panoplie d'outils didactiques (supports de cours expliquant, entre autres, comment les avantages sociaux des entreprises s'intègrent dans des stratégies de planification financière plus larges). S'appuyant sur les documents écrits et les ressources existantes, le programme UPS aide les employés à concevoir un « plan d'action financier personnel » à partir de l'Internet et leur offre un logiciel pour les aider à mieux gérer leurs dettes, leur budget, leurs assurances, leur épargne et leur retraite. L'approche de Weyerhaeuser Ltd est, quant à elle, beaucoup plus « holistique », puisqu'elle va même jusqu'à fournir aux salariés des conseils pour améliorer leur qualité de vie ou rester en bonne santé (Braunstein and Welch, 2002).

Campagnes d'éducation publiques

Aux États-Unis, la campagne d'information publique *Choose to Save* défend l'idée que pour assurer leur sécurité financière de demain, les consommateurs doivent commencer à économiser dès aujourd'hui³. Commandité par l'Employee Benefit Research Institute (EBRI), institut de recherche sans but lucratif, le programme bénéficie d'une diffusion nationale, par le biais d'une large gamme de médias (journaux, radio, télévision, Internet, affiches publicitaires dans les bus et les trains et conférences). Des partenaires comme le ministère du Travail des États-Unis, coopèrent à la fabrication des supports pédagogiques incluant des plaquettes (*The Power to Choose*) et des brochures (*Top ten Ways to Save for Retirement*). Des communiqués du service public, initialement destinés à des chaînes de télévision et des stations radio d'une seule grande agglomération, sont aujourd'hui diffusés dans 49 états. Par ailleurs, depuis 1997, quatre éditions spéciales du journal télévisé *The Savings Game* ont été diffusées à une heure de grande écoute dans une grande agglomération et sur toutes les chaînes câblées nationales, la valeur totale de leur temps d'antenne dépassant déjà 20 millions USD. Sont également proposés des outils sur l'Internet comme le *Ballpark Estimate Retirement Planning Worksheet* qui aide les consommateurs à estimer combien ils doivent économiser pour leur retraite, et plus de 100 calculateurs financiers en ligne pour les investisseurs confrontés à des questions de planification financière (crédit, prêt immobilier, budget et sécurité financière de demain). Ces programmes ont bénéficié du soutien financier et documentaire de

sociétés du secteur privé, des institutions partenaires de l'American Savings Education Council (ASEC) et des membres de l'EBRI.

L'OCDE a également retenu une autre campagne d'éducation publique proposée aux États-Unis. Nommée *America Saves*⁴, elle vise essentiellement à encourager et à aider les consommateurs à épargner et à accumuler un patrimoine. Lancée en 2001 et regroupant près de 20 000 épargnants individuels, elle est coordonnée et gérée au niveau local, des États et au niveau national par la Consumer Federation of America (CFA), fédération regroupant des organismes de défense, d'étude et d'éducation des consommateurs installée à Washington. Mille organisations sans but lucratif, des employeurs, des institutions financières, des associations de défense et d'éducation des consommateurs et des organismes publics qui offrent et promeuvent des services d'épargne y participent également. Des ateliers de motivation, des entretiens individuels et des ouvertures de comptes épargne sans frais sont proposés. La Financial Planning Association, qui met à la disposition des épargnants les services gratuits habituellement réservés à ses membres, joue par exemple un rôle clé dans cette démarche. Par ailleurs, des représentants de divers organismes publics et sans but lucratif, comme le ministère du Travail, la Réserve fédérale, l'American Savings and Education Council et la National Foundation for Credit Counseling, interviennent comme consultants au niveau national. C'est la Ford Foundation, organisme sans but lucratif, qui a lancé le financement de cette campagne à l'échelle nationale. Des entreprises d'intérêt public, comme Fannie Mae et Freddie Mac, des entités sans but lucratif (Fannie Mae Foundation, National Credit Union Foundation ou InCharge Institute), et des entreprises la financent également. Sur le plan local, le financement est assuré par les banques, les sociétés de crédit mutuel, les agences Cooperative Extension et les fondations publiques. Lancé à Cleveland, dans l'Ohio, le programme pilote a été élargi à d'autres villes et doit encore s'étendre à Kansas City, Indianapolis et Charlotte (Braunstein and Welch, 2002). Depuis sa mise en place en 2001, cette campagne a convaincu près de 20 000 personnes de souscrire un plan d'épargne.

Au Mexique, la réforme de 1997 a remplacé le système national de retraite par répartition par un système à cotisations définies fondé sur des comptes individuels gérés par des institutions financières spécialisées, appelées les Afores. Avec ce nouveau système, il a fallu fournir plus d'informations aux salariés et les initier à un programme d'éducation financière de base portant sur le système de retraite. L'agence du gouvernement mexicain, la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (Consar), est chargée de diffuser cette information et a pour ambition d'expliquer aux salariés pourquoi il est important de choisir les Afores⁵ aux commissions les plus faibles et aux rendements les plus élevés. L'agence mène auprès des salariés une campagne d'information permanente élaborée en

partenariat avec les Afores, les syndicats, les associations d'employeurs et du secteur privé. Le principal objectif de la campagne est de faire prendre conscience aux salariés de l'intérêt de préparer efficacement leur retraite. Les principales méthodes de diffusion de la campagne sont l'Internet et tous les médias (télévision, radio, journaux, magazines, panneaux d'affichage). Sont publiés, plus précisément, des documents imprimés, comme des publicités dans les journaux et magazines ainsi que des posters et des bannières sur les principales pages Web⁶. Des pages de publicité sont diffusées à la radio et à la télévision et des posters placés sur des stands d'information que l'on retrouve dans tout le pays⁷. Tous ces éléments visent à développer l'intérêt des salariés pour leur retraite, avec notamment des slogans comme : « Préférez-vous 15 % de plus ou de moins dans votre retraite? », « Savez-vous combien votre Afore vous coûte? », « Êtes-vous indifférent? » En outre, les agents de la Consar se rendent en personne dans des sociétés et des associations. Des séminaires et des tables rondes sont également organisés. Ce faisant, la Consar a réussi à nouer des liens plus étroits avec les salariés, leur permettant ainsi de comprendre et d'apprécier toutes les options à leur disposition pour accroître leur épargne personnelle pour la retraite.

Notes

1. Ce site regroupe des informations claires et aisément compréhensible sur les fonds communs de placement, les bons de souscription couverts et les obligations structurées, une page expliquant les caractéristiques de ces produits structurés (la convertibilité par exemple) et comprenant des présentations animées, ainsi que deux calculateurs permettant de calculer plus facilement le prix des obligations structurées ou de comparer le prix d'un bon de souscription couvert offert par le marché.
2. Le site de la CNMV offre également des conseils pratiques et concrets pour traiter au mieux avec les sociétés et les intermédiaires financiers, des messages d'avertissement sur les sociétés non inscrites au registre du commerce, une liste des précautions à prendre pour intervenir sans risque sur les marchés boursiers et des glossaires de termes financiers (disponible à l'adresse www.mineco.es/tesoro/hm/deuda/index_en.htm).
3. Pour plus d'informations : www.choosetosave.org.
4. Il peut être consulté à l'adresse : www.americasaves.org.
5. Entités financières spécialisées dans la gestion et la promotion des comptes individuels du système de retraite mexicain et chargées d'investir dans des fonds de pension.
6. Il s'agit, entre autres, d'informations détaillées sur les commissions équivalentes (un calcul réalisé par la Consar pour rendre comparables les différentes commissions perçues par les Afores) et sur les moyens de comparer le solde final obtenu avec chaque Afore, par l'Internet ou par téléphone, sur le « calculateur du solde final » (un logiciel spécial créé par la Consar, qui donne aux salariés le montant approximatif de l'argent qu'ils pourraient avoir en fin de carrière, sur la base de leur âge réel, de leur revenu et de l'Afore qui gère leurs fonds).

7. Les stands d'information sont situés dans les centres commerciaux, les stations de métro et à des points stratégiques de rues très passantes. Ces stands sont aisément reconnaissables et sont toujours tenus par un ou deux spécialistes susceptibles de répondre aux éventuelles questions des salariés. Une documentation riche et variée leur permet d'étayer et d'approfondir leurs explications.

Bibliographie

- Braunstein, S. and C. Welch (2002), « Financial Literacy: An Overview of Practice, Research and Policy », *Federal Reserve Bulletin*, Washington D.C., www.federalreserve.gov/pubs/bulletin/2002/1102lead.pdf#, consulté le 22 août 2003.
- Keena, C. (2004), « Use of Financial Jargon in Literature Criticized by Literacy Agency », *The Irish Times*, 18 septembre.

ANNEXE C

Informations supplémentaires sur l'éducation financière en matière de crédit et d'endettement

Le contexte

Les composantes de la dette des ménages

La Réserve fédérale des États-Unis définit le crédit à la consommation non immobilier comme « la plupart des concours à court et moyen terme accordés aux particuliers, à l'exclusion des prêts garantis par des actifs immobiliers ou fonciers »¹. L'Union européenne emploie également une définition large, qui englobe toutes les formes de crédit à la consommation : les cartes de crédit, les prêts en devises, les avances sur salaire, le crédit à la consommation classique (qui comprend les emprunts pour financer l'éducation et peut donc être un investissement en capital humain), le financement d'achats à tempérament, les découverts autorisés, les crédits renouvelables, la location financière et d'autres formes de financement de la consommation (par exemple le crédit automobile et les prêts pour l'acquisition de biens de consommation durables) (CE, 2002). Dans le domaine des crédits hypothécaires/immobiliers, on définit un prêt hypothécaire comme tout prêt utilisant le logement comme sûreté. Cette définition peut inclure les emprunts gagés sur la valeur acquise de l'actif immobilier, ceux contractés aux fins d'acquisition et d'occupation d'un logement ainsi que de placement (RBA, 2003). Dans cette catégorie, les concours risqués sont les prêts hypothécaires plus coûteux accordés à la clientèle moins sûre et ceux assortis de conditions abusives. Mais il convient de remarquer que les prêteurs qui tentent d'exploiter les clients peuvent opérer aussi bien dans le domaine du crédit à la consommation que dans celui des financements immobiliers.

L'évolution de la dette des ménages

On peut mesurer l'endettement par le rapport entre le montant de la dette ou celui des remboursements et le revenu. Aux États-Unis, par exemple, la Réserve fédérale a établi deux types de mesures pour évaluer l'importance de la dette des ménages américains : le ratio trimestriel du service de la dette (Debt Service Ratio ou DSR) et le ratio des obligations financières (Financial Obligations Ratio ou FOR)². Il y a excès d'endettement ou surendettement quand l'un ou l'autre de ces ratios dépasse une certaine proportion des revenus personnels. Dans tous les pays, les emprunts basés sur des actifs immobiliers représentent plus de la moitié de l'encours de la dette des ménages, ce qui s'explique par le rôle important que joue le logement comme garantie (Debelle, 2004a). Ainsi, en 2004, le crédit immobilier représentait 75 % environ de la dette totale des ménages américains et britanniques (Debelle, 2004b) et plus de 50 % en Autriche (chiffres de 2003)³. Dans ce pays, les prêts en devises ont largement contribué à la montée de l'endettement des ménages de 2000 à 2003, en accusant une hausse particulièrement forte (+39 %) (OCDE, 2000). En 2004, ils s'élevaient à 19 % de l'endettement total des ménages autrichiens – un pourcentage plusieurs fois supérieur à la moyenne de la zone euro⁴. En comparaison, les prêts hypothécaires et à la consommation ont progressé relativement moins vite (avec des hausses limitées à 17 % et 3 % respectivement)⁵. Le fait que les ménages autrichiens aient contracté de plus en plus d'emprunts en devises, alors que beaucoup d'entre eux sous-estiment le risque de change qui s'y attache (les contrats de prêts sont habituellement à long terme), fait ressortir l'importance de l'éducation au crédit dans ce pays.

En ce qui concerne les facteurs de l'essor du crédit immobilier, on constate d'abord que les taux d'intérêt à long terme sont tombés à des niveaux historiquement bas, dans beaucoup de pays de l'OCDE, au cours des dix dernières années⁶. Il est difficile d'évaluer d'emblée l'incidence nette de ce phénomène, car la baisse du loyer de l'argent devrait permettre aux ménages d'alléger la charge des remboursements mensuels. Mais, toutes choses égales par ailleurs, la faiblesse des taux a aussi pour effet de permettre aux ménages de contracter des emprunts plus importants pour un niveau de revenu donné⁷. La disponibilité de financements peu coûteux permet aux primo-accédants d'acquérir des logements plus chers qu'ils ne pourraient le faire autrement et aux propriétaires existants de revendre pour acquérir des logements plus spacieux ou plus onéreux. Ce processus contribue à soutenir la demande d'actifs immobiliers et va aussi dans le sens d'un enchérissement. En outre, il est incontestable que la demande est tirée par les investisseurs. Dans la plupart des pays étudiés, l'interaction de ces divers éléments s'est traduite par une tendance régulièrement ascendante des prix de l'immobilier [au Royaume-Uni et aux États-Unis, depuis le milieu des années 90, et en

Corée, de 2001 à 2003 (OCDE, 2004a), mais pas en Autriche (BNA, 2003a)]. En outre, dans de nombreux pays, cette hausse a stimulé la consommation, diverses innovations apparues progressivement permettant aux propriétaires d'utiliser plus facilement leurs plus-values. Ainsi, en dépit de la stagnation relative des salaires, les propriétaires peuvent accroître leur pouvoir d'achat en gageant des emprunts sur les plus-values immobilières. Les émissions record de titres représentatifs de prêts garantis par la valeur nette des actifs immobiliers laissent penser qu'ils ont utilisé très largement cette possibilité⁸. Dans certains pays, la déréglementation du marché du crédit immobilier – avec notamment l'assouplissement des contraintes sur les taux de prêt ou sur les ratios emprunt/valeur du logement – s'est avérée un autre facteur significatif du gonflement des emprunts (Debelle, 2004a). Ces réformes ont facilité l'accès au marché d'emprunteurs qui n'auraient pu sans elles acquérir des logements, en leur permettant de remplir les conditions exigées pour l'octroi de prêts avec un faible apport personnel.

Au cours des trente dernières années, les cartes de crédit sont devenues en vogue parmi les consommateurs en tant qu'instruments rapides et commodes pour l'acquisition de biens et de services (ainsi que pour d'autres types de transactions). Leur popularité croissante doit aussi beaucoup à l'importance du marketing ainsi qu'à l'évolution de la technologie et des communications (CFA, 2000). L'usage des cartes de crédit se répandant rapidement, il est probable que la part des emprunts à ce titre dans le total de la dette des ménages (bien que relativement faible actuellement) va augmenter à l'avenir et que cela constituera un sujet de préoccupation croissant dans beaucoup de pays (OCDE, 2004b; Durkin, 2000; NEFE, 2002). De plus, à la différence des emprunts immobiliers, qui sont garantis par un investissement, l'endettement par carte de crédit est peut-être plus inquiétant, car il ne correspond à aucun investissement et donc à aucune constitution d'actifs par le consommateur.

Outre les banques, un certain nombre d'entreprises non bancaires proposent maintenant des cartes de crédit directement aux consommateurs. Dans les pays de l'OCDE, les utilisateurs du crédit disposent de nombreuses options, nouvelles et sophistiquées, en matière de crédit et d'autres formes d'endettement. Les progrès du stockage et de la recherche de données permettent aux prestataires de services de concevoir des produits qui ciblent spécifiquement certaines catégories de consommateurs. Cette évolution s'appuie sur l'amélioration des techniques de scoring des crédits, qui ont réduit les coûts supportés par les créanciers et fait augmenter le nombre de consommateurs ayant accès au crédit. Mais même le consommateur moyen de crédit ne sait pas toujours que les modalités de protection propres à chaque produit peuvent être très différentes. La complexité du marché se manifeste particulièrement dans les offres spéciales visant les consommateurs, qui

s'avèrent parfois plus avantageuses pour les prêteurs. De nombreux produits (commercialisés comme cartes de crédit à « bas » taux d'intérêt, crédits à remboursement différé ou sans intérêt) ne correspondent pas réellement aux promesses des vendeurs et peuvent dissimuler, dans le détail des clauses du contrat, de mauvaises surprises pour les consommateurs. Au Royaume-Uni, par exemple, l'utilisation des cartes de crédit privées proposées par les commerçants pose des problèmes : le public a récemment exprimé son inquiétude à ce sujet⁹. Ces cartes de crédit très prisées – il y en avait 20 millions au Royaume-Uni en 2000 – sont souvent assorties d'un taux d'intérêt annuel supérieur à celui des cartes traditionnelles (il dépasse parfois 30 %) (Mintel, 2001, cité par CAB, 2001; CAB, 2001). La plupart des détenteurs de ces cartes pourraient obtenir un découvert, un prêt ou une facilité d'emprunt par carte de crédit avec un taux d'intérêt inférieur – ils sont donc mal avisés de contracter des dettes supplémentaires au moyen de ces cartes plus coûteuses (CAB, 2001).

L'incidence et la portée de l'activité des prestataires de services financiers alternatifs et de leurs produits sont débattus publiquement depuis la fin des années 1990, époque à laquelle on a commencé à entendre parler de pratiques malhonnêtes et préjudiciables en matière de crédit immobilier (Braunstein et Welch, 2002). Un nombre croissant d'opérateurs propose des prêts risqués, à taux élevé¹⁰, et le crédit à conditions abusives (qualifié d'« exorbitant » au Royaume-Uni) est de plus en plus répandu. Les avances renouvelables sur salaire sont aussi une nuisance pour le consommateur, surtout au Royaume-Uni et aux États-Unis (Stegman, 2003). Les modalités de tous ces prêts sont souvent inadaptées et trompeuses, notamment pour les personnes mal informées financièrement ou disposant de revenus modestes. Le problème est aggravé par le fait qu'une proportion élevée de la population ne remplit pas les conditions pour obtenir normalement des crédits et se trouve donc contrainte d'emprunter auprès des prêteurs alternatifs; au Royaume-Uni, par exemple, pas moins d'un quart des ménages n'a pas accès au crédit dans des conditions normales (NEF, 2004).

S'agissant du surendettement et de ses conséquences, on observe, dans les cinq pays, une augmentation alarmante du nombre des défauts de remboursement et des faillites personnelles; mais la situation n'est nulle part aussi grave qu'aux États-Unis, où, en 2003, 1.6 million de ménages (soit environ 9 % du total des ménages américains) ont demandé à être placés en régime de faillite (Marcuss, 2004). En revanche, dans les trois autres pays, les chiffres sont nettement moins inquiétants sur ces deux plans : en Angleterre et au pays de Galles, on comptait, en 2004, 46 650 faillites personnelles (UKDTI, 2005)¹¹, soit quelque 0.09 % de la population (NSUK, 2005). En Autriche, le nombre de faillites personnelles a progressé de 11.1 % (3 175 cas) pendant les trois premiers trimestres de 2003, comparativement à la période

correspondante de l'année précédente (BNA, 2003b). Finalement, en Corée, il y avait, en janvier 2004, 3.8 millions d'emprunteurs défaillants, c'est-à-dire 16 % de la population en âge de travailler (OCDE, 2004a).

Les catégories les plus affectées par l'endettement et les raisons personnelles du surendettement

Le surendettement des jeunes consommateurs, dû notamment à une utilisation sans discernement des cartes de crédit, inquiète particulièrement les autorités. Au cours des années récentes, on a vu de plus en plus de jeunes adultes contracter de gros crédits par ce moyen, au point de devenir surendettés et de ne pouvoir rembourser. En Corée, par exemple, les jeunes abusent depuis quelque temps des cartes de crédit et le nombre d'entre eux ayant des incidents de paiement a sensiblement augmenté¹². Les jeunes consommateurs américains éprouvent également des difficultés à gérer leurs dettes, dont une large proportion (une large proportion provient des cartes de crédit). Les statistiques montrent que, de 1991 à 1999, les faillites personnelles ont augmenté de plus de 51 % parmi les débiteurs âgés de moins de 25 ans (Braunstein et Welch, 2002). L'une des raisons de la propension particulière des jeunes (contrairement aux adultes plus âgés) à s'endetter excessivement avec les cartes de crédit est qu'ils sont plus susceptibles de manquer des connaissances et des compétences financières de base pour gérer efficacement leurs emprunts¹³.

Encadré C.1. En Corée, les consommateurs âgés sont de plus en plus endettés

Si l'on considère le crédit et l'endettement en général, il semble qu'en Corée les consommateurs d'un certain âge soient aussi touchés. Le nombre de ceux qui ont des problèmes de dettes est en hausse : en octobre 2004, le nombre de personnes âgées de 40 ans ou plus qui avaient des arriérés de remboursement était au plus haut depuis sept mois*. En outre, au quatrième trimestre de 2004, les personnes de cette tranche d'âge représentaient plus de 50 % du nombre total des emprunteurs défaillants figurant sur une liste noire établie par la Fédération coréenne des banques (Yon Se, 2004). Beaucoup de coréens âgés ignorent l'existence des programmes de rééchelonnement des dettes, qui permettent d'éviter d'être inscrits sur une telle liste; cela souligne la nécessité d'une éducation financière pour les en informer.

* Il a totalisé 1.85 million, en hausse de 7185 sur le mois précédent (Yon-Se, 2004).

L'enjeu du surendettement et les avantages de l'éducation financière

Les conséquences individuelles et économiques du surendettement

Conséquences individuelles

Les personnes seules et les ménages peuvent beaucoup bénéficier du crédit, car il leur donne une chance de financer leur logement, leur éducation et l'acquisition de biens durables; mais, quand l'endettement dépasse une certaine proportion des ressources, les gens deviennent très vulnérables aux fluctuations des taux d'intérêt et aux changements de leur revenu disponible. C'est si vrai qu'en cas de hausse du loyer de l'argent ou de baisse du revenu, ils se retrouvent dans une situation financière inextricable (Debelle, 2004a; Debelle 2004b). Dans l'hypothèse où des ménages ayant des ressources fixes ne peuvent faire face aux remboursements de dettes et/ou ils n'ont en plus pas accès à des prêts supplémentaires, ils risquent de devenir défaillants. Une fois entrés dans cette catégorie, ils s'exposent à des pénalités, par exemple des frais élevés pour arriérés de paiement et une limitation des transactions financières habituelles, sans compter la responsabilité de poursuivre le remboursement de leurs dettes. À ce stade, ils risquent de fort d'être contraints à la faillite personnelle. Dans de tels cas, c'est seulement après avoir complètement résolu leurs problèmes de débiteurs qu'ils pourront renouer avec le mode de vie antérieur au surendettement (Marcuss, 2004).

Conséquences économiques

Le surendettement a aussi des incidences négatives sur l'économie. En général, un endettement accru des ménages entraîne d'abord un relèvement du niveau de la consommation, mais il suscite ultérieurement une régression. En effet, dans un premier temps, les ménages sont en mesure de dépenser plus grâce aux emprunts. Toutefois, dans la phase de surendettement, ils ne peuvent plus obtenir de nouveaux prêts et doivent consacrer une certaine fraction de leurs revenus au remboursement des dettes accumulées et/ou aux intérêts y afférents. Un excès général d'endettement peut contribuer à une baisse globale des taux d'épargne : il y a environ deux décennies (en 1984), les Américains parvenaient à économiser 8.8 % de leurs revenus nets d'impôts. Mais, en 1996, leur taux d'épargne était de 4.9 % seulement (Christenbury et Porter, 1999).

Encadré C.2. Les justifications de l'éducation au crédit

- En 1998, 60 % des ménages américains déclaraient que leurs dépenses étaient supérieures à leurs revenus (Conseil de la Réserve fédérale, 1998, cité dans Hopley, 2003). Six ans plus tard, en juillet 2004, l'encours des crédits à la consommation et immobiliers était estimé à 970 milliards de dollars (8.37 % du PIB); celui du seul crédit à la consommation dépassait 2 000 milliards de dollars, après avoir augmenté de 7.1 % par an depuis 1999 (Mavrinac et Ping, 2004). Comme preuve évidente de l'intérêt de l'éducation financière, une étude de Jinkook et Hogarth (1999, citée par Mavrinac et Ping 2004) conclut que les consommateurs comprenant le mieux les modalités des crédits peuvent en général obtenir une très forte réduction de leurs charges annuelles d'intérêt.
- Aux États-Unis, l'endettement moyen des ménages par carte de crédit connaît aussi une hausse spectaculaire. En 1990, il s'élevait à 2 985 USD; en 2002, ce chiffre avait presque triplé et atteignait 8 562 USD. Le taux d'intérêt moyen annuel sur ce type de dette est de 14.71 % (Mavrinac et Ping, 2004). En 2002, l'endettement moyen des ménages américains possédant au minimum une carte de crédit était de 8 940 USD (Weston, 2005). Deux ans plus tard, en 2004, 60 % des détenteurs de cartes de crédit reportaient au moins une fraction de leurs dettes et 48 % ne remboursaient que le minimum mensuel exigé (NEFE, 2002).*
- De 1990 à 2000, le nombre de faillites personnelles a progressé de 69 % aux États-Unis, plus d'un million d'Américains demandant chaque année à être placés sous ce régime; au cours de cette décennie, le nombre total de faillites, en incluant les entreprises, a augmenté de 90.6 % (Mavrinac et Ping, 2004) (Hopley, 2003). À la fin de 2003, plus de 1.6 million de faillites personnelles avaient été sollicitées, le nombre de personnes concernées étant estimé à 2.1 millions. Les ménages concernés avaient généralement des dettes représentant plus de 150 % de leurs revenus annuels (Mavrinac et Ping, 2004).
- Aux États-Unis également, plus de 75 % des étudiants du premier cycle de l'enseignement supérieur possédaient en 2002 une carte de crédit (la plupart en avaient plusieurs et l'encours moyen de leur dette s'élevait à 2 748 USD); 95 % des étudiants plus avancés dans leur cursus en détenaient (quatre en moyenne, avec une dette totale moyenne de \$4 776 USD) (NEFE, 2002). Parallèlement, les faillites personnelles des moins de 25 ans ont augmenté de plus de 50 % ces dernières années. En 2000, cette tranche d'âge a déposé plus de 150 000 demandes de mise en faillite, soit dix fois plus qu'en 1995 (Mavrinac et Ping, 2004).

* Contenu d'une audition récente devant le Sénat des États-Unis (Mavrinac et Ping, 2004).

La voie de l'éducation financière : avantages de l'éducation au crédit et à l'endettement et exemples de l'aide qu'elle peut apporter aux personnes surendettées

Les avantages de l'éducation au crédit et à l'endettement

- **Pour les consommateurs**

Les pays de l'OCDE sont donc confrontés à certains problèmes liés à l'utilisation par le consommateur des marchés de crédit : la montée de l'endettement des ménages; l'expansion et la complexité croissante des produits de crédit; le développement des pratiques de prêts risqués et coûteux ainsi que de prêts abusifs (qui est à la fois la cause et la conséquence du premier problème). Les consommateurs ont souvent tendance à contracter des emprunts dont ils ne comprennent pas les modalités et à accepter des crédits qui sont trop chers pour eux, ce qui les expose à des frais et à des surfacturations dissimulés. Il leur manque souvent la confiance pour contester les subtiles techniques de promotion employées par les vendeurs de crédit (CAB, 2001). Des comportements comme l'accumulation d'emprunts ou la mauvaise gestion des finances personnelles les laissent vulnérables à toute évolution inattendue de leur situation personnelle qui puisse entraîner une baisse de revenu (UKDTI et UKDWP, 2004). L'excès d'endettement résulte d'un de ces facteurs ou de la conjonction de plusieurs d'entre eux.

Ces difficultés soulignent la nécessité d'une éducation à l'endettement. Dans le passé, les ménages pouvaient peut-être se contenter de notions sommaires sur les comptes en banque et l'épargne; mais, aujourd'hui, il leur faut des connaissances financières plus sophistiquées ou complexes dans le domaine du crédit. Faute d'un savoir financier, les personnes les moins instruites et notamment celles ayant de médiocres antécédents de crédit risquent d'être victimes de prêteurs sans scrupule, de pratiques abusives et d'acheter des produits de crédit superflus ou inappropriés. L'éducation et la formation financière procurent à tous les consommateurs (surtout aux emprunteurs vulnérables) des informations sur la banque, les finances personnelles et le crédit; elles les aident aussi à mieux gérer leur budget. Cela peut les protéger contre les malversations et les abus, et donc contribuer efficacement à la prévention du surendettement futur.

- **Pour les institutions financières**

Il ne faut pas en conclure que les consommateurs sont les seuls à bénéficier des initiatives de formation au crédit. Les institutions financières peuvent aussi tirer parti de la mise à disposition de programmes d'éducation financière et elles ont de bonnes raisons d'être incitées à y participer volontairement. En premier lieu, la formation en ce domaine peut être bénéfique à leur activité (Hawke, 2002; Willis, 2004). Le fait d'offrir et de

parrainer des programmes d'éducation au crédit leur permet de nouer des contacts avec de nouveaux clients potentiels et donc d'augmenter éventuellement leurs débouchés (Burhouse, 2004). En deuxième lieu, proposer ces programmes leur donnerait l'occasion de progresser dans l'échelle de la responsabilité éthique et sociale des sociétés : une action de formation réussie laissera une bonne impression aux participants (par exemple des étudiants de l'enseignement secondaire et supérieur) et à la collectivité en général, ce qui améliorera leur réputation. En troisième lieu, cette image flatteuse leur donnera ensuite un avantage sur les institutions rivales – ce qui est particulièrement important au regard de l'intensité actuelle de la concurrence dans le secteur des services financiers. En quatrième lieu, les institutions financières profiteraient directement des résultats de ces programmes d'initiation au crédit, dans la mesure où ils réduisent les risques de défaillances et de faillites personnelles; il faut bien voir qu'une grande partie des 1.6 million de faillites intervenues en 2003 aux États-Unis ont causé des pertes aux établissements de crédit (Marcuss, 2004). Les consommateurs en possession de bonnes connaissances et compétences financières seront moins susceptibles de connaître la faillite que ceux qui en sont dépourvus. Les retombées positives de l'éducation au crédit peuvent véritablement inciter les institutions financières à parrainer ces programmes ou à y participer. Enfin, il faut reconnaître que leur participation est essentielle pour faire prospérer l'éducation au crédit offerte par le secteur privé. Il importe donc de leur offrir des incitations pour qu'elles y participent aisément et spontanément¹⁴.

Description de programmes d'éducation financière portant sur le crédit et l'endettement¹⁵

Les réponses aux questionnaires de l'OCDE montrent que les gouvernements, les institutions financières et les organisations à but non lucratif des quatre pays de l'OCDE couverts par ce chapitre reconnaissent l'importance du rôle de la formation au crédit et à l'endettement. C'est pourquoi, en réaction à l'inquiétude croissante que suscite la montée du surendettement des consommateurs, ces parties prenantes publiques et privées ont beaucoup fait pour concevoir et appliquer des programmes appropriés; c'est le cas, depuis une dizaine, d'années aux États-Unis et au Royaume-Uni ainsi que plus récemment en Autriche et en Corée¹⁶. La plupart des programmes ont été lancés dans la deuxième moitié des années 90, bien que le moment de leur mise en place et leur développement varient selon les pays : ainsi, le Royaume-Uni et les États-Unis ont une assez longue tradition d'éducation au crédit et à l'endettement, alors qu'en Corée elle n'existe que depuis peu. Parmi les prestataires, les organismes non lucratifs¹⁷ ont joué un rôle déterminant. Ils ont offert des programmes bien conçus et mis au point nombre de méthodes efficaces de formation. Les institutions financières ont également participé aux programmes, de concert

avec les entités désintéressées. Plus récemment, les pouvoirs publics ont commencé à offrir une formation efficace au crédit et à l'endettement à tous ceux qui en ont besoin. La gestion des crédits et des engagements est donc devenue une composante essentielle des politiques publiques d'éducation financière.

Exemples choisis de programmes

On présente ci-dessous une sélection d'actions d'éducation au crédit, qui englobe les crédits à la consommation et les financements immobiliers. Cette liste n'est pas exhaustive, mais elle vise à décrire des projets représentatifs qui traitent le surendettement des consommateurs. Là où c'était possible, on a aussi indiqué s'ils donnaient des conseils « préventifs » (en enseignant aux gens comment éviter de trop s'endetter et d'être pris au piège) ou « curatifs » (en donnant des solutions en cas de surendettement), voire parfois les deux en même temps.

Publications

La plupart des programmes d'éducation sur le crédit sont diffusés sous forme de publications et de brochures. Au Royaume-Uni, le *Council of Mortgage Lenders* (association professionnelle représentant les organismes de crédit immobilier) propose une gamme de brochures et de fiches d'information préventives et curatives, destinées à renseigner les acquéreurs potentiels et les propriétaires de logement sur les questions les plus fréquentes en matière de crédit immobilier et d'endettement¹⁸. Cinq brochures et/ou fiches d'information abordent plus spécifiquement les questions de saisie pour retards de paiements et de plaintes concernant des crédits immobiliers : *Assistance with Mortgage Repayments* fournit des détails sur les aides publiques et répertorie les organismes offrant des conseils d'experts sur les remboursements de prêts immobiliers. *Debt Following Mortgage Possession* décrit l'impact de la saisie du bien immobilier sur l'emprunt contracté par son propriétaire; cette brochure traite également de la « dette résiduelle » (lorsque le produit de la vente du bien immobilier ne suffit pas à couvrir la somme due au créancier) et du délai dont disposent les prêteurs pour recouvrer leur créance auprès des emprunteurs après saisie. *Mortgage Indemnity: A Borrowers Guide* explique le cautionnement des prêts immobiliers. *The Possession Register* (« Registre des saisies ») présente une vue d'ensemble de ce registre et des agences d'évaluation du crédit qui l'administrent, de ses objectifs et activités, des informations sur les saisies ainsi que sur l'impact de ces dernières sur les débiteurs et créanciers concernés. *Mortgage Complaints* présente les démarches à effectuer lorsqu'un acquéreur/propriétaire veut déposer une plainte concernant son prêt immobilier.

En Autriche, en 1996, une institution financière, la Bank Austria, a publié, en coopération avec l'association pour l'information des consommateurs

(VKI), une brochure d'information à caractère préventif sur la souscription d'emprunts (*Geld Borgen*). Présentant les mécanismes fondamentaux du crédit, elle est distribuée gratuitement par les agences bancaires à tous les emprunteurs ainsi qu'aux étudiants. Cette brochure, complète sur les notions de base en matière de prêts et de financement, est une première en Autriche. Dans ce même pays, les *Arbeitskammern* (Chambres du travail) (organisations professionnelles) ainsi que des associations à but non lucratif et de protection du consommateur ont mis sur pied des initiatives similaires.

Au Canada, la branche de la direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques chargée de l'éducation de ces derniers et des affaires publiques s'intitule l'Agence canadienne de la consommation en matière financière. Elle publie un kit convivial, à caractère éducatif et informatif, intitulé *Cartes de crédit : à vous de choisir* (ACFC, 2003-04a)¹⁹. Il comporte quatre brochures. La première – *Comment tirer profit d'une carte de crédit? Comprendre les termes et conditions de votre carte* – a notamment pour objectif d'aider les consommateurs à choisir une carte conforme à leurs besoins, à vérifier si elle ouvre droit à une période de grâce des taux d'intérêt, à bénéficier de taux de lancement peu élevés et à l'utiliser à l'économie. La deuxième brochure s'intitule *En toute sécurité : comment protéger votre carte de crédit et vos antécédents en matière de crédit*; elle vise à permettre aux consommateurs de comprendre leurs antécédents de débiteurs, de se prémunir contre des transactions faites sans autorisation avec leurs cartes et de prendre des mesures s'ils en découvrent sur leur relevé bancaire. La troisième brochure s'appelle *Vos droits et responsabilités : le coût des emprunts avec une carte de crédit*; elle informe les consommateurs de leurs droits et responsabilités quand ils acquièrent une nouvelle carte de crédit, quand ils reçoivent celles-ci ou le relevé de compte bancaire et en cas de modification du contrat. La quatrième brochure a pour titre *Bien gérer votre argent : comment économiser avec une carte de crédit*; elle donne, entre autres informations, des détails sur les moyens d'économiser, par exemple en effectuant les remboursements suffisamment tôt (ACFC, 2003-04b). Conçue d'abord comme une publication dans les années 2003-04, *Cartes de crédit : à vous de choisir* a été transformée en kit, en janvier 2004; et cela pour intégrer une fiche d'exercices interactive, utilisable par le consommateur lors du choix d'une carte de crédit, dix tableaux présentant différents types de cartes (comme les cartes ordinaires et à taux réduit, les cartes pour étudiant et les cartes avec garantie) ainsi qu'un utile glossaire des termes utilisés en ce domaine.

Services de conseil

Les services de conseil gratuits (assistance téléphonique essentiellement) constituent une méthode particulièrement prisée de diffusion des conseils

curatifs en matière d'endettement. À titre d'exemple, *National Debtline*²⁰, un service gratuit d'assistance téléphonique aux consommateurs basé au Royaume-Uni, fourni par l'organisme à but non lucratif (institution caritative agréée) du même nom et coordonné par le *Money Advice Trust*²¹, cible les clients bancaires marginalisés et peu familiers des questions financières. *National Debtline* diffuse des conseils d'experts gratuits, confidentiels, indépendants et à visées curatives, associés à des supports écrits d'auto-assistance. Ce service propose également une aide à l'élaboration de plans de rééchelonnement de dette (*Debt Management Plan/DMP*)²², si la situation de l'emprunteur concerné répond à certains critères. Il existe plusieurs autres initiatives britanniques analogues de services d'assistance téléphonique et de sites Internet, par exemple *Insolvency Helpline*, un service national d'assistance proposant un site Internet complet aux personnes ayant des problèmes d'endettement²³. Ce service indépendant à but non lucratif est assuré par des experts, qui dispensent par téléphone des conseils sur l'endettement aux particuliers et aux entreprises, et envoient gratuitement, sur demande, un « dossier d'informations d'auto assistance »²⁴. Parmi les autres exemples de services britanniques, on citera *Payplan* (www.payplan.com), qui propose un service utile sur l'Internet et des plans gratuits de rééchelonnement des dettes (*DMP*)²⁵, ainsi que le site Internet *Debt Questions*, lequel offre une gamme complète de conseils aux particuliers à la recherche de solutions concrètes à leurs problèmes d'endettement²⁶. Parmi les services consultatifs répertoriés en Autriche, on trouve le réseau privé indépendant des centres de conseil aux débiteurs, *Schuldnerberatungsstellen*, qui renseigne les particuliers lourdement endettés sur les démarches à effectuer pour déposer une requête en déclaration de faillite personnelle. Ces associations s'efforcent également d'aider, de conseiller et d'accompagner les consommateurs pendant le déroulement de cette procédure.

Sites Internet

Les sites Internet et autres services en ligne constituent également une méthode prisée de diffusion. Aux États-Unis, le personnel des forces armées fait l'objet d'une attention particulière en matière de conseils en ligne sur l'endettement. Le portail Internet du ministère de la Défense des États-Unis, *LIFE Lines Service Network*, créé en coopération avec la marine et la Commission fédérale du commerce (un organisme gouvernemental), propose des conseils préventifs et curatifs en matière de dette aux membres des forces armées et à leurs familles²⁷. La rubrique *LIFELine Personal Finance* donne des conseils pratiques sur les finances personnelles comme la gestion des crédits, les cartes de crédit, les prêts, et la résolution de problèmes de ce type. Le portail propose deux rubriques sur l'endettement – l'un à visées préventives, l'autre à visées curatives. *Clean Up Your Credit* renseigne le personnel militaire sur diverses questions financières telles que l'obtention de copies de relevé des

risques, les mécanismes de notation de crédit et de risque ainsi que sur les privilèges avec droit de rétention et les hypothèques légales. Ce site leur explique en outre comment acquitter leurs arriérés de remboursements dans les meilleures conditions, et comment éviter la faillite et les escroqueries. Le site *Consolidating Debt: Painful Pitfalls Can Lurk in the Fine Print*, destiné aux personnels de la marine et à leurs familles, met en relation avec des services d'aide au rééchelonnement de la dette et à la gestion financière en général. Il fournit également des informations sur les diverses possibilités de recouvrement de créances, et aide les emprunteurs à choisir l'option la mieux adaptée à leur situation personnelle.

Deux des sites Internet recensés (tous deux basés aux États-Unis) émanent d'institutions financières du secteur privé et offrent des informations générales sur les finances personnelles. L'un se concentre sur le crédit et l'autre couvre également d'autres thèmes comme le financement des retraites. Le site Internet interactif *Credit Talk* propose une éducation au crédit à tous les consommateurs et une rubrique de conseils pratiques spécialement conçue pour les étudiants²⁸. Il comporte un outil de simulation en ligne permettant à l'emprunteur de calculer, d'une part, le nombre de versements mensuels nécessaires à l'apurement de son solde débiteur de carte de crédit et, d'autre part, les versements supplémentaires qu'il devra effectuer pour pouvoir solder cette dette par anticipation. Le site offre également des conseils préventifs sur la gestion d'un budget et les relevés de situation de crédit, par exemple, et des conseils curatifs pour les emprunteurs connaissant de graves difficultés de remboursement. Initiative de plus grande envergure et plus complète, le site Internet *Center for Financial Learning*²⁹ se veut une communauté d'apprentissage en ligne, qui propose des informations objectives permettant à tout un chacun de prendre des décisions financières personnelles avisées. Plusieurs rubriques consacrées spécifiquement au crédit à la consommation et au crédit immobilier visent à apprendre aux consommateurs à planifier divers événements de la vie, tels que l'entrée à l'université ou l'acquisition d'un bien immobilier. La rubrique « *Owning a Home* » renseigne l'acquéreur d'un logement sur ce qu'il doit savoir avant l'achat et présente des informations sur les notions de base de la propriété immobilière. Elle dispense des conseils sur les mesures à prendre avant et pendant la procédure d'acquisition (ainsi que des détails sur le montant de l'apport personnel), ainsi que des informations sur les coûts de refinancement de prêts immobiliers. Elle propose également un outil de simulation de prêt immobilier permettant à l'utilisateur d'entrer des données spécifiques, puis de calculer le montant des frais d'assurance sur ces prêts, leur coût de refinancement, enfin de comparer les coûts entre prêts à taux fixe et à taux variable ainsi qu'entre prêts à 15 et 30 ans. Dans chaque cas, le simulateur propose l'option qui correspond le mieux à la situation personnelle de l'accédant à la propriété.

Au Canada, il existe un système interactif de calcul des crédits immobiliers sur Internet, appelé le calculateur des conditions d'octroi d'un prêt hypothécaire. Il a été mis au point par l'Agence canadienne de consommation financière au cours des années 2003-04 (ACFC, 2003-04a). Les consommateurs peuvent se servir du nouvel outil à plusieurs fins. Ils peuvent, par exemple, vérifier s'ils rempliraient les conditions pour acheter à crédit le logement de leur choix, compte tenu du montant actuel de leur endettement et de leurs revenus. Le calculateur révèle aussi les méthodes employées par les prêteurs pour calculer les ratios qui les aident à décider si un consommateur est habilité ou non à obtenir un crédit hypothécaire. Enfin, cet outil interactif donne d'utiles renseignements aux consommateurs à propos des actions à entreprendre si le calculateur indique qu'ils ne peuvent obtenir ce type de concours.

Campagnes d'éducation du public et manifestations

On a trouvé seulement quelques exemples de manifestations, symposiums, conférences, présentations et campagnes d'information. En Corée, l'autorité de régulation et de tutelle, le Service de supervision financière (SSF), prodigue des conseils à caractère préventif et curatif aux consommateurs de crédit; ils prennent la forme de conférences et de sessions de présentation, destinées aux résidents de villes petites ou moyennes (souvent éloignée), qui ont un accès limité aux informations financières adéquates. Des membres des antennes locales du SSF font des visites sur place, accompagnés de juristes, pour informer des objectifs de l'autorité, donner des renseignements pratiques de gestion personnelle du crédit, des avis sur le règlement des litiges et des informations en matière de transactions financières. Ils proposent aussi aux résidents locaux des sessions (d'environ deux heures) sur le droit à la consommation³⁰. De plus, en 2003, l'autorité a lancé une grande campagne d'éducation au crédit utilisant des brochures et des bandes vidéo à caractère financier. 45 000 brochures³¹ et un ensemble de bandes vidéo³² ont été distribués aux organisations de consommateurs, aux municipalités et aux comtés ainsi qu'aux associations et aux sociétés financières de tout le pays. En Autriche, la chambre fédérale du travail (BAK) a organisé en septembre 2003 un colloque sur les excès de l'endettement. À cette occasion, des experts de la Banque nationale d'Autriche, des services de conseil en endettement, des chercheurs et des psychologues ont été invités à évoquer les nouvelles tendances de l'endettement des consommateurs. Parmi les questions traitées figurait l'usage du crédit par les jeunes, qui augmente en raison du coût croissant des téléphones mobiles, des découverts sur les comptes bancaires, de la progression du nombre d'étudiants de l'enseignement supérieur et de l'ignorance en matière de gestion de l'argent.

Cours de formation et séminaires

On a trouvé très peu de dispositifs offrant des programmes de formation et des sessions de conseil. Aux États-Unis, le *Money Smart curriculum* est un cours de formation à la finance proposé au niveau national. Il s'agit d'un enseignement sur le crédit à la consommation et le crédit hypothécaire, de conception largement préventive (ECI Africa Consulting, 2004; Burhouse *et al.*, 2004; Autumn *et al.*, 2003). Assuré par un partenariat entre un ministère et une agence de l'État (le ministère américain du Travail et la Société d'assurance fédérale des dépôts – FDIC), il a pour but de doter de compétences financières élémentaires les consommateurs surtout défavorisés et ayant des problèmes de crédit. Il donne des informations pour familiariser les ménages avec les concepts financiers fondamentaux, c'est-à-dire le crédit, les emprunts, l'épargne et la propriété immobilière. L'objectif est d'améliorer les connaissances financières, tout comme d'aider les consommateurs à développer leur compétence de gestion de l'argent et à acquérir la confiance leur permettant d'utiliser efficacement les services de crédit. Le cursus se compose de dix modules de formation exhaustifs (d'une heure chacun) enseignés par des formateurs et qui couvrent des thèmes fondamentaux, dont cinq concernent le crédit à la consommation et les prêts hypothécaires :

- introduction au crédit,
- comment les antécédents de crédit influencent l'avenir d'un emprunteur,
- comment mettre une carte de crédit à son service,
- ce que l'on doit savoir sur son emprunt avant d'acheter
- la propriété immobilière.

Ce programme a la faveur des experts pour trois raisons : d'abord, sa souplesse d'exécution (il peut être enseigné en totalité ou bien des modules spécifiques peuvent combler les lacunes d'autres programmes d'éducation financière); ensuite, il est offert gratuitement aux formateurs financiers qui souhaitent donner à leur communauté une éducation au crédit; enfin il est disponible en d'autres langues que l'anglais (l'espagnol, le coréen, le chinois et le vietnamien). Les résultats ont été positifs à partir de 2003 : en juin, 50 000 consommateurs s'étaient familiarisés avec cette formation. En novembre 2003, la FDIC s'était associée avec 626 organisations pour la dispenser et avait distribué 99 000 exemplaires du cours. On a fixé au programme l'objectif ambitieux d'atteindre un million de personnes à l'horizon de 2006. Aux États-Unis également, un organisme local/éducatif à but non lucratif, « Penn State Cooperative Extension », propose un programme de formation visant à remédier aux difficultés du crédit à la consommation, intitulé *10 manières de réduire vos dettes (10 Ways to Reduce Debt)*³³. Il donne aux particuliers, familles, communautés et entreprises situés en Pennsylvanie des

informations sur un ensemble de sujets, pour les aider à gérer plus efficacement leurs dettes, et un aperçu très complet du système de crédit américain.

Évaluation des programmes d'éducation au crédit

Les évaluations sont extrêmement importantes pour distinguer les programmes les plus efficaces. Aux États-Unis, l'Association des banques de crédit à la consommation (CBA) a effectué, en 2004, une enquête sur les programmes de formation financière parrainés par les banques. Il en est ressorti que les deux tiers des banques proposant ou appuyant des actions de conseil en matière de crédit ainsi que les quatre cinquièmes de celles qui proposent ou soutiennent des formations au crédit hypothécaire ou à la propriété immobilière évaluaient de façon chiffrée l'efficacité de leurs programmes (CBA, 2004). Les États souhaitent peut-être se livrer à des exercices d'évaluation similaires.

L'OCDE a décidé de se concentrer sur quatre évaluations de programmes d'éducation au crédit pour lesquels on dispose de données appropriées. Comme il s'agit surtout d'actions de conseil et que toutes étaient conduites aux États-Unis, il serait bon que d'autres pays étudient de préférence des programmes utilisant des méthodes différentes. Les quatre initiatives retenues faisaient l'objet d'un suivi objectif ou subjectif. Les évaluations donnent certaines indications sur ce qui fonctionne ou non dans l'éducation au crédit. Elles font ressortir les méthodes les meilleures et les plus efficaces en termes de coût pour la formation financière au crédit immobilier ou à la gestion du crédit à la consommation, sous réserve de la faible diversité des méthodes étudiées (essentiellement le conseil).

Utilisation de mesures objectives de suivi

- Évaluation de la composante conseil des programmes concernant le crédit hypothécaire (Affordable Gold & Mortgage Foreclosure Prevention Program – MFPP)

Aux États-Unis, Freddie Mac, entreprise d'intérêt public, a réalisé une étude d'évaluation sur environ 40 000 prêts immobiliers à tarifs raisonnables (*Affordable Gold*) souscrits par ses clients de 1993 à 1998 (Hirad et Zorn, 2002). Certains emprunteurs avaient bénéficié de conseils avant de souscrire leur prêt, et d'autres non; les conseils fournis aux premiers provenaient de sources diverses (assureurs de prêts immobiliers, organismes administratifs, et associations à but non lucratif). L'indicateur retenu pour mesurer l'efficacité de ces conseils préalables était le respect des échéances de remboursement. L'évaluation visait à déterminer s'ils affectaient les taux d'impayés à 90 jours

et si leur efficacité variait selon les vecteurs de diffusion (conseil individuel, assistance téléphonique, cours en groupe ou étude à domicile). Le taux d'impayés à 90 jours des emprunteurs conseillés était inférieur de 19 % en moyenne à celui des clients similaires qui n'avaient pas reçu de conseils. Ceux qui avaient bénéficié d'un conseil individuel présentaient un taux d'impayés inférieur de 34 % à celui des emprunteurs qui n'avaient pas eu droit à cette aide personnalisée; ceux qui avaient assisté à des modules de formation ou avaient étudié à domicile présentaient des taux d'impayés inférieurs de 26 % et 21 % respectivement. Les conseils dispensés par téléphone n'ont pas diminué le taux d'impayés. L'étude conclut que le conseil financier peut contribuer efficacement à diminuer les impayés de prêts immobiliers.

Le dispositif américain de formation et de conseil intitulé *Mortgage Foreclosure Prevention Program* (MFPP) porte essentiellement sur le crédit immobilier et propose des conseils après achat (Mallach). De 1991 à 1995, six organismes de financement immobilier ont fourni leurs services à plus de 1 500 ménages de quatre États américains. Outre des conseils à visées curatives, le MFPP a apporté une assistance financière préventive aux ménages, afin de leur permettre d'assurer les remboursements de leurs prêts immobiliers. Le Wilder Research Center, entité indépendante à but non lucratif, a procédé à des évaluations objectives de cette activité. Elles ont porté sur deux groupes de ménages, qui tous deux avaient reçu des conseils, mais dont l'un avait aussi bénéficié d'une aide financière. Les participants au groupe ayant reçu les deux types d'assistance étaient plus susceptibles d'éviter la saisie immobilière que les autres (Mallach). Il convient cependant de noter qu'en l'absence de groupe témoin n'ayant pas fait l'objet de conseils, il a été impossible d'apprécier l'efficacité de ces derniers.

- *Activités de conseil en matière de crédit*

Aux États-Unis, les activités de la National Foundation for Credit Counseling (NFCC) en 1997 ont fait l'objet d'une étude réalisée par le Credit Research Center de l'université de Georgetown (Elliehausen *et al.*, 2002). En avant-propos, les auteurs, précisent qu'en 2000 plus de 880 000 nouveaux clients ont bénéficié de conseils d'agences affiliées à la NFCC – soit deux fois plus que le nombre de personnes conseillées dix ans auparavant. Ils constatent également que, si un tiers environ des interventions de l'organisme auprès des créanciers de l'ensemble des clients conseillés incluent, entre autres, l'élaboration d'un plan de rééchelonnement de la dette (DMP), les deux autres tiers ne le font pas. Tout l'intérêt de cette étude réside dans son analyse de l'efficacité du conseil non assorti de plans de rééchelonnement. Le rapport étudie l'impact des sessions de conseil individuel dispensées par cinq agences affiliées à la NFCC, sur une période de

cinq mois en 1997, auprès d'environ 14 000 clients n'ayant pas bénéficié d'un plan de rééchelonnement.

Les résultats indiquent que le conseil financier a un impact significatif et positif (Elliehausen et al., 2002). Le bénéfice maximum concerne les personnes présentant le risque de crédit le plus élevé. Comparativement au groupe de référence, la situation de crédit des clients conseillés s'est redressée sur plusieurs points. De plus, leurs taux de défaillance sont devenus nettement meilleurs que ceux du groupe témoin trois ans après la session de formation donnée en 1997³⁴. L'étude constate aussi que, dans leur grande majorité, les emprunteurs ayant bénéficié de conseils ont amélioré leur profil de risque par rapport à d'autres emprunteurs présentant un profil de risque initial similaire. En effet, au bout de trois ans, la plupart des premiers avaient un nombre très inférieur de comptes de crédit, étaient moins endettés et comptaient moins d'impayés que les autres.

Utilisation de mesures de suivi objectives et subjectives

- Programme d'éducation au crédit à la consommation et au crédit immobilier Money 2000 – Évaluations objectives et subjectives

Money 2000 était un programme de formation aux finances personnelles, élaboré et mis en œuvre dans plus de 30 États américains par le Rutgers Co-operative Extension Service, organisme communautaire à vocation éducative (O'Neill et al., 2000). Il visait à faire face au problème de plus en plus préoccupant du surendettement des ménages américains et à améliorer leur santé financière, en les incitant à réduire leur endettement ou à augmenter leur épargne. Ses buts étaient concrets : les participants étaient invités à se fixer des objectifs financiers (c'est-à-dire un montant spécifique d'épargne supplémentaire ou de réduction de leur dette), pouvant varier entre cent/deux cents et plusieurs centaines de milliers de dollars. Le personnel d'Extension a mis ensuite à leur disposition des supports éducatifs (lettres d'information, sites Internet, modules de formation, conférences organisées par les pouvoirs publics, outils d'analyse informatique, sessions d'étude à domicile) et les a interrogés tous les six mois sur l'évolution de leur patrimoine et de leur endettement. Les renseignements demandés portaient moins sur le montant exact des avoirs, des revenus ou de l'endettement des participants que sur la réduction de ce dernier et/ou sur l'augmentation de leur épargne. La rubrique « Réduction de l'endettement » incluait le remboursement par anticipation du principal de leur prêt immobilier et des créances chirographaires (cartes de crédit par exemple). La rubrique « Augmentation de l'épargne » intégrait toute nouvelle somme économisée ainsi que les dépôts en fonds communs de placement et les cotisations aux plans de retraite 401-K, à caractère

automatique. Ce programme d'éducation à l'épargne semble avoir été « le seul jamais lancé aux États-Unis qui ait été accompagné d'un suivi de comportement aussi poussé sur une période prolongée » (O'Neill et al., 2000).

Une enquête réalisée à l'automne 1998 auprès des participants de *Money 2000* portait sur un échantillon arbitraire de 520 participants des États de New York et du New Jersey. Cet échantillon correspondait au taux de réponse (22.7 %) des 2 292 participants au programme ayant reçu un questionnaire. Une étude synthétise les résultats de l'enquête. Elle indique que 76.2 % des répondants ont déclaré avoir réduit leur endettement (les réductions moyennes et médianes s'établissant à respectivement 5 680 USD et 2 000 USD) et que 74.3 % ont déclaré avoir augmenté leur épargne (les montants moyens et médians de cette hausse étant respectivement de 4 824 USD et de 1 500 USD). En termes de constats subjectifs, 80 % des répondants ont décrit leur situation financière comme « bien meilleure » ou « légèrement meilleure » qu'elle ne l'était avant leur participation à *Money 2000*; ceci montre qu'ils ont perçu un redressement de leur situation financière lié au programme. Le bulletin trimestriel (22.5 % des répondants) et la rubrique « suggestions/conseils/recommandations » (15.4 % des répondants) ont été considérés comme les composantes les plus utiles du programme. Quant aux moyens qui les ont aidés à progresser pour atteindre leurs objectifs financiers, les réponses les plus fréquentes concernaient les qualités personnelles, telles que la discipline, et l'action (36.5 % des participants). Les méthodes de diffusion préférées étaient, dans l'ordre, les lettres d'information (deux tiers des répondants), suivies des modules de formation ou des séminaires (46.7 %), des fiches d'information (40.6 %), et des conseils donnés individuellement (29.2 %) ³⁵. Sur cinq difficultés financières courantes, la catégorie « endettement/recours au crédit/habitudes de dépenser » était la plus souvent citée par le plus grand nombre de répondants (18.8 %) comme étant la plus difficile à surmonter ³⁶. Dernier constat, les plus jeunes participants et ceux des ménages ayant des enfants à charge envisageaient plus volontiers de se former à la gestion du crédit et de l'endettement que les personnes âgées de 55 ans et plus.

O'Neill et al. tirent les leçons suivantes, à l'intention des éducateurs, des principales conclusions de l'étude : il est important d'aider les consommateurs à gérer leur endettement (les participants à *Money 2000* en attendaient surtout une réduction de celui-ci); des activités supplémentaires d'auto-évaluation sont utiles (au vu des observations faites, il faudrait sans cesse perfectionner les fiches d'exercices, listes de contrôle et autres outils d'auto-évaluation que les participants utiliseraient pour contrôler périodiquement leur situation financière); il est recommandé de fixer des objectifs, car les participants se félicitent souvent du cadre, de la motivation et de la responsabilisation qui en découlent (O'Neill et al., 2000). Les supports

écrits utiles et agréables à l'œil (comme les lettres d'information et autres publications) sont également appréciés des participants, qui les préfèrent aux sites Internet. Au-delà, il faudrait que les informations données pendant les cours soient disponibles par d'autres voies, par exemple des lettres d'information et des sites Internet. Les contacts personnels méritent d'être encouragés (moins de 5 % des répondants les ont estimés insuffisants, d'où la nécessité de méthodes personnalisées de contact sur place, de réunions périodiques de groupes de soutien et de conseils financiers dispensés individuellement et par Internet).

Résumé

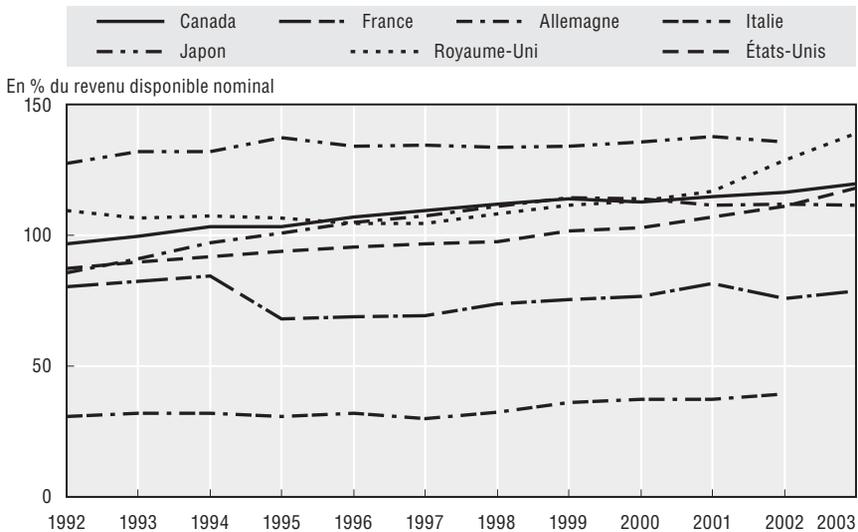
Depuis une dizaine d'années, les responsables politiques ainsi que les représentants de la société civile et du secteur privé se préoccupent de plus en plus de l'éducation au crédit et à l'endettement, en raison de la montée du surendettement des ménages. Les problèmes apparus en ce domaine, notamment l'augmentation de l'endettement personnel, parfois jusqu'à l'excès, l'utilisation imprudente des cartes de crédit et les pratiques de prêts abusifs, ont entraîné une progression du nombre des défaillances et des faillites personnelles. La croissance de l'endettement des ménages, à la fois en valeur absolue et en proportion de leurs revenus, résulte de plusieurs facteurs, dont la faiblesse du loyer de l'argent, qui ont facilité le gonflement des emprunts immobiliers, et de l'utilisation plus répandue des cartes de crédit dans la décennie écoulée. Les ménages trop endettés subissent une forte pression financière, tandis que les institutions financières subissent de lourdes pertes dues à la multiplication des impayés et des faillites personnelles. En outre, le surendettement limite le potentiel des dépenses de consommation dans l'économie.

Parmi les principaux facteurs du surendettement, l'enquête indique la mauvaise gestion des finances personnelles, résultant de l'ignorance et d'un défaut de compétences pratiques de gestion de l'argent (Jentzsch, 2003). À ces lacunes de l'éducation s'ajoute la complexité croissante du marché du crédit : aujourd'hui, le consommateur financier adulte a de plus en plus de peine à comprendre les produits et les services de crédit, ce qui l'amène souvent à en utiliser trop et le rend vulnérable quand ses revenus diminuent. Parallèlement, chez les jeunes adultes, un usage sans discernement des cartes de crédit (en partie imputable à leur propagation dans cette tranche d'âge) pose aussi de sérieux problèmes (Mattson L. et al., 2004).

Pour contrecarrer l'aggravation du surendettement (et les difficultés qui y sont liées), diverses parties prenantes se sont attachées récemment à développer les programmes d'éducation au crédit. La portée de ces actions est variable selon les pays; depuis dix ans, de très nombreuses initiatives ont été

prises au Royaume-Uni et aux États-Unis, mais il y en a eu moins en Autriche et en Corée. Surtout, plusieurs obstacles s'opposent à la diffusion de la formation au crédit et à l'endettement dans ces pays, parmi lesquels : 1) un manque d'intérêt de la population, 2) les contraintes budgétaires, 3) la difficulté d'évaluer les programmes³⁷. On pourrait les surmonter en faisant davantage prendre conscience (dans les médias et ailleurs) que cet apprentissage est en mesure de jouer un rôle essentiel pour prévenir les problèmes d'endettement. Si cette action de sensibilisation était menée, elle pourrait favoriser l'affectation aux programmes de moyens financiers supérieurs et pallier ainsi, dans une certaine mesure, les contraintes budgétaires. La majorité des évaluations de programmes d'éducation au crédit dont nous avons trouvé la trace jusqu'à présent a eu lieu aux États-Unis. Il faudrait donc que l'on y procède dans d'autres pays que l'OCDE.

Graphique C.1. **Ratio endettement des ménages/revenus**



Note : le secteur des ménages comprend les institutions sans but lucratif au service des ménages. Le passif des ménages est l'encours de leur dette en fin de période en pourcentage du revenu disponible nominal.

Source : OCDE (2004), *Perspectives économiques de l'OCDE*, n° 76, décembre, annexe tableau 58, OCDE, Paris.

Notes

1. Statistiques publiées par la Réserve fédérale : www.federalreserve.gov/releases/g19/current/default.htm.
2. Le ratio de service de la dette des ménages (DSR) est une estimation de la proportion du revenu disponible absorbée par les remboursements de dette; le

ratio des obligations financières (FOR) ajoute au premier les remboursements au titre du crédit-bail automobile, les loyers, les assurances à la charge des propriétaires et les impôts qui leur incombent. (www.federalreserve.gov/releases/housedebt/default.htm).

3. www.oenb.at/isaweb/report.do?&lang=EN&report=8.3.2.
4. Réponses des délégués du CMF au questionnaire 2004 de l'OCDE sur l'éducation financière.
5. www.oenb.at/isaweb/report.do?&lang=EN&report=8.3.2.
6. Sur la base des données de Thompson Financial Datastream.
7. De plus, même si les prêteurs plafonnent les crédits immobiliers à un certain pourcentage du revenu disponible, ils ont tendance à relever ces plafonds quand les taux d'intérêt baissent.
8. La hausse des prix de l'immobilier augmente la valeur des logements qui servent de garantie et cela permet aux propriétaires d'emprunter davantage sur la base de la plus-value (Debelle, 2004; Reserve Bank of Australia, 2003; Davey, 2001).
9. À la suite d'une étude sur ce secteur, qui réalise un chiffre d'affaires de 4.8 milliards GBP au Royaume-Uni, l'Office pour la loyauté des pratiques commerciales (Office of Fair Trading - OFT) a saisi la commission de la concurrence du problème des cartes privatives. Il l'a fait en réaction à des critiques adressées sur leur mode de gestion par la grande distribution. L'OFT a jugé que les caractéristiques du marché de ces cartes « empêchaient, restreignaient ou faussaient la concurrence » (émission d'information BBC News Story, enquête sur les cartes des magasins), <http://news.bbc.co.uk/1/hi/business/3522134.stm>.
10. Les prêteurs acceptent des clients ayant de faibles cotes de crédit (c'est-à-dire des emprunteurs à haut risque) et leur appliquent des taux d'intérêt plus élevés qu'à ceux dont les antécédents sont bons. À la différence des prêts abusifs, les prêts risqués ne sont pas illégaux (on trouvera des informations supplémentaires au chapitre 6 et à l'annexe C).
11. Les formes juridiques d'insolvabilité personnelle comprennent la faillite et les accords volontaires individuels (Individual Voluntary Arrangements – IVA) qui sont passés officiellement entre les débiteurs et les créanciers. Une proposition d'IVA fixe les modalités de remboursement des créanciers par le débiteur (en général sur une période de 5 ans).
12. Réponses au premier questionnaire de l'OCDE sur l'éducation financière envoyé en juillet 2003.
13. Selon une enquête effectuée en 2002 par la Ligue nationale des consommateurs (NCL), une majorité des adolescents (58 % des répondants) avait l'intention de prendre une première carte de crédit avant l'achèvement des études universitaires (www.nclnet.org/moneyandcredit/teensurvey1.htm).
14. Aux États-Unis, par exemple, l'évolution de la réglementation – à savoir l'adoption de la loi de réinvestissement dans les communautés locales (Community Reinvestment Act) – a donné des incitations aux institutions financières pour participer volontairement à des programmes d'éducation financière (site Internet de l'Office du contrôleur de la monnaie).
15. Sauf indications contraires, les informations qui figurent dans cette partie proviennent des réponses de délégués du CMF au questionnaire de l'OCDE sur l'éducation financière.

16. Toutefois, l'OCDE reconnaît que des pays membres autres que ceux mentionnés ci-dessus proposent aussi des programmes d'éducation au crédit et à l'endettement; c'est par exemple le cas du Canada et de l'Espagne. Le lecteur trouvera des précisions dans les annexes.
17. Ils comprennent des entités nationales sans but lucratif, des organisations locales et des associations de protection des consommateurs.
18. www.cml.org.uk.
19. Voir aussi les brochures publiées par l'Agence canadienne de la consommation financière (références ACFC 2003-04b).
20. www.nationaldebtline.co.uk.
21. Au Royaume-Uni, des initiatives ont été prises par le secteur associatif, souvent avec le soutien des prêteurs, pour aider les consommateurs à bien gérer le crédit et à faire face aux situations de crise. On peut citer, comme exemple de ces organisations bénévoles, le Money Advice Trust, qui donne surtout des conseils en matière d'endettement. Ses principales activités sont : gérer un numéro de téléphone national pour les questions spécialisées (National Debtline); s'assurer que de bons conseils financiers sont prodigués; se procurer des fonds; et agir en faveur de certains changements [www.moneyadvicetrust.org].
22. Un DMP permet au débiteur « de réduire les remboursements à ses prêteurs (créanciers) pendant un certain nombre d'années. Les versements sont effectués jusqu'à liquidation totale de la dette ou jusqu'à ce qu'il soit capable d'effectuer de nouveau l'intégralité des remboursements. Les remboursements effectifs sont basés sur ses possibilités, telles qu'elles ressortent de l'établissement d'un budget réaliste de revenus et de dépenses » . (www.insolvencyhelpline.co.uk).
23. www.insolvencyhelpline.co.uk.
24. www.youthinformation.com.
25. www.youthinformation.com.
26. Payplan, l'une des plus grandes sociétés britanniques de gestion de dettes, travaille en liaison avec des organisations à but non lucratif (par exemple Paylink Trust, National Debtline, etc.) pour aider les emprunteurs dont la dette est ingérable. Elle utilise un dispositif spécialement conçu pour amener les créanciers et les débiteurs à s'accorder sur les remboursements. Son site Internet donne aussi aux particuliers des conseils pratiques et des renseignements utiles pour résoudre leurs problèmes d'endettement. (www.payplan.com).
27. www.lifelines.navy.mil (pages Personal Finances).
28. www.creditalk.com.
29. www.financiallearning.com.
30. En ce qui concerne le suivi/évaluation, après ces conférences, le SSF ne demande généralement pas d'enquête auprès des participants ou de procédure d'évaluation.
31. Ces brochures contiennent des suggestions relatives aux transactions financières, des renseignements pratiques pour la gestion personnelle des crédits ainsi que des informations sur le système d'aide juridique et le règlement des litiges.
32. Qui donnent des conseils pour l'utilisation des cartes de crédit, la prévention des difficultés pouvant résulter de financements privés etc. Si l'on veut en savoir plus, les détails de ces bandes vidéo sont consultables sur le site Internet en langue anglaise du SSF : <http://english.fss.or.kr/en/englishIndex.jsp>.

33. www.nefe.org/amexeconfund/materials/tenwaystoreducedebt.html.
34. Pendant les douze derniers mois de cette période d'observation de trois ans, les arriérés de paiement de +30 jours et de +60 jours se sont réduits.
35. Ces pourcentages dépassent 100 % car des réponses multiples ont été données.
36. Y compris la faiblesse/la perte/l'irrégularité des revenus, les dépenses inattendues/élevées/d'urgence, les enfants/les dépenses pour les enfants et la famille et les caractéristiques personnelles.
37. Réponses des délégués du CMF au questionnaire 2004 de l'OCDE sur l'éducation financière.

Bibliographie

- Agence canadienne de la consommation en matière financière (ACFC) (2003-04a), *Dans l'intérêt des Canadiens, rapport annuel*, www.fcac-acfc.gc.ca/AnnualReports/2003_2004/fr/contents.asp, consulté en juillet 2005.
- Agence canadienne de la consommation en matière financière (ACFC) (2003-04b), sélection de brochures dans le kit *Les cartes de crédit et vous dont : Comment tirer profit d'une carte de crédit; En toute sécurité : comment protéger votre carte de crédit et vos antécédents en matière de crédit : Vos droits et responsabilités : le coût des emprunts avec une carte de crédit; Bien gérer votre argent : comment économiser avec une carte de crédit*, www.fcac.gc.ca/fra/consommateurs/cartescredit/default.asp, consulté en juillet 2005.
- Autumn S. et al. (2003), « Bringing the Unbanked into the Financial Services Market », *Consumer Interests Annual*, Volume 40, http://consumerinterests.org/public/articles/Unbanked_03.pdf, consulté le 16 janvier 2004.
- Banque nationale d'Autriche (2003a), *Financial Stability Report 5*, Banque nationale d'Autriche (Oesterreichische Nationalbank – OeNB), Vienne, Autriche, www.oenb.at/en/img/fsr_05_tcm16-8063.pdf, consulté en février 2005.
- Banque nationale d'Autriche (2003b), « The real economy and financial markets in Austria », *Financial Stability Report 6*, Banque nationale d'Autriche (Oesterreichische Nationalbank – OeNB), Vienne, Autriche, www.oenb.at/en/img/fsr6_realeconomy_tcm16-9499.pdf, consulté en février 2005.
- Braunstein S. et C. Welch (2002), « Financial Literacy: An Overview of Practice, Research and Policy », *Federal Reserve Bulletin*, Washington D.C., www.federalreserve.gov/pubs/bulletin/2002/1102lead.pdf#, consulté le 22 août 2003.
- Burhouse S., D. Gambrell et A. Harris (2004), « Delivery Systems for Financial Education in Theory and Practice », *FYI: An Update on Emerging Issues in Banking*, Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC), États-Unis, 22 septembre, www.fdic.gov/bank/analytical/fyi/2004/092204fyi.html, consulté en février 2005.
- Christenbury J.H. et N.M. Porter (1999), « Money 2000: A Model Extension Program », *Journal of Extension*, volume 37, n° 1, février 1999, www.joe.org/joe/1999february/a1.html, consulté en mars 2005.
- Citizens' Advice Bureau (CAB) (2001), *Summing Up: Bridging the Financial Literacy Divide*, www.citizensadvice.org.uk/financialdivide.pdf, consulté en décembre 2004.
- Commission européenne (CE) (2002), « Le crédit à la consommation : une réglementation pour le XXI^e siècle », communiqué de presse du 11 septembre 2002, <http://>

- europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/02/1289&format=HTML&aged=1&language=FR&guiLanguage=en, consulté en janvier 2005.
- Consumer Bankers Association (CBA) (2004), 2004 Survey of Bank-Sponsored Financial Literacy Programs, www.cbanet.org/SURVEYS/literacy/documents/WEB%20FINAL%202004%20Financial%20Literacy%20Survey%20Report.pdf, consulté en mars 2005.
- Consumer Federation of America (CFA) (2000), « Facts about Consumer Credit Card Debt and Bankruptcy », http://nacba.org/108_congress/pdfs/Credit_Card_Card_Debt_Bankruptcy.pdf, consulté en janvier 2005.
- Davey M. (2001), « Mortgage equity withdrawal and consumption », *Quarterly Bulletin Printemps 2001*, Banque d'Angleterre, Bank of England Publications, Londres, Royaume-Uni, www.bankofengland.co.uk/publications/quarterlybulletin/qb010105.pdf, consulté en février 2005.
- Debelle G. (2004a), « Macroeconomic implications of rising household debt », *Document de travail n° 153*, Banque des règlements internationaux (BRI), Bâle, Suisse, www.oenb.at/isaweb/report.do?&lang=EN&report=8.3.2, consulté en février 2005.
- Debelle G. (2004b), « Endettement des ménages et macroéconomie », *Rapport trimestriel BRI*, mars 2004, Banque des règlements internationaux (BRI), Bâle, Suisse, www.bis.org/publ/qtrpdf/r_qt0403fre_e.pdf, consulté en mars 2005.
- Durkin, T. A. (2000), « Credit Cards: Use & Consumer Attitudes, 1970-2000 », *Federal Reserve Bulletin*, septembre 2000, Conseil des gouverneurs du Système de réserve fédérale, Washington D.C., www.federalreserve.gov/pubs/bulletin/2000/0900lead.pdf, consulté en février 2005.
- ECI Africa Consulting (ECI) (2004), FinMark Trust: Financial Literacy Scoping Study & Strategy Report, www.finmarktrust.org.za/documents/2004/AUGUST/FinLit_Report.pdf, consulté en décembre 2004.
- Elliehausen G.E., C. Lundquist et M.E. Staten (2002), « The Impact of Credit Counseling on Subsequent Borrower Credit Usage and Payment Behavior », *Credit Research Center Monograph #36*, Georgetown University, http://inchargefoundation.com/_assets/research_reports_and_publications/42.pdf, consulté le 27 juin 2003.
- Hawke J.D. Jr. (2002), « Financial Literacy: A Key to New Banking Markets », Allocution préparée par le Contrôleur de la monnaie devant la Consumer Bankers Association, Arlington, Virginie, 8 avril, www.cbanet.org/Issues/Financial_Literacy/documents/HawkeFinLitSpeech.pdf, consulté en décembre 2004.
- Hirad, A. et P.M. Zorn (2001), « A Little Knowledge is a Good Thing: Empirical Evidence of the Effectiveness of Pre-Purchase Homeownership Counselling », contribution présentée lors de la conférence sur le thème Sustainable Community Development; What Works, What Doesn't and Why, sous les auspices du Système de réserve fédérale, Washington D.C., 27-28 mars, 2003, www.chicagofed.org/cedric/files/2003_conf_paper_session1_zorn.pdf, consulté en février 2005.
- Hopley V. (2003), « Financial Education: What is it and What Makes it So Important? », *Community Reinvestment Report series*, n° 1, Banque de Réserve fédérale de Cleveland, www.clevelandfed.org/CommAffairs/CR_Reports/CRreport.pdf, consulté le 30 juillet 2003.
- Jentzsch N. (2003), « The Implications of the New Consumer Credit Directive for EU Credit Market Integration », *Position Paper*, Freie Universität Berlin, Berlin, www.europarl.eu.int/hearings/20030429/juri/jentzschl_en.pdf, consulté en février 2005.

- Mallach A. [sans date], « Homeownership Education & Counseling: Issues in Research & Definition », *Community Affairs*, pour la Banque de Réserve fédérale de Philadelphie, www.phil.frb.org/cca/capubs/homeowner.pdf, consulté en février 2005.
- Marcuss M. (2004), « A Look at Household Bankruptcies », *Communities and Banking*, Printemps 2004, Banque de Réserve fédérale de Boston, www.bos.frb.org/commdev/c&b/2004/Spring/Bankruptcies.pdf, consulté en mars 2005.
- Mattson L. et al. (2004), « Variables Influencing Credit Card Balances of Students at Mid-western University », *NASFAA Journal of Student Financial Aid*, www.nasfaa.org/annualpubs/journal/Vol34n2/mattson.pdf, consulté en février 2005.
- Mavrincac S. et C.W. Ping (2004), « Financial Education for Women in Asia Pacific », contribution présentée lors du Sommet CITIGROUP/INSEAD sur l'éducation financière des femmes, 2 novembre 2004, Hong-Kong, www.insead.edu/discover_INSEAD/documents/WFEWorkingPaper.pdf, consulté en mars 2005.
- National Endowment for Financial Education (NEFE) (2002), « Financial Literacy In America: Individual Choices, National Consequences », *Livre blanc* résumant les questions examinées lors du symposium de la National Endowment for Financial Education (NEFE) sur le thème : The State of Financial Literacy in America – Evolutions and Revolutions, Denver, Colorado, 9-11 octobre 2002, www.nefe.org/pages/whitepaper2002symposium.html, consulté en février 2005.
- National Statistics United Kingdom (NSUK) (2005), « UK population grows to 59.6 million », 28 janvier, www.statistics.gov.uk/ci/nugget.asp?id=760, consulté en mars 2005.
- New Economics Foundation United Kingdom (NEF) (2004), « New Banking Partnership Sounds Death Knell For Predatory Lenders », *Online News Article*, 16 décembre, www.neweconomics.org/gen/news_communitybankingpartnership.aspx, consulté en février 2005.
- OCDE (2000), *Perspectives économiques de l'OCDE*, n° 68, décembre, OCDE, Paris.
- OCDE (2004a), *Étude économique de la Corée*, volume 2004/10, OCDE, Paris.
- OCDE (2004b), *Perspectives économiques de l'OCDE*, n° 76, décembre, annexe tableau 58, OCDE, Paris.
- O'Neill B. (2000), *How Clients Handle Money: Research Results and Implications*, Rutgers Cooperative Extension, State University of New Jersey at Rutgers, www.rce.rutgers.edu/money/pdfs/handlemoney.pdf, consulté en juin 2004.
- O'Neill B. et al. (2000), « Money 2000: Feedback From and Impact on Participants », *Journal of Extension*, volume 38 n° 6, www.joe.org/joe/2000december/rb3.html, consulté en juin 2004.
- Reserve Bank of Australia (RBA) (2003), « Household Debt: What the Data Show », *Reserve Bank of Australia Bulletin*, mars 2003, www.rba.gov.au/PublicationsAndResearch/Bulletin/bu_mar03/bu_0303_1.pdf, consulté en février 2005.
- Stegman M.A. (2003), « Banking the Unbanked: Connecting Residents of Social Housing to the Financial Mainstream », in R. Forrest and J. Lee (éd.), *Housing and Social Change: East-West Perspectives*, Routledge, Londres, www.kenan-flagler.unc.edu/assets/documents/CC_Routledge-2003%20BankingUnbanked.pdf, consulté en décembre 2004.
- UK Department of Trade & Industry (UKDTI) and Department for Work & Pensions (UKDWP) (2004), *Tackling Over-Indebtedness Action Plan 2004*, Royaume-Uni, www.dti.gov.uk/ccp/topics1/pdf1/overdebt0704.pdf, consulté en février 2005.

- UK Department of Trade & Industry (UKDTI) (2005), « 2. Individual Insolvencies in England & Wales », *Statistics Release*, Statistics & Analysis Directorate, Royaume-Uni, 6 mai, www.dtstats.net/sd/insolv/table2.htm, consulté le 20 mai 2005.
- Weston, L.P. [no date], « The Truth About Credit Card Debt », *MSN Money Online*, <http://moneycentral.msn.com/content/Banking/creditcardsmarts/P74808.asp>, consulté en février 2005.
- Willis M. (2004), Allocution d'ouverture du directeur général adjoint de JP Morgan Chase & Co lors de la Conférence de la Banque de Réserve fédérale de Dallas sur le thème *The Business of Immigrant Markets: Providing Financial Access to Services*, Dallas, Texas, 29 septembre 2004, www.jpmorganchase.com/cm/BlobServer?blobtable=Document&blobcol=urlblob&blobkey=name&blobheader=application/pdf&blobwhere=jpmc/community/grants/willis092904.pdf, consulté en avril 2005.
- Yon-Se K. (2004), « Elderly credit defaulters hit seven-month high », *The Korea Times*, 23 décembre.

Références sur l'Internet

- Banque nationale d'Autriche : [<http://www.oenb.at/index.jsp>] (consulté en janvier 2005).
- BBC News : [<http://news.bbc.co.uk/>] (consulté en mars 2005).
- Center for Financial Learning: [www.financiallearning.com] (consulté en février 2005).
- Council of Mortgage Lenders, Royaume-Uni : [www.cml.org.uk] (consulté en janvier 2005).
- Credit Talk: [www.creditalk.com] (consulté en février 2005).
- Department of Trade and Industry, United Kingdom, Economics and Statistics website: [www.dtstats.net] (consulté en février 2005).
- Federal Reserve Board, pages statistiques : *Releases and Historical Data* : [www.federalreserve.gov/releases] (consulté en février 2005).
- Insolvency Helpline, Royaume-Uni : [www.insolvencyhelpline.co.uk] (consulté en janvier 2005).
- Korean FSS : [<http://english.fss.or.kr/en/englishIndex.jsp>] (consulté en février 2005).
- Lifelines Services Network: [www.lifelines.navy.mil] (consulté en février 2005).
- Money Advice Trust: [www.moneyadvicetrust.org] (consulté en janvier 2005).
- National Consumers League (results of a survey conducted in 2002: « 2002 Teens and Financial Education ») : [www.nclnet.org/moneyandcredit/teensurvey1.htm – in 2002] (consulté en mars 2005).
- National Debtline, UK: [www.nationaldebtline.co.uk] (consulté en janvier 2005).
- National Endowment for Financial Education, United States (Informations sur le programme *Ten Ways to Reduce Debt*) : www.nefe.org/amexconfund/materials/tenwaystoreducedebt.html.
- National Statistics, Royaume-Uni : [www.statistics.gov.uk] (consulté en mars 2005).
- National Youth Agency, Royaume-Uni [www.youthinformation.com] (consulté en février 2005).
- Office of the Comptroller of the Currency (page d'information sur la *Community Reinvestment Act*): [www.occ.treas.gov/crainfo.htm] (consulté en février 2005).
- Office of Financial Education: [www.treas.gov/offices/domestic-finance/financial-institution/fin-education/overview.shtml] (consulté en février 2005).
- Payplan: [www.payplan.com] (consulté en février 2005).

ANNEXE D

Les personnes non bancarisées : complément d'information

Rappel

Définition de la population non bancarisée

Parmi les quatre pays examinés, c'est aux États-Unis que la proportion de la population ne possédant pas de compte bancaire ou d'épargne est la plus forte (environ 10 %), soit plus de 28 millions de personnes (USFRB Chicago, 2001). Vient ensuite le Royaume-Uni, où 8 % de la population est sous-bancarisée (8 % des personnes physiques et 8 % des ménages), ce qui représente environ 2.5 à 3.5 millions d'adultes ne possédant ni compte courant, ni compte d'épargne (Kempson *et al.*, 2004). En Australie en revanche, seuls 3 % des adultes n'ont pas de compte bancaire leur permettant d'effectuer des opérations de la vie courante; c'est ce qui ressort d'une étude sur les compétences financières des adultes menée en 2002 et 2003 par ANZ Banking Group (ANZ Banking Group, 2003, cité dans Kempson *et al.*, 2004). Au Canada, ce sont 3 à 4 % des adultes âgés de plus de 18 ans qui ne possèdent aucun compte bancaire d'aucune sorte (ACEF-Centre, 1996 et Ekos, 1998, cités dans Kempson *et al.*, 2004). En Australie, le pourcentage relativement modeste s'explique essentiellement par l'existence d'un système de virements électroniques presque entièrement automatique grâce auquel les prestations sont généralement versées directement sur les comptes bancaires. Cela étant, en Australie aussi, la question des exclus et des clients marginalisés du système bancaire se fait de plus en plus préoccupante.

Aux États-Unis, les foyers non bancarisés sont issus de groupes de populations divers : personnes à faibles revenus, minorités ethniques ou raciales (Afro-Américains, Hispaniques ou Asiatiques), nouveaux immigrants, réfugiés et bénéficiaires du droit d'asile, et autochtones (« Américains natifs ») (Autumn *et al.*, 2003). En Australie, les groupes les plus susceptibles de souffrir de l'exclusion financière sont les habitants de zones urbaines à faibles

revenus, les habitants de zones rurales éloignées et isolées (notamment 600 communautés dont on estime qu'elles sont totalement dépourvues de tout accès à des institutions financières), les autochtones et les immigrants (Connolly et Hajaj, 2001). Au Royaume-Uni, les minorités et les immigrants (originaires des Caraïbes, du Pakistan et du Bangladesh) risquent de manière disproportionnée de n'avoir aucun accès au système bancaire, en particulier les femmes pakistanaises et bangladaises, et c'est dans les zones urbaines défavorisées que les taux de détention d'un compte bancaire sont les plus faibles (Kempson et Whyley, 1998, et UK OFT, 1999, cité dans Kempson et al., 2004). Au Canada, c'est dans la population à faibles revenus (revenus inférieurs à CAD 25 000 par an) que l'on trouve la plus large proportion (8 à 10 %) de personnes non bancarisées (Ekos, 1998; Morris et Phillips, 1999; Environics 2000, cités dans Kempson et al., 2004). Les études montrent également que parmi les personnes non bancarisées, on trouve de nombreux autochtones (Buckland et al., 2003, cité dans Kempson et al., 2004). Enfin, il convient également de noter que dans ces quatre pays, des facteurs aggravants (chômage, faibles revenus, milieux très défavorisés, handicaps, illettrisme et difficultés d'apprentissage et de langage) amplifient l'exclusion financière et rendent les groupes concernés plus vulnérables encore à d'autres formes d'exclusion, notamment l'exclusion sociale.

Éléments mettant en lumière la gravité du problème que constitue l'exclusion financière

On peut dégager certaines tendances démographiques des données issues du recensement effectué en 2000 qui montrent que la population des États-Unis s'est fortement diversifiée et que désormais, les ménages nés à l'étranger y représentent une grande « force de consommation » (Braunstein et Welch, 2002). Le recensement montre que le nombre des personnes d'origine hispanique/latino-américaine en particulier a fortement augmenté, et cette tendance devrait se poursuivre si bien qu'en 2009, elles représenteront un marché clé pour les services financiers (avec un pouvoir d'achat de USD 1 100 millions)¹. Au Royaume-Uni dans le même temps, l'immigration nette en provenance de pays n'appartenant à l'Union européenne a plus que doublé depuis 1997 pour atteindre 233 000 personnes en 2002². Dans les deux pays, ces groupes de population n'ont souvent pas accès aux principaux systèmes financiers, connaissent généralement mal les pratiques financières de leur pays d'accueil et n'en parlent souvent pas la langue.

Aujourd'hui, les pouvoirs publics et la société en général attendent de plus en plus des individus qu'ils assument eux-mêmes leur bien-être financier dans bien des domaines de la vie quotidienne. Cet état de fait trouve sa traduction la plus marquante dans les modifications apportées à la réforme de l'aide sociale depuis le milieu des années 90 (dites « initiatives de passage

de l'aide sociale au travail » au Royaume-Uni), par lesquelles les chômeurs sont passés du statut de bénéficiaires de prestations versées par l'État à celui de « personnes en permanence à la recherche d'un emploi » et, dans bien des cas, à celui de personne à faible niveau de revenu, ceux que l'on appelle les « travailleurs pauvres » aux États-Unis (Partee, 2001; Stegman, 1998).

Parallèlement à ces réformes du bien-être, la transition opérée à la fin des années 90 vers un système dans lequel toutes les prestations versées par l'État le sont par voie électronique signifie que les consommateurs doivent avoir un compte en banque pour pouvoir percevoir ces prestations. Au Royaume-Uni, cette automatisation a entraîné l'introduction de « comptes bancaires de base » (Stegman, 1998; Kempson et al., 2004). Les États-Unis ont introduit en 1999 leur « compte de versement électronique » (Electronic Transfer Account, ETA) avec la participation d'institutions financières assurées au niveau fédéral, et la même année, le Royaume-Uni a lancé les « comptes bancaires de base » à la suite de l'introduction du système de versements automatiques (Automated Credit Transfer, ACT)³ (Kempson et al., 2004). En Australie, dès la fin des années 90, les quatre grandes banques (ANZ, National Australia Bank, Commonwealth Bank et Westpac) proposaient déjà des comptes bancaires de base (Kempson et al., 2004). Au Canada, des règles prévoyant l'accès à des services bancaires de base ont été incluses dans la loi C-8 qui a été adoptée en juin 2001 et qui a pris effet le 30 septembre 2003 (Kempson et al., 2004). Ces évolutions signifient qu'à l'aube du XXI^e siècle, posséder un compte bancaire et savoir ce qu'est la banque électronique ne sont plus seulement une commodité, mais une nécessité pour participer au processus économique d'une manière autonome et responsable (Kempson et al., 2004).

Avantages de l'éducation financière pour les personnes non bancarisées

Bien que les protections réglementaires et les recours juridiques restent important, les programmes d'éducation financière sont considérés comme un élément clé de la lutte contre les prêts à des conditions trop alléchantes ou consentis à des emprunteurs ne répondant pas aux critères traditionnels de sélection dans les communautés défavorisées, et de la prévention de ces phénomènes (Malkin, 2003). Les initiatives en matière d'éducation financière sont également recommandées au sens où elles aident les emprunteurs à mieux comprendre les éléments fondamentaux des crédits hypothécaires à contribuer à une meilleure prévention des prêts proposés à des conditions trop alléchantes; par exemple, en 1999 et 2000 aux États-Unis, différentes mesures⁴ ont été mises en œuvre par des agences fédérales et locales pour obtenir des informations sur les pratiques abusives de prêt (Braunstein et Welch, 2002). Enfin, l'importance des programmes d'éducation financière pour

favoriser l'épargne et l'utilisation de comptes d'épargne est un point qui a été souligné récemment par le président de la Réserve fédéral des États-Unis, M. Alan Greenspan : « Les programmes d'éducation et de formation [financières] sont peut-être le service le plus important qu'il est possible d'offrir pour améliorer la capacité des ménages à faibles revenus à accumuler des actifs. Les analystes ont en effet montré qu'une bonne compréhension, au départ, des principes de base de l'établissement d'un budget et de l'épargne accroît la richesse d'un ménage dans les années ultérieures » (Greenspan, 2002).

Description et évaluation des programmes d'éducation financière à l'intention des personnes non bancarisées ou sous-bancarisées⁵

Exemples de programmes

On trouvera ci-dessous la description d'un certain nombre de programmes qui s'attaquent à l'exclusion ou à la marginalisation financière, avec comme objectif d'accroître les compétences financières des personnes qui en bénéficient, et qui balayent tout le spectre des motifs personnels et problèmes connexes expliquant l'absence d'utilisation ou la sous-utilisation des comptes bancaires classiques. Les programmes sont classés en fonction de la méthode selon laquelle ils sont dispensés. Cette liste n'est pas exhaustive, mais vise à présenter un certain nombre de programmes représentatifs.

Modules de formation

Trois programmes de formation sont décrits ici : le premier est destiné à familiariser les personnes âgées avec les services bancaires électroniques, le deuxième à aider un public majoritairement indigène à gérer ses revenus et à améliorer son niveau de vie, enfin, le troisième vise à assurer la formation de membres de la communauté autochtone susceptibles d'acquérir un logement. En Australie, l'initiative Self Service Banking and Older Australians visait à donner à des consommateurs âgés une expérience pratique de l'utilisation des services bancaires électroniques pour les aider à les comprendre et à s'y familiariser (ADoHA, 1999). La formation était assurée en entretiens individuels dans le cadre de séminaires sur les opérations bancaires en libre-service (ABA, 2000b). Les formateurs, des représentants de la profession bancaire, assuraient aux participants une formation couvrant un large éventail de thèmes liés aux services bancaires électroniques (notamment l'utilisation des distributeurs automatiques de billets et des paiements électroniques au point de vente, par téléphone et *via* l'Internet) (Kempson et al., 2004; ABA, 2000a). Les cours étaient dispensés notamment par l'administration fédérale, des associations professionnelles et des

mouvements associatifs locaux. Le programme impliquait la création d'un « groupe de travail réunissant les mouvements associatifs et les banques pour évaluer les obstacles physiques, psychologiques et d'opportunité à une utilisation plus large des nouvelles technologies bancaires par les Australiens âgés » (Australian DoHA, 1999; ABA, 2004). En Australie toujours, le *Cape York Family Income Management Project* est une formation destinée à informer et à aider les personnes autochtones sous-bancarisées dans tous les problèmes qu'elles rencontrent : définition et établissement d'un budget familial, gestion de l'endettement, utilisation de comptes bancaires, règlement des factures, décisions en matière de prêts et d'achats. Ce programme, qui couvre la zone de Cape York dans le nord du Queensland, a pour objectif stabiliser le fonctionnement de la structure familiale, de réduire les tensions et les conflits d'ordre financier, d'améliorer la santé et le niveau de vie des personnes concernées et de les aider à identifier les responsabilités et à s'en décharger mutuellement⁶. L'un des objectifs ultimes consiste à fournir des informations et des recommandations aux organismes publics concernés sur l'éducation financière de cette population. Le projet dans son ensemble est supervisé par un Groupe de travail sur la gestion des revenus familiaux (Family Income Management, FIM) composé de représentants de divers organismes publics et associations et il est financé par le gouvernement fédéral. En mai 2003, cette initiative mobilisait 549 participants actifs, dont 429 avaient réussi à atteindre les objectifs d'épargne fixés⁷. La preuve a été faite que le programme apportait de nombreux avantages sociaux et économiques aux participants et, plus largement, à la communauté. Aider les familles à financer les dépenses essentielles de la vie et à économiser en prévision de besoins futurs contribue à conforter la motivation à se former et à travailler pour augmenter ses revenus. Cela permet également de constituer une force de consommation, ce qui contribue à assurer la viabilité des entreprises locales. Enfin, stabiliser le fonctionnement des familles accroît la fréquentation de l'école et améliore les résultats scolaires. Le projet de gestion des revenus familiaux de Cape York ayant fait la preuve de son efficacité, le gouvernement a l'intention de fournir, à compter de juillet 2004, un financement sur quatre ans d'un montant total de AUD 4.4 millions qui sera affecté à des projets supplémentaires d'éducation financière et de formation à la gestion de l'argent devant être menés dans d'autres communautés autochtones⁸.

Aux États-Unis, le programme modulaire de formation hawaïen Kahua Waiwai (« Fondement de la richesse ») vise à favoriser l'accès des communautés indigènes hawaïennes aux capitaux et à accroître leur capacité à atteindre l'autonomie économique⁹. Dispensé par Hawaiian Community Assets (HCA), un organisme à but non lucratif, Kahua Waiwai adopte « une approche holistique » des particularités culturelles des communautés indigènes, en intégrant leurs valeurs et leurs pratiques traditionnelles de

gestion des ressources dans l'éducation financière (Malkin, 2003). Le programme se concentre sur les préoccupations spécifiques de la communauté indigène (conseils en matière d'accès à la propriété et de prêts immobiliers) dans une approche à long terme et prodigue des conseils avant, pendant et après l'acquisition d'un logement. L'un des modules du programme, le Kahua Waiwai Homelands Development Programme, a donné d'excellents résultats. Il a permis un taux exceptionnellement élevé de pré-qualification des ménages, à l'obtention d'un prêt immobilier alors que nombre d'entre eux attendaient cette qualification depuis 40 ans ou ne l'avaient jamais obtenue¹⁰. Cette réussite tient, en partie, à un partenariat avec d'autres associations locales à but non lucratif et dispositifs d'encouragement à l'épargne (IDA)^{11, 12}.

Au Canada, l'OCDE a identifié trois programmes combinant encouragement à l'épargne d'une part et éducation financière et formation à la gestion d'autre part. Le premier de ces programmes, Learn\$ave, élaboré et géré par Social and Enterprise Development Innovations (SEDI), est le plus vaste programme de dispositifs d'encouragement à l'épargne (IDA) du monde (SEDI, 2004). Il doit permettre de vérifier si les IDA sont un moyen efficace de fournir une éducation et une formation financières à des adultes disposant de faibles revenus. Il se déroule sur dix sites de projet d'étude de cas; parmi eux, sept offrent aux participants à la fois des incitations financières à épargner sur un compte IDA et une formation d'au moins 15 heures à la gestion financière : établissement d'un budget, crédit, services bancaires et constitution d'un plan d'épargne. Sur trois sites expérimentaux, trois groupes ont été constitués et à des fins de comparaison, les participants sont affectés de manière aléatoire à l'un d'entre eux : le premier groupe bénéficie d'un programme IDA traditionnel mêlant incitations financières et 15 heures de formation à la gestion financière; le deuxième ne bénéficie que de l'aspect « incitations financières » de l'IDA, enfin le troisième groupe est uniquement un groupe de comparaison et ne reçoit ni incitations financières, ni formation. Du point de vue de la portée de ce projet, l'ensemble des sites réunis touche 4 875 participants et ce programme fait l'objet d'évaluations de la part de chercheurs de la Social Research and Demonstration Corporation. On attend des sites expérimentaux qu'ils apportent des informations sur la relation entre formation et performances en matière d'épargne dans le cadre de programmes IDA. Cela étant, le projet n'en est pour l'instant qu'à ses débuts et à ce jour, il est impossible de tirer des conclusions décisives sur cette relation.

Le deuxième programme, Fair Gains, est un programme d'encouragement à l'épargne et de formation financière dispensé au niveau local par un organisme à but non lucratif à Calgary (SEDI, 2004). Ciblant des habitants à faibles revenus désireux d'épargner en vue par exemple de créer une entreprise, d'acquérir un logement ou d'approfondir leur formation et

leurs compétences (pour eux-mêmes et/ou pour leurs enfants), il est financé par un organisme du secteur privé à but non lucratif et par un donneur anonyme. Outre les techniques de base de la gestion de l'argent, il aborde d'autres thèmes l'assurance, les testaments et la planification immobilière, la fiscalité ou encore des informations sur l'économie mondiale. Le troisième programme, également à l'échelon local, est dispensé par une association, SEED Winnipeg (SEDI, 2004). Son financement est assuré par un organisme à but non lucratif, par le gouvernement provincial et par d'autres donateurs privés. Les objectifs d'acquisition d'actifs visés sont semblables à ceux du programme de Calgary décrit ci-dessus, mais incluent également de manière spécifique la constitution d'une épargne en vue de la rénovation d'un logement. Il vise un public composé en majorité d'autochtones résidant en ville et aborde des questions telles que la résolution des problèmes, les services bancaires et le crédit. Des ateliers consacrés à des actifs spécifiques et des groupes de soutien mutuel sur les « droits et les devoirs des personnes bénéficiant d'une aide sociale » sont organisés à l'intention des participants qui espèrent épargner en vue de l'acquisition d'un logement.

Deux programmes de formation de formateurs ont été également répertoriés, l'un portant sur l'absence ou la faiblesse des connaissances financières élémentaires et l'autre sur l'aide à la constitution de patrimoine. Le programme britannique « Train the Trainers Programme for Financial Literacy » par exemple, conduit sur la période 2004-mars 2005, a été organisé par la Basic Skills Agency (BSA) du gouvernement et il fait partie du Projet d'éducation financière de la BSA¹³. Les formateurs en éducation financière ont été entraînés à enseigner un module de compétences professionnelles à d'autres formateurs, notamment à ceux chargés d'enseigner des notions élémentaires de calcul adaptées à l'éducation financière. Ce programme fonctionnait en trois étapes successives : les spécialistes du BSA enseignaient aux formateurs de formateurs des méthodes d'apprentissage à transmettre aux formateurs chargés d'assurer les modules de formation au calcul du BSA. Le BSA voulait toucher une centaine de formateurs avant la clôture du programme afin qu'ils puissent transmettre les méthodes d'enseignement aux formateurs locaux et pérenniser ainsi la propagation de ces supports de formation après mars 2005. Quelque 105 formateurs d'enseignants en arithmétique ont bénéficié du programme du BSA. Le BSA a également consacré des fonds à la fourniture de locaux, à la promotion médiatique, aux déplacements et à l'organisation de manifestations. Aux États-Unis, le programme fédéral *IDA Financial Literacy Initiative* vise pour sa part à intégrer une composante d'éducation financière dans les dispositifs d'incitation à l'épargne IDA dont l'utilisation se généralise. Pour ce faire, le programme propose aux prestataires et aux formateurs de dispositifs IDA des stages de formation leur permettant d'acquérir les qualifications et les connaissances

nécessaires pour donner des cours de culture financière IDA de qualité et axés sur la pratique¹⁴. Les stages sont assurés, entre autres, par des associations à but non lucratif et une fondation administrée par une entreprise d'intérêt public. Cette initiative bénéficie également du savoir-faire de spécialistes en éducation financière, de chercheurs, de fondations et de membres d'association impliqués dans cette éducation. Les supports de cours sont très diversifiés : un programme détaillé du cours¹⁵ (Finding Paths to Prosperity), un « manuel du participant »¹⁶, adapté tant au niveau d'instruction du public concerné qu'aux différents milieux culturels et socio-économiques auxquels appartiennent les souscripteurs de dispositifs IDA et un guide du formateur qui inclut un CD-ROM¹⁷. Cet outil (qui regroupe tous les photocopiés et les fiches d'exercices du programme) présente une grande souplesse d'utilisation : il permet aux formateurs IDA de n'imprimer que les documents nécessaires au cours qu'ils vont donner. Les photocopiés peuvent ainsi être plus facilement adaptés aux objectifs spécifiques de chaque dispositif IDA.

Des vecteurs de diffusion multiples

La deuxième méthode de diffusion la plus prisée conjugue plusieurs vecteurs. À titre d'exemple, le programme Communities Banking for Safety (inauguré à Dallas, Texas, en 2001, et étendu depuis à d'autres villes), vise à prévenir les immigrants contre les dangers liés au fait de porter de l'argent liquide sur soi¹⁸ et comporte trois composantes : 1) une initiative visant à les aider à ouvrir un compte en banque et trouver des méthodes d'identification de rechange¹⁹, 2) une initiative sociale conçue pour les personnes défavorisées qui explique les risques liés au fait de porter de l'argent liquide sur soi, insiste sur la sécurité et l'utilité des comptes bancaires et des distributeurs automatiques de billets, et cherche à donner aux immigrants confiance dans le système bancaire américain²⁰; enfin, 3) une formation bilingue en culture financière visant à conforter les deux premières initiatives (Autumn *et al.*, 2003; USFRB Dallas, 2002; Williams, 2002). Les vecteurs de diffusion sont aussi diversifiés que les composantes du programme dont des modules de formation pour l'initiative d'éducation financière ainsi que des réunions de groupe et des présentations en espagnol pour la composante sociale. La promotion du programme se fait à l'occasion de séminaires d'associations locales, de festivals et de salons sur la santé, ainsi qu'à l'aide de prospectus, d'affiches et de brochures. Naturellement, les médias en langue espagnole sont aussi largement utilisés. Ce programme a permis une diminution des délits de vol dans les communautés concernées, l'ouverture de plus de 1 000 comptes bancaires, le dépôt en banque de plusieurs milliers de dollars, la souscription de placements en dehors des comptes d'épargne classiques par plusieurs immigrants hispaniques jusqu'alors non bancarisés. Le succès de cette initiative a encouragé les services de police d'autres villes (Austin,

Chicago et Los Angeles, par exemple) à lancer des initiatives similaires. L'une des raisons invoquées pour le succès du programme est qu'il s'appuie sur les communautés et qu'il ouvre les portes des banques aux personnes défavorisées (Autumn et al., 2003).

Publications

Les publications, et tout spécialement les brochures en ligne, constituent également une méthode de diffusion très appréciée²¹. La brochure et la fiche d'informations présentées ci-après expliquent des notions bancaires de base destinées à contrecarrer les idées reçues qui empêchent les non bancarisés d'ouvrir un compte. Aux États-Unis, la brochure « *Helping People in Your Community Understand Basic Financial Services* » est un support de formation complet disponible en ligne, destiné aux formateurs de personnes non bancarisées²². Il leur fournit des informations de base et des conseils leur permettant d'enseigner l'utilisation d'un compte bancaire. Cette brochure a été publiée en 1998 et mise à jour en 2000 par l'organisme public « Financial Services Education Coalition » créée par le ministère des Finances conformément aux dispositions de l'EFT 99. Elle regroupe de nombreuses ressources documentaires utiles dont, entre autres, des directives sur la conception et la diffusion de programmes d'éducation financière, des exemples de support de formation (prospectus et formulaires d'évaluation), une panoplie de fiches d'informations conçues pour les consommateurs non bancarisés, et un résumé de la législation sur la protection des consommateurs. En Australie, la fiche d'informations *How to save on Fees & Charges* vise à aider les non-bancarisisés à comprendre comment réduire les frais liés à l'utilisation de services financiers, et éviter ainsi qu'ils renoncent à ouvrir un compte en banque parce qu'ils croient, à tort, que ces frais sont prohibitifs²³. Publiée et financée par le Financial Information Service de Centrelink, réseau d'organismes publics d'aide sociale, cette fiche d'informations convient à tous les consommateurs, mais elle est particulièrement utile aux personnes défavorisées ou à faible revenu. Elle explique comment les institutions financières gagnent de l'argent, et comment les consommateurs peuvent réduire ou éliminer les frais liés à trois types de produits (comptes de chèques et d'épargne, comptes de cartes de crédit, prêts personnels et immobiliers).

Services de conseil

Parmi les autres vecteurs de diffusion, on trouve ensuite la prestation de services de conseil. Aux États-Unis, la *Greater Miami Prosperity Campaign* offre à ce titre un bon exemple : son objectif est d'expliquer aux salariés pauvres comment profiter au mieux des crédits d'impôt²⁴. Lancée en 2002, elle offre

des conseils relatifs au crédit d'impôt (« Earned Income Tax Credit (EITC) ») auquel les travailleurs à faibles revenus ont droit. Ce programme, dispensé par un organisme à but non lucratif (la Human Services Coalition), est accessible dans les centres de conseil fiscal et dans les centres de préparation fiscale qui proposent gratuitement des services de préparation fiscale. Six organismes à but non lucratifs voisins y participent également : ils font de la publicité pour la Prosperity Campaign, offrent gratuitement des services de préparation fiscale et de présentation des avantages économiques ainsi que d'autres services. Ils ont également vocation à faire connaître aux salariés à faibles revenus les autres programmes d'avantages économiques qui existent et auxquels ils peuvent prétendre, par exemple le crédit d'impôt pour garde d'enfants. La Greater Miami Prosperity Campaign est financée grâce à un partenariat entre quatre organismes à but non lucratif et un ministère fédéral.²⁵ Cette campagne a connu un certain succès : la première année de son lancement, les recettes EITC avaient augmenté de 13 % dans le comté de Miami-Dade. Cet argent est injecté dans l'économie locale, où il génère des emplois et accroît les dépenses selon un coefficient multiplicateur estimé à environ 4. En février 2004, l'organisateur du programme a reçu du Département du Trésor un « certificat de reconnaissance » de sa réussite dans l'éducation financière de sa collectivité²⁶.

Sites Internet/services en ligne

Les sites Internet et les services en ligne constituent un autre mode de diffusion fréquemment utilisé. Plusieurs sites Internet ayant vocation à aider les personnes non ou sous-bancarisées à comprendre l'utilisation et les avantages des services financiers/comptes les plus classiques contiennent des instructions de base sur la manière d'utiliser les comptes et permettent d'acquérir quelques compétences financières fondamentales. Au Royaume-Uni par exemple, la Financial Services Authority (FSA) propose sur son site Internet de telles informations de base sous la rubrique « How to »²⁷ Ces pages visent à dispenser une formation pour développer et consolider des compétences financières de base et elles sont utilisables par l'ensemble des catégories de personnes non bancarisées. Elles expliquent quelques notions de base, notamment comment calculer un budget et utiliser un compte bancaire. Rédigées dans un langage clair et simple, elles contiennent des démonstrations interactives pour que l'apprentissage soit plus ludique. Le seul reproche que l'on pourrait adresser à ces pages est qu'elles ne sont pas faciles à localiser sur le site de la FSA. Parallèlement, aux États-Unis, une institution financière (Visa) gère et finance un site Internet, « Practical Money Skills for Life ». Ce site, qui s'adresse à tous les consommateurs n'ayant aucune connaissance en finance, est sans doute particulièrement utile aux personnes d'origine latino-américaine non anglophones, car il existe aussi en

espagnol. Il comprend quatre sections, destinées respectivement aux consommateurs, aux enseignants, aux parents et aux étudiants. La section destinée aux consommateurs aborde différents thèmes : établissement d'un budget, services bancaires, épargne/placements, cartes de crédit, endettement, acheter malin, sécurité, etc. Certaines rubriques aident à acquérir des compétences financières liées à des événements spécifiques de la vie et proposent en plus des ressources interactives (jeux, calculateurs, glossaires, tuteur bancaire, etc.). Ce site a déjà été récompensé à cinq reprises par différentes associations professionnelles générales et associations professionnelles de concepteurs de sites Internet ainsi que par l'initiative nationale d'éducation financière Jump\$tart²⁸.

Campagnes publiques d'information

L'OCDE a constaté que seuls quelques programmes d'éducation financière étaient dispensés par le biais de campagnes publiques d'information. On en trouve un exemple en Australie avec la « *Consumer Affairs' Indigenous Consumer Justice Campaign* », qui cible les consommateurs autochtones ayant pour la première fois recours au système bancaire. Cette campagne multimédia a été lancée par les pouvoirs publics au niveau d'un État (ministère de la Justice du Territoire du Nord) et elle est relayée par divers supports, notamment des vidéos pédagogiques (l'une en particulier consacrée à la sécurité d'utilisation des cartes de débit et des numéros d'identification), des affiches, des brochures et des publicités à la télévision locale. Cette campagne possède une particularité très intéressante, au sens où elle fait appel à une personne que les Aborigènes respectent et en qui ils ont confiance pour faire passer des informations financières importantes : en l'espèce, c'est un Aborigène du Territoire du Nord bien connu et très estimé (M. Michael Long) qui a été choisi pour personnaliser la campagne et qui apparaît dans la vidéo et sur les affiches.

Évaluation des programmes d'éducation financière à l'intention des personnes non bancarisées ou sous-bancarisées

L'OCDE n'a pu trouver que trois évaluations de programmes : deux aux États-Unis et une au Royaume-Uni, les trois portant sur des cours de formation. Deux utilisent des mesures objectives et subjectives, la troisième, qui concerne un cours de formation destiné à des formateurs aux États-Unis, ne constitue qu'un suivi réalisé à partir d'une approche subjective.

Le programme « Community Development Programme in Financial Literacy and Basic Skills »

Au Royaume-Uni, le *Community Development Programme in Financial Literacy and Basic Skills*²⁹ – lancé à la suite d'un rapport du Adult Financial Literacy Advisory Group (AdFLAG) – a une portée nationale mais est mis en application au niveau local. Il cible les adultes exclus du système social, présentant un faible niveau d'instruction. Les prestataires de ce programme sont recrutés dans les collectivités locales, les associations locales et les caisses de crédit mutuel. La formation est assurée via de cours de compétences élémentaires et de culture financière utilisant des supports imprimés et des entretiens individuels.

L'évaluation réalisée par la National Foundation for Educational Research (NFER) constate des résultats globalement positifs : les participants ont déclaré être plus confiants face au personnel d'une banque après la formation, et plusieurs ont précisé « mieux comprendre leurs droits », être « plus confiants lorsqu'ils manipulent de l'argent » et être « à même d'organiser leurs revenus plus efficacement » (Dartnall et al., 2002). Ils ont également apprécié « l'anonymat » du centre social et le fait de pouvoir faire confiance au personnel, et tous ont fait état d'une amélioration de leurs compétences de base, de leur culture financière, et de leur confiance en eux-mêmes.

Pour ce qui est du recrutement des participants, l'évaluation conclut « qu'il atteint son efficacité maximum quand il s'effectue en face à face, avec l'aide d'associations locales et d'organismes partenaires », qui peuvent faire appel à leur « clientèle existante ». Les raisons invoquées sont la bonne « connaissance du terrain » des associations locales, et le fait que les participants potentiels « ont déjà établi une relation de confiance » avec les employés de ces associations.

En ce qui concerne le lieu ou le cadre de la formation, le rapport constate que les cours doivent être dispensés au niveau local parce que souvent, les participants ne sont pas désireux ou pas en mesure d'effectuer de longs trajets, même si on leur en rembourse les frais. Dans l'idéal, cette formation à la finance « devrait être dispensée sur le lieu de résidence des participants », c'est-à-dire auprès de groupes déjà constitués. À défaut, poursuit le rapport, les cours devraient avoir lieu dans les environnements où les participants se sentent « à l'aise » (centres sociaux, écoles, dispensaires, etc.).

En matière de vecteurs de diffusion, le rapport souligne que les méthodes utilisant des supports imprimés (prospectus et affiches) ne sont pas les moyens plus efficaces pour toucher les personnes peu instruites. Il recommande de varier les méthodes (en conjuguant par exemple les vidéos et les documents imprimés). Par ailleurs, le cours doit être adapté au niveau des participants et ne pas considérer comme allant de soi des connaissances que

qu'ils ne possèdent peut-être pas. Certains stagiaires potentiels pouvant ne pas être prêts à « s'engager dans une formation longue », le rapport recommande une structure flexible et modulaire permettant aux formateurs et aux apprenants de choisir les éléments adaptés aux besoins de chacun.

Eu égard aux efforts de promotion du programme, le rapport souligne que les organisateurs doivent avoir une vision claire du contenu et des méthodes de la formation, et savoir « rassurer ceux qui hésiteraient à participer en raison d'une perception dépassée du système éducatif » (Dartnall et al., 2002).

Le programme « Financial Links for Low-Income People (FLLIP) »

Aux États-Unis, le programme FLLIP est également conçu pour un public défavorisé tant sur le plan économique qu'éducatif³⁰ (Anderson et al., 2002). Diffusé par des associations locales ainsi que et des agences et organismes à but non lucratif, le programme propose des « sites qui associent des dispositifs IDA d'encouragement à l'épargne à une formation à la gestion financière ("sites IDA") et d'autres qui proposent uniquement des formations ("sites éducatifs uniquement)" ». L'objectif principal du programme est d'encourager les participants à améliorer leurs connaissances et leur comportement financiers et – en ce qui concerne les sites IDA – de les encourager à déposer de l'argent en banque tous les mois afin de pouvoir bénéficier du mécanisme d'abondement du dispositif IDA d'encouragement à l'épargne (Anderson et al., 2004b). Pour ce faire, le programme propose des cours de formation dispensés sur des sites utilisant une méthode interactive spéciale reposant sur deux modules – *All My Money* et *Your Money and your Life* (Anderson et al., 2004b).

Une évaluation du programme FLLIP a été réalisée sur deux ans (Anderson et al., 2002). Un rapport préliminaire a été rédigé à la fin de la première année et le rapport final a été publié à la fin de la deuxième année. Selon l'évaluation en fin de première année publiée en 2002, des améliorations encourageantes des connaissances ont été constatées chez tous les diplômés (« sites IDA » et « sites éducatifs uniquement »), le nombre moyen de bonnes réponses au test de diplôme étant passé de 64.8 % (avant formation) à 78.3 % (après formation) (Anderson et al., 2002). La première année, sur les 300 participants initiaux, plus de la moitié (179) ont terminé le cursus principal (Anderson et al., 2002). Le fait que le taux d'abandon des participants IDA ait été nettement inférieur à celui des participants non IDA montre que l'incitation liée à l'abondement de l'épargne a encouragé les premiers à poursuivre leur formation.

L'évaluation de fin de première année constate que le succès de la formation tient aux trois principales raisons suivantes :

Les organisateurs ont su utiliser des méthodes de diffusion efficaces : le programme comprenait des exercices interactifs, des photocopiés et une

présentation claire et conviviale d'informations complexes)³¹ et il présentait de plus une grande souplesse (le choix de la méthode d'enseignement était laissé à la discrétion de chaque site et des partenaires locaux afin qu'ils puissent l'adapter à leur public) (Anderson et al., 2002). En outre, les organisateurs avaient recruté des enseignants compétents (et des conférenciers occasionnels) possédant une « solide connaissance » des supports de formation disponibles, qui ont fait bon usage des exercices interactifs et ont « su intéresser » les apprenants (Anderson et al., 2002).

Des solutions innovantes pour surmonter les obstacles ont été trouvées. Les responsables ont ainsi conçu un dispositif de gestion des relations visant à promouvoir des relations de confiance entre formateurs et stagiaires et « rendre la formation moins menaçante ». Les frais de garde d'enfants et de transport étaient remboursés et, sur un site, des calculettes ont été offertes. Les heures de cours étaient fixées avec autant de flexibilité que possible, un éducateur contactant les participants avant chaque session pour leur en rappeler le lieu et l'heure. Les responsables s'efforçaient de mettre les stagiaires « à l'aise dans l'environnement de formation », en les encourageant par exemple à participer à la définition de leurs besoins et centres d'intérêt individuels. Des attestations de formation ont été remises aux stagiaires ayant suivi tout le cursus (dans certains cas, ces attestations ont permis aux participants d'ouvrir un compte courant ou d'épargne dans les banques partenaires). Enfin, des cérémonies de remise des diplômes ont été parfois organisées à la fin des sessions (Anderson et al., 2002).

Les connaissances des participants ont été soigneusement évaluées avant et après la formation (Anderson et al., 2002). Les évaluations de connaissances préalables ont permis de se faire une idée des besoins des participants et les évaluations post-formation ont permis de mesurer les gains de connaissances. Les niveaux de connaissance avant et après formation ont été ensuite comparés.

Le rapport d'évaluation final du programme constate des résultats généralement positifs avec une augmentation globale des connaissances et des changements de comportement (en dépit de quelques obstacles tels que des heures de classes parfois peu pratiques et des problèmes de garde d'enfants) (Anderson et al., 2002). Le rapport note également un taux élevé de satisfaction chez les participants : 71.8 % jugent excellente la qualité de la formation et 85.7 % celle du formateur (Anderson et al., 2004a). Il constate des preuves évidentes de changements de comportement après la formation. Parmi les non-bancarisés avant, pendant et même après la formation, 37.8 % ont indiqué avoir ouvert un compte-chèques et 33.6 % un compte d'épargne (Anderson et al., 2004a).

Programme « All My Money »

Le cursus de formation du programme « All My Money » (États-Unis) a été élaboré par la section d'enseignement extra universitaire de l'université de l'Illinois³². Ce support de cours est destiné à des professeurs d'éducation financière qui peuvent l'utiliser pour dispenser un module d'enseignement professionnel à d'autres formateurs en compétences financières³³; il permet d'enseigner des compétences en matière de gestion financière et de consommation à un public aux revenus financiers et ressources limités. Disponible en anglais et en espagnol, il est destiné à être utilisé comme support de cours dispensés à leurs clients par des bénévoles ou des salariés d'associations locales et d'organismes de services sociaux³⁴.

En 2003, plus de 125 salariés des associations locales de Chicago avaient suivi ce module de formation³⁵. Des enquêtes portant sur les connaissances avant et après la formation ont été réalisées tant auprès de ces personnes que des participants au programme (voir ci-dessous).

Changements de comportement avant et après la formation All My Money

- Évaluation des stagiaires

86 % des stagiaires ont déclaré que leur capacité à gérer leur argent s'était améliorée après le programme³⁶.

Avant la formation (%)	Après la formation (%)	Comportement
52	9	Souvent/presque toujours à court d'argent
32	57	Parlent souvent/presque toujours de questions d'argent avec leur famille
32	11	Règlent presque toujours leurs factures en retard
60	84	Compèrent souvent/presque toujours les prix et la qualité avant d'effectuer un achat

Source : www.urbanext.uiuc.edu/chicago/ar2003/fcs3.html.

- Évaluation du personnel des associations locales

À la fin de la formation, 91 % des personnels ont déclaré que leur aptitude à gérer leur argent s'était améliorée (et ce bien que leur capacité à gérer leur budget et leurs habitudes de consommation avant la formation aient déjà été supérieure à celle de leurs stagiaires)³⁷.

On constate ainsi qu'à la suite de la formation All My Money, le nombre de personnes (stagiaires et employés des associations confondus) déclarant « être souvent/presque toujours à court d'argent » et « régler presque toujours leurs factures en retard » a considérablement diminué. Parallèlement, le

Avant la formation (%)	Après la formation (%)	Comportement
18	4	Souvent/presque toujours à court d'argent
38	72	Parlent souvent/presque toujours de questions d'argent avec leur famille
45	16	Règlent presque toujours leurs factures en retard
66	91	Compèrent souvent/presque toujours les prix et la qualité avant d'effectuer un achat

Source : www.urbanext.uiuc.edu/chicago/ar2003/fcs3.html.

nombre de personnes déclarant « parler souvent/presque toujours de questions d'argent avec leur famille » et « comparer souvent/presque toujours les prix et la qualité avant d'effectuer un achat » a augmenté considérablement. Il convient toutefois de souligner que la portée de ces enquêtes est limitée, dans la mesure où elles sont fondées sur l'autoévaluation des participants, et que l'appréciation des changements de comportement ne porte que sur un groupe restreint et choisi de formateurs et de participants et non sur la totalité des personnes ayant suivi la formation.

Notes

1. Les analystes prévoient que d'ici 2050, le pourcentage de personnes d'origine hispanique dans le total de la population des États-Unis aura doublé par rapport à l'an 2000. (Robles, 2004).
2. www.migrationwatchuk.org.
3. La décision d'instaurer des versements automatiques a été prise pour automatiser des opérations qui étaient auparavant effectuées par virements; introduit en 2003, le système devrait être complètement opérationnel dans deux ans.
4. Parmi ces mesures, on peut citer : 1) des auditions publiques en vue de recueillir des commentaires sur des propositions de révision d'une réglementation de mise en œuvre du « Home Ownership Equity Protection Act » (www.federalreserve.gov/events/publichearings/default.htm) (Braunstein et Welch, 2002) et 2) l'établissement d'un rapport contenant des conclusions et recommandations d'action publique en ce qui concerne les prêts publié par un groupe d'étude conjoint du ministère du Logement et du développement urbaine et du ministère du Trésor (www.huduser.org/publications/hsgfin/curbing.html) (Braunstein et Welch, 2002).
5. Sauf indication contraire, les informations contenues dans cette partie de l'étude proviennent de réponses fournies à un questionnaire de l'OCDE sur l'éducation financière qui a été envoyé aux délégués du Comité des marchés financiers.
6. Il s'agit en particulier d'accroître les dépenses consacrées à la nourriture, de réduire celles consacrées à l'alcool ou aux jeux et de rendre les personnes ainsi formées moins vulnérables à toute forme d'exploitation (www.facs.gov.au/internet/facsinternet.nsf/indigenous/programs-fim.htm).
7. Inventaire des programmes australiens d'éducation financière dressé par le Trésor dans le cadre des travaux d'un comité interministériel sur l'éducation financière.

8. www.facs.gov.au/internet/facsinternet.nsf/aboutfacs/budget/budget2004-09_indigenous_financial_management.htm.
9. www.ruralisc.org/hca_history.htm.
10. www.ruralisc.org/hca_strategies.htm.
11. Les programmes « IDA » (Individual Development Account) ont pour objectif d'encourager les consommateurs à faibles revenus à épargner en les aidant à ouvrir des comptes d'épargne abondés par les pouvoirs publics en proportion des dépôts constitués par les titulaires.
12. www.ruralisc.org/hca_strategies.htm.
13. Entretien personnel avec M. Paul Worrall, Chef du Projet d'éducation financière de la BSA, Royaume-Uni, Janvier 2005.
14. [www.idanetwork.org/index.php?section=initiatives&page=financial_literacy_initiative.html] et [www.ctdol.state.ct.us/ida/dir/finedu.html].
15. www.ctdol.state.ct.us/ida/dir/finedu.html.
16. Ce manuel contient des informations pratiques sur la gestion de l'argent et la planification financière. [www.idanetwork.org/index.php?section=initiatives&page=financial_literacy_initiative.html].
17. Le guide comporte des descriptifs de formation, des photocopiés, des guides pour les supports visuels ainsi que des documents de référence sur la conduite de sessions efficaces. [www.idanetwork.org/index.php?section=initiatives&page=financial_literacy_initiative.html].
18. Il est rare que les immigrants possèdent les deux justificatifs d'identité généralement exigés pour l'ouverture d'un compte bancaire.
19. Cette initiative est parrainée par plusieurs banques qui ont assoupli les règles d'ouverture de compte pour les immigrants mexicains. Elles acceptent les personnes ne disposant d'aucun antécédent de crédit ou d'antécédents minimums et bien qu'elles leur demandent deux justificatifs d'identité distincts, elles n'exigent pas leur numéro de sécurité sociale (qui est autrement demandé en règle générale).
20. Cette initiative bénéficie de la participation des services de police de la ville de Dallas, du consulat mexicain, et de banques locales.
21. Cette catégorie inclut des documents imprimés et/ou en ligne (brochures/guides/manuels/fiches d'informations, etc.).
22. [www.fms.treas.gov/eft/promotional/helping.html] et [www.nefe.org/amexeconfund/materials/helpingpeopleinyour.html].
23. [www.centrelink.gov.au/internet/internet.nsf/filestores/fis028_0402/\\$file/fis028_0402en.pdf](http://www.centrelink.gov.au/internet/internet.nsf/filestores/fis028_0402/$file/fis028_0402en.pdf).
24. [www.prosperitycampaign.com] et [www.treas.gov/offices/domestic-finance/financial-institution/fin-education/].
25. Organismes à but non lucratif : HSC, Fondation John S. et James L. Knight, Fondation Annie E. Casey, North Dade Medical Foundation; ministère fédéral : ministère fédéral de l'Agriculture.
26. www.treas.gov/offices/domestic-finance/financial-institution/fin-education/.
27. www.fsa.gov.uk/consumer/02_HOW/index.html.
28. <http://credit.about.com/cs/familyfinances/a/091102.htm>.

29. Ce programme-pilote a fonctionné de juillet 2001 à mars 2002.
30. Pour avoir accès au programme FLLIP, les revenus du participant doivent être inférieurs ou égaux à 200 % du seuil de pauvreté. En outre, moins de la moitié des participants sont titulaires de comptes de chèques, et deux cinquièmes seulement de comptes d'épargne.
31. Le cursus tient également compte du niveau d'instruction souvent rudimentaire des participants au programme.
32. www.ace.uiuc.edu/cfe/mymoney/.
33. Notion que l'on retrouve souvent dans la littérature sous l'expression « formation des formateurs ».
34. www.urbanext.uiuc.edu/chicago/ar2003/fcs3.html.
35. www.urbanext.uiuc.edu/chicago/ar2003/fcs3.html.
36. www.urbanext.uiuc.edu/chicago/ar2003/fcs3.html.
37. www.urbanext.uiuc.edu/chicago/ar2003/fcs3.html.

Références

- Anderson S.G., J. Scott et M. Zhan (2002), Executive Summary of Financial Links for Low-Income People, (FLLIP): Évaluation of Implementation and Initial Training Activity, School of Social Work, Université de l'Illinois, Urbana-Champaign, www.povertylaw.org/advocacy/community_investment/executive_summary.doc, consulté en décembre 2004
- Anderson S.G., J. Scott et M. Zhan (2004a), Executive Summary of Financial Links for Low-Income People, (FLLIP): Final Évaluation Report, School of Social Work, Université de l'Illinois, Urbana-Champaign.
- Anderson S.G., J. Scott et M. Zhan (2004b), Financial Links for Low-Income People, (FLLIP): Final Évaluation Report, School of Social Work, Université de l'Illinois, Urbana-Champaign, www.povertylaw.org/advocacy/community_investment/documents/fllip%20fin%20rep%20TOC.pdf, consulté le 12 janvier 2005.
- Australian Bankers' Association (ABA) (2000a), Self Service Banking and Older Australians, Project Management Committee, www.bankers.asn.au/ArticleDocuments/SELFERVICE.pdf, consulté en décembre 2004.
- Australian Bankers' Association, (ABA) (2000b), « Electronic Banking and Financial Services: Providing Convenience and Value », Contribution à l'enquête sur les commissions relatives aux services bancaires électroniques et téléphoniques, Comité statutaire parlementaire conjoint sur les entreprises et les valeurs mobilières, www.bankers.asn.au/ArticleDocuments/20030306%20Fees%20on%20Electronic%20and%20Telephone%20Banking%20sub.doc, consulté en décembre 2004.
- Australian Bankers' Association (ABA), (2004), « New Ways of Banking – overview », ABA Factsheets, Australian Bankers' Association, www.bankers.asn.au/Default.aspx?ArticleID=620, consulté en janvier 2005.
- Australian Department of Health and Ageing (ADoHA) (1999), « Bishop Kicks Off Self-Service Banking & Older Australians Project at Parramatta Leagues », communiqué de presse du 15 avril 1999. www.health.gov.au/internet/wcms/publishing.nsf/Content/health-mediarel-yr1999-bb-bb99022.htm, consulté en novembre 2004.

- Autumn S. et al. (2003), « Bringing the Unbanked into the Financial Services Market », *Consumer Interests Annual*, Volume 40, http://consumerinterests.org/public/articles/Unbanked_03.pdf, consulté le 16 janvier 2004.
- Braunstein S. et C. Welch (2002), « Financial Literacy: An Overview of Practice, Research and Policy », *Federal Reserve Bulletin*, Washington D.C., États-Unis www.federalreserve.gov/pubs/bulletin/2002/1102lead.pdf#, consulté le 22 août 2003.
- Connolly C. et K. Hajaj (2001), *Financial Services and Social Exclusion*, Financial Services Consumer Policy Centre, Université de Nouvelle-Galle du Sud, Chifley Research Centre, Australie, www.chifley.org.au/publications/banking_and_social_exclusion_final_report.pdf, consulté en décembre 2004.
- Dartnall L. et al. (2002), *Evaluation of the Community Development Programme in Financial Literacy and Basic Skills*, National Foundation for Educational Research (NFER), www.basic-skills.co.uk#, consulté le 16 juillet 2003.
- Greenspan A. (2002), « Economic Development and Financial Literacy », discours prononcé par le président de la Réserve fédérale Alan Greenspan au Neuvième sommet annuel sur le développement économique du Greenlining Institute, Oakland, Californie, le 10 janvier 2002, www.federalreserve.gov/boarddocs/speeches/2002/20020110/default.htm, consulté en janvier 2005.
- Kempson E., A. Atkinson, et O. Pilley (2004), *Policy Level Response To Financial Exclusion In Developed Economies: Lessons For Developing Countries*, Personal Finance Research Centre, Université de Bristol, Bristol, rapport demandé par la Financial Sector Team, Policy Division du Department for International Development, Royaume-Uni, www.microfinancegateway.org/files/21955_dfid_report.pdf, consulté en octobre 2004.
- Malkin J. (2003), « Financial Education in Native Communities: A Briefing Paper », rapport présenté lors du Financial Education in Native Communities National Policy Development Forum organisé par la Native American Financial Literacy Coalition, 28 et 29 mai 2003, Denver, Colorado, États-Unis [www.cfed.org/publications/Financial %20Education %20in %20Native %20Communities.pdf](http://www.cfed.org/publications/Financial%20Education%20in%20Native%20Communities.pdf), consulté le 26 août 2003.
- Partee G. (2001), « Young Adults And Welfare-To-Work: Lessons For The United States From The UK And Australia », note issue de l'American Youth Policy Forum, 5 novembre 2001, Capitol Hill, Washington D.C., États-Unis, www.aypf.org/forumbriefs/2001/fb110501.htm, consulté en novembre 2004.
- Robles B. (2004), « Is Your Credit Union Hispanic Market Ready? », Présentation préparée pour la neuvième conférence annuelle 2004 de la Credit Union National Association's (CUNA), Experience the Power, San Diego, États-Unis, 9 au 12 juin 2004, www.utexas.edu/lbj/faculty/robles/projects/ppt/CUNA_June10.ppt, consulté en janvier 2005.
- Social and Enterprise Development Innovations (SEDI) (2004), « Financial Capability and Poverty », Note thématique, Policy Research Initiative, Ottawa, Canada, http://policyresearch.gc.ca/doclib/Poverty_SEDI_final_E.pdf, consulté en juin 2005.
- Stegman M.A. (1998), « Electronic Benefit's Potential to Help the Poor », Policy Brief, n° 32, The Brookings Institution, Washington D.C., États-Unis, www.brookings.org/printme.wbs?page=/comm/policybriefs/pb32.htm, consulté en décembre 2004.
- US Federal Reserve Bank of Chicago (USFRB Chicago) (2001), « Fostering Mainstream Financial Access: www.chicagofed.org/unbanked », Chicago Fed Newsletter n° 162, www.chicagofed.org/publications/fedletter/2001/cflfeb2001_162.pdf, consulté le 23 janvier 2004.

US Federal Reserve Bank of Dallas (USFRB Dallas) (2002), « Banking on Safety: Banks Accept Alternative KID to Fight Crime and Reach New Markets », E-Perspectives Online, volume 2, numéro 1, www.dallasfed.org/ca/epersp/2002/1_2.html, consulté en novembre 2004.

Williams J. M. (2002), Déclaration préparée en vue de l'audition sur les moyens permettant d'amener davantage d'Américains non bancarisés dans le circuit financier, Committee on Banking, Housing, and Urban Affairs, deuxième session du Cent-septième Congrès du Sénat des États-Unis, 2 mai 2002, Washington, États-Unis, http://banking.senate.gov/_files/107946.pdf, consulté en janvier 2005.

Références Internet

Site All My Money sur le site Internet de l'Université de l'Illinois, Urbana-Champaign : [www.ace.uiuc.edu/cfe/mymoney/] (consulté en novembre 2004).

Site All My Money sur le site Internet de section d'enseignement extra-universitaire de l'Université de l'Illinois, Unité de Chicago : [www.urbanext.uiuc.edu/chicago/ar2003/fcs3.html] (consulté en novembre 2004).

Connecticut Individual Development Account Initiative : [www.ctdol.state.ct.us/ida/dir/finedu.html] (consulté en novembre 2004).

Department of Family and Community Services, gouvernement d'Australie : [www.facs.gov.au] (consulté en janvier 2005).

Greater Miami Prosperity Campaign : [www.prosperitycampaign.com] (consulté en décembre 2004).

Hawaiian Community Assets : [<http://www.ruralisc.org/hca.htm>] (consulté en décembre 2004).

How to Save on Fees & Charges, document factuel de Centrelink (Australie) : [[www.centrelink.gov.au/internet/internet.nsf/filestores/fis028_0402/\\$file/fis028_0402en.pdf](http://www.centrelink.gov.au/internet/internet.nsf/filestores/fis028_0402/$file/fis028_0402en.pdf)] (consulté en novembre 2004).

IDA Network : [www.idanetwork.org] (consulté en novembre 2004).

Information on Helping People in Your Community Understand Basic Financial Services : Comment aider les personnes de votre communauté à connaître les services financiers de base, informations disponibles sur le site Internet du Financial Management Service du Trésor des États-Unis : [www.fms.treas.gov/eft/promotional/helping.html] (consulté en novembre 2004).

Information on Helping People in Your Community Understand Basic Financial Services : Comment aider les personnes de votre communauté à connaître les services financiers de base, informations disponibles sur le site Internet du National Endowment for Financial Education, États-Unis : [www.nefe.org/amexconfund/materials/helpingpeopleinyour.html] (consulté en novembre 2004).

Migration Watch United Kingdom, Royaume-Uni : [www.migrationwatchuk.org] (consulté en avril 2005).

National Endowment for Financial Education : [www.nefe.org] (consulté en décembre 2004).

Office of Financial Education, Trésor des États-Unis : [www.treas.gov] (consulté en décembre 2004).

ANNEXE E

Recommandation sur les principes et les bonnes pratiques relatifs à la sensibilisation et l'éducation financières

RECOMMANDATION DU CONSEIL JUILLET 2005

LE CONSEIL,

Vu l'article 5 b) de la Convention de l'Organisation de coopération et de développement économiques du 14 décembre 1960 ;

Considérant que l'éducation financière a toujours été importante pour les consommateurs car elle les aide à faire des budgets et gérer leurs revenus, à épargner et investir de façon efficiente et à éviter d'être victimes de fraudes ;

Considérant que, à l'heure où les marchés de capitaux deviennent de plus en plus perfectionnés et où les ménages assument plus de responsabilités et de risques lorsqu'ils prennent des décisions financières, notamment dans le domaine de l'épargne retraite, il est nécessaire d'avoir des personnes formées à la finance pour assurer une protection suffisante des investisseurs et des consommateurs ainsi qu'un bon fonctionnement, non seulement des marchés de capitaux, mais aussi de l'économie ;

Considérant que les enquêtes menées ces dernières années dans les pays de l'OCDE montrent que les consommateurs ont un faible niveau de connaissances financières et sont peu sensibilisés à la nécessité d'être formés à la finance ;

Considérant que les pouvoirs publics et les institutions publiques et privées concernées (aux niveaux national et infranational et y compris les organismes de réglementation et de contrôle) des pays appartenant ou non à l'OCDE peuvent tirer profit d'orientations internationales sur les principes et bonnes pratiques relatifs à la sensibilisation et l'éducation financières ;

Considérant que la mise en œuvre de ces principes et bonnes pratiques devra tenir compte de divers facteurs économiques, sociaux, démographiques

et culturels et va donc varier d'un pays à l'autre et qu'il existe aussi de nombreuses méthodes pour parvenir à développer avec succès l'éducation financière auprès d'un public particulier ;

Considérant en outre que la mise en œuvre des bonnes pratiques concernant les institutions financières doit tenir compte de la diversité de ces institutions, que ces orientations n'empêchent pas les activités commerciales qu'elles exercent et que les associations nationales d'institutions financières devraient être les premières concernées par cet ensemble spécifique de bonnes pratiques ;

Sur proposition du Comité des marchés financiers

RECOMMANDE aux pays membres de promouvoir la sensibilisation et l'éducation financières, et aux pouvoirs publics et aux institutions publiques et privées concernées de prendre à cet égard dûment en compte et d'appliquer les principes et les bonnes pratiques relatifs à la sensibilisation et l'éducation financières qui sont énoncés en annexe à cette Recommandation qui en fait partie intégrante ;

INVITE les pays membres à diffuser ces principes et bonnes pratiques auprès des institutions des secteurs public et privé (à caractère commercial ou non) qui sont impliqués dans l'éducation et la sensibilisation financières et encourage les économies non membres à les considérer lorsque cela est approprié ;

INVITE les pays membres, à travers leurs travaux au sein du Comité des marchés financiers, du Comité des assurances et de son Groupe de travail sur les pensions privées, à définir d'autres bonnes pratiques respectivement dans les domaines de l'éducation à la finance, à l'assurance et aux pensions ;

CHARGE le Comité des marchés financiers de procéder à un échange d'informations sur les progrès et les expériences relatifs à la mise en œuvre de cette Recommandation, d'étudier ces informations et de faire rapport au Conseil dans les trois ans à compter de son adoption ou plus tôt et, en tant que de besoin, ultérieurement.

PRINCIPES ET BONNES PRATIQUES RELATIFS À LA SENSIBILISATION ET L'ÉDUCATION FINANCIÈRES

I. Principes

1. L'éducation financière peut être définie comme « le processus par lequel des consommateurs/investisseurs améliorent leur connaissance des produits, concepts et risques financiers et acquièrent, au moyen d'une information, d'une instruction ou d'un avis objectif, les compétences et la confiance nécessaires pour devenir plus sensibles aux risques et opportunités en matière financière, faire des choix raisonnés, savoir où trouver une assistance et prendre d'autres initiatives efficaces pour améliorer leur bien-être financier ». L'éducation financière va donc plus loin que le simple apport d'informations et d'avis financiers qu'il convient de réglementer, comme c'est déjà souvent le cas, notamment en vue de la protection de la clientèle financière (à savoir les consommateurs qui sont dans le cadre de relations contractuelles).
2. Il convient de promouvoir cette acquisition de capacités en matière financière, en s'appuyant sur une information et une instruction financières adaptées. L'éducation financière doit être apportée de façon équitable et non biaisée. Les programmes doivent être coordonnés et développés avec efficacité.
3. Les programmes d'éducation financière doivent s'attacher à des questions hautement prioritaires qui, selon les circonstances nationales, peuvent toucher à des aspects importants de la planification de la vie financière, comme l'épargne élémentaire, la gestion des dettes des particuliers ou l'assurance, mais aussi porter sur les prérequis de la sensibilisation à la finance, comme les connaissances élémentaires des mathématiques financières et de l'économie. Il convient d'encourager la sensibilisation des futurs retraités à la nécessité d'évaluer l'adéquation financière de leur actuel régime de pensions public ou privé et de prendre des initiatives appropriées en tant que de besoin.
4. L'éducation financière doit être prise en compte dans le dispositif réglementaire et administratif et être considérée comme un outil de promotion de la croissance économique, de la confiance et de la stabilité au même titre que la réglementation des institutions financières et la protection des consommateurs (y compris la réglementation de l'information et des conseils financiers). La promotion de l'éducation financière ne doit pas se substituer à la réglementation financière qui est essentielle pour protéger les consommateurs (par exemple, vis-à-vis de fraudes) et que l'éducation financière doit venir compléter.

5. Il convient de prendre des mesures appropriées lorsqu'il est essentiel d'avoir une capacité financière, mais que des lacunes sont observées. Les pouvoirs publics peuvent considérer d'autres leviers tel que la protection des consommateurs ou la réglementation des institutions financières. Il convient de considérer, sans toutefois limiter la liberté de contracter, des mécanismes par défaut qui prennent en compte le caractère inadéquat d'une éducation financière ou des comportements de passivité ou d'inertie.
6. Il convient de promouvoir le rôle des institutions financières dans l'éducation financière et de l'inscrire pleinement dans leurs principes de gouvernance vis-à-vis de leur clientèle. Il convient d'encourager la transparence et la responsabilité des institutions financières non seulement à travers l'apport d'informations et de conseils sur des questions financières, mais aussi à travers la promotion de la sensibilisation des clients à ces questions, en particulier dans le cadre d'engagements à long terme et d'engagements qui représentent une proportion substantielle des revenus immédiats et futurs de ces clients.
7. Les programmes d'éducation financière doivent être conçus pour répondre aux besoins et au niveau de connaissances financières de leur public cible, de même qu'ils doivent refléter la façon dont ce public reçoit les informations financières. L'éducation financière doit être considérée comme un processus permanent et continu tout au long de la vie, notamment eu égard à la sophistication croissante des marchés, à l'évolution des besoins aux différentes étapes de la vie et à la complexité croissante des informations.

II. Bonnes pratiques

A. L'action des pouvoirs publics en faveur de l'éducation financière

8. Il convient d'encourager des campagnes nationales de sensibilisation de la population à la nécessité d'améliorer ses connaissances des risques financiers et des moyens pour s'en prémunir par le biais d'une éducation adéquate à l'épargne, à l'assurance et à la finance.
9. L'éducation financière doit commencer à l'école. La population doit être formée aux questions financières à un stade aussi précoce que possible dans la vie.
10. Il conviendrait de considérer de faire de l'éducation financière une composante des programmes d'action sociale de l'État.
11. Il convient d'encourager des structures spécialisées idoines (éventuellement en les intégrant dans les instances existantes) au niveau national avec pour mission de promouvoir et de coordonner l'éducation

financière et il convient aussi de favoriser les initiatives publiques et privées au plus près de la population sur le plan régional ou local.

12. Il convient de promouvoir des sites Internet spécifiques afin d'apporter au public des informations financières pertinentes sous une forme conviviale. Il convient de développer les services d'information gratuits. Il convient de promouvoir des dispositifs d'alerte mis en place par des organisations de consommateurs, de professionnels et autres organismes sur des situations à haut risque qui peuvent porter préjudice aux intérêts des consommateurs de produits ou services financiers (notamment les cas de fraudes).
13. Il convient de promouvoir la coopération internationale en matière d'éducation financière, notamment par l'utilisation de l'OCDE en tant que forum international d'échange d'informations sur les expériences nationales récentes en matière d'éducation financière.

B. Rôle des institutions financières dans l'éducation financière

14. Il convient d'encourager l'élaboration de règles précisant le type d'informations (y compris les indications pour savoir où trouver l'information et la fourniture d'informations comparatives et objectives générales sur le risque et le rendement des différents types de produits) que les institutions financières sont tenues de fournir à leurs clients à propos des produits et services financiers.
15. Il convient d'encourager les institutions financières à faire une distinction claire entre l'éducation financière et les informations ou conseils financiers à caractère « commercial ». Tout conseil financier à des fins commerciales doit être transparent et faire apparaître clairement toute nature commerciale, lorsqu'il est aussi promu en tant qu'initiative d'éducation financière. Pour les services financiers qui vont de pair avec un engagement à long terme ou qui peuvent avoir des conséquences financières significatives, les institutions financières doivent être encouragées à vérifier que les informations fournies à leurs clients sont lues et comprises.
16. Il convient d'encourager les institutions financières à fournir des informations de niveaux différents de façon à répondre au mieux aux besoins des consommateurs. Les clauses contractuelles en petits caractères et les documentations obscures doivent être découragées.
17. L'éducation financière fournie par des institutions financières doit être régulièrement évaluée pour s'assurer qu'elle correspond aux besoins du consommateur. Ceci peut être réalisé au moyen de partenariats avec des organismes de conseil financier indépendant et sans but lucratif qui peuvent faciliter une meilleure relation avec les consommateurs, en

particulier ceux qui ont une position désavantageuse dans le cadre de leur participation aux marchés financiers.

18. Les institutions financières doivent être encouragées à former leur personnel à l'éducation financière et à se doter de codes de conduite pour la fourniture de conseils généraux en matière d'investissement et de crédit, indépendamment de la vente d'un produit spécifique.

C. Éducation financière en matière d'épargne retraite

19. Vis-à-vis des particuliers investissant dans des plans de retraite individuels privés, il convient de promouvoir la fourniture par les institutions financières de l'information et de l'éducation financières appropriées nécessaires à la gestion de leur épargne et de leur revenu de retraite futurs.
20. En ce qui concerne les régimes professionnels, (pour lesquels l'information et l'éducation correspondantes doivent être fournies de façon cohérente pour tous les régimes), l'éducation et la prise de conscience financières des employés, et les outils politiques qui y sont relatifs, doivent être promus plus avant, tant pour les régimes à contributions définies que pour ceux à prestations définies.

D. Programmes d'éducation financière

21. Il convient de promouvoir les programmes d'éducation financière qui aident les consommateurs à comprendre les avantages et les inconvénients ainsi que les risques que présentent les différents types de produits et services financiers. Il convient de favoriser les études sur l'économie comportementale.
22. Il convient de promouvoir l'élaboration de méthodologies pour évaluer les programmes existants en matière d'éducation financière. Il convient d'envisager une reconnaissance officielle des programmes d'éducation financière qui répondent à des critères pertinents.
23. Il convient de promouvoir une éducation financière qui trace des orientations sur le contenu des études et le niveau de formation obtenu pour chaque programme d'éducation financière et pour chaque sous-groupe de la population.
24. Pour acquérir une portée et une ouverture plus larges, il convient de favoriser l'utilisation de tous les médias disponibles pour la diffusion des messages d'éducation.
25. Afin de tenir compte de la diversité des parcours des investisseurs/consommateurs, il convient de promouvoir une éducation financière qui crée des programmes différents pour des sous-groupes spécifiques

d'investisseurs/consommateurs (par exemple, les jeunes, les personnes ayant un moindre niveau de formation, les groupes défavorisés). L'éducation financière doit être liée à des situations individuelles au moyen de séminaires d'éducation financière et de programmes personnalisés de conseil financier.

26. Pour les programmes qui privilégient l'utilisation de salles de classe, il convient de promouvoir une formation et des compétences convenables des éducateurs. A cet égard, il convient d'encourager l'élaboration de programmes de « formation de formateurs » et la fourniture de documents d'information et d'outils à ces formateurs.

LES ÉDITIONS DE L'OCDE, 2, rue André-Pascal, 75775 PARIS CEDEX 16
IMPRIMÉ EN FRANCE
(21 2005 10 2 P) ISBN 92-64-01258-3 - n° 54258 2006