

FINANCE NUMÉRIQUE

EXPÉRIENCE DU CONSOMMATEUR 2024

Février 2024



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

COMING TOGETHER
FOR CHANGE

REMERCIEMENTS

Le rapport sur l'indice « Finance Numérique : Expérience du Consommateur en 2023 » a été élaboré dans le cadre d'une collaboration menée par Consumers International avec le soutien du Centre pour la Réglementation et l'Inclusion Financières (CENFRI). Nous sommes extrêmement reconnaissants envers ceux qui ont soutenu ce rapport.

Les Bailleurs de Fonds du Programme

L'Accélérateur pour la Finance Numérique Équitable est financé par la Fondation Bill & Melinda Gates, avec le soutien du Groupe Consultatif d'Assistance aux Pauvres (CGAP).

Les Partenaires Fondateurs

Le CGAP a fourni des conseils, des éclairages et un soutien tout au long de l'élaboration du rapport. Leur expertise et leur expérience ont été déterminantes pour assurer le succès de ce rapport. Nous exprimons toute notre gratitude à l'équipe du Fonds D'équipement des Nations Unies (UNCDF) sur la politique et la réglementation pour des écosystèmes numériques inclusifs, à l'Association GSM (GSMA), et à l'Autorité de Contrôle du Secteur Financier d'Afrique du Sud, pour leur apport et leur soutien. Leurs contributions ont permis d'assurer la précision et la pertinence du rapport et de le formuler.

Membres du Réseau de l'Accélérateur de Finance Numérique Équitable de Consumers International

Nous remercions les Membres de Consumers International : Le Réseau de Protection des Consommateurs (theNetwork), Tec-Check, organisation de Consommateurs en Ligne A.C. (Mexique), et Consumers Lebanon qui ont consacré leur temps et leur expertise aux études de cas de ce document. Nous remercions tout particulièrement les membres de Consumers International qui ont participé à l'enquête de référence de l'Accélérateur de Finance Numérique Équitable et les membres du Réseau de l'Accélérateur de Finance Numérique Équitable qui nous ont fait part de leurs observations au cours de l'année :

Union Algérienne de Consommateurs	Groupe des Citoyens Consommateurs d'Action Civique (CAG)
Association Nationale de Consommateurs « ANNA »	Consumer Awareness Organisation (Organisation de Sensibilisation des Consommateurs)
ADDC-Wadata	Consumer Centre (CONSENT)
ADECOR – Association de Défense des Consommateurs	Conseil des Consommateurs de Fidji
ADELCO -Action du Consommateur-	Conseil des Consommateurs du Zimbabwe
Union Africaine des Consommateurs	Consumer Eye (Œil du Consommateur) Népal
Ambio	Association de Protection des Consommateurs de Gambie
Association Péruvienne de Consommateurs et d'usagers (ASPEC)	Consumer Voice (Voix des consommateurs)
Association pour la Défense des Consommateurs - ADECO	Association des Consommateurs du Bangladesh (CAB)
Association Burundaise des Consommateurs	Association des Consommateurs de Penang
Association des Consommateurs de l'île Maurice-ACIM	Association des Consommateurs de Penang (CAP)
Association pour la Défense de l'Environnement et des Consommateurs (ADEC)	Consumers Korea
Benin Santé et Survie du Consommateur	Consumers Lebanon

Union des Consommateurs du Tadjikistan	Mumbai Grahak Panchayat (MGP)
CUTS International	Union des Consommateurs du Myanmar
Association de Protection des Consommateurs du Timor Est - TANE Konsumidor	REDECOMA (Regroupement pour la Défense des Consommateurs du Mali)
FAC-CIVAIC	
Fédération Nationale des Associations du Consommateur-FNAC	Organisation de Protection des Droits des Consommateurs du Rwanda (ADECOR)
Fédération des Associations de Consommateurs de Malaisie (FOMCA)	Société de Protection des Consommateurs Soudanais
IDEC (Institut Brésilien de Défense des Consommateurs)	Société Tanzanienne de Défense des Consommateurs
Organisation des Consommateurs d'Indonésie	TheNetwork pour la Protection des Consommateurs Pakistan
International Confederation of Consumer Societies (KONFOP)	Tribune Équatorienne des Consommateurs et des Usagers
Organisation des Consommateurs du Kenya	Via Organica
Laban Konsyumer Inc.	Association du Viet Nam pour la Normalisation et la Qualité -VINASTAQ (VINASTAS)
Lembaga Konsumen Yogyakarta (Institut des Consommateurs Yogyakarta)	Association du Yémen pour la Protection des Consommateurs
Ligue de Défense des Consommateurs du Nicaragua LIDECONIC	Réseau Éducation Jeunesse

Comité Consultatif de l'Accélérateur de Finance Numérique Équitable 2023

Nous sommes reconnaissants aux personnes suivantes, membres du Comité consultatif de l'Accélérateur de Finance Numérique Équitable 2022, pour leurs conseils sur l'orientation stratégique à long terme de l'Accélérateur, ainsi que pour leurs voix prépondérante en faveur de la défense des consommateurs et de la protection de tous les consommateurs, en veillant à ce que la défense des consommateurs reste au premier plan de la réflexion :

Comité Consultatif de l'Accélérateur 2023

Anna Wallace – Chargée de programme principal, Protection des consommateurs et RegTech, Bill & Melinda Gates Foundation

Ashley Onyango - Responsable de l'inclusion financière et de l'AgriTech, Mobile for Development, GSMA

Deon Woods Bell - Conseillère principale, Politique mondiale, Bill & Melinda Gates Foundation

Eric Duflos – Responsable de la Protection des Consommateurs, Spécialiste principal du Secteur Financier, CGAP

Juan Carlos Izaguirre - Spécialiste principal du Secteur Financier, CGAP

Maria Lúcia Leitão - Chef du Département de Surveillance des Conduites Bancaires, Banque Centrale du Portugal (Banco de Portugal)

Myra Valenzuela - Spécialiste du Secteur Financier, CGAP

Njuguna Ndung'u - Secrétaire de Cabinet, Trésorerie Nationale et Planification Economique.

Rosemary Shumirayi Chikarakara Mpofu - Directeur Exécutif, Conseil des Consommateurs du Zimbabwe

Tamara Cook - PDG, Renforcement du Secteur Financier, Kenya

Tidhar Wald - Directeur Général Adjoint, Better Than Cash Alliance

Youkyung Huh - Directeur de la Politique de Régulation Numérique et Financière, Consumers Korea

Parties Prenantes 2023

Alliance Mondiale pour l'Aide Juridictionnelle (GALA)

Centre pour l'Inclusion Financière - Accion

Centre pour la Régulation Financière et l'Inclusion (CENFRI)

Agence fédérale allemande pour la coopération internationale (GIZ)

Fair Finance Initiative (Initiative pour une finance équitable)

Organisation de protection des consommateurs de produits financiers (FinCoNet)

Autorité de Conduite du Secteur Financier d'Afrique du Sud - Kershia Singh - Chef du département de soutien politique –

Renforcement du secteur financier - Kenya
CGAP

GSMA

Banque Nationale du Rwanda - Frank Kajunju-Gestionnaire, Conduite du Secteur Financier et Protection des Consommateurs

Organisation de Coopération et de Développement Économique (OECD)

La Surintendance de l'Industrie et du Commerce (SIC) de Colombie

Le Fonds d'Équipement des Nations unies (UNCDF)

Équipe de l'Accélérateur de Finance Numérique Équitable

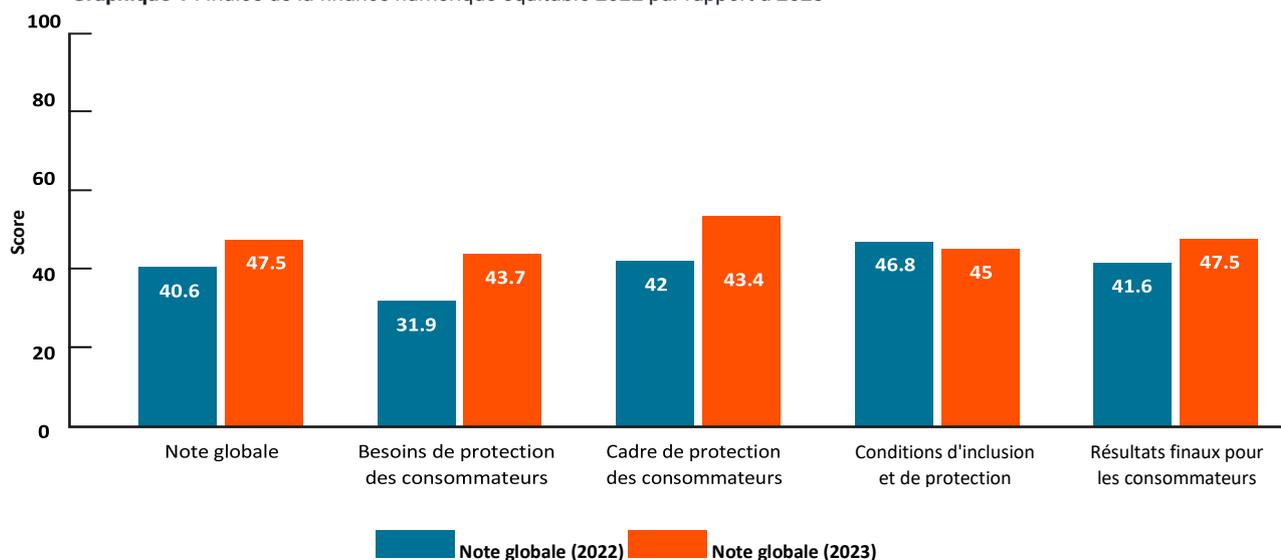
Un mot de remerciement à l'ensemble du personnel de Consumers International, dont les contributions à ce travail ont été très précieuses. J'exprime ma profonde gratitude à la directrice générale de Consumers International, Helena Leurent, qui, malgré son emploi du temps très chargé, a pris le temps de contribuer à l'élaboration du projet et dont les idées ont finalement formé le rapport. Merci à Grace Ramsay et Charlotte Broyd pour leur planification et leur gestion minutieuses des communications et des messages. Enfin, nous exprimons notre profonde gratitude à l'équipe centrale du DFAE pour son travail acharné et sa persévérance tout au long du projet. Nous remercions le Dr Assad Umar d'avoir dirigé le projet et d'avoir apporté son leadership et ses avis d'expert, Sheila Senfuma de son leadership stratégique, Sonia Charak de son soutien au développement d'idées et Bob Oganga, de son soutien général au projet.

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Recueillir la voix du consommateur. Le consommateur est tout simplement au coeur de la protection des consommateurs. Pourtant, dans les pays à revenu faible ou intermédiaire, les consommateurs sont souvent mal représentés dans les décisions relatives à la réglementation du secteur financier. Ce rapport présente un Indice de Finance Numérique Équitable dérivé de la perspective des consommateurs. Il s'appuie sur les résultats de la deuxième enquête annuelle de Consumers International sur la Finance Numérique Équitable, menée auprès des membres de l'Accélérateur de Finance Numérique Équitable, complétés par des données secondaires. Le rapport se distingue dans le cadre de la protection du consommateur et de l'inclusion financière en évaluant directement le point de vue du consommateur (tel que représenté par les organisations de consommateurs) à travers un cadre général d'indicateurs pertinents pour les résultats de consommation. Les résultats permettront de suivre les progrès réalisés au fil du temps et d'identifier les domaines cruciaux pour l'engagement. L'indice contribue ainsi au plaidoyer mondial de Consumers International en faveur d'une finance numérique équitable.

Conclusions générales : Le début d'une tendance positive ? L'indice couvre quatre piliers, chacun comprenant plusieurs éléments : (i) les besoins de protection des consommateurs (risques associés aux services financiers numériques et la capacité des consommateurs à atténuer ces risques), (ii) le statut du cadre de protection des consommateurs, y compris le niveau d'engagement des associations de consommateurs (iii) les conditions d'inclusion et de protection en termes d'infrastructure de soutien, d'inclusivité des services financiers et de niveau d'utilisation, de satisfaction et de confiance des utilisateurs, et (iv) les résultats finaux observés dans la vie des consommateurs. Les conclusions montrent des résultats mitigés pour l'ensemble des piliers, mais une progression de l'indice dans son ensemble, le score global de l'indice passant de 41 en 2022 à 48 en 2023.¹

Graphique 1 : Indice de la finance numérique équitable 2022 par rapport à 2023



¹ Bien que cette augmentation doive être interprétée avec prudence compte tenu des changements dans la mesure de l'indice (voir la discussion à la section 2), elle suggère néanmoins une amélioration générale de l'écosystème de la protection des consommateurs de produits financiers.

Comment expliquer ce changement ? Un examen plus approfondi des variables les plus détaillées qui sous-tendent les résultats de l'indice montre certaines évolutions positives ainsi que des possibilités d'amélioration :

- **Besoins de protection : Forte conscience du risque, faible capacité de réaction.** Le pilier des besoins de protection des consommateurs connaît une augmentation marginale. Ce pilier couvre deux éléments : la présence de risques liés à la finance numérique et la mesure des connaissances financières et numériques que possèdent les consommateurs et qui leur permet de gérer l'incidence de ces risques. Bien qu'il y ait une légère réduction de la perception des risques liés au manque de transparence et aux temps d'arrêt du réseau, d'autres risques importants, tels que la fraude, l'absence de mécanismes de recours adéquats et l'utilisation abusive des données, sont restés stables ou ont augmenté. L'augmentation significative du risque de recours insuffisant au cours de l'année écoulée est particulièrement préoccupante, car elle indique une perception de l'absence de canaux adéquats, accessibles et efficaces pour traiter les plaintes des consommateurs. Les faux sites d'achat en ligne et les escroqueries par hameçonnage (Phishing) sont les deux principaux risques de fraude signalés par les associations de consommateurs. Ils expliquent les scores constamment élevés des risques liés à la fraude. L'augmentation globale du score de l'indice est due à la croissance de l'élément « culture financière et numérique » des consommateurs, ce qui représente une perspective optimiste des associations de consommateurs sur cet aspect crucial.
- **Cadre de protection : Des progrès sur le papier, mais un engagement accru est nécessaire.** Le pilier 2, qui évalue le cadre de protection des consommateurs, son orientation vers le consommateur et la mesure dans laquelle les associations de consommateurs sont consultés en rapport à ce cadre, affiche un score d'indice en hausse. Ce pilier s'appuie en grande partie sur les données de l'enquête de la Banque Mondiale sur l'Inclusion Financière et la Protection des Consommateurs (FICP) de 2023. Depuis la dernière mise à jour de cette enquête en 2017, on observe une augmentation de la proportion de pays de l'Accélérateur de Finance Numérique Équitable qui disposent de cadres dédiés à la protection des consommateurs de produits financiers. L'existence de mécanismes internes et externes de règlement des litiges s'est également accrue. Toutefois, des lacunes subsistent. En particulier, la moitié de l'échantillon ne dispose pas encore de loi nationale concernant la protection des données. Les données relatives aux plaintes sont largement collectées, mais sont peu souvent publiées et encore moins accessibles au public. Peu de pays disposent de principes explicites en matière de résultats pour les consommateurs qui servent de base au cadre. Ces lacunes sont également relevées dans l'enquête sur la finance numérique équitable, où plus de la moitié des associations de consommateurs indiquent ne pas être satisfaits de l'état actuel du cadre réglementaire. Les résultats de l'enquête sur la finance numérique équitable montrent en outre qu'il est possible d'améliorer l'engagement des associations de consommateurs. Bien qu'il existe des exemples positifs de coopération, il y a lieu de s'inquiéter de l'étendue de l'engagement des associations de consommateurs dans l'ensemble. Au cours de l'année écoulée, la proportion d'associations de consommateurs qui ne se sont jamais engagés auprès des banques centrales et d'autres régulateurs financiers a augmenté de façon notable. D'autres se sont engagés, mais sans avoir la certitude que leurs contributions seraient prises en compte. Ce manque d'engagement signifie que la voix collective des consommateurs de services financiers numériques n'est pas prise en compte dans l'élaboration des politiques et des réglementations.

- Conditions de protection et d'inclusion : Besoin d'une plus grande inclusion, d'une meilleure expérience vécue.** Le troisième pilier comprend trois éléments : l'état de l'infrastructure de soutien aux services financiers numériques, l'inclusion des groupes vulnérables et l'expérience vécue par les consommateurs dans l'utilisation de la finance numérique. Celle-ci comprend à son tour le niveau d'utilisation réelle (et non pas de l'accès) des services financiers numériques, ainsi que la satisfaction et la confiance des consommateurs. Dans l'ensemble, les résultats des différents éléments sont préoccupants du point de vue de l'équité de la finance numérique :

 - Le pilier obtient de bons résultats dans le sous-élément relatif à l'infrastructure des services financiers numériques, en raison d'une connectivité réseau qui s'est étendue.
 - Toutefois, le score du pilier est diminué par de faibles scores en matière d'inclusion des groupes vulnérables. Les sans-abris, les réfugiés et les personnes sans emplois sont confrontés à des obstacles importants dans l'accès aux services financiers numériques en raison de facteurs tels que l'accès limité aux appareils connectés, une mauvaise connectivité et des coûts élevés.
 - Le score du pilier est par ailleurs affaibli par un score relativement faible en ce qui concerne l'utilisation réelle des services financiers numériques dans les cas d'utilisation quotidienne tels que le paiement des services publics ou l'épargne auprès d'une institution financière. Enfin, les résultats concernant l'expérience vécue avec les services financiers numériques, évalués par des niveaux de confiance perçus, sont décevants. Les trois principaux facteurs à l'origine du déficit de confiance sont l'absence de canaux facilement accessibles et efficaces pour les plaintes des consommateurs, la médiocrité du service aux consommateurs et le manque de transparence des frais et des charges.
- Résultats finaux pour l'utilisateur : Le bien-être financier, la résilience et des résultats équitables pour les consommateurs restent des objectifs ambitieux.** Le pilier 4 comprend des indicateurs de santé et de bien-être financier, de résultats équitables pour les consommateurs dans le domaine de la finance numérique et de durabilité :

 - La santé financière, évaluée à l'aide des données du Global Findex, reste médiocre. Les inquiétudes persistent quant à la situation financière des consommateurs et à leur capacité à faire face à diverses obligations. Les frais médicaux constituent la principale préoccupation. D'autres inquiétudes portent sur l'insuffisance des fonds pour la vieillesse, les dépenses mensuelles et les factures, ainsi que les frais de scolarité ou d'éducation. En outre, une proportion significative des consommateurs des pays de l'indice ne serait pas en mesure d'obtenir un financement de secours dans les 30 jours en cas d'urgence. Dans l'ensemble, ces résultats mettent en évidence la précarité de la situation financière et le manque de résilience de nombreux consommateurs.
 - L'indice de cette année intègre également les perceptions des résultats équitables pour les consommateurs, en s'appuyant sur le cadre des résultats pour les consommateurs du CGAP, qui s'articule autour de six axes : pertinence, choix, voix, équité et respect, sûreté et sécurité, et satisfaction de l'objectif du consommateur. Très peu de pays font état de résultats positifs pour tous les consommateurs, y compris les segments vulnérables de la société. Les prestataires de services financiers et les régulateurs ont le pouvoir d'agir sur ces résultats.
 - Enfin, les efforts en matière de développement durable n'ont pas encore fait leur chemin. L'enquête de cette année comportait une question sur les initiatives de finance numérique visant à renforcer la résilience face au changement climatique : seuls quelques cas ont été signalés.

Les préoccupations des consommateurs là où elles sont les plus importantes. Dans l'ensemble, la progression du score total de l'indice peut donc être trompeuse si elle est prise seule. Les résultats de l'indice mettent en évidence des lacunes en matière de santé financière, de résilience et de résultats équitables pour les consommateurs, ainsi que des résultats médiocres liés à l'expérience vécue et à l'inclusivité. Ces résultats constituent un signal d'alarme pour le secteur financier et pour les régulateurs : malgré les résultats positifs obtenus dans le développement de l'infrastructure des services financiers numériques et des cadres de protection des consommateurs de services financiers, les résultats ne se traduisent pas encore systématiquement par des expériences et des résultats positifs pour tous les groupes de consommateurs.

Nécessité d'un changement d'état d'esprit en vue d'obtenir des résultats pour les consommateurs.

Pour renverser cette situation, il faut un effort concerté de la part des régulateurs, des prestataires de services financiers et des associations de consommateurs. Il faut passer d'une culture consistant à se conformer à des cases à cocher à une culture axée sur les résultats pour les consommateurs : où les plaintes sont considérées comme un signal de problèmes, mais où, il existe également un suivi des résultats pour les consommateurs qui va au-delà des plaintes - et où les consommateurs eux-mêmes sont interrogés sur leurs sentiments et leurs perceptions.². Pour ce faire, il est essentiel de développer un écosystème de finance numérique responsable qui favorise une approche holistique de la protection des consommateurs de services financiers en mettant davantage l'accent sur le consommateur, mais aussi sur la collaboration entre les différents acteurs clés de l'écosystème de la finance numérique, y compris les associations de consommateurs, les prestataires et les régulateurs (CGAP, 2022). Cela nécessite en outre un effort concerté pour développer la culture financière et numérique et responsabiliser les consommateurs en tant qu'utilisateurs de services financiers numériques. Enfin, il faut inciter les régulateurs et les prestataires de services financiers à tirer parti des avantages de l'inclusion financière pour renforcer la résilience face aux chocs liés au climat.

Prendre la relève. Les associations de consommateurs jouent un rôle essentiel pour impulser et soutenir ce changement d'état d'esprit. L'Accélérateur de Finance Numérique Équitable, qui rassemble des associations de consommateurs dans les pays à revenu faible et intermédiaire, renforce leur capacité à représenter la voix collective des consommateurs en matière de finance numérique équitable, et les aide à établir des passerelles constructives avec les régulateurs et les prestataires de services financiers, s'est donné pour mission d'accompagner les associations de consommateurs dans ce rôle. Au cours de sa première année d'existence, l'Accélérateur a fait de grands progrès en donnant aux membres les moyens d'atteindre les consommateurs et d'établir une collaboration avec les acteurs du marché et avec les régulateurs. Désormais, l'accent doit être mis sur l'obtention de résultats tangibles pour les consommateurs eux-mêmes. L'Accélérateur de Finance Numérique Équitable est bien placé pour faire la différence. À ce jour, il a formé plus de 90 organisations de défense des consommateurs et ses efforts ont permis de toucher plus de 100 000 consommateurs des initiatives de sensibilisation et d'éducation. Il a accordé des sous-subsidies à huit associations de consommateurs dans sept pays afin qu'ils intensifient leur travail de compréhension des besoins des consommateurs et qu'ils puissent agir en conséquence. À l'avenir, L'Accélérateur de Finance Numérique Équitable continuera à développer sa communauté, à augmenter ses engagements directs avec les entreprises et à documenter davantage d'études de cas d'impact sur le terrain.

² L'approche actuelle fondée sur des règles limite la capacité des autorités à suivre et à vérifier les résultats positifs des clients des fournisseurs de services financiers. Bien que l'indice de cette année ait fourni une réflexion de haut niveau sur ces résultats, une approche de mesure plus cohérente et plus solide est nécessaire au niveau de chaque pays.

TABLE DES MATIÈRES

Remerciements	i
Résumé exécutif.....	iv
Table des matières.....	8
Introduction	1
Méthodologie	5
Constats.....	8
Aperçu des progrès accomplis : Légère augmentation dans l'ensemble, mais pas dans les domaines les plus importants	8
Besoins de protection : Forte conscience du risque, faible capacité de réaction.....	10
Cadre de protection : Des progrès sur le papier, mais un engagement accru est nécessaire.....	17
Conditions de l'inclusion et de la protection : Besoin d'une plus grande inclusion, d'une meilleure expérience vécue.....	25
Résultats finaux pour les utilisateurs : Toujours en quête de bien-être financier, de résilience et de résultats équitables pour les consommateurs.....	30
Conclusion.....	37
Liste de références.....	40
Annexe a: Comparaison entre les indices 2022 et 2023 de la finance numérique équitable.....	42
Annexe b: Méthodologie de l'indice et structure de l'échantillon	48
Annexe c : Listes d'indicateurs et de variables de données.....	53
Annexe d : Score de l'indicateur par éléments.....	61

Liste des Tableaux

Tableau 1: Pays membres de l'Accélérateur de la Finance Numérique Équitable par région et groupe de résultats de l'enquête.....	6
Tableau 2 : Sources de données et nombre de variables incluses dans l'indice PFC par élément d'indice	42
Tableau 3: Comparaison entre les questions de l'enquête de l'Accélérateur de la Finance Numérique Équitable en 2022 et 2023	43
Tableau 4 : Aperçu de l'échantillon de pays.....	47
Tableau 5: Nombre de valeurs manquantes par pays.....	49
Tableau 6: Répartition des pays par groupe de pays	51
Tableau 7: Vue d'ensemble des pays de chaque groupe.....	52
Tableau 8: Comparaison des pays par groupe de pays en 2023 et 2022:	53
Tableau 9: Liste des indicateurs et des sources de l'Élément 1	54
Tableau 10: Liste des indicateurs et des sources pour l'Élément 2.....	55
Tableau 11: Liste des indicateurs et des sources pour l'Élément 3.....	55
Tableau 12 : Liste des indicateurs et des sources pour l'Élément 4.....	56
Tableau 13: Liste des indicateurs et des sources pour l'Élément 5.....	56
Tableau 14: Liste des indicateurs et des sources pour l'Élément 6.....	57
Tableau 15: Liste des indicateurs et des sources pour l'Élément 7.....	58
Tableau 16: Liste des indicateurs et des sources pour l'Élément 8.....	58
Tableau 17: Liste des indicateurs et des sources pour l'Élément 9.....	60
Tableau 18 : Score des indicateurs de l'élément 1	61
Tableau 19 : Score des indicateurs de l'élément 2.....	61
Tableau 20 : Score des indicateurs de l'élément 3.....	62
Tableau 21 : Score des indicateurs de l'élément 4.....	62
Tableau 22 : Score des indicateurs de l'élément 5.....	63
Tableau 23 : Score des indicateurs de l'élément 6.....	63
Tableau 24 : Score des indicateurs de l'élément 7.....	64

Tableau 25 : Score des indicateurs de l'élément 8.....	64
Tableau 26 : Score des indicateurs de l'élément 9.....	64

Liste des graphiques

Graphique 1 : Indice de la finance numérique équitable 2022 par rapport à 2023.....	iv
Graphique 2: Cadre Conceptuel : les piliers et leurs éléments associés.....	Error! Bookmark not defined.
Graphique 3: Indice de protection des consommateurs de produits financiers 2022 vs 2023.....	9
Graphique 4: Score des piliers de l'indice de l'Accélérateur de Finance Numérique Équitable par groupe de pays.....	9
Graphique 5: Score des piliers de l'indice de protection financière des consommateurs par région.....	10
Graphique 6: Besoins en matière de protection des consommateurs par groupe de pays.....	11
Graphique 7: Besoins de protection des consommateurs par région.....	12
Graphique 8. Cadre des risques liés à la finance numérique.....	13
Graphique 9: % d'associations de consommateurs percevant ces types de risques comme un défi important pour les consommateurs.....	13
Graphique 10: Principaux types de risques de fraude considérés comme un défi important pour les consommateurs, selon les associations de consommateurs (%).....	15
Graphique 11: Confiance des associations de consommateurs dans la capacité des prestataires de services financiers numériques (SFN) à protéger les données personnelles des clients.....	16
Graphique 12: Perception par les associations de consommateurs de la mesure dans laquelle une culture numérique et financière limitée constitue un défi pour les consommateurs.....	16
Graphique 13: Cadre de protection des consommateurs de produits financiers (CPF) par groupe de pays.....	18
Graphique 14: Cadre de protection des consommateurs de produits financiers par région.....	18
Graphique 15: Statut du cadre juridique de la protection des consommateurs de produits financiers (% des pays de l'indice).....	20
Graphique 16: Normes de résolution et de traitement des plaintes par les prestataires de services financiers (% des pays de l'indice).....	20
Graphique 17: Satisfaction des associations de consommateurs à l'égard de l'état actuel des cadres de protection des consommateurs de produits financiers (%).....	21
Graphique 19: Engagement avec les régulateurs financiers et les prestataires de services financiers (PSF).....	23
Graphique 20: Capacité à faire part des doléances des consommateurs aux régulateurs financiers et aux prestataires de services financiers numériques (SFN).....	24
Graphique 21: Conditions d'inclusion et de protection pour les services financiers numériques (SFN) par groupe de pays.....	26
Graphique 22: Conditions d'inclusion et de protection des services financiers numériques (SFN) par région.....	27
Graphique 23 : Inclusivité des services financiers numériques pour les groupes vulnérables, telle que perçue par les associations de consommateurs (%).....	28
Graphique 24: Utilisation des services financiers numériques par les consommateurs.....	28
Graphique 25: Facteurs contribuant à un manque de confiance perçue par les associations de consommateurs (%).....	30
Graphique 26 : Résultats finaux pour les utilisateurs par groupe de pays.....	31
Graphique 27: Résultats finaux pour les utilisateurs par région.....	31
Graphique 28 : Résultats pour les consommateurs selon le CGAP.....	33
Graphique 29 : Perception par les consommateurs des résultats obtenus par ces derniers.....	34
Graphique 30: Santé financière et bien-être des consommateurs.....	36

Liste des Encadrés

Encadré 1: Classification des risques liés à la finance numérique.....	11
Encadré 2: Définir les résultats pour les consommateurs.....	28

INTRODUCTION

Une vision audacieuse pour l'autonomisation des consommateurs. La numérisation des services financiers change la donne en matière d'inclusion financière. Les services financiers numériques tels que les comptes bancaires électroniques permettent aux utilisateurs de conserver des fonds en toute sécurité et à moindre coût et de les transférer rapidement sur de longues distances, ce qui entraîne une augmentation des envois de capitaux et de la consommation au niveau national, ainsi qu'une meilleure résilience face aux crises³ (Jack & Suri, 2014). La numérisation peut également permettre d'exploiter d'autres sources de données pour débloquer les accès aux crédits et rendre la souscription d'assurances plus accessible aux populations isolées. Cependant, il ne suffit pas que les services financiers numériques soient disponibles. Pour apporter une véritable valeur ajoutée, ils doivent aussi permettre aux gens de satisfaire leurs besoins financiers de manière significative. La vision de Consumers International pour une finance numérique équitable est celle d'un monde où la finance basée sur la technologie numérique est :

- **Sûre** : Les consommateurs tirent le maximum d'avantages de la certitude que leur argent est en sécurité. Les consommateurs reçoivent des conseils accessibles, simples et opportuns et disposent de voies de recours en cas de problème.
- **Les données sont protégées et confidentielles** : Les consommateurs ont un réel pouvoir de contrôle sur l'accès et l'utilisation de leurs données, et ils seront protégés contre l'utilisation abusive et l'exploitation.
- **Inclusive** : Les services financiers numériques sont abordables, fiables et facilement accessibles à tous, y compris aux consommateurs vulnérables.
- **Durable** : Les services financiers numériques stimulent le financement climatique et intègrent les considérations relatives à l'impact environnemental dans toutes les décisions.

La réalité des faits. Toutefois, il existe toujours un décalage entre cette vision et la réalité sur le terrain. Comme l'a montré l'indice inaugural de la finance numérique équitable de 2022 :

- Les services financiers numériques comportent **des risques et des vulnérabilités supplémentaires**, notamment en ce qui concerne les interruptions de service et la cybercriminalité⁴. Les risques et les vulnérabilités sont accrus par le faible niveau de culture numérique et financière, un certain nombre de pays de l'enquête manquant de mécanismes institutionnels et de structures de coordination pour promouvoir et coordonner l'éducation financière.
- **Les cadres de régulation** en matière de protection des consommateurs de produits financiers - ainsi que la supervision et le contrôle de ces cadres - ne sont pas encore systématiquement axés sur des résultats équitables en matière de finance numérique pour les consommateurs, et les

³ Par exemple, au Kenya, les utilisateurs de l'argent mobile ayant eu un changement de revenu ont pu recevoir de l'argent de la part de leur famille et de leurs amis, dont le réseau social était plus dispersé géographiquement, et n'ont pas eu à réduire les dépenses de leur ménage. En revanche, les non-utilisateurs et les utilisateurs ayant un accès limité au réseau d'argent mobile ont réduit leurs achats de nourriture et d'autres articles de 7 à 10 %

⁴ Par exemple, les enquêtes nationales menées au Sénégal et en Côte d'Ivoire par l'organisation [CGAP \(2023\)](#) ont montré qu'environ 90 % des consommateurs de services financiers numériques ont été exposés à au moins un risque lié aux services financiers numériques au cours des 12 mois précédents et qu'entre 30 et 40 % des consommateurs ont perdu de l'argent à cause de la fraude dans les services financiers numériques dans ces deux pays.

associations de consommateurs ne sont souvent pas directement impliquées et consultées dans les politiques et les réglementations.

- Malgré les progrès réalisés en matière d'infrastructures de soutien aux services financiers numériques, l'**inclusion** des groupes vulnérables n'est pas encore une réalité⁵ et **les expériences vécues** avec les services financiers restent lacunaires.

En conséquence, le bien-être financier en pâtit et la résilience face aux crises reste faible. Cette situation est particulièrement préoccupante dans le contexte du **changement climatique** et de l'impact potentiel des crises liées aux revenus.

Les piliers de la finance numérique équitable du point de vue des consommateurs. L'Accélérateur de Finance Numérique Équitable est un réseau de membres de Consumers International partageant les mêmes idées, qui a été mis en place pour influencer efficacement ceux qui peuvent relever ce défi. Pour concrétiser la vision d'une finance numérique équitable, il faut qu'un ensemble de facteurs soient réunis pour, en fin de compte, se traduire par des résultats équitables pour les consommateurs en matière de finance numérique. C'est ce cadre - présenté en neuf éléments à travers quatre piliers – qu'analyse l'indice de la finance numérique équitable⁶:

Tableau 1 : Pays membres de l'Accélérateur de la Finance Numérique Équitable par région et groupe de résultats de l'enquête

Source : *Indice de finance numérique équitable, basé sur les pays inclus dans l'enquête de Consumers International sur la finance numérique équitable*

Graphique 2 : Cadre Conceptuel : les piliers et leurs éléments associés

Source : *Les auteurs eux-mêmes*



⁵ Les groupes vulnérables sont des populations au sein des pays étudiés dont les caractéristiques spécifiques les exposent à un risque plus élevé d'exclusion des services financiers numériques (INEE, 2024). Cette enquête sur la Finance Numérique Équitable de Consumers International a mis en évidence les personnes handicapées, les personnes âgées, les personnes sans-abri, les personnes sans emploi, les femmes et les personnes LGBTQI+ comme étant des groupes vulnérables.

⁶ Ce cadre constitue la base conceptuelle de l'indice de la Finance Numérique Équitable. Il a été élaboré pour englober les éléments présentant un intérêt pour l'accélérateur de la finance numérique équitable et ses membres, et en tenant compte des éléments et principes de la protection des consommateurs de produits financiers dans la littérature mondiale, notamment les principes de [haut niveau du G20 sur la protection des consommateurs de produits financiers](#). Ces principes comprennent des dispositions sur le rôle des organismes de surveillance, le traitement équitable et juste des consommateurs, la divulgation et la transparence, ainsi que la protection des données et de la vie privée des consommateurs.

Raconter l'histoire de la finance numérique du point de vue du consommateur. Le cadre à quatre piliers permet de répondre à quatre questions clés, chacune comprenant un certain nombre d'angles ou d'éléments qui, ensemble, esquissent une vision d'une finance numérique centrée sur le consommateur :

- **Les besoins en matière de protection des consommateurs :** *Pourquoi la protection des consommateurs de produits financiers est-elle une nécessité inhérente ?* Le point de départ est l'identification des **risques** auxquels les consommateurs sont vulnérables dans les services financiers numériques, et la mesure dans laquelle les consommateurs sont **éduqués** pour gérer ces risques ou s'en protéger. Dans un pays où les risques sont élevés et où la culture financière est faible, il est impératif de protéger les consommateurs de services financiers.
- **Cadre de la protection des consommateurs :** *Quels sont les cadres mis en place pour répondre à ce besoin de protection ?* Tous les pays disposent d'une certaine forme de protection des consommateurs, mais dans quelle mesure la protection des consommateurs de produits financiers est-elle ancrée dans les structures institutionnelles et correspond-elle aux éléments clés de la vision de la finance numérique équitable de Consumers International, comme la protection des données et la durabilité par exemple ? Outre l'**exhaustivité** du cadre réglementaire de base en matière de protection des consommateurs de produits financiers, il est important d'examiner spécifiquement si **ce cadre est axé sur les consommateurs**. Est-il basé sur des principes formulés pour des résultats équitables en matière de finance numérique pour les consommateurs ?⁷ Et surtout :
Existe-t-il un **engagement**⁸ entre les consommateurs, leurs défenseurs, les prestataires de services financiers et les régulateurs dans la définition du contenu des cadres de protection des consommateurs de services financiers ?
- **Conditions d'inclusion et de protection :** *Comment le cadre de protection se traduit-il dans la pratique ?* Dans quelle mesure les services financiers « travaillent-ils pour » les consommateurs ? L'infrastructure **habilitante** est-elle en place pour permettre un accès généralisé et abordable pour tous ? La manière dont les services financiers numériques sont adoptés et utilisés dans la pratique est-elle **inclusive**, y compris pour les groupes marginalisés ? En outre, et c'est important, quelle est **l'expérience vécue** par les consommateurs à utiliser ces services ? Ont-ils confiance dans le fait que les prestataires agissent dans leur intérêt et dans la sûreté et la sécurité des systèmes, ou sont-ils frustrés par les interruptions de service ou les pratiques opaques ?
- **Résultats finaux pour les consommateurs :** *Les services financiers numériques changent-ils la vie des consommateurs ?* En fin de compte, si les consommateurs ne tirent pas d'avantages qui les aident à améliorer leur **santé financière** et leur **résilience**, l'objectif des services financiers pour les consommateurs n'est pas atteint. Cette année, le quatrième pilier intègre également des notes sur **les résultats de l'utilisation des services financiers** du point de vue des consommateurs.

Évolution de l'indice. L'indice 2022 de la finance numérique équitable a fait le point sur l'état de chacun des piliers, tel qu'il ressort des données disponibles. En 2023, l'enquête sur les membres de l'accélérateur de la finance numérique équitable a été mise à jour pour suivre de plus près les

⁷ Il convient de noter que toute réglementation est, en fin de compte, centrée sur le consommateur, en ce sens qu'elle vise à protéger les consommateurs. Ce terme est utilisé ici pour désigner la mesure dans laquelle des mesures spécifiques de protection des consommateurs sont incorporées, et si les principes relatifs aux résultats pour les consommateurs sont inclus dans la réglementation. Les variables spécifiques incluses dans cet élément sont énumérées à l'annexe C.

⁸ Cet engagement peut se faire dans le cadre de forums réguliers, tels qu'un groupe d'experts ou un comité, ou peut être ponctuel. Certains membres de Consumers International Fair Digital Finance Accelerator indiquent qu'ils rencontrent les régulateurs de temps en temps ou lorsque des problèmes se posent ; d'autres sont représentés dans des comités qui leur permettent d'avoir une interaction plus régulière.

éléments et les piliers du cadre. Associé à des données nouvellement disponibles de la Banque Mondiale sur l'état de l'inclusion financière et de la protection des consommateurs, le rapport actuel esquisse une image plus nuancée de la finance numérique équitable du point de vue des consommateurs. Les mises à jour suivantes ont été effectuées :

- **Besoin de protection des consommateurs** : Cette année, l'enquête recueille des indicateurs détaillés sur la prévalence de la fraude, la typologie des risques de fraude, l'utilisation abusive des données, les problèmes de transparence, les mécanismes de recours inadéquats et les risques transversaux. En outre, l'enquête comprend des variables liées à la culture numérique et financière des consommateurs, ce qui permet d'obtenir des mesures nuancées directement auprès des consommateurs et de dresser un tableau détaillé des besoins actuels en matière de finance numérique équitable.
- **Cadre de Protection des Consommateurs** : Les données 2023 de la Banque Mondiale sur l'Inclusion Financière et la Protection des Consommateurs (FICP) offrent une vue actualisée des progrès réalisés dans les cadres de protection des consommateurs de produits financiers, et un aperçu plus granulaire de l'état des cadres juridiques, des mécanismes de recours indépendants, des systèmes de réclamation, de la cybersécurité, de la protection des données, et du renforcement de l'orientation consommateur. L'indice mis à jour reflète également les résultats des efforts de l'Accélérateur de la finance numérique équitable à ce jour, comme en témoignent les engagements des associations membres avec les régulateurs.
- **Conditions de l'inclusion et de la protection** : L'indice 2023 continue de s'appuyer sur des données secondaires relatives à la connectivité des réseaux, à l'accessibilité des données et à la pénétration des appareils mobiles, qui constituent l'épine dorsale de l'infrastructure des services financiers numériques. L'enquête actualisée sur la finance numérique équitable cherche activement à obtenir des associations de consommateurs des informations sur l'inclusivité des services financiers numériques pour les consommateurs défavorisés. L'enquête actualisée permet en outre une analyse plus fine des perceptions de l'expérience vécue.
- **Résultats finaux pour les consommateurs** : Le dernier pilier continue de s'appuyer sur les données du Global Findex de la Banque Mondiale pour mesurer le bien-être financier et la résilience. Cette année, l'enquête actualisée comprend également un retour d'information détaillé de la part des associations de consommateurs sur leur perception des résultats équitables de la finance numérique pour les consommateurs.

MÉTHODOLOGIE

L'indice de la finance numérique équitable reflète l'étendue du cadre conceptuel. Il est destiné à permettre aux pays de suivre leurs progrès par pilier et par élément au fil du temps, afin de servir de base à un dialogue constructif sur la protection des consommateurs de produits financiers, *du point de vue des consommateurs*.⁹.

Enquête sur la finance numérique équitable comme point d'ancrage. Comme indiqué, l'enquête sur la finance numérique équitable de Consumers International, une enquête en ligne menée avec les membres de l'Accélérateur de la Finance Numérique Équitable de Consumers International au troisième trimestre 2023, est la principale source de l'indice. Pour l'ensemble des éléments, 55 % des variables sont tirées de l'enquête, contre 42 % l'année dernière. Les tableaux 2 et 3 de l'annexe A présentent une ventilation des sources de variables pour chacun des éléments pertinents de l'indice, ainsi qu'une comparaison entre les questions posées dans l'enquête inaugurale et l'enquête actualisée de Consumers International sur la finance numérique équitable.

Complété par des sources secondaires. Alors que l'enquête sur la finance numérique équitable de Consumers International saisit les perceptions des associations de consommateurs et, par extension, la voix du consommateur, l'indice garantit l'objectivité en incorporant des données nationales provenant de l'enquête Global Findex (Banque Mondiale, 2022), de l'enquête de la Banque Mondiale sur l'Inclusion Financière et la Protection des Consommateurs (2023) et de l'indice GSMA sur la Connectivité Mobile (2023). L'annexe C fournit un aperçu complet des indicateurs et des variables de données utilisés pour chaque élément.

Représentation des pays à faibles et moyens revenus. Compte tenu de l'importance de l'enquête sur la finance numérique équitable de Consumers International pour l'indice, l'échantillon de pays inclus dans l'indice est également limité aux répondants à l'enquête. Il comprend 25 pays à revenu faible et intermédiaire répartis dans diverses régions géographiques, comme le montre le tableau 1 ci-dessous. En tant que tels, les résultats sont indicatifs de tendances plus larges dans les pays à revenu faible et moyen, mais ne sont pas définitifs¹⁰.

Méthodologie de notation de l'indice. La méthodologie suivie pour la compilation de l'édition 2023 de l'indice de la finance numérique équitable est la même que celle utilisée pour l'édition 2022. Conformément aux méthodologies de calcul de l'indice fondées sur les meilleures pratiques établies, l'indice est l'agrégation des scores pour chacun des quatre piliers, chacun étant décomposé en ses éléments constitutifs (neuf au total). Alors que les scores au niveau des piliers sont agrégés en un seul score d'indice global, l'interprétation des résultats et des idées est extraite et décrite au niveau du pilier et de l'élément. Chaque élément comprend un ou plusieurs indicateurs, eux-mêmes composés de sous-variables le cas échéant. Présenter les résultats de cette manière permet d'obtenir une image granulaire des processus impliqués dans la garantie de bons résultats en matière de protection des consommateurs de produits financiers. Il est ainsi possible de décrire les nuances de chaque élément

⁹ D'après les membres de Consumers International qui représentent les consommateurs ou qui s'expriment en leur nom. Il convient de noter que l'étude ne comportait pas de recherche directe/primaire auprès des consommateurs. Toutefois, dans la mesure du possible, des enquêtes sur la demande (par exemple Findex) ont été utilisées pour évaluer directement la voix des consommateurs.

¹⁰ Selon la classification des pays de la Banque mondiale, il y a au total 132 pays à revenu faible ou intermédiaire dans le monde. L'échantillon représente donc 19 % de l'ensemble des pays à faible revenu et à revenu intermédiaire.

sous-jacent dans le contexte d'un pilier particulier. L'approche de la construction de l'indice, de la normalisation des variables et du traitement des valeurs manquantes est décrite à l'annexe B.

Groupes de pays. Le rapport présente les résultats pour des groupes de pays plutôt qu'au niveau du score de chaque pays. Cela permet d'effectuer des comparaisons significatives entre pairs sans porter de jugement sur un pays en particulier. Pour les besoins de l'indice, trois groupes indicatifs¹¹ ont été définis sur la base du score global normalisé :

- **Avancé - score global normalisé supérieur à 66,67.** Les pays avancés obtiennent de bons résultats sur plusieurs piliers et éléments et se caractérisent généralement par des cadres de protection des consommateurs de produits financiers plus développés et de meilleurs résultats pour les consommateurs.
- **Pays en transition - score global normalisé supérieur à 33,33 et inférieur à 66,66.** Les pays en transition se caractérisent par des performances intermédiaires sur les différents piliers et éléments, mais doivent encore s'améliorer dans des domaines tels que les résultats pour les utilisateurs et les besoins de protection.
- **Pays émergents - score global normalisé inférieur à 33,32.** Les pays émergents ont une marge de progression importante dans tous les domaines.

Le tableau 1 ci-dessous présente la répartition des pays de l'échantillon entre les trois groupes et par région. 20 % des pays de l'enquête appartiennent au groupe des pays avancés, 28 % au groupe des pays en transition et 52 % au groupe des pays émergents.

Tableau 1 : Pays membres de l'Accélérateur de la Finance Numérique Équitable par région et groupe de résultats de l'enquête

Source : *Indice de finance numérique équitable, basé sur les pays inclus dans l'enquête de Consumers International sur la finance numérique équitable.*

Groupes	Asie de l'Est et Pacifique	Europe et Asie centrale	Amérique latine et Caraïbes	Moyen-Orient et Afrique du Nord	Asie du Sud	Afrique subsaharienne	Total
Avancés	Malaisie		Équateur, Sainte-Lucie		Inde	Ouganda	5
En transition	Fidji, Indonésie	Russie			Bangladesh	Kenya, Nigeria, Côte d'Ivoire	7
Émergents	Myanmar	Tadjikistan	Costa Rica, Mexico	Soudan, Liban	Pakistan, Népal	Mali, Niger, Rwanda, Zimbabwe, Tanzanie	13
Total	4	2	4	2	3	9	25

Interprétation en contexte. Lors de l'interprétation des scores des éléments de l'indice, un score plus élevé signifie de meilleurs résultats. Par exemple, un score élevé pour les risques liés aux services

¹¹ Il convient de noter que le classement des pays dans l'une de ces catégories reflète les résultats de l'enquête sur la finance numérique équitable. En tant que telle, la classification ne se prononce pas sur l'état général du développement ou la force des politiques ou des marchés dans les pays. Il s'agit plutôt d'une indication de la situation du pays sur la base des perceptions des associations de consommateurs et d'autres données saisies dans l'indice.

financiers numériques indique que ces risques sont moins pertinents, alors qu'un score plus faible suggère que les risques sont plus présents à l'esprit. Il est également important d'interpréter les résultats des grappes dans le contexte de l'échantillon. Lorsque nous parlons de pays « avancés », il est essentiel de comprendre que leur avancement est relatif par rapport aux pays à revenu faible et intermédiaire présents dans l'échantillon, plutôt que d'être évalué en termes absolus. En outre, l'interprétation de chaque pilier doit tenir compte des indicateurs et des variables associés à ce pilier. Par conséquent, les comparaisons entre les piliers peuvent ne pas être aussi significatives que les comparaisons au sein des piliers entre les groupes ou dans le temps.

ANALYSE

APERÇU DES PROGRÈS ACCOMPLIS : LÉGÈRE AUGMENTATION DANS L'ENSEMBLE, MAIS PAS DANS LES DOMAINES LES PLUS IMPORTANTS¹²

Augmentation globale d'une année sur l'autre. Comparaison de l'indice de 2023 avec celui de 2022¹³, le graphique 3 ci-dessous montre une augmentation globale de l'indice de 42 en 2022 à 48 en 2023 :¹⁴

Pilier 1, les besoins en matière de protection des consommateurs, affiche une augmentation marginale. Cette augmentation est due à l'élément « capacité des consommateurs », qui a progressé à partir d'une base faible (c'est l'élément qui a obtenu le score le plus bas dans l'édition précédente). L'augmentation marginale de la note relative aux besoins de protection des consommateurs indique que les risques continuent de susciter des inquiétudes et souligne le défi que représentent les capacités et l'alphabétisation.

Pilier 2, le cadre de protection des consommateurs, affiche un score d'indice plus élevé. Cela s'explique en partie par l'inclusion des données de l'enquête de la Banque mondiale sur l'inclusion financière et la protection des consommateurs (Financial Inclusion and Consumer Protection - FICP). Les données de l'enquête 2023 montrent une amélioration de l'omniprésence des cadres réglementaires de protection des consommateurs de produits financiers par rapport à 2017, qui est l'année précédente de l'enquête FICP sur laquelle l'indice 2022 s'est appuyé. Ce score plus élevé est prometteur car il constitue le fondement des progrès réalisés dans les autres piliers.

Pilier 3, les conditions de l'inclusion et de la protection, a connu une légère baisse par rapport à l'année dernière. La baisse des résultats dans l'édition de cette année est due aux mauvais résultats en matière d'inclusion des services financiers numériques pour les segments de consommateurs vulnérables. *Cette situation est particulièrement préoccupante, car l'inclusivité et l'expérience vécue sont des indicateurs de la qualité de l'inclusion et de la protection des consommateurs.*

Pilier 4, les résultats finaux pour le consommateur, affiche une augmentation marginale. Le pilier de cette année est plus nuancé que celui de 2022, avec l'ajout des perceptions des résultats équitables pour le consommateur, ce qui rend difficile une comparaison directe avec 2022. L'élément « santé financière » reste stable malgré les variations de l'échantillon, et les perceptions de la résilience sont en légère hausse.

¹² Sauf indication contraire, la source de tous les chiffres est l'indice de financement numérique équitable de 2023, calculé à partir des sources sous-jacentes mentionnées à la section 2.

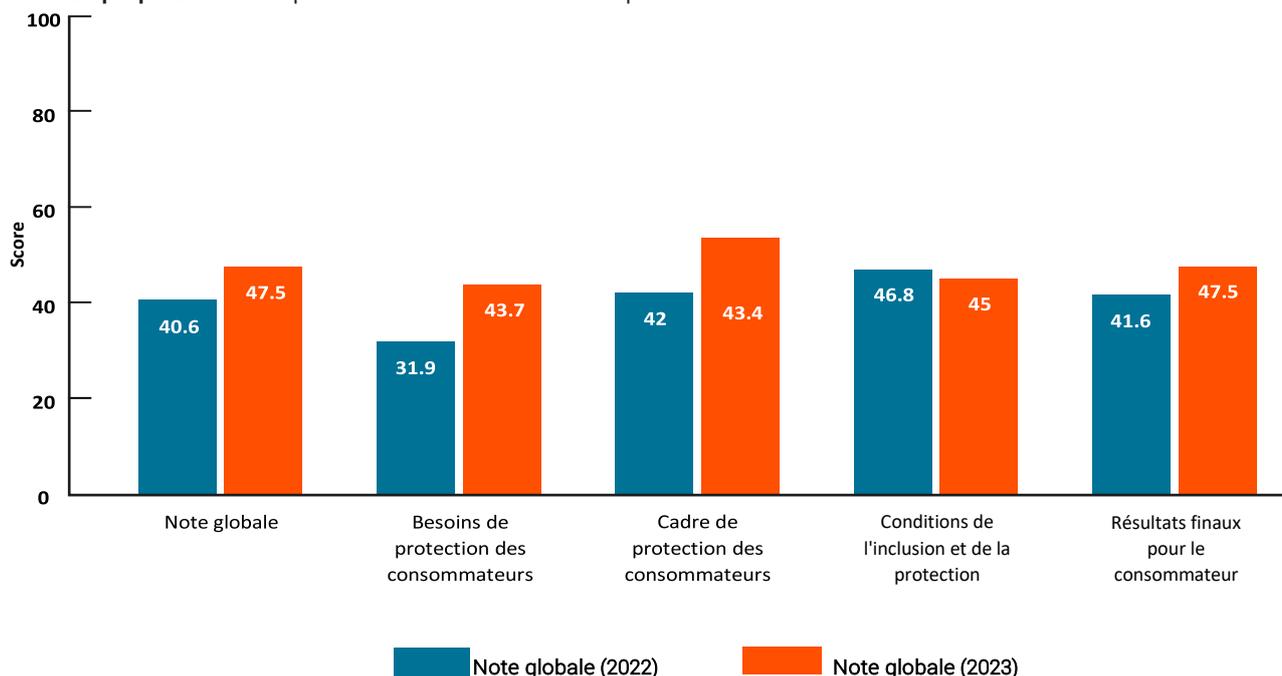
¹³ Il convient de noter que les changements apportés à l'enquête sous-jacente sur laquelle repose la majeure partie de l'enquête signifient que la comparaison d'une année sur l'autre est indicative plutôt que définitive. L'indice 2023 représente une vision plus nuancée.

¹⁴ **Note sur l'interprétation des scores de l'indice :** Les scores des piliers indiquent le score normalisé de l'indice (sur cent) agrégé à travers les sous-éléments et les indicateurs pour chaque pilier. Par conséquent, un score global de 48 signifie que les pays inclus dans l'échantillon atteignent une moyenne de 48 sur 100 pour tous les aspects mesurés dans l'indice.

Un score plus élevé indique une amélioration globale du pilier correspondant et de ses indicateurs. Inversement, une diminution de la moyenne d'un pilier indique une baisse des résultats. Par exemple, l'augmentation de onze points dans le pilier du cadre de protection des consommateurs signifie une amélioration des cadres de protection des consommateurs dans les États membres étudiés.

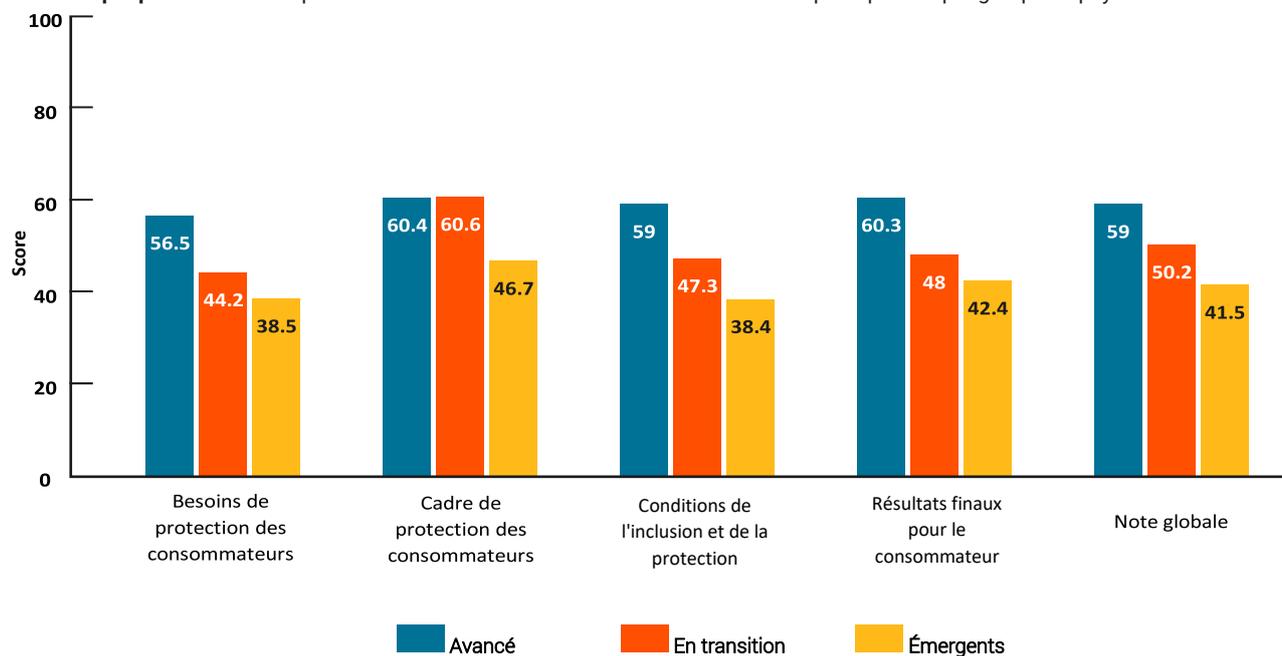
Les comparaisons entre les piliers doivent être abordées avec prudence en raison de la diversité des variables mesurées à différents niveaux au sein de chaque pilier et de ses éléments. Cette complexité rend les comparaisons nuancées difficiles. Par conséquent, il n'est pas conseillé d'interpréter les scores plus élevés dans le pilier de la protection des consommateurs par rapport au pilier des besoins de protection des consommateurs comme une indication que les environnements réglementaires sont moins problématiques que les défis auxquels sont confrontés les consommateurs. Il est essentiel d'évaluer les scores par pilier et par élément de manière indépendante, en tenant compte des indicateurs pertinents qui les constituent. Pour mieux comprendre les fluctuations des scores des éléments, il est essentiel d'identifier les piliers clés et les variables sous-jacentes qui sont à l'origine de ces changements.

Graphique 3 : Indice de protection des consommateurs de produits financiers 2022 vs 2023



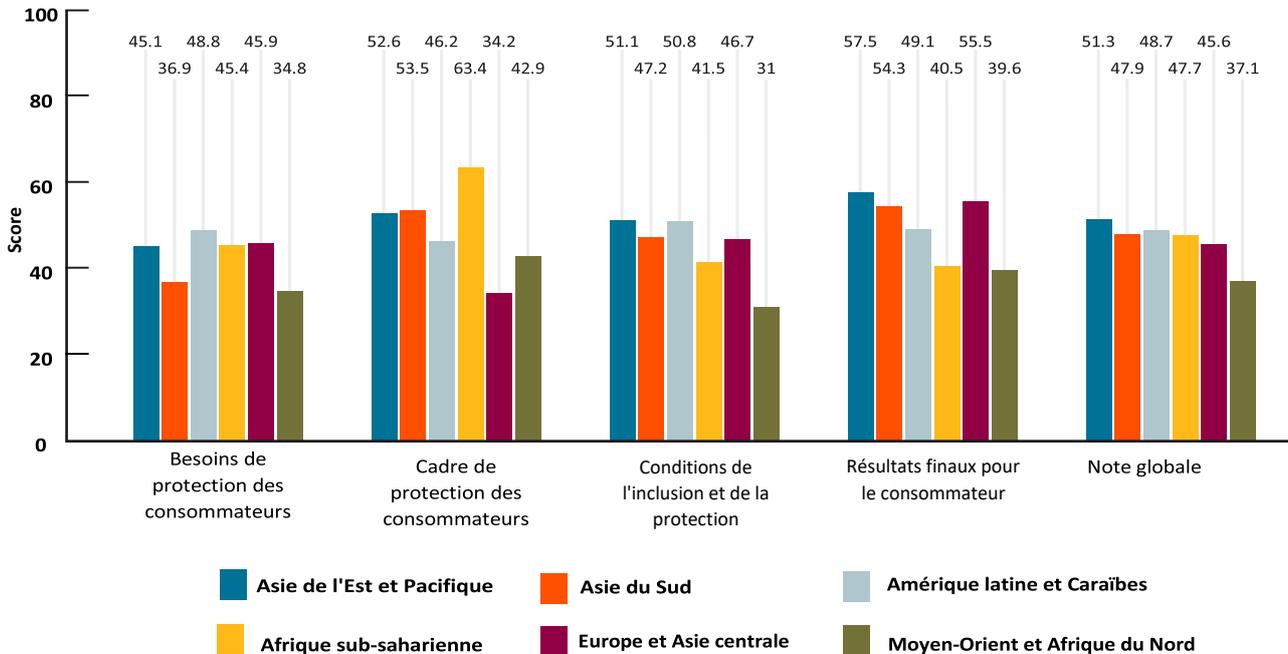
Répartition normale entre les groupes dans l'ensemble, mais quelques surprises au niveau des différents piliers. Le graphique 4 montre que les pays avancés sont en tête en ce qui concerne les besoins de protection des consommateurs, les conditions de protection des consommateurs et les résultats finaux pour les consommateurs, mais qu'ils sont rejoints par les pays en transition en ce qui concerne le cadre de protection des consommateurs. Comme prévu, les pays émergents restent en arrière. Le score nettement inférieur du groupe des pays émergents dans le pilier des besoins de protection des consommateurs souligne les différences significatives dans les risques auxquels les consommateurs sont exposés dans le contexte des services financiers numériques.

Graphique 4 : Score des piliers de l'indice de l'Accélérateur de Finance Numérique Équitable par groupe de pays



Pas de différences régionales significatives. Comme l'indique le graphique 5, dans l'ensemble, l'Asie de l'Est et le Pacifique, l'Asie du Sud et l'Amérique latine obtiennent les scores les plus élevés, suivis par l'Afrique subsaharienne, l'Europe et l'Asie centrale, et le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord (MENA), mais à l'exception de ce dernier, la variation entre les régions est très faible¹⁵. Aucune région n'obtient le score le plus élevé dans plus d'une catégorie. L'écart régional le plus important se situe au niveau des résultats en matière de consommation : L'Asie de l'Est et le Pacifique, l'Asie du Sud, l'Europe et l'Asie centrale obtiennent de bons résultats par rapport à l'Afrique subsaharienne et à la région MENA.

Graphique 5 : Score des piliers de l'indice de protection financière des consommateurs par région



Besoin d'une perspective plus nuancée par élément. Chaque pilier est fonction des éléments et des indicateurs qui le composent. Par conséquent, la prudence est de mise lorsqu'il s'agit de comparer les scores totaux entre les piliers. Il convient plutôt d'approfondir les éléments et les indicateurs sous-jacents de chaque pilier pour découvrir les facteurs qui influencent les scores et la manière dont ils diffèrent d'un groupe à l'autre. Les sous-sections suivantes examineront les résultats détaillés de chaque pilier.

BESOINS DE PROTECTION : FORTE CONSCIENCE DU RISQUE, FAIBLE CAPACITÉ DE RÉACTION

Pleins feux sur l'expérience du consommateur - le cas du Mexique

Le commerce électronique et les services financiers numériques s'accompagnent de nouveaux risques. L'essor du commerce électronique pendant la pandémie de COVID-19 a montré à quel point les consommateurs sont vulnérables à la prestation de services numériques. De plus en plus d'influenceurs des médias sociaux font la promotion de biens et de services, avec une transparence limitée quant au fait qu'ils font cette promotion à titre payant. Les consommateurs risquent alors de souscrire à des services financiers numériques qu'ils n'ont pas l'intention d'utiliser ou qu'ils ne peuvent pas supporter. Ces risques sont exacerbés par un cadre

¹⁵ **Mise en garde** : la région MENA et l'Europe et l'Asie centrale sont de petits échantillons, composés de deux pays chacun. Les résultats sont donc difficiles à interpréter.

réglementaire de protection des consommateurs fragmenté entre différentes autorités et un secteur financier dépourvu de culture de protection des consommateurs.

Pour combler ce fossé, les procédures de réclamation des consommateurs doivent être mieux connues et accessibles de manière plus transparente par voie numérique. Tec-Check, membre de l'accélérateur Fair Digital Finance Accelerator, souhaite que cela devienne une réalité. Ils travaillent à la conception d'un système de plaintes numériques, ils plaident pour un cadre réglementaire pour le marketing d'influence des médias sociaux et s'engagent avec un large éventail de parties prenantes pour améliorer la culture de protection des consommateurs au Mexique.

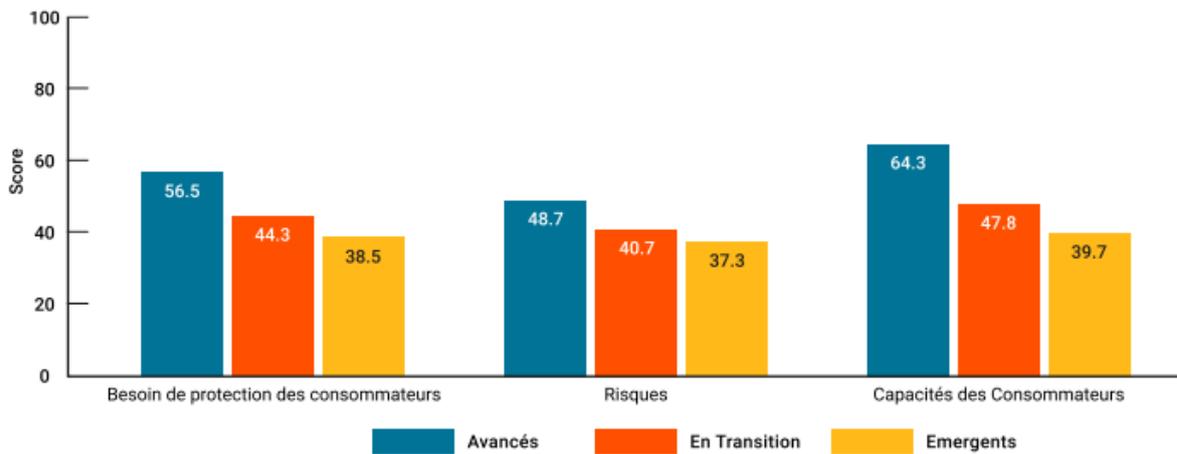
Source : Interview avec Tec-Check, Tec-Check A.C. Consumers International Grant Application (2023) ; [Tec-Check \(2023\)](#)

Dans la plupart des pays de l'échantillon, on constate une vulnérabilité à la fraude, à l'utilisation abusive des données et aux risques liés aux agents, ainsi qu'une moindre capacité des consommateurs. Le graphique 6 ci-dessous présente les conclusions relatives au pilier des besoins de protection des consommateurs et à ses deux éléments constitutifs : les **risques** auxquels les consommateurs sont confrontés (voir l'encadré 1 pour une vue d'ensemble) et le **niveau d'éducation financière** des consommateurs¹⁶. Le score de l'indice signifie qu'un score plus élevé sur le risque signifie un meilleur résultat. Les résultats montrent que la différence entre les scores des risques liés aux services financiers numériques peut être attribuée, premièrement, aux risques institutionnels et liés aux agents (avec un score de 57 pour les pays avancés contre 52 pour les pays en transition et 46 pour les pays émergents) et, deuxièmement, au risque d'interruption du réseau lors de l'utilisation des services financiers numériques (55 contre 38 contre 25). Les risques de fraude (53 contre 44 contre 56) et les risques liés à l'utilisation abusive des données (33 contre 33 contre 30) varient peu d'un groupe à l'autre, ce qui indique leur prévalence quel que soit le stade de développement du pays. Les scores relativement plus élevés pour le pilier avancé sur l'élément des capacités des consommateurs sont dus à de meilleurs scores liés à la présence de programmes d'éducation numérique et financière (79 vs. 54 vs. 53).

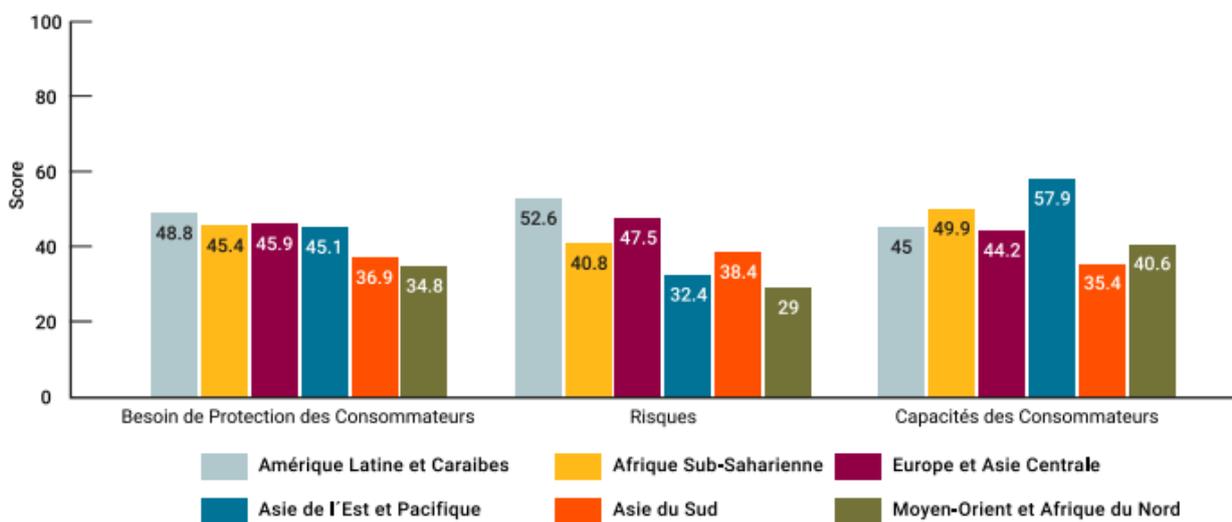
L'Asie du Sud, le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord affichent la plus grande vulnérabilité des consommateurs. Le faible score de l'indicateur des risques liés aux services financiers numériques pour l'Asie du Sud, le Moyen-Orient et l'Afrique ainsi que l'Asie de l'Est et le Pacifique dans le graphique 7 est principalement dû à la vulnérabilité des consommateurs liée à l'utilisation abusive des données personnelles ainsi qu'au manque de transparence des termes, conditions, frais et caractéristiques d'un service financier. En ce qui concerne les capacités des consommateurs, l'Asie de l'Est et le Pacifique obtiennent des scores nettement plus élevés que les autres régions, en grande partie grâce à leurs bonnes performances dans l'indicateur mesurant la présence de programmes d'éducation numérique et financière.

Graphique 6 : Besoins en matière de protection des consommateurs par groupe de pays

¹⁶ L'enquête sur la finance numérique équitable ne définit pas explicitement la culture financière, mais dans le questionnaire, il est demandé « dans quelle mesure une culture numérique et financière limitée a-t-elle été un défi pour les consommateurs de votre pays ? Plus généralement, la culture financière est définie par l'AFI comme «...la capacité à prendre des décisions financières judicieuses, à acquérir les connaissances, les aptitudes, la confiance et les compétences nécessaires pour utiliser les produits et services financiers et agir au mieux de ses intérêts financiers en fonction de la situation économique et sociale de chacun». (AFI, 2021).



Graphique 7 : Besoins de protection des consommateurs para région



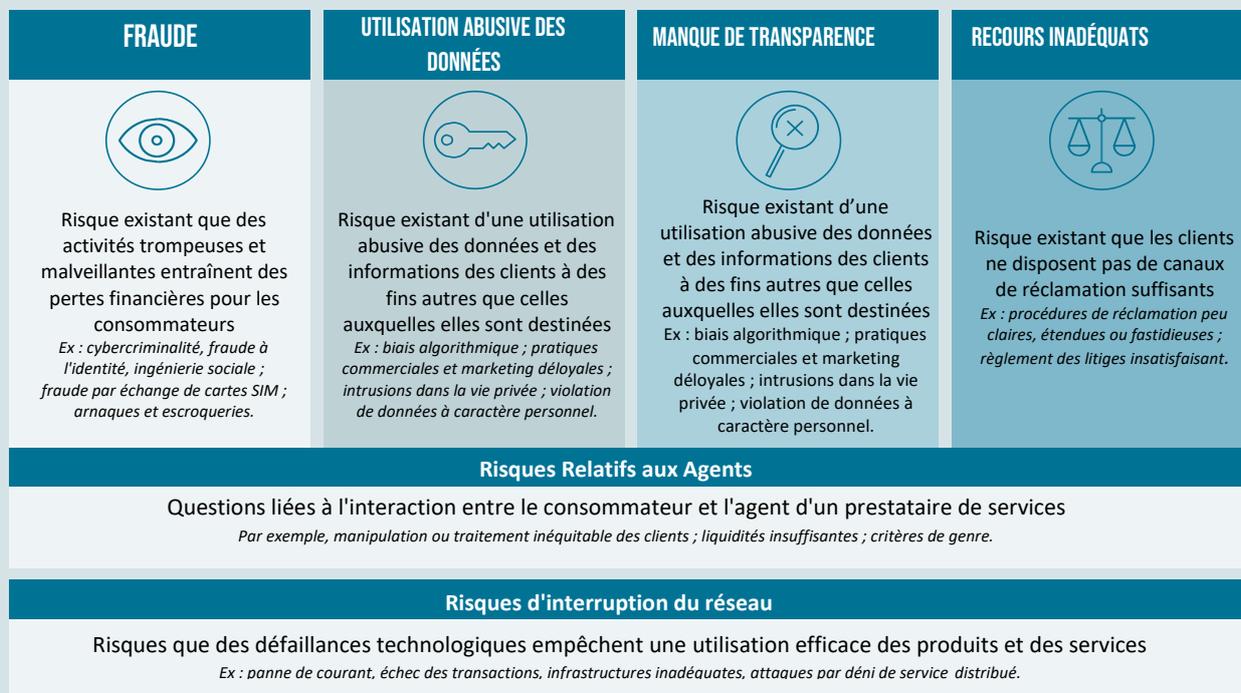
Augmentation des risques signalés liés à une réparation inadéquate. Les associations de consommateurs observent une augmentation significative du risque de recours insuffisant au cours de l'année écoulée (voir Graphique 9). Cela souligne l'absence de canaux adéquats, accessibles et efficaces pour traiter les plaintes des consommateurs. La mise en place de mécanismes de recours indépendants est une étape cruciale pour garantir que la voix du consommateur est non seulement reconnue, mais aussi prise en compte. Il reste important que les consommateurs aient accès à des mécanismes de résolution des litiges à la fois internes (au sein des prestataires) et externes (à l'extérieur des tribunaux) pour obtenir réparation¹⁷.

¹⁷ Cela inclut les cas où les plaintes peuvent être résolues à l'aide d'une tierce partie impartiale, tout en conservant la possibilité d'entreprendre une action en justice formelle par le système judiciaire.

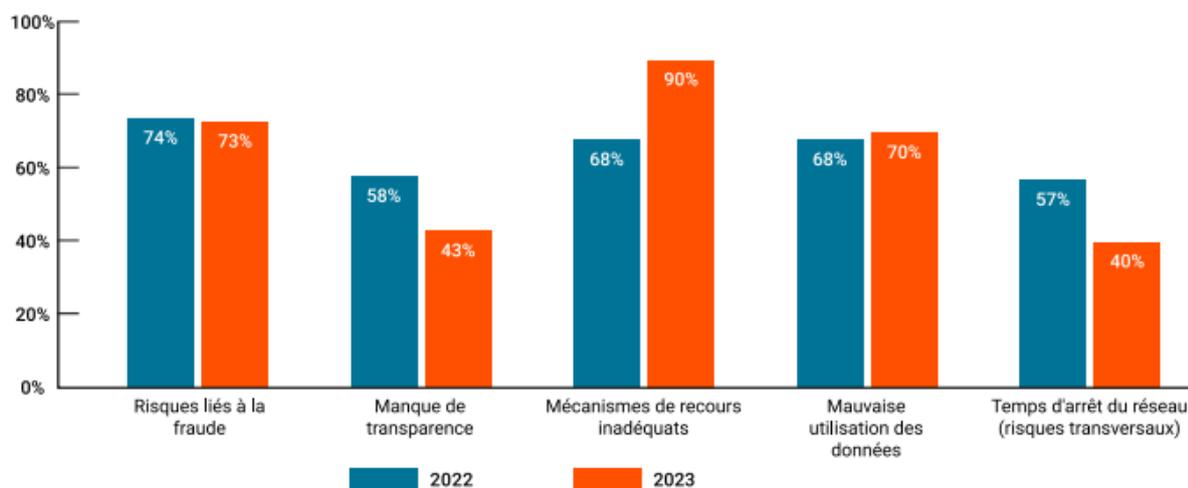
Encadré 1 : Classification des risques liés à la finance numérique

Les risques recensés dans l'indice ont été compilés sur la base de la classification des risques liés à la finance numérique établie par le CGAP (2022). Ce cadre, qui s'appuie sur une vaste revue de la littérature mondiale, identifie des types de risques distincts, ainsi que deux Éléments de risque transversaux, comme l'indique le diagramme ci-dessous :

Graphique 8. Cadre des risques liés à la finance numérique



Graphique 9 : % d'associations de consommateurs percevant ces types de risques comme un défi important pour les consommateurs.



Ces mécanismes devraient se caractériser par leur efficacité, leur adéquation, leur accessibilité et leur professionnalisme. La vulnérabilité accrue mise en évidence par les associations de consommateurs indique une déficience dans la boucle de rétroaction actuelle entre les consommateurs et les prestataires. Par conséquent, les consommateurs se trouvent dans l'incapacité de tenir les prestataires pour responsables de leurs actions. La persistance des risques de fraude et d'utilisation abusive des données pour les consommateurs est également préoccupante et continue de poser un

défi important. La réduction de la vulnérabilité perçue par les consommateurs face aux risques liés au manque de transparence et aux temps d'arrêt du réseau est un pas dans la bonne direction.

Pleins feux sur l'expérience du consommateur - les risques émergents des crypto-monnaies

Comme le montre le graphique 10, les associations de consommateurs de tous les groupes de pays estiment que le risque de fraude liée aux crypto-monnaies et aux actifs numériques est limité. Si la perception de ces risques n'est pas encore au premier plan pour les associations de consommateurs, l'augmentation de la prévalence des escroqueries liées aux crypto-monnaies et leur utilisation à des fins criminelles méritent d'être soulignées.

L'absence de cadres réglementaires adaptés pour protéger les cryptoactifs des consommateurs signifie que l'argent est souvent exposé à un risque élevé si ces entreprises sont confrontées à des problèmes de financement ou à la menace d'une faillite. Par exemple, à la suite de sa faillite très médiatisée, il est apparu que FTX devait plus de 3 milliards de dollars à ses créanciers sans aucune garantie - principalement des utilisateurs de la bourse qui y avaient transféré leurs fonds.

Les crypto-monnaies acquièrent également de plus en plus la réputation d'être un moyen de mener des activités illicites telles que le blanchiment d'argent, le financement du terrorisme et l'évasion fiscale. Par exemple, une publication récente des Nations Unies met en évidence l'utilisation des crypto-monnaies dans des activités criminelles en Asie du Sud-Est. Le pseudo-anonymat et le manque de surveillance contribuent à ces risques, car les régulateurs et les organes chargés de l'application de la loi ont du mal à suivre et à tracer les transactions en crypto-monnaies.

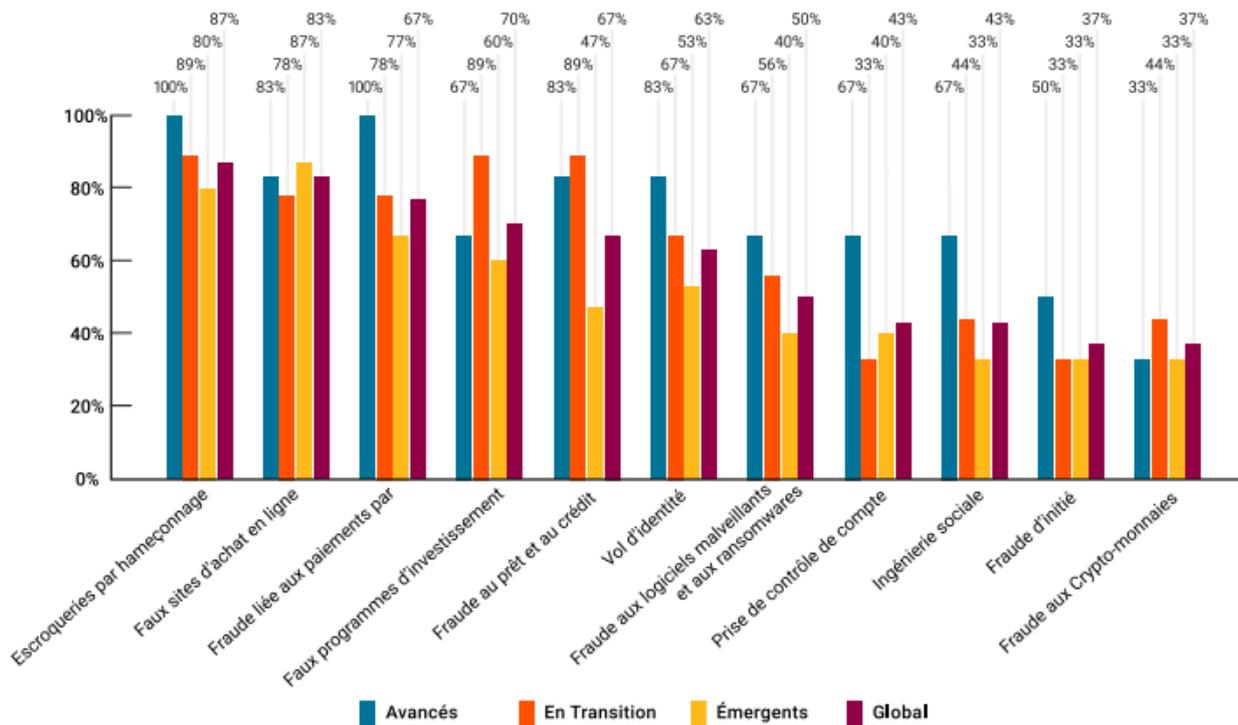
BIS (2023) ; UNODC (2023) ; Forbes (2022)

Les associations de consommateurs placent les faux sites d'achat en ligne et les escroqueries par hameçonnage en tête des risques de fraude les plus importants. Les risques de fraude sont liés à des activités malveillantes trompeuses - telles que la cybercriminalité, l'usurpation d'identité, l'ingénierie sociale, la fraude par clonage de cartes SIM, les arnaques et les escroqueries - qui entraînent des pertes financières pour les consommateurs. Ces risques mettent généralement en péril la santé financière des consommateurs et altèrent la confiance dans les services financiers. La plupart des nouveaux risques apparus ces dernières années sont liés à la fraude (CGAP, 2022). Le graphique 10 ci-dessous donne un aperçu des principaux types de risques de fraude considérés comme un défi important pour les consommateurs, comme l'indique l'enquête de Consumers International sur la finance numérique équitable. La prévalence des escroqueries par hameçonnage et des faux vendeurs en ligne sont les risques les plus préoccupants pour les associations de consommateurs, quel que soit le groupe de pays. Divers risques liés à la fraude dépendent du statut du groupe de pays. Dans les groupes de pays avancés et en transition, ces risques surviennent généralement lorsque l'écosystème des services financiers numériques est relativement mature. Certains de ces risques englobent la fraude liée aux paiements par carte, la fraude au prêt et au crédit, les attaques de logiciels malveillants et les prises de contrôle de comptes. Si les consommateurs de ces pays ont accès à une gamme variée de cas d'utilisation au sein de l'écosystème des services financiers numériques, cela augmente également le potentiel d'activités liées à la fraude pour un large éventail de produits financiers. Les pays émergents, qui sont sur le point de connaître une augmentation rapide de l'utilisation des services financiers numériques, devraient tenir compte de cet avertissement et veiller à la mise en œuvre de dispositions adéquates pour atténuer ces risques.

Quel que soit le groupe de pays, les organisations de consommateurs n'ont généralement pas confiance dans l'approche actuelle des institutions financières en matière de protection des données.

Les risques d'utilisation abusive des données découlent de l'utilisation non autorisée de données et d'informations sur les consommateurs à des fins autres que celles auxquelles elles sont destinées. Cela peut se manifester de plusieurs manières (notamment par des biais algorithmiques, des pratiques commerciales et marketing déloyales, des intrusions dans la vie privée et des violations de données personnelles - qui conduisent tous les consommateurs à craindre de partager des informations, même dans des environnements sécurisés), ce qui peut à son tour empêcher la fourniture efficace et appropriée de services financiers (CGAP, 2022).

Graphique 10 : Principaux types de risques de fraude considérés comme un défi important pour les consommateurs, selon les associations de consommateurs (%)



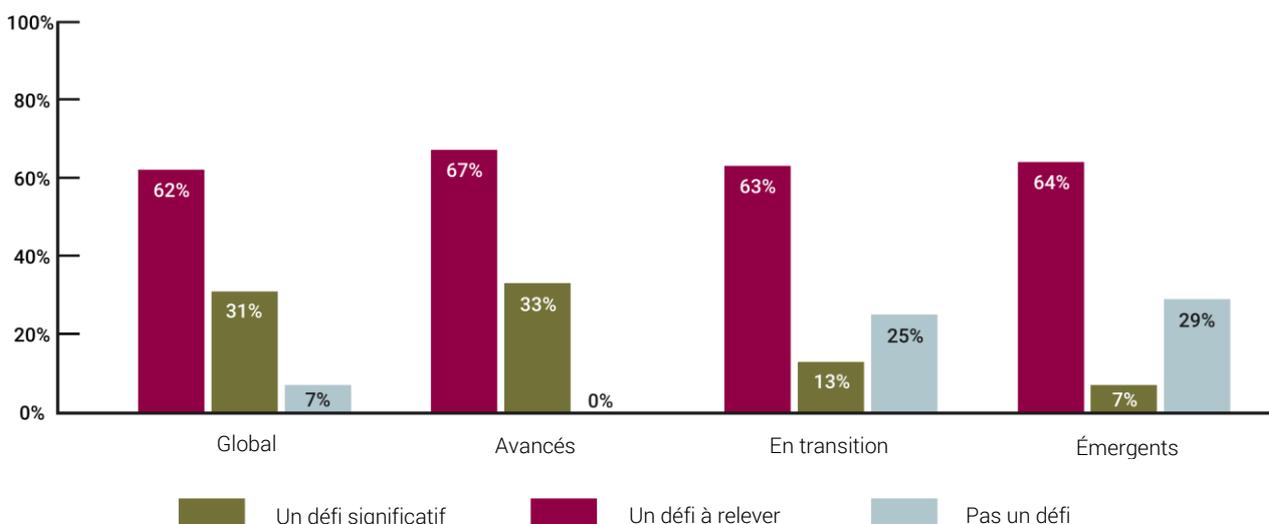
Comme le montre le graphique 11 ci-dessous, les risques d'utilisation abusive des données sont répandus dans tous les pays de l'échantillon, avec une concentration notable dans les groupes de pays émergents et en transition. Dans le groupe des pays en transition, 88 % des personnes interrogées expriment une faible confiance dans les pratiques actuelles de protection des données dans leurs pays respectifs. Dans le groupe des pays émergents, ce chiffre s'élève à 50 %, tandis que 21 % n'ont aucune confiance dans la capacité des prestataires de services financiers numériques à protéger leurs données. La tendance des risques d'utilisation abusive des données dans les groupes de pays émergents et en transition peut être due à des facteurs tels que des cadres réglementaires limités, l'adoption rapide de technologies sans mesures de protection, une culture numérique et financière insuffisante, et les défis posés par l'interconnexion des données au niveau mondial.

Graphique 11 : Confiance des associations de consommateurs dans la capacité des prestataires de services financiers numériques (SFN) à protéger les données personnelles des clients.



Les consommateurs sont mal équipés pour faire face aux risques. Dans le contexte de la prolifération rapide de produits financiers numériques complexes et des risques émergents pour les consommateurs, l'importance de la littératie financière des consommateurs ne peut être surestimée. Les personnes ayant une meilleure culture financière et numérique, qui prennent des décisions financières plus éclairées et s'engagent efficacement avec les prestataires de services financiers, sont mieux placées pour atteindre leurs objectifs financiers et améliorer le bien-être général de leur ménage. Le graphique 12 montre que 62 % des associations de consommateurs interrogées considèrent la culture numérique et financière comme un défi important pour les consommateurs de leur pays, 31 % d'entre elles estimant qu'il s'agit d'un défi assez important. Ces observations sont valables pour les différents groupes de pays. Cela suggère que de nombreux consommateurs ne sont pas en mesure d'utiliser efficacement un large éventail de solutions de services financiers numériques.

Graphique 12 : Perception par les associations de consommateurs de la mesure dans laquelle une culture numérique et financière limitée constitue un défi pour les consommateurs.



CADRE DE PROTECTION : DES PROGRÈS SUR LE PAPIER, MAIS UN ENGAGEMENT ACCRU EST NÉCESSAIRE

Pleins feux sur l'expérience du consommateur - un effort concerté pour mettre en place un cadre de protection des consommateurs de produits financiers axé sur le consommateur au Pakistan

Au Pakistan, un cadre de protection des consommateurs de services financiers centré sur le consommateur est plus que jamais nécessaire, compte tenu de l'essor des prêts numériques et des récents rapports de presse faisant état de fraudes à grande échelle et de suicides dus à des pratiques de recouvrement de créances peu scrupuleuses. L'association de consommateurs The Network for Consumer Protection - TheNetwork en abrégé - engage la State Bank of Pakistan (SBP) en tant que régulateur du secteur bancaire, la Security Exchange Commission (SEC), qui est responsable de l'enregistrement et de la réglementation des sociétés de prêt, ainsi que la Federal Investigation Agency (FIA) dans la recherche de solutions à ces problèmes. La réponse a été encourageante. Les trois associations ont commencé à enquêter sur les sociétés de prêt numérique en réponse aux turbulences :

- La SBP a interdit certaines applications
- La SEC a commencé à avertir les consommateurs des risques liés aux prêts par des messages textuels.
- La FIA a effectué des perquisitions dans certaines organisations frauduleuses

Pour aller un peu plus loin, TheNetwork souhaiterait voir une plus grande coordination pour une efficacité maximale. L'ouverture des régulateurs à s'engager avec les associations de consommateurs est un premier pas positif. Ensuite, une compréhension plus détaillée de l'expérience des consommateurs est nécessaire.

Source : Interview avec TheNetwork (2023) ; TheNetwork Consumers International Grant Application (2023) ; [State Bank of Pakistan \(2016\)](#).

Si les cadres réglementaires et les dispositions institutionnelles en matière de protection des consommateurs se sont améliorés, un certain nombre de lacunes persistent, et l'engagement entre les régulateurs et les associations de consommateurs n'obtient que de faibles résultats dans tous les groupes. Comme indiqué à la section 1, ce pilier se compose de trois éléments clés : le **statut** du cadre de protection des consommateurs de produits financiers (tel qu'évalué par les différents aspects de la protection des consommateurs couverts par les cadres mondiaux, comme les principes de haut niveau du G20 sur la protection des consommateurs de produits financiers), le niveau **d'orientation consommateur** de ce cadre, ainsi que l'étendue de l'**engagement** entre les consommateurs, leurs défenseurs, les régulateurs financiers et les prestataires de services. Le graphique 13 indique les scores obtenus pour chacun de ces éléments¹⁸:

- L'écart entre le groupe des pays avancés et en transition et le groupe des pays émergents dans le développement du **cadre de protection des consommateurs de produits financiers**, comme le montre le graphique 12, peut être attribué à la présence de mécanismes de recours indépendants et de systèmes de plaintes bien établis (100 dans le groupe des pays avancés contre 68 dans le groupe des pays en transition et 60 dans le groupe des pays émergents), de lois spécifiques sur la

¹⁸ Note : La protection des consommateurs financier est abrégée en PCF dans les graphiques de cette section.

protection des consommateurs de produits financiers (89 contre 78 contre 71) et à la prévalence de cadres de protection des données (67 contre 50 contre 43).

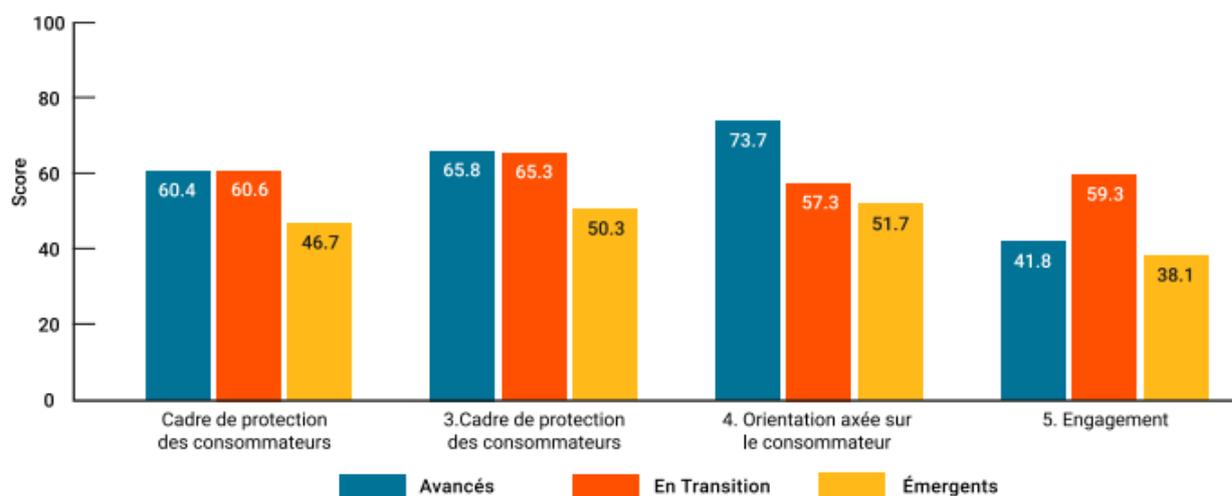
- Le groupe des pays avancés obtient des résultats disproportionnés en ce qui concerne l'élément « centrage sur le consommateur ».

- en partie en raison de la présence de dispositions limitant les emprunts excessifs des particuliers, les pratiques déloyales et les conditions qui limitent la mobilité des consommateurs¹⁹.

- L'élément « engagement » obtient un score relativement faible dans tous les groupes. Cela suggère que l'engagement entre les associations de consommateurs et les régulateurs peut encore être amélioré et que les consommateurs peuvent acquérir des connaissances spécialisées sur le marché des services financiers numériques.

La région MENA et la région Europe et Asie centrale obtiennent de moins bons résultats que les autres dans le pilier « cadre de protection »²⁰. Le graphique 13 montre une variabilité significative des cadres centrés sur le consommateur, ce qui indique qu'il n'existe pas de cadres complets et équitables centrés sur le consommateur de manière cohérente dans toutes les régions. L'Afrique subsaharienne est en tête pour ce qui est de l'engagement plus proactif entre les associations de consommateurs, les prestataires de services financiers et les régulateurs. Bien qu'ayant obtenu le score global le plus bas pour ce pilier, l'Europe et l'Asie centrale (56) obtiennent les scores les plus élevés pour l'indicateur « connaissances spécialisées des associations de consommateurs sur le marché des services financiers numériques », suivies de l'Afrique subsaharienne (49) et de l'Asie de l'Est et du Pacifique (44).

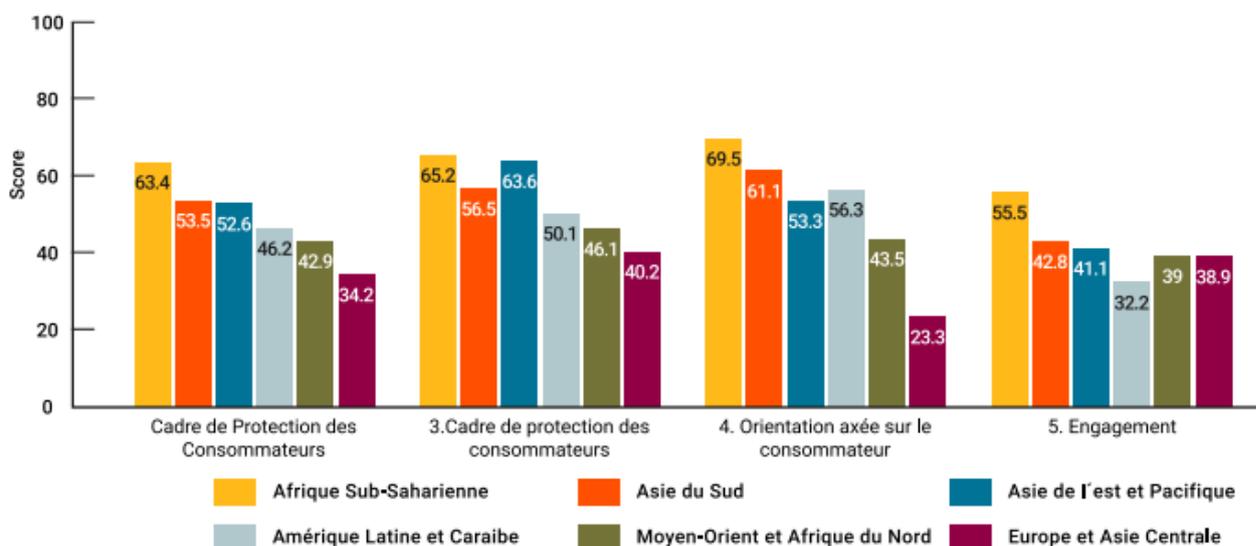
Graphique 13 : Cadre de protection des consommateurs de produits financiers (PCF) par groupe de pays



¹⁹ La mobilité des consommateurs désigne la mesure dans laquelle les consommateurs ont la possibilité et la facilité de prendre des décisions financières, telles que la clôture de comptes ou le remboursement de prêts, sans se heurter à des frais excessifs, à des procédures lourdes ou à des pénalités.

²⁰ Notons à nouveau que le petit échantillon par région peut fausser les résultats.

Graphique 14 : Cadre de protection des consommateurs de produits financiers (PCF) par région



Davantage de pays disposent de lois spécifiques sur la protection des consommateurs, de mécanismes de recours externes et internes et d'exigences en matière de divulgation et de transparence.

En approfondissant les résultats par élément, nous constatons une amélioration significative du statut du cadre de protection des consommateurs de produits financiers au cours des dernières années. La protection des consommateurs de produits financiers se compose d'un cadre de lois, de réglementations afférentes et d'orientations, ainsi que de dispositions institutionnelles. L'objectif fondamental des cadres de protection des consommateurs de services financiers est de garantir le traitement équitable et responsable des consommateurs de services financiers lors de l'adoption et de l'utilisation de produits et services financiers et de veiller à ce que l'accessibilité accrue aux services financiers se traduise par des avantages tangibles pour les consommateurs (Banque mondiale, 2023). L'enquête sur l'Inclusion Financière et la Protection des Consommateurs (Financial Inclusion and Consumer Protection - FICP) récemment publiée par la Banque mondiale fournit des informations actualisées sur l'état actuel du développement de divers aspects des cadres de protection des consommateurs de services financiers, à l'échelle mondiale. Les données actualisées montrent que les cadres de protection des consommateurs de produits financiers se sont largement améliorés dans les pays de l'échantillon depuis l'enquête menée en 2017, comme le montre le graphique 15 (Banque Mondiale, 2023) :

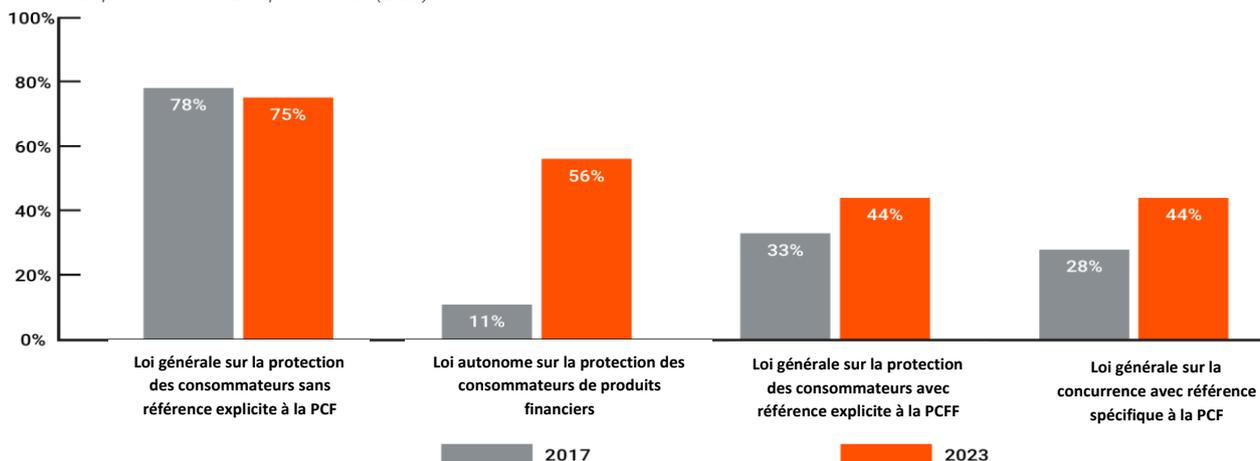
- Davantage de lois spécifiques** : Le plus impressionnant est la forte augmentation de la proportion de pays de l'échantillon disposant de lois dédiées à la protection des consommateurs de produits financiers, qui est passée de 11 % en 2017 à 56 % en 2023 (Banque mondiale, 2023). Cela indique une tendance forte et positive des juridictions à adopter des lois et des réglementations pour protéger les consommateurs de produits financiers.
- Davantage de mécanismes de résolution des conflits** : L'existence de mécanismes internes et externes de résolution des litiges a augmenté. La prévalence des lois/réglementations qui fixent des normes pour la résolution et le traitement des plaintes internes par les prestataires de services financiers parmi les pays de l'échantillon a augmenté de 79% en 2017 à 91% en 2023. Au cours de la même période, la prévalence des lois et réglementations qui fixent des normes pour la résolution alternative des litiges a également augmenté, passant de 65% à 78%. Il s'agit d'une étape positive pour garantir que les consommateurs aient accès à des mécanismes de résolution des litiges à la fois internes (au sein des prestataires) et externes (à l'amiable) pour demander réparation, mécanismes qui devraient être efficaces, adéquats, faciles d'accès et professionnels. En outre, les

cadres de protection des consommateurs de services financiers ont été renforcés par une augmentation de la disponibilité des normes de référence pour la résolution des plaintes par les prestataires de services financiers (Graphique 16).

- **Des écarts dans la protection des données** : Si la solidité et la portée des cadres de protection des consommateurs de produits financiers se sont considérablement améliorées, un certain nombre de lacunes subsistent, notamment en ce qui concerne la protection des données et les cadres liés à la cybersécurité. Seuls 50 % des pays inclus dans l'indice disposent d'une loi nationale relative à la protection des données.

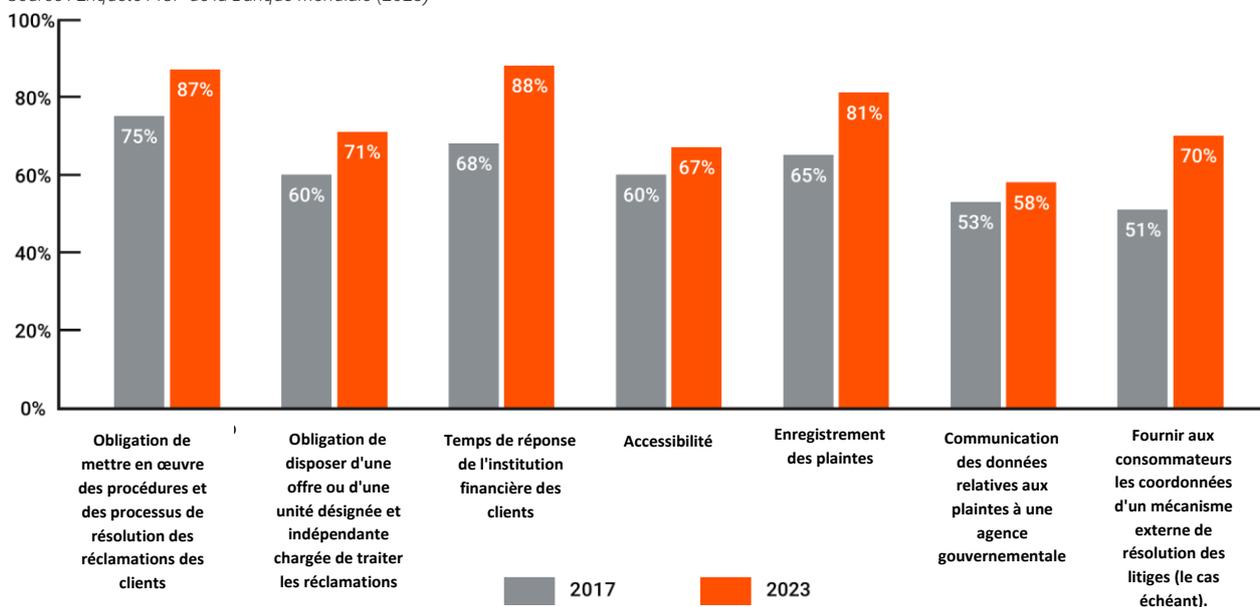
Graphique 15 : Statut du cadre juridique de la protection des consommateurs de produits financiers (% des pays de l'indice)

Source : Enquête FICP de la Banque Mondiale (2023)



Graphique 16 : Normes de résolution et de traitement des plaintes par les prestataires de services financiers (% des pays de l'indice)

Source : Enquête FICP de la Banque Mondiale (2023)



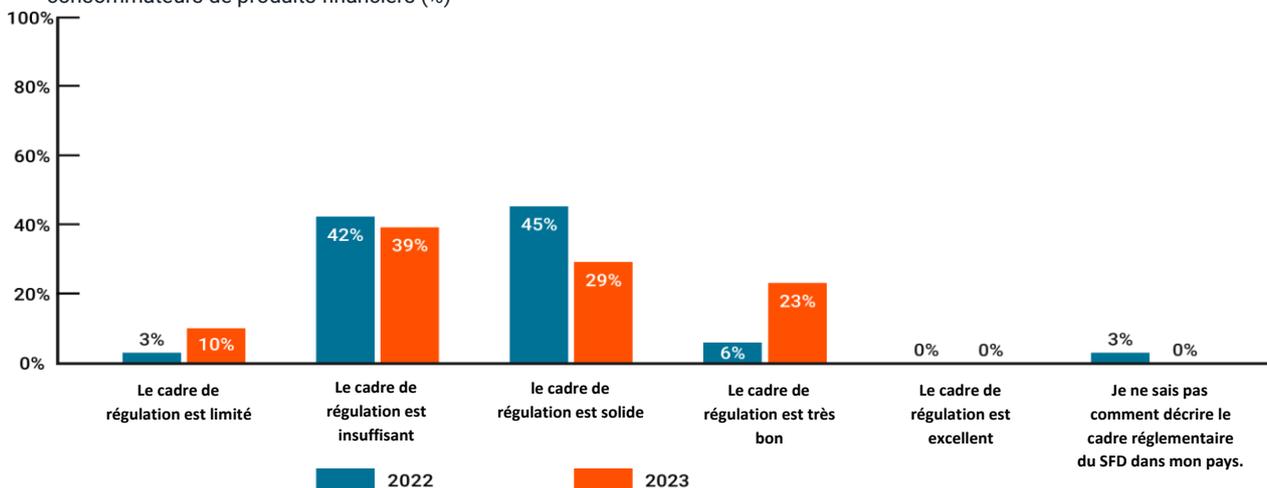
Les associations de consommateurs ont des avis partagés sur les progrès en matière de cadre de protection. Les progrès réalisés dans les cadres de protection des consommateurs de produits financiers, tels qu'ils sont décrits ci-dessus, donnent une image positive de la situation. Toutefois, lorsque l'enquête de Consumers International sur la finance numérique équitable a demandé si les associations de consommateurs étaient satisfaites du cadre actuel de protection des consommateurs

de produits financiers dans leur pays (Graphique 17), une image plus nuancée s'est dessinée. 49 % des répondants estiment que le cadre réglementaire est soit limité, soit médiocre - une légère augmentation par rapport aux 45 % de 2022. En revanche, 52 % des associations décrivent les cadres actuels comme étant soit « solides » avec quelques lacunes, soit « très bons ». Ce score est plus ou moins identique à celui de 2022 (51 %), mais le pourcentage de ceux qui optent pour « solide » a diminué et celui de ceux qui optent pour « très bon » a augmenté de manière significative depuis 2022. Toutefois, aucune association de consommateurs ne qualifie d'excellent le cadre de protection des consommateurs de produits financiers.

La frustration s'exprime sur trois fronts. Les réponses qualitatives individuelles obtenues dans le cadre de l'enquête de Consumers International sur la finance numérique équitable mettent en lumière trois préoccupations thématiques :

- **Des dispositions obsolètes ou trop complexes :** Un répondant a déclaré que certaines réglementations de sa juridiction sont obsolètes, tandis qu'un autre a déclaré : « Elles comportent de nombreux blocages d'une part et de nombreuses lacunes d'autre part, ce qui permet d'en abuser ou de les ignorer. »
- **Application inadéquate :** Les personnes interrogées notent que les consommateurs, en particulier dans les zones pauvres et rurales, ne sont pas informés de leurs droits, ne peuvent pas comprendre le langage technique, ressentent de l'impatience face aux longs délais de résolution des litiges, ou tout simplement ne dénoncent pas les comportements répréhensibles. Les réglementations relatives aux services financiers numériques sont relativement récentes et ne sont donc pas pleinement appliquées, ou ne le sont tout simplement pas en raison de leur inefficacité. Dans un cas assez préoccupant, un représentant des consommateurs a déclaré : « 24 ans après l'adoption de la législation, il n'y a toujours pas de tribunal ou de conseil des consommateurs actif, ni de recours efficace pour les consommateurs. Les tribunaux sont inefficaces ». Certains répondants s'inquiètent également de la prévalence de la capture réglementaire, les prestataires de services financiers ayant la capacité d'influencer les régulateurs au détriment des consommateurs.
- **Le manque de coordination :** Certains répondants signalent des redondances réglementaires entre diverses entités sur des éléments de la protection des consommateurs. Dans une juridiction, il a été noté qu'il existe différentes entités pour la protection générale des consommateurs, le recours des consommateurs en matière financière et la réglementation de la protection des consommateurs en matière financière, et qu'il n'y a pas suffisamment de coordination entre les associations. De même, un représentant d'une autre juridiction a déclaré : « Le cadre est dispersé et fragmenté, trop de ministères fédéraux et provinciaux s'occupant de cette question ».

Graphique 17 : Satisfaction des associations de consommateurs à l'égard de l'état actuel des cadres de protection des consommateurs de produits financiers (%)



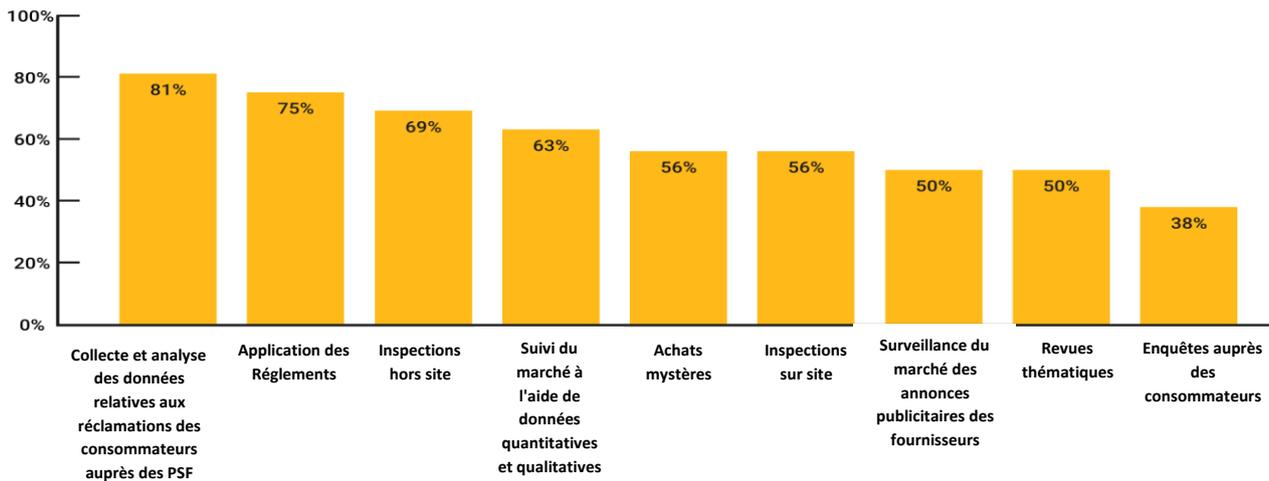
Le rôle de l'application de la loi. Les cadres de protection des consommateurs de produits financiers ne sont efficaces que dans la mesure où ils font l'objet d'un suivi et d'une mise en œuvre. Une supervision, une application et un suivi efficaces sont essentiels pour garantir que les cadres de protection des consommateurs de produits financiers ont l'impact positif escompté :

Diverses mesures visant l'application de la loi, en mettant l'accent sur la persuasion morale. Les résultats obtenus de l'enquête FICP font état d'une grande variété d'activités de surveillance des pratiques de marché. La forme la plus courante d'activité d'application, appliquée par 75 % des pays de l'indice, est l'utilisation de la persuasion morale pour influencer et faire pression sur les prestataires afin qu'ils adhèrent aux réglementations sur la protection des consommateurs de produits financiers (Banque Mondiale, 2023). Des mesures d'application plus directes, telles que l'obligation pour les prestataires de suspendre ou de retirer des produits et des services, l'obligation pour les prestataires de modifier des produits et des services, ou l'imposition d'amendes et de pénalités aux prestataires, sont utilisées dans 63 % des pays de l'échantillon. Le recours à des mesures d'application punitives, telles que la révocation de la licence d'exploitation d'un prestataire ou l'imposition de sanctions à l'encontre de la direction générale d'un prestataire, n'est utilisé que par 50 % et 44 % des superviseurs de l'échantillon de l'indice, respectivement (Banque mondiale, 2023).

Les données relatives aux plaintes sont collectées, mais ne sont souvent pas rendues publiques. La collecte et l'utilisation des réclamations dans un format standardisé est un outil clé utilisé par les régulateurs pour déterminer les tendances en matière d'insatisfaction des consommateurs et les mesures à prendre à l'encontre des prestataires de services financiers. Actuellement, 88 % des autorités de surveillance des pays de l'indice collectent des données agrégées sur les réclamations des consommateurs auprès des prestataires. L'utilisation la plus courante de ces données consiste à informer les approches de supervision de la protection des consommateurs (77 %), à des fins réglementaires (63 %) et à obtenir des informations à l'appui des mesures d'exécution (56 %). Actuellement, seuls 44 % des pays de l'indice publient des statistiques périodiques sur les réclamations qui sont mises à la disposition du grand public. La disponibilité d'informations relatives aux réclamations, que ce soit sous forme granulaire ou agrégée, est une source d'information essentielle à laquelle les associations de consommateurs devraient avoir accès pour comprendre les tendances en matière de réclamations liées à la consommation. Ces informations devraient en fin de compte éclairer et influencer l'approche avec laquelle ils s'engagent auprès de l'autorité de régulation et soutiennent les consommateurs. Le renforcement de la transparence dans la communication de ces statistiques peut contribuer à rendre le paysage de la défense des consommateurs plus informé et plus autonome.

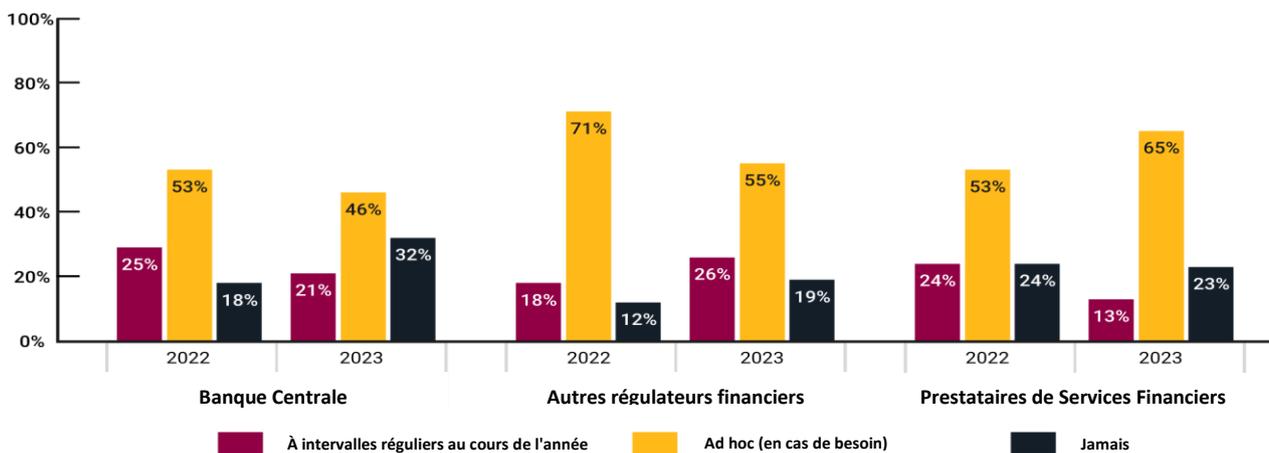
La plupart des superviseurs ne tiennent pas suffisamment compte de l'avis des consommateurs. Le graphique 18 ci-dessous présente les taux de réponse des répondants à l'enquête sur la présence de diverses activités de surveillance dans leur juridiction. La principale activité de surveillance entreprise par les autorités est la collecte et l'analyse des données relatives aux réclamations des consommateurs, entreprise par 81 % des pays de l'indice. Viennent ensuite les activités de mise en œuvre (75 %) et les inspections hors site (69 %). Toutefois, le recours aux évaluations thématiques, aux enquêtes mystères et aux études primaires sur les consommateurs est moins répandu.

Graphique 18 : Étendue des activités de surveillance de l'autorité de régulation
 Source: World Bank FICP Survey (2023)



Les associations de consommateurs jouent un rôle important en exprimant le point de vue des consommateurs. Pour que la réglementation relative à la protection des consommateurs soit adaptée et que les produits soient conçus pour répondre aux besoins des consommateurs, il faut qu'il y ait suffisamment de collaboration et d'interactions entre les régulateurs, le secteur et les organismes ou associations représentant les consommateurs dans le cadre d'un écosystème responsable de la finance numérique. L'enquête montre que les associations de consommateurs peuvent jouer - et jouent effectivement - un rôle en apportant le point de vue des consommateurs qui fait souvent défaut dans l'élaboration des politiques. Comme le montre le graphique 19 ci-dessous, les tendances en matière d'engagement entre les associations de consommateurs et les régulateurs s'alignent généralement sur les niveaux de l'année précédente.

Graphique 19 : Engagement avec les régulateurs financiers et les prestataires de services financiers (PSF) Source : Enquête FICP de la Banque Mondiale (2023)



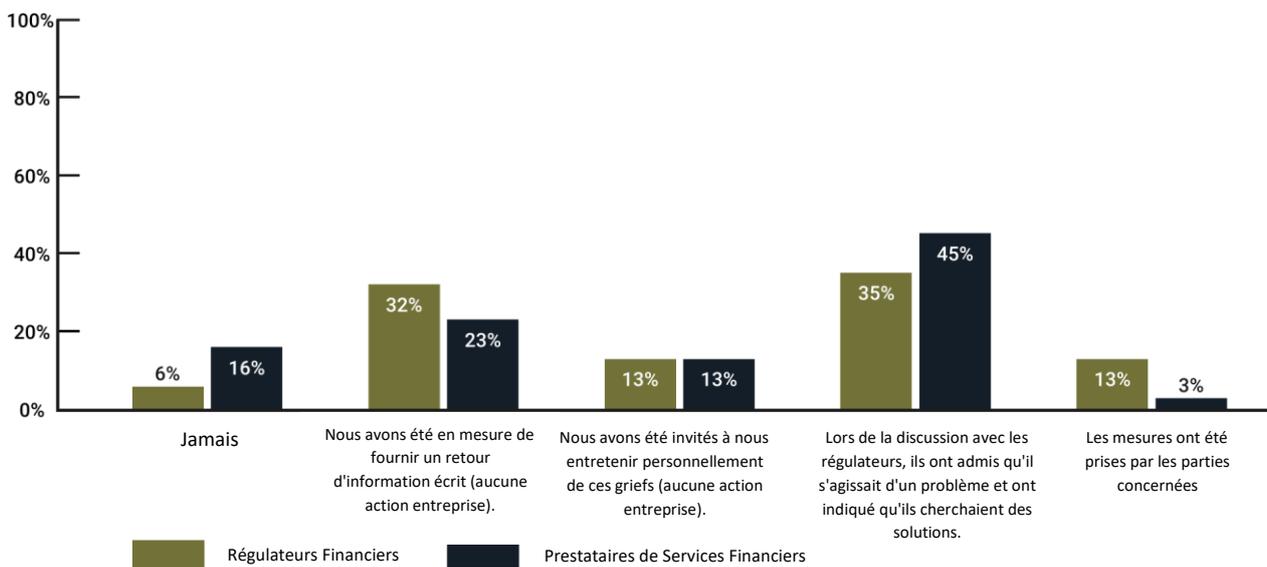
De plus, le graphique 20 montre que de nombreuses organisations de consommateurs s'engagent avec les régulateurs financiers par des contributions écrites (32 %) ou des discussions au cours desquelles les régulateurs reconnaissent activement la pertinence des questions soulevées (35 %). Une tendance similaire est observée dans les interactions des organisations de consommateurs avec les prestataires de services financiers numériques, 23 % d'entre elles utilisant la communication écrite et 45 % s'engageant dans des discussions directes. Les réponses à l'enquête qualitative montrent que les associations de consommateurs ont tendance à s'engager auprès des banques centrales et des autres régulateurs du secteur financier pour un certain nombre de raisons :

- **Pour aborder les questions réglementaires qui se posent**, telles que le contrôle des procédures bancaires ou le lancement de nouvelles politiques.

- **Comme contributeur aux stratégies nationales d'inclusion financière ou aux organes de coordination** : Dans deux pays ayant répondu à l'enquête, le Conseil National d'Inclusion Financière ou les Comités Stratégiques du gouvernement incluent des associations de consommateurs. Cela leur donne un rôle officiel à la table des négociations.

Pour faciliter l'éducation aux services financiers numériques : Un répondant a déclaré que son équipe est constamment en contact avec les régulateurs et participe à divers séminaires et ateliers organisés conjointement avec ces derniers. Il a également déclaré qu'il s'engageait avec les prestataires de services financiers numériques afin de sensibiliser le public à la finance numérique. Un autre répondant a déclaré : « Nous collaborons régulièrement avec les régulateurs et, pendant la rédaction des lois et des règlements, nous travaillons ensemble à des campagnes de sensibilisation par des émissions télévisées et radiophoniques ».

Graphique 20 : Capacité à faire part des doléances des consommateurs aux régulateurs financiers et aux prestataires de services financiers numériques (SFN)



Dans l'ensemble, l'engagement des organisations de consommateurs n'est pas encore suffisant.

Malgré ces exemples positifs de coopération, il y a lieu de s'inquiéter de la portée de l'engagement des organisations de consommateurs (voir graphique 19). Au cours de l'année écoulée, la proportion des organisations de consommateurs qui ne se sont jamais engagées auprès des banques centrales (passant de 18 % en 2022 à 32 % en 2023) et des autres régulateurs financiers (passant de 12 % en 2022 à 19 % en 2023) a augmenté. Ce manque d'engagement signifie qu'il n'y a pas de boucle de rétroaction directe pour recueillir la voix collective des consommateurs de services financiers numériques.

Exprimée, mais pas entendue. Plus préoccupant encore, le graphique 20 montre que, si les associations de consommateurs font activement part de leurs doléances aux régulateurs et aux prestataires de services, ces efforts n'aboutissent pas souvent à l'adoption de mesures directes. Ainsi, malgré la capacité de ces associations à exprimer activement leurs préoccupations et à discuter avec les prestataires, l'impact en termes d'actions prises par les régulateurs financiers et les prestataires de services financiers numériques semble être limité. Seules 13 % des associations de consommateurs ont fait état de mesures actives de la part des régulateurs financiers, et à peine 3 % des associations de consommateurs ont réussi à obtenir des mesures concrètes de la part des prestataires. Cela

souligne la nécessité de trouver des moyens plus efficaces²¹ pour répondre aux griefs des consommateurs au sein de l'écosystème des services financiers numériques.

LES CONDITIONS DE L'INCLUSION ET DE LA PROTECTION : BESOIN D'UNE PLUS GRANDE INCLUSION, D'UNE MEILLEURE VÉCUE

Pleins feux sur l'expérience du consommateur - les services financiers numériques en crise au Liban

Le Liban est aux prises avec une crise de liquidité du secteur financier depuis 2019. Cette crise affecte négativement les consommateurs qui avaient auparavant accès à une gamme variée de services financiers, à la fois traditionnels et numériques. Les services bancaires en ligne, les paiements virtuels et l'argent mobile étaient autrefois monnaie courante. Cependant, la crise a radicalement modifié ce paysage. Les consommateurs se trouvent dans l'impossibilité de retirer leurs fonds des comptes bancaires ou d'effectuer des transactions, les banques fermant parfois leurs portes pendant de longues périodes. En outre, les opérations en espèces, souvent en euros ou en dollars en raison de l'hyperinflation de la monnaie locale, sont devenues la norme. Pour faire face à la situation, les consommateurs dépendent de plus en plus des remises de fonds de leur famille et de leurs amis travaillant à l'étranger.

Le passage à des transactions essentiellement en espèces présente des risques importants pour les consommateurs. L'utilisation accrue de l'argent liquide augmentant les risques de vol. Pour pallier le manque de services financiers, des innovations ont été conçues, telles que l'émission de cartes pour les achats en ligne ou l'importation de services depuis les pays voisins. Toutefois, ces innovations sont souvent mal comprises par les consommateurs.

L'incompréhension des consommateurs les expose à des escroqueries et à des fraudes. En outre, l'introduction de nouveaux services financiers numériques n'est pas sans poser de problèmes, car ils sont susceptibles de subir des interruptions de réseau.

Consumers Liban, membre de l'Accélérateur de Finance Numérique Équitable, est activement engagé dans la résolution de ces problèmes. Leur approche implique une compréhension globale des expériences des consommateurs et une collaboration avec les régulateurs pour établir un système de paiement en ligne résilient qui peut naviguer dans les complexités de la crise de liquidité. Entre-temps, cependant, le sort des consommateurs persiste, leur bien-être financier étant en jeu.

Source : Entrevue avec Consumers Lebanon (2023) ; Consumers Lebanon International Grant Application (2023) ; [One Trust \(2023\)](#)

Des scores relativement élevés pour l'élément « infrastructure des services financiers numériques », mais des scores faibles pour les éléments « inclusivité » et « expérience vécue ». Le pilier « Conditions de l'Inclusion et de la Protection » comprend trois éléments essentiels : l'état de l'**infrastructure** des services financiers numériques, l'**inclusivité** des services financiers numériques pour les groupes vulnérables, et l'**expérience vécue** par les consommateurs avec ces services - s'ils utilisent activement leurs services financiers numériques, s'ils sont satisfaits et s'ils ont confiance. Le graphique 21 présente les scores obtenus pour chacune de ces composantes

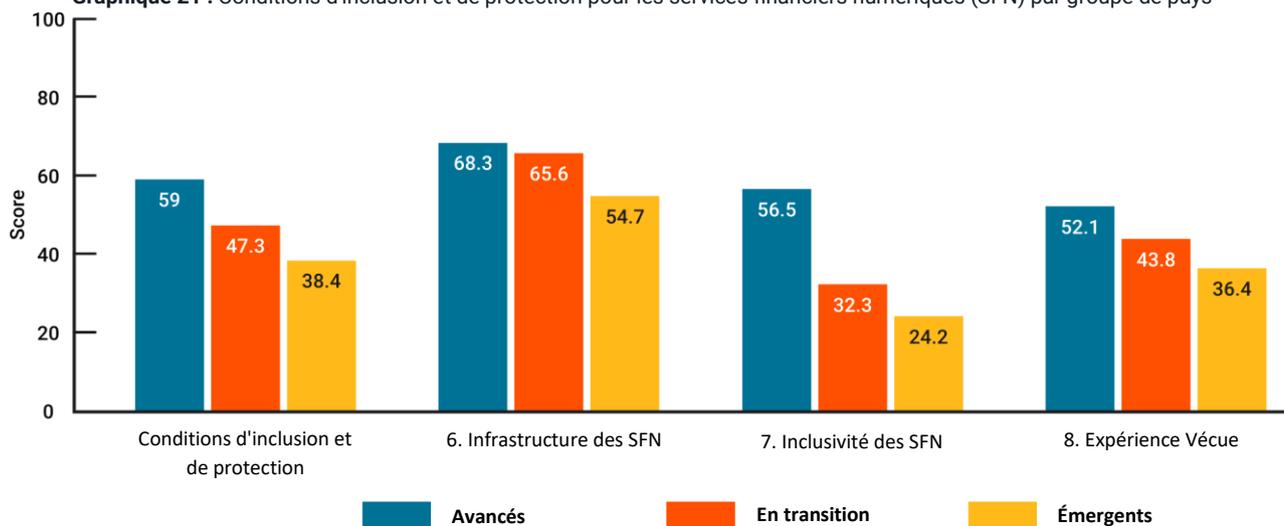
- Les scores élevés en matière d'infrastructure de services financiers numériques sont dus à une connectivité solide du réseau (96 contre 93 contre 88 pour les trois groupes respectifs), la

²¹ Les voies possibles sont les suivantes : 1.) La conciliation à l'amiable, qui permet aux parties de nommer des médiateurs amicaux tiers pour une résolution contraignante des litiges. 2.) La médiation, qui permet aux parties de résoudre leurs différends avec l'aide d'un tiers impartial, tandis que la conciliation permet une résolution autonome et juridiquement contraignante des plaintes avec un conciliateur neutre. 3.) L'arbitrage, qui permet aux parties de s'en remettre aux arbitres, dont les sentences ont le même poids juridique que les décisions judiciaires et sont contraignantes, bien que soumises à un contrôle judiciaire spécial en vue d'une éventuelle invalidation (AFI, 2017).

variabilité entre les groupes étant influencée par la couverture des prestataires de services financiers (80 contre 56 contre 50) et l'accessibilité des données (58 contre 56 contre 40).

- Malgré une infrastructure de services financiers numériques relativement bien développée, le secteur financier n'a pas réussi à répondre aux besoins des groupes vulnérables, comme c'est le cas dans les pays en transition et les pays émergents.
- Dans tous les groupes, l'expérience vécue est entravée par une utilisation active limitée des services financiers numériques (46 vs. 38 vs. 20) et un faible engagement sur les canaux numériques (37 vs. 31 vs. 18), le groupe émergent étant particulièrement moins performant sur ces deux aspects.

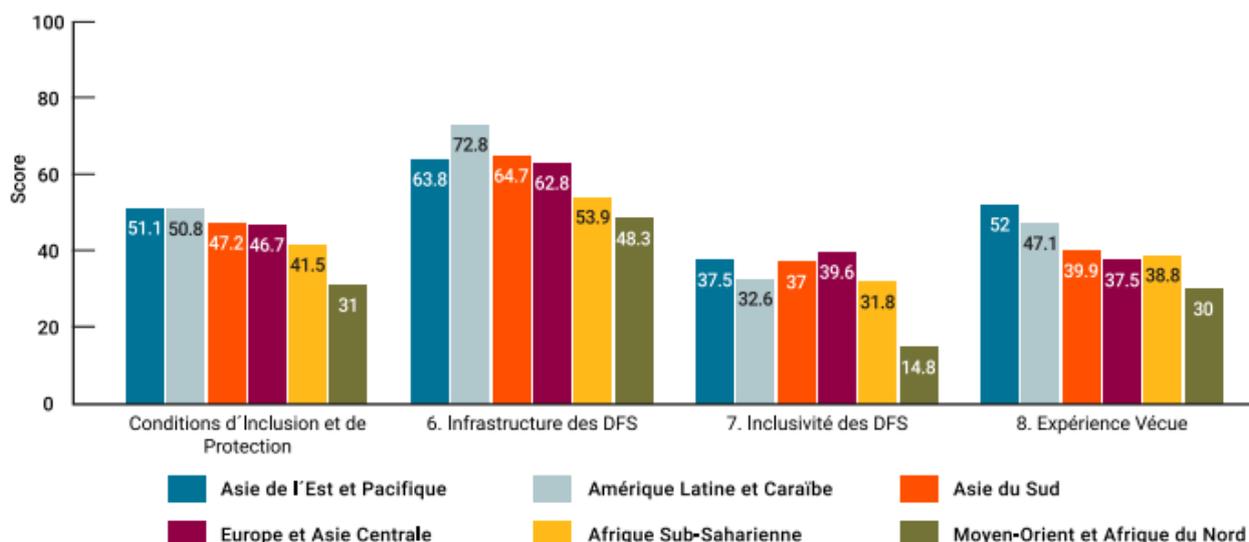
Graphique 21 : Conditions d'inclusion et de protection pour les services financiers numériques (SFN) par groupe de pays



L'image est similaire lorsqu'on l'examine sous l'angle régional. L'Amérique Latine et les Caraïbes surpassent les autres régions dans le pilier de l'infrastructure des services financiers numériques, grâce à des scores particulièrement élevés dans les indicateurs basés sur la perception, tels que l'accessibilité des systèmes de paiement numérique et la couverture des prestataires de services financiers (comme le montre le graphique 22). Cependant, dans toutes les régions, le pilier de l'inclusivité des services financiers numériques obtient systématiquement un faible score, ce qui indique un accès et une utilisation limités pour les principaux groupes vulnérables, l'Afrique subsaharienne ainsi que le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord (MENA) obtenant des scores nettement inférieurs. L'Asie de l'Est et le Pacifique sont en tête pour ce qui est de l'expérience vécue avec les services financiers numériques, grâce à des scores relativement plus élevés pour l'utilisation des services financiers numériques, l'étendue de l'engagement sur les canaux numériques et la perception de l'efficacité des recours des consommateurs.

Pour aller plus loin. L'enquête permet également une analyse plus fine de ce qui se cache derrière les notes obtenues pour chaque élément individuel, comme nous l'avons vu plus haut :

Graphique 22 : Conditions d'inclusion et de protection des services financiers numériques (SFN) par région



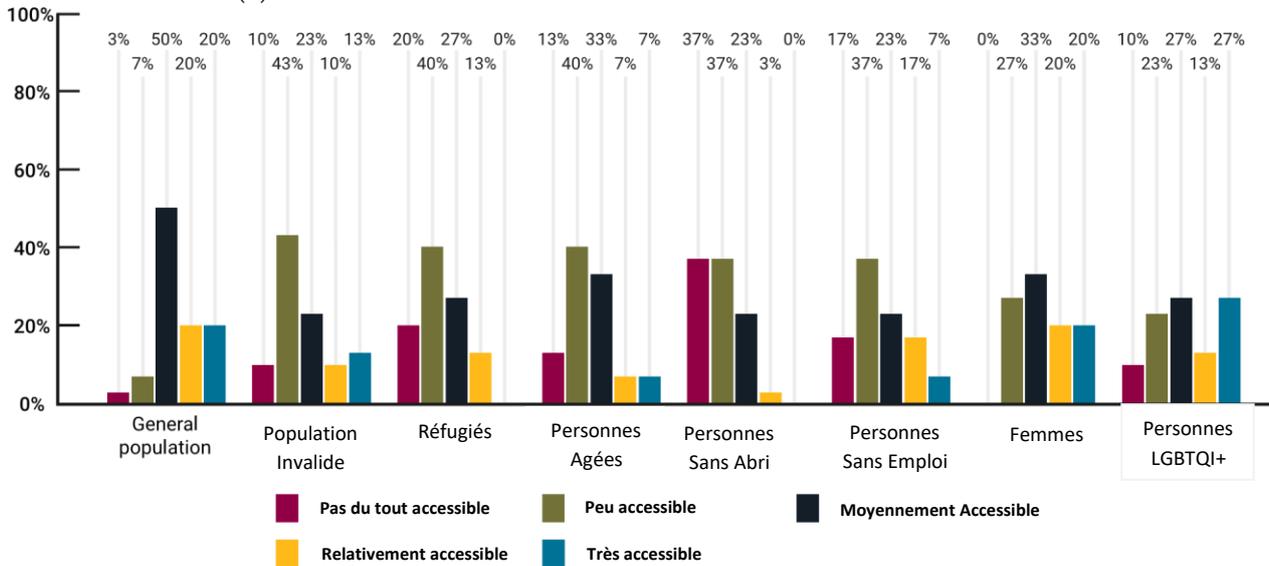
L'amélioration continue de l'infrastructure des services financiers numériques est essentielle pour donner aux consommateurs les moyens de bénéficier de ces services dans leur vie quotidienne.

L'infrastructure des services financiers numériques comprend plusieurs éléments essentiels, notamment un accès généralisé à l'internet à un prix abordable, la disponibilité de dispositifs compatibles avec l'internet et un système de paiement solide offrant des options d'encaissement et de décaissement étendus. Il s'agit d'une condition préalable fondamentale qui permet aux consommateurs d'intégrer les services financiers numériques dans leur vie quotidienne. L'un des principaux facteurs à l'origine des scores élevés en matière d'infrastructure est la connectivité réseau étendue, avec 96,3 %, 92,3 % et 84,6 % des pays de l'Accélérateur de Finance Numérique Équitable ayant accès à la 2G, à la 3G et à la 4G, respectivement (GSMA, 2023). Les disparités entre les groupes des pays avancés et en transition et le groupe des pays émergents peuvent être principalement attribuées à des variations dans l'accessibilité des données et la diffusion des téléphones mobiles - deux conditions préalables essentielles pour garantir que les consommateurs puissent accéder aux services financiers numériques et en bénéficier de manière efficace. En moyenne, les pays de l'indice comptent 57,7 % de personnes ayant accès à un téléphone portable compatible avec l'internet. Dans les groupes des pays avancés et en transition, ce chiffre est respectivement de 63 % et 62 %, tandis que dans le groupe des pays émergents, il tombe à 53 % (GSMA, 2023). Notamment, dans certains pays, le taux de possession d'un téléphone portable n'est que de 26,2 %, ce qui constitue un obstacle important pour permettre aux consommateurs d'avoir accès aux services financiers numériques. Il est important de remédier à ces disparités afin de créer un paysage plus inclusif et plus accessible pour les services financiers numériques dans des contextes variés.

Les personnes sans domicile fixe, ainsi que les réfugiés et les personnes sans emploi, rencontrent des obstacles importants dans l'accès aux services financiers numériques. Les résultats montrent que les obstacles à l'accès sont plus importants pour certains groupes de la société. Le graphique 23 ci-dessous illustre la perception qu'ont les associations de consommateurs de l'inclusivité aux services financiers numériques pour différents groupes. Il indique que les personnes sans domicile fixe sont perçues comme rencontrant les obstacles les plus importants aux services financiers numériques, 74% des associations de consommateurs notant que ces services ne sont « pas du tout accessibles » ou « pas très accessibles ». Suivent de près les réfugiés (60 %) et les personnes sans emploi (54 %). Il est

essentiel de relever ces défis pour que les services financiers numériques soient accessibles et profitables à tous les membres de la société.

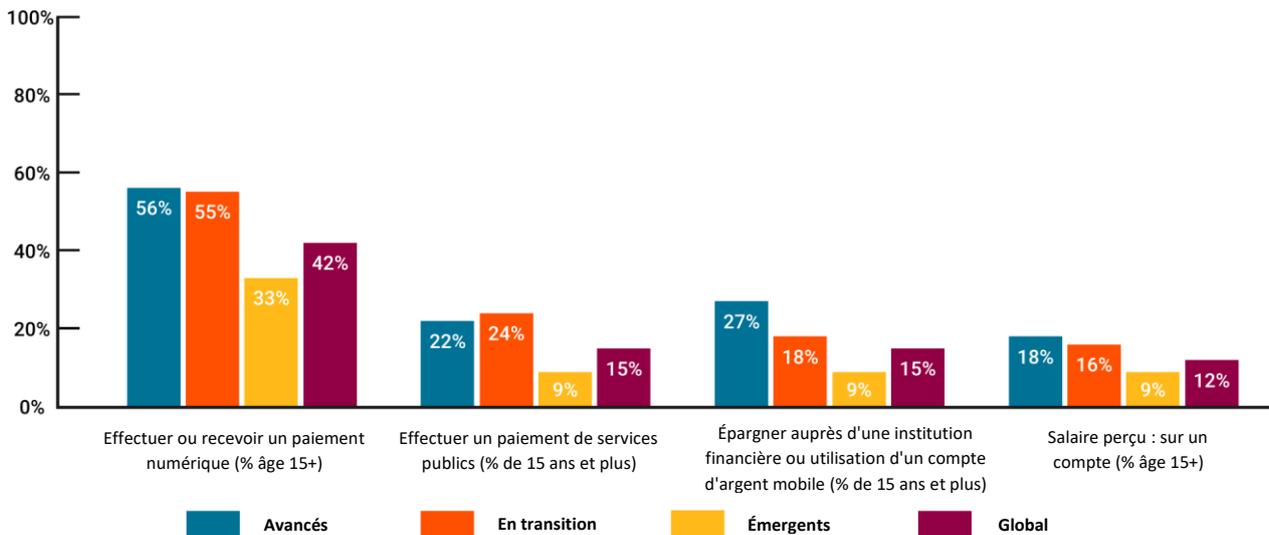
Graphique 23 : Inclusivité des services financiers numériques pour les groupes vulnérables, telle que perçue par les associations de consommateurs (%)



La plupart des consommateurs n'utilisent pas encore activement les services financiers numériques pour répondre à leurs besoins quotidiens. Si l'accès aux comptes est largement répandu dans l'échantillon, cela ne signifie pas que ces comptes sont activement²² utilisés pour promouvoir les avantages de l'inclusion financière pour les consommateurs. Dans la plupart des pays de cette étude, seule une minorité de consommateurs utilise les services financiers numériques dans leurs activités quotidiennes, couvrant une gamme variée de cas d'utilisation qui répondent à leurs besoins quotidiens. Comme le montre le graphique 24 ci-dessous, 42 % des consommateurs des pays de l'indice ont effectué ou reçu un paiement numérique. Lorsque l'on examine les cas d'utilisation spécifiques qui peuvent indiquer une compréhension plus approfondie des services financiers numériques, comme le paiement des services publics, l'épargne auprès d'une institution financière ou le versement d'un salaire sur un compte, ces chiffres tombent respectivement à 15 %, 15 % et 12 %.

Graphique 24 : Utilisation des services financiers numériques par les consommateurs

Source: World Bank (2022)

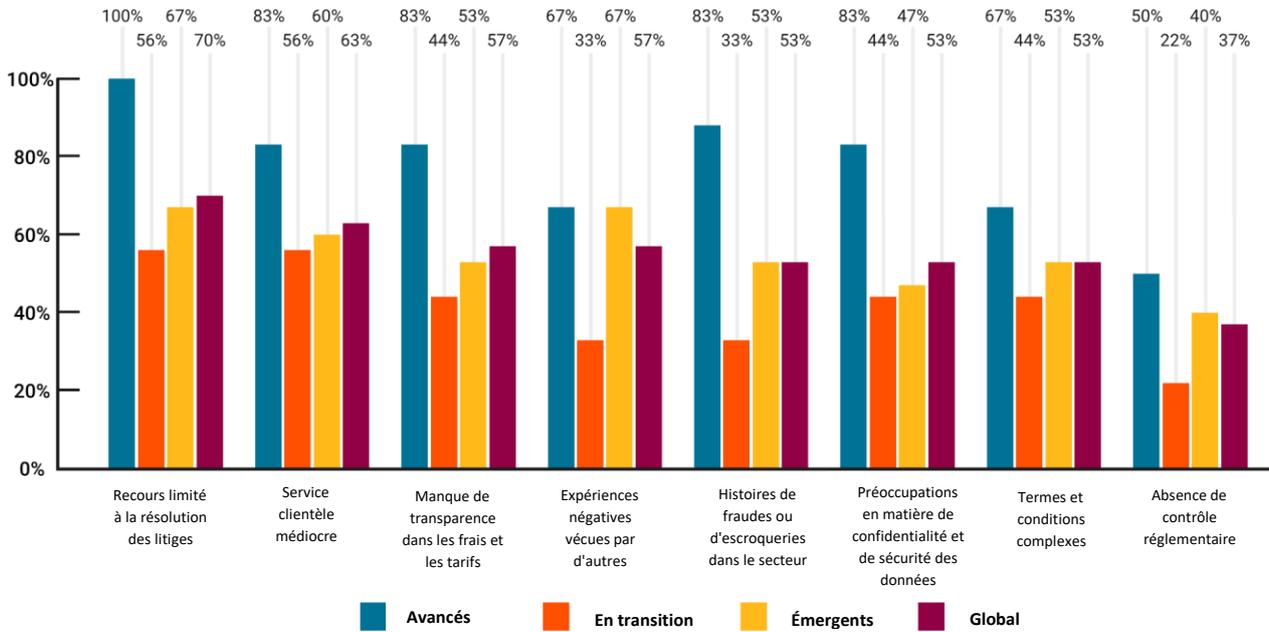


²² Un compte actif est un compte qui a fait l'objet de dépôts ou de retraits et de paiements numériques entrants ou sortants au cours de l'année écoulée (Banque mondiale, 2022).

De même que ces indicateurs sont plus faibles dans les pays émergents que dans les pays avancés et en transition. Cela suggère qu'il existe encore des obstacles importants à l'adoption et à l'utilisation des services financiers numériques dans ce groupe particulier de pays. Il est essentiel de surmonter ces obstacles pour favoriser une adoption plus large et plus efficace des services financiers numériques parmi diverses bases de consommateurs.

Le manque de confiance. Les résultats montrent également que la confiance reste un défi. Le graphique 25 ci-dessous illustre certains des facteurs clés contribuant à ce manque de confiance, tel qu'ils sont perçus par les associations de consommateurs. Les trois facteurs les plus importants sont le manque de canaux facilement accessibles et efficaces pour les plaintes des consommateurs (rapporté par 70 % des répondants à l'enquête), un service consommateur médiocre (63 %) et le manque de transparence dans les frais et charges (57 %). Fait intéressant, ces facteurs sont considérablement plus prononcés dans les pays du groupe « avancé ». Le sentiment que de nombreux consommateurs ne font pas confiance aux services financiers ou ont eu de mauvaises expériences en les utilisant nécessite une attention urgente pour garantir des progrès dans la promotion d'une inclusion financière significative en améliorant l'expérience vécue des consommateurs.

Graphique 25 : Facteurs contribuant à un manque de confiance perçu par les associations de consommateurs (%)



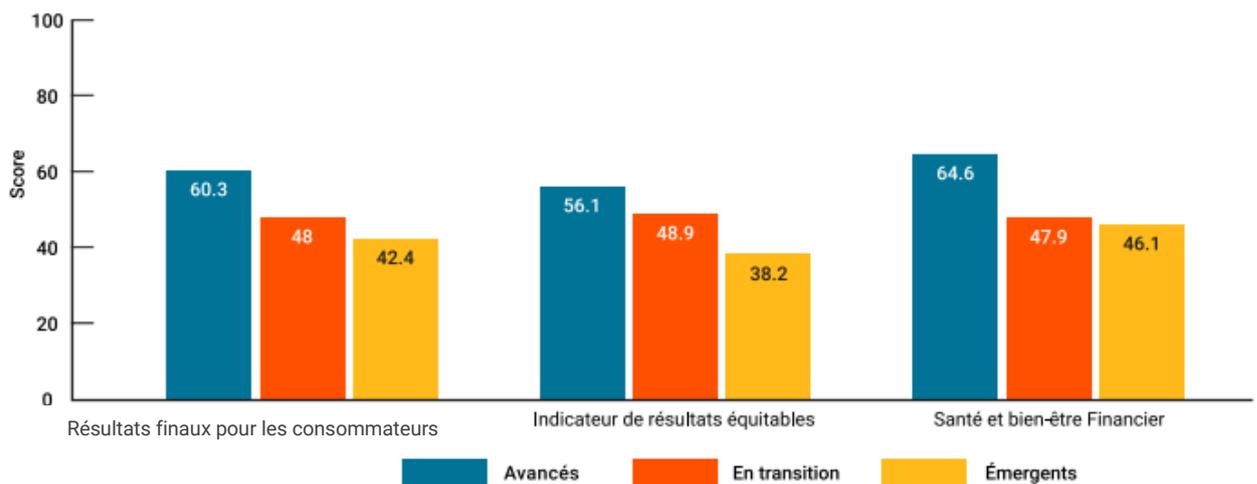
RÉSULTATS FINAUX POUR LES UTILISATEURS : TOUJOURS EN QUÊTE DE BIEN-ÊTRE FINANCIER, DE RÉSILIENCE ET DE RÉSULTATS ÉQUITABLES POUR LES CONSOMMATEURS.

Même dans les pays avancés, il reste difficile d'atteindre la santé financière, la résilience et des résultats équitables pour les consommateurs. Le pilier des résultats finaux pour les consommateurs est représenté par un élément - les résultats pour les utilisateurs - qui comprend deux indicateurs clés : (i) des résultats équitables pour les consommateurs (ii) la santé et le bien-être financiers ; et (iii) des services financiers numériques favorisant la durabilité.²³ Comme le montre le graphique 26, les résultats soulignent que les résultats positifs pour les consommateurs continuent à faire défaut à tous les groupes, avec des scores systématiquement bas dans tous les domaines :

- Les associations de consommateurs affirment que les prestataires de services financiers n'ont pas, pour la plupart, appliqué les principes relatifs aux résultats pour le consommateur, et que les consommateurs doivent encore constater les résultats relatifs à l'adéquation, au choix, à l'équité et au respect, à la voix, à la sûreté et à la sécurité, et à la réalisation de l'objectif visé.

²³ En l'absence de données objectives fiables pour mesurer les progrès, le sondage de Consumers International sur l'Accélérateur de la Finance Numérique Équitable comprend des questions ouvertes sur la connaissance des initiatives de finance numérique conçues pour aider les consommateurs vulnérables au changement climatique. Par conséquent, cet indicateur ne contribue pas quantitativement au score de l'indice.

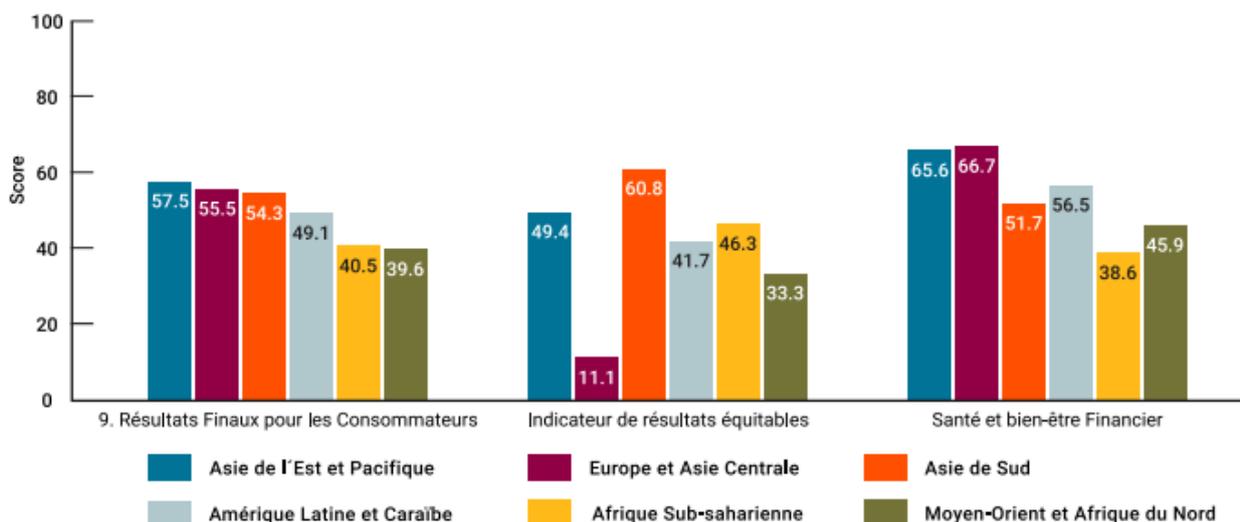
Graphique 26 : Résultats finaux pour les utilisateurs par groupe de pays



- Les consommateurs, en particulier dans les pays émergents, restent également vulnérables sur le plan financier. Les résultats liés à la santé financière et au bien-être indiquent que de nombreux consommateurs sont encore préoccupés par la satisfaction de leurs besoins financiers quotidiens et par l'épargne en vue d'objectifs financiers à long terme.
- L'utilisation des services financiers numériques pour soutenir la résilience climatique n'en est qu'à ses balbutiements, seuls quatre associations de consommateurs faisant état d'une sensibilisation aux initiatives visant à réduire la vulnérabilité au changement climatique.

Des disparités régionales évidentes dans les résultats pour les consommateurs. Même si les résultats des consommateurs sont généralement médiocres dans l'ensemble, certaines régions s'en sortent mieux que d'autres (Graphique 27). Deux groupes régionaux distincts se profilent : d'un côté (i) l'Asie de l'Est, l'Europe, l'Asie centrale et l'Asie du Sud ; et de l'autre (ii) la région MENA, l'Amérique latine et les Caraïbes, ainsi que l'Afrique subsaharienne. L'Asie de l'Est et le Pacifique arrivent en tête, grâce à des scores relativement élevés pour l'indicateur de santé financière et de bien-être. Dans les sections précédentes du rapport, l'Afrique subsaharienne s'est distinguée par des scores élevés dans l'élaboration de son cadre de protection des consommateurs de produits financiers et le niveau d'engagement entre les régulateurs et les associations de consommateurs. Cependant, malgré ces progrès, il y a une lacune dans la concrétisation de ces efforts positifs en termes d'amélioration des résultats au niveau des consommateurs en Afrique subsaharienne.

Graphique 27 : Résultats finaux pour les utilisateurs par région



Pour aller plus loin. Comme pour les autres piliers, il est utile de creuser un peu plus loin pour examiner plus en détail les résultats de chacun des indicateurs de base :

Il est urgent que les approches en matière de protection des consommateurs évoluent pour favoriser les actions de réglementation, de surveillance et des prestataires de services financiers qui donnent la priorité aux résultats pour les consommateurs. Les résultats équitables pour le consommateur font référence aux résultats obtenus par les consommateurs dans l'accès et l'utilisation des services financiers. Ces résultats sont directement influencés par les produits, la prestation, la conduite et les pratiques des prestataires de services financiers. Se concentrer sur les résultats pour le consommateur peut être considéré comme nécessaire mais pas suffisant pour mettre le consommateur dans une position de contrôle accru sur sa situation financière, et dans une position où il peut mieux gérer les chocs financiers - améliorant ainsi sa santé financière (CGAP, 2022). L'encadré ci-dessous présente les résultats pour les consommateurs du point de vue de ces derniers.

Encadré 2 : Définir les résultats pour les consommateurs

Sur la base de recherches menées dans de multiples contextes nationaux, d'un examen des normes et des orientations publiées par les organismes de normalisation et d'un vaste engagement des parties prenantes, le CGAP (2022) a défini six résultats pour le consommateur, comme le montre le diagramme ci-dessous. Les cinq premiers résultats se manifestent tout au long du parcours d'utilisation des services financiers et contribuent collectivement à un sixième résultat transversal, à savoir la réalisation de l'objectif du consommateur :

Graphique 28 : Résultats pour les consommateurs selon le CGAP

Source : CGAP, 2022

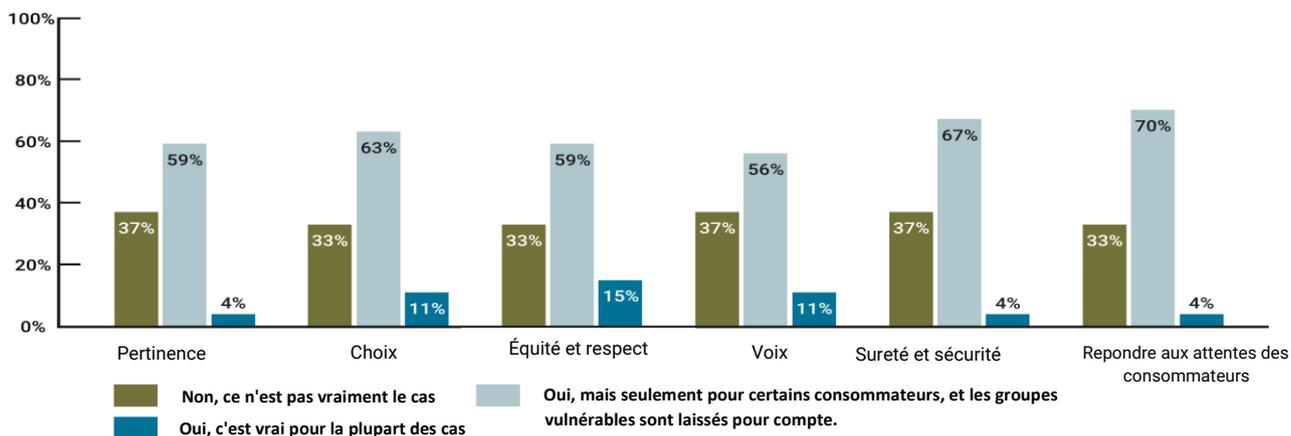
	PERTINENCE	CHOIX	ÉQUITÉ ET RESPECT	VOIX	SURETÉ ET SÉCURITÉ
					
Déclarations de satisfaction des consommateurs	« J'ai accès à des services abordables et de qualité, adaptés à mes préférences et à ma situation, et je reçois des conseils et des orientations adaptées à ma situation financière. »	« Je peux communiquer avec la PSF par un canal facilement accessible et mes problèmes sont résolus rapidement à un coût minimal pour moi. »	« Je peux choisir en connaissance de cause parmi une gamme de produits, de services et de sur la base d'informations appropriées et suffisantes fournies de manière transparente, rentable et facile à »	« Je suis traité avec respect dans mes interactions avec la PSF, même si ma situation change, et je peux compter sur le PSF pour prendre en compte mes intérêts. »	« Mon argent et mes informations sont en sécurité. PCF respecte ma vie privée et me permet de contrôler mes données. »

RÉPONDRE AUX ATTENTES DES CONSOMMATEURS :

« Le bon choix de services m'aide à minimiser les risques et à mieux maîtriser ma situation financière. Il m'aide à concilier flexibilité et discipline dans la gestion de mes finances, même lorsque ma situation change, et je suis mieux à même de répondre à mes besoins financiers à court terme et de soutenir mes objectifs financiers à plus long terme. »

Les associations de consommateurs estiment que les résultats n'ont pas été suffisamment atteints pour les consommateurs. L'enquête sur la finance numérique équitable a demandé aux associations membres de donner leur avis sur la mesure dans laquelle les consommateurs de leur pays d'origine bénéficient des résultats souhaités. En moyenne, seules 8 % des associations de consommateurs interrogées estiment que tous les résultats sont atteints et applicables à la plupart des consommateurs (comme le montre le graphique 29). À l'inverse, et c'est préoccupant, au moins un tiers des associations de consommateurs estiment que ces résultats pour les consommateurs ne sont pas du tout atteints. La plupart des associations de consommateurs estiment que ces résultats sont atteints pour certains consommateurs, mais que les groupes vulnérables sont laissés pour compte.

Graphique 29 : Perception par les consommateurs des résultats obtenus par ces derniers



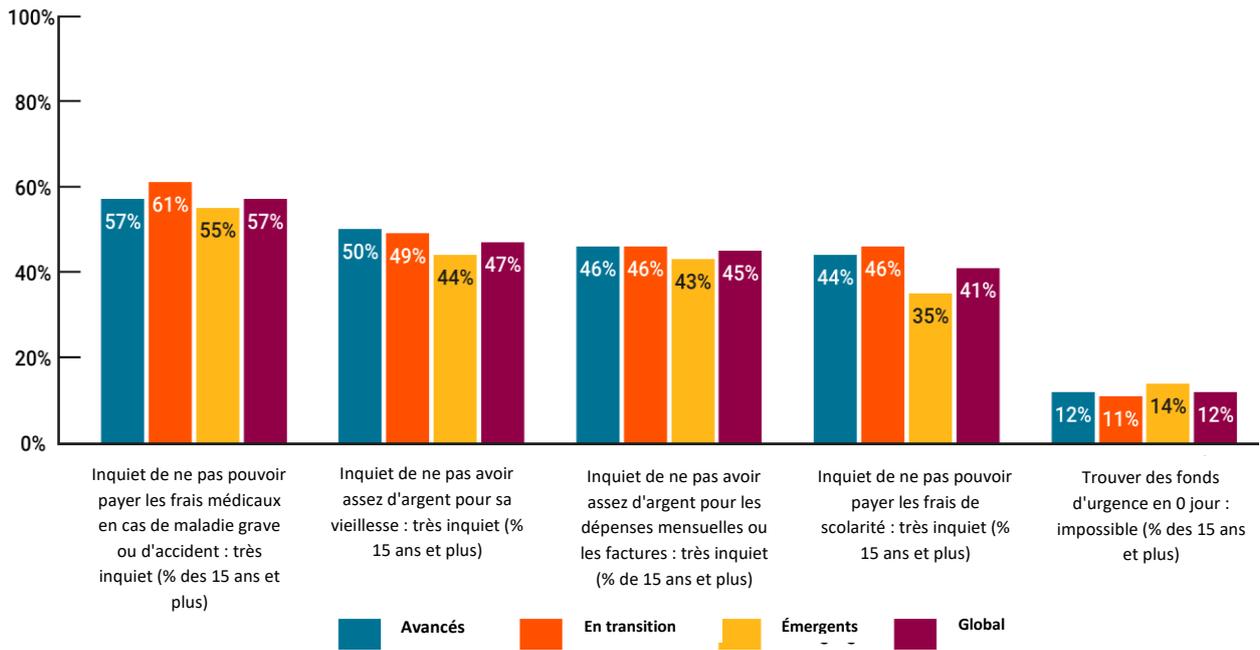
Différents facteurs déterminent la santé financière. Différents facteurs, notamment sociaux, économiques et technologiques, peuvent influencer le bien-être financier des consommateurs. Toutefois, si les services financiers ne s'alignent pas sur les objectifs du consommateur, il est difficile de maintenir la santé financière (Banque mondiale, 2022). Un aspect essentiel du bien-être financier est l'anxiété des individus face à leur situation financière. Le manque de protection contre les événements imprévus et les difficultés à satisfaire les besoins familiaux de base peuvent avoir un impact significatif sur le sentiment de sécurité financière. Les circonstances de la vie réelle, en particulier pour ceux qui ne font que couvrir leurs frais de subsistance, jouent un rôle important dans l'apparition du stress financier, ce qui souligne l'importance de disposer d'une marge de manœuvre financière. Si la protection des consommateurs de produits financiers joue un rôle important dans l'évolution de la santé financière, son influence est limitée. La santé financière va bien au-delà des services financiers et est influencée par plusieurs facteurs tels que les niveaux de revenus, les chocs externes et les comportements individuels. Même avec une forte protection des consommateurs, les individus peuvent ne pas être en bonne santé financière en raison de ces autres facteurs (Duflos & Izaguirre, 2021).

Les consommateurs continuent de s'inquiéter de leur bien-être financier, même dans le groupe des pays avancés. Les résultats relativement médiocres obtenus par les consommateurs, tels qu'ils ressortent du graphique 29, impliquent que les besoins financiers numériques des consommateurs restent largement insatisfaits. Cela se répercute fortement sur la santé financière et le bien-être des consommateurs sur le terrain. Les consommateurs de tous les groupes de pays s'inquiètent sérieusement de leur situation financière actuelle et de leur capacité à disposer de fonds suffisants pour faire face à leurs diverses obligations. Les frais médicaux constituent l'inquiétude financière la plus courante - dans l'ensemble, la plus grande part des adultes parmi les pays de l'indice - 57 % - se disent très inquiets de ne pas pouvoir payer les factures médicales en cas de maladie grave ou d'accident (comme le montre le graphique 30). Viennent ensuite les inquiétudes liées au manque d'argent pour la vieillesse (47 %), au manque d'argent pour les dépenses mensuelles et les factures (45 %) et à l'impossibilité de payer les frais de scolarité ou d'éducation (41 %). En outre, il est très préoccupant de constater que 12 % des consommateurs des pays de l'indice seraient incapables de trouver une forme quelconque de financement d'urgence dans les 30 jours en cas d'urgence. Dans l'ensemble, ces données indiquent que le bien-être financier de nombreux consommateurs dans tous les groupes de pays reste précaire, près de la moitié des consommateurs ayant du mal à répondre à leurs besoins financiers quotidiens.

Les consommateurs restent vulnérables aux effets du changement climatique et il existe peu d'initiatives de financement numérique pour les aider à renforcer leur résilience. L'inclusion financière

peut jouer un rôle crucial en permettant aux communautés de s'adapter et de résister aux impacts du changement climatique. Sans accès à des services essentiels tels que l'épargne, les prêts, les paiements et l'assurance, les ménages et les entreprises sont confrontés à des difficultés pour se préparer, gérer et se remettre des défis de plus en plus graves et imprévisibles liés au climat (CGAP, 2023). Les gouvernements peuvent contribuer de manière significative à favoriser l'accès aux services financiers en réponse aux chocs liés au climat. Par exemple, la Banque Centrale des Philippines a remanié le Système National de Paiement du Commerce de Détail afin d'améliorer les flux de paiements numériques entre les institutions financières et les transactions de gouvernement à personne et de personne à personne, facilitant ainsi le transfert de l'aide financière lors d'une urgence climatique (Smith, Scott, Luna, & Lone, 2017). Le questionnaire sur la Finance Numérique Équitable de Consumers International comprenait des questions ouvertes sur la connaissance des initiatives de finance numérique conçues pour aider les consommateurs vulnérables au changement climatique. À quelques exceptions près, les personnes interrogées n'avaient pas connaissance de telles initiatives.

Graphique 30 : Santé financière et bien-être des consommateurs



CONCLUSION

Un examen du point de vue des consommateurs sur la finance numérique équitable montre que le travail n'est pas encore terminé.

L'enquête sur La Finance Numérique Équitable de Consumers International mise à jour pour 2023 inclut les données des associations de consommateurs pour tous les éléments de l'indice, offrant ainsi une compréhension plus nuancée par rapport à l'indice de 2022. Lorsque l'on compare les résultats des deux années d'enquête, il est encourageant de constater une légère augmentation globale du score de l'indice pour 2023²⁴. Cependant, il y a peu d'évolution dans la protection des consommateurs de services financiers (inclusion des groupes vulnérables, utilisation et expérience des services financiers) et dans les résultats globaux pour les consommateurs. Ce sont ces deux domaines qui constituent le véritable test de l'efficacité de la protection des consommateurs.

Globalement : les points sensibles mettent en évidence les domaines où une action s'impose. Les résultats concernant la santé financière, la résilience et les résultats équitables pour les consommateurs, ainsi que les résultats concernant l'expérience vécue et l'inclusivité, constituent un signal d'alarme pour le secteur financier et les régulateurs : malgré de bonnes réalisations en matière d'infrastructure et de cadres, les résultats ne se traduisent pas encore systématiquement par des expériences et des résultats positifs pour tous les groupes de consommateurs. Il est donc urgent d'adopter une approche évolutive de la protection des consommateurs qui mettra l'accent sur la création d'un écosystème financier numérique responsable, sur une perspective holistique, sur des pratiques orientées vers le consommateur et sur une collaboration accrue entre les principaux acteurs afin de donner la priorité aux résultats pour les consommateurs et d'améliorer le bien-être financier global :

- **Pour les Régulateurs**, Cela signifie qu'il faut consulter de manière proactive les associations de consommateurs lors de l'élaboration de la politique et de la réglementation en matière de protection des consommateurs de produits financiers, réexaminer l'accessibilité et l'adéquation des voies de recours des consommateurs, et travailler avec toutes les parties prenantes pour développer la culture financière et numérique. Cela signifie également une réorientation de la réglementation, qui s'éloigne des règles axées sur la conduite du marché en tant qu'intrant, pour s'orienter vers les résultats pour les consommateurs. Un tel changement d'orientation nécessite une nouvelle approche du contrôle prudentiel, qui ne consiste plus à suivre les cases que les prestataires de services financiers cochent, mais à comprendre les résultats tels qu'ils se présentent pour les consommateurs sur le terrain. Les résultats de l'enquête sur la finance numérique équitable de Consumers International présentées dans ce rapport fournissent une vue d'ensemble de la situation dans les différents pays. Au niveau de chaque pays, les informations doivent maintenant être complétées par une approche plus rigoureuse de la part des autorités de surveillance afin de mesurer les résultats pour les consommateurs. Pour commencer, des efforts supplémentaires peuvent être consentis pour suivre et publier des statistiques sur les réclamations²⁵. En fin de compte, cependant, une réorientation est nécessaire pour mesurer les résultats pour les consommateurs, en s'appuyant sur les données existantes, en recueillant de

²⁴ Il s'agit d'un résultat indicatif, car une comparaison à l'identique n'est pas possible en raison des changements apportés à l'enquête et à l'échantillon.

²⁵ Alors que 88 % des autorités de surveillance collectent des données agrégées sur les réclamations des consommateurs auprès des prestataires, seules 44 % d'entre elles publient ces informations au grand public. La disponibilité des informations relatives aux réclamations, que ce soit sous forme granulaire ou agrégée, est une source d'information essentielle à laquelle les associations de consommateurs devraient avoir accès afin de comprendre les tendances en matière de réclamations des consommateurs. Ces informations devraient en fin de compte informer et influencer l'approche avec laquelle ils engagent le régulateur et soutiennent les consommateurs sur la base des besoins des consommateurs sur leur marché. Le renforcement de la transparence dans la communication de ces statistiques peut contribuer à l'émergence d'un paysage de défense des consommateurs mieux informé et plus autonome.

nouvelles données sur les consommateurs et en examinant les indicateurs de performance et les indicateurs financiers à travers le prisme du consommateur.²⁶

- **Pour les prestataires de services financiers**, le chemin vers de meilleurs résultats pour les consommateurs commence par l'assimilation d'une culture de traitement équitable des consommateurs et l'adoption d'un langage axé sur les résultats pour les consommateurs, plutôt que sur les résultats en matière de comportement sur le marché. Ils doivent également revoir les procédures de réclamation et considérer les plaintes des consommateurs comme une source essentielle de renseignements sur les domaines à améliorer, plutôt que comme un élément à réfuter dans la mesure du possible. Outre les informations qu'ils sont tenus de communiquer à l'autorité de régulation, les prestataires de services financiers peuvent également utiliser leurs propres données pour suivre et mesurer la manière dont les bons résultats pour les consommateurs contribuent à améliorer les performances de l'entreprise et la gestion des risques, tout en évaluant les objectifs en matière de centrage sur le consommateur²⁷ (CGAP, 2022).
- **Pour les associations de consommateurs**, les résultats montrent qu'il est important de continuer à plaider en faveur d'une évolution de la réglementation et du marché qui tienne compte du point de vue des consommateurs. Les associations de consommateurs sont des acteurs clés de l'écosystème qui peuvent inciter et aider les régulateurs et les prestataires de services financiers à prendre conscience des avantages d'une approche axée sur les résultats. L'adoption d'une telle approche ne se fera probablement pas du jour au lendemain ; toutefois, les associations de consommateurs ont un rôle clé à jouer pour faire évoluer les mentalités des régulateurs et des prestataires de services financiers au fil du temps. Les résultats montrent également l'importance pour les associations de consommateurs d'être proches des réalités des consommateurs, d'avoir le pouls des principaux risques et tendances de la finance numérique, et de collaborer avec d'autres parties prenantes pour aider à renforcer les capacités et la résilience des consommateurs en matière de finance numérique. Enfin, les résultats mettent en évidence un manque d'engagement sur les questions liées à la résilience climatique et à la finance durable.

L'Accélérateur de Finance Numérique Équitable s'est attelé à la tâche. L'appel à l'action présenté par ces résultats s'aligne sur la vision de l'Accélérateur de la Finance Numérique Équitable pour une finance numérique équitable. L'Accélérateur continue à impliquer ses membres sur ces sujets et a développé avec succès un cours de formation sur mesure sur la finance numérique, la protection des consommateurs et l'autonomisation. Jusqu'à présent, plus de 100 000 consommateurs ont été touchés par des programmes de sensibilisation et d'éducation et 90 défenseurs des consommateurs ont été formés. En conséquence, plusieurs membres ont été en mesure d'influencer les politiques et les mécanismes de plainte, et plusieurs autres ont entamé des interactions avec les régulateurs. L'Accélérateur pour la Finance Numérique Équitable est lui-même devenu une voix respectée dans le domaine de la réglementation et de la finance numérique, à l'échelle mondiale.

Le rôle de l'Accélérateur de la Finance Numérique Équitable. L'accélérateur occupe une position particulière en tant que fer de lance du changement nécessaire. Son principal objectif est d'établir un réseau d'associations de consommateurs et d'intégrer les consommateurs dans un débat mondial sur

²⁶ Le CGAP a publié une boîte à outils de suivi des marchés qui fournit des conseils à cet égard. Pour en savoir plus, consultez <https://www.cgap.org/topics/collections/market-monitoring-tools>.

²⁷ Le CGAP a choisi l'Afrique du Sud pour piloter un cadre d'indicateurs de résultats. La Financial Sector Conduct Authority (FSCA) (l'autorité de conduite du marché Sud-Africain) et cinq fournisseurs de services financiers sélectionnés ont testé les résultats pour les consommateurs en utilisant 156 indicateurs, dont 77 indicateurs qualitatifs et 79 indicateurs quantitatifs. Le retour d'information de l'exercice a indiqué que les indicateurs sur les résultats pour les consommateurs peuvent être collectés à partir des données existantes des prestataires de services financiers, mais que cela nécessite l'adoption de processus et l'adhésion de l'organisation à tous les niveaux.

la protection des consommateurs de produits financiers. À l'échelle nationale, il renforce les associations de consommateurs en leur fournissant une expertise en matière de services financiers numériques et de sensibilisation aux risques. Cette assistance leur permet d'établir des liens avec les acteurs du marché et les régulateurs, facilitant ainsi une approche de terrain pour conduire l'agenda du changement.

LISTE DE RÉFÉRENCES

AFI. (2017). *Modes Alternatifs de Résolution des Litiges*. Extrait de https://www.afi-global.org/wp-content/uploads/publications/2017-08/AFI_CEMC_adr%20survey_AW_digital.pdf

AFI. (2021). *Littératie Financière Numérique*. Extrait de [www.afi-global.org: https://www.afi-global.org/publications/digital-financial-literacy/](https://www.afi-global.org/publications/digital-financial-literacy/)

Andrianaivo, M., & Kpodar, K. (2011). *ICT, Inclusion Financière et Croissance : L'Expérience des Pays Africains*. *IMF Working Paper*.

BIS. (2023). *L'écosystème des cryptomonnaies : éléments clés et risques*. BIS. Extrait de <https://www.bis.org/publ/othp72.pdf>

CGAP. (2022). *Approche de la Protection des Consommateurs Basée sur les Résultats pour les Consommateurs : Un guide pour mesurer les résultats*. Extrait de <https://www.cgap.org/research/reading-deck/customer-outcomes-basedapproach-to-consumer-protection-guide-to-measuring>.

CGAP. (2022). *Repenser la Protection des Consommateurs : Un Écosystème de la Finance Numérique Responsable*. Extrait de [Cgap.org: https://www.cgap.org/blog/rethinking-consumer-protection-responsible-digitalfinance-ecosystem](https://www.cgap.org/blog/rethinking-consumer-protection-responsible-digitalfinance-ecosystem)

CGAP. (2022). *L'évolution de la nature et de l'ampleur des risques pour les consommateurs des services de dépôt de documents : Un examen des preuves*.

CGAP. (2023). *Adaptation au Climat, Résilience et Inclusion Financière : Un Nouvel Agenda*. Extrait de [www.cgap.org: https://www.cgap.org/research/publication/climate-adaptation-resilience-andfinancial-inclusion-new-agenda](https://www.cgap.org/research/publication/climate-adaptation-resilience-andfinancial-inclusion-new-agenda)

CGAP. (2023). *Risques associés à la finance numérique pour les consommateurs : Étude nationale au Sénégal*. CGAP. Extrait de https://www.findevgateway.org/sites/default/files/publications/2023/Senegal_SFN%20Risks%20Survey%20Report.pdf

Chadha, S., Kipkemboi, K., & Muthiora, B. (2021). *Indice de Réglementation pour l'Argent Mobile 2021*. London: GSMA.

Consumers International. (2022). *Construire une Finance Numérique Équitable*. Novembre 21, 2022 - Extrait de https://www.consumersinternational.org/media/419259/final_vision-for-fair-digital-finance.pdf

Consumers International. (2022). *Index Mondial de Protection et d'Autonomisation des Consommateurs 2022*. England and Wales: Consumers International.

Duflos, E., & Izaguirre, J. (2021). *Santé Financière et Protection des Consommateurs : Deux Cadres Convergents*. Extrait de Findevgateway: <https://www.findevgateway.org/blog/2021/12/financialhealth-and-consumer-protection-two-frameworks-converging>

Forbes. (2022, April 24). *7 risques que les investisseurs doivent connaître avant de se lancer tête baissée dans l'aventure NFT*. Extrait de Forbes: <https://www.forbes.com/sites/naveenjoshi/2022/04/24/7-risksinvestors-need-to-know-before-jumping-headfirst-into-the-nft-bandwagon/?sh=63edad97489d>

GSMA. (2023).

L'indice de connectivité GSMA. Extrait de GSMA: <https://www.mobileconnectivityindex.com/index.html#year=2022>

INEE. (2024). *Les Groupes Vulnérables*. Extrait de Inter-agency Network for Education in Emergencies: <https://inee.org/eie-glossary/vulnerable-groups>

Jack, W., & Suri, T. (2014). *Partage des risques et coûts de transaction : La révolution de l'argent mobile au Kenya*. *Revue Économique Américaine (American Economic Review)*.

Ozili, P. (2017). *Impact de la Finance Numérique sur l'Inclusion Financière et la Stabilité*. *Borsa Istanbul Review*.

Smith, G., Scott, Z., Luna, E., & Lone, T. (2017). *Recherche sur les systèmes de protection sociale à l'épreuve des chocs : Étude de cas - Transferts d'argent liquide après l'ouragan Haiyan aux Philippines*. Oxford, UK: Oxford Policy Management.

UNODC. (2023). *Casinos, cyberfraude et traite des personnes : la criminalité forcée en Asie du Sud-Est*. Bangkok: UNODC. Extrait de https://www.unodc.org/roseap/uploads/documents/Publications/2023/TiP_for_FC_Policy_Report.pdf

Banque Mondiale. (2022). *La base de données mondiale Findex 2021 : Inclusion Financière, Paiements Numériques et Résilience à l'ère du COVID-19*. Extrait de Banque Mondiale : <https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex>

Banque Mondiale. (2023). *Enquête Mondiale sur l'Inclusion Financière et la Protection des Consommateurs (FICP)*. Extrait de Banque Mondiale : <https://responsiblefinance.worldbank.org/en/responsible-finance/financialconsumer-protection>

ANNEXE A:

COMPARAISON ENTRE LES INDICES 2022 ET 2023 DE LA FINANCE NUMÉRIQUE ÉQUITABLE

Tableau 2 : Sources de données et nombre de variables incluses dans l'indice PCF par élément d'indice

Élément	Sources	Nombre de variables (2023)	Nombre de variables (2022)
1. Risques	Enquête sur la Finance Numérique Équitable de Consumers International	11	14
2. Capacité du Consommateur	Enquête sur la Finance Numérique Équitable de Consumers International	7	1
	Findex	1	1
	Enquête FICP de la Banque Mondiale	0	4
3. État du Cadre de Protection des Consommateurs de Produits Financiers	Enquête sur la Finance Numérique Équitable de Consumers International	1	6
	Enquête FICP de la Banque Mondiale	8	5
	Indice de Connectivité GSMA	1	1
4. Niveau de centrage sur les consommateurs	Enquête sur la Finance Numérique Équitable de Consumers International	2	0
	Enquête FICP de la Banque Mondiale	4	4
5. Degré d'engagement	Enquête sur la Finance Numérique Équitable de Consumers International	10	6
6. État de l'Infrastructure des Services Financiers Numériques	Enquête sur la Finance Numérique Équitable de Consumers International	2	1
	Indice de Connectivité GSMA	12	12
	Enquêtes du FMI sur l'Accès Financier	0	4
7. Inclusivité des Services Financiers Numérique	Enquête sur la Finance Numérique Équitable de Consumers International	6	3
	Findex	0	3
8. Expérience vécue des Services Financiers Numériques	Enquête sur la Finance Numérique Équitable de Consumers International	8	3
	Indice de Connectivité GSMA	1	1
	Findex	9	9

9. Ampleur des résultats positifs	Enquête sur la Finance Numérique Équitable de Consumers International	6	1
	Findex	5	5
Total	Enquête sur la Finance Numérique Équitable de Consumers International	53 (55%)	35 (42%)
	Findex	15 (15%)	18 (21%)
	Indice de Connectivité GSMA	14 (14%)	14 (17%)
	Enquête FICP de la Banque Mondiale	15 (15%)	13 (16%)
	Enquêtes du FMI sur l'Accès Financier	0 (0%)	4 (5%)

Le tableau 3 ci-dessous compare les questions posées dans l'Enquête sur la Finance Numérique Équitable de Consumers International de 2023 à celles posées en 2022. Dans l'ensemble, l'enquête a été mise à jour pour aborder tous les piliers du cadre et a également été encadrée pour inclure la perception et la compréhension de ces éléments par les organisations de consommateurs. Le tableau ci-dessous utilise l'abréviation PSF pour désigner le « prestataire de services financiers » et SFN pour désigner les « services financiers numériques ».

Tableau 3: Comparaison entre les questions de l'enquête de l'Accélérateur de la Finance Numérique Équitable en 2022 et 2023

Source: Enquête de référence de l'accélérateur de finance numérique équitable

	2023	2022
Élément 1 État des Risques Liés aux Services Financiers Numériques	Ampleur des risques de fraude pour les consommateurs de SFN	Principaux défis auxquels sont confrontés les consommateurs de services financiers numériques : Sécurité
	Types de risques de fraude auxquels les consommateurs sont particulièrement sensibles	Principaux défis rencontrés par les prestataires de services financiers (PSF) pour proposer des produits centrés sur le consommateur : Fraude/vol et escroquerie
	Confiance des consommateurs dans la capacité des prestataires de SFN à protéger les données personnelles des consommateurs et à ne pas les utiliser à mauvais escient	Principaux défis rencontrés par les prestataires de services financiers pour faire progresser les produits centrés sur le consommateur : Perception d'un manque de transparence dû à un marketing agressif mais non réglementé
	Mesure dans laquelle le manque de transparence des prestataires de SFN concernant leurs conditions générales et leurs processus de traitement des données constitue un risque pour les consommateurs.	Principaux défis rencontrés par les consommateurs de services financiers numériques : protection des données et de la vie privée
	Problèmes liés à l'inadéquation des mécanismes de recours lorsque les consommateurs ont recours à des services financiers	Principaux défis rencontrés par les régulateurs pour faire progresser la réglementation centrée sur le consommateur : Risque de saisie de données sensibles par les prestataires et éthique associée

	Principaux risques encourus par les consommateurs lorsqu'ils traitent avec des prestataires de SFN	Principaux défis auxquels sont confrontés les consommateurs de services financiers numériques : Violations de données
	Niveau de confiance des consommateurs dans les pratiques et l'intégrité des agents représentant les prestataires de SFN	
	Types de problèmes liés aux agents qui préoccupent fortement les consommateurs	
	Prévalence du surendettement parmi les consommateurs de SFN	
	Facteurs contribuant le plus au surendettement des utilisateurs SFN	
	Fréquence à laquelle les consommateurs subissent des interruptions de réseau lorsqu'ils utilisent les SFN	
Élément 2 Capacité des consommateurs	Mesure dans laquelle le manque de connaissances numériques et financières a constitué un défi pour les consommateurs	Principaux défis auxquels sont confrontés les consommateurs de services financiers numériques : L'éducation
	Ampleur du fossé entre les zones urbaines et rurales affectant la capacité d'utiliser les SFN	
	Importance de l'écart de genre en ce qui concerne la capacité à utiliser les SFN	
	Existence d'un engagement gouvernemental pour l'éducation financière des consommateurs	
	Existence d'initiatives d'éducation financière par les PSF ou les organisations de la société civile	
	Ampleur des campagnes d'éducation numérique et financière menées par les associations de consommateurs pour soutenir les consommateurs	

	2023	2022
Élément 3 Statut du Cadre de Protection des Consommateurs de Produits Financiers	Satisfaction à l'égard du cadre réglementaire pour les SFN, du point de vue des consommateurs	Présence de mécanismes de réclamation établis avec les régulateurs et les prestataires de services financiers numériques
		Perception de la solidité du cadre réglementaire pour les services financiers numériques en matière de protection des consommateurs
		Principaux défis rencontrés par les prestataires de services financiers pour proposer des produits centrés sur le consommateur : Un cadre réglementaire n'étant pas adapté au secteur de la finance numérique

		Principaux défis rencontrés par les prestataires de services financiers pour faire progresser les produits centrés sur le consommateur : les services financiers numériques sont réglementés par les régulateurs du secteur des télécommunications et du secteur financier traditionnel.
		Principaux défis rencontrés par les consommateurs de services financiers numériques : Cadre réglementaire insuffisant
		Principaux défis rencontrés par les prestataires de services financiers pour faire progresser les produits centrés sur le consommateur : Faible application de la loi
Élément 4 Orientation sur les besoins des consommateurs	Inclusion de principes explicites de traitement équitable des consommateurs dans le cadre réglementaire du secteur financier	
	Applicabilité ou portée des principes	
Élément 5 Degré d'engagement	Principaux défis auxquels sont confrontés les prestataires de services financiers pour développer des produits centrés sur le consommateur : Absence de contribution directe du point de vue du consommateur lors de la conception de produits et de services destinés aux consommateurs)	Principaux défis auxquels sont confrontés les prestataires de services financiers pour promouvoir des produits centrés sur le consommateur : Absence de contribution directe du point de vue du consommateur lors de la conception de produits et de services destinés aux consommateurs.
	Fréquence de l'engagement avec la Banque centrale	Engagement avec les parties prenantes des services financiers numériques
	Fréquence de l'engagement avec d'autres régulateurs financiers	Nombre de mécanismes de formulation et d'examen de politiques axées sur les consommateurs auxquels l'autorité de régulation a participé
	Capacité à faire part aux régulateurs des griefs des consommateurs	Nombre d'interactions avec les prestataires pour discuter des questions relatives aux services financiers numériques
	Degré de consultation des régulateurs lors de la formulation de nouvelles politiques	Nombre d'acteurs des services financiers numériques ayant démontré leur soutien à la protection et à l'autonomisation des consommateurs ?
	Fréquence de l'engagement avec les PSF	Organisation de tables rondes ou de réunions bilatérales sur les services financiers numériques avec les régulateurs et/ou les prestataires.
	Capacité à faire part des griefs des consommateurs aux PSF	Principaux défis rencontrés par les consommateurs de services financiers numériques : Représentation - manque d'implication des associations de consommateurs dans l'élaboration des politiques
	Niveau de compréhension des questions techniques et politiques relatives aux SFN	Niveau de compréhension des questions techniques et politiques relatives aux services financiers numériques
	Ampleur des programmes de renforcement des capacités axés sur les SFN	Raison de ne pas s'engager dans une campagne politique dans l'espace réglementaire des services financiers numériques : manque de connaissances
	Fréquence de l'engagement avec les prestataires de services de SFN pour se tenir au courant des tendances du secteur	

Élément 6 État de l'Infrastructure des Services Financiers Numériques	Perception de la disponibilité de l'infrastructure SFN pour CICO	Principaux défis rencontrés par les consommateurs de services financiers numériques : Disponibilité des services financiers numériques
	Disponibilité des méthodes de paiement numérique	Principaux défis rencontrés par les consommateurs de services financiers numériques : Accès aux services financiers numériques

	2023	2022
Élément 7 Inclusivité des Services Financiers Numérique	Perception de la prévalence des écarts dans l'accès et l'utilisation des SFN pour les consommateurs défavorisés	Perception de la prévalence d'un fossé dans l'accès et l'utilisation des services financiers numériques pour les consommateurs défavorisés
	Principaux défis rencontrés par les consommateurs de SFN : inclusivité et protection des consommateurs défavorisés	Perception de la prévalence de l'écart entre les hommes et les femmes dans l'accès et l'utilisation des services financiers numériques
	Perception de l'impact du clivage urbain/rural sur l'accès et l'utilisation des SFN	Perception de l'impact du fossé urbain/rural sur l'accès et l'utilisation des services financiers numériques
	Initiatives du PSF et du secteur public pour améliorer l'inclusivité des SFN	Principaux défis rencontrés par les consommateurs de services financiers numériques : Inclusivité et protection des consommateurs défavorisés
	Qualité de l'utilisation des SFN par les groupes vulnérables	
	Initiatives gouvernementales visant à améliorer la résilience climatique des groupes vulnérables	
	Perception de la prévalence des écarts dans l'accès et l'utilisation des SFN pour les consommateurs défavorisés.	
	Principaux défis rencontrés par les consommateurs de SFN : inclusivité et protection des consommateurs défavorisés	
	Perception de l'impact du clivage urbain/rural sur l'accès et l'utilisation des SFN	
	Initiatives du PSF et du secteur public pour améliorer l'inclusivité des SFN	
Qualité de l'utilisation des SFN par les groupes vulnérables		
Initiatives gouvernementales visant à améliorer la résilience climatique des groupes vulnérables		
Élément 8 Expérience vécue des Services Financiers Numériques	Perception de l'adoption des SFN	
	Niveau de confiance perçu par les consommateurs des SFN	Principaux défis auxquels sont confrontés les consommateurs de services financiers numériques : Disponibilité d'un système efficace de résolution des litiges et de recours pour les consommateurs

	Facteurs contribuant au manque de confiance	Principaux défis rencontrés par les prestataires de services financiers pour proposer des produits centrés sur le consommateur : Absence ou inefficacité des mécanismes de recours et de compensation
	Efforts déployés par les prestataires de services SFN pour accroître le niveau de confiance des consommateurs	Principaux défis rencontrés par les prestataires de services financiers pour promouvoir des produits centrés sur le consommateur : mécanismes inadéquats de retour d'information de la part des consommateurs
	Connaissance par les consommateurs des mécanismes de recours disponibles	
	Accessibilité des mécanismes de recours pour les consommateurs	
	Équité du processus décisionnel dans le cadre des mécanismes de recours	
	Efficacité des mécanismes de recours dans la résolution des plaintes des consommateurs	
	2023	2022
Élément 9 Ampleur des résultats positifs	Familiarité avec le concept de traitement équitable des consommateurs (« TEC »)	Principaux défis auxquels sont confrontés les consommateurs de services financiers numériques : Durabilité - promotion de modes de consommation durables, c'est-à-dire de pratiques environnementales, sociales et de gouvernance dans le secteur bancaire.
	Perception que les PSF appliquent le concept de TEC	
	Perception des résultats des TEC : adéquation, choix, équité et respect, voix, sûreté et sécurité, satisfaction de l'objectif du consommateur	
	Familiarité avec le concept de traitement équitable des consommateurs (« TEC »)	
	Accès des consommateurs à l'épargne d'urgence	
	Capacité des consommateurs à épargner pour leurs objectifs financiers à long terme	
	Résilience climatique des consommateurs	

Le tableau ci-dessous donne un aperçu de l'échantillon de pays pour 2023 et de sa représentativité en 2022 par rapport à 2023 :

Tableau 4 : Aperçu de l'échantillon de pays

Source : Enquête de référence de l'Accélérateur de Finance Numérique Équitable, plus [Banque Mondiale](#), n.d pour la classification régionale et le total

Région	Pays de l'Accélérateur de Finance Numérique Équitable	Pays à revenu faible et intermédiaire	Représentation en %. (2023)	Représentation en %. (2022)
Asie de l'Est et Pacifique	4	23	17,4%	21,7%

Europe et Asie centrale	2	20	10%	5,0%
Amérique latine et Caraïbes	4	25	16%	20,0%
Moyen-Orient et Afrique du Nord	2	13	15,4%	23,1%
Asie du Sud	4	8	40%	25,0%
Afrique subsaharienne	9	47	19,2%	25,5%
Total	25	136	18,4%	19,8% (29)

ANNEXE B:

MÉTHODOLOGIE DE L'INDICE ET STRUCTURE DE L'ÉCHANTILLON

La méthodologie suivie pour compiler l'Indice de la Finance Numérique Équitable suit les méthodologies de calcul d'indice des meilleures pratiques établies. Les indices retenus pour les méthodologies de meilleures pratiques comprennent les indices de réglementation et de connectivité de la GSMA, l'indice de résultat de la protection des consommateurs financiers pour le Kenya publié par la FSDK, ainsi que l'Indice de Protection et d'Autonomisation des Consommateurs de Consumer International, qui s'est inspiré du Manuel pour la construction d'indicateurs composites de l'OCDE

Note concernant la disponibilité des données. Certaines variables ne sont mises à jour que tous les deux ans - en particulier si la variable ne varie pas de manière significative d'une année sur l'autre et si la collecte des données est particulièrement complexe. C'est le cas de toutes les variables utilisées dans Findex, qui a été mis à jour pour 2022, mais qui ne sera pas actualisé au cours des trois prochaines années, et de l'enquête de la Banque mondiale sur l'Inclusion Financière et la Protection du Consommateur. Pour cette dernière, une nouvelle enquête a été publiée en 2023, et le cadre de protection financière des consommateurs devrait donc refléter l'état actuel des cadres de protection financière des consommateurs dans l'indice.

Méthodologie pour traiter les données manquantes. Pour s'assurer que les variables incluses sont aussi complètes que possible, l'indice utilise des données de substitution lorsqu'elles sont disponibles. Pour les variables tirées de sources de données liées à des séries chronologiques, lorsque des données peuvent manquer pour un pays dans son ajout le plus récent, les données disponibles les plus récentes sont utilisées comme données de remplacement. Cela a été fait principalement pour les variables tirées de Findex, où plusieurs pays à revenu faible ou intermédiaire ont été exclus de l'édition 2022²⁸. Si les données pour un pays donné sont manquantes au niveau de la variable, l'indicateur est

²⁸ Les données Findex de 2017 ont été utilisées pour le Mexique et les données de 2014 pour le Soudan.

calculé sans cette valeur - de sorte que le poids de cette variable est égal à zéro²⁹. Toutefois, si un indicateur donné ne peut être calculé en raison de données manquantes pour toutes les variables qui le composent, le score est imputé et remplacé par la valeur minimale pour cet indicateur.

Seuil d'exclusion variable. Pour garantir l'intégrité de l'indice après avoir pris en compte les données manquantes par le biais de variables ou de pondérations, un seuil a été appliqué selon lequel chaque variable incluse dans l'indice dispose de données sur au moins deux tiers de l'ensemble des pays. Étant donné que l'indice est composé de 95 indicateurs individuels, les pays dont les valeurs manquantes sont supérieures au seuil de 32 seront exclus de l'indice. Cela garantit qu'une proportion significative des données pour chaque variable est basée sur des données réelles et que l'indicateur comprend en grande partie des données et non des valeurs manquantes. Il en résulte que tous les pays qui ont répondu à l'enquête pertinente n'ont pas été inclus dans l'indice final calculé. Comme le montre le tableau 5, seul le Yémen a été exclu en raison de la présence d'indicateurs manquants à 43 reprises.

Tableau 5: Nombre de valeurs manquantes par pays

Source: Enquête sur la Finance Numérique Équitable de Consumers International

Pays	Valeurs Manquantes	État d'avancement
Bangladesh	19	Inclus
Costa Rica	4	Inclus
Équateur	0	Inclus
Fidji	30	Inclus
Inde	0	Inclus
Indonésie	0	Inclus
Côte d'Ivoire	14	Inclus
Kenya	1	Inclus
Liban	1	Inclus
Malaisie	7	Inclus
Mali	30	Inclus
Mexique	9	Inclus
Myanmar	14	Inclus
Népal	15	Inclus
Niger	31	Inclus
Nigéria	0	Inclus
Pakistan (en anglais)	2	Inclus
Russie	5	Inclus
Rwanda	8	Inclus
Sainte-Lucie	26	Inclus
Soudan (en anglais)	11	Inclus
Tadjikistan	31	Inclus
Tanzanie	1	Inclus

²⁹ L'inconvénient de cette approche est que, lorsque les indicateurs utilisent un nombre limité de variables et qu'une ou plusieurs variables sont manquantes, le(s) score(s) obtenu(s) risque(nt) de ne pas refléter fidèlement l'ensemble de l'indicateur, mais plutôt une seule variable.

Ouganda	17	Inclus
Yémen	43	Exclus
Zimbabwe	15	Inclus

Pondération des éléments, des piliers et des indicateurs. Pour agréger les indicateurs en notes d'Élément (et les notes d'Élément en notes de pilier et les notes de pilier en note d'indice global), il est nécessaire d'attribuer une pondération à chaque composante de l'indice. Les pondérations au niveau de l'élément, du pilier et de l'indice global sont calculées de manière uniforme. Au niveau de l'indicateur, lorsqu'un indicateur unique combine des sources de données entièrement composées de variables basées sur la perception (à partir de l'enquête de référence sur l'accélérateur), des demi-pondérations sont attribuées à chacun des indicateurs pertinents lors de l'agrégation des scores au niveau de l'Élément.

Normalisation. Pour agréger de manière significative différents types de données, il est nécessaire d'appliquer un système de notation standard à toutes les sources de données. Pour tenir compte des différentes unités de mesure et des différents intervalles de variation entre les indicateurs, on utilise l'approche minimum-maximum, qui transforme tous les indicateurs de manière à ce qu'ils se situent dans une fourchette comprise entre 0 et 100, en utilisant la formule suivante :

$$I_{q,c} = \frac{x_{q,c} - \min_c(x_q)}{\max_c(x_q) - \min_c(x_q)}$$

Où « I » est la valeur min-max normalisée, « x » représente la valeur réelle et les indices « q » et « c » représentent respectivement la variable et le pays.

L'approche minimum-maximum est préférée à d'autres approches telles que les classements et les échelles catégorielles, car elle conserve des informations au niveau de l'intervalle. Par exemple, dans le cas du classement de l'utilisation des comptes financiers, le pays A peut avoir un taux d'utilisation de 75 %, le pays B un taux d'utilisation de 70 % et le pays C un taux d'utilisation de 60 %. Ces pays seraient donc classés dans l'ordre 1, 2 et 3 respectivement (ou ils pourraient tous être classés comme ayant le score le plus élevé sur une échelle ordinale). Toutefois, ce classement ne tient pas compte des différences entre les pays - en particulier le fait que le résultat de B est beaucoup plus proche du résultat de A que du résultat de C.

Lorsque les données utilisées prennent la forme d'une mesure catégorielle, ces variables sont classées et une valeur numérique comprise entre 0 et 100 leur est attribuée en fonction de leur classement relatif. Par exemple, dans l'enquête de référence de l'accélérateur, lorsqu'il est demandé aux associations de consommateurs de classer la gravité d'un problème donné selon qu'il s'agit d'un « défi », d'un « certain défi » ou d'un « pas un défi », en fonction du choix de la personne interrogée, des notes de 0, 50 et 100 leur sont respectivement attribuées. C'est exclusivement le cas pour les variables tirées de l'enquête de référence sur les accélérateurs. Pour les variables qui sont déjà normalisées avant l'agrégation, aucune transformation supplémentaire n'est appliquée. Par exemple, l'accès aux comptes financiers (% d'adultes) est déjà normalisé, la valeur minimale possible étant 0 % et la valeur maximale 100 %.

Agrégation. Une fois les pondérations attribuées aux indicateurs, aux éléments et aux piliers, elles doivent être agrégées pour produire les notes globales correspondantes. Cette agrégation est réalisée par la moyenne arithmétique en s'appuyant sur l'approche de pondération décrite ci-dessus.

Convertir les scores pour mesurer les résultats positifs. Afin de garantir une interprétation cohérente de tous les scores, toutes les variables sont converties en valeurs positives avant d'être normalisées et agrégées. Cela signifie que, lorsque les variables mesurent un événement négatif, comme dans le cas d'un écart entre les sexes ou de la prévalence d'un risque, elles sont inversées pour mesurer l'absence de l'événement négatif. Lorsqu'un événement positif est mesuré, les scores sont laissés tels quels. Cela permet de garantir que, pour toutes les variables, les scores les plus élevés sont les meilleurs.

Groupes de Pays. Le rapport présente les résultats pour des groupes de pays plutôt qu'au niveau du score individuel de chaque pays. Cela permet une comparaison significative entre pairs sans porter de jugement sur un pays en particulier, étant donné la nécessité d'interpréter les résultats de l'indice dans un contexte national. Pour les besoins de l'indice, trois groupes ont été définis sur la base du score global normalisé :

Avancé - score normalisé de 66,67 et plus. Les pays avancés obtiennent de bons résultats sur plusieurs piliers et sur plusieurs éléments et ils se caractérisent généralement par des cadres de protection des consommateurs de produits financiers plus développés et par de meilleurs résultats pour les consommateurs.

Pays en transition - score normalisé de 33,33 à 66,66. Les pays en transition affichent des performances intermédiaires au regard des différents piliers et éléments, mais doivent encore s'améliorer dans des domaines tels que les résultats pour les utilisateurs et les besoins en matière de protection.

Émergents - score normalisé de 33,32 ou moins. Les pays émergents disposent d'une marge de progression importante dans tous les domaines.

Conformément à la méthodologie décrite ci-dessus, une ventilation du score global normalisé par pays est fournie dans le tableau 6 ci-dessous, ainsi que le groupe de pays dans lequel ils sont classés dans le tableau 7.

Tableau 6: Répartition des pays par groupe de pays
Source: Enquête sur la Finance Numérique Équitable de Consumers International

Pays	Classement	Note globale	Note globale (normalisé)	Groupe de pays
Malaisie	1	63,7	100,0	Avancé (66,66 – 100)
Inde	2	62,1	94,2	
Ouganda	3	59,6	85,3	
Sainte-Lucie	4	54,9	68,6	
Équateur	5	54,9	68,3	
Indonésie	6	53,5	63,4	En Transition (33,33 – 66,65)
Nigéria	7	53,1	62,1	
Fidji	8	52,0	58,2	
Côte d'Ivoire	9	50,7	53,3	
Kenya	10	50,3	52,0	

Russie	11	46,4	38,2	Émergents (0 – 33,32)
Bangladesh	12	45,3	34,0	
Tadjikistan	13	44,7	31,9	
Mali	14	44,6	31,5	
Costa Rica	15	43,9	29,1	
Zimbabwe	16	43,9	29,1	
Tanzanie	17	43,9	29,1	
Pakistan	18	43,1	26,3	
Rwanda	19	42,1	22,7	
Népal	20	41,3	19,9	
Mexique	21	41,3	19,8	
Niger	22	40,9	18,6	
Liban	23	38,4	9,4	
Myanmar	24	35,8	0,0	
Soudan	25	35,8	0,0	

Tableau 7: Vue d'ensemble des pays de chaque groupe

Source: Enquête sur la Finance Numérique Équitable de Consumers International

Groupes	Asie de l'Est et Pacifique	Europe et Asie centrale	Amérique latine et Caraïbes	Moyen-Orient et Afrique du Nord	Asie du Sud	Afrique subsaharienne	Total
Avancés	Malaisie		Équateur Sainte-Lucie		Inde	Ouganda	5
En transition	Fidji,	Russie			Bangladesh	Kenya, Nigeria, Côte d'Ivoire	7
Émergents	Indonésie	Tadjikistan	Costa Rica Mexique	Soudan Liban	Pakistan Népal	Mali, Niger, Rwanda,	13
Total	4	2	4	2	3	9	25

Les groupes de pays sont largement cohérents. Le tableau 8 ci-dessous compare les pays de chaque groupe dans les analyses de 2022 et 2023. Dans la région Asie de l'Est et Pacifique, la Malaisie et l'Indonésie ont conservé leur position de pays avancé et de pays en transition, respectivement. Il est décourageant de constater que les Fidji et le Myanmar sont moins bien classés dans l'étude de 2023. De même, la Russie est également moins bien classée. En Amérique latine, l'Équateur a conservé sa position dans le groupe des pays avancés, mais le Mexique et le Costa Rica ont tous deux obtenu des résultats inférieurs en 2023, le Costa Rica passant notamment du groupe des pays avancés en 2022 au groupe des pays émergents en 2023. De même, en Afrique du Nord, le Soudan a vu sa note baisser. En Asie du Sud, l'Inde a conservé son statut de nation avancée, tandis que le Bangladesh a régressé. Enfin, en Afrique subsaharienne, le Kenya et le Zimbabwe ont vu leur classement diminuer, tandis que des pays comme le Nigeria, le Mali, le Niger et la Côte d'Ivoire ont conservé leur position. Sur une note positive, l'Ouganda est passé dans le groupe des pays avancés en 2023. Dans l'ensemble, la comparaison des groupes de pays révèle une tendance à la détérioration des résultats de l'indice pour plusieurs pays.

Tableau 8: Comparaison des pays par groupe de pays en 2023 et 2022:
 Source: Enquête sur la Finance Numérique Équitable de Consumers International

Groupes	Avancés		En transition		Émergents		Total	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Asie de l'Est et Pacifique	Malaisie	Malaisie, Fidji	Fidji, Indonésie	Indonésie, Myanmar, Philippines	Myanmar		4	5
Europe et Asie centrale		Russie	Russie		Tadjikistan		2	1
Amérique latine et Caraïbes	Équateur, Sainte-Lucie	Brésil, Costa Rica, Équateur		Mexique, Nicaragua	Costa Rica, Mexique		4	5
Moyen-Orient et Afrique du Nord		Maroc, Algérie		Soudan, Yémen	Soudan, Liban		2	4
Asie du Sud	Inde	Bangladesh, Inde	Bangladesh		Pakistan, Népal		3	2
Afrique subsaharienne	Ouganda	Kenya	Kenya, Nigeria, Côte d'Ivoire	Rwanda, Sénégal, Zimbabwe, Nigéria, Côte d'Ivoire, Tchad, Cabo Verde	Mali, Niger, Rwanda, Zimbabwe, Tanzanie	Mali, Niger, Gambie, Bénin	9	12
Total	5	11	7	14	13	4	25	29

ANNEXE C :

LISTES D'INDICATEURS ET DE VARIABLES DE DONNÉES

BESOINS DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS DE SERVICES FINANCIERS

ÉLÉMENT 1 – Statut des risques liés aux services financiers numériques : Cet Élément se compose de six indicateurs présentés dans le Tableau 9 qui représentent les principaux risques liés aux services financiers numériques qui ont un impact sur les consommateurs dans les pays à revenu faible et intermédiaire. Les risques pris en compte ont été adaptés à partir de la typologie des risques liés aux services financiers numériques du CGAP (2022). Tous les indicateurs de cet élément proviennent de l'enquête sur la finance numérique équitable de Consumers International.

Tableau 9: Liste des indicateurs et des sources de l'Élément 1

Indicateurs	Variable	Source
1. Fraude	Ampleur des risques de fraude pour les consommateurs de SFN	Enquête du FDFA
	Les types de risques de fraude qui préoccupent les consommateurs	
2. Utilisation abusive des données	Confiance des consommateurs dans la capacité des prestataires de SFN à protéger les données personnelles des consommateurs et à ne pas les utiliser à mauvais escient.	
3. Manque de transparence	Le manque de transparence des prestataires de SFN en ce qui concerne leurs conditions générales et leurs processus de traitement des données constitue un risque pour les consommateurs.	
4. Mécanismes de recours inadéquats	Défis liés à l'inadéquation des mécanismes de recours lorsque les consommateurs utilisent les services financiers	
5. Risques liés aux institutions et aux agents (risques transversaux)	Principaux risques encourus par les consommateurs lorsqu'ils traitent avec des prestataires de SFN	
	Niveau de confiance des consommateurs dans les pratiques et l'intégrité des agents représentant les prestataires SFN	
	Exemples de problèmes liés aux agents qui préoccupent fortement les consommateurs	
	Prévalence du surendettement chez les consommateurs de SFN	
	Facteurs qui contribuent le plus au surendettement des utilisateurs de SFN	
6. Temps d'indisponibilité du réseau (risque transversal)	Fréquence des pannes de réseau rencontrées par les consommateurs lors de l'utilisation de SFN	

ÉLÉMENT 2 – Capacité des consommateurs en matière de services financiers numériques : Cet élément est composé de deux indicateurs, comme le montre le tableau ci-dessous. Le premier concerne les résultats en matière d'éducation numérique et financière et le second, la présence de programmes d'éducation numérique et financière. Ces indicateurs sont issus de l'enquête mondiale Findex et de l'enquête sur la finance numérique équitable de Consumers International.

Tableau 10: Liste des indicateurs et des sources pour l'Élément 2

Indicateurs	Variable	Source
1. Résultats en matière de culture numérique et financière	Mesure dans laquelle le manque de connaissances numériques et financières a constitué un défi pour les consommateurs	Enquête sur la finance numérique équitable de Consumers International
	Ampleur du fossé entre zones urbaines et rurales affectant la capacité à utiliser les SFN	
	Importance de l'écart de genre concernant la capacité d'utiliser les SFN	
	Possibilité d'utiliser un compte dans une banque ou une institution financière sans aide en cas d'ouverture	Findex
2. Présence de programmes d'alphabétisation numérique et financière	Existence d'un engagement gouvernemental pour l'éducation financière des consommateurs	Enquête sur la finance numérique équitable de Consumers International
	Existence d'initiatives d'éducation financière par les prestataires de services financiers ou les organisations de la société civile	
	Ampleur des campagnes d'éducation numérique et financière menées par les associations de consommateurs pour soutenir les consommateurs	

STATUT DU CADRE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS DE SERVICES FINANCIERS

ÉLÉMENT 3 – Statut du cadre de protection des consommateurs de produits financiers : Cet élément se compose de huit indicateurs qui évaluent la présence et la solidité de divers éléments constitutifs d'un cadre de protection des consommateurs de produits financiers, comme le montre le tableau 11.

Tableau 11: Liste des indicateurs et des sources pour l'Élément 3

Indicateurs	Variable	Source
1. Loi sur la protection financière des consommateurs	Cadre juridique de la protection des consommateurs de produits financiers	Enquête FICP de la Banque Mondiale
2. Mécanisme de recours indépendant et systèmes de réclamation bien établis	Existence d'un système de règlement interne des litiges (IDR)	
	Existence de modes alternatifs de résolution des litiges (ADR)	
3. Exigences en matière de divulgation et de transparence	Exigences d'information par type de PSF	
	Exigences de divulgation par stade de la relation avec le consommateur	
4. Cadre de cybersécurité	Indice mondial de cybersécurité de l'UIT	
5. Cadre de protection des données	Loi sur la protection des données	
6. Perception de la solidité du cadre de protection des	Satisfaction à l'égard du cadre réglementaire des SFN, du point de vue des consommateurs	Enquête sur la finance numérique équitable de

consommateurs de produits financiers		Consumers International
7. Solidité de la supervision et de l'application	Activités de surveillance	Enquête FICP de la Banque Mondiale
	Pouvoirs d'application de la Loi	
8. Réclamations des consommateurs	Collecte de données agrégées sur les plaintes des consommateurs	
	Utilisation des données relatives aux réclamations	

ÉLÉMENT 4 – Orientation commerciale en faveur de la protection des consommateurs de produits

financiers : L'adoption de pratiques commerciales loyales est le seul indicateur de cet élément, comme le montre le tableau 12.

Tableau 12 : Liste des indicateurs et des sources pour l'Élément 4

Indicateurs	Variable	Source
1. Adoption de pratiques commerciales équitables	Inclusion de principes explicites de traitement équitable des consommateurs dans le cadre réglementaire du secteur financier	Enquête sur la finance numérique équitable de Consumers International
	Applicabilité ou portée de ces principes	
	Dispositions visant à limiter les emprunts excessifs contractés par les particuliers	Enquête FICP de la Banque Mondiale
	Dispositions visant à interdire/limiter les pratiques déloyales	
	Dispositions visant à interdire/restreindre les conditions ou les pratiques qui limitent la mobilité des consommateurs	
	Normes minimales pour les pratiques de recouvrement de créances	

ÉLÉMENT 5 – l'engagement des consommateurs, de leurs défenseurs, des prestataires de services financiers et des régulateurs dans la protection financière des consommateurs : Cet élément se compose de trois indicateurs, spécifiés dans le tableau 13, qui permettent d'évaluer dans quelle mesure le marché des services financiers et le dialogue politique intègrent la représentation des consommateurs.

Tableau 13: Liste des indicateurs et des sources pour l'Élément 5

Indicateurs	Variable	Source
1. Ampleur et qualité de l'engagement des consommateurs au sein des SFN	Fréquence de l'engagement avec la Banque centrale	Enquête sur la finance numérique équitable de
	Fréquence de l'engagement avec d'autres régulateurs financiers	

	Capacité à faire part aux régulateurs des doléances des consommateurs	Consumers International
	Degré de consultation des régulateurs lors de la formulation de nouvelles politiques	
	Fréquence d'engagement avec les prestataires de services financiers	
	Capacité à faire part des griefs des consommateurs aux prestataires de services financiers	
2. Connaissance spécialisée du marché des services financiers numériques par les associations de consommateurs	Niveau de compréhension des questions techniques et politiques relatives aux SFN	
	Importance des programmes de renforcement des capacités axés sur les SFN	
	Fréquence du dialogue avec les prestataires de SFN pour être informé des tendances du secteur	

CONDITIONS ÉQUITABLES POUR LA FINANCE NUMÉRIQUE

Le troisième pilier se compose de trois Éléments qui comprennent chacun différents indicateurs :

ÉLÉMENT 6 – infrastructure habilitante pour les services financiers numériques : L'adoption et l'utilisation des services financiers numériques nécessitent une infrastructure nécessaire et appropriée. L'élément se compose de six indicateurs qui sont présentés dans le tableau 14 ci-dessous. Les sources de données primaires sont Findex, l'indice de connectivité GSMA et l'enquête sur la finance numérique équitable de Consumers International.

Tableau 14: Liste des indicateurs et des sources pour l'Élément 6

Indicateurs	Variable	Source
1. Niveau de connectivité : étendue du réseau	Pourcentage de la population desservie par les réseaux 2G	Indice de connectivité GSMA
	Pourcentage de la population desservie par les réseaux 3G	
	Pourcentage de la population desservie par les réseaux 4G	
2. Accessibilité des systèmes de paiement numérique	Perception de la disponibilité de l'infrastructure SFN pour le CICO	Enquête sur la finance numérique équitable de Consumers International
3. Implantation des prestataires de services financiers	Disponibilité des moyens de paiement numériques	
4. Déploiement de la téléphonie mobile	Couverture des propriétaires de téléphones mobiles en % de la population	Indice de connectivité GSMA
5. Coût des données	Coût de 100 Mo de données (% du PIB mensuel par habitant)	
	Coût de 500 Mo de données (% du PIB mensuel par habitant)	
	Coût de 1 GB de données (% du PIB mensuel par habitant)	

	Coût de 5GB de données (% du PIB mensuel par habitant)	
	Coût de l'appareil compatible avec Internet le plus économique (% du PIB mensuel par habitant)	
6. Connectivité du réseau : fiabilité	Vitesses moyennes de téléchargement haut débit mobile	
	Vitesses moyennes de télétransmission de l'Internet mobile à haut débit	
	Latences moyennes du haut débit mobile	

ÉLÉMENT 7 – Inclusivité des services financiers numériques: L'inclusion est un élément clé de la vision de ConsumersInternational pour une finance numérique équitable. Les indicateurs sont présentés dans le tableau 15 ci-dessous, tous issus de l'enquête de Consumers International sur la finance numérique équitable.

Tableau 15: Liste des indicateurs et des sources pour l'Élément 7

Indicateurs	Variable	Source
1. Inclusivité des groupes vulnérables dans les SFN	Perception de la prévalence des lacunes dans l'accès et l'utilisation des SFN pour les consommateurs défavorisés	Enquête sur la finance numérique équitable de Consumers International
	Principaux défis rencontrés par les consommateurs de SFN : Inclusivité et protection des consommateurs défavorisés	
	Perception de l'impact du clivage urbain/rural sur l'accès et l'utilisation des SFN	
	Initiatives du PSF et du secteur public pour améliorer l'inclusivité des SFN	
	Qualité de l'utilisation des SFN pour les groupes vulnérables	
	Initiatives gouvernementales visant à améliorer la résilience climatique des groupes vulnérables	

ÉLÉMENT 8 – Expérience vécue des services financiers numériques : Le tableau 16 résume les sources et les indicateurs clés de cet élément.

Tableau 16: Liste des indicateurs et des sources pour l'Élément 8

Indicateurs	Variable	Source
1. Utilisation des SFN	Perception d'un salaire : sur un compte (15 ans et plus en %)	Findex
	Épargne auprès d'une institution financière ou utilisation d'un compte d'argent mobile (15 ans et plus en %)	
	Effectuer ou recevoir un paiement numérique (15 ans et plus en %)	
	Paiement d'un service public : utilisation d'un compte (15 ans et plus en %)	

	Perception de l'utilisation du SFN	Enquête sur la finance numérique équitable de Consumers International
2. Degré d'engagement dans les canaux numériques	Pénétration des médias sociaux mobiles	Indice de connectivité GSMA
	Utiliser un téléphone portable ou l'internet pour effectuer des paiements, effectuer des achats ou envoyer/recevoir de l'argent en utilisant le compte d'une institution financière. (15 ans et plus en %)	Findex
	Utilisation d'un téléphone portable ou de l'internet pour vérifier le solde d'un compte (%)	
	Utilisation d'un téléphone portable ou de l'internet pour payer des factures (15 ans et plus en %)	
3. Niveau de confiance déclaré dans les prestataires de services financiers	Raison pour laquelle ils n'utilisent pas leur compte inactif : ne font pas confiance aux banques ou aux institutions financières (15 ans et plus en %)	Enquête sur la finance numérique équitable de Consumers International
	Pas de compte bancaire en raison d'un manque de confiance dans les institutions financières (15 ans et plus en %)	
	Niveau de confiance perçu par les consommateurs de SFN	
	Facteurs contribuant au manque de confiance	
	Efforts des prestataires de SFN pour accroître le niveau de confiance avec les consommateurs	
4. Efficacité des recours des consommateurs	Sensibilisation des consommateurs aux mécanismes de recours disponibles	Enquête sur la finance numérique équitable de Consumers International
	Accessibilité des mécanismes de recours pour les consommateurs	
	Équité du processus décisionnel dans le cadre des mécanismes de recours	
	Efficacité des mécanismes de recours dans la résolution des plaintes des consommateurs	

RÉSULTATS POUR LES CONSOMMATEURS DE FINANCE NUMÉRIQUE ÉQUITABLE

ÉLÉMENT 9 – Résultats des services financiers numériques: Cet élément se compose de trois indicateurs, comme le montre le tableau 17 ci-dessous. Ces indicateurs visent à évaluer si les services financiers numériques apportent de la valeur et de l'équité aux consommateurs et s'ils contribuent à la durabilité et à la résilience des consommateurs.

Tableau 17: Liste des indicateurs et des sources pour l'Élément 9

Indicateurs	Variable	Source
1. Indicateur de résultats en matière de consommation équitable	Familiarité avec le concept de résultats équitables pour les consommateurs	Enquête sur la finance numérique équitable de Consumers International
	Perception de l'application de résultats équitables pour le consommateur par les prestataires de services financiers	
	Perception de résultats équitables pour les consommateurs : adéquation, choix, équité et respect, voix, sûreté et sécurité, respect de l'objectif du consommateur.	
2. Santé financière et bien-être	Accès des consommateurs à l'épargne d'urgence	
	Capacité des consommateurs à épargner pour leurs objectifs financiers à long terme	
	Inquiétude à ne pas pouvoir payer les frais médicaux en cas de maladie grave ou d'accident : très inquiet (15 ans et + en %)	
	Inquiétude à ne pas avoir assez d'argent pour les dépenses mensuelles ou les factures : très inquiet (15 ans et + en %)	
	Inquiétude à ne pas avoir assez d'argent pour la vieillesse : très inquiet (15 ans et + en %)	
	Inquiétude à ne pas pouvoir payer les frais de scolarité ou d'éducation : très inquiet (15 ans et + en %)	
Avoir connu ou continuer à connaître de graves difficultés financières en raison des perturbations causées par le COVID-19 : très inquiet (15 ans et + en %)		
3. Les SFN soutiennent le développement durable	La résilience climatique des consommateurs	Enquête sur la finance numérique équitable de Consumers International

ANNEXE D :

SCORE DE L'INDICATEUR PAR ÉLÉMENTS

ÉLÉMENT 1 : État des risques liés aux services financiers numériques

Tableau 18 : Score des indicateurs de l'élément 1

	Fraudes	Risques institutionnels et liés aux agents (risque transversal)	Mauvaise utilisation des données	Manque de transparence	Fréquence à laquelle les consommateurs subissent des temps d'arrêt du réseau lors de l'utilisation des SFN
Avancés	52,5	56,7	33,3	75,0	55,0
En transition	44,1	52,2	33,3	62,5	37,5
Émergents	56,2	46,1	30,0	43,1	25,0
Asie de l'Est et Pacifique	29,7	50,0	22,2	25,0	37,5
Europe et Asie centrale	62,5	57,5	33,3	100,0	25,0
Amérique latine et Caraïbes	72,7	60,0	33,3	87,5	37,5
Moyen-Orient et Afrique du Nord	59,4	47,5	16,7	0,0	25,0
Asie du Sud	49,1	45,4	25,0	41,7	43,8
Afrique subsaharienne	49,0	46,9	46,7	62,5	33,3
Note Globale	51,6	50,2	31,7	54,9	35,0

ÉLÉMENT 2 : Capacité des consommateurs

Tableau 19 : Score des indicateurs de l'élément 2

	Résultats en matière d'éducation numérique et financière	Présence de programmes d'éducation numérique et financière
Avancés	45,2	79,2
En transition	36,6	54,2
Émergents	23,3	52,6
Asie de l'Est et Pacifique	32,4	83,3
Europe et Asie centrale	38,5	50,0
Amérique latine et Caraïbes	31,8	58,3
Moyen-Orient et Afrique du Nord	31,2	50,0
Asie du Sud	24,9	45,8

Afrique subsaharienne	35,0	64,8
Note Globale	32,4	61,3

ÉLÉMENT 3 : Statut du cadre de protection des consommateurs de produits financiers

Tableau 20 : Score des indicateurs de l'élément 3

	Mécanisme de recours indépendant et systèmes de plaintes établis	Exigences en matière de divulgation et de transparence	Niveau de supervision et d'application de la loi	Plaintes des consommateurs	Protection des consommateurs de produits financiers, loi sur la protection des consommateurs	Structure de cybersécurité	Perception de la solidité du cadre de protection des consommateurs de produits financiers	Cadre de protection des données
Avancés	100,0	63,9	69,6	96,7	88,9	58,2	54,2	66,7
En transition	68,3	55,6	64,1	80,0	77,8	69,3	56,3	50,0
Émergents	60,0	66,7	47,8	58,6	71,4	49,1	58,3	42,9
Asie de l'Est et Pacifique	98,3	55,6	71,9	90,0	88,9	64,6	50,0	66,7
Europe et Asie centrale	60,0	58,3	56,7	80,0	66,7	57,6	33,3	0,0
Amérique latine et Caraïbes	65,0	55,6	56,3	66,7	77,8	46,6	54,2	66,7
Moyen-Orient et Afrique du Nord	50,0	70,8	25,6	60,0	50,0	32,7	33,3	50,0
Asie du Sud	66,7	66,7	73,0	93,3	55,6	72,2	50,0	0,0
Afrique subsaharienne	70,0	64,6	54,2	57,5	100,0	59,2	79,6	75,0
Note Globale	70,6	62,0	58,0	73,8	77,1	57,9	58,7	50,0

ÉLÉMENT 4 : Niveau d'Orientation vers la clientèle de la Protection des Consommateurs de Services Financiers

Tableau 21 : Score des indicateurs de l'élément 4

	Niveau de centrage client
Avancés	73,7
En transition	50,1
Émergents	56,0
Asie de l'Est et Pacifique	53,3
Europe et Asie centrale	23,3
Amérique latine et Caraïbes	56,4
Moyen-Orient et Afrique du Nord	43,5
Asie du Sud	61,1

Afrique subsaharienne	69,5
Note Globale	57,7

ÉLÉMENT 5 : Ampleur de l'engagement

Tableau 22 : Score des indicateurs de l'élément 5

	Étendue et qualité de l'engagement des consommateurs au sein des SFN	Connaissance spécialisée en matière de SFN par les consommateurs
Avancés	40,5	42,2
En transition	48,8	61,5
Émergents	40,3	35,3
Asie de l'Est et Pacifique	36,3	44,4
Europe et Asie centrale	19,2	55,8
Amérique latine et Caraïbes	18,8	43,6
Moyen-Orient et Afrique du Nord	39,2	36,7
Asie du Sud	43,7	40,9
Afrique subsaharienne	62,7	47,3
Note Globale	43,0	45,1

ÉLÉMENT 6 : État de l'infrastructure habilitante des Services Financiers Numériques

Tableau 23 : Score des indicateurs de l'élément 6

	Niveau de Connectivité : portée du réseau	Accessibilité des systèmes de paiement numérique	Implantation des prestataires de services financiers	Prévalence de la téléphonie mobile	Coût des données	Fiabilité de la connectivité du réseau
Avancés	95,5	62,5	80,0	62,5	58,3	47,2
En transition	93,4	66,7	56,3	61,8	55,5	44,1
Émergents	87,7	61,1	50,0	53,0	40,9	40,9
Asie de l'Est et	96,4	55,6	41,7	68,5	56,2	58,0
Europe et Asie	92,3	50,0	66,7	71,7	53,5	42,7
Amérique latine	95,4	75,0	91,7	69,0	61,2	44,8
Moyen-Orient et Afrique du Nord	87,0	16,7	50,0	56,5	36,3	43,4
Asie du Sud	92,2	70,8	58,3	57,2	62,2	47,4
Afrique	86,9	70,4	50,0	45,3	36,4	34,2
Note Globale	91,1	63,2	58,0	57,7	49,0	43,2

ÉLÉMENT 7 : Inclusivité des Services Financiers Numériques

Tableau 24 : Score des indicateurs de l'élément 7

	Inclusivité des Services Financiers Numériques
Avancés	56,5
En transition	32,7
Émergents	23,3
Asie de l'Est et Pacifique	37,5
Europe et Asie centrale	39,6
Amérique latine et Caraïbes	32,6
Moyen-Orient et Afrique du Nord	14,8
Asie du Sud	37,0
Afrique subsaharienne	31,8
Note Globale	32,9

ÉLÉMENT 8 : Expérience vécue avec les Services Financiers Numériques

Tableau 25 : Score des indicateurs de l'élément 8

	Utilisation des Services Financiers Numériques	Degré d'engagement dans les canaux numériques	Niveau de confiance déclaré dans les prestataires de services financiers	Efficacité des recours pour les consommateurs
Avancés	45,7	37,1	64,5	61,0
En transition	38,6	30,6	56,4	44,8
Émergents	19,8	19,6	51,9	61,3
Asie de l'Est et Pacifique	43,5	41,7	55,4	70,0
Europe et Asie centrale	38,2	36,6	59,2	0,0
Amérique latine et Caraïbes	39,8	42,3	62,5	44,0
Moyen-Orient et Afrique du	7,3	11,6	45,9	55,0
Asie du Sud	22,8	15,8	68,9	57,5
Afrique sub-saharienne	29,9	18,9	48,3	67,7
Note Globale	31,4	26,9	56,0	57,1

ÉLÉMENT 9 : Résultats finaux pour les utilisateurs

Tableau 26 : Score des indicateurs de l'élément 9

	Indicateur de résultat du TCF	Santé Financière et Bien-être
Avancé	56,1	64,6
En transition	50,2	52,1
Émergents	39,4	43,2

Asie de l'Est et Pacifique	50,9	65,6
Europe et Asie centrale	11,1	66,7
Amérique latine et Caraïbes	42,3	56,5
Moyen-Orient et Afrique du Nord	34,3	45,9
Asie du Sud	61,4	51,7
Afrique sub-saharienne	46,2	38,6
Note Globale	45,0	50,6



Consumers International reúne a más de 200 organizaciones miembros en más de 100 países para empoderar y defender los derechos de los consumidores en todas partes. Somos su voz en foros internacionales de formulación de políticas y en el mercado global para garantizar que sean tratados de manera segura, justa y honesta.

Consumers International es una organización benéfica (No. 1122155) y una compañía sin fines de lucro limitada por garantía (No. 04337865) registrada en Inglaterra y Gales.

