

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

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

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

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

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

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

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

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

Facteurs renforçant l'importance de l'éducation financière

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

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

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

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

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

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

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

Qu'entend-on par éducation financière?

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

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

Sachant que :

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

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

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

Les vecteurs de l'éducation financière

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

Synthèse des conclusions de l'étude

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

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

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

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

Que reste-t-il à faire?

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

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

Notes

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