



FINANCE NUMÉRIQUE TRANSPARENTE POUR LES CONSOMMATEURS

Un appel à l'action pour
des informations pertinentes,
opportunes et complètes
afin d'améliorer la compréhension
et la confiance des consommateurs.



UNE FINANCE NUMÉRIQUE TRANSPARENTE POUR LES CONSOMMATEURS



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**
TRAVAILLONS ENSEMBLE
POUR LE CHANGEMENT

Le mouvement mondial des consommateurs appelle à une action urgente pour améliorer la compréhension et la confiance des consommateurs dans les services financiers numériques grâce à une plus grande transparence. Les consommateurs ont besoin d'informations pertinentes, opportunes et inclusives pour prendre des décisions et être mieux protégés contre les préjudices.

LE PROBLÈME : UNE INFORMATION OPAQUE, TROMPEUSE ET INACCESSIBLE

Des milliards de consommateurs dans le monde utilisent les services financiers numériques, qu'il s'agisse de paiements, de crédit, d'épargne, de transferts de fonds, d'assurance, etc. La finance numérique équitable et responsable a le potentiel d'offrir des opportunités et des avantages intéressants aux consommateurs. Cependant, un manque de transparence (sur les conditions, les coûts, les risques et les compensations) empêche les consommateurs de prendre des décisions éclairées en matière de finance numérique, ce qui est préjudiciable.

L'évolution rapide de la finance numérique a créé des défis uniques en matière de protection des consommateurs à l'échelle mondiale, car de nombreux cadres traditionnels ne sont pas encore totalement équipés pour faire face aux risques numériques. Bien qu'il existe de bonnes initiatives, des pratiques préjudiciables ont prospéré en l'absence d'une surveillance et d'une orientation obligatoires, ce qui nuit à la confiance des consommateurs dans la finance numérique.

Une plus grande transparence dans la finance numérique est une question prioritaire pour les membres de Consumers International^{ii iii}, car il est de plus en plus évident que des informations opaques, trompeuses et inaccessibles causent des dommages, en particulier aux consommateurs vulnérables et à faible revenu.

Notre Accélérateur de la Finance Équitable Numérique, un puissant réseau de membres dans les pays à faibles et moyens revenus, souligne que le manque de transparence est un facteur clé contribuant au faible niveau de confiance dans les fournisseurs de financement.

Pour renforcer la confiance des consommateurs et profiter pleinement des avantages de la finance numérique pour tous, des mesures doivent être prises pour améliorer la transparence et la compréhension des consommateurs.

Plus de 5 milliards de personnes dans le monde utilisent aujourd'hui les paiements numériques.^{iv}

NOTRE OBJECTIF

Notre objectif est de fournir à tous les consommateurs une information correcte, au bon moment, dans un langage qu'ils puissent comprendre, afin qu'ils exercent leurs droits^{v vi vii} à faire des choix éclairés en matière de finance numérique qui aboutissent à des résultats positifs. Une plus grande transparence signifie des informations pertinentes, opportunes et complètes.

Des systèmes transparents, responsables et redevables réduiront les risques de préjudice et permettront aux consommateurs de naviguer en toute confiance dans le paysage de la finance numérique, ce qui se traduira par de meilleures expériences et un bien-être financier accru.

NOTRE APPEL À L'ACTION

Consumers International et ses membres appellent toutes les parties prenantes de l'écosystème numérique à prendre des mesures urgentes pour améliorer la transparence et faire de notre vision une réalité.

Si des principes internationaux solides constituent un cadre important pour la protection des consommateurs dans le domaine de la finance numérique,^{viii ix x} pour obtenir des changements significatifs, il faut transformer les principes en actions, en appliquant de manière cohérente les bonnes pratiques au niveau national.

Les prestataires de services financiers numériques doivent veiller à améliorer la clarté, l'exactitude et l'accessibilité de leurs communications. Mais il est tout aussi important que les actions du secteur soient renforcées par d'autres acteurs de l'écosystème de la finance numérique. Ce n'est que par une collaboration efficace que nous pourrions cultiver un environnement dans lequel les consommateurs seront en mesure de faire des choix éclairés, créant ainsi un paysage financier numérique prospère, résilient et équitable pour tous.

En 2023, **57%** des associations de consommateurs ont cité "le manque de transparence des frais et des charges" comme un facteur important de manque de confiance.^{xi}

L'AMÉLIORATION DE LA FINANCE NUMÉRIQUE PROFITE À TOU(T)ES

Une plus grande transparence de la finance numérique présente des bénéfices pour les consommateurs, les gouvernements, l'industrie, l'économie et la société dans son ensemble.



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

TRAVAILLONS ENSEMBLE
POUR LE CHANGEMENT



Les consommateurs bénéficient :

- - de services plus sûrs, plus faciles à utiliser et mieux adaptés à leurs besoins.
- - d'une amélioration de leur bien-être financier
- - d'une capacité à prendre de meilleures décisions conduisant à des résultats positifs
- - d'une réduction du risque de préjudice
- - d'une confiance accrue dans la finance numérique



Les entreprises en tirent des avantages par :



- - une compréhension des besoins des clients et une réponse à ces besoins
- - une amélioration de la qualité de l'information
- - une augmentation de la satisfaction des clients, une diminution des problèmes et des réclamations
- - une amélioration de la réputation et de la fidélité des clients
- - une augmentation de l'utilisation des services
- - une capacité à faire preuve de responsabilité éthique et sociale



Les gouvernements, les régulateurs et les décideurs politiques peuvent :

- Atteindre les objectifs de protection des consommateurs
- Réduire les inégalités sociales et accroître l'inclusion financière
- Créer des marchés sûrs et efficaces
- Renforcer la confiance des consommateurs
- Promouvoir l'innovation et la concurrence
- Stimuler le développement économique

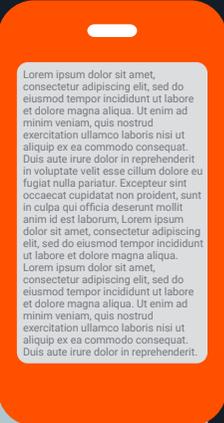
MANQUE DE TRANSPARENCE ET PRÉJUDICE POUR LES CONSOMMATEURS

LES OBSTACLES À LA COMPRÉHENSION DU CONSOMMATEUR À L'ÈRE NUMÉRIQUE

Les interfaces numériques, lorsqu'elles sont bien conçues, ont le pouvoir d'améliorer l'accessibilité et la compréhension, mais les consommateurs risquent aussi de se sentir désavantagés, confus et induits en erreur, que ce soit par accident ou à dessein. Les termes clés et les faits importants peuvent se perdre dans des « surcharges d'informations » détaillées ou être noyés sous de multiples clics. L'architecture des choix peut « pousser » les consommateurs vers des services plus coûteux, par exemple, ou les détourner de certaines options, telles que les modalités de résiliation ou de réclamation.

Si les téléphones portables sont pratiques, les petits écrans peuvent rendre difficile la compréhension d'informations complexes. La nature de la technologie numérique signifie que les décisions financières sont prises plus rapidement, avec moins de temps pour la réflexion.

Les consommateurs en situation de vulnérabilité peuvent avoir plus de mal à comprendre les informations, ce qui les expose davantage au risque de subir des préjudices en raison de pratiques de transparence insuffisantes.



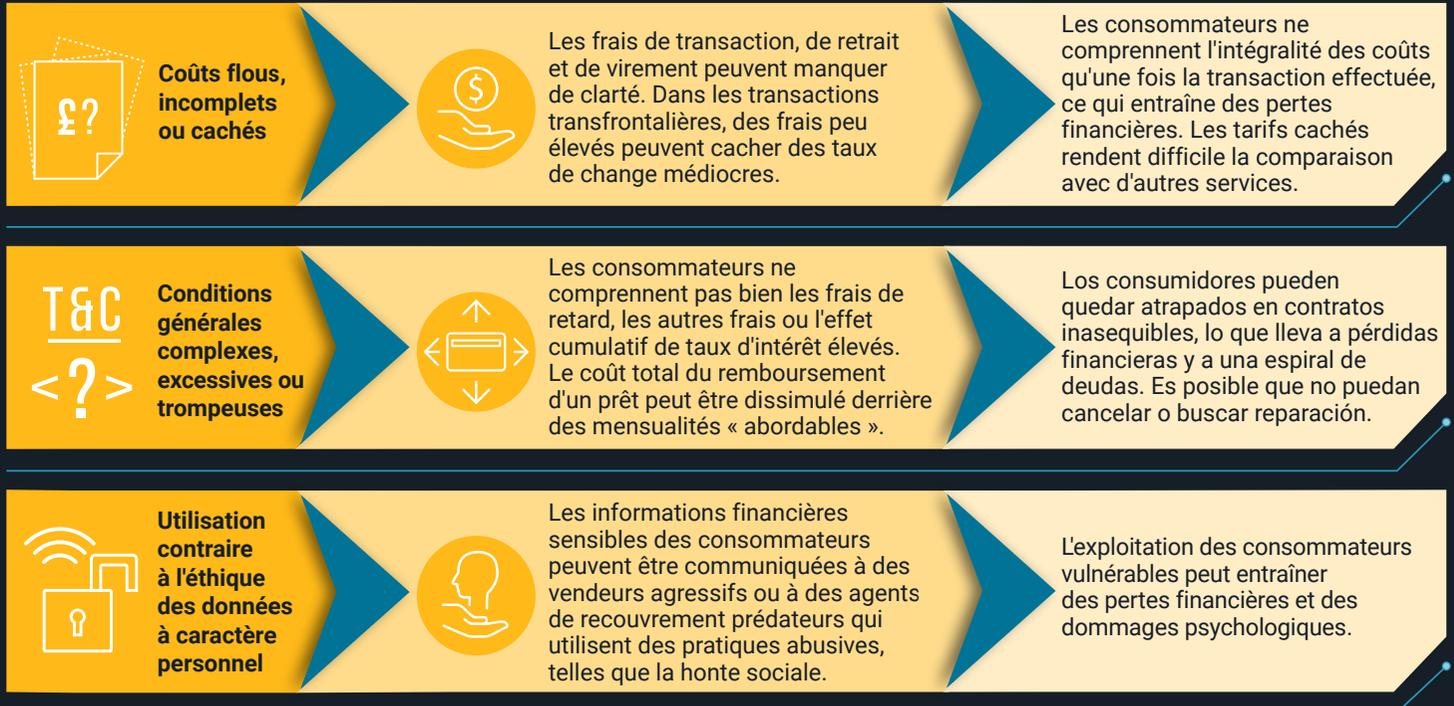
LES PRÉJUDICES AUX CONSOMMATEURS DU FAIT DE L'ABSENCE DE TRANSPARENCE

Si les consommateurs ne reçoivent pas les bonnes informations, au bon moment, dans un format qu'ils peuvent comprendre, cela peut conduire à :

- Obstacles à l'accès
- L'exclusion financière
- la perte de choix
- la mauvaise gestion des données personnelles
- des préjugés et de la discrimination
- une perte de la vie privée
- un risque accru de fraude et d'abus financier
- des pertes financières
- du surendettement
- des préjudices psychologiques, comme par exemple des répercussions négatives sur la santé mentale
- une perte ou une limitation des droits
- un accès restreint à la justice
- une perte de confiance
- Acceso restringido a la justicia
- Pérdida de confianza

En 2021, les consommateurs et les entreprises du monde entier ont perdu 187 milliards de livres sterling en raison de frais de change cachés lors de transactions transfrontalières.^{xii}

L'IMPACT DES MAUVAISES PRATIQUES SUR LA VIE DES CONSOMMATEURS, QUESTIONS CLÉS SOULIGNÉES PAR LES MEMBRES



LES PRINCIPES POUR UNE FINANCE NUMÉRIQUE TRANSPARENTE

Tous les consommateurs ont le droit de prendre des décisions informées sur les services financiers numériques qui mènent à de bons résultats.^{xv xvi xvii} Une communication efficace et pertinente des informations clés est essentielle à la compréhension des consommateurs.

QU'EST-CE QUE LA TRANSPARENCE ?

Afin de parvenir à une plus grande transparence, les informations doivent être :

<p>PERTINENTE</p> <p>Honnête, précise et utile.</p> <p>CELA SIGNIFIE QUE :</p> <p>Une information nécessaire et appropriée pour le consommateur.</p> <p>Une information complète, sans omission matérielle et honnête.</p>	<p>OPPORTUNE</p> <p>Fournie au moment le plus approprié pour permettre une prise de décision éclairée.</p> <p>CELA SIGNIFIE QUE :</p> <p>Une information importante à un moment opportun du parcours du consommateur.</p> <p>Des conditions clés communiquées à l'avance (avant de signer un contrat ou de verser de l'argent).</p> <p>Des préavis en cas de modification des conditions ou des prix.</p>	<p>INCLUSIVE</p> <p>Présentée de manière accessible et compréhensible.</p> <p>CELA SIGNIFIE QUE :</p> <p>L'information est dans un langage clair et simple, sans technicisme.</p> <p>Conçue et communiquée clairement pour répondre aux besoins du public cible.</p>
--	---	--

À QUOI RESSEMBLENT LES BONNES PRATIQUES ?

Les prestataires de services financiers numériques peuvent améliorer de manière significative la compréhension des informations en ligne par les consommateurs en utilisant des techniques de meilleures pratiques^{xiii} :

- **Estratificación:** resumir la información clave por adelantado y orientar hacia más detalles a continuación.
- **Preguntas frecuentes:** mostrar los términos clave como preguntas frecuentes
- **Elementos visuales:** usar íconos, imágenes y videos para ilustrar términos clave o explicar conceptos difíciles de una manera más atractiva.
- **Reducir los "clics":** mostrar los términos en un cuadro de texto desplazable en lugar de requerir un clic para verlos
- **Necesidad de saber:** proporcionar información en fragmentos cortos en el momento adecuado en lugar de todo a la vez
- **Tiempo de lectura:** indicar a los clientes por adelantado cuánto tiempo llevará leer las políticas o los términos.
- **Advertencias finales:** avisar cuándo es la última oportunidad para leer la información antes de tomar decisiones.

62% de nos membres déclarent que la culture numérique et financière est un défi majeur pour les consommateurs de leur pays.^{xiv}

QUELLES SONT LES INFORMATIONS DONT LES CONSOMMATEURS ONT BESOIN ?

Afin de permettre une prise de décision éclairée, les consommateurs doivent recevoir les informations appropriées :

DES INFORMATIONS CLAIRES CONCERNANT...	POUR LES AIDER À COMPRENDRE...
 <p>L'AUTHENTICITÉ DE L'ENTREPRISE</p>	<p>Si un fournisseur est enregistré ou agréé par un organisme de réglementation ou une association de confiance.</p>
 <p>LES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DU SERVICE</p>	<p>Ce que le service offre, ce qui est inclus et ce qui ne l'est pas.</p>
 <p>LES RISQUES ET LES AVERTISSEMENTS</p>	<p>Comment éviter les risques tels que la fraude et les conséquences de certaines actions, telles que le défaut de paiement.</p>
 <p>LES TARIFS</p>	<p>Les montants des paiements réguliers, le coût total sur la durée et tous les frais, charges et intérêts supplémentaires qui peuvent être encourus.</p>
 <p>LES TERMES ET LES CONDITIONS</p>	<p>Les dispositions juridiques contraignantes de votre contrat concernant les droits et protections des consommateurs, les exclusions, les modifications et les annulations.</p>
 <p>LES DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS ET L'ASSISTANCE</p>	<p>Comment demander des précisions et obtenir l'aide dont ils ont besoin.</p>
 <p>LES DÉDOMMAGEMENTS</p>	<p>Qui est responsable? Comment déposer un recours et accéder à la résolution des litiges, avec des données de contact et des délais clairs.</p>

L'APPEL A L'ACTION LANCE PAR LES PARTIES PRENANTES

Nous appelons tous les acteurs de l'écosystème de la finance numérique à prendre des mesures urgentes pour améliorer la compréhension et la confiance des consommateurs, par le biais d'une plus grande transparence et d'une plus grande responsabilité.

Chacun doit jouer son rôle dans la révision des pratiques de transparence existantes, la fixation d'objectifs et la mise en œuvre de solutions innovantes qui réduisent les dommages et libèrent les avantages potentiels de la finance numérique pour tous les consommateurs.



PRESTATAIRES DE SERVICES FINANCIERS NUMÉRIQUES

- Reconnaître leur rôle dans l'aide apportée aux consommateurs pour qu'ils prennent des décisions éclairées.
- Adopter une approche proactive pour comprendre les responsabilités légales et réglementaires.
- Utiliser les orientations existantes en matière de bonnes pratiques sur l'accessibilité des communications en ligne.
- Mener des recherches auprès des consommateurs (ou des groupes qui les représentent) pour comprendre les informations dont ils ont besoin et tester l'efficacité des communications.
- Mettre en place des systèmes efficaces de traitement des réclamations et analyser les réactions des consommateurs et la conformité afin d'améliorer les communications.
- Être en mesure de démontrer les mesures prises pour améliorer la compréhension des consommateurs et la manière dont elles contribuent à de bons résultats.
- Collaborer avec le gouvernement, les régulateurs et les autres parties prenantes du secteur afin de partager les meilleures pratiques, de relever les normes et d'améliorer la confiance des consommateurs dans le secteur.



GOUVERNEMENTS, RÉGULATEURS, DÉCIDEURS POLITIQUES

- Utiliser les principes internationaux pour informer et façonner la politique et l'action
- Développer et renforcer le cadre juridique, réglementaire et de supervision pour :
 - Définir des attentes claires en matière d'information des consommateurs
 - Surveiller de manière proactive les marchés pour détecter les préjudices liés à la transparence
 - Fournir des mesures de dissuasion et d'application efficaces en cas de mauvaise pratique
 - mettre en place des systèmes indépendants de recours et de règlement des litiges.
- Élaborer des politiques visant à protéger la confidentialité des consommateurs et à promouvoir une utilisation sûre et éthique des données dans le cadre des services financiers numériques.
- Élaborer et utiliser des orientations en matière de bonnes pratiques sur des questions pertinentes, telles que l'accessibilité des communications en ligne. Par exemple, des formats de communication normalisés.
- S'engager avec les parties prenantes de la consommation pour comprendre les besoins, sensibiliser aux droits, fournir des conseils indépendants et améliorer la culture numérique et financière.



ORGANISATIONS INTER-GOUVERNEMENTALES

- Sensibiliser aux principes internationaux de haut niveau en matière de protection des consommateurs, comprendre et encourager l'action et la responsabilisation à l'égard de ces principes.
- Soutenir les gouvernements, les régulateurs, les fournisseurs et la société civile dans leur démarche de responsabilisation.



ORGANISATIONS NATIONALES DE CONSOMMATEURS

- Soutenir les approches nationales visant à sensibiliser les consommateurs aux droits numériques et aux voies de recours par le biais de campagnes et de publications ;
- Mettre en lumière des exemples de bonnes et de mauvaises pratiques commerciales.
- Faire campagne pour que l'industrie, le gouvernement et les régulateurs prennent des mesures pour accroître la transparence et la responsabilité des informations destinées aux consommateurs.
- Continuer à défendre les intérêts de tous les consommateurs de produits financiers numériques, y compris ceux qui sont en situation de vulnérabilité.
- S'engager dans les processus nationaux et internationaux de protection des consommateurs, y compris les consultations et les normes volontaires, afin de s'assurer que la voix des consommateurs concernés est entendue.



COMMUNAUTÉS DE DONATEURS ET DE BAILLEURS DE FONDS

- Promouvoir des normes de finance responsable parmi les prestataires de services financiers numériques.
- Influencer les entreprises bénéficiaires pour qu'elles donnent aux consommateurs les moyens d'agir en les sensibilisant à la finance numérique et en les formant à la culture numérique.
- Financer la recherche sur les risques pour les consommateurs liés à la transparence de la finance numérique et veiller à ce qu'ils soient intégrés dans la conception et l'évaluation des projets.
- Soutenir la conception, l'amélioration et la mise en œuvre de cadres de gouvernance qui intègrent les meilleures pratiques afin d'améliorer la compréhension de la finance numérique par les consommateurs.

FOCUS SUR LES BONNES PRATIQUES : L'INDUSTRIE

Nos membres soulignent les initiatives du secteur visant à améliorer la transparence des informations destinées aux consommateurs



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

TRAVAILLONS ENSEMBLE
POUR LE CHANGEMENT



Une information claire et concise (Chime Bank, US)

Chime propose une application de banque mobile qui met l'accent sur la transparence. Ses pages « Fee Schedule » et « Help Centre » expliquent clairement tous les frais et les pratiques en matière de confidentialité des données.
<https://www.chime.com/no-fees/>



Des formats conviviaux (Monzo Bank, ROYAUME-UNI)

Monzo fournit sa déclaration de transparence dans un format convivial sur son site web. Elle utilise un langage simple et des éléments visuels pour expliquer des questions complexes telles que les frais et les charges.
<https://monzo.com/help/travelling/understanding-fees>



Processus dans la transparence du traitement des plaintes des clients (Mobilink Bank, Pakistan)

La banque Mobilink, en partenariat avec Jazz Cash au Pakistan, offre un traitement transparent des réclamations, avec plusieurs canaux de retour d'information pour les clients. Les clients insatisfaits peuvent demander un recours externe auprès de la Banque d'État du Pakistan. Cet engagement est évident dans la communication avec les clients.



Campagne de lutte contre les tarifs cachés (Wise, Mondial)

Wise est une entreprise technologique internationale qui permet aux particuliers et aux entreprises de transférer de l'argent au-delà des frontières et de dépenser à l'étranger. Elle a lancé des campagnes de transparence des prix au Royaume-Uni, dans l'Union européenne, aux États-Unis, en Australie et au Brésil, entre autres, pour lutter contre les frais cachés et les taux de change élevés pour les paiements transfrontaliers, et pour promouvoir une information complète.
<https://wise.com/gb/blog/the-state-of-transparency>



Le retour d'information de la part des clients pour favoriser l'amélioration (Nubank, Brésil)

La Nubank utilise un formulaire de retour d'information directement intégré dans sa déclaration de transparence, ce qui permet aux clients de faire facilement des suggestions d'amélioration.
<https://nubank.com.br/en/>



Notification préalable des modifications des frais de transaction aux consommateurs. (M-Pesa, Kenya)

Au Kenya, M-Pesa, un produit de Safaricom Plc, notifie publiquement des changements de tarifs, notamment par SMS, et un barème des frais de transaction est affiché dans tous les points de contact M-PESA.

FOCUS SUR LES BONNES PRATIQUES : AUTRES

Nos membres mettent en lumière les initiatives des gouvernements, des régulateurs et des organismes de normalisation, qui peuvent soutenir les bonnes pratiques de l'industrie et améliorer la compréhension et la confiance des consommateurs.



Recommandations de bonnes pratiques en matière de transparence (Banque centrale, Portugal)

La Banque du Portugal a établi en 2020 des bonnes pratiques pour améliorer la transparence de l'information, destinées à être adoptées par les institutions supervisées lorsqu'elles vendent des produits et des services bancaires de détail par le biais de canaux numériques. Ces recommandations visent à : (i) garantir que les clients bancaires reçoivent des informations complètes et adéquates ; (ii) faciliter le choix ; (iii) accroître l'efficacité de la supervision réglementaire.



Outil de comparaison de cartes de crédit (Régulateur, Mexique)

Pour aider les consommateurs à prendre des décisions et à les comprendre, Condusef a développé une plateforme indépendante qui permet aux consommateurs de comparer les taux d'intérêt, les avantages et les assurances de différentes cartes de crédit. Les consommateurs peuvent personnaliser les résultats en entrant des informations sur leurs revenus, la banque qu'ils préfèrent et l'amortissement. <https://tarjetas.condusef.gob.mx/>



Obligations envers les consommateurs (Régulateur, Royaume-Uni)

La Financial Conduct Authority (FCA) a introduit en 2023 les obligations envers les consommateurs, qui exigent des entreprises (y compris numériques) qu'elles placent les besoins des clients au premier plan. La « compréhension du client » est un résultat obligatoire. Les règles sont étayées par des orientations qui apportent plus de clarté aux entreprises. L'obligation sous-tend la politique, la surveillance et la conformité, et les entreprises doivent démontrer comment elles obtiennent de bons résultats pour les consommateurs. www.fca.org.uk/firms/consumer-duty



Compréhension par les consommateurs des conditions générales de vente en ligne (normes volontaires, internationales)

Une nouvelle norme ISO (ISO 21800) est en cours d'élaboration par des experts mondiaux afin de définir les bonnes pratiques pour la conception et la présentation des conditions générales en ligne. Les normes volontaires peuvent soutenir la législation ou être référencées par les régulateurs comme un moyen de respecter les obligations. Les parties prenantes du secteur de la consommation qui souhaitent participer doivent contacter leur organisme national de normalisation. www.iso.org/members.



Campagne auprès des consommateurs sur l'argent mobile (organisations de consommateurs, Kenya)

Le Kenya Consumers Organisation (KCO) et le Youth Education Network (YEN) signalent que l'utilisation des services d'argent mobile au Kenya a augmenté rapidement après la pandémie. Les consommateurs ont emprunté des fonds à n'importe quelle plateforme qui approuvait leur demande, sans savoir que ce sont les taux d'intérêt élevés qui ont conduit au surendettement et au défaut de paiement. Les applications mobiles fonctionnant à partir de « back offices » ont rendu très difficile la résolution du problème. Pour résoudre ces problèmes, KCO et YEN ont mené une campagne de sensibilisation auprès des communautés, en ciblant les plus vulnérables. Ils ont plaidé avec succès pour que la Banque Centrale vérifie les plateformes d'argent mobile en fonction de critères politiques stricts et publie une liste complète des prêteurs autorisés (attendue prochainement) afin d'aider les consommateurs à prendre des décisions éclairées sur les personnes à qui faire confiance.

UN APPEL COLLECTIF POUR AMÉLIORER LA COMPRÉHENSION DE LA FINANCE NUMÉRIQUE PAR LES CONSOMMATEURS GRÂCE À UNE PLUS GRANDE TRANSPARENCE DE LA FINANCE NUMÉRIQUE GRÂCE À UNE PLUS GRANDE TRANSPARENCE

GSMATM

teCheck
Organización de Consumidores en Línea A.C.

AfricaNenda
ACCELERATING INCLUSIVE PAYMENT SYSTEMS

 **air** Alliance for Innovative Regulation

 **cenfri**

 **CADEF**
CONSUMER ADVOCACY AND EMPOWERMENT FOUNDATION

CONSUMER VOICE

FairFinance
International

7Wise

 **UNCDF**
Impact Capital for Development

CR Consumer Reports®

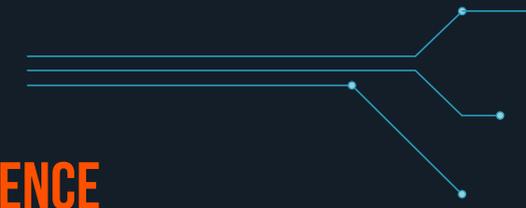
UN APPEL COLLECTIF POUR AMÉLIORER LA COMPRÉHENSION DE LA FINANCE NUMÉRIQUE PAR LES CONSOMMATEURS GRÂCE À UNE PLUS GRANDE TRANSPARENCE DE LA FINANCE NUMÉRIQUE GRÂCE À UNE PLUS GRANDE TRANSPARENCE



TheNetwork
for Consumer Protection



UN APPEL COLLECTIF POUR AMÉLIORER LA COMPRÉHENSION DE LA FINANCE NUMÉRIQUE PAR LES CONSOMMATEURS GRÂCE À UNE PLUS GRANDE TRANSPARENCE DE LA FINANCE NUMÉRIQUE GRÂCE À UNE PLUS GRANDE TRANSPARENCE



UN APPEL COLLECTIF POUR AMÉLIORER LA COMPRÉHENSION DE LA FINANCE NUMÉRIQUE PAR LES CONSOMMATEURS GRÂCE À UNE PLUS GRANDE TRANSPARENCE DE LA FINANCE NUMÉRIQUE GRÂCE À UNE PLUS GRANDE TRANSPARENCE



CONSUMER AWARENESS ORGANISATION

UN APPEL COLLECTIF POUR AMÉLIORER LA COMPRÉHENSION DE LA FINANCE NUMÉRIQUE PAR LES CONSOMMATEURS GRÂCE À UNE PLUS GRANDE TRANSPARENCE DE LA FINANCE NUMÉRIQUE GRÂCE À UNE PLUS GRANDE TRANSPARENCE

**BETTER THAN CASH
ALLIANCE**

RegTech AFRICA[®]
Showcasing Excellence In Regulatory Innovations





**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

TRAVAILLONS ENSEMBLE
POUR LE CHANGEMENT

Consumers International rassemble plus de 200 organisations membres dans plus de 100 pays pour renforcer et défendre les droits des consommateurs dans le monde entier. Nous sommes leur voix dans les forums internationaux d'élaboration des politiques et sur le marché mondial afin de garantir qu'ils sont traités de manière sûre, équitable et honnête.

Consumers International est une association caritative (n° 1122155) et une société à but non lucratif à responsabilité limitée par garantie (n° 04337865) enregistrée en Angleterre et au Pays de Galles.

consumersinternational.org

@consumers_int

/consumersinternational

- i Consumers International, Vision pour une Finance Numérique Équitable (2022). Disponible à : www.consumersinternational.org/media/419259/final_vision-for-fair-digital-finance.pdf
- ii Que Choisir, Pour des tarifs transparents et équitables (2023). Disponible à : <https://www.quechoisir.org/nos-combats-frais-bancaires-pour-des-tarifs-transparentes-et-justes-n109270/>
- iii Consumer Reports, Cadre pour une Finance Numérique Équitable (2023). Disponible à : <https://advocacy.consumerreports.org/issue/money/financial-fairness/>
- iv Nations unies, Principes des Nations unies pour des Paiements Numériques Responsables (2024). Disponible à : <https://responsiblepayments.org/pdfs/UN-ResponsiblePayments.pdf>
- v Nations unies, Principes Directeurs de l'ONU pour la Protection des Consommateurs (2015). Disponible à : https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplmisc2016d1_en.pdf
- vi OCDE, Principes de haut niveau de l'OCDE sur la protection des consommateurs de produits financiers (2012). Disponible à : <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0394>
- vii Nations unies, Principes des Nations unies pour des Paiements Numériques Responsables (2024). Disponible à : <https://responsiblepayments.org/pdfs/UN-ResponsiblePayments.pdf>
- viii Nations unies, Principes Directeurs de l'ONU pour la Protection des Consommateurs (2015). Disponible à : https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplmisc2016d1_en.pdf
- ix OCDE, Principes de haut niveau de l'OCDE sur la protection des consommateurs de produits financiers (2012). Disponible à : <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0394>
- x Cerise+SPTF, Normes sur les services financiers numériques (DFS) (dernière version 2023). Disponible à : <https://cerise-sptf.org/digital-financial-services>
- xi Consumers International « La finance numérique : l'expérience du consommateur en 2024 ». Disponible à : www.consumersinternational.org/media/522017/digital-finance-the-consumer-experience-in-2024.pdf
- xii Wise, Appel à l'action : L'état de la transparence dans le monde (2023). Disponible à : [Calling for action: The state of transparency around the world - Wise](https://www.wise.com/press-releases/calling-for-action-the-state-of-transparency-around-the-world-wise).
- xiii Équipe d'Analyse Comportementale " Améliorer la compréhension par les consommateurs des conditions contractuelles et des politiques de protection de la vie privée: Actions fondées sur des données probantes pour les entreprises : un guide des meilleures pratiques ». (2019). Disponible à : <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5d7a441ee5274a20381543f5/improving-consumer-understanding-contractual-terms-privacy-policies.pdf>
- xiv Consumers International 'Finance Numérique : l'expérience du consommateur en 2024'. Disponible à : www.consumersinternational.org/media/522017/digital-finance-the-consumer-experience-in-2024.pdf