

**MAXIMISER LES VOIX DES PERSONNES
CONSOUMMATRICES DANS L'ÉLABORATION
DES POLITIQUES DE SERVICES DE FINANCE
NUMÉRIQUE**

STRATÉGIES D'ENGAGEMENT DES ORGANISATIONS DE
CONSOMMATEURS ET CONSOUMMATRICES -

Table des matières

| | |
|---|----|
| <i>Résumé analytique</i> | 3 |
| <i>I. Introduction</i> | 5 |
| 1. Objectifs du rapport..... | 5 |
| 2. Méthodologie et structure..... | 7 |
| <i>II. La défense des consommateurs et consommatrices et l'élaboration de politiques en matière de services financiers numériques</i> | 10 |
| 1. Valeurs et difficultés dans la mobilisation des voix des personnes consommatrices | 10 |
| 2. La finance numérique et la protection des personnes consommatrices | 11 |
| a. Définition et portée des services financiers numériques..... | 11 |
| b. Les difficultés rencontrées par les personnes consommatrices dans les DFS | 13 |
| c. Les parties prenantes du secteur des DFS : Un écosystème complexe d'élaboration des politiques et des mandats contradictoires..... | 15 |
| 3. Les défis en matière de défense des consommateurs et consommatrices dans les DFS | 17 |
| <i>III. Les stratégies efficaces pour maximiser les voix des personnes consommatrices des services financiers numériques</i> | 21 |
| 1. Principes directeurs..... | 21 |
| 2. Stratégies, cas et exemples spécifiques | 23 |
| a. Établir la présence de la défense des consommateurs et consommatrices : S'appuyer sur les bases existantes..... | 23 |
| b. Favoriser les structures et les processus en faveur de la défense des consommatrices et consommateurs des services financiers numériques..... | 30 |
| c. La défense des consommateurs et consommatrices fondée sur des données probantes : La recherche et la collecte de données originales comme données probantes..... | 40 |
| d. Réseautage et partenariats..... | 47 |
| e. Les initiatives pour les personnes consommatrices vulnérables | 54 |
| <i>IV. Conclusion, recommandations et perspectives futures</i> | 58 |
| <i>Annexe 1. Liste des abréviations</i> | 62 |
| <i>Annexe 2. Liste des organisations ayant contribué au rapport</i> | 63 |
| <i>Annexe 3. Références</i> | 63 |

Résumé analytique

Pour avoir des bénéfices économiques et sociaux importants, les services financiers numériques (DFS) doivent être promus au sein d'un environnement équitable pour les personnes consommatrices. Étant donné que ces services s'étendent et se développent, il devient de plus en plus difficile pour les organisations de consommateurs et consommatrices dans les pays à revenu faible et intermédiaire de se repérer dans l'espace politique complexe qui les entoure. Les DFS incluent les canaux de distribution et les modèles commerciaux et produits numériques, et des parties prenantes nationales aussi bien qu'internationales composent l'espace politique.

Ce rapport se penche sur des exemples et études de cas de stratégies et d'expériences rapportés par des membres du Réseau de l'Accélérateur de Finance numérique équitable (Fair Digital Finance Accelerator Network). Il s'agit d'organisations de consommateurs et consommatrices qui plaident en faveur de DFS équitables, sûrs, protégés du point de vue des données et durables. Le rapport présente des stratégies de défense des consommateurs et consommatrices qui tiennent compte des difficultés communes que rencontrent les organisations de consommateurs et consommatrices. Celles-ci incluent les contraintes en termes de ressources, le manque de financements et la nécessité de renforcer l'expertise technique en matière de DFS.

Les stratégies de défense des consommateurs et consommatrices ci-présentées ne sont pas sans savoir que le dialogue qu'entretiennent les organisations de consommateurs et consommatrices avec les organismes de réglementation et les décideurs politiques doit être efficace. Plus important encore, elles reconnaissent la nécessité d'assurer l'efficacité de l'utilisation de ressources très insuffisantes et de financements instables. Les stratégies reflètent également l'opinion selon laquelle la capacité des organisations de consommateurs et consommatrices à collecter des données probantes et à contacter les groupes vulnérables est la base de la confiance qu'accordent les parties prenantes aux actions de défense des consommateurs et consommatrices.

En tant que principe directeur, ce rapport recommande **une stratégie d'engagement fondée sur des structures et des processus et sur des données probantes** pour les organisations de consommateurs et consommatrices dans l'élaboration des politiques relatives aux DFS. Les DFS s'accompagnent généralement d'une forte intervention étatique. Les organisations de consommateurs et consommatrices, par conséquent, devraient s'attacher à créer les structures et processus des interventions étatiques en favorisant les dispositifs institutionnels qui reflètent et soutiennent les perspectives des personnes consommatrices, et à tirer parti de tels structures et processus.

L'engagement des parties prenantes est important pour l'élaboration de politiques fondée sur des données probantes, un processus de prise de décisions en matière de politique publique fondé sur les meilleures données probantes disponibles. Les organisations de consommateurs et consommatrices, qui disposent souvent déjà des outils et de la capacité d'atteindre un large éventail de personnes consommatrices, y

compris celles qui sont en situation de vulnérabilité, devraient prendre part à l'élaboration de politiques par un engagement fondé sur des données probantes et la défense des consommateurs et consommatrices.

Les organisations de consommateurs et consommatrices doivent s'appuyer sur leurs forces et ressources existantes. La plupart des organisations de consommateurs et consommatrices sont « généralistes », travaillant sur les problématiques de la protection et de la politique relatives aux personnes consommatrices dans différents domaines. Les organisations de consommateurs et consommatrices doivent tirer parti des liens qu'elles entretiennent avec la communauté, de leur expertise issue de la perspective centrée sur les personnes consommatrices qui est la leur, et des membres du personnel et des programmes généralistes ou hors-DFS.

Les organisations de consommateurs et consommatrices doivent soutenir la création et la mise en œuvre de bases institutionnelles stables pour les structures et les processus d'élaboration de politiques dans l'espace politique des DFS. Elles doivent œuvrer à contribuer à la création d'un cadre juridique, réglementaire et d'élaboration des politiques pour les DFS. Elles doivent viser à devenir des acteurs clés du cadre d'élaboration des politiques en siégeant aux comités permanents ou en nouant des partenariats avec les décideurs politiques par des mémorandums d'accord.

Les organisations de consommateurs et consommatrices devraient collecter et analyser des données originales centrées sur les personnes consommatrices. Elles peuvent gagner la confiance des parties prenantes par la défense des consommateurs et consommatrices fondée sur des données probantes, par exemple en participant à l'élaboration de la perspective des personnes consommatrices et en incluant celles-ci aux processus gouvernementaux de collecte de données, en gérant les bases de données des plaintes des personnes consommatrices, ou en y accédant, ou en utilisant et en suivant les réseaux sociaux.

Les organisations de consommateurs et consommatrices devraient créer et développer les réseaux, en dépit des financements limités, en coopérant avec des bénévoles, en proposant des stages et en nouant des partenariats avec des universitaires, des institutions de recherche, des cliniques juridiques et des associations professionnelles pour renforcer l'expertise concernant les problématiques liées aux DFS.

Les organisations de consommateurs et consommatrices doivent toucher en priorité les personnes consommatrices vulnérables lors de la collecte de données, de la réalisation de recherche et de l'initiation d'exercices d'éducation ou d'inclusion financière. Grâce à leurs liens étroits avec le terrain, elles disposent souvent déjà des infrastructures utiles aux populations défavorisées ou marginalisées.

I. Introduction

1. Objectifs du rapport

Les services financiers numériques (DFS, d'après leur acronyme anglais) deviennent rapidement une force transformatrice pour favoriser l'inclusion financière, la croissance économique et l'autonomisation. Le développement de la finance numérique, toutefois, s'accompagne d'un risque considérablement accru. La perception élevée de la vulnérabilité au risque et le manque de priorité accordée à la personne consommatrice dans la protection des consommateurs et consommatrices de services financiers dans le domaine des DFS sont particulièrement préoccupants¹.

Historiquement, les organisations de consommateurs et consommatrices participent à l'élaboration et à la définition des politiques relatives aux personnes consommatrices. Les parties prenantes mondiales reconnaissent également depuis longtemps qu'il est important d'amplifier la voix collective des personnes consommatrices dans la réglementation financière, la protection des personnes consommatrices et l'inclusion financière. Les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent jouer un rôle important dans l'amélioration de la protection des personnes consommatrices et de leur inclusion financière dans les pays à revenu faible et intermédiaire en recueillant et en amplifiant les voix des personnes consommatrices dans l'élaboration de politiques et la réglementation relatives aux DFS.²

Les organisations de consommateurs et consommatrices ont déclaré craindre de manquer de l'expertise, des connaissances et des données probantes nécessaires pour dialoguer de manière efficace avec les autorités et les décideurs politiques des DFS afin de faire entendre les voix des personnes consommatrices. Les membres du Réseau de l'Accélérateur de Finance numérique équitable jouent d'ores et déjà un rôle crucial dans l'autonomisation des personnes consommatrices, la sensibilisation et le plaidoyer sur des questions importantes dans leurs juridictions respectives, mais manquent souvent des ressources nécessaires pour pérenniser, innover ou intensifier leur interventions.³ Cela signifie que dans les pays à revenu faible et intermédiaire, les personnes consommatrices sont souvent absentes des processus de réglementation financière et d'élaboration des politiques, et que les indicateurs de protection des personnes consommatrices ne reflètent pas leurs expériences et perceptions⁴.

¹ Consumers International. (2023). *Finance numérique : L'expérience du consommateur, 2023*.

<https://www.consumersinternational.org/media/451453/digital-finance-the-consumer-experience-2023-francais.pdf>

² Duflos, E., Griffin, M., & Valenzuela, M. (2021). *Elevating the Collective Consumer Voice in Financial Regulation*. CGAP.

https://www.cgap.org/sites/default/files/publications/2021_03_WorkingPaper_Collective_Consumer_Voice_update.pdf

³ Consumers International. (2023). *Eight Fair Digital Finance Accelerator 2023 grants awarded to Consumers International Members*. <https://www.consumersinternational.org/news-resources/news/releases/eight-fair-digital-finance-accelerator-2023-grants-awarded-to-consumers-international-members/>

⁴ Consumers International. (2023). *Finance numérique : L'expérience du consommateur, 2023*.

<https://www.consumersinternational.org/media/451453/digital-finance-the-consumer-experience-2023-francais.pdf>

Les recherches présentées dans ce rapport s'appuient sur les travaux précédemment publiés de Consumer International qui mettaient en lumière la défense des consommateurs et consommatrices dans la protection des consommateurs et consommatrices de services financiers. Cela inclut *The role of consumer organisations to support consumers of financial services in low- and middle-income countries* (« Le rôle des organisations de consommateurs et consommatrices dans le soutien aux consommateurs et consommatrices de services financiers dans les pays à revenu faible et intermédiaire »), publié en mars 2021, *Finance numérique : L'expérience du consommateur, 2023*, publié en janvier 2023 et *Finance numérique : L'expérience du consommateur en 2024*, publié en février 2024. L'Accélérateur de Finance numérique équitable est destiné à développer une compréhension stratégique plus approfondie de la manière dont les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent dialoguer de manière plus efficiente et efficace avec les régulateurs et les décideurs politiques pour favoriser une finance numérique équitable.

Le principal objectif de ce rapport est d'éclairer et d'orienter les organisations de consommateurs et consommatrices des pays à revenu faible et intermédiaire. Il se fonde sur des résultats d'enquête, exemples et études de cas provenant d'organisations de consommateurs et consommatrices du Réseau de l'Accélérateur de Finance numérique équitable. Il présente leurs stratégies et leur expérience dans le plaidoyer en faveur d'une finance numérique équitable, sûre, durable et avec des données protégées. Le rapport consolide les bonnes pratiques venant d'organisations de consommateurs et consommatrices, réunies via des entretiens menés auprès de membres de Consumers International, y compris des membres du Réseau de l'Accélérateur de Finance numérique équitable qui ont participé à la réglementation financière ou aux politiques relatives aux DFS avec des régulateurs ou décideurs politiques.

Les recherches ont permis de mettre au jour une disparité importante dans le niveau de spécialisation des participants et participantes en ce qui concerne le travail de défense des consommateurs et consommatrices. Certaines organisations se sont axées sur des exercices généraux d'amélioration de la culture financière, tandis que d'autres étaient dotées d'un riche historique de réalisation de recherches quantitatives et qualitatives approfondies et de proposition de politiques spécifiques aux produits DFS via la participation à différents forums d'élaboration de politiques. En raison de leur brève action dans l'espace politique des DFS, nombre d'organisations de consommateurs et consommatrices interrogées dans le cadre de ce rapport n'étaient pas très impliquées dans l'économie politique ou les dynamiques des parties prenantes sur les questions spécifiques aux DFS. Les organisations de consommateurs et consommatrices ont habituellement qualifié leurs relations avec les décideurs politiques ou régulateurs des DFS soit de positives, soit de sporadiques. Les recommandations et les stratégies proposées par ce rapport reflètent la diversité des membres du Réseau de l'Accélérateur de Finance numérique équitable, à la fois en termes de développement du marché des DFS de chaque pays et de stratégies de plaidoyer déployées par les organisations de consommateurs et consommatrices.

Le rapport a pour principal objectif de signaler les formations de l'Accélérateur de Finance numérique équitable. Il propose des stratégies par l'intermédiaire desquelles les initiatives actuelles et futures de l'Accélérateur de Finance numérique équitable peuvent permettre aux organisations de consommateurs et consommatrices de dialoguer avec les régulateurs et les décideurs politiques et de les influencer, et ce de

manière significative. Pour ce faire, il propose des principes directeurs et des recommandations générales assortis d'une gamme de stratégies possibles et présente des exemples et études de cas principalement tirés des expériences du Réseau de l'Accélérateur de Finance numérique équitable. Ceux-ci ne sont pas nécessairement représentatifs des bonnes pratiques, mais constituent plutôt, au moins partiellement, un examen du statut actuel, limites comprises, des membres du Réseau de l'Accélérateur de Finance numérique équitable. Ils peuvent également servir de « tremplins » pour les organisations encore moins développées. Dans certains cas, nous avons tiré des exemples ou des études de cas d'organisations membres de Consumers International originaires de nations à revenu élevé qui ne sont pas membres de l'Accélérateur de Finance numérique équitable à titre de modèles ambitieux.

Les implications sont plus larges pour les organisations de consommateurs et consommatrices des nations à revenu élevé. Si les principales cibles du rapport sont les membres du Réseau de l'Accélérateur de Finance numérique équitable, c'est-à-dire les organisations de consommateurs et consommatrices des pays à revenu faible et intermédiaire, ses orientations plus larges s'appliquent aussi aux organisations de nations à revenu élevé. C'est parce que les DFS constituent un espace politique en évolution, dans lequel les organisations de consommateurs et consommatrices des nations à revenu élevé s'efforcent de renforcer leur expertise et de s'imposer dans l'élaboration des politiques.

2. Méthodologie et structure

Les méthodologies employées pour le rapport sont les suivantes :

1. Des entretiens et des questionnaires à réponses libres menés auprès d'un (ou adressés à) un groupe sélectionné de membres de l'Accélérateur de Finance numérique équitable de Consumers International issus de pays à revenu faible et intermédiaire et de membres du personnel de Consumers International travaillant sur l'Accélérateur de Finance numérique équitable.
2. Des entretiens menés auprès d'organisations non-membres de l'Accélérateur de Finance numérique équitable de Consumers International issues de pays à revenu plus élevé, qui disposent ainsi d'un meilleur accès aux ressources et à l'expertise nécessaires pour participer à l'élaboration de politiques en matière de protection des consommateurs et consommatrices de services financiers et de DFS.
3. La participation aux ateliers et aux réunions consultatives pour l'Accélérateur de Finance numérique équitable.
4. La participation et les discussions des parties prenantes avec les membres du Réseau de l'Accélérateur de Finance numérique équitable au Congrès mondial de Consumers International (du 6 au 8 décembre 2023 à Nairobi, au Kenya)
5. Recherches documentaires et documents étayés de tiers pour compléter ces entretiens et questionnaires à réponses libres.

Les thèmes des entretiens ou des questionnaires étaient les suivants :

1. L'identification des services, produits et politiques prioritaires pour les organisations de consommateurs et consommatrices agissant principalement dans l'espace politique des DFS.
2. L'identification des défis ou des préjudices pour les personnes consommatrices et les solutions proposées.
3. La compréhension du niveau actuel d'expertise, de financements et de ressources pour la défense des consommateurs et consommatrices des DFS.
4. L'identification de la nature de l'engagement gouvernemental ou réglementaire dans les DFS et l'identification des autorités gouvernementales compétentes.
5. Progrès et défis dans la mise en œuvre.
6. Compréhension des stratégies globales y compris la collaboration avec les parties prenantes.
7. Identification d'initiatives pour les personnes consommatrices vulnérables.

En raison du haut niveau de variabilité des organisations de consommateurs et consommatrices concernant leur expérience et leur capacité en matière de défense des consommateurs et consommatrices des DFS, le volume et le type d'informations fournies par chaque organisation a grandement varié. À cause des barrières linguistiques et techniques, certaines organisations n'ont communiqué que par écrit (c'est-à-dire via des réponses écrites aux questionnaires), alors que nous avons mené des entretiens avec d'autres par vidéo-conférence. Les organisations ont participé aux entretiens et répondu aux questionnaires entre septembre et octobre 2023.

Expérience de l'auteur. L'auteur est avocat et Directeur de la politique réglementaire financière et numérique de Consumers Korea, une organisation de défense des consommateurs et consommatrices basée en République de Corée et membre du Comité consultatif de l'Accélérateur de Finance numérique équitable de Consumers International. L'auteur a travaillé dans le domaine des réglementations et de la conformité financières dans un cabinet privé d'avocats et en tant que conseiller juridique interne au Service de surveillance financière de Corée, le principal organe de surveillance financière du pays. L'auteur est titulaire d'un doctorat en droit avec une spécialisation dans la structure institutionnelle de la réglementation financière. Les observations du rapport sur les activités de Consumers Korea viennent de l'expérience directe de travail de l'auteur sur les questions de DFS à Consumers Korea.

Structure du rapport. La partie suivante présente les valeurs et difficultés de la défense des consommateurs et consommatrices dans le domaine des DFS. Elle donne un aperçu de la définition et de la portée des DFS, des principales difficultés rencontrées par les personnes consommatrices et les parties prenantes. La troisième partie présente les stratégies pour maximiser les voix des personnes consommatrices des DFS. Elle recommande une stratégie de défense des consommateurs et consommatrices des DFS fondée sur des structures, des processus et des données probantes, avec l'objectif de créer une base plus solide à partir de laquelle les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent soutenir les actions de plaider au sein des DFS. La quatrième partie conclut par les implications et recommandations pour les organisations de consommateurs et consommatrices et les initiatives futures de l'Accélérateur de Finance numérique équitable.

II. La défense des consommateurs et consommatrices et l'élaboration de politiques en matière de services financiers numériques

1. Valeurs et difficultés dans la mobilisation des voix des personnes consommatrices

Les organisations de consommateurs et consommatrices sont les acteurs essentiels des cadres institutionnels pour la protection efficace des personnes consommatrices.⁵ Elles représentent la voix des consommateurs et consommatrices via la participation aux processus d'élaboration des politiques qui, à leur tour, contribuent à informer les politiques gouvernementales. Les organisations de consommateurs et consommatrices jouent un rôle vital dans l'éducation, la représentation et le conseil aux personnes consommatrices. Elles réduisent les déséquilibres entre les entreprises et les personnes consommatrices en autonomisant ces dernières et en leur permettant de prendre des décisions éclairées.

Amplifier les voix des personnes consommatrices, en particulier celles issues des segments vulnérables de la société, est essentiel à la prestation responsable de DFS.⁶ Assurer l'engagement de la voix collective des personnes consommatrices peut rendre plus équitable l'élaboration de politiques de DFS de deux manières. Premièrement, en étant présentes à la table, les personnes consommatrices, particulièrement les groupes vulnérables, peuvent plaider en faveur de leurs intérêts ; et deuxièmement, la voix collective peut corriger les asymétries d'information et de pouvoir dans les marchés financiers.

Influencer les politiques publiques peut s'avérer particulièrement difficile pour les personnes dotées d'un pouvoir et de ressources limités. L'une des principales difficultés est que la mise au point de politiques publiques est rarement un processus linéaire. Les politiques publiques évoluent par des interactions et négociations complexes parmi un éventail de parties prenantes, parmi lesquelles on peut compter des hommes et femmes politiques, des groupes d'intérêt, des conseillers ou encore des bureaucrates⁷.

En outre, les personnes consommatrices et les organisations de consommateurs et consommatrices sont généralement confrontées à un grave problème d'action collective dans l'organisation et l'expression de la perspective des personnes consommatrices. Les voix des personnes consommatrices sont hétérogènes, car elles ne sont pas toutes dotées des mêmes besoins, capacités et opportunités d'assurer leur protection. Le groupe des personnes consommatrices est trop large, diffus et hétérogène pour produire le niveau ou le type souhaité de réglementation de manière efficace⁸.

⁵ Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED). (2020). *Report on Consumer Associations*. https://unctad.org/system/files/official-document/ditclp2019d2_en.pdf

⁶ Duflos, E., Griffin, M., & Valenzuela, M. (2021). *Elevating the Collective Consumer Voice in Financial Regulation*. CGAP. https://www.cgap.org/sites/default/files/publications/2021_03_WorkingPaper_Collective_Consumer_Voice_update_d.pdf

⁷ Cullerton, K., Donnet, T., Lee, A., & Gallegos, D. (2018). Stratégies de plaidoyer efficaces pour influencer la politique nutritionnelle du gouvernement : un modèle conceptuel. *The International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 15(1), 83. <https://doi.org/10.1186/s12966-018-0716-y>

⁸ Olson, M. (1971). *The logic of collective action: Public goods and the theory of groups*. Harvard University Press.

Les organisations de consommateurs et consommatrices sont typiquement sous-financées notamment en comparaison avec les groupes industriels. Leur financement limité, qu'il provienne du gouvernement ou du secteur privé, les place dans une position précaire par rapport aux groupes industriels et de pression. Étant donné ces contraintes en matière de ressources, surtout pour les organisations de consommateurs et consommatrices des pays à revenu faible et intermédiaire, une utilisation efficace et efficiente des ressources est impérative si elles souhaitent atteindre leurs objectifs en matière de défense des consommateurs et consommatrices.

Les organisations de consommateurs et consommatrices des pays à revenu faible et intermédiaire ont généralement du mal à se procurer des financements cohérents. Soit il n'y a aucune obligation juridique imposant aux gouvernements de financer ces organisations, soit, en dépit des obligations, les gouvernements ne le font pas. Les financements privés fondés sur des modèles de souscription ou la participation privée via la philanthropie ou le bénévolat sont peu abondants. Cela rend plus difficile pour les organisations de consommateurs et consommatrices de poursuivre leurs efforts pour développer des compétences spécialisées, établir une présence cohérente et renforcer la résilience et, en fin de compte, de représenter les personnes consommatrices dans le processus d'élaboration des politiques DFS.

Une capacité étatique limitée et une base juridique plus faible pour l'intervention gouvernementale dans les DFS peuvent constituer une difficulté supplémentaire. Tandis que la capacité étatique limitée constitue une préoccupation pour la plupart des régulateurs en matière de protection financière des personnes consommatrices dans le monde, les régulateurs des pays à revenu faible et intermédiaire sont confrontés à une tâche encore plus ardue car ils tentent de résoudre les défis des DFS tout en établissant, dans le même temps, un cadre réglementaire de référence pour la protection des consommateurs et consommatrices de services financiers.

2. La finance numérique et la protection des personnes consommatrices

a. Définition et portée des services financiers numériques

Définir les services financiers numériques (DFS). Par les DFS, le présent rapport entend un domaine très large, englobant les canaux de distribution numériques, les modèles commerciaux numériques et les produits numériques⁹. La définition est volontairement large, de manière à inclure (i) les types de services financiers, tels que les paiements, les virements, les comptes d'épargne, le crédit, l'assurance, les garanties, la planification financière et autres produits financiers, et (ii) tous les types de prestataires de services financiers, y compris les banques, les prestataires de services de paiement et autres institutions financières, les entreprises de télécommunication, les start-up de la technologie financière (FinTech), les détaillants et autres entreprises. Définir largement l'espace politique des DFS nous permet de mieux

⁹ Chien, J., Dias, D.L., Grist, C.M., Stewart, F.E., Symonds, R.L., Natarajan, H., Zottel, S., Traversa, M., Holtzer, P. *Good practices for financial consumer protection: 2017 edition. Groupe de la Banque mondiale.* <http://documents.worldbank.org/curated/en/492761513113437043/Good-practices-for-financial-consumer-protection-2017-edition>

soutenir les organisations de consommateurs et consommatrices « généralistes » qui ne se limitent généralement pas à des produits ou à des secteurs d'activité spécifiques dans leur travail de défense des consommateurs et consommatrices.

Le périmètre des DFS continue à s'élargir et à évoluer. L'argent mobile est le principal moteur de la « première vague » d'expansion des DFS, surtout dans les pays à revenu faible et intermédiaire. Selon l'Indice de prévalence de l'argent mobile 2020, publié par la Global System for Mobile (GSM) Association, l'Afrique subsaharienne notamment (c'est-à-dire la Côte d'Ivoire, le Zimbabwe et le Rwanda, pays du Réseau de l'Accélérateur de Finance numérique équitable actifs dans le domaine DFS) a un niveau très élevé de pénétration de l'argent mobile¹⁰. Les comptes d'argent mobile en Afrique subsaharienne constituent également une base pour des services financiers plus sophistiqués, tels que les prêts et les assurances numériques¹¹. Dans les nations à revenu plus élevé, l'espace des DFS s'étend en permanence pour inclure de nombreux produits financiers tels que les crypto-monnaies (par exemple Ethereum ou Bitcoin) et la finance décentralisée (DeFi)¹², les NFT et le BNPL¹³, qui font courir des risques élevés aux personnes consommatrices.

Encadré 1 : Exemples de DFS¹⁴

Les services de paiement : Parmi les autres termes désignant ce service, on compte le portefeuille mobile, électronique ou numérique, l'argent mobile ou la monnaie électronique. Ils permettent à l'utilisateur d'envoyer de l'argent à d'autres abonnés, de payer des factures ou de détenir de l'argent sur un compte. Parmi les premiers prestataires de services de paiement numérique, on compte M-Pesa en Afrique de l'Est ou G-Cash aux Philippines. PayPal est un autre grand service de paiement par internet.

Crédit numérique : Ce terme désigne des prêts que les banques, les institutions financières non bancaires et les créanciers de la FinTech rendent disponibles par l'intermédiaire d'internet.

¹⁰ GSMA. (2021). *The Mobile Money Prevalence Index (MMPI): A Country-Level Indicator for Assessing the Adoption, Activity and Accessibility of Mobile Money*. https://www.gsma.com/mobilemoneymetrics/wp-content/uploads/2021/09/MMPI_The_Mobile_Money_Prevalence_Index.pdf.

¹¹ Pazarbasioglu, C., Garcia Mora, A., Uttamchandani, M., Natarajan, H., Feyen, E., and Saal, M. (2020). *Digital financial services*. *Groupe de la Banque mondiale*. <https://pubdocs.worldbank.org/en/230281588169110691/Digital-Financial-Services.pdf>

¹² Makarov, I. & Schoar, A. (2022). Cryptocurrencies and Decentralized Finance (DeFi). *Brookings Papers on Economic Activity*, Printemps. 141-196. <https://www.brookings.edu/articles/cryptocurrencies-and-decentralized-finance-defi/>

¹³ CFPB. (2023). *Consumer Use of Buy Now, Pay Later: Insights from the CFPB Making Ends Meet Survey*. <https://www.consumerfinance.gov/data-research/research-reports/consumer-use-of-buy-now-pay-later-insights-from-the-cfpb-making-ends-meet-survey/>

¹⁴ Consumers International. (2022). *Module de formation sur les DFS I, 5*.

Produits d'assurance ou de retraite proposés par voie numérique ou intégrés aux ventes de produits :

Revendeurs d'électronique ou de biens, ou courtiers de voyage qui proposent des assurances groupées vendues au point de vente.

Les produits d'épargne et d'investissement numérique (y compris les cryptoactifs) : Produits (tels que les crypto-monnaies, y compris Ethereum et Bitcoin) que des banques habilitées ou des entreprises de la FinTech proposent en collaboration avec des banques ou des entités distinctes.

Services financiers numériques spécifiques à un secteur : Les entreprises d'agritech qui peuvent proposer des financements, ainsi qu'un soutien au marketing, à la promotion et aux ventes pour les agriculteurs (par exemple Crowde en Indonésie, qui propose des intrants tels que des semences ou de l'engrais et organise les ventes avant la récolte, en plus de consentir des prêts aux petits exploitants agricoles).

Le Buy now, pay later (BNPL) : Un type de prêt remboursable par versements qui permet généralement aux personnes consommatrices d'acheter quelque chose immédiatement, avec peu ou pas de paiement initial et de rembourser le solde en quatre paiements au maximum¹⁵. Il offre aux personnes consommatrices un moyen alternatif de financer certains achats, à la place des espèces ou du crédit.

b. Les difficultés rencontrées par les personnes consommatrices dans les DFS

La nature des risques courus par les personnes consommatrices s'élargit à mesure de l'avancée de la technologie et de l'expansion des produits de DFS.¹⁶ Les risques liés aux DFS gagnent à la fois en gravité et en variété au fil du temps ; le CGAP reconnaît au moins de 66 types de risques pour les personnes consommatrices. Les grandes catégories de risques incluent la fraude, l'utilisation abusive de données, le manque de transparence, la réparation insuffisante, les risques liés aux agents et l'indisponibilité des réseaux. Parmi les exemples plus spécifiques, on peut penser à l'arnaque à la carte SIM, aux violations de données, aux escroqueries d'ingénierie sociale, aux produits d'investissements non autorisés ou combinés à la Ponzi, à la fraude sur application mobile, à la fraude à l'identité biométrique, aux escroqueries aux paiements push autorisés (APP), à la fraude à l'identité synthétique et aux risques liés à l'IA (c'est-à-dire les biais algorithmiques).¹⁷ L'expansion de la technologie, et notamment les nouvelles pistes de données,

¹⁵ CFPB. (2024). *What is a Buy Now, Pay Later (BNPL) loan?* <https://www.consumerfinance.gov/ask-cfpb/what-is-a-buy-now-pay-later-bnpl-loan-en-2119/>

¹⁶

Duflos, E. & Coetzee, G. (2022). Rethinking Consumer Protection: A Responsible Digital Finance Ecosystem. *CGAP*. <https://www.cgap.org/blog/rethinking-consumer-protection-responsible-digital-finance-ecosystem>

¹⁷ Chalwe-Mulenga, M., Duflos, E. & Coetzee, G. (2022). The evolution of the nature and scale of DFS consumer risks: A review of evidence. *CGAP*. <https://www.cgap.org/blog/rethinking-consumer-protection-respons-digital-finance-ecosystem>

e

associée à l'amélioration des capacités d'analyse de données, contribue à l'expansion des variétés de risques courus par les personnes consommatrices¹⁸.

Selon leur nation d'origine, les personnes consommatrices ne sont pas confrontées aux mêmes difficultés.

Les enquêtes de Consumers International menées en 2022 montrent que les membres de l'Accélérateur de Finance numérique équitable connaissent une variation entre les indices de protection des consommateurs et consommatrices de services financiers et de l'inclusion financière aux DFS. Les membres de l'Accélérateur de Finance numérique équitable interrogés pour ce rapport ont chacun identifié une série de défis majeurs pour leurs pays. Par exemple, le Conseil des Consommateurs du Zimbabwe, au Zimbabwe, a cité l'accès, le coût, la sûreté et la sécurité comme ses principales difficultés. En Côte d'Ivoire, l'Association Ivoirienne des Consommateurs a cité comme problèmes importants rencontrés par les personnes consommatrices l'expiration des données prépayées des opérateurs mobiles et l'avènement des plateformes de prêt en ligne (illégales). L'ADECOR (Rwanda) était préoccupée par le manque de mécanismes de réparation, les charges financières élevées et les compétences et la culture financières limitées.

Les organisations de consommateurs et consommatrices doivent déterminer où et quand intervenir.

Étant donné l'étendue de l'espace politique, la vitesse de l'évolution et la variété des risques pour les personnes consommatrices dans le domaine des DFS, les organisations de consommateurs et consommatrices doivent établir des priorités dans l'affectation des ressources et consacrer leur attention à des problèmes spécifiques en matière de DFS. Plusieurs facteurs, dont la prépondérance du problème (le sujet a-t-il récemment fait l'objet d'une nouvelle attention médiatique ou de discussions actives de régulateurs ou du législateur), peuvent les aider à peser ces différentes priorités. Les tendances et la prévalence du phénomène peuvent également constituer des facteurs pertinents. Celles-ci incluent l'étendue de l'adoption d'un produit, la portée du préjudice pour les personnes consommatrices et la « maturité » ou l'urgence concernant les dates d'intervention sur le marché.

Les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent appeler à des changements plus larges ou à des plans d'action spécifiques.

Par exemple, certaines organisations de consommateurs et consommatrices œuvrent à renforcer la sensibilisation et l'autonomisation des personnes consommatrices en général, tandis que d'autres s'attachent à mettre en place des mesures spécifiques telles que la réduction des charges ou frais, ou l'amélioration de l'accessibilité aux distributeurs automatiques de billets en milieu rural.

Chacune de ces solutions proposées appelle à un différent type d'interaction avec les diverses parties prenantes.

¹⁸ Duflos, E., & Medine, D. (2023). Consumer & Data Protection: A New Approach to Intersecting Risks. *CGAP*. <https://www.cgap.org/blog/consumer-data-protection-new-approach-to-intersecting-risks>

- c. Les parties prenantes du secteur des DFS : Un écosystème complexe d'élaboration des politiques et des mandats contradictoires

L'écosystème des DFS dans les pays à revenu faible et intermédiaire est complexe et comprend plusieurs types de parties prenantes nationales et internationales. Au niveau national, les législateurs, les régulateurs et les acteurs industriels tels que les opérateurs de réseau mobile ou les opérateurs de FinTech constituent les principales parties prenantes¹⁹. À l'international, les parties prenantes seront plus probablement des banques de développement, des bailleurs de fonds ou des entreprises mondiales de la FinTech²⁰. La façon dont les organisations de consommateurs et consommatrices interagissent avec différentes parties prenantes dépend de leurs objectifs. Cette partie présente comment les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent dialoguer avec chaque type de parties prenantes pour influencer l'élaboration des politiques en matière de DFS.

L'espace politique des DFS implique de multiples agences gouvernementales. La banque centrale, en tant que principal régulateur financier, a généralement un rôle prépondérant, tandis que les décideurs politiques et les régulateurs de domaines connexes tels que les télécommunications, les droits numériques, la confidentialité, la concurrence et l'autorité de protection des personnes consommatrices peuvent également être impliqués. Parfois, une agence gouvernementale est dotée d'un mandat de protection des consommateurs et consommatrices de services financiers²¹. La Figure 1 montre que de multiples décideurs politiques disposent d'attributions qui se recoupent dans l'espace politique des DFS.

Figure 1. L'espace politique et les parties prenantes des DFS

¹⁹ Consumers International. (2022). *Module de formation sur le DFS 5*.

²⁰ Grossman, J. (2017). *ITU-T Focus Group Digital Financial Services*. International Telecommunication Union. https://www.itu.int/dms_pub/itu-t/opb/tut/T-TUT-DFS-2017-3-PDF-E.pdf

²¹ Alliance for Financial Inclusion. (2022). *Digital Financial Services Regulation: Current State of Practice Report*. <https://www.afi-global.org/publications/digital-financial-services-regulation-current-state-of-practice-report/>



Les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent avoir des relations concurrentes avec un ou plusieurs des décideurs politiques-des DFS. Par exemple, les problématiques d'infrastructures de réseaux pour les technologies de l'information et de la communication (TIC) telles que les prix élevés du matériel informatique, le faible taux de pénétration d'internet et la fourniture d'un accès à la population rurale constituent des difficultés urgentes pour les personnes consommatrices dans le domaine des DFS qui peuvent ne pas relever du champ d'action de la banque centrale.²² De nombreuses organisations de consommateurs et consommatrices entretiennent un dialogue actif avec les banques centrales ainsi qu'avec les régulateurs liés aux DFS, favorisant les infrastructures ou les systèmes d'appui gouvernementaux auxiliaires.

Encadré 2 : Les organisations de consommateurs et consommatrices qui coopèrent avec des multiples décideurs politiques des DFS

Au Zimbabwe, le CONSEIL DES CONSOMMATEURS DU ZIMBABWE (CCZ) a identifié les décideurs politiques impliqués dans l'espace des DFS suivants : Le ministère des Finances et du Développement économique, l'Autorité de régulation des postes et télécommunications du Zimbabwe (POTRAZ), la Banque de réserve du Zimbabwe (RBZ), la Société de protection des dépôts du Zimbabwe (DPC), et la

²²

Pazarbasioglu, C., Garcia Mora, A., Uttamchandani, M., Natarajan, H., Feyen, E., and Saal, M. (2020). *Digital financial services*. Groupe de la Banque mondiale. <https://pubdocs.worldbank.org/en/230281588169110691/Digital-Financial-Services.pdf>

Commission des assurances et des pensions (IPEC). Le Conseil des Consommateurs du Zimbabwe collabore avec plusieurs décideurs politiques sur des actions d'éducation des personnes consommatrices en faveur de la littératie financière. Par exemple, le Conseil des Consommateurs du Zimbabwe a pris part à plusieurs partenariats éducatifs et programmes de sensibilisation avec POTRAZ, IPEC et RBZ sur les thèmes des services financiers numériques équitables et de la littératie et de l'inclusion financières.²³

Au Maroc, la FNAC a identifié la Banque Al-Maghrib (la banque centrale), le ministère de l'Industrie et du Commerce, et le Conseil de la concurrence comme régulateurs dans l'espace des DFS. La FNAC, qui reçoit des financements du ministère de l'Industrie et du Commerce, coopère avec ce dernier (Division de la protection des Consommateurs) ainsi qu'avec la Banque Al-Maghrib, sur les questions liées aux DFS²⁴.

En Inde, la CUTS coopère principalement avec la Banque de Réserve de l'Inde (la banque centrale), mais dialogue avec d'autres décideurs politiques des DFS, dont le ministère des Finances, le ministère des Affaires des consommateurs et la National Payments Corporations of India et les gouvernements des États²⁵.

Le secteur et les associations professionnelles sont impliquées dans l'élaboration de politiques de DFS en tant que parties prenantes, dans le cadre d'un régime d'autorégulation ou en tant qu'organes de normalisation. Ici, l'« autorégulation » désigne la régulation (ou la supervision, ou les deux) par tout organe que les entités régulées, plutôt que l'organe de supervision du gouvernement, contrôlent²⁶. L'association des entreprises de microcrédit, l'association des sociétés financières, les associations de banquiers, les ORM et les fournisseurs de services internet peuvent tous constituer des parties prenantes qui prennent part à l'élaboration de politiques des DFS. Si des préoccupations ont été exprimées à propos de l'efficacité des régimes d'autorégulation, de nombreux gouvernements privilégient le recours à celle-ci, par opposition à une régulation ou à une supervision directe de l'État, en raison de son rapport coût-efficacité intéressant ou pour des raisons politiques.²⁷ Les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent coopérer avec ces parties prenantes sectorielles en siégeant à des comités ou en participant à des forums ou des échanges d'informations afin de représenter les intérêts des personnes consommatrices dans l'autorégulation menée par le secteur.

3. Les défis en matière de défense des consommateurs et consommatrices dans les DFS

²³ Questionnaire du CCZ.

²⁴ Questionnaire de la FNAC.

²⁵ Questionnaire de CUTS.

²⁶ Christen, R.P., Lyman, T., & Rosenberg, R. (2008). Guiding Principles on Regulation and Supervision of Microfinance. In *Current Developments in Monetary and Financial Law, Vol. 4*. Fonds monétaire international. <https://www.elibrary.imf.org/display/book/9781589065079/ch012.xml>

²⁷ Christen, R.P., Lyman, T., & Rosenberg, R. (2008). Guiding Principles on Regulation and Supervision of Microfinance. In *Current Developments in Monetary and Financial Law, Vol. 4*. Fonds monétaire international. <https://www.elibrary.imf.org/display/book/9781589065079/ch012.xml>

Outre les difficultés générales auxquelles sont confrontées les organisations de consommateurs et consommatrices, la défense des consommateurs et consommatrices dans l'espace des DFS présente des difficultés uniques, telles que le problème de l'action collective, qui exacerbent ces problèmes.

Les difficultés de l'identification des risques courus par les personnes consommatrices dans les DFS. Il est généralement difficile de définir et d'identifier le préjudice pour les personnes consommatrices ou les risques courus par celles-ci dans le domaine des DFS. Ceux-ci sont souvent latents ou invisibles à court terme, et tendent à impliquer un préjudice largement répandu en faibles quantités pour la personne consommatrice individuelle. Les contrats financiers ont généralement des conséquences de moyen à long terme (par exemple : maturité du prêt, conditions de la politique d'assurance, durée du compte d'épargne²⁸). Les problèmes de frais cachés et les risques de surendettement, par exemple, peuvent survenir longtemps après la conclusion d'un contrat financier par une partie. Une utilisation abusive ou des violations de données peuvent avoir lieu longtemps après la fin d'une transaction financière. En outre, les chercheurs et chercheuses ont peu étudié la cybersécurité dans les pays à revenu faible et intermédiaire, l'ont encore moins comprise et documentée, mais ce manque de clarté peut rendre les personnes consommatrices de ces pays très vulnérables aux attaques de cybersécurité.²⁹

Difficultés pour mesurer et documenter le risque couru par les personnes consommatrices des services financiers numériques. La mesure des préjudices pour les personnes consommatrices et de l'impact de la politique de consommation est une entreprise complexe³⁰. Déterminer les préjudices pour les personnes consommatrices causés par les services financiers numériques est encore plus difficile. Le risque pour les personnes consommatrices de services financiers numériques tend à être peu important pour la personne consommatrice individuelle, mais généralisé par nature (par exemple, des frais cachés minimes pour un grand groupe de personnes consommatrices³¹). Certains types de préjudices tels que la discrimination sont faciles à comprendre, mais notoirement difficiles à prouver³². Par contraste, les risques émergents tels que les biais algorithmiques nécessitent une formation technique avancée pour être identifiés³³. Ces problèmes rendent difficiles pour les organisations de consommateurs et consommatrices d'identifier, de documenter et de prouver l'existence et l'étendue des préjudices auprès des décideurs politique, des

²⁸ Campbell, J.Y., Jackson, H.E., Madrian, B.C., & Tufano, P. (2011). Consumer Financial Protection. *Journal of Economic Perspectives* 25(1), 91-114. <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.25.1.91>

²⁹ Groupe de la Banque mondiale. (2024). *Cybersecurity multi-donor trust fund*. <https://www.worldbank.org/en/programs/cybersecurity-trust-fund>

³⁰ OCDE. (2020). *Measuring consumer detriment and the impact of consumer policy. Feasibility study* (Documents de travail de l'OCDE sur l'économie numérique, n° 293). [https://one.oecd.org/document/DSTI/CP\(2019\)13/FINAL/En/pdf](https://one.oecd.org/document/DSTI/CP(2019)13/FINAL/En/pdf)

³¹ Mazer, R. (2016). Kenya Ends Hidden Costs for Digital Financial Services. *CGAP*. <https://www.cgap.org/blog/kenya-ends-hidden-costs-for-digital-financial-services>

³² Bartlett, R., Morse, A., Stanton, R., & Wallace, N. (2019). *Consumer-Lending Discrimination in the FinTech Era* (National Bureau of Economic Research Working Paper Series No. 25943). NBER. <https://www.nber.org/papers/w25943>.

³³ Lee, N.T., Resnick, P., & Barton, G. (2019). Algorithmic bias detection and mitigation: Best practices and policies to reduce consumer harms. *Brookings*. <https://www.brookings.edu/articles/algorithmic-bias-detection-and-mitigation-best-practices-and-policies-to-reduce-consumer-harms/>

tribunaux et des groupes de recours. En fin de compte, ces caractéristiques de risques courus par les personnes consommatrices posent un défi aux organisations de consommateurs et consommatrices où moment où elles cherchent à élaborer une stratégie de défense cohérente et convaincante dans l'espace politique des services financiers numériques.

L'expertise et les connaissances sont onéreuses et difficiles à acquérir. Historiquement, la finance est un domaine dans lequel l'expertise à la fois pour les régulateurs et les organisations de consommateurs et consommatrices était lacunaire en comparaison avec le secteur. Des diplômes supérieurs en économie, finance, commerce ou droit sont généralement nécessaires et la formation aux régimes de conformité complexes nécessite du temps et des ressources. L'émergence des services financiers numériques demande des qualifications en ingénierie, sciences informatiques et science des données. Les écarts salariaux entre les secteur privé et public sont généralement importants, ce qui rend plus difficile pour les organisations de consommateurs et consommatrices d'attirer et de retenir les talents dans ces secteurs. Contrairement aux domaines traditionnels de la défense des consommateurs et consommatrices tels que la sécurité des aliments ou des produits, les tests de tiers constituent souvent des options sous-développées ou non-viables dans l'espace politique des services financiers numériques.

Le marché des services financiers numériques est diversifié, rapide et évolutif. Les services financiers numériques incluent divers produits financiers, ainsi que les technologies visant à soutenir leur production et leur distribution. La nature du risque à la fois dans la technologie et le marché évolue rapidement. Les technologies contribuant à la distribution facile et à faible coût du produit peuvent nuire de manière aussi large que rapide. Souvent, les lois, les réglementations et les régulateurs ne peuvent pas suivre, et au moment où les défenseurs et défenseuses des consommateurs et consommatrices ont étudié et identifié le problème, le préjudice est généralisé et probablement irréversible. Par exemple, les défenseurs et défenseuses des consommateurs et consommatrices avertissent les personnes consommatrices des risques des crypto-monnaies depuis des années tandis que les régulateurs adoptaient généralement une approche attentiste. L'effondrement récent des échanges de crypto-monnaies a entraîné un préjudice irréversible aux personnes consommatrices à l'international.

Le paysage juridique et réglementaire est sous-développé et complexe, avec des lacunes et des recouvrements dans les compétences et les lois. Les lois et réglementations de l'espace des services financiers numériques sont toujours naissantes : à ce titre, la protection suffisante pour les personnes consommatrices peut encore être inexistante surtout dans les pays à revenu faible et intermédiaire. Les personnes consommatrices des services financiers numériques peuvent bénéficier d'une protection moindre que les personnes consommatrices de services financiers classiques, s'il existe des lacunes dans la couverture du cadre de réglementation et de surveillance existant des pays. Les lois et réglementations existantes des pays peuvent ne pas s'appliquer aux produits de services financiers numériques ou ne pas permettre d'atténuer les risques équivalents à ceux des produits financiers classiques. Par exemple, l'assurance des dépôts peut ne pas couvrir la monnaie électronique, que les opérateurs de réseau mobile émettent, et la banque centrale d'un pays peut ne pas la couvrir de la même manière qu'elle couvrirait les

dépôts bancaires classiques³⁴. En outre, les personnes consommatrices peuvent ne pas comprendre la différence des niveaux de protection et des risques impliqués par les services financiers numériques, par rapport aux produits financiers classiques³⁵. Un cadre réglementaire sous-développé des services financiers numériques peut rendre difficile aux banques numériques et à la FinTech d'être présentes dans le pays et limiter leur capacité à servir les personnes consommatrices de manière efficace³⁶. Mais de manière plus importante encore, ce paysage réglementaire sous-développé peut exacerber les difficultés de défense des consommateurs et consommatrices pour les services financiers numériques, étant donné que les organisations de consommateurs et consommatrices devraient préconiser un développement politique à long terme de ces cadres (c'est-à-dire influencer la politique législative et réglementaire) et accompagner les personnes consommatrices rencontrant des difficultés immédiates (c'est-à-dire demander réparation suite à une plainte spécifique d'une personne consommatrice).

De multiples régulateurs partagent la compétence sur le même espace politique et parfois le même produit, mais peuvent manquer d'approches globales. La nature transversale des services financiers numériques implique souvent de multiples régulateurs, par exemple la banque centrale, le régulateur/superviseur financier, le ministère des Communications ou de l'Informatique, l'autorité de protection des données et l'autorité de la concurrence/de la protection des personnes consommatrices. Une seule et même transaction peut impliquer de multiples régimes juridiques ou réglementaires, y compris la confidentialité des données, les droits des contrats et les lois relatives à la protection des consommateurs et consommatrices de services financiers.

Toutefois, **les autorités ne sont pas forcément en mesure de créer une approche globale.** Par exemple, elles peuvent traiter la protection des personnes consommatrices et la protection des données comme des préoccupations distinctes, en dépit du fait qu'elles se recoupent en ce qui concerne la nécessité de protéger les personnes consommatrices vulnérables³⁷. Cette complexité et cette incertitude rendent encore plus difficiles pour les personnes consommatrices de s'attaquer à la racine des problèmes au moment où elles cherchent des recours ; elles peuvent ne pas savoir quel point commencer, ou qui détient la compétence sur les différents problèmes.

Les objectifs gouvernementaux en matière de politique incompatibles les uns avec les autres ou incohérents peuvent également présenter des difficultés pour la défense des consommateurs et consommatrices. Parce que la finance numérique est toujours une technologie naissante dans certains pays, les décideurs politiques ont du mal à équilibrer de nombreux objectifs politiques, notamment ceux liés à l'innovation, au développement économique et au développement technologique et industriel, et à

³⁴ Defina, R., Van Roosebeke, B., & Manga, P. (2021). *E-Money and Deposit Insurance in Kenya*. *International Association of Deposit Insurers*. https://mpr.ub.uni-muenchen.de/111007/1/MPRA_paper_111007.pdf

³⁵ Forum économique mondial. (2021). *Digital Currency Consumer Protection Risk Mapping*. Digital Currency Governance Consortium White Paper Series. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Digital_Currency_Consumer_Protection_2021.pdf.

³⁶ Banque mondiale. (2021). *Consumer Risks in Fintech: New Manifestations of Consumer Risks and Emerging Regulatory Approaches*. <http://hdl.handle.net/10986/35699>

³⁷ Duflos, E., & Medine, D. (2023). *Consumer & Data Protection: A New Approach to Intersecting Risks*. *CGAP*. <https://www.cgap.org/blog/consumer-data-protection-new-approach-to-intersecting-risks>

rechercher l'équité et une finance inclusive ou protectrice des personnes consommatrices. Les banques centrales peuvent également exprimer des préoccupations sur l'offre monétaire et la stabilité financière³⁸. Les organisations de consommateurs et consommatrices qui ne sont pas généralement impliquées dans l'élaboration initiale de politiques de services financiers numériques peuvent ne pas pleinement reconnaître les implications politiques³⁹. Se repérer dans l'économie politique et influencer les décideurs politiques dont les politiques peuvent être incohérentes à travers différentes branches gouvernementales présente un défi supplémentaire pour les organisations de consommateurs et consommatrices⁴⁰.

Le changement s'effectue par étapes et implique généralement un appui plus large au marché et aux infrastructures. Plusieurs organisations de consommateurs et consommatrices de pays à revenu faible et intermédiaire signalent le fait que l'accès, le coût, la sûreté et la sécurité sont les principales difficultés pour les personnes consommatrices des services financiers numériques. Par exemple, le taux de pénétration d'internet au Zimbabwe s'établit, selon les rapports, à 50,1 %⁴¹. Toutefois, un cadre numérique et une connectivité internet stable et abordable impliquent un développement des infrastructures et du marché sur lequel les organisations de consommateurs et consommatrices n'ont que peu d'influence, tout du moins à court terme.

III. Les stratégies efficaces pour maximiser les voix des personnes consommatrices des services financiers numériques

1. Principes directeurs

Nous avons mis au point et collecté les stratégies de défense des consommateurs et consommatrices, exemples et études de cas suivants avec la conviction qu'au-delà d'être efficaces, les organisations de consommateurs et consommatrices doivent assurer l'utilisation efficace de ressources insuffisantes et de financements instables. Par l'intermédiaire d'entretiens approfondis avec les organisations de consommateurs et consommatrices, nous avons appris que celles-ci varient très largement en ce qui concerne leur expérience et leur capacité en matière de services financiers numériques. Leur point commun, toutefois, est qu'elles sont confrontées à des contraintes de ressources et doivent renforcer leur expertise et leurs connaissances techniques en services financiers numériques.

Orientations pour l'élaboration de stratégies efficaces de plaidoyer des services financiers numériques.

Dans cette perspective, les principes directeurs de stratégies de défense des consommateurs et consommatrices des services financiers numériques sont qu'elles doivent être fondées sur des structures et processus et sur des données probantes. L'objectif est de créer une base plus fiable à partir de laquelle les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent pérenniser leurs activités et renforcer

³⁸ Defina, R., Van Roosebeke, B., & Manga, P. (2021). *E-Money and Deposit Insurance in Kenya*. *International Association of Deposit Insurers*. https://mpr.ub.uni-muenchen.de/111007/1/MPRA_paper_111007.pdf

³⁹ Entretien du Bangladesh.

⁴⁰ Questionnaire CUTS.

⁴¹ Questionnaire du CCZ.

leur expertise dans l'espace politique au rythme soutenu et en constante évolution des services financiers numériques.

Pourquoi une défense des consommateurs et consommatrices fondée sur des structures et processus ?

La défense des consommateurs et consommatrices fondée sur des structures et des processus décrit l'idée que les défenseurs et défenseuses des consommateurs et consommatrices doivent, dès que c'est possible, faire partie intégrante de la structure et du processus d'élaboration des politiques. Elle découle de la reconnaissance du fait que les structures et processus administratifs d'un gouvernement sont importants pour déterminer l'influence relative des différentes parties prenantes dans le processus d'élaboration des politiques⁴².

Les services financiers numériques s'accompagnent généralement d'une forte intervention étatique, que cela passe par l'encouragement de l'innovation et du développement technologiques et de l'inclusion financière ou par l'atténuation des pratiques risquées ou frauduleuses en matière de services financiers numériques. À ce titre, il existe de nombreuses opportunités pour les défenseurs et défenseuses des consommateurs et consommatrices de prendre part aux initiatives gouvernementales relatives aux services financiers numériques. Les organisations de consommateurs et consommatrices, par conséquent, devraient mettre en place des mesures pour créer et exploiter les structures et processus des interventions étatiques en favorisant les dispositifs institutionnels qui reflètent et appuient les perspectives des personnes consommatrices dans le domaine des services financiers numériques.

Pourquoi une stratégie de défense des consommateurs et consommatrices fondée sur des données probantes pour les services financiers numériques ? L'importance de l'élaboration de politiques et de l'engagement des parties prenantes fondés sur des données probantes est de plus en plus reconnue dans plusieurs cercles politiques nationaux et internationaux et dans le milieu universitaire.⁴³ L'élaboration de politiques fondée sur des données probantes désigne un processus de prise de décision en matière de politique publique fondé sur les meilleures données probantes disponibles, les « données probantes » ici étant supposées être le fruit de recherches systématiques⁴⁴. L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) s'est engagée à promouvoir l'élaboration de politique fondée sur des données probantes ; ses orientations officielles sur les bonnes pratiques et réglementations se fondent explicitement sur la notion que la prise de décision gouvernementale devrait s'appuyer sur des données probantes⁴⁵.

⁴² McCubbins, M. D., Noll, R. G., & Weingast, B. R. (1989). Structure and process, politics and policy: Administrative arrangements and the political control of agencies. *Virginia Law Review*, 75(2), 431–482. <https://doi.org/10.2307/1073179>

⁴³ Davis, K. (2019). The Limits of Evidence-Based Regulation: The Case of Anti-Bribery Law *NYU Law and Economics Research Paper No. 19-42*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3490807

⁴⁴ Davis, K. (2019). The Limits of Evidence-Based Regulation: The Case of Anti-Bribery Law *NYU Law and Economics Research Paper No. 19-42*.

⁴⁵ OCDE. (2020). *Building Capacity for Evidence-Informed Policy-Making: Lessons from Country Experiences*. (Examens de l'OCDE sur la gouvernance publique). <https://www.oecd.org/gov/building-capacity-for-evidence-informed-policy-making-86331250-en.htm>

L'engagement des parties prenantes est important pour l'élaboration de politiques fondée sur des données probantes. L'OCDE reconnaît que les citoyens et les entreprises peuvent utilement contribuer aux politiques et réglementations sur la base de la faisabilité pratique et de leurs expériences quotidiennes⁴⁶. Tandis que de nombreuses nations de l'OCDE consultent les parties prenantes après l'élaboration d'une loi ou d'une réglementation, l'engagement des parties prenantes plus tôt dans le processus peut s'avérer plus efficace pour identifier les problèmes et recueillir des données et des idées pour élaborer des solutions possibles. Dans les services financiers numériques en développement, les parties prenantes, y compris les organisations de consommateurs et consommatrices, peuvent non seulement contribuer à identifier les risques en développement, mais également permettre aux prestataires de concevoir et de fournir des services et produits financiers centrés sur les clients⁴⁷.

Les organisations de consommateurs et consommatrices disposent souvent déjà des outils et de la capacité de contacter un large éventail de personnes consommatrices, y compris celles en situation de vulnérabilité, ce qui est la base d'une défense des consommateurs et consommatrices fondée sur des données probantes. Les organisations de consommateurs et consommatrices bénéficient généralement d'une présence de terrain et d'une confiance accordée par la communauté. Elles peuvent être dotées de compétences en réalisation d'enquêtes, entretenir des relations de confiance avec les médias et mettre en place des réseaux avec d'autres universitaires, des institutions de recherche, la société civile plus large et des consultants ainsi que des prestataires auprès de qui elles peuvent recueillir des données probantes. En fait, la capacité des organisations de consommateurs et consommatrices à mener des recherches sur les personnes consommatrices et à contacter les groupes vulnérables sans voix peut suffire à expliquer pourquoi elles sont des sources fiables dans les consultations avec les parties prenantes.

2. Stratégies, cas et exemples spécifiques

Les éclairages, exemples et études de cas proviennent principalement des entretiens menés avec les organisations de consommateurs et consommatrices qui sont membres du Réseau de l'Accélérateur de Finance numérique équitable et des questionnaires qui leur ont été adressés. Ce rapport ne se concentre pas sur un produit ou canal de distribution spécifique, mais plutôt sur les manières innovantes et fondatrices par lesquelles les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent favoriser des services financiers numériques équitables, sûrs et inclusifs.

- a. Établir la présence de la défense des consommateurs et consommatrices : S'appuyer sur les bases existantes

⁴⁶ OCDE. (2021). Stakeholder engagement. In *OECD Regulatory Policy Outlook 2021 - Policy Brief: Evidence-based policy making and stakeholder engagement*. <https://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/chapter-two-evidence-based-policy-making-and-stakeholder-engagement.pdf>

⁴⁷ CGAP. (2023). *Customer-centric guide*. <https://customersguide.cgap.org/>

Chaque organisation de consommateurs et consommatrices devrait s'appuyer sur les forces et ressources dont elle dispose déjà. Aucune organisation de consommateur et consommatrice ne ressemble aux autres en matière de niveau d'expérience, de financements et de relations avec les communautés et les autres parties prenantes. Les organisations de consommateurs et consommatrices, tout particulièrement celles venant de rejoindre l'espace politique des services financiers numériques, manquent généralement d'expertise technique dans les services financiers numériques. Mais chacune peut apporter un point de vue unique et son expérience de défense des consommateurs et consommatrices, des campagnes, des recherches et de la communication avec les médias hors-services financiers numériques. Cela leur permet de s'appuyer sur leurs connexions de terrain avec la communauté, leur expertise dans la perspective de la personne consommatrice et leurs programmes et membres actuels du personnel généralistes ou hors-services financiers numériques.

Collaborer avec la communauté. Les organisations de consommateurs et consommatrices fonctionnent souvent depuis des décennies avec de vastes réseaux régionaux et connexions de terrain⁴⁸. Il est possible que les organisations qui ont déjà établi des relations solides avec la communauté servent d'intermédiaire avec les décideurs politiques pouvant permettre divers types de défense des consommateurs et consommatrices dans les services financiers numériques. Les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent se servir de leur présence pour mener des recherches de terrain.

Encadré 3 : S'appuyer sur la présence de terrain et la confiance dans la communauté

- La relation et la confiance du Conseil des Consommateurs du Zimbabwe avec la communauté

Au Zimbabwe, les relations approfondies du Conseil des Consommateurs du Zimbabwe et la confiance dans la communauté entrent en jeu pour inciter les communautés à se rassembler lors d'initiatives et d'événements du gouvernement. Les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent constituer des plateformes de dialogue entre les personnes consommatrices et le gouvernement concernant les nouvelles politiques ou interventions. Dans des événements co-parrainés avec le gouvernement, le Conseil des Consommateurs du Zimbabwe fait office d'organisation mobilisatrice, animatrice et modératrice, tout en renseignant les participants et participantes sur leurs droits de personnes consommatrices. Après la présentation de l'intervenant ou l'intervenante du gouvernement, les participants et participantes ont une séance de questions-réponses avec les régulateurs. Ces séances ont pu résoudre immédiatement les plaintes de personnes consommatrices. Les régulateurs ont constaté que la force des organisations de consommateurs et consommatrices telles que le Conseil des Consommateurs du Zimbabwe permet aux régulateurs d'interagir pacifiquement avec les participants et participantes⁴⁹.

⁴⁸ Consumers International. (2023). *Finance numérique : L'expérience du consommateur, 2023*.

<https://www.consumersinternational.org/media/468551/digital-finance-the-consumer-experience-2023-francais.pdf>

⁴⁹ Entretien de CCZ.

- Les ambassadeurs et ambassadrices du district de ADECOR (Rwanda) contribuent aux recherches sur les personnes consommatrices

Au Rwanda, ADECOR a dans chaque district plus de 30 ambassadeurs ou ambassadrices, représentants ou représentantes, personnes consommatrices qui contribuent aux recherches de terrain, à la collecte de données, aux campagnes de sensibilisation, à la gestion de plaintes de personnes consommatrices ou à d'autres activités connexes. ADECOR (Rwanda) privilégie la recherche de terrain physique (en personne) par rapport à la recherche de terrain en ligne car elle est plus exacte et plus efficace pour coopérer avec une population peu instruite. En 2019, ADECOR (Rwanda) a mené des recherches sur les niveaux de fraude aux personnes consommatrices de services financiers numériques de sept districts, y compris celui de Nyarugenge, de Gasabo et du Kicukiro dans la Ville de Kigali, le district de Rubavu dans la province de l'Ouest, le district de Musanze dans la province du Nord, le district de Nyanza dans la province du Sud, et le district de Kayonza dans la province de l'Est. Les activités de recherche de terrain ont inclus la traduction de questionnaires dans la langue locale (le kinyarwanda).⁵⁰

Favoriser et entretenir des partenariats de qualité avec la principale autorité de protection des personnes consommatrices et se centrer sur les perspectives de politique de consommation. La plupart des organisations de consommateurs et consommatrices sont « généralistes », œuvrant à la protection des personnes consommatrices et contribuant aux politiques dans divers domaines, souvent en nouant des partenariats avec des autorités de protection des personnes consommatrices dans leur pays respectif. Les régulateurs ou les décideurs politiques des services financiers numériques peuvent disposer d'une expertise en matière de finance, d'économie ou de technologie mais moins connaître les principes élémentaires de la protection des personnes consommatrices, notamment la divulgation et la transparence, le traitement équitable et la conduite des affaires, les droits contractuels, la protection des données et la confidentialité. Dans ces cas, les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent apporter la perspective des personnes consommatrices dans les politiques de services financiers numériques en soulignant l'importance de ces principes auprès des décideurs politiques.

Encadré 4 : Tirer parti des partenariats avec les autorités de protection des personnes consommatrices

Les membres du Réseau de l'Accélérateur de Finance numérique équitable qui n'ont pas encore travaillé sur les problématiques des services financiers numériques peuvent tirer parti de leurs réputations existantes et leurs partenariats solides avec les autorités représentant les personnes consommatrices.

- La relation étroite de CADEF (Nigeria) avec l'autorité représentant les personnes consommatrices

⁵⁰ ADECOR. (2019). *Assessment on the fraud in financial services and barriers by financial services providers and consumers in Rwanda.*

CADEF (Nigeria) n'est dotée d'aucun personnel spécialisé dans les services financiers numériques et ne travaille pas sur les problématiques spécifiques liées à ces derniers. Elle a en revanche établi des partenariats solides avec la Commission fédérale de la concurrence et de la protection des consommateurs. La Commission requiert régulièrement des mises à jour sur les activités de CADEF et compte sur elle pour l'informer des moments où elle a besoin que la Commission participe à ses activités⁵¹.

- **La réputation de l'Association des Consommateurs du Bangladesh et sa relation avec l'autorité représentant les personnes consommatrices**

Fondée en 1978, l'Association des Consommateurs du Bangladesh (CAB) est une organisation bénévole non-gouvernementale et à but non lucratif respectée qui se consacre à la protection et à la promotion des droits et intérêts des personnes consommatrices dans le pays. CAB coopère étroitement avec la Direction de la protection nationale des droits des consommateurs et, en tant que représentante des personnes consommatrices, siège à de nombreux comités (gouvernements et non-gouvernementaux).

S'appuyant sur le personnel interne doté de compétences non spécifiques de services financiers numériques ou sur des consultants et prestataires externes pour travailler sur les problématiques des services financiers numériques. La plupart des organisations de consommateurs et consommatrices n'ont pas de personnel spécialisé travaillant exclusivement sur les problématiques liées aux services financiers numériques. Elles s'appuient sur le personnel généraliste existant et sur des spécialistes du plaidoyer, des campagnes et communications, des perspectives de droits numériques, des tests de produits et des problématiques politiques et juridiques. Les organisations de consommateurs et consommatrices devraient exploiter les capacités de ces ressources institutionnelles existantes lorsqu'elles traitent des problématiques de services financiers numériques. Elles peuvent envisager de recourir à des experts externes selon leurs besoins et les projets⁵².

⁵¹ Entretien de CADEF.

⁵² Questionnaire AIC.

Encadré 5 : Étude de cas : l'élaboration et l'application du Fair Digital Financial Framework par Consumer Reports (États-Unis)

Fondé en 1936, Consumer Reports (États-Unis), anciennement Consumers Union (CU), est l'une des organisations de consommateurs et consommatrices à but non lucratif les plus influentes du monde depuis plus de quatre-vingts ans. Son magazine, *Consumer Reports*, a été la source d'informations des personnes consommatrices aux États-Unis la plus plébiscitée pendant longtemps.⁵³ Consumer Reports (États-Unis) mène des tests de produits indépendants, des activités de journalisme d'investigation, des recherches orientées sur les personnes consommatrices, et des campagnes d'éducation publique et de défense des consommateurs et consommatrices. Consumer Reports (États-Unis) emploie plus de 600 testeurs de produits, journalistes, scientifiques, ingénieurs et enquêteurs.

Consumer Reports (États-Unis) a créé le Fair Digital Finance Framework (« Cadre de la finance numérique équitable ») pour évaluer les produits de la finance numérique afin de rendre les normes plus strictes, de renforcer les protections des personnes consommatrices et de les autonomiser. La mise au point du Cadre s'est appuyée sur une analyse du paysage de la recherche domestique et internationale, des normes réglementaires, des cadres et orientations.

Le Cadre stipule les sept principes suivants :

- Principe 1. (Sécurité) Les produits de la finance numérique sont sûrs et minimisent les risques
- Principe 2. (Confidentialité) Les personnes ont le contrôle de leurs données et comprennent ce qui est collecté, comment c'est utilisé et avec qui c'est partagé
- Principe 3. (Transparence) Les entreprises de la finance numérique communiquent avec les utilisateurs d'une manière complète et significative
- Principe 4. (Orientation utilisateur) Les produits et les services de la finance numérique sont centrés sur les besoins et les expériences des utilisateurs
- Principe 5. (Soutien au bien-être financier) Les produits et les services de la finance numérique sont conçus de manière à bénéficier aux personnes consommatrices et soutenir leur bien-être financier
- Principe 6. (Inclusivité) Les produits et les services de la finance numérique cherchent à minimiser les obstacles à l'accès et à l'utilisation
- Principe 7. (Environnemental, social, gouvernance) Les entreprises de la finance numérique s'engagent en faveur de la responsabilité environnementale et sociale et de la gouvernance d'entreprise.

En janvier 2023, Consumer Reports (États-Unis) a publié le rapport fondé sur l'étude de cas *Peer-to-peer payment apps: A case study for a digital finance standard* (« Les applications de paiement de pair-à-pair : étude de cas pour une norme de la finance numérique »), dans lequel il mettait en application une partie du Cadre pour évaluer les applications de paiement de pair-à-pair. En mai 2023, Consumer Reports a

⁵³ Brobeck, S. (ed). (1997). *Encyclopedia of the consumer movement. ABC-CLIO.*

publié un autre rapport fondé sur une étude de cas, *Buy now, pay later: A case study for a digital finance standard* (« Le Buy now, pay later : étude de cas pour une norme de la finance numérique ») qui s'appuyait sur un sous-ensemble des principes du Cadre pour évaluer les produits de BNPL.

La mise au point du Cadre et son utilisation lors d'évaluations de produits ultérieures reposent sur les décennies d'expérience de Consumers Reports (États-Unis) :

- Consumer Reports (États-Unis) mène un travail de plaidoyer sur la finance des personnes consommatrices depuis plus de cinquante ans.
- De nombreux éléments du Cadre découlent de la Norme numérique de Consumer Reports (États-Unis), mise au point par l'équipe de défense des droits numériques (qui travaille sur la confidentialité des données, la sécurité, l'accès au haut débit et la concurrence) de Consumer Reports (États-Unis).
- Les tests des produits de services financiers numériques sont un développement des fonctions de tests de produits de Consumer Reports (États-Unis). En 2017, dans le cadre de cette fonction, Consumer Reports (États-Unis) a noté les plus grandes banques, coopératives de crédit et banques en ligne⁵⁴.
- Pour la mise au point du Cadre, Consumer Reports (États-Unis) a travaillé avec son équipe d'enquête, qui mène des recherches quantitatives et qualitatives sur les personnes consommatrices pour mener à bien une analyse initiale des priorités des personnes consommatrices dans les services financiers numériques. Bien que l'ensemble de ces installations et personnels internes ne soit pas impliqué dans le travail quotidien sur les services financiers numériques, l'équipe peut s'appuyer sur les approches de recherche standard de Consumer Reports (États-Unis) ou tirer parti d'approches précédentes pour renforcer son expertise en politique des services financiers numériques.
- Outre dialoguer avec les parties prenantes externes (représentants et représentantes de l'industrie, universitaires, défenseurs et défenseuses des consommateurs et consommatrices et régulateurs) dans le processus de mise au point du Cadre, Consumer Reports (États-Unis) a engagé un ou une prestataire de vente externe pour évaluer les produits par rapport au Cadre.

Encadré 6 : CUTS (Inde) a développé son expertise en s'appuyant sur le personnel et l'expérience existants⁵⁵

CUTS (Inde) est forte de quatre décennies d'expérience dans travail sur les questions liées aux services financiers, renforçant la sensibilisation et réparant les torts. L'organisation dispose d'environ huit ans d'expérience dans le domaine relativement nouveau des services financiers numériques.

Au cours de cette période, CUTS (Inde) a étudié de manière approfondie les domaines des paiements numériques, de la structure du marché, du crédit numérique, des fraudes et des réparations de plaintes. L'organisation s'est dotée d'équipes à plein temps qui se consacrent à des domaines thématiques tels

⁵⁴ Consumer Reports. (2017). *Bank & Credit Union Ratings*. <https://www.consumerreports.org/money/banks-credit-unions/>

⁵⁵ Questionnaire de CUTS.

que la concurrence, la réglementation, l'investissement, la protection des personnes consommatrices et la gouvernance. Lorsque CUTS (Inde) décide en interne de se renseigner sur des questions précises en matière de services financiers numériques, elle fait appel aux professionnels présents dans ces équipes.

Ses sources de financement incluent des bailleurs de fonds externes, le secteur privé, le gouvernement et sa propre épargne organisationnelle, mais elle ne dispose pas de financements pérennes pour travailler sur les services financiers numériques. Souvent, les financements sont spécifiques à une thématique et de durée limitée, ce qui entrave la capacité de CUTS (Inde) à poursuivre ses initiatives et assurer un réel changement.

- b. Favoriser les structures et les processus en faveur de la défense des consommatrices et consommateurs des services financiers numériques

Étant donné le développement rapide des services financiers numériques et la nature précaire des financements pour la défense des consommateurs et consommatrices dans ce domaine, les organisations de consommateurs et consommatrices doivent soutenir la création et le fonctionnement de **bases institutionnelles solides pour les structures et processus d'élaboration des politiques** dans l'espace politique des services financiers numériques.

Ces bases institutionnelles incluent à la fois des cadres juridiques, réglementaires et de supervision et des organismes de surveillance explicitement responsables de la protection des consommateurs et consommatrices de services financiers dans le cadre des services financiers numériques. C'est précisément parce que ces institutions sont encore fluides dans l'espace des services financiers numériques que les organisations de consommateurs et consommatrices moins établies peuvent avoir un réel impact. Cela permettrait aux organisations de consommateurs et consommatrices d'adopter un rôle central dans la formation de ces institutions ou de saisir de nouvelles opportunités dans les discussions avec les parties prenantes pour des services financiers numériques répondant aux besoins des personnes consommatrices.

Participer à la création d'un cadre juridique pour les services financiers numériques et devenir un acteur clé du cadre réglementaire. Les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent plaider en faveur d'un cadre juridique clair qui met en place un régime efficace de protection des consommateurs et consommatrices de services financiers dans le domaine des services financiers numériques⁵⁶. Un régime des services financiers numériques peut être propre à ce secteur ; c'est-à-dire qu'il peut concerner un produit ou une ligne commerciale de services financiers numériques spécifique (par exemple les services de paiement). Autrement, se doter d'un cadre de référence solide pour la protection des personnes consommatrices en général peut également déboucher sur une protection des consommateurs et consommatrices de services financiers solide dans le domaine des services financiers numériques. Les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent influencer la mise au point des politiques en participant à l'élaboration de cadres juridiques et réglementaires de ce type applicables aux services financiers numériques. Une telle participation donne aux organisations de consommateurs et consommatrices une place au sein de l'écosystème de l'élaboration de politiques des services financiers numériques, créant de nouvelles possibilités d'influencer les politiques.

Encadré 7 : La participation de ADECOR (Rwanda) à l'élaboration des lois et des réglementations

⁵⁶ Chien, J., Dias, D.L., Grist, C.M., Stewart, F.E., Symonds, R.L., Natarajan, H., Zottel, S., Traversa, M., Holtzer, P. *Good practices for financial consumer protection: 2017 edition. Groupe de la Banque mondiale.* <http://documents.worldbank.org/curated/en/492761513113437043/Good-practices-for-financial-consumer-protection-2017-edition>

La participation de ADECOR (Rwanda) à l'élaboration des lois et des réglementations de protection des consommateurs et consommatrices de services financiers a mené à un renforcement des possibilités dans l'élaboration des politiques du domaine des services financiers numériques. ADECOR (Rwanda) a participé à la rédaction de la Loi relative à la protection du consommateur de service financier et à ses règlements connexes, que le gouvernement rwandais a fait passer en mars 2021. Jusqu'alors, les lois relatives à la protection des consommateurs et consommatrices de services financiers étaient limitées et insuffisantes⁵⁷.

La Loi relative à la protection du consommateur de service financier complète est la première de l'histoire du Rwanda à protéger uniquement le consommateur et la consommatrice de services financiers. Elle a introduit des mécanismes pour la protection des consommateurs et consommatrices de services financiers et prévoit les réglementations et systèmes qui permettront leur mise en œuvre. En général, la nouvelle réglementation vise à atteindre les objectifs suivants : étendre l'autorité de surveillance de la Banque nationale du Rwanda ; lutter contre les fraudes à l'égard des comptes clients ; renforcer la transparence dans la prestation des services financiers ; fournir des orientations pour la gestion des plaintes des personnes consommatrices et l'amélioration de l'autonomisation des personnes consommatrices au sein du secteur ; éclairer davantage les principales caractéristiques du contrat modèle des services financiers ; réglementer les questions de tarification et les frais, tels que les pénalités et les frais injustes du secteur ; et contrôler la publicité pour les services et produits financiers et la gestion des informations personnelles des personnes consommatrices.

Sa participation à la rédaction de la Loi relative à la protection du consommateur de service financier a renforcé les possibilités de ADECOR (Rwanda) dans l'espace politique des services financiers numériques, lui permettant notamment de siéger au Comité technique sous l'égide de la Banque nationale du Rwanda. Elle a contribué à lui assurer des financements de bailleurs de fonds tels que la Banque mondiale ou le Fonds Anne Fransen.

Mettre au point des initiatives en suivant l'évolution du marché et les initiatives de politiques

gouvernementales dans les services financiers numériques. Les services financiers numériques forment un espace politique en évolution et en expansion, chaque nation en étant à un niveau de développement différent. Certains gouvernements s'approprient les services financiers numériques en adoptant des politiques visant à en créer la demande, notamment en incitant les personnes consommatrices à passer aux services financiers numériques⁵⁸ ou en utilisant les services financiers numériques comme outil pour

⁵⁷ Banque mondiale. (2013). *Rwanda Diagnostic Review of Consumer Protection and Financial Literacy: Volume 2. Comparison with Good Practices*. <https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/000613e3-5fc4-5b00-a31a-1e346275305b>

⁵⁸ Pazarbasioglu, C., Garcia Mora, A., Uttamchandani, M., Natarajan, H., Feyen, E., and Saal, M. (2020). *Digital financial services*. Groupe de la Banque mondiale. <https://pubdocs.worldbank.org/en/230281588169110691/Digital-Financial-Services.pdf>

stimuler l'innovation technologique ou le développement économique⁵⁹. D'autres se dotent de politiques visant à lutter contre les risques de protection des personnes consommatrices dans les services financiers numériques, par exemple en demandant une divulgation claire, opportune et standardisée, ou en adoptant des lois et réglementations relatives à la confidentialité ou la protection des données. Les organisations de consommateurs et consommatrices doivent être préparées à évoluer avec la mise au point des politiques et le développement des marchés.

Encadré 8 : L'implication de CUTS (Inde) avec l'évolution du marché et la politique gouvernementale au sujet de la réglementation financière

Le développement de relations avec les régulateurs financiers dans la phase pré-services financiers numériques. Depuis sa fondation en 1983, CUTS (Inde) a interagi avec des régulateurs à la fois dans le domaine financier et dans celui de la protection des personnes consommatrices. Initialement, les régulateurs dialoguaient avec les organisations de consommateurs et consommatrices telles que CUTS (Inde) pour mener des actions de sensibilisation, renforcer les capacités et dissiper les mythes sur les services financiers formels. Par exemple, CUTS (Inde) a joué un rôle dans le Fonds d'éducation et de sensibilisation des déposants (DEAF) et dans les Campagnes de sensibilisation au marché des garanties (SMAC), tous deux dirigés par des régulateurs financiers. CUTS (Inde) était bénéficiaire depuis longtemps de chacun de ces programmes, et a servi de passerelle entre les régulateurs et les personnes consommatrices⁶⁰.

Objectif et rôle après la phase post-services financiers numériques. Au cours de la décennie écoulée, l'attention des régulateurs est passée des défis liés à la sensibilisation des personnes consommatrices sur les produits classiques à leur accès aux produits numériques. La littératie numérique, le niveau de confort des utilisateurs et utilisatrices en matière de services financiers numériques et le renforcement de la confiance envers l'écosystème numérique figuraient parmi les préoccupations du gouvernement. CUTS (Inde) a travaillé sur des problématiques telles que la littératie numérique, la confidentialité et la protection des données et le règlement des plaintes numériques et sur des difficultés concernant l'accès et l'inclusion financière des personnes consommatrices aux services financiers numériques. Plus récemment, CUTS (Inde) a été impliquée dans des études qualitatives approfondies spécifiques aux produits de services financiers numériques, et notamment (i) les mécanismes de fraude et d'ingénierie sociale entourant les paiements numériques, (ii) la pertinence, la quantité et le format de la divulgation d'informations et des divulgations de confidentialité qui éviteront la surcharge d'informations et (iii) la pertinence des produits de prêts numériques pour les personnes consommatrices à faible revenu, sans revenus récurrents, dans le contexte de la prolifération des applications de prêts numériques. À l'aide de subventions gouvernementales, CUTS (Inde) gère des centres de règlement des plaintes de personnes consommatrices couvrant les parties ouest et nord du pays.

⁵⁹ Li, J., Shujun, Y., & Yujin, Z. (2023). How digital finance promotes technological innovation: Evidence from China. *Finance Research Letters*, 58, Part A.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1544612323006700>

⁶⁰ Entretien de CUTS.

Plaider en faveur de dispositifs institutionnels telles que les structures de réglementation et de supervision pour les services financiers numériques. Les dispositifs institutionnels, et notamment les organes de surveillance explicitement responsables des services financiers numériques dotés de la compétence nécessaire, font partie des composantes clés d'un cadre favorisant des services financiers numériques équitables et sûrs⁶¹. Le terme de « dispositif institutionnel » désigne ici l'organisation et la structure des agences responsables de l'élaboration de politiques, de la réglementation et de la supervision des services financiers numériques, ainsi que la capacité, les ressources et processus de l'agence concernée⁶². Bien que de nouveaux prestataires de services aient émergé dans l'espace des services financiers numériques, ils ne font souvent l'objet d'aucune supervision et d'aucune réglementation efficace⁶³. Se doter d'un cadre de référence solide pour la protection des consommateurs et consommatrices de services financiers qui supervise les services financiers numériques et le secteur financier non-numérique peut déboucher sur une protection des consommateurs et consommatrices de services financiers solide numériques.

Encadré 9 : Les dispositifs institutionnels concernant la protection des consommateurs et consommatrices de services financiers pour les services financiers numériques

Les autorités responsables de la protection des consommateurs et consommatrices de services financiers sont de plus en plus confrontées au défi de la mise au point ou l'adaptation de réglementations, pour lutter contre ces risques générés par les services financiers numériques. Les régulateurs identifient souvent leur expertise technique interne limitée comme le plus grand obstacle à leurs capacités de régir et superviser la finance alternative⁶⁴. Vous trouverez ci-après des exemples d'autorités qui travaillent sur les problématiques de protection des consommateurs et consommatrices de services financiers pour les services financiers numériques.

- **La protection des consommateurs et consommatrices de services financiers pour les services financiers numériques dans les pays à revenu plus élevé**

Suite à la crise financière mondiale de 2008, le Congrès des États-Unis a fait passer la loi Dodd-Frank (Dodd-Frank Act) qui a créé le Bureau de protection des consommateurs de produits financiers (CFPB), une agence gouvernementale qui se consacre à la protection des personnes consommatrices dans leurs transactions avec les banques, les créanciers et les autres institutions financières. Le CFPB est à

⁶¹ G20 (Groupe des Vingt)/OCDE. (2022). *High-level principles on financial consumer protection 2022*. https://web-archiv.oe.cd.org/2022-12-12/648348-G20_OECD%20FCP%20Principles.pdf.

⁶² Jaeger, J., & Jenik, I. (2015). *Institutional Arrangements for Financial Consumer Protection – Technical Note (anglais)*. Groupe de la Banque mondiale. <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/b7658a11-f3fa-59ab-bb39-50e0abae4231/content>.

⁶³ Duflos, E. & Coetzee, G. (2022). Rethinking Consumer Protection: A Responsible Digital Finance Ecosystem. *CGAP*. <https://www.cgap.org/blog/rethinking-consumer-protection-responsible-digital-finance-ecosystem>

⁶⁴ Banque mondiale. (2021). *Consumer Risks in Fintech: New manifestations of consumer risks and emerging regulatory approaches*. <http://hdl.handle.net/10986/35699>

l'avant-garde de la protection des personnes consommatrices sur les questions de services financiers numériques. Voici certaines initiatives récentes du CFPB dans l'espace des services financiers numériques :

- En 2022, le CFPB a présenté des options pour renforcer l'accès et le contrôle des personnes consommatrices sur leurs données financières comme première étape avant de publier une proposition de règle sur les droits relatifs aux données qui mettrait en œuvre l'article 1033 de la loi Dodd-Frank⁶⁵.
- En 2022, le CFPB a publié une interprétation juridique visant à faire en sorte que les entreprises qui utilisent et partagent des rapports de crédit et documentaires disposent d'un but autorisé au titre de la Loi sur l'équité des rapports de solvabilité (Fair Credit Reporting Act). Le nouvel avis consultatif du CFPB précise que les agences d'évaluation de crédit et les utilisateurs des rapports de crédit disposent d'obligations spécifiques de protéger la confidentialité des données du public⁶⁶.
- En 2023, la CFPB a publié des orientations sur certaines exigences juridiques auxquelles les créanciers doivent se plier lorsqu'ils utilisent l'intelligence artificielle ou d'autres modèles complexes⁶⁷.
- En 2023, le CFPB a proposé de superviser les plus grandes entreprises non-bancaires qui proposent des services tels que des portefeuilles numériques ou des applications de paiement⁶⁸.
- En 2023, le CFPB a souligné les impacts des politiques et pratiques des entreprises de la Big Tech qui régissent le Tap to Pay sur les appareils mobiles tels que les smartphones ou les montres⁶⁹.
- En 2023, le CFPB a proposé une publication spéciale sur les applications de paiement numérique que les personnes consommatrices et les entreprises utilisent le plus. L'analyse révèle que les fonds stockés sur ces applications peuvent s'avérer peu sûrs en cas de crise

⁶⁵ CFPB. (2022). *CFPB Kicks Off Personal Financial Data Rights Rulemaking*.

<https://www.consumerfinance.gov/about-us/newsroom/cfpb-kicks-off-personal-financial-data-rights-rulemaking/>

⁶⁶ CFPB. (2022). *Permissible Purposes for Furnishing, Using, and Obtaining Consumer Reports*.

<https://www.consumerfinance.gov/rules-policy/final-rules/fair-credit-reporting-permissible-purposes-for-furnishing-using-and-obtaining-consumer-reports/>

⁶⁷ CFPB. (2023). *CFPB Issues Guidance on Credit Denials by Lenders Using Artificial Intelligence*.

<https://www.consumerfinance.gov/about-us/newsroom/cfpb-issues-guidance-on-credit-denials-by-lenders-using-artificial-intelligence/>

⁶⁸ CFPB. (2023). *CFPB Proposes New Federal Oversight of Big Tech Companies and Other Providers of Digital Wallets and Payment Apps*. <https://www.consumerfinance.gov/about-us/newsroom/cfpb-proposes-new-federal-oversight-of-big-tech-companies-and-other-providers-of-digital-wallets-and-payment-apps/>

⁶⁹ CFPB. (2023). *CFPB Report Highlights Role of Big Tech Firms in Mobile Payments*.

<https://www.consumerfinance.gov/about-us/newsroom/cfpb-report-highlights-role-of-big-tech-firms-in-mobile-payments/>

financière, puisqu'il peut ne pas s'agir de comptes couverts par les assurances dépôts fédérales⁷⁰.

- **La protection des consommateurs et consommatrices de services financiers pour les services financiers numériques des pays à revenu faible et intermédiaire**

Plusieurs membres du Réseau de l'Accélérateur de Finance numérique équitable, y compris ceux basés au Yémen, au Maroc et en Inde, ont identifié la banque centrale de leur pays comme leur principal contact sur les problématiques de services financiers numériques, et coopèrent étroitement avec ces banques. L'Association du Yémen pour la Protection des Consommateurs communique directement avec la banque centrale via le Directeur général des systèmes de paiement⁷¹. Souvent, ces banques centrales sont à l'avant-garde de la protection des consommateurs et consommatrices de services financiers pour les services financiers numériques dans leurs pays respectifs. Par exemple, la Banque de Réserve de l'Inde a publié des lignes directrices sur les prêts numériques pour prévenir la fraude et protéger les données des personnes consommatrices⁷².

Les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent être des partenaires puissants pour coopérer avec, ou compléter, les autorités de services financiers numériques qui peuvent manquer de ressources ou de capacités. Les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent aider les autorités à identifier les domaines à haut risque ne faisant l'objet d'aucune réglementation ou supervision et à établir le périmètre réglementaire. Les organisations de consommateurs et consommatrices devraient faire en sorte que les dispositifs institutionnels traitent des difficultés spécifiques des personnes consommatrices en matière de services financiers numériques⁷³. Les organisations de consommateurs et consommatrices devraient également veiller à ce que les autorités donnent priorité à une surveillance solide concernant la protection des consommateurs et consommatrices de services financiers et les règles de confidentialité, en plus de la stabilité financière ou de l'innovation, ainsi qu'au développement du secteur des services financiers numériques.

Encadré 10 : Les organisations de consommateurs et consommatrices complètent les capacités des institutions étatiques en période de crises

⁷⁰ CFPB. (2023). *CFPB Finds that Billions of Dollars Stored on Popular Payment Apps May Lack Federal Insurance*. <https://www.consumerfinance.gov/about-us/newsroom/cfpb-finds-billions-of-dollars-stored-on-popular-payment-apps-may-lack-federal-insurance/>

⁷¹ Questionnaire du Yémen.

⁷² ETBFSI Research. (2022). *RBI's guidelines on digital lending to deter fraud, protect customers' data*. <https://bfsi.economictimes.indiatimes.com/news/policy/rbis-guidelines-on-digital-lending-to-deter-fraud-protect-customers-data/93480483>

⁷³ Questionnaire AIC.

Le Liban traverse actuellement une crise économique et financière caractérisée par une hyperinflation et une devise qui se déprécie rapidement. Les troubles politiques et la corruption ont affaibli les autorités réglementaires et perturbé les institutions judiciaires et étatiques, ce qui a conduit à une mauvaise application des lois sur la protection des personnes consommatrices et à un retard des actions en justice. En dépit de l'érosion de la confiance des personnes consommatrices envers les institutions étatiques, les organisations de consommateurs et consommatrices telles que Consumers Lebanon ont été en mesure de conserver la confiance des personnes consommatrices et de compléter le rôle de l'État par une couverture médiatique positive de leurs campagnes de sensibilisation des personnes consommatrices⁷⁴.

Plaider en faveur de la création de structures consultatives formelles telles que des organismes consultatifs de personnes consommatrices ou des conseils de personnes consommatrices pour les services financiers numériques, afin de favoriser des relations stables avec les décideurs politiques.

Plusieurs organes internationaux ont reconnu que les décideurs politiques devraient contacter les parties prenantes là où elles se trouvent ; prendre part à des consultations publiques en créant des structures consultatives est un moyen d'y parvenir⁷⁵. Les structures consultatives peuvent varier en fonction du degré de formalité, de la durée d'existence (c'est-à-dire *ad hoc* ou permanentes), du mandat et de la mesure à laquelle les régulateurs identifient et sollicitent les consultations avec les parties prenantes en dehors du gouvernement. En pratique, les évolutions des politiques ou du leadership politique poussent les gouvernements à cesser de convoquer des réunions et à rarement convier les organisations de consommateurs et consommatrices, voire à démanteler les structures consultatives. Ainsi, lorsque c'est possible, les organisations de consommateurs et consommatrices doivent chercher à créer des bases plus stables pour la structure consultative. Il peut s'agir (i) d'institutionnaliser les sièges occupés par les personnes consommatrices pour les organes consultatifs concernés dans les lois et les réglementations, (ii) de demander une fréquence de réunion, ou un financement approprié pour les organismes consultatifs, ou (iii) de demander explicitement l'inclusion des voix des personnes consommatrices dans certains processus et certaines procédures.

Encadré 11 : Plaider en faveur de la création d'organes consultatifs de personnes consommatrices et de la participation à ceux-ci

⁷⁴ Questionnaire de Consumers Lebanon.

⁷⁵ Duflos, E., Griffin, M. & Valenzuela, M. (2021). *Elevating the Collective Consumer Voice in Financial Regulation*. CGAP.

https://www.cgap.org/sites/default/files/publications/2021_03_WorkingPaper_Collective_Consumer_Voice_update_d.pdf / OCDE. (2021). Participation des parties prenantes. In *Politique de la réglementation : Perspectives de l'OCDE 2021 : L'action publique fondée sur des éléments probants et l'association des parties prenantes*.

https://www.oecd.org/fr/publications/politique-de-la-regulation-perspectives-de-l-ocde-2021_494d5942-fr.html

;))

- **La contribution de l'Association Ivoirienne des Consommateurs (Côte d'Ivoire) à la création et au fonctionnement du OQSF**

En Côte d'Ivoire, la création de l'Observatoire de la Qualité des Services Financiers (OQSF) a mené à la conclusion d'un contrat permanent permettant aux organisations de consommateurs et consommatrices de travailler sur les problématiques des services financiers numériques. L'**Association Ivoirienne des Consommateurs (Côte d'Ivoire)** est un membre consultatif permanent du OQSF, faisant office de passerelle entre les personnes consommatrices et cet organe gouvernemental permanent. OQSF veille au fonctionnement du système de la finance numérique en Côte d'Ivoire. Le décret n° 2016-1136 a fondé l'organisation le 21 décembre 2016. OQSF joue le rôle de médiateur entre les utilisateurs et utilisatrices et les prestataires de services financiers. Ces prestataires incluent les établissements de crédit (tels que définis dans les réglementations bancaires), les services financiers numériques, les établissements monétaires (tels que définis par la Banque Centrale des États de l'Afrique de l'Ouest - BCEAO), les compagnies d'assurance au sens du code d'assurance et les services financiers de l'administration ou de la poste.

- **L'implication de CUTS (Inde) dans plusieurs organes consultatifs**

CUTS (Inde) fait partie de plusieurs organismes consultatifs gouvernementaux⁷⁶, y compris le régulateur de l'électricité et le régulateur des télécoms. Elle fait partie des organisations de consommateurs et consommatrices enregistrées auprès du Département des affaires des consommateurs. Elle siège par ailleurs aux conseils consultatifs des régulateurs du secteur financier tels que la Banque de Réserve de l'Inde⁷⁷.

- **La participation de Consumers Korea (République de Corée) aux organes de résolution des litiges financiers et aux réunions du régulateur avec les régulateurs financiers**

Depuis 2002, Consumers Korea, aux côtés d'autres organisations de consommateurs et consommatrices, participe au processus d'élaboration des politiques du Service de supervision financière (FSS), l'organisme de réglementation du secteur financier coréen. Cela inclut des réunions trimestrielles et des réunions pour fixer l'ordre du jour au début de l'année. Au fil du temps, les thèmes des réunions ont inclus l'éducation financière, les litiges avec les personnes consommatrices sur les cartes de crédit ou la prévention de la fraude financière, c'est-à-dire l'hameçonnage vocal ou l'hameçonnage par SMS. Des représentants et représentants de Consumers Korea ont siégé à l'organe de résolution des litiges financiers du FSS.

⁷⁶ Entretien mené de CUTS.

⁷⁷ CUTS International. (n.d.). *Submission to the Reserve Bank of India for Managing Concentration Risk and Promoting Competition and Innovation in Retail Payments Sector*. https://www.cuts-cicier.org/pdf/CUTS_Submission_to_RBI_on_Innovation_and_Competition_in_Retail_Payments.pdf

Pour une relation plus stable avec les décideurs politiques, les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent envisager de conclure un mémorandum d'entente avec les parties prenantes.

Les parties ont recours à des mémorandums d'entente dans diverses situations afin de formaliser des projets communs et d'autres collaborations. Les mémorandums d'entente qui sont non-exécutoires (non contraignants juridiquement) peuvent constituer une manière rapide et informelle d'esquisser les conditions d'une relation en vue d'une future collaboration avec les parties prenantes. Les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent conclure des mémorandums d'entente avec plusieurs régulateurs de l'espace des services financiers numériques.

Encadré 12 : Le recours aux mémorandums d'entente pour établir des relations stables avec les parties prenantes

- Le Conseil des Consommateurs du Zimbabwe a conclu un mémorandum d'entente avec la POTRAZ (l'organisme de régulation des télécoms) aux fins d'éduquer les personnes consommatrices sur les services postaux, de télécommunications et de livraison du pays. Les principales obligations de POTRAZ au titre du mémorandum d'entente sont de fournir au Conseil des Consommateurs du Zimbabwe des supports promotionnels (c'est-à-dire des bannières, brochures et autre documentation pertinente) et de prendre en charge les coûts liés au transport, au carburant et à la mobilisation des participants et participantes. La principale obligation du Conseil des Consommateurs du Zimbabwe est de donner effet à cette mobilisation.
- ADECOR (Rwanda) a conclu des mémorandums d'entente collaboratifs avec différentes institutions gouvernementales, y compris le ministère du Commerce et de l'Industrie (MINICOM), l'Office Rwandais d'Inspection, de Concurrence et de Protection du Consommateur (RICA), l'Autorité Rwandaise de Régulation de certains services d'Utilité Publique (RURA) et l'Association des Institutions de Microfinance au Rwanda (AMIR).

Œuvrer en faveur de la cohérence au sein du réseau d'élaboration des politiques en arrivant aux réunions avec de nouvelles données et perspectives. Bien que les organisations de consommateurs et consommatrices aient parfois du mal à équilibrer leur travail sur les services financiers numériques et leurs autres activités, la participation constante montre aux autorités des services financiers numériques que les organisations sont fiables et favorise la familiarité entre les représentants et représentantes. Les membres du Réseau de l'Accélérateur de Finance numérique équitable qui entretiennent des relations positives avec les autorités des services financiers numériques constatent qu'elles « répondent quotidiennement à toutes les invitations adressées à l'Association », « ne manquant jamais de faire des propositions concernant l'accès et la sécurité en lien avec les services financiers numériques »⁷⁸.

⁷⁸ Rapport AIC.

- c. La défense des consommateurs et consommatrices fondée sur des données probantes : La recherche et la collecte de données originales comme données probantes

Les données originales dans l'élaboration des politiques des services financiers numériques sont précieuses. En raison de la nouveauté et de la volatilité du domaine, nombre de difficultés rencontrées par les personnes consommatrices au sujet des services financiers numériques n'ont pas été clairement documentées, empêchant les décideurs politiques d'en prendre conscience. Il est possible que lesdits décideurs politiques disposent de personnel, de temps ou de capacités insuffisants pour prendre part de manière conséquente à une élaboration des politiques fondée sur des données probantes⁷⁹. Pour combler cette lacune, les organisations de consommateurs et consommatrices constituent une source précieuse de données centrées sur les personnes consommatrices, et peuvent servir de lien pour permettre aux décideurs politiques de mieux comprendre les difficultés des personnes consommatrices.

Les institutions financières internationales ont reconnu la nécessité des données dans l'inclusion et la politique financières. L'inclusion financière des personnes consommatrices implique une série de politiques interdépendantes (la supervision financière, la protection des personnes consommatrices, la politique économique), ainsi qu'une étroite interaction entre les données et les mesures prises dans le cadre des politiques⁸⁰. L'expérience des banques centrales montre qu'une amélioration des statistiques peut être importante pour promouvoir l'inclusion financière. Des cadres de données avec des bases solides sont essentiels pour les organisations qui développent des services financiers pour les personnes consommatrices à faible revenu, sur les marchés formels et informels. Des indicateurs adaptés sont une pré-condition de bonnes politiques⁸¹.

En dépit de la valeur des données dans l'élaboration des politiques du domaine des services financiers numériques, les régulateurs et décideurs politiques manquent souvent de ressources, de la spécialisation et de la volonté nécessaires pour intégrer les intérêts des personnes consommatrices aux politiques en matière de services financiers numériques. Lorsque la protection des personnes consommatrices n'est pas le principal mandat des décideurs politiques, les questions de protection des personnes consommatrices peuvent tomber dans l'oubli⁸². Les banques centrales, jouant souvent un rôle essentiel dans la politique d'inclusion financière et de protection des consommateurs et consommatrices de services financiers, ont une position éminemment favorable pour collecter des données sur l'inclusion financière⁸³. Celles-ci se concentrent généralement sur la politique monétaire ou la stabilité financière et

⁷⁹ Pew Charitable Trusts. (2022). *How Nongovernmental Stakeholders Can Support States in Advancing Evidence-Based Policymaking*. <https://www.pewtrusts.org/en/research-and-analysis/reports/2022/09/how-nongovernmental-stakeholders-can-support-states-in-advancing-evidence-based-policymaking>

⁸⁰ Irving Fisher Committee. (2018). *The role of data in supporting financial inclusion policy*. Banque des règlements internationaux. https://www.bis.org/ifc/publ/ifcb47_overview_rh.pdf.

⁸¹ Tissot, B., & Gadanez, B. (2017). *Measures of financial inclusion - a central bank perspective*. Banque des règlements internationaux. https://www.bis.org/ifc/publ/ifcb47q_rh.pdf

⁸² Jaeger, J., & Jenik, I. (2015). *Institutional Arrangements for Financial Consumer Protection – Technical Note (anglais)*. Groupe de la Banque mondiale.

<https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/b7658a11-f3fa-59ab-bb39-50e0abae4231/content>

⁸³ Irving Fisher Committee. (2018). *The role of data in supporting financial inclusion policy*. Banque des règlements internationaux. https://www.bis.org/ifc/publ/ifcb47_overview_rh.pdf

des préoccupations systémiques plus larges, plutôt que sur la protection des personnes consommatrices ou les questions de confidentialité. Dans certains cas, les décideurs politiques entretiennent de forts liens politiques avec le monde des affaires, ce qui les rend réticents à tenir compte des voix des personnes consommatrices.

Intégrer les perspectives des personnes consommatrices au processus de collecte de données des gouvernements. Les gouvernements recherchent souvent l'engagement des parties prenantes pour identifier les domaines problématiques, trouver les meilleures solutions possibles ou donner de la légitimité aux politiques gouvernementales. Par exemple, les banques centrales ou les régulateurs du secteur financier qui sont des décideurs politiques importants en matière de services financiers numériques invitent les organisations de consommateurs et consommatrices à participer à leurs enquêtes, réunions ou consultations. La contribution d'organisations de consommateurs et consommatrices dotées du mandat précis de favoriser l'intérêt des personnes consommatrices peut permettre au gouvernement de créer un équilibre entre les intérêts des différentes parties prenantes.

Encadré 13 : La participation des organisations de consommateurs et consommatrices à la politique du secteur financier gouvernementale

- **La participation du Conseil des Consommateurs du Zimbabwe à l'enquête FinScope de la Banque de réserve du Zimbabwe (RBZ)**

L'enquête FinScope de RBZ est l'enquête de référence dans le pays. Elle explore l'inclusion, les attitudes, les comportements et les données démographiques en matière financière. Le Conseil des Consommateurs du Zimbabwe y participe depuis 2011. RBZ a créé un comité de pilotage pour représenter les différentes institutions qui fournissent une orientation et une surveillance stratégiques à l'étude. Le Conseil des Consommateurs du Zimbabwe siège au comité de pilotage, aux côtés de l'Agence nationale des statistiques du Zimbabwe (ZimStat), du ministère des Finances et du Développement économique, de la Banque mondiale et de plusieurs organisations sectorielles⁸⁴.

Les organisations de consommateurs et consommatrices devraient s'efforcer de gagner la confiance des parties prenantes par l'intermédiaire d'une défense des consommateurs et consommatrices fondée sur des données probantes. La confiance qu'accordent les personnes consommatrices aux organisations de consommateurs et consommatrices pour protéger leurs intérêts lors des interactions avec les autres parties prenantes est au cœur de la défense des consommateurs et consommatrices. Les décideurs politiques contactent les organisations de consommateurs et consommatrices parce qu'elles constituent des sources fiables d'expertise centrée sur la personne consommatrice, prenant le pouls des citoyens.⁸⁵ Les organisations de consommateurs et consommatrices devraient, par conséquent, renforcer leur

⁸⁴ Finmark Trust. (2022). *FinScope Consumer Survey Report. Zimbabwe 2022*.

https://www.rbz.co.zw/documents/BLSS/2022/Zimbabwe_FinScope_Consumer_2022_Survey_Report.pdf

⁸⁵ Questionnaire CUTS.

crédibilité et leur légitimité afin que lorsqu'elles dialoguent avec les décideurs politiques, elles puissent proposer des éclairages sur les personnes consommatrices et sur le marché, à partir de leur collecte et de leur génération de données au sujet des comportements, des expériences et des difficultés des personnes consommatrices.

Encadré 14 : Les organisations de consommateurs et consommatrices qui contactent une large gamme de parties prenantes pour la défense des consommateurs et consommatrices fondée sur des données probantes

Les exemples suivants de recherches menées par des organisations de consommateurs montrent que les enquêtes larges, tout comme les études approfondies des comportements des personnes consommatrices ou des pratiques du marché, peuvent révéler des données granulaires, originales et inédites (régionales, provenant de minorités) qui peuvent améliorer les initiatives de services financiers numériques.

- **Les recherches de CUTS (Inde) sur les paiements et prêts numériques**

CUTS (Inde) promeut le bien-être des personnes consommatrices sur plusieurs secteurs, y compris les paiements au détail, en Inde. Elle a entrepris de vastes recherches fondées sur des données probantes au sujet de la réglementation, de la concurrence et du règlement des plaintes dans les paiements bancaires et le secteur des paiements numériques. Elle a également collaboré étroitement avec le Comité de Watal sur les paiements numériques et avec la Banque de Réserve de l'Inde (RBI). Ces initiatives ont impliqué des recherches primaires et secondaires approfondies, la collecte et l'analyse de données, et de multiples séries de consultations rigoureuses avec des parties prenantes clés et des experts⁸⁶.

En 2019, CUTS (Inde) a sondé 5 000 répondants, cherchant à se renseigner sur les difficultés et les attentes autour des paiements numériques⁸⁷. Elle a fait passer des entretiens à des personnes de toutes les catégories (personnes consommatrices, marchands et marchandes, micro- et petites entreprises, correspondants et correspondantes d'affaires et entrepreneurs et entrepreneuses) de 11 États, chacune représentant un profil démographique différent.

CUTS (Inde) a conclu qu'en moyenne, environ 44 % des groupes sensibilisés-défavorisés (femmes, pas jeunes, ruraux, faiblement/non-éduqués, et aucun/faible revenu) et 50 % des groupes sensibilisés-favorisés (hommes, urbains, éducation supérieure et revenu élevé) utilisent des paiements numériques. Elle a transmis ses conclusions et recommandations clés au Comité sur l'intensification des paiements numériques de RBI. Dans une autre étude publiée la même année, elle a révélé qu'en dépit de la

⁸⁶ CUTS International. (n.d.). *Contribution to reforms in digital payments sector in India*. https://cuts-ccier.org/pdf/CUTS_Contribution_to_Reforms_in_Digital_Payments.pdf

⁸⁷ CUTS International. (2019). *Digital payment apps need to be more user-friendly*. <https://cuts-ccier.org/digital-payment-apps-need-to-be-more-user-friendly-cuts-international/>

promotion par le gouvernement de paiements numériques, seuls 48 % des marchands et marchandes en milieu urbain les acceptent, et que les insuffisances en matière d'infrastructures faisaient partie des difficultés les plus importantes rencontrées par les marchands et marchandes⁸⁸.

Depuis 2023, CUTS (Inde), en partenariat avec l'Institut international des technologies de l'information de Bangalore (IIITB), examine la confidentialité multipartite dans les plateformes de finance numérique qui proposent des services de prêt en Inde. Les recherches incluent des enquêtes et entretiens réalisés dans tout le pays, couvrant environ 2 000 personnes consommatrices et visant à examiner les limites, les pratiques et les négociations en matière de confidentialité ainsi que les mécanismes de réparation au cas où les services financiers numériques la compromettent. L'étude inclut également une étude d'observation contextuelle de 50 personnes consommatrices⁸⁹.

- **Le rapport ADECOR (Rwanda) sur la fraude dans le domaine des services financiers numériques**

En 2019, ADECOR (Rwanda) a publié un rapport, *Assessment on the fraud in financial services and barriers by financial services providers and consumers in Rwanda* (« Évaluation de la fraude dans les services financiers et des obstacles rencontrés par les prestataires et les personnes consommatrices de services financiers au Rwanda »), qui a interrogé 742 répondants et répondantes dans sept districts ayant fait l'objet d'un échantillonnage partout dans le pays. Le rapport a conclu que plus de 50 % des répondants et répondantes avaient été victimes de fraude financière au cours des trois mois écoulés. Il a mis au jour que les femmes étaient plus souvent victimes de fraudes, et que seulement 58 % des victimes de fraude avaient signalé l'incident aux autorités, tandis que les prestataires de services financiers numériques n'indemnisait que 3,8 % des personnes ayant effectué des signalements.

Un système de gestion des plaintes des personnes consommatrices qui fonctionne bien peut être une source de données unique et précieuse pour les organisations de consommateurs et consommatrices. Les mécanismes de résolution des litiges et de règlement des plaintes des personnes consommatrices sont essentiels à la protection des consommateurs et consommatrices de services financiers⁹⁰. Les données dérivées des mécanismes de règlement telles que les bases de données des plaintes de personnes consommatrices gérées par les prestataires de services du secteur financier ou les régulateurs du secteur financier sont des sources précieuses de données sur les personnes consommatrices offrant une analyse à faible coût. De nombreuses organisations de consommateurs et consommatrices gèrent leurs propres

⁸⁸ CUTS International. (2019). *Did you know: More than half the shops in Indian cities don't accept digital payments*. <https://cuts-ccier.org/did-you-know-more-than-half-the-shops-in-indian-cities-dont-accept-digital-payments/>

⁸⁹ CUTS International. (2023). *'My data or yours?': Unravelling Multi-Party Privacy Issues among Consumers of Digital Credit in India*. <https://cuts-ccier.org/pdf/project-brief-my-data-or-yours.pdf>

⁹⁰ Banque mondiale. (2019). *Complaints Handling within Financial Service Providers: Principles, Practices, and Regulatory Approaches*. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/773561567617284450/pdf/Complaints-Handling-within-Financial-Service-Providers-Principles-Practices-and-Regulatory-Approaches-Technical-Note.pdf>

systèmes de plaintes ou ont accès à des systèmes de données sur les plaintes gérés par l'État. Les organisations de consommateurs et consommatrices doivent s'efforcer de créer ou de défendre l'accès aux données sur les plaintes, et faire le meilleur usage possible des données sur les plaintes disponibles via, entre autres, l'analyse de données.

Encadré 15 : Principaux exemples de bases de données de plaintes de personnes consommatrices

- **Le système de gestion des plaintes de personnes consommatrices de CONSENT (Ouganda)⁹¹**

Dans le cadre des initiatives 2023 de l'Accélérateur de Finance numérique équitable, CONSENT (Ouganda) met au point une application-système de gestion des plaintes pour la recherche, la génération de connaissances et la collecte de données sur les services financiers numériques en Ouganda. L'effet attendu du système de plaintes ne se limite pas à permettre le dialogue entre les parties prenantes et le règlement des conflits : en effet, il vise également à générer des connaissances via l'analyse des données des plaintes. En fin de compte, les cadres politiques et réglementaires peuvent s'appuyer sur le système de plainte pour améliorer les expériences des personnes consommatrices en matière de services financiers numériques, ce qui conduira à la croissance et au développement du secteur des services financiers numériques en Ouganda. Le système générera notamment des données sur le nombre de plaintes transmises, le temps nécessaire aux prestataires de services financiers pour les résoudre, le niveau de satisfaction des personnes consommatrices et les tendances et problématiques émergentes dans le secteur des services financiers numériques.

- **Les gouvernements gèrent et octroient l'accès aux bases de données des plaintes de personnes consommatrices**

Dans certains pays, le gouvernement gère les bases de données de plaintes et y accorde un accès public. Les parties prenantes telles que les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent utiliser les données pour générer des connaissances. Par exemple, aux États-Unis, le CFPB et la Commission fédérale du commerce (FTC), les principales agences gouvernementales de protection des personnes consommatrices, compilent et collectent des données sur les plaintes. Le CFPB dispose d'une base de données des plaintes interactive qui lui permet d'analyser les données quantitatives par date, problème, entreprise, produit/secteur industriel et adresse (État, code postal). Si une personne consommatrice choisit de rendre la plainte publique, le CFPB la rendra disponible au public, après avoir supprimé les données personnelles. Le récit de la plainte de la personne consommatrice, qui correspond à la description transmise par cette dernière de ce qui s'est produit, ainsi que la réponse de l'entreprise, sont à la disposition du public si les parties y consentent.⁹² Depuis 2018, la FTC a rendu les données

⁹¹ Formulaire de demande de subvention à l'Accélérateur de Finance numérique équitable de CONSENT.

⁹² CFPB. (n.d.) *How we share complaint data*. <https://www.consumerfinance.gov/complaint/data-use/>

des plaintes de personnes consommatrices plus accessibles en publiant ses données des plaintes de personnes consommatrices agrégées sur une base trimestrielle dans un format en ligne interactif⁹³.

Le suivi des réseaux sociaux offre un moyen peu onéreux de jauger les difficultés des clients. Étant donné que, selon les estimations, 4,9 milliards de personnes utilisent les réseaux sociaux dans le monde⁹⁴, le recours aux technologies numériques, réseaux sociaux et autres sites compris, peut représenter un moyen peu onéreux pour les organisations de consommateurs et consommatrices de suivre les expériences de services financiers numériques des personnes consommatrices⁹⁵. Les réseaux sociaux sont un lieu où les personnes consommatrices peuvent faire part de leurs opinions sans filtre, et où la désinformation, la fraude financière et les escroqueries se répandent à la vue de tous⁹⁶. Les autorités financières utilisent la SupTech (la technologie pour faciliter le processus de supervision, ou les techniques de moissonnage sur le web), pour suivre le marché afin de comprendre les expériences des personnes consommatrices⁹⁷. Même lorsque les organisations de consommateurs et consommatrices ne disposent pas des mêmes outils de SupTech que les organismes responsables de la supervision de conduite du marché, elles peuvent suivre l'activité sur les réseaux sociaux manuellement, en effectuant des recherches par mot-clé. Les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent envisager de collaborer avec des organismes de réglementation, des universitaires ou des chercheurs et chercheuses pour mettre au point des outils de SupTech.

Encadré 16 : L'utilisation par les organisations de consommateurs et consommatrices des réseaux sociaux pour la recherche sur les personnes consommatrices

- La recherche due BEUC sur la promotion trompeuse des cryptos sur les réseaux sociaux

En juin 2023, le Bureau européen des unions de consommateurs a publié un rapport intitulé *Hype or harm? The great social media crypto con* (« Emballément ou vrai danger ? La grande arnaque des cryptos sur les réseaux sociaux »). Les recherches menées par BEUC et neuf de ses organisations membres issues de huit pays européens se sont penchées sur des données probantes attestant de la promotion

⁹³ Commission du Commerce équitable. (2018). *FTC is Making Consumer Complaint Data More Accessible*. <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2018/10/ftc-making-consumer-complaint-data-more-accessible>

⁹⁴ Wong, B. (2023). Top Social Media Statistics And Trends Of 2024. *Forbes*. <https://www.forbes.com/advisor/business/social-media-statistics>

⁹⁵ Duflos, E., Griffin, M. & Valenzuela, M. (2021). *Elevating the Collective Consumer Voice in Financial Regulation*. CGAP. https://www.cgap.org/sites/default/files/publications/2021_03_WorkingPaper_Collective_Consumer_Voice_update_d.pdf

⁹⁶ FTC. (2023). *Social media: A golden goose for scammers*. <https://www.ftc.gov/news-events/data-visualizations/data-spotlight/2023/10/social-media-golden-goose-scammers>

⁹⁷ FinCoNet (Organisation internationale de protection des consommateurs et consommatrices de services financiers). (2020). *SupTech Tools for Market Conduct Supervisors*. https://www.finconet.org/FinCoNet-Report-SupTech-Tools_Final.pdf

trompeuse des cryptos sur Instagram, YouTube, TikTok et Twitter. Le rapport a mis en avant des instantanés de promotions des cryptos sur ces plateformes de réseaux sociaux et a présenté les « Finfluencers », des influenceurs qui promeuvent les investissements ou produits financiers. Le rapport appelle le réseau de coopération en matière de protection des consommateurs à mettre en place des politiques plus strictes au sujet des plateformes de réseaux sociaux et recommande aux autorités financières et relatives aux personnes consommatrices de coopérer afin de veiller à ce que les plateformes adaptent leurs politiques publicitaires de façon à prévenir la promotion trompeuse des cryptos.

- **L'utilisation par Consumers Korea des réseaux sociaux pour identifier les défauts dans les processus de règlement des plaintes des personnes consommatrices**

En 2018, Consumers Korea a mené une enquête sur les blogs et portails internet tels que Naver pour identifier les défauts du système de règlement des plaintes des consommateurs et consommatrices de services financiers du pays. Entre 2006 et 2010, la Corée a traversé un scandale de tromperie commerciale à grande échelle lors duquel les entreprises de cartes de crédit ont vendu des produits complémentaires à des millions de personnes consommatrices via les mobiles et le télémarketing. En dépit des mesures administratives prises par l'autorité financière en 2016-2017 pour réparer les personnes victimes de fraude, en 2018, l'examen initial des réseaux sociaux par Consumers Korea a révélé que de nombreuses personnes consommatrices n'avaient pas reçu d'indemnisation. Cela a mené Consumers Korea à proposer aux décideurs politiques des pistes d'amélioration du système de réparation des consommateurs et consommatrices de services financiers de la nation.

d. Réseautage et partenariats

Idéalement, les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent s'efforcer de professionnaliser leur personnel dans l'espace des services financiers numériques en renforçant l'expertise thématique ainsi que les capacités techniques et managériales⁹⁸. Toutefois, la création d'un personnel permanent professionnalisé pour les problématiques de services financiers numériques peut être quasi impossible à court terme, et rarement constatée dans les organisations de consommateurs et consommatrices des nations aisées, encore moins dans celles des pays à revenu faible et intermédiaire.

Par conséquent, les organisations de consommateurs et consommatrices doivent être ingénieuses et compléter leur expertise et leurs ressources limitées sur les problématiques de services financiers numériques en créant et tirant parti des réseaux et des partenariats avec d'autres organisations de consommateurs et consommatrices, la société civile plus large sur les domaines connexes aux services financiers numériques, les institutions académiques et d'autres parties prenantes. Cette recommandation tire parti de l'avantage théorique d'une organisation de consommateurs et consommatrices en tant qu'organisation non gouvernementale, par rapport à une agence publique. Les ONG disposent d'une plus grande flexibilité et capacité à mobiliser le soutien de bénévoles au service d'une défense efficace des intérêts. L'établissement de réseaux et de partenariats peut s'avérer utile pour renforcer le consensus citoyen en faveur de programmes de large portée, tels que les réformes de cadres juridiques, qui nécessitent un fort appui politique.

Renforcer l'expertise en s'appuyant sur des bénévoles et des stages. Les bénévoles et les stages sont essentiels pour les ONG telles que les organisations de consommateurs et consommatrices, car ils leur permettent de bénéficier d'une assistance, de connaissances et de ressources. Les bénévoles et les stages peuvent constituer une solution rentable pour les projets de court terme et permettre aux organisations de consommateurs et consommatrices d'atteindre un plus large public que ce que ne leur permettrait généralement leurs financements limités⁹⁹. Les postes temporaires et stages sur la base de projet peuvent devenir un vivier de nouveau personnel pour l'organisation. La plupart des membres du Réseau de l'Accélérateur de Finance numérique équitable interrogés ont déclaré être impliqués dans un type de programme de bénévolat ou de stage, même s'il était indirectement lié aux services financiers numériques.

Encadré 17 : Le renforcement de l'expertise des organisations de consommateurs et consommatrices via les stages et les bénévoles

- La formation de ADECOR (Rwanda) par les régulateurs et son recours aux stagiaires

⁹⁸ Paul, S., & Israel, A. [dir.]. (1991). *Nongovernmental Organizations and the World Bank: Cooperation for Development (anglais)*. Groupe de la Banque mondiale.

<https://documents1.worldbank.org/curated/en/786111468765591642/pdf/multi-page.pdf> (

⁹⁹ Terry, B., Harder, A., & Pracht, D. (2011). Understanding the Value of Volunteer Involvement. *Journal of Agricultural Education*, 52(2), 118–127. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ955701.pdf>

ADECOR (Rwanda) bénéficie d'une formation technique sur les services financiers numériques dispensée par la Banque nationale du Rwanda et le ministère des Finances. L'Autorité Rwandaise de Régulation de certains services d'Utilité Publique propose des formations techniques. ADECOR (Rwanda) a toutefois affirmé avoir du mal à recruter des bénévoles ou des membres du personnel dotés des compétences financières ou en TIC nécessaires. Une stratégie sur laquelle s'appuie ADECOR (Rwanda) est d'employer des étudiants diplômés qui débutent comme stagiaires et restent dans l'organisation en tant que bénévoles. Les stagiaires peuvent acquérir une expertise en interagissant avec les parties prenantes et en bénéficiant de formations des régulateurs de ADECOR (Rwanda).

Les partenariats avec des universités et institutions de recherche. De nombreuses institutions académiques mènent des recherches sur les services financiers numériques, ainsi que sur l'utilisation de la technologie pour améliorer la réglementation et la supervision financières (SupTech ou RegTech). Les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent participer à ces initiatives en fournissant des perspectives centrées sur les personnes consommatrices dans le plan de recherche. Les universités, facultés de droit et écoles de commerce proposent des stages, des cliniques juridiques ou la participation à des programmes communs qui coopèrent avec des organisations de consommateurs et consommatrices. Les services financiers numériques constituent un espace politique d'avant-garde, ce qui le rend populaire auprès des étudiants et étudiantes et des chercheurs et chercheuses qui souhaitent renforcer leur expérience et leurs connaissances techniques afin d'améliorer leurs opportunités d'emploi futur dans le secteur privé.

Encadré 18 : Les partenariats entre les organisations de consommateurs et consommatrices et les institutions académiques

Les exemples suivants font ressortir la manière dont les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent nouer des partenariats avec des institutions académiques pour acquérir de l'expertise technique et juridique et accroître leur visibilité nationale et internationale.

- **La participation de Consumers International à Cambridge SupTech Lab**

Consumers International a participé à une table ronde organisée par Cambridge SupTech Lab (Cambridge, Royaume-Uni) et l'Alliance for Innovative Regulation (AIR) afin de faire avancer la protection des personnes consommatrices de services financiers à l'aide des données issues des plaintes de personnes consommatrices et la technologie. Le lien a été établi lorsque l'organisme financeur de L'ACCÉLÉRATEUR DE FINANCE NUMÉRIQUE ÉQUITABLE, la Fondation Bill & Melinda Gates, a présenté Consumers International à AIR en vue d'une collaboration avec les membres de Consumers International au Nigeria et au Kenya.

Consumers International a participé à un hackathon organisé à Cambridge baptisé *Beyond chatbots: Consumer complaints analytics*, (« Au-delà des chatbots : analyser les plaintes des personnes consommatrices »), en juillet-août 2023. Au cours du hackathon, des équipes ou des personnes dotées de compétences en science et analyse de données, en analyse commerciale et en gestion de produits

ont tiré parti de leur expertise pour impulser un changement positif dans le domaine de la protection des consommateurs et consommatrices de services financiers et de la conduite du marché. Au cours des tables rondes, Consumers International a mis en avant l'enquête de référence de l'Accélérateur de Finance numérique équitable, à laquelle 68 % des associations de consommateurs et consommatrices ont répondu que la disponibilité d'un mécanisme efficace de résolution des litiges avec les personnes consommatrices et de règlement de leurs plaintes était un problème clé rencontré par celles-ci. Consumers International a souligné les défis auxquels sont confrontées les personnes consommatrices, y compris des procédures de plaintes manquant de clarté et chronophages, des systèmes de gestion des plaintes onéreux, des processus de règlement des plaintes lents, des membres du personnel peu réactifs ou insuffisamment formés et des systèmes conçus sans prise en compte de groupes vulnérables.

Consumers International et Cambridge étudient de potentielles synergies et la poursuite de la collaboration dans les domaines de la transparence algorithmique et de la possible personnalisation des outils d'IA tels que le moissonnage des réseaux sociaux pour la gestion des plaintes des personnes consommatrices afin d'autonomiser le Réseau de l'Accélérateur de Finance numérique équitable.

- **Le partenariat entre Consumers Korea et la faculté de droit de l'Université nationale de Séoul**

En 2019, Consumers Korea a établi un partenariat avec la faculté de droit de l'Université nationale de Séoul (SNU Law) en accueillant un programme d'externat juridique qui invite les étudiants et étudiantes de SNU Law à assister à des conférences sur la défense des consommateurs et consommatrices pour les juristes, à mener des recherches, à rédiger des rapports et propositions de réformes juridiques et à donner des présentations. Le programme d'externat a lieu deux fois par an pendant environ trois semaines au cours desquelles les étudiants consacrent environ 40 heures au programme. Au fil des ans, le programme a donné lieu à des propositions de réforme juridique sur la réglementation des crypto-monnaies, des lois sur l'e-commerce et les plateformes, ainsi que des lois sur la concurrence et les personnes consommatrices.

- **Le partenariat d'ADECOR (Rwanda) avec l'université du Rwanda**

ADECOR (Rwanda), l'université du Rwanda et le ministère du Commerce et de l'Industrie (MINICOM) ont collaboré lors d'un concours de rédaction de dissertations pour célébrer la Journée mondiale des droits des consommateurs en 2019. L'objectif du concours était de générer des idées sur la manière de promouvoir et de protéger les droits de la concurrence et des personnes consommatrices, et de susciter un intérêt pour l'autonomisation des personnes consommatrices. Le jury a évalué les essais par rapport à des critères prédéterminés et attribué aux lauréats et lauréates des prix en espèces.

Les partenariats avec d'autres organisations de consommateurs et consommatrices ou la société civile plus large pour favoriser les coalitions. Pour une représentation élargie de la thématique, les organisations de consommateurs et consommatrices rejoignent souvent des réseaux géographiques d'organisations de consommateurs et consommatrices qui constituent des systèmes d'aide à l'autonomie, les secrétariats proposant des services à leurs membres. Les organisations de consommateurs et consommatrices qui ne font pas partie d'un réseau national ou régional peuvent envisager de rejoindre ou de créer des réseaux qui

permettent à des organisations aux vues similaires de partager des informations, de planifier des activités conjointes, d'apporter une réponse commune à des préoccupations sociales plus larges ou d'interagir plus efficacement avec les autorités. Dans certains pays, des organisations se consacrent à la préservation des droits numériques, la confidentialité, la liberté d'expression et aux droits humains dans l'espace numérique. Les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent établir des partenariats avec ces organisations centrées sur les droits numériques pour développer leur expertise sur le sujet et forger des coalitions pour obtenir un soutien.

Encadré 19 : Le réseau d'organisations de consommateurs et consommatrices pour les programmes plus larges liés aux services financiers numériques

Les exemples ci-après présentent des situations où des organisations de consommateurs et consommatrices ont collaboré pour signaler des risques croissants concernant de nouveaux produits de services financiers numériques, ou pour impulser des changements plus larges, en établissant le programme mondial lors de forums internationaux.

- **L'appel à l'action commune de Consumers International sur Buy now, pay later, inspiré par CHOICE (Australie)**

Buy now, pay later (BNPL) est un produit financier qui accorde des crédits aux personnes consommatrices, leur permettant de régler des biens et de services de manière progressive. La popularité mondiale du produit se renforce, la valeur des transactions internationales de BNPL dans l'e-commerce étant estimée à 309 milliards de dollars en 2023¹⁰⁰. Si BNPL peut aider les personnes en difficulté financière, CFPB a récemment identifié plusieurs domaines de préjudices potentiels pour les personnes consommatrices associés à l'augmentation de son utilisation, parmi lesquels l'incohérence des protections des personnes consommatrices ou le risque d'accumulation excessive de dettes et surprolongation¹⁰¹.

Au cours de la Journée mondiale des droits des consommateurs 2022, Consumers International, accompagné de ses membres, a demandé aux gouvernements de faire en sorte de prémunir les personnes consommatrices contre les risques croissants de BNPL¹⁰². L'appel a été inspiré par le travail de CHOICE (Australie) mené en 2021 sur l'identification des risques de BNPL¹⁰³. De nombreux

¹⁰⁰ Statista. (2024.) *Global transaction value of buy now, pay later (BNPL) in e-commerce from 2019 to 2021, with forecasts from 2022 to 2026*. <https://www.statista.com/statistics/1311122/global-bnpl-market-value-forecast/>

¹⁰¹ CFPB. (2023). *Consumer Use of Buy Now, Pay Later: Insights from the CFPB Making Ends Meet Survey*. <https://www.consumerfinance.gov/data-research/research-reports/consumer-use-of-buy-now-pay-later-insights-from-the-cfpb-making-ends-meet-survey/>

¹⁰² Consumers International. (n.d.). *Fair finance*. <https://www.consumersinternational.org/what-we-do/fair-finance/>

¹⁰³ CHOICE. (2021). *Buy now, pay later: The modern debt trap*. <https://www.choice.com.au/money/credit-cards-and-loans/personal-loans/articles/is-buy-now-pay-later-a-modern-debt-trap>

régulateurs, y compris la Réserve fédérale des États-Unis¹⁰⁴ et CFPB¹⁰⁵, ont entrepris des actions visant à mener des recherches sur BNPL et à le réglementer en 2022 et 2023. Cet appel à l'action commune montre que la mutualisation des informations entre les réseaux d'organisations de consommateurs et consommatrices peut permettre d'identifier les risques courus par les personnes consommatrices en matière de services financiers numériques avant qu'ils ne soient répandus dans d'autres régions.

- **La collaboration de Consumers International avec Consumers Korea sur le programme du Sommet du G20 à Séoul en 2010**

En 2010, Consumers International et Consumers Korea ont collaboré pour inscrire la protection des consommateurs et consommatrices de services financiers dans la Déclaration des dirigeants du Sommet du G20 à Séoul en 2010¹⁰⁶. Consumers Korea a tenu des conférences de presse à Séoul, en Corée, des membres de Consumers International faisant pression sur leurs gouvernements respectifs pour qu'ils soutiennent la Déclaration de Séoul, tandis que Consumers Korea a mobilisé de Consumers International et ses membres pour influencer le gouvernement coréen.

L'inclusion de la « protection des consommateurs » à la Déclaration des dirigeants du Sommet du G20 à Séoul a marqué le début d'une réaction en chaîne de renforcements de la protection des consommateurs et consommatrices de services financiers. À l'international, en novembre 2011, cela a mené au soutien et à l'adoption par les dirigeants du G20 des Principes de haut niveau G20/OCDE sur la protection financière des consommateurs. En juillet 2012, le Conseil de l'OCDE leur a emboîté le pas. Le Groupe de réflexion sur la protection financière des consommateurs du G20/de l'OCDE, qui est responsable de la rédaction, de la révision et de la mise en œuvre des Principes, demeure un décideur politique international clé de la protection financière des consommateurs dans le domaine des services financiers numériques. Les Principes présentent les éléments d'un cadre de protection des consommateurs et consommatrices de services et produits financiers efficace et complet¹⁰⁷.

Les partenariats avec les entreprises ou les associations d'entreprises. Les acteurs du secteur des services financiers numériques sont d'importantes parties prenantes dotées de la capacité technique en matière de services financiers numériques et de ressources pour influencer l'élaboration de politiques. Les entreprises peuvent améliorer leur performance sociale et environnementale et trouver de nouveaux débouchés commerciaux via des partenariats avec des ONG. Historiquement, dans l'espace de régulation financière, les institutions financières participent aux régimes d'autorégulation, et de nombreuses

¹⁰⁴ Akana, T. (2022). *Buy Now, Pay Later: Survey Evidence of Consumer Adoption and Attitudes*. Banque de réserve fédérale de Philadelphie. <https://www.philadelphiafed.org/consumer-finance/consumer-credit/buy-now-pay-later-survey-evidence-of-consumer-adoption-and-attitudes>

¹⁰⁵ CFPB. (2023). *Consumer Use of Buy Now, Pay Later: Insights from the CFPB Making Ends Meet survey*. <https://www.consumerfinance.gov/data-research/research-reports/consumer-use-of-buy-now-pay-later-insights-from-the-cfpb-making-ends-meet-survey/>

¹⁰⁶ G20. (2010). *The G20 Seoul summit leaders' declaration*. <https://www.oecd.org/g20/summits/seoul/G20-Seoul-Summit-Leaders-Declaration.pdf>

¹⁰⁷ G20/OCDE. (2022). *High-Level Principles on Financial Consumer Protection 2022*. https://web.archive.org/2022-12-12/648348-G20_OECD%20FCP%20Principles.pdf

associations du secteur adoptent un rôle similaire dans les services financiers numériques (c'est-à-dire : autorégulation de la microfinance, autorégulation de la crypto)¹⁰⁸. Les partenariats avec les parties prenantes du secteur peuvent permettre aux organisations de consommateurs et consommatrices de définir de bonnes pratiques en matière de services financiers numériques, de renforcer la capacité organisationnelle et de participer aux régimes d'autorégulation dirigés par les parties prenantes du secteur.

Encadré 20 : Les partenariats et les interactions entre les organisations de consommateurs et consommatrices et les entreprises

- **L'initiative conjointe pour la littératie financière avec les entreprises renforce la capacité organisationnelle de CADEF**

En octobre 2023, CADEF (Nigeria) s'est associée à QNET, Transblue Limited et Financial Literacy for ALL pour participer à l'initiative FinGreen qui visait à développer la littératie financière des jeunes nigériens, qui s'établissait à 26 %.¹⁰⁹ QNET, une entreprise mondiale d'e-commerce, a contacté CADEF (Nigeria) pour mettre en œuvre le programme via l'engagement, le recrutement et la formation de jeunes et la collecte de données. QNET a fourni des ressources de formation et pour une plus grande sensibilisation. Les participants et participantes en ont appris davantage sur les activités bancaires, la gestion des risques, l'assurance, l'investissement, l'épargne et d'autres sujets financiers. Le programme d'une durée de deux mois a permis de former 25 ambassadeurs et ambassadrices qui ont enseigné à leur tour la littératie financière à 750 autres personnes. À la suite du programme, des représentants et représentantes de CADEF (Nigeria) ont constaté que non seulement les personnes formées, mais également les bénévoles, stagiaires et membres du personnel de CADEF (Nigeria) avaient amélioré leur littératie financière. Renforcer les connaissances et les capacités du personnel et des bénévoles des organisations de consommateurs et consommatrices peut potentiellement mener à des développements supplémentaires en matière de défense des services financiers numériques¹¹⁰.

- **Le partenariat ADECOR (Rwanda) avec l'Association des Institutions de Microfinance au Rwanda**

ADECOR (Rwanda), en partenariat avec AMIR (l'Association des Institutions de Microfinance au Rwanda), a mené une évaluation du risque des personnes consommatrices dans les services financiers numériques et a organisé des ateliers de défense des consommateurs et consommatrices ainsi que des réunions avec les parties prenantes clés. ADECOR (Rwanda) participe aux réunions de parties prenantes et aux comités d'AMIR consacrés à l'implémentation du *Programme Finance responsable grâce au leadership local et à l'apprentissage (RFL3, d'après son acronyme anglais)*, en collaboration avec le réseau SEEP et la Fondation Mastercard. L'objectif du programme est d'élargir l'application des principes de

¹⁰⁸ Questionnaire du Liban.

¹⁰⁹ The Guardian Nigeria. (2023.) *26% of Nigerians financially literate as Botswana leads Africa.* <https://guardian.ng/business-services/26-of-nigerians-financially-literate-as-botswana-leads-africa/>

¹¹⁰ Entretien de CADEF.

protection des personnes consommatrices pour les consommateurs et consommatrices de services financiers à faible revenu¹¹¹.

- **Les plans de Consumers Lebanon pour mener des recherches sur les problématiques liées à la finance numérique**

Consumers Lebanon, un récipiendaire de la subvention 2023 de l'Accélérateur de Finance numérique équitable, a identifié les risques et les difficultés de la finance numérique pour les personnes consommatrices via des enquêtes menées en ligne et en présentiel. L'organisation a identifié les banques, les institutions financières et leurs succursales et le nombre de distributeurs automatiques, afin de déterminer leur distribution géographique. Pour mener à bien les enquêtes, l'organisation a établi un partenariat avec les institutions bancaires et financières et a envoyé des questionnaires à un pourcentage de leurs clients.

¹¹¹ AMIR. (2017). *Stakeholders meeting on client protection in the Rwandan financial sector*. <https://www.amir.org.rw/stakeholders-meeting-on-client-protection-in-the-rwandan-financial-sector/>

e. Les initiatives pour les personnes consommatrices vulnérables

Les services financiers numériques ont le potentiel de parvenir jusqu'aux personnes consommatrices vulnérables et inexpérimentées en milieu urbain et rural, élargissant les frontières de l'inclusion financière. Mais le faire crée des difficultés en matière de protection des personnes consommatrices, ces dernières, qui n'ont pas beaucoup d'expérience concernant les prestataires de services financiers réglementés, pouvant être plus exposées aux risques qui leur sont propres¹¹². Les risques liés aux personnes consommatrices, à l'image des faibles niveaux de littératie numérique ou financière qui contribuent à l'exclusion financière, particulièrement parmi les personnes consommatrices vulnérables, sont des préoccupations importantes en matière de services financiers numériques¹¹³.

La définition des personnes consommatrices vulnérables dans le contexte des services financiers numériques doit être délibérément flexible et large. Toutes les personnes consommatrices peuvent devenir vulnérables en raison de l'interaction entre leurs caractéristiques individuelles, les circonstances et le marché économique¹¹⁴. Les personnes consommatrices qui sont vulnérables dans le contexte des services financiers numériques sont susceptibles d'inclure, mais sans s'y limiter, les groupes traditionnellement vulnérables tels que les personnes pauvres, jeunes, âgées, vivant en milieu rural ou disposant de faibles revenus. Par exemple, des données probantes attestent que les femmes sont plus susceptibles que les hommes d'être confrontées à la cyber-fraude, aux escroqueries d'ingénierie sociale (telles que l'hameçonnage par SMS ou vocal), à l'usurpation d'identité et au harcèlement en ligne¹¹⁵. Toutefois, les personnes consommatrices vulnérables dans le contexte des services financiers numériques peuvent inclure un plus large groupe de personnes consommatrices, tels que les utilisateurs et utilisatrices novices de nouveaux canaux de services financiers numériques¹¹⁶.

Les organisations de consommateurs et consommatrices sont souvent généralistes et viennent déjà en aide à des populations défavorisées ou marginalisées. Les organisations de consommateurs et consommatrices sont généralement impliquées dans des politiques sociales plus larges qui concernent les personnes pauvres, comme la crise du coût de la vie, la crise énergétique, la recherche d'équité du marché, la sécurité alimentaire et des produits et l'accès à des moyens d'existence élémentaires. Les défenseurs et défenseuses des consommateurs et consommatrices se font souvent les avocats de la réglementation financière pour des motifs de distribution, avançant que les marchés non réglementés

¹¹² Chien, J., Dias, D.L., Grist, C.M., Stewart, F.E., Symonds, R.L., Natarajan, H., Zottel, S., Traversa, M., Holtzer, P. *Good Practices for Financial Consumer Protection: 2017 Edition*. Groupe de la Banque mondiale. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/28996>

¹¹³ OCDE. (2020). *Financial consumer protection policy approaches in the digital age: Protecting consumers' assets, data, and privacy*. www.oecd.org/finance/Financial-Consumer-Protection-Policy-Approaches-in-the-Digital-Age.pdf.

¹¹⁴ Šajin, N. (2021). *Vulnerable consumers*. Service de recherche du Parlement européen. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/690619/EPRS_BRI\(2021\)690619_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/690619/EPRS_BRI(2021)690619_EN.pdf)

¹¹⁵ Chalwe-Mulenga, M., Bin-Humam Y., & Duflos, E. (2022). *Break the Bias: Evidence Shows Digital Finance Risks Hit Women Hardest*. CGAP. <https://www.cgap.org/blog/break-bias-evidence-shows-digital-finance-risks-hit-women-hardest>

¹¹⁶

OCDE. (2019). *Cryptoassets in Asia: Consumer attitudes, behaviours and experiences*. <https://web-archiv.oecd.org/2020-01-08/539855-2019-cryptoassets-in-asia.pdf>

désavantagent les personnes consommatrices à faible revenu.¹¹⁷ Historiquement, certaines organisations de consommateurs et consommatrices trouvent leurs racines dans des associations de femmes ou comme défenseuses du développement et de la réduction de la pauvreté dans les pays à revenu faible et intermédiaire. Ainsi, les organisations de consommateurs et consommatrices travaillent déjà sur les initiatives de politiques de services financiers numériques pour les populations vulnérables, ou sont bien positionnées pour s’y impliquer

Encadré 21 : Les interventions des organisations de consommateurs et consommatrices pour les personnes consommatrices vulnérables

Entre 2017 et 2019, CUTS (Inde), avec le soutien du gouvernement indien (le Département de la consommation, le ministère de la Consommation, de l’alimentation et la distribution publique) a mis en œuvre un projet intitulé *Enhancing the financial protection of consumers, in particular women, through financial literacy initiatives* (« Renforcer la protection financière des personnes consommatrices, en particulier des femmes, via les initiatives de littératie financière »)¹¹⁸.

L’initiative est née en réaction à la constatation que les communautés pauvres et vulnérables, particulièrement les femmes des zones rurales, sont incapables de sortir de la pauvreté en raison de mauvaises habitudes d’épargne et d’investissement, ainsi que du manque d’inclusion financière. Les femmes sont plus vulnérables que les hommes, principalement parce qu’elles n’ont ni accès ni pouvoir de décision sur les finances : ainsi, les priorités de dépenses et d’investissement leur sont rarement favorables¹¹⁹.

Bénéficiant de liens étroits avec le terrain, les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent s’appuyer sur leur capacité unique à identifier les difficultés des personnes consommatrices dans les groupes vulnérables. Plusieurs organisations membres du Réseau de l’Accélérateur de Finance numérique équitable ont reconnu la nécessité critique de se centrer sur les groupes vulnérables, tandis que certaines organisations ont mené des enquêtes auprès des personnes consommatrices ou des campagnes d’éducation des personnes consommatrices ciblant les groupes vulnérables.

¹¹⁷ Campbell, J.Y., Jackson, H.E., Martin, B.C., & Tufano, P. (2010). *The Regulation of Consumer Financial Products: An Introductory Essay with Four Case Studies* Harvard Kennedy School. https://www.hks.harvard.edu/sites/default/files/centers/mrcbg/files/mrcbg_fwp_2010-09_Madrian_consumerfinancial.pdf

¹¹⁸ CUTS International. (n.d.). *Enhancing financial protection of consumers in particular women through financial literacy initiatives (FCP)*. <https://cuts-cart.org/enhancing-financial-protection-of-consumers-in-particular-women-through-financial-literacy-initiativesfcp/>

¹¹⁹ CUTS International. (2017). *Enhancing financial protection of consumers in particular women through financial literacy initiatives: Event report*. https://cuts-cart.org/pdf/Event_Report_Surveyors_Orientation_Meeting.pdf

Encadré 22 : Les organisations de consommateurs et consommatrices se concentrent sur les personnes consommatrices vulnérables

- **L'enquête auprès des personnes consommatrices du Groupe de Citoyens Consommateurs et d'Action Civique (CAG) (Inde) avec une priorité mise sur les groupes de personnes consommatrices vulnérables**¹²⁰

Avec le financement de l'Accélérateur de Finance numérique équitable, CAG (Inde) prévoit d'interroger 500 personnes issues de différents groupes vulnérables ; par exemple des étudiants universitaires, des femmes/groupes d'entraide, des entreprises familiales/petites industries et des agriculteurs des zones rurales du Tamil Nadu. L'objectif est d'évaluer les connaissances et le niveau de sensibilisation des personnes consommatrices, ainsi que de comprendre leurs problèmes d'accessibilité. Le projet découle de la prise de conscience que les personnes consommatrices en milieu rural n'ont que peu, voire pas du tout, accès aux services financiers numériques, et ne savent souvent pas où se tourner pour déposer leurs plaintes. L'étude reconnaît également que les problèmes liés aux services financiers numériques des différentes parties prenantes varient. Les conclusions fourniront au CAG une meilleure compréhension des perspectives des personnes consommatrices, lui permettant de mettre au point des exigences pour le gouvernement.

- **Les recherches sur les personnes consommatrices de VCAI avec l'accent mis sur les femmes pauvres des zones rurales**¹²¹

Le VCAI d'Indonésie avance que les personnes consommatrices particulièrement vulnérables (les enfants, les personnes âgées, les femmes et les personnes pauvres en milieu rural) ont besoin de toute urgence d'une éducation à la consommation sur leurs droits lorsqu'elles ont affaire aux services financiers numériques. L'organisation a mené une enquête sur l'accès aux institutions bancaires des femmes pauvres en milieu rural. Celle-ci a inclus des entretiens individuels, pour lesquels des membres de VCAI ont visité des foyers de femmes. Les résultats de l'enquête ont montré que l'accès de ces femmes à la finance formelle était minimal, et que lorsqu'elles y prenaient effectivement part, ce n'était pas la femme qui prenait l'initiative des prêts, mais les agents bancaires, qui se déplaçaient à leur domicile pour octroyer les prêts. Les femmes ne connaissaient pas bien la finance numérique.

- **Consumers Korea : les campagnes de prévention de la fraude des services financiers numériques avec la Fédération des banques et le Service de supervision financière de Corée**

Les personnes consommatrices de services financiers coréens perdent des milliards de wons coréens chaque année à cause d'escroqueries sous forme d'hameçonnage par email ou SMS. Ces escroqueries ont lieu via des appels téléphoniques ou SMS frauduleux, ou encore des applications sur smartphone, et ont entraîné près de 1,7 billion de wons (1,3 milliard de dollars) de préjudice entre 2018 et 2022.¹²²

¹²⁰ Formulaire de demande à l'Accélérateur de Finance numérique équitable de CAG.

¹²¹ Enquête et correspondance par e-mail avec LAK.

¹²² Jun-hee, P. (2023). Koreans lost nearly W1.7tr to phishing scams over past 5 years: data. *The Korea Herald*. <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20230221000590>

Depuis 2019, afin d'éduquer les personnes consommatrices sur les risques et les types d'escroqueries, Consumers Korea a présenté des pièces sur le sujet dans des centres de soins pour personnes âgées de plusieurs régions. Pour contacter les jeunes, Consumers Korea s'est rendu dans des lycées pour faire des présentations sur l'hameçonnage vocal.

- **Les organisations de consommateurs et consommatrices reconnaissent la nécessité pour les services financiers numériques d'améliorer leur service auprès des populations vulnérables.**

Plusieurs organisations membres du Réseau de l'Accélérateur de Finance numérique équitable décrivent ainsi l'attention spécifique qu'elles accordent aux populations vulnérables :

- CUTS (INDE) avance qu'il est nécessaire d'accorder une attention particulière aux groupes vulnérables car les gouvernements ignorent souvent les préoccupations des personnes consommatrices, les considérant comme des problèmes de rodage ou de transition. Pour lutter contre le phénomène, les recherches de CUTS (Inde) sur le sujet suivant : *Operationalising tokenisation in consumer interest* (« Rendre opérationnelle la tokenisation dans l'intérêt des personnes consommatrices ») ont inclus des enquêtes auprès de différents groupes de personnes consommatrices en tenant compte du genre, de la diversité géographique et du niveau d'éducation.
- ADECOR (Rwanda) a identifié la diffusion inéquitable des services comme une difficulté importante rencontrée par les personnes consommatrices ; par exemple, les distributeurs automatiques sont généralement situés dans les villes, et non dans les zones rurales.
- Le Conseil des Consommateurs du Zimbabwe demande la mise en place de services financiers formels pour les femmes pour les aider à parvenir à l'égalité de genre, et à l'autonomisation des femmes, et faire en sorte que les femmes et les entreprises menées par des femmes aient accès à de multiples services financiers et puissent les utiliser.
- FNAC (Maroc) a indiqué que l'ensemble des études qu'elle avait lancées prennent en considération les critères de la vulnérabilité, du genre et de l'âge.
- Dans le cadre des activités 2023 de l'Accélérateur de Finance numérique équitable, Consumers Lebanon a prévu des activités qui lui fourniraient des éclairages sur la situation des services financiers numériques pour la population non bancarisée et sous-desservie du Liban et qui lui permettraient d'améliorer la culture financière et le renforcement des capacités pour les personnes consommatrices issues de groupes marginalisés tels que les jeunes, les femmes et la population rurale, les personnes en situation de handicap et les migrants. Pour faciliter ceci, l'organisation a prévu de mener des enquêtes dans différentes régions, faisant du porte-à-porte pour toucher les personnes consommatrices au-delà de celles dotées de moyens numériques.

IV. Conclusion, recommandations et perspectives futures

Les services financiers numériques sont un espace en évolution pour toutes les nations. Dans de nombreux cas, le cadre réglementaire des services financiers numériques manque toujours de clarté, ce qui rend difficile pour les prestataires de services de proposer une finance juste, sûre et équitable centrée sur les personnes consommatrices.

L'absence d'une structure juridique et réglementaire établie en matière de services financiers numériques présente des défis pour les organisations de consommateurs et consommatrices qui cherchent des changements de politiques, mais elle peut constituer une opportunité intéressante, leur permettant de prendre part à la mise au point et de faire partie du cadre réglementaire des politiques en développement des services financiers numériques.

Les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent apporter des connaissances et perspectives uniques sur les personnes consommatrices fondées sur des données probantes, forgées à partir de leurs connexions de terrain avec la communauté, en s'appuyant sur leur expérience de campagnes auprès des personnes consommatrices et leurs compétences de communication, et en menant des recherches sur le comportement des personnes consommatrices.

Les organisations de consommateurs et consommatrices peuvent tirer parti de l'établissement de réseaux et partenariats ou de coalitions avec les groupes industriels, le milieu universitaire et d'autres organisations de la société civile pour renforcer leur capacité technique en services financiers numériques, et pour influencer les évolutions de politiques plus larges. Le manque de ressources pérennes des organisations de consommateurs et consommatrices, toutefois, entrave leur capacité à maintenir sur la durée une défense efficace des consommateurs et consommatrices de services financiers numériques.

Au regard de cette limite, ce rapport a proposé des recommandations qui aideront les organisations de consommateurs et consommatrices à préparer le terrain pour établir des bases rentables et durables à partir desquelles elles pourront renforcer leur capacité technique et pérenniser leurs activités dans l'espace politique dynamique des services financiers numériques. Plus précisément, il recommande une stratégie de défense des consommateurs et consommatrices fondée sur des structures et des processus et sur des données probantes pour les services financiers numériques.

Nous espérons que ce rapport suscitera de nouveaux partenariats et de nouvelles initiatives qui amplifieront la voix des personnes consommatrices de l'espace politique des services financiers numériques.

Une synthèse de nos recommandations pour les organisations de consommateurs et consommatrices et les initiatives futures de l'Accélérateur de Finance numérique équitable est présentée ci-après.

Recommandations pour les organisations de consommateurs et consommatrices

1. Pour cultiver et consolider les forces propres aux services financiers numériques, les organisations de consommateurs et consommatrices devraient s'appuyer sur les compétences et ressources dont elles disposent et en tirer profit.
 - Cela inclut notamment l'élargissement de leur présence de terrain et le renforcement de la confiance accordée par la communauté, la création de bons partenariats avec l'autorité principale de protection des personnes consommatrices et le déploiement de spécialistes de la défense des consommateurs et consommatrices internes spécialisés dans les problématiques des services financiers numériques.
2. Les organisations de consommateurs et consommatrices devaient créer des bases institutionnelles pertinentes et stables pour les structures et les processus d'élaboration de politiques dans l'espace politique des services financiers numériques.
 - Il peut s'agir d'initiatives spécifiques telles que la participation à la création d'un cadre juridique pour les services financiers numériques, l'élaboration d'objectifs politiques qui suivent l'évolution du marché et des initiatives de politique gouvernementale, le plaidoyer en faveur de dispositifs institutionnels (c'est-à-dire des structures réglementaires et de supervision pour les services financiers numériques ainsi que la création d'organes consultatifs pour les personnes consommatrices) et la conclusion de mémorandums d'entente pour favoriser la stabilité des relations avec les décideurs politiques.
3. Les organisations de consommateurs et consommatrices devraient s'efforcer de gagner la confiance des parties prenantes par l'intermédiaire d'une défense des consommateurs et consommatrices fondée sur des données probantes.
 - Les initiatives spécifiques peuvent inclure la recherche ou la collecte de données originales, et l'appui et la collaboration aux organismes de réglementation, universitaires et chercheurs et chercheuses dans leur recherche de données, ainsi que la mise au point d'outils pour suivre les réseaux sociaux (c'est-à-dire de SupTech) ou l'utilisation d'analyses de big data pour examiner et comprendre le périmètre et la magnitude des problèmes des personnes consommatrices afin d'améliorer la conception des politiques et des solutions pour qu'elles répondent au mieux aux besoins de ces dernières.
4. Les organisations de consommateurs et consommatrices devraient être ingénieuses et compléter leur expertise et leurs ressources limitées en tirant parti de réseaux et de partenariats.
 - Les initiatives spécifiques incluent le recours aux bénévoles et aux stages, le développement de réseaux et de partenariats avec d'autres organisations de consommateurs et consommatrices, ou encore la création de coalitions avec la société civile connexe au domaine des services financiers numériques (c'est-à-dire les organisations de défense des droits numériques) pour des

programmes plus larges tels que la réforme juridique dans les domaines adjacents ou fondateurs pour les services financiers numériques.

5. Les organisations de consommateurs et consommatrices viennent souvent déjà en aide aux populations défavorisées ou marginalisées et devraient trouver des moyens de donner une place centrale aux personnes qui sont vulnérables dans le contexte des services financiers numériques.
- Les initiatives spécifiques pourraient inclure de contacter des groupes vulnérables lors de recherches ou la mise en place d'exercices d'éducation ou d'inclusion financière.

Recommandations pour les initiatives de l'Accélérateur de Finance numérique équitable

1. Les limites de ressources sont indéniablement la plus grande difficulté qui empêche les organisations de consommateurs et consommatrices d'appliquer leur expertise en matière de services financiers numériques dans les pays à revenu faible et intermédiaire. Assurer des financements est impératif. Toutefois, la mise au point et la rédaction de propositions bien pensées pour les subventions nécessite une certaine expertise. L'Accélérateur devrait développer et fournir des modèles de propositions de subventions ainsi qu'une assistance individualisée pour la rédaction de propositions de subventions.
2. Étant donné que le niveau de compétences des membres de l'Accélérateur et les dynamiques des parties prenantes-régulateurs diffèrent dans chaque pays de participant ou participante, le programme devrait envisager des consultations spécifiques à chaque pays pour les membres de l'Accélérateur de Finance numérique équitable.
3. Afin d'aider les organisations des consommateurs et consommatrices à produire des recherches de qualité sur les personnes consommatrices, l'Accélérateur devrait aider ses membres à développer des compétences en méthodologie de recherche en sciences sociales, et notamment les recherches qualitatives et quantitatives, les méthodes d'enquête, l'analyse statistique ou la présentation de données.
4. Afin d'aider les organisations des consommateurs et consommatrices à collecter et produire des données, mais aussi à se former aux compétences d'analyse de données, l'Accélérateur devrait envisager de faire office d'intermédiaire par lequel ses membres participent aux exercices de collecte et d'analyse de données des décideurs politiques, bailleurs de fonds et institutions de recherche d'échelle internationale ou régionale.

Perspectives futures

Les stratégies d'engagement fondées sur des structures et processus et sur des données probantes exposées de ce rapport cherchent avant tout à poser les bases du travail sur les services financiers numériques à partir duquel les organisations des consommateurs et consommatrices peuvent

commencer à développer une expertise en services financiers numériques spécifique par secteur. À court terme, nous nous attendons à voir davantage d'organisations de consommateurs et consommatrices engagées dans l'élaboration de politiques de services financiers numériques au niveau national comme international, apportant à la table des données probantes valables centrées sur les personnes consommatrices. L'objectif de long terme est de voir les organisations de consommateurs et consommatrices intégrer les processus d'élaboration de politiques participatifs et influencer sur les manières fondamentales dont l'espace politique des services financiers numériques se développe. Nous nous attendons à ce que par l'engagement actif dans l'élaboration de politiques de services financiers numériques, les organisations de consommateurs et consommatrices puissent développer une expertise interne de manière à affiner les futures stratégies de défense des consommateurs et consommatrices.

Ce rapport a principalement été rédigé durant la deuxième année du lancement de l'Accélérateur de Finance numérique équitable. Par conséquent, les nombreux cas et exemples provenant des membres de l'Accélérateur de Finance numérique équitable présentés ici sont soit des travaux en cours de portée limitée, soit des initiatives ayant eu lieu avant le lancement de l'Accélérateur de Finance numérique équitable. Au moment où nous préparons ce rapport en vue de sa publication, nous sommes fiers et fières d'annoncer la réussite de la première série de financements et de projets de l'Accélérateur de Finance numérique équitable. Cette étape, ainsi que la diffusion de huit modules du programme de formation de l'Accélérateur de Finance numérique équitable auprès des membres de l'Accélérateur, témoigne de notre engagement et des progrès que nous avons réalisés. Lors de notre prochaine étape, nous espérons publier des stratégies de services financiers numériques spécifiques aux différents secteurs centrées sur les progrès ultérieurs des membres de l'Accélérateur de Finance numérique équitable.

Annexe 1. Liste des abréviations

ADECOR : Organisation de Protection des Droits des Consommateurs du Rwanda
AIC : Association Ivoirienne des Consommateurs (Côte d'Ivoire)
BEUC : Bureau européen des unions de consommateurs(The European Consumer Organisation)
BNPL : Buy now, pay later
CADEF : Fondation pour la Défense et l'Autonomisation des Consommateurs (Nigeria)
CAG : Groupe des Citoyens Consommateurs d'Action Civique (Inde)
CCZ : Conseil des Consommateurs du Zimbabwe
CFPB : Bureau de protection des consommateurs de produits financiers (États-unis)
CGAP : Groupe Consultatif d'Assistance aux Pauvres
CONSENT : Consumer Centre (Centre des consommateurs) (Ouganda)
CR : Consumer Reports
CUTS : Société pour l'Unité et la Confiance des Consommateurs (Inde)
DFS : services financiers numériques
FNAC : la Fédération Nationale des Associations du Consommateur du Maroc
FTC : Commission du commerce équitable (États-Unis)
ORM : opérateur de réseau mobile
OCDE : l'Organisation de coopération et de développement économiques
VCAI : Institut de Défense des Consommateurs Vulnérables (Lembaga Advokasi Konsumen Rentan, Indonésie)

Annexe 2. Liste des organisations ayant contribué au rapport

Les organisations suivantes sont les membres de Consumers International qui ont contribué, par leur temps et leur expertise inestimables, à cette étude :

Groupe des Citoyens Consommateurs et d'Action Civique (CAG) (discussions lors du Congrès 2023 de Consumers International 2023)

Fondation pour la Défense et l'Autonomisation des Consommateurs (CADEF), Nigeria, (date de l'entretien : 19 octobre 2023)

Consumer Centre (CONSENT), Ouganda (discussions lors du Congrès 2023 de Consumers International)

Conseil des Consommateurs du Zimbabwe (CONSEIL DES CONSOMMATEURS DU ZIMBABWE), Zimbabwe (date de l'entretien : 11 septembre 2023)

Société pour l'Unité et la Confiance des Consommateurs (CUTS), Inde (date de l'entretien : 14 septembre 2023)

Consumers Korea (Sobija Siminmoim, CK), République de Corée (affilié avec l'auteur)

Consumers Lebanon (questionnaire reçu en date du : 25 octobre 2023)

Consumer Reports (CONSUMER REPORTS), États-Unis (Date de l'entretien : 15 septembre 2023)

Association des Consommateurs du Bangladesh (CAB), Bangladesh (date de l'entretien : 28 octobre 2023)

Association Ivoirienne des Consommateurs, AIC), Côte d'Ivoire (questionnaire reçu en date du : 19 octobre 2023)

La Fédération Nationale des Associations du Consommateur du Maroc (FNAC) (questionnaire reçu en date du : 31 octobre 2023)

Organisation de Protection des Droits des Consommateurs du Rwanda (ADECOR), Rwanda (date de l'entretien : 26 septembre 2023)

Institut de Défense des Consommateurs Vulnérables (Lembaga Advokasi Konsumen Rentan), Indonésie (questionnaire reçu en date du : 25 octobre 2023)

Annexe 3. Références

ADECOR. (2019). *Assessment on the fraud in financial services and barriers by financial services providers and consumers in Rwanda.*

Akana, T. (2022). *Buy now, pay later: Survey evidence of consumer adoption and attitudes*. Federal Reserve Bank of Philadelphia. <https://www.philadelphiafed.org/consumer-finance/consumer-credit/buy-now-pay-later-survey-evidence-of-consumer-adoption-and-attitudes>

Alliance for Financial Inclusion. (2022). *Digital financial services regulation: Current state of practice report*. <https://www.afi-global.org/publications/digital-financial-services-regulation-current-state-of-practice-report/>

AMIR. (2017). *Stakeholders meeting on client protection in the Rwandan financial sector*. <https://www.amir.org.rw/stakeholders-meeting-on-client-protection-in-the-rwandan-financial-sector/>

Bartlett, R., Morse, A., Stanton, R., & Wallace, N. (2019). *Consumer-lending discrimination in the FinTech era* (National Bureau of Economic Research Working Paper Series No. 25943). NBER. <https://www.nber.org/papers/w25943>.

Brobeck, S. (ed). (1997). *Encyclopedia of the consumer movement*. ABC-CLIO.

Campbell, J.Y., Jackson, H.E., Martin, B.C., & Tufano, P. (2010). *The regulation of consumer financial products: An introductory essay with four case studies*. Harvard Kennedy School.

https://www.hks.harvard.edu/sites/default/files/centers/mrcbg/files/mrcbg_fwp_2010-09_Madrian_consumerfinancial.pdf

Campbell, J.Y., Jackson, H.E., Madrian, B.C., & Tufano, P. (2011). Consumer financial protection. *Journal of economic perspectives* 25(1), 91-114. doi: 10.1257/jep.25.1.91.

CFPB. (n.d.) *How we share complaint data*. <https://www.consumerfinance.gov/complaint/data-use/>

CFPB. (2022). *CFPB kicks off personal financial data rights rulemaking*. <https://www.consumerfinance.gov/about-us/newsroom/cfpb-kicks-off-personal-financial-data-rights-rulemaking/>

CFPB. (2022). *Permissible purposes for furnishing, using, and obtaining consumer reports*. <https://www.consumerfinance.gov/rules-policy/final-rules/fair-credit-reporting-permissible-purposes-for-furnishing-using-and-obtaining-consumer-reports/>

CFPB. (2023). *Consumer use of buy now, pay later: Insights from the CFPB Making Ends Meet survey*. <https://www.consumerfinance.gov/data-research/research-reports/consumer-use-of-buy-now-pay-later-insights-from-the-cfpb-making-ends-meet-survey/>

CFPB. (2023). *CFPB finds that billions of dollars stored on popular payment apps may lack federal insurance*. <https://www.consumerfinance.gov/about-us/newsroom/cfpb-finds-billions-of-dollars-stored-on-popular-payment-apps-may-lack-federal-insurance/>

CFPB. (2023). *CFPB issues guidance on credit denials by lenders using artificial intelligence*. <https://www.consumerfinance.gov/about-us/newsroom/cfpb-issues-guidance-on-credit-denials-by-lenders-using-artificial-intelligence/>

CFPB. (2023). *CFPB proposes new federal oversight of big tech companies and other providers of digital wallets and payment apps*. <https://www.consumerfinance.gov/about-us/newsroom/cfpb-proposes-new-federal-oversight-of-big-tech-companies-and-other-providers-of-digital-wallets-and-payment-apps/>

CFPB. (2023). *CFPB report highlights role of big tech firms in mobile payments*. <https://www.consumerfinance.gov/about-us/newsroom/cfpb-report-highlights-role-of-big-tech-firms-in-mobile-payments/>

CFPB. (2024). *What is a buy now, pay later (BNPL) loan?* <https://www.consumerfinance.gov/ask-cfpb/what-is-a-buy-now-pay-later-bnpl-loan-en-2119/>

CGAP. (2023). *Customer-centric guide*. <https://customersguide.cgap.org/>

Chalwe-Mulenga, M., Bin-Humam Y., & Duflos, E. (2022). *Break the bias: Evidence shows digital finance risks hit women hardest*. CGAP. <https://www.cgap.org/blog/break-bias-evidence-shows-digital-finance-risks-hit-women-hardest>

- Chalwe-Mulenga, M., Duflos, E. & Coetzee, G. (2022). The evolution of the nature and scale of DFS consumer risks: A review of evidence. *CGAP*. <https://www.cgap.org/blog/rethinking-consumer-protection-responsible-digital-finance-ecosystem>
- Chien, J., Dias, D.L., Grist, C.M., Stewart, F.E., Symonds, R.L., Natarajan, H., Zottel, S., Traversa, M., & Holtzer, P. *Good practices for financial consumer protection: 2017 edition*. World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/492761513113437043/Good-practices-for-financial-consumer-protection-2017-edition>
- CHOICE. (2021). *Buy now, pay later: The modern debt trap*. <https://www.choice.com.au/money/credit-cards-and-loans/personal-loans/articles/is-buy-now-pay-later-a-modern-debt-trap>
- Christen, R.P., Lyman, T., & Rosenberg, R. (2008). Guiding principles on regulation and supervision of microfinance. In *Current developments in monetary and financial law, Vol. 4*. International Monetary Fund. <https://www.elibrary.imf.org/view/book/9781589065079/ch012.xml>
- Consumer Reports. (2017). *Bank & credit union ratings*. <https://www.consumerreports.org/money/banks-credit-unions/>
- Consumers International. (n.d.). *Fair finance*. <https://www.consumersinternational.org/what-we-do/fair-finance/>
- Consumers International. 2021. "The Role of Consumer Organisations to Support Consumers of Financial Services in Low and Middle Income Countries." https://www.consumersinternational.org/media/368720/cgap-ci-repor_26-3-2021.pdf
- Consumers International. (2022). *DFS training modules*.
- Consumers International. (2023). *Digital finance: The consumer experience, 2023*. <https://www.consumersinternational.org/media/451453/digital-finance-the-consumer-experience-2023-final.pdf>
- Consumers International. (2023). *Eight Fair Digital Finance Accelerator 2023 grants awarded to Consumers International Members*. <https://www.consumersinternational.org/news-resources/news/releases/eight-fair-digital-finance-accelerator-2023-grants-awarded-to-consumers-international-members/>
- Cullerton, K., Donnet, T., Lee, A., & Gallegos, D. (2018). Effective advocacy strategies for influencing government nutrition policy: a conceptual model. *The international journal of behavioral nutrition and physical activity*, 15(1), 83. <https://doi.org/10.1186/s12966-018-0716-y>
- CUTS International. (n.d.). *Contribution to reforms in digital payments sector in India*. https://cuts-ccier.org/pdf/CUTS_Contribution_to_Reforms_in_Digital_Payments.pdf
- CUTS International. (n.d.). *Enhancing financial protection of consumers in particular women through financial literacy initiatives (FCP)*. <https://cuts-cart.org/enhancing-financial-protection-of-consumers-in-particular-women-through-financial-literacy-initiativesfcp/>
- CUTS International. (n.d.). *Submission to the Reserve Bank of India for managing concentration risk and promoting competition and innovation in retail payments sector*. https://www.cuts-ccier.org/pdf/CUTS_Submission_to_RBI_on_Innovation_and_Competition_in_Retail_Payments.pdf
- CUTS International. (2017). *Enhancing financial protection of consumers in particular women through financial literacy initiatives: Event report*. https://cuts-cart.org/pdf/Event_Report_Surveyors_Orientation_Meeting.pdf
- CUTS International. (2019). *Did you know: More than half the shops in Indian cities don't accept digital payments*. <https://cuts-ccier.org/did-you-know-more-than-half-the-shops-in-indian-cities-dont-accept-digital-payments/>
- CUTS International. (2019). *Digital payment apps need to be more user-friendly*. <https://cuts-ccier.org/digital-payment-apps-need-to-be-more-user-friendly-cuts-international/>

- CUTS International. (2023). *'My data or yours?': Unravelling multi-party privacy issues among consumers of digital credit in India*. <https://cuts-ccier.org/pdf/project-brief-my-data-or-yours.pdf>
- Davis, K. (2019). The limits of evidence-based regulation: The case of anti-bribery law *NYU Law and Economics Research Paper No. 19-42*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3490807
- Defina, R., Van Roosebeke, B., & Manga, P. (2021). *E-money and deposit insurance in Kenya*. *International Association of Deposit Insurers*. https://mpr.ub.uni-muenchen.de/111007/1/MPRA_paper_111007.pdf
- Duflos, E., Griffin, M., & Valenzuela, M. (2021). *Elevating the collective consumer voice in financial regulation*. CGAP. https://www.cgap.org/sites/default/files/publications/2021_03_WorkingPaper_Collective_Consumer_Voice_updated.pdf
- Duflos, E., & Coetzee, G. (2022). Rethinking consumer protection: A responsible digital finance ecosystem. CGAP. <https://www.cgap.org/blog/rethinking-consumer-protection-responsible-digital-finance-ecosystem>
- Duflos, E., & Medine, D. (2023). Consumer & data protection: A new approach to intersecting risks. CGAP. <https://www.cgap.org/blog/consumer-data-protection-new-approach-to-intersecting-risks>
- ETBFSI Research. (2022). *RBI's guidelines on digital lending to deter fraud, protect customers' data*. <https://bfsi.economicstimes.indiatimes.com/news/policy/rbis-guidelines-on-digital-lending-to-deter-fraud-protect-customers-data/93480483>
- Fair Trade Commission. (2018). *FTC is making consumer complaint data more accessible*. <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2018/10/ftc-making-consumer-complaint-data-more-accessible>
- Fair Trade Commission. (2023). *Social media: A golden goose for scammers*. <https://www.ftc.gov/news-events/data-visualizations/data-spotlight/2023/10/social-media-golden-goose-scammers>
- FinCoNet (International Financial Consumer Protection Organisation). (2020). *SupTech tools for market conduct supervisors*. http://www.finconet.org/FinCoNet-Report-SupTech-Tools_Final.pdf
- Finmark Trust. (2022). *Finscope consumer survey report. Zimbabwe 2022*. https://www.rbz.co.zw/documents/BLSS/2022/Zimbabwe_FinScope_Consumer_2022_Survey_Report.pdf
- G20/OECD. (2022). *High-level principles on financial consumer protection 2022*. https://web.archive.oecd.org/2022-12-12/648348-G20_OECD%20FCP%20Principles.pdf
- G20. (2010). *The G20 Seoul summit leaders' declaration*. <https://www.oecd.org/g20/summits/seoul/G20-Seoul-Summit-Leaders-Declaration.pdf>
- Grossman, J. (2017). *ITU-T focus group digital financial services*. *International Telecommunication Union*. https://www.itu.int/dms_pub/itu-t/opb/tut/T-TUT-DFS-2017-3-PDF-E.pdf
- GSMA. (2021). *The mobile money prevalence index (MMPI): A country-level indicator for assessing the adoption, activity and accessibility of mobile money*. https://www.gsma.com/mobilemoneymetrics/wp-content/uploads/2021/09/MMPI_The_Mobile_Money_Prevalence_Index.pdf
- Irving Fisher Committee. (2018). *The role of data in supporting financial inclusion policy*. Bank for International Settlements. https://www.bis.org/ifc/publ/ifcb47_overview_rh.pdf
- Jaeger, J., & Jenik, I. (2015). *Institutional arrangements for financial consumer protection – Technical Note (English)*. World Bank Group. <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/b7658a11-f3fa-59ab-bb39-50e0abae4231/content>
- Jun-hee, P. (2023). Koreans lost nearly W1.7tr to phishing scams over past 5 years: data. *The Korea Herald*. <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20230221000590>

- Lee, N.T., Resnick, P., & Barton, G. (2019). Algorithmic bias detection and mitigation: Best practices and policies to reduce consumer harms. *Brookings*. <https://www.brookings.edu/articles/algorithmic-bias-detection-and-mitigation-best-practices-and-policies-to-reduce-consumer-harms/>
- Li, J., Shujun, Y., & Yujin, Z. (2023). How digital finance promotes technological innovation: Evidence from China. *Finance Research Letters*, 58, Part A <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1544612323006700>
- Makarov, I. & Schoar, A. (2022). Cryptocurrencies and Decentralized Finance (DeFi). *Brookings Papers on Economic Activity*, Spring, 141-196. <https://www.brookings.edu/articles/cryptocurrencies-and-decentralized-finance-defi/>
- Mazer, R. (2016). Kenya ends hidden costs for digital financial services. *CGAP*. <https://www.cgap.org/blog/kenya-ends-hidden-costs-for-digital-financial-services>
- McCubbins, M. D., Noll, R. G., & Weingast, B. R. (1989). Structure and process, politics and policy: Administrative arrangements and the political control of agencies. *Virginia Law Review*, 75(2), 431–482. <https://doi.org/10.2307/1073179>
- Olson, M. (1971). *The logic of collective action: Public goods and the theory of groups.*. Harvard University Press.
- OECD. (2019). *Cryptoassets in Asia: Consumer attitudes, behaviours and experiences*. <https://web-archiv.eocd.org/2020-01-08/539855-2019-cryptoassets-in-asia.pdf>
- OECD. (2020). *Building capacity for evidence-informed policy-making: Lessons from country experiences*. (OECD Public Governance Reviews). <https://doi.org/10.1787/86331250-en>.
- OECD. (2020). *Financial consumer protection policy approaches in the digital age: Protecting consumers' assets, data, and privacy*. www.oecd.org/finance/Financial-Consumer-Protection-Policy-Approaches-in-the-Digital-Age.pdf
- OECD. (2020). *Measuring consumer detriment and the impact of consumer policy. Feasibility study* (OECD Digital Economy Papers, No. 293). [https://one.oecd.org/document/DSTI/CP\(2019\)13/FINAL/En/pdf](https://one.oecd.org/document/DSTI/CP(2019)13/FINAL/En/pdf)
- OECD. (2021). Stakeholder engagement. In *OECD Regulatory Policy Outlook 2021 - Policy Brief: Evidence-based policy making and stakeholder engagement*. <https://www.oecd.org/publications/oecd-regulatory-policy-outlook-2021-38b0fdb1-en.htm>
- Paul, S., & Israel, A. [editors]. (1991). *Nongovernmental organizations and the World Bank: Cooperation for development (English)*. World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/786111468765591642/Nongovernmental-organizations-and-the-World-Bank-cooperation-for-development>
- Pazarbasioglu, C., Garcia Mora, A., Uttamchandani, M., Natarajan, H., Feyen, E., and Saal, M. (2020). *Digital financial services*. World Bank Group. <https://pubdocs.worldbank.org/en/230281588169110691/Digital-Financial-Services.pdf>
- Pew Charitable Trusts. (2022). *How nongovernmental stakeholders can support states in advancing evidence-based policymaking*. <https://www.pewtrusts.org/en/research-and-analysis/reports/2022/09/how-nongovernmental-stakeholders-can-support-states-in-advancing-evidence-based-policymaking>
- Šajin, N. (2021). *Vulnerable consumers*. European Parliamentary Research Service. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/690619/EPRS_BRI\(2021\)690619_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/690619/EPRS_BRI(2021)690619_EN.pdf)
- Statista. (2024.) *Global transaction value of buy now, pay later (BNPL) in e-commerce from 2019 to 2021, with forecasts from 2022 to 2026*. <https://www.statista.com/statistics/1311122/global-bnpl-market-value-forecast/>
- Terry, B., Harder, A., & Pracht, D. (2011). Understanding the value of volunteer involvement. *Journal of Agricultural Education*, 52(2), 118–127. <https://doi.org/10.5032/jae.2011.02118>
- Tissot, B., & Gadanez, B. (2017). *Measures of financial inclusion - a central bank perspective*. Bank for International Settlements. https://www.bis.org/ifc/publ/ifcb47q_rh.pdf

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2020). *Report on consumer associations*. https://unctad.org/system/files/official-document/ditcclp2019d2_en.pdf

Wong, B. (2023). Top social media statistics and trends of 2024. *Forbes*. <https://www.forbes.com/advisor/business/social-media-statistics/>

World Bank. (2013). *Rwanda diagnostic review of consumer protection and financial literacy: Volume 2. Comparison with good practices*. <https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/000613e3-5fc4-5b00-a31a-1e346275305b>

World Bank. (2019). *Complaints handling within financial service providers: Principles, practices, and regulatory approaches*. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/773561567617284450/pdf/Complaints-Handling-within-Financial-Service-Providers-Principles-Practices-and-Regulatory-Approaches-Technical-Note.pdf>

World Bank. (2021). *Consumer risks in Fintech: New manifestations of consumer risks and emerging regulatory approaches*. <http://hdl.handle.net/10986/35699>

World Bank Group. 2017. "Data analytics and digital financial services : handbook (English)." Washington, D.C. : World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/142171531294752716/Data-analytics-and-digital-financial-services-handbook>

World Bank Group. (2024). *Cybersecurity multi-donor trust fund*. <https://www.worldbank.org/en/programs/cybersecurity-trust-fund>

World Economic Forum. (2021). *Digital currency consumer protection risk mapping*. Digital Currency Governance Consortium White Paper Series. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Digital_Currency_Consumer_Protection_2021.pdf

Remerciements

Je fais part de ma profonde gratitude à la Directrice générale de Consumers International, Helena Leurent, qui m'a inspirée et encouragée à la rédaction de ce rapport, et dont les idées lui ont, en fin de compte, donné corps. Je tiens également à exprimer ma profonde gratitude à l'égard de l'équipe centrale de l'Accélérateur de Finance numérique équitable pour son dur labeur et sa persévérance tout au long du projet. Merci à Sheila Senfuma Nakanyike pour son leadership stratégique et l'excellence de sa communication avec les membres de l'Accélérateur de Finance numérique équitable, à Sonia Charak pour l'appui au développement des éclairages et à Bob Oganga pour son soutien général au projet.

Consumers International brings together over 200 member organisations in more than 100 countries to empower and champion the rights of consumers everywhere. We are their voice in international policy-making forums and the global marketplace to ensure they are treated safely, fairly and honestly. Consumers International is a charity (No.1122155) and a not-for-profit company limited by guarantee (No. 04337865) registered in England and Wales

www.consumersinternational.org

impact@consint.org

[LinkedIn](#)

[X](#)

