

La Protection des Consommateurs de services financiers à l'ère du Numérique

CENTER for
FINANCIAL
INCLUSION | ACCION



Smart Campaign

- Campagne globale
- Normes de protection de consommateurs
- +112 Institutions Financières certifiées
- Hébergée par le Centre d'Inclusion Financière a ACCION



CENTER for
FINANCIAL
INCLUSION | **ACCION**

Principes de protection des clients

1. Développement des produits et distribution appropriés
2. Prévention du surendettement
3. Transparence
4. Tarification responsable
5. Traitement respectueux et équitable des clients
6. Confidentialité des données des clients
7. Mécanismes de résolution des plaintes



Services Financiers Numériques : Potentiel immense

Technologie Mobile et services associés ont généré 4.5% du PIB Mondial en 2017 (GSMA)

L'écosystème du mobile a soutenu la création de 29 millions d'emplois (directs et indirects)

194.000 Ménages Kenyans sortis de la pauvreté grâce à leur accès aux services de paiement (Travneet Suri and Billy Jack, 2016)



D'importants risques pour les consommateurs

**Evidences tirées de
recherches sur la
monnaie mobile et
le crédit numérique**



Indisponibilité du réseau, liquidité des Agents and interface-utilisateur

- **52.4%** ont eu de mauvaises expériences avec l'indisponibilité du réseau
- Seulement 16% des gens affectés par l'indisponibilité du réseau ont mentionné des conséquences financières.
- Haute prévalence d'agents illiquides (45% en rural et 75% en urbain)
- Environ 70% des clients pensent qu'il est facile de faire des erreurs avec l'interface – seulement 15% ont effectivement fait des erreurs

Mécanisme de recours, Transparence

- Environ des clients ne comprennent pas comment et où adresser leurs réclamations ou plaintes (31%)
- Seulement 4.7% des clients actuels disent détenir une copie des T&Cs d'utilisation des services
- Globalement, 63.1% des clients qui ont un compte mobile money n'ont posé aucune question après leur enregistrement
- Environ 27% des clients actuels ont affirmé avoir été surpris par les coûts des transactions

Fraude et confidentialité des données

- Environ 40% estiment que la fraude est un grand problème
- Seulement 29% d'entre eux ont vu ou suspecte un comportement frauduleux
- 57% des clients qui déjà utilise les services de mobile money ignorant pourquoi le fournisseur collecte leurs données.
- Analphabétisme) expose les utilisateurs a des abus et pose des défis en termes d'utilisation des services

Des défis importants liés au Crédit Numérique

- **Fraude & Cybersécurité:** 900,000 petits investisseurs perdent leur argent sur une plateforme de P2P
- Modèles basés sur des algorithmes pas vraiment transparents
- Risque de **surendettement** : Push marketing, facilite d'accéder au service et insuffisante de la capacité de remboursement
- Des **Millions de gens fichés dans les bureaux** de crédit au Kenya – 2.7 à 3.6 en 14 mois (à partir March 2017)
- Une bonne proportion du crédit numérique est utilisée pour le **pari**
- Des questionnements sur le **cout du Crédit Numérique**

Un Environnement protecteur nécessite:

Approche Holistique



Decideurs/regulateurs:

- Règlementation (basée sur les principes)
Supervision (RegTech)
- Formation
- Sandbox
- Dialogue avec les FSF/autres Régulateurs

Consommateurs:

Education financière/change ment de comportement

Industrie - FSN:

Normes et Auto-Regulation (Smart Campaign, GSMA)

Des ressources utiles au niveau global



1. **Manuel de protection des consommateurs (CFI-Accion)**
2. **Document de bonnes pratiques de la Banque Mondiale**
3. **AFI – Normes de Crédit Numérique**
4. **GSMA – Principes Directeurs Protection des données &Crédit Numérique**

Merci

