

# Partage d'expériences en matière d'éducation financière (*cas du Maroc*)

28 octobre 2019, Dakar

Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest

# PLAN

---

- Brève présentation de la FMEF
- Dispositif institutionnel et mobilisation des ressources
- Ciblage et stratégies de partenariat
- Approche holistique
- Modèle de coordination
- Pilotage, coordination et gestion des partenariats
- Suivi & évaluation
- Quelques chiffres des réalisations
- Principaux enseignements tirés

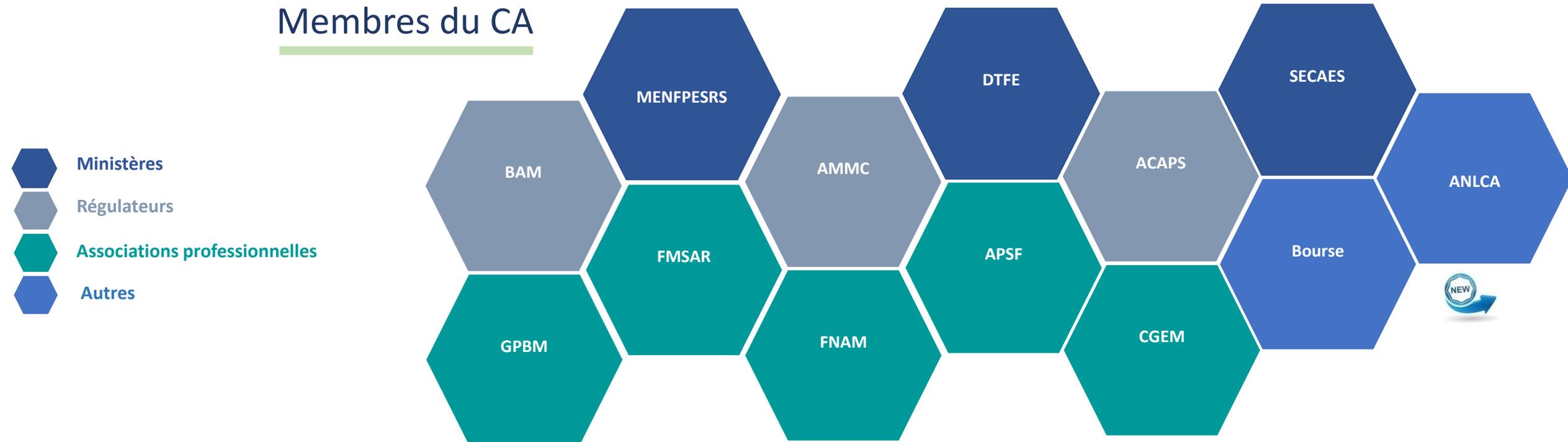
# La FMEF... au service de l'éducation financière du citoyen

المؤسسة المغربية للثقافة المالية

Fondation Marocaine pour l'Education Financière

- Créée en 2013 à l'initiative de Bank Al-Maghrib, sous la forme juridique d'une association à but non lucratif
- Présidé par le Gouverneur de Bank Al-Maghrib, son Conseil d'Administration est constitué de Ministères, des régulateurs du secteur financier, des associations professionnelles dans les secteurs financier et éducatif

## Membres du CA



# La FMEF, dispositif institutionnel

## Pourquoi une Institution nationale dédiée ?

- Regrouper les institutions concernées par l'éducation financière au Maroc
- Fédérer autour d'objectifs communs visant l'éducation financière des citoyens à des fins de protection de consommateurs des services financiers et d'inclusion financière
- Coordonner les initiatives, éviter les doubles emplois et développer les synergies public privé

## Mission et objectifs de la FMEF

Renforcer et préserver les aptitudes financières de la population en vue de contribuer à son bien-être financier :

- coordination des actions entreprises par ses différents membres en vue de promouvoir l'éducation financière
- conception des programmes d'éducation financière, coordination des actions qui en découlent, suivi et mesure d'efficacité
- promotion des bonnes pratiques en matière d'éducation financière conformément aux standards internationaux...

## Principales étapes

2013	Création de la Fondation
2014-2017	1 <sup>er</sup> plan stratégique
2018	année de transition <ul style="list-style-type: none"><li>• Bilan 1<sup>er</sup> plan stratégique</li><li>• Annonce de la SNIF (portée par Bank Al-Maghrib et le MEF)</li></ul>
2019-2023	2 <sup>ème</sup> plan stratégique EF

## Ressources de la Fondation

- Contributions de ses membres (Institutions financières et régulateurs)
- Dons et subventions de bailleurs de fonds
- Contribution en nature dans la gestion de la Fondation ou dans le déploiement des programmes d'EF...

Démarches continues pour lever des fonds auprès de différentes instances internationales pour le financement de certains projets

# La FMEF, des études servant de base

**Une première enquête sur la capacité financière des ménages, menée en 2014 par Bank Al-Maghrib et la Banque mondiale auprès de 3000 ménages marocains**

Principaux constats :

- Le niveau des connaissances financières de la personne dépend de son degré d'inclusion financière.
- Le niveau des compétences en matière de calcul des intérêts, de l'impact de l'inflation pour sa prise en compte dans le calcul des objectifs à moyen et long termes est insuffisant chez une bonne partie des interviewés
- Le recours à l'assurance est faible
- les marocains en général ont les compétences nécessaires pour le choix des services financiers mais ont démontré de grandes difficultés dans la gestion régulière de leur budget et dans l'épargne sur le long terme pour préparer leur retraite/faire face aux dépenses en âge avancé.

Ces résultats étaient particulièrement significatifs chez les populations dans le milieu rural, peu ou pas alphabétisées.



# La FMEF, des études servant de base

Une étude menée fin 2017 pour mesurer le niveau d'utilisation des services financiers par les **TPE**, les micro-entrepreneurs et les auto-entrepreneurs (enquête menée auprès de 1000 entrepreneurs )

## Constat global

Des besoins d'information et de sensibilisation comparables aux besoins du grand public, les besoins d'information ou de formation plus avancés sont exprimés par une minorité

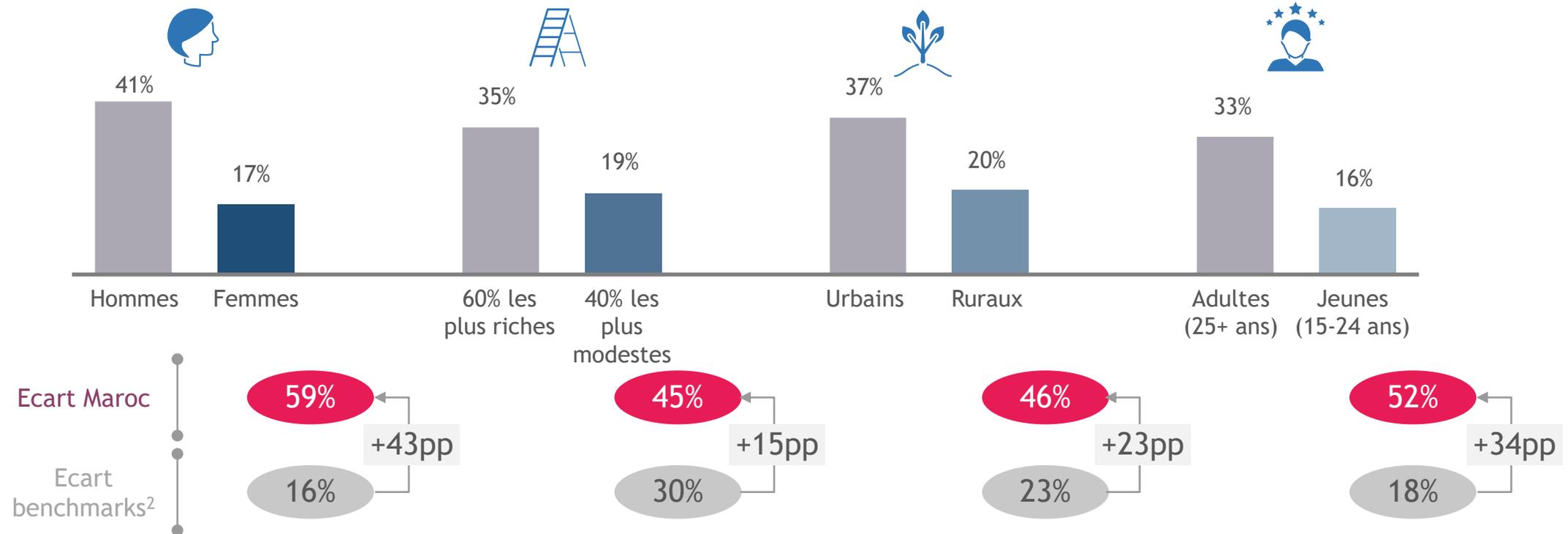
- Bancarisation < 50%
- 48% des micro-entrepreneurs et TPE interrogés détiennent un compte bancaire : Besoins de financement > 60%
- Une majorité déclare avoir des besoins de financement ou des problèmes de trésorerie 63%
- Accès au crédit ≈ 10%
- 11% seulement des entreprises recherchent une solution à leur besoin de financement auprès du secteur financier. 6% ont obtenu un crédit (ce qui peut être lié pour partie à un problème d'offre)
- Formation ou accompagnement ≈ 10 %
- Seulement 10% des entrepreneurs ont bénéficié de formation et 4% d'accompagnement



# La FMEF, des études servant de base

L'enquête Findex 2017 ayant servi de base pour la définition de la stratégie nationale d'inclusion financière

## Des disparités dans l'adoption encore plus marquées au Maroc que dans les benchmarks



1. Compte bancaire ou compte mobile 2. Benchmark international : Afrique du Sud, Côte d'Ivoire, Inde, Indonésie, Kenya, Mexique, Nigéria, Pérou, Tunisie. Source: Global Findex, études et analyses BCG

# La FMEF, ciblage et stratégies de partenariat

## Identification des populations prioritaires



Enfants et  
Jeunes (15-24  
ans)



Femmes

TPE  
ME - AE



Ruraux

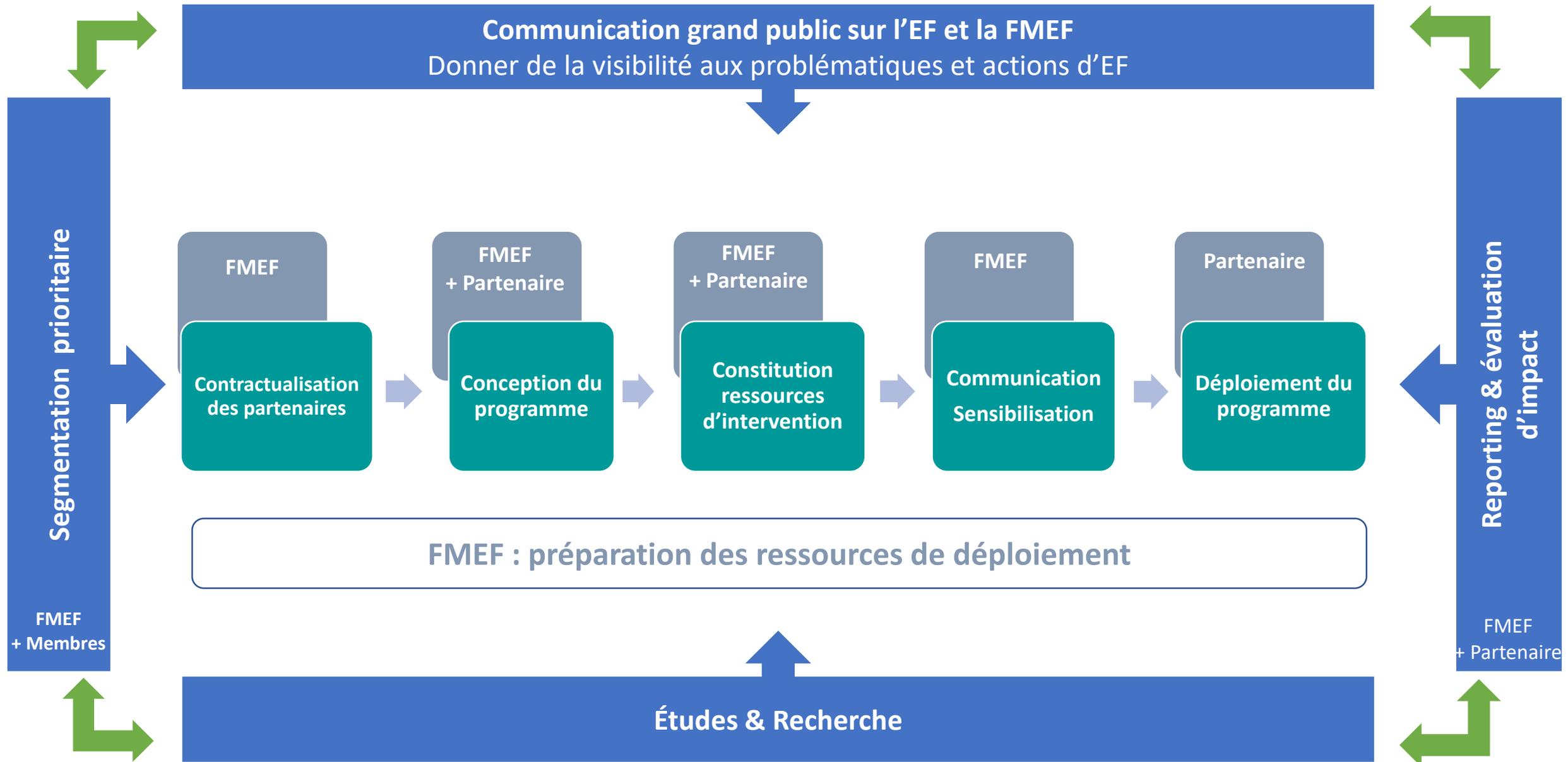
## Renforcement des partenariats

Développement des  
partenariats existants  
au regard des cibles  
prioritaires

Prospection de  
nouveaux partenariats

Mise en place du  
programme d'EF adapté à  
la cible ou cibles  
communes

# La FMEF, une approche holistique



# La FMEF, le modèle de coordination



## Dimensions

### PRIORISATION DES CIBLES

Les partenaires s'engagent à travailler sur les cibles prioritaires définies avec la FMEF avec des objectifs chiffrés

### CAMPAGNES DE COMMUNICATION ET ÉVÈNEMENTS NATIONAUX

La FMEF définit les campagnes et les évènements nationaux relatifs à l'éducation financière. Les partenaires y participent sous les formes adaptées

### CONCEPTION DES CONTENUS ET DES PROGRAMMES

La FMEF définit les exigences de base concernant la conception (et la production, le cas échéant) des contenus pour les cibles prioritaires et les partenaires s'y conforment

### MUTUALISATION DES SUPPORTS

Tous les partenaires peuvent utiliser les contenus disponibles sur la plateforme de la FMEF. Les partenaires publics s'engagent à mettre à disposition de la plateforme leurs propres contenus destinés aux cibles prioritaires.

### RECRUTEMENT DES CIBLES (ONLINE ET OFFLINE)

Les partenaires s'efforcent d'atteindre les objectifs définis en commun avec la FMEF et s'engagent à fournir un reporting chiffré des réalisations. La FMEF met à disposition un portail permettant de mettre en lien les cibles avec les contenus

### PLANIFICATION DES ACTIONS

Les partenaires planifient leurs actions en respectant un cadre général défini chaque année en accord avec la FMEF qui en informe le grand public. Les partenaires s'engagent annuellement à planifier un nombre minimum d'actions

### ÉVALUATION DES IMPACTS

Les partenaires s'engagent à contribuer aux campagnes d'évaluation menées par la FMEF en lui fournissant des informations (publics cibles, date des actions, contenus dispensés, ...) et en participant à la collecte de données.

# La FMEF, pilotage, coordination et gestion des partenariats

- Renforcement de la cohésion et de la fédération des Institutions membres de la FMEF autour d'objectifs communs (rencontres, concertation, ateliers de partage et de brainstorming)
- Consolidation des partenariats existants et prospection de nouveaux partenaires : échanges réguliers et communication sur l'actualité FMEF, présence au niveau national, discussion et échanges autour des pistes de collaboration
- Travail de proximité avec les parties prenantes impliquées dans le déploiement des formations et échanges permanents avec les formateurs « Education financière »
- Instauration de groupes de travail sur plusieurs thématiques pour une implication en amont des membres et partenaires

# La FMEF, stratégie de déploiement de l'EF



Campagnes  
de  
sensibilisation

Formation  
directe

## Processus de formation directe :

Formation de formateurs  
des institutions concernées

Déploiement du contenu auprès  
des bénéficiaires finaux

Suivi et coaching des formateurs  
sur le terrain

Par la FMEF

La FMEF a mis en place un dispositif de suivi du déploiement des sessions de formation par les partenaires et a introduit des principes d'ingénierie de formation dans l'organisation des sessions de formation directe.

# La FMEF, stratégie de déploiement de l'EF

- Global Money Week
- Activités parascolaires

*Campagnes médias  
(capsules audio - chaînes radio)*

*Participation aux foires et manifestations (notamment la semaine nationale de l'artisanat, le salon de l'agriculture ...)*



www.fmef.ma

- Versions arabe et française
- 4 espaces :
  - Finances personnelles
  - Finances entreprise
  - Finances pour les Enfants et les jeunes
  - Enseignants
- Simulateurs : Budget, crédit, impôts et épargne.
- Glossaire économique
- Quizz & jeux.
- Médiathèque (audio & vidéo).



Mizaniyati

- Application mobile de gestion de budget et de diffusion de contenu d'éducation financière.
- Lancée en mars 2018
- Versions arabe et française.
- Parcours simplifié pour la population peu alphabétisée.



/FMEF.Educ.Fin

- Campagnes Facebook dédiées.
- Publications bilingues animées et/ou illustrées.
- 31 540 abonnés.



FMEF

- Capsules vidéos - Thématiques liées à l'éducation financière.

# La FMEF, suivi & évaluation



Évaluation à chaud des formations

Evaluation de l'efficacité des programmes avec les partenaires et formateurs (focus groupes, rapports d'évaluation...)

Reporting et analyse des campagnes digitales

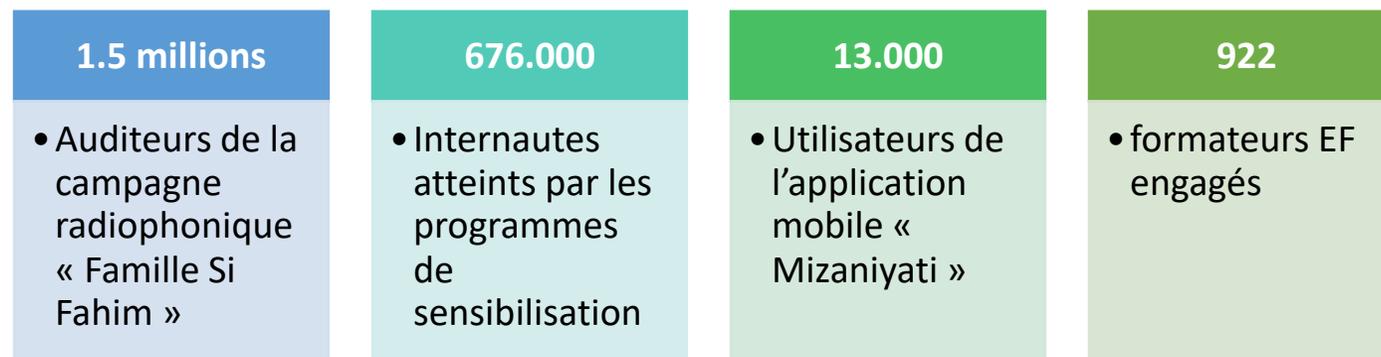
- *Projet de « Baromètre de mesure de la capacité financière / Financial Capability »*

# La FMEF, bilan des réalisations

## 2014-2018, en quelques chiffres



*\*intégrant chiffres de l'édition 2019*



# La FMEF, principaux enseignements tirés

- Importance d'une démarche pédagogique optimisée combinant différentes initiatives
- Difficulté de mettre en place un système d'évaluation d'impact/le processus d'éducation financière étant long et diversifié
- Nécessité de commencer par des actions pilotes et les évaluer, avant de généraliser
- Situation challengeante pour réussir la coordination entre les différentes parties prenantes et assurer leur adhésion autour des mêmes priorités et objectifs

المؤسسة المغربية للثقافة المالية

Fondation Marocaine pour l'Education Financière

MERCI