

L'ÉDUCATION FINANCIÈRE : UNE ABSOLUE NÉCESSITÉ

ERIK POINTILLART*

Chacun, dans sa vie de tous les jours, est confronté à des questions ou des sujets qui relèvent de la finance. L'étudiant qui doit payer ses études, le ménage qui emprunte pour acheter son logement, le salarié qui s'inquiète du montant futur de sa retraite : toutes ces situations supposent de prendre une décision financière. Or, plusieurs études récentes l'ont montré : les Français ont une faible culture financière.

Trois Français sur quatre disent en effet ne pas s'y connaître en finance ; plus d'un sur deux ne s'estime pas assez armé pour choisir un produit financier ou en discuter avec ses amis ; les 3/4 indiquent que leur niveau de connaissance n'est pas suffisant pour lire la presse financière¹.

Ne pas disposer d'un minimum de connaissances représente un véritable handicap lorsqu'il s'agit de choisir un produit ou une solution financière, ou peut engendrer des difficultés de gestion du budget familial.

Il apparaît dès lors indispensable de remédier à cette situation afin de permettre à tous de se sentir plus à l'aise avec les sujets financiers, en mettant en place une véritable éducation financière de nos concitoyens.

UN CONTEXTE HISTORIQUE PEU INCITATIF

Les Français ont des connaissances financières limitées. Un certain nombre de raisons peuvent expliquer ces lacunes et le faible intérêt qu'ont suscités ces sujets dans le passé. Les unes sont culturelles (cf. infra), d'autres tiennent au peu de place fait à ces sujets dans l'enseignement français contemporain.

Mais, il faut aussi être conscient du fait que peu de chose incitait vraiment à intéresser celui qui n'avait pas une propension naturelle à le faire ou les moyens financiers qui le justifiaient.

* Président de l'Institut pour l'Éducation Financière du Public. www.lafinancepourtous.com/

Ainsi, les mécanismes de protection sociale, qui se sont développés en France à partir des années 1930, ont assez largement dispensé les citoyens français de se préoccuper personnellement de leur retraite, de leur mutuelle, de leur couverture maladie, ou de placements boursiers pour préparer leur avenir financier.

Dans le domaine du financement de la retraite par exemple, les Français cotisaient jusqu'à présent tout au long de leur vie professionnelle pour percevoir, lors de leur retraite, une pension dont le montant était défini. La gestion des cotisations était mutualisée et entièrement prise en charge par les organismes de retraite. La pyramide des âges permettait à des actifs nombreux de financer la retraite d'inactifs peu nombreux.

À la différence de certains pays anglosaxons, ce contexte de la protection sociale française a clairement amoindri le besoin en connaissances financières des générations précédentes.

POURQUOI FAUT-IL AGIR ?

D'importantes mutations se sont produites ou ont été initiées dans une période plus récente, qui modifient le contexte général et rendent nécessaire l'acquisition par le plus grand nombre d'un minimum de compétence financière.

Un transfert de risque et de responsabilité qui change la donne

Ainsi, on assiste, depuis un quart de

siècle, à une évolution des systèmes et des produits financiers qui se traduit par un transfert de risque et de responsabilité croissant vers les ménages².

Y ont concouru des phénomènes tels que la désintermédiation bancaire ou le développement de la part de l'épargne des ménages détenue en titres (privatisations, développement des contrats d'assurance-vie en unités de compte, ...). La part de l'épargne « bancaire » des ménages (livrets, comptes ou plans d'épargne bancaires) dans leur patrimoine financier est ainsi passée de 53,3 % à 42,5 % entre 1990 et 2003, tandis que la détention indirecte d'actions par les ménages (OPCVM, FCPE, assurance-vie en unités de compte) est passée de 75,3 milliards d'euros à 207,8 milliards d'euros entre 1995 et 2003³.

Mais, l'évolution des dispositifs de financement de la retraite, qui conduira très certainement l'épargne individuelle à compléter de plus en plus le système par répartition, ne fera que renforcer cette tendance : les particuliers auront de plus en plus à prendre eux-mêmes leurs décisions pour les 15 ou 30 ans à venir.

Des produits et problématiques de plus en plus complexes

Les produits financiers proposés sont par ailleurs de plus en plus nombreux et complexes, les offres de crédit à la consommation se multiplient, les dispositifs de crédit immobilier se sophistiquent, faisant naître questions et besoins d'information de la part des clients sollicités.

Les intermédiaires financiers eux-

mêmes sont incités, par la demande qui émane des investisseurs et par une réglementation qui renforce leurs obligations d'information et de conseil, à une communication et une diffusion d'information plus intensive auprès de leur clientèle. La mise en place, le 1^{er} novembre 2007, de la Directive européenne sur les marchés d'instruments financiers⁴ conduit ainsi les intermédiaires à la fois à évaluer les connaissances qu'ont leurs clients des produits sur lesquels ils désirent investir et à s'engager à leur fournir des informations et conseils adaptés à la situation personnelle de ceux-ci et aux objectifs dont ils font état.

Les documents transmis aux clients ont dû recevoir le feu vert des autorités de régulation et sont souvent rédigés dans un langage difficile à appréhender par des individus non spécialisés. On retrouve des problématiques proches dans les modes d'emploi des appareils électroniques ou ménagers, mais le rapport au concret aide en général la compréhension.

Tous ces éléments démontrent la nécessité de donner à chacun les moyens d'acquérir un minimum de connaissances et de disposer des moyens d'information pour pouvoir prendre en toute connaissance de cause les décisions qui répondent le mieux à ses besoins.

DES OBSTACLES ET DES RÉTICENCES À VAINCRE

Une fois établie la nécessité, voire l'urgence, d'améliorer la culture finan-

cière des Français, il faut toutefois reconnaître qu'elle ne suscite pas forcément une adhésion évidente et immédiate. La raison principale en est que la plupart de nos concitoyens n'ont pas encore conscience du besoin qui se développe.

Le transfert de risque, ci-dessus évoqué, se fait en effet très lentement et il est d'autant moins perceptible qu'on a une faible compréhension des mécanismes financiers et un accès réduit à l'information.

Dépasser les préjugés culturels

En outre, l'argent est un sujet qui reste culturellement relativement tabou en France : donner le montant de son salaire est quasiment grossier contrairement à ce qui se passe chez les Anglo-Saxons, dire qu'on a de l'argent à placer est mal vu, parler d'argent aux enfants est un peu inconvenant !

De la même façon, un certain nombre de placements financiers souffre d'une mauvaise image qui les associe souvent indûment à l'idée de risque démesuré ou les affuble d'une qualification très négative de spéculation.

La bourse est de ceux-là. On dit « jouer en bourse » plutôt qu'investir en bourse. Ces réticences ne facilitent pas la tâche des éducateurs qui abordent ces sujets auprès des élèves ou des consommateurs. D'autant que les questions financières sont considérées comme des sujets peu attractifs, ce qui n'en stimule pas l'appétit.

Vaincre les réserves des professionnels et des éducateurs

En relation quotidienne et directe avec les épargnants, les intermédiaires financiers ont sans nul doute un rôle important à jouer dans l'information et l'éducation des consommateurs sur les produits financiers. Certains en sont convaincus et des initiatives ont été développées en ce sens. Mais, il faut reconnaître qu'il reste une marge de progression dans ce domaine pour que le client se sente (et soit) toujours renseigné de façon complète, claire et totalement objective par son conseiller. Et, il reste parfois à convaincre les professionnels à y consacrer les moyens suffisants.

Du côté des établissements scolaires, faire de l'éducation financière n'est pas une démarche « naturelle » aujourd'hui pour un enseignant français. Outre les réticences culturelles déjà évoquées, ou de nature plus idéologiques dans certains cas, même les enseignants convaincus se trouvent souvent confrontés à un certain nombre de difficultés : manque de temps pour aborder des sujets qui ne figurent pas en tant que tels dans les programmes, manque de formation sur les questions financières, manque d'outils pour les enseigner à ses élèves.

Il est donc nécessaire de prévoir un accompagnement des éducateurs. L'Institut pour l'Éducation Financière du Public (IEFP) y contribue en travaillant avec des enseignants à la fois à la manière d'introduire ce type de sujets dans les programmes et à l'élaboration d'outils pédagogiques les aidant à le faire.

Susciter l'appétit

Si le besoin n'est pas perçu, le sujet peu séduisant et l'incitation inexistante, la tâche est rendue ardue... Si on établit une comparaison avec la micro-informatique, un domaine dont l'accès pouvait aussi sembler compliqué à une partie de la population en son temps, mais dont la diffusion et la vulgarisation ont malgré tout connu un essor considérable au cours des 10 dernières années, on voit que sa diffusion a pu bénéficier de ce qui a manqué à la diffusion de la culture financière : les Français ont ressenti l'intérêt de s'y mettre, que ce soit parce que la maîtrise de la micro-informatique devenait indispensable au bureau ou un outil de choix pour échanger à distance avec ses petits-enfants. La démarche comportait, en outre à leurs yeux, un aspect ludique et, ultime coup de pouce, des incitations financières à s'équiper ont été mises en place dans certains cas.

Pour engendrer un intérêt qui n'est pas « naturel » lorsque le besoin n'apparaît pas, il est donc indispensable, tout en soulignant le bénéfice qu'en retireront les intéressés, de susciter un appétit pour le sujet.

QUELLES ACTIONS METTRE EN PLACE ?

Un institut dédié à vocation pédagogique

En France, comme dans un grand nombre d'autres pays du monde, la prise de conscience de la réalité du déficit de connaissances financières et

du handicap qu'il représente potentiellement pour nos concitoyens a incité à agir.

Un Institut pour l'Éducation Financière du Public (IEFP) a été créé, en 2006, à l'initiative de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF) avec le soutien d'Euronext, qui a reçu pour mission de favoriser et promouvoir la culture financière des Français. L'IEFP est un organisme indépendant : c'est une association d'intérêt général dont le tour de table réunit aussi bien des représentants du secteur public (AMF, Ministère de l'Éducation nationale, Banque de France), que de NYSE Euronext, la Fédération Bancaire Française, des professionnels de la finance, de la presse, d'associations de consommateurs ou de syndicats.

L'IEFP, qui devait au départ être un simple institut de formation des épargnants est devenu l'Institut pour l'Éducation Financière du Public. Comme le souligne sa signature « la finance pour tous », il ne s'adresse pas seulement aux épargnants, mais aussi à ceux qui ne le sont pas encore (les jeunes, les personnes en difficulté) : dès lors, il touche aux produits d'épargne mais également aux questions du crédit et du surendettement, non pour régler le cas des personnes surendettées (tout au plus est-il susceptible de les orienter vers les institutions adaptées) mais, beaucoup plus en amont, pour délivrer des messages et fabriquer des outils qui assurent une meilleure gestion budgétaire.

L'Institut est mandaté pour faire de l'éducation financière. Le mot éducation intègre une composante d'apprentissage qui pourrait se traduire par une offre directe de formations dans le

cadre scolaire ou dans celui de la formation continue des adultes. Ce n'est pas la voie suivie pour l'instant par l'IEFP, qui n'en a tout simplement pas les moyens. Mais, les premiers pas parcourus par l'Institut montrent qu'en délivrant des messages simples et forts, en donnant accès à des informations pertinentes qui vont au-delà de la simple description des produits, en amenant les gens à se poser les questions avant d'agir, l'Institut peut, sans être lui-même institut de formation mais en s'appuyant au maximum sur les enseignants et formateurs, mettre en place une véritable pédagogie.

Les actions de l'IEFP visent à donner à tous les Français les bases de connaissance pour leur permettre de mieux gérer leur argent, mieux comprendre et choisir les produits financiers et mieux vivre dans leur environnement quotidien.

Il a engagé des actions en direction de tous les publics, avec notamment pour objectifs :

- de proposer des outils d'information accessibles au plus grand nombre, adaptés à chacun ;
- de familiariser dès l'enfance les Français avec les sujets financiers ;
- d'instaurer une véritable concertation et coopération internationales sur l'éducation financière.

Convaincu de la nécessité de familiariser dès l'enfance nos concitoyens avec les sujets financiers, l'IEFP attache une importance particulière à la cible des jeunes. Les actifs, qui doivent pouvoir faire en connaissance de cause les choix d'épargne que leur propose leur entreprise ou préparer leur retraite, et les consommateurs qui, en tant que clients des établissements financiers ont

besoin de mieux comprendre ce qui leur est proposé, comptent aussi parmi ses cibles prioritaires.

L'Institut joue aussi un rôle de catalyseur de sensibilisation, de réflexion et d'action sur l'éducation financière, dans le but de mobiliser et coopérer avec tous les acteurs concernés.

Fournir des informations accessibles au plus grand nombre

Trouver une information complète et adaptée à son besoin sur un sujet financier n'est pas toujours aisé. Le consommateur est souvent en demande d'explications pédagogiques sur ce qu'il a lu ou entendu par ailleurs et recherche des sources d'information à la fois indépendantes et fiables.

Il y a donc nécessité d'offrir des moyens d'information facilement accessibles. Afin d'apporter très vite des réponses à ce besoin, l'Institut pour l'Éducation Financière du Public a choisi comme action prioritaire lors de sa création d'ouvrir un site internet grand public⁵.

Constamment enrichi pour couvrir tous les domaines susceptibles d'intéresser ses visiteurs, ce site a vocation à devenir un site de référence pour tous ceux qui cherchent à s'informer ou à comprendre les sujets financiers. Des espaces spécifiques y ont été conçus pour différents publics : les enfants, les jeunes, les actifs, les enseignants et formateurs, les seniors.

Outre la population des jeunes et de leurs enseignants à laquelle l'IEFP a porté dès sa création une attention particulière (cf. ci-après), les adultes, en tant qu'actifs ou consommateurs de

produits financiers, doivent se voir proposer les moyens d'acquérir ou de développer leur culture financière qui soient adaptés aux différentes situations qu'ils vivent.

Ainsi, la mise en place de la Directive européenne sur les marchés d'instruments financiers a-t-elle suscité de nombreuses questions, auxquelles l'IEFP s'est attaché à répondre en publiant, sur le sujet, des documents et informations qui s'adressaient spécifiquement au client particulier.

Et, s'agissant des relations entre les consommateurs et les organismes financiers d'une façon générale, il est clair qu'une meilleure éducation financière des clients ne pourra que favoriser leur dialogue avec leurs conseillers financiers.

Du côté des actifs, fournir une pédagogie de la finance pour la retraite constitue un objectif majeur pour l'Institut, de même qu'il apparaît nécessaire de permettre une meilleure connaissance et une meilleure compréhension de l'épargne salariale.

Introduire la matière financière dans l'éducation des jeunes

L'Institut pour l'Éducation Financière du Public a fait réaliser en 2006, par l'institut CSA, une étude pour mesurer le comportement des jeunes de 15 à 20 ans vis-à-vis de l'argent et leurs connaissances dans le domaine financier, qui a révélé que ces dernières sont limitées⁶. Ces résultats ont conforté l'Institut dans sa conviction qu'il est essentiel que les jeunes acquièrent tôt les bases d'une culture financière qui leur permettent d'aborder l'âge adulte

en étant plus à l'aise avec ces sujets. Dans leur vie personnelle ou professionnelle, la compréhension et la maîtrise des outils financiers de base leur seront indispensables et c'est leur rendre service que de les familiariser avec ces sujets. Pour ce faire, une initiation aux questions de l'argent et des finances personnelles est souhaitable dans le cadre scolaire.

L'éducation financière n'a pas forcément vocation à entrer comme une discipline supplémentaire dans des programmes scolaires déjà chargés, mais elle peut être intégrée dans d'autres enseignements tels que les mathématiques, l'instruction civique, l'économie, la gestion, l'histoire et même la littérature. Les notions de finances personnelles peuvent également faire l'objet de présentations ou de séances d'information hors programme. La démarche d'éducation financière doit s'adresser non seulement directement aux jeunes eux-mêmes mais aussi à leurs enseignants, qui sont souvent peu ou mal armés pour aborder ces sujets.

À ce titre, l'Institut pour l'Éducation Financière du Public, qui compte un inspecteur général de l'Éducation nationale parmi ses administrateurs, travaille avec les enseignants et l'Éducation nationale pour mettre en place des outils pédagogiques. Des conférences sont organisées pour sensibiliser les enseignants à ces sujets et des modules pédagogiques sont créés avec eux pour les aider à les aborder dans leurs cours. L'Institut a également dédié un espace spécifique de son site aux enseignants et aux formateurs, qui constitue un lieu d'échange d'outils et d'expériences dans ce domaine.

L'IEFP s'adresse par ailleurs aux jeunes directement en leur dédiant des espaces spécialement conçus pour eux sur son site internet (l'un pour les enfants, l'autre pour les jeunes) et en développant des outils qui leur sont adaptés (jeux, ouvrages, ...). Certains sont aussi conçus pour aider les parents à parler d'argent avec leurs enfants⁷.

Faire de l'éducation financière une cause partagée

Il importe, nous l'avons dit, de sensibiliser et de mobiliser les acteurs concernés en France par l'éducation financière : pouvoirs publics, intermédiaires financiers, presse, associations de consommateurs, ... afin que les actions engagées puissent trouver auprès d'eux le soutien, la participation, l'écho et les relais qui contribueront à leur succès. D'autres organismes que l'IEFP œuvrent par ailleurs en France à favoriser le développement de la culture financière.

Des initiatives ont été développées au niveau local ou national par un certain nombre d'associations professionnelles et fédérations professionnelles sur des sujets particuliers⁸ ou en direction de cibles spécifiques. Un Conseil pour la Diffusion de la Culture économique (CODICE) a par ailleurs été mis en place pour proposer des mesures susceptibles d'améliorer les connaissances des Français dans le domaine économique et développer leur intérêt pour l'économie.

Une même démarche d'éducation ayant été entreprise dans de nombreux pays d'Europe et du monde, un dialogue s'est par ailleurs instauré,

notamment sous l'égide de l'OCDE et de l'Union Européenne qui permet un enrichissement mutuel par le partage des expériences et des idées. L'IEFP participe ainsi à une réflexion internationale sur l'éducation financière qui va aboutir à la mise en réseau de tous les acteurs publics dans ce domaine et pourrait donner lieu à un certain nombre de démarches communes.

L'éducation financière est aujourd'hui une réelle nécessité. L'évolution récente de l'environnement écono-

mique et financier, et celle qui se profile, justifient largement que d'importants efforts soient consentis pour cette mission. Ce n'est pas une fin, mais un moyen de faire émerger des générations de citoyens plus responsables et de consommateurs plus avisés, capables de comprendre mieux la matière financière et de prendre les décisions qui les concernent dans de meilleures conditions. C'est un enjeu de société qui demande patience et persévérance, car plusieurs années seront sans doute nécessaires pour que les actions entreprises portent pleinement leurs fruits.

NOTES

1. Sondage TNS Sofres pour l'AMF, décembre 2004.
2. Cf. « *Rapport relatif à la commercialisation des produits financiers* », J. Delmas-Marsalet, novembre 2005.
3. Cf. « *Rapport relatif à la commercialisation des produits financiers* », J. Delmas-Marsalet, novembre 2005.
4. Cf. « *Comprendre la MIF* » sur le site www.lafinancepourtous.com de l'Institut pour l'Éducation Financière du Public (IEFP).
5. www.lafinancepourtous.com
6. Une synthèse de cette étude est disponible sur le site www.lafinancepourtous.com de l'IEFP.
7. Un guide « *Vos enfants et l'argent* » a été publié début 2008 aux éditions Autrement.
8. Tels que le crédit à la consommation, le surendettement, les questions bancaires, le budget familial.