

Pour l'éducation économique et financière des épargnants

Groupe de travail
sur l'éducation
des épargnants

18 mai 2005

SOMMAIRE

INTRODUCTION	1
I. UNE OFFRE DE PROGRAMMES DE FORMATION ET D'INFORMATION PÉDAGOGIQUE TRÈS EN DEÇÀ DES BESOINS DU PUBLIC	2
1.1. L'ÉTAT DE LA DEMANDE : UNE LARGE MÉCONNAISSANCE DES PROBLÉMATIQUES FINANCIÈRES	2
1.2. L'OFFRE ACTUELLE : DES PROGRAMMES DIVERSIFIÉS ET D'UN NIVEAU ACCESSIBLE	4
1.3. LA CONFRONTATION DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE : LES PROGRAMMES EXISTANTS ET LEURS VECTEURS DE DIFFUSION NE PEUVENT RÉPONDRE QUANTITATIVEMENT AUX BESOINS DU GRAND PUBLIC	5
II. POUR UNE POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT DE LA CULTURE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE DES ÉPARGNANTS	6
2.1. L'OBJECTIF : DÉVELOPPER LA CULTURE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE AU SENS LARGE	6
2.2. LES PRINCIPES	6
2.2.1. Garantir le principe d'indépendance	6
2.2.2. Travailler de façon non exclusive et adaptée aux différentes catégories de publics	7
2.2.3. Fédérer les énergies et faire jouer l'effet de levier entre acteurs	7
2.2.4. Respecter la libre concurrence entre prestataires	7
2.3. LES MISSIONS ET ACTIONS	7
2.3.1. Conduire des campagnes d'information et de sensibilisation du grand public aux problématiques économiques et financières	7
2.3.2. Promouvoir une offre de masse répondant aux besoins généraux d'information et de formation	7
2.3.3. Orienter les programmes, garantir la neutralité des vecteurs et contrôler la qualité des prestations	8
2.3.4. Contribuer à l'évolution de la législation et de la réglementation en matière de formation des épargnants	9
2.4. LES VECTEURS ET RELAIS	9
III. UNE STRUCTURE EN CHARGE DE LA POLITIQUE DE FORMATION ET D'INFORMATION DES ÉPARGNANTS	10
3.1. LE STATUT	10
3.2. LA GOUVERNANCE	11
3.3. LA STRUCTURE ET LE FINANCEMENT	12
CONCLUSION	13
ANNEXE 1 : Composition du groupe de travail	15
ANNEXE 2 : Les actions menées au niveau international en matière de formation des épargnants	16
ANNEXE 3 : Propositions concrètes de formation selon les cibles	18

Pour l'éducation économique et financière

Groupe de travail sur l'Éducation des épargnants

INTRODUCTION

Les recommandations formulées dans le présent rapport s'inscrivent dans le prolongement d'une réflexion entamée par l'Autorité des marchés financiers dans le cadre de la commission consultative "Épargnants et actionnaires minoritaires", sur les moyens à mettre en œuvre afin d'améliorer l'éducation financière des épargnants. Cet objectif est devenu en effet une préoccupation majeure de l'Autorité des marchés financiers (AMF) dans le cadre de ses missions traditionnelles de protection de l'épargne et d'information des investisseurs.

L'essor des marchés de capitaux en France et dans le monde depuis une vingtaine d'années s'est traduit par une diversification des actifs financiers détenus par les ménages, au profit notamment de produits de marché, parfois complexes ou risqués. Ce mouvement, essentiel pour le financement de l'économie, devrait s'amplifier dans les années qui viennent, en raison notamment de la récente réforme des retraites, contribuant ainsi à accroître la demande de produits d'épargne longue de la part des ménages.

Une telle évolution est susceptible de créer des conditions favorables à la croissance et à l'emploi, à condition toutefois que le niveau d'éducation financière des épargnants leur permette de prendre leurs décisions d'investissement en étant parfaitement informés et responsables.

A cette fin et parallèlement aux actions menées dans d'autres pays, notamment au Royaume-Uni, ou par l'OCDE¹, l'AMF a constitué, en juin 2004, un groupe de travail sur l'éducation et la formation continue des épargnants, présidé par Madame Claire Favre et Monsieur Jean-Claude Mothié, membres du Collège de l'AMF, et composé des principaux représentants de l'ensemble de la place financière de Paris actifs dans le domaine de la formation des épargnants et, de fait, parfaitement légitimes pour élaborer des propositions en vue d'améliorer l'éducation financière du grand public².

Il s'agissait pour l'AMF, "de fédérer les compétences et les moyens des institutions et organisations concernées par le sujet et de tenter d'ordonner une action volontariste en ce domaine crucial pour la protection des épargnants, mais aussi pour la modernisation de leurs comportements³".

La mission du groupe de travail a consisté, à partir d'une analyse des besoins et d'un recensement des compétences, ressources et actions de ses membres impliqués dans l'éducation financière des épargnants, à établir un programme cohérent d'action en matière de formation à destination du grand public, applicable dès 2005, et dont il devra assurer le suivi.

¹ Voir Annexe 2.

² Voir Annexe 1.

³ Discours de Michel Prada, président de l'Autorité des marchés financiers, lors de la conférence de presse de présentation du rapport annuel 2003 de l'AMF, 24 juin 2004.

En partant du constat que l'offre de programmes de formation en matière économique et financière destinée au grand public et recensée parmi ses membres est insuffisamment connue et demeure réservée aux particuliers ayant fait une démarche en vue de se former, le groupe de travail recommande la création d'une structure dédiée, chargée de mettre en œuvre une politique globale de formation des épargnants. Elle aurait notamment pour mission de promouvoir une offre de masse répondant aux besoins généraux d'information et de formation, de conduire des campagnes d'information et de sensibilisation du grand public aux problématiques économiques et financières, d'organiser des partenariats entre acteurs actifs dans le domaine de la formation des épargnants et d'être un interlocuteur des pouvoirs publics lorsque les actions de formation et d'information nécessitent la mobilisation de relais où ceux-ci interviennent.

I. UNE OFFRE DE PROGRAMMES DE FORMATION ET D'INFORMATION PÉDAGOGIQUE TRÈS EN DEÇÀ DES BESOINS DU PUBLIC

Le groupe de travail s'est donné pour première mission de déterminer si l'offre de programmes de formation et d'information pédagogique en matière financière était en adéquation avec les besoins du grand public.

Dans le sillage des réflexions menées par sa commission consultative "Épargnants et actionnaires minoritaires", qui avait souligné l'insuffisante formation des actionnaires dans le domaine financier, et afin d'éclairer les premiers travaux du groupe de travail, l'Autorité des marchés financiers a demandé à l'Institut TNS SOFRES de réaliser un sondage sur l'éducation financière des Français afin de permettre au groupe de travail de mieux cerner l'état des connaissances, des sources d'information ainsi que des attentes des investisseurs particuliers.

Parallèlement, le groupe de travail a effectué, auprès de ses membres, un recensement de l'offre de programmes de formation et d'information existante.

1.1. L'ÉTAT DE LA DEMANDE : UNE LARGE MÉCONNAISSANCE DES PROBLÉMATIQUES FINANCIÈRES

Le sondage TNS SOFRES a été effectué en octobre 2004 sur un échantillon de 1 004 personnes représentatif de la population française de 18 ans et plus. Le champ de l'étude dépasse donc le cadre des 6,7 millions d'actionnaires individuels voire même des 11,2 millions de Français détenant des valeurs mobilières recensées en 2004 par l'enquête annuelle TNS SOFRES⁴. Les résultats de ce sondage, rendus publics le 8 décembre 2004, ont permis de mettre en lumière les insuffisances et les attentes des Français en matière de connaissances financières⁵.

Les résultats du sondage TNS SOFRES ont montré en premier lieu la large méconnaissance qu'ont les Français de la finance : les trois quarts d'entre eux déclarent en effet mal connaître ce domaine. Leurs lacunes portent non seulement sur le fonctionnement des marchés financiers (architecture, réglementation, aspects pratiques) mais aussi sur les produits et leurs caractéristiques, que les sondés soient ou non détenteurs de valeurs mobilières. La majorité des Français perçoivent ainsi les produits financiers comme des instruments complexes, voire, réservés à des initiés.

⁴ Les résultats de l'étude TNS SOFRES sur les "Porteurs de valeurs mobilières en 2004" est disponible sur le site Internet : http://www.tns-sofres.com/etudes/comfi/131004_valmob.pdf.

⁵ Les résultats détaillés de l'enquête TNS SOFRES réalisée pour le groupe de travail sont disponibles sur le site Internet : http://www.amf-france.org/documents/general/5658_1.pdf.

A titre d'exemple, les réponses à un QCM portant sur la définition de quatre notions indiquent que si 60 % des personnes interrogées connaissent la signification d'un dividende, elles ne sont plus que 40 % à pouvoir définir correctement une Sicav, 38 % une obligation et 35 % le Perco. Au total, un cinquième des Français ne donnent aucune bonne réponse à ces quatre questions et 8 % font à l'inverse un sans-faute au QCM.

Une large majorité des Français éprouvent également des difficultés à lire la presse financière ou un document d'information sur un placement financier, ainsi que pour choisir / utiliser les produits et services financiers adéquats ou évaluer la rentabilité et le risque des placements.

Les résultats du sondage TNS SOFRES ont par ailleurs montré que la connaissance du domaine financier est meilleure dans les milieux plus aisés (CSP+, personnes ayant fait des études supérieures). En outre, deux populations se distinguent : les " seniors ", qui ont une meilleure connaissance financière mais sont aussi plus nombreux à se désintéresser de la Bourse, et les jeunes qui, à l'inverse, montrent une réelle curiosité vis-à-vis de la finance bien qu'ils soient beaucoup moins aguerris en la matière. Ces derniers sont par ailleurs plus intéressés que la moyenne par des actions de formation sur les sujets financiers.

Les Français comparent peu les produits d'épargne offerts par différents intermédiaires financiers, alors qu'ils le font quasi systématiquement dans d'autres situations, notamment dans le cadre de l'achat d'une voiture, de prestations de loisir, ou encore de la souscription à un prêt bancaire : seul un Français sur trois détenant des placements financiers met en concurrence les établissements financiers au moment de souscrire à une assurance-vie ou à un produit d'épargne retraite. Cette proportion passe à un sur cinq s'il s'agit d'actions ou d'OPCVM.

Pour pallier leur méconnaissance en matière financière, les Français s'appuient en majorité sur leur conseiller financier (notamment des réseaux bancaires) et, dans une moindre mesure, sur les médias (presse généraliste, radio, télévision). Les organismes de consommateurs, l'université, le lieu de travail et Internet apparaissent comme des sources d'information beaucoup plus marginales.

Conscients de l'insuffisance de leurs connaissances dans le domaine financier, les Français sont favorables à une meilleure éducation financière, surtout si elle commence tôt : 82% d'entre eux estiment que des cours d'éducation financière devraient être dispensés au collège ou au lycée.

Ils ne sont plus qu'un tiers à être intéressés quand il s'agit de recevoir une formation une fois leurs études terminées, une très grande majorité d'entre eux (70 %) envisageant cette formation comme une initiation (durée de formation inférieure ou égale à deux jours). Après les études, la banque est l'institution, ou le partenaire, le plus cité pour dispenser des formations, suivie par les universités et Grandes écoles, les organismes publics ou de formation associatifs et le lieu de travail. Deux tiers d'entre eux seraient intéressés par une formation sur la finance en général mais également par des formations sur des produits financiers spécifiques, notamment d'épargne retraite, les actions, et les contrats d'assurance-vie, ainsi que la gestion.

S'agissant des supports d'information, les sondés sont particulièrement favorables à la création de sites Internet dédiés, à la diffusion de livrets pédagogiques et à la mise en œuvre d'actions de communications de masse.

1.2. L'OFFRE ACTUELLE : DES PROGRAMMES DIVERSIFIÉS ET D'UN NIVEAU ACCESSIBLE

Parallèlement à l'élaboration et à la réalisation du sondage TNS SOFRES, le groupe de travail a effectué, auprès de dix de ses membres, un recensement représentatif de l'offre de programmes de formation et d'information pédagogique existante⁶. Naturellement loin d'être exhaustif, ce dernier était surtout destiné à permettre au groupe de travail de mieux appréhender l'offre actuelle dans le domaine de la formation.

Celle-ci apparaît à première vue significative, puisqu'elle regroupe près de 80 programmes répartis à parts égales entre programmes diffusés selon un mode direct (cours, stages, séminaires, colloques, etc.) ou indirect (livres, brochures, sites Internet, CD Rom, etc.).

Les programmes de formations proposés sont conçus par des équipes légères, le nombre de concepteurs variant de 1 à 5 personnes selon les programmes.

Une part significative des formations recensées sont destinées à des personnes liées aux organisations qui les proposent (salariés, membres ou adhérents, dirigeants). Ainsi, l'offre de formation communiquée par la Banque de France est, à l'heure actuelle, exclusivement destinée à son personnel. Lorsqu'à l'inverse, les cibles visées sont extérieures aux organismes, les programmes s'adressent, en règle générale, à un public large. C'est le cas notamment de l'offre proposée par l'AMF, l'INC, la FBF ou encore la FFSA. Néanmoins, certains programmes s'avèrent ciblés sur une population plus spécifique comme les actionnaires (FFCI), les salariés (FAS), ou encore les lycéens (Éducation nationale, FBF). En outre, lorsque les programmes sont destinés à un large public, la politique de prix adoptée est, pour une partie très significative d'entre eux, la gratuité.

Par ailleurs, l'offre répond en grande majorité (plus de 80 % des programmes), à des niveaux d'éducation débutant ou intermédiaire.

Les thèmes abordés apparaissent comme très diversifiés : loin de se limiter aux seuls produits financiers, ils concernent également des domaines plus larges tels que le fonctionnement des marchés financiers, voire de l'économie dans son ensemble.

S'agissant plus spécifiquement des programmes diffusés selon un mode indirect (livres, brochures, sites Internet, CD Rom, etc.), ils consistent pour la plupart en des brochures pédagogiques, dont la publication écrite, s'accompagne, en règle générale, d'une mise en ligne sur Internet, la diffusion par voie de presse ou par messagerie électronique étant plus marginale. L'utilisation de l'outil Internet permet ainsi d'accroître de manière notable la diffusion des programmes, le nombre d'exemplaires publiés sous format papier apparaissant très limité (moins de 5 000 exemplaires en moyenne).

S'agissant des programmes de formation à destination du grand public diffusés selon un mode direct, deux organisations se distinguent par le nombre de personnes formées et de formateurs : d'une part l'éducation nationale, avec environ 5 000 enseignants et 250 000 lycéens suivant des cours d'initiation aux sciences économiques et sociales en seconde générale et technologique⁷ ; d'autre part l'École de la Bourse, avec un réseau de 350 enseignants actifs dans toute la France et un nombre de 50 000 personnes formées depuis sa création en 1997.

⁶ Association française de gestion financière (AFG), Autorité des marchés financiers (AMF), Banque de France, École de la Bourse, Éducation nationale, Fédération française des associations d'actionnaires salariés (FAS), Fédération bancaire française (FBF), Fédération française des sociétés d'assurances (FFSA), Institut national de la consommation (INC), Fédération française des clubs d'investissement (FFCI).

⁷ Soit près de la moitié des effectifs de seconde générale et technologique à la rentrée 2003. A cette date, le nombre des élèves en première et terminale ES (Série Économique et Sociale) s'élevait à près de 200 000, soit 20 % de l'ensemble des effectifs de première et de terminale générales et technologiques (Source : " Repères et références statistiques sur les enseignements, la formation et la recherche-Edition 2004 ", Ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche).

1.3. LA CONFRONTATION DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE : LES PROGRAMMES EXISTANTS ET LEURS VECTEURS DE DIFFUSION NE PEUVENT RÉPONDRE QUANTITATIVEMENT AUX BESOINS DU GRAND PUBLIC

A partir de l'état des lieux de l'offre et de la demande exposé ci-dessus, le groupe de travail a conclu que l'offre actuelle ne pouvait répondre que très partiellement aux besoins d'un public très large et encore peu proactif. Son mode de diffusion n'est pas fondé sur des instruments de masse conçus pour anticiper, susciter ou formaliser les attentes d'investisseurs peu au fait des sujets concernés.

En premier lieu, et bien qu'elle constitue la première étape essentielle dans le processus de formation tout au long de la vie, l'école est pratiquement absente de l'offre recensée, en dehors de certaines formations spécialisées proposées à partir du lycée.

Le groupe de travail a en revanche noté que l'offre existante " post-études " présentait l'atout d'être majoritairement destinée au grand public compte tenu du niveau pré requis (niveaux débutant/intermédiaire) et des cibles des formations. Les thèmes abordés dans l'offre des organisations apparaissent comme très diversifiés et ne se limitent pas aux seuls produits financiers. Ils concernent des domaines plus larges tels que le fonctionnement des marchés financiers, voire de l'économie dans son ensemble, ce qui paraît correspondre à la demande des sondés. Une offre plus spécifique relative au thème de l'épargne salariale/retraite, qui fait l'objet d'un intérêt marqué de la part du grand public, n'apparaît cependant pas très développée ou, lorsqu'elle existe, est insuffisamment diffusée.

En second lieu, les documents distribués massivement aux épargnants, essentiellement au guichet bancaire ou par les employeurs, pour l'épargne salariale, sont par nature davantage des documents marketing ou très juridiques (prospectus officiels des produits) et ne peuvent donc pas être considérés comme des supports de formation adéquats.

Pour autant, face à l'ampleur de la méconnaissance en matière financière et de produits d'épargne en France, le groupe de travail a constaté que l'offre actuelle de formation, neutre ou plus objective, ne pouvait, à ce stade, répondre qu'à des besoins quantitativement limités, largement inférieurs à la demande potentielle. L'offre recensée est en outre conçue pour des individus qui ont déjà fait preuve d'un intérêt pour une formation et pris l'initiative de s'enquérir auprès d'organismes actifs dans ce domaine. Elle n'est pas structurée pour créer sa propre demande, au sens où elle n'apparaît pas s'adresser à tous ceux, c'est-à-dire la très grande majorité des épargnants, qui ne font aucune démarche proactive de recherche de formation. L'offre, de ce fait, semble au total encore assez discrète au plan *marketing* et donc méconnue du grand public.

Les travaux du groupe de travail ont donc souligné la nécessité d'une réorientation de modèle vers une logique consistant à aller à la rencontre de la partie des publics, très majoritaire, qui ne se situe pas dans une démarche active de recherche de formation et d'information, afin de l'inciter à accéder à l'offre disponible. Si l'on suit l'exemple de l'épargne retraite, cette dernière doit idéalement être envisagée et comprise le plus tôt possible, en début de carrière professionnelle. Or ce n'est pas forcément le moment où un individu a le plus de loisirs personnels pour investir dans ces matières, s'il n'a pas eu une première éducation à l'école. L'accès aux individus à former est donc d'autant plus difficile que ceux qui en ont le plus besoin ne sont pas naturellement ceux qui ont le plus tendance à la rechercher.

La demande est et restera hétérogène, en fonction des niveaux d'intérêt et de formation préexistants parmi les épargnants. Néanmoins, le groupe de travail estime nécessaire l'acquisition par un public le plus large possible d'un socle minimal commun de connaissances ayant trait à l'économie en général, au fonctionnement de l'entreprise, ainsi qu'aux produits d'épargne et à leurs caractéristiques. Le groupe de travail recommande également que les programmes proposés prennent en compte la diversité des cibles. Les moyens mis en œuvre et les caractéristiques des programmes doivent ainsi être adaptés aux spécificités des publics, notamment à leurs lieux de travail et de vie, ainsi qu'à leur capacité de financement respectifs.

En termes de supports, l'offre de programmes est déjà de grande qualité et très diversifiée. Le groupe de travail estime néanmoins que, beaucoup plus largement, de nouveaux supports, de type vidéo/TV, devront être imaginés dans le cadre de campagnes de communication menées afin de sensibiliser le grand public et mieux faire connaître l'offre existante.

II. POUR UNE POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT DE LA CULTURE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE DES ÉPARGNANTS

Partant du constat de l'inadéquation partielle entre les besoins de formation des épargnants et l'offre qui leur est actuellement proposée, le groupe de travail estime nécessaire de formuler des recommandations concernant les grands principes de la politique de formation et d'information qui devrait être conduite à une vaste échelle afin d'améliorer l'éducation du grand public en matière économique et financière, la définition des missions et actions envisagées, des vecteurs employés et des relais à mobiliser.

2.1. L'OBJECTIF : DÉVELOPPER LA CULTURE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE AU SENS LARGE

Compte tenu de la réforme du système des retraites, le développement de la connaissance économique et financière, loin de concerner uniquement les actionnaires, voire, les détenteurs de valeurs mobilières, doit être un enjeu pour l'ensemble des épargnants, d'aujourd'hui mais également de demain. Il passe à la fois par le pilotage d'actions de formation et d'information. Le groupe de travail estime ainsi nécessaire l'acquisition par un public le plus large possible d'un socle minimal commun de connaissances portant sur l'économie, le fonctionnement de l'entreprise et les produits d'épargne. Le champ d'intervention doit par ailleurs s'étendre à toutes les composantes de l'épargne : épargne salariale, OPCVM, produits bancaires, assurances, retraite, pierre-papier, etc.

2.2. LES PRINCIPES

Le groupe de travail a défini un socle de principes fondamentaux sur lesquels pourrait se fonder la politique de formation et d'information en matière économique et financière.

2.2.1. Garantir le principe d'indépendance

La politique de développement de la culture économique et financière doit être conduite indépendamment de toute emprise politique, économique, idéologique ou commerciale.

2.2.2. Travailler de façon non exclusive et adaptée aux différentes catégories de publics

La politique de développement de la connaissance économique et financière s'adresse à tous les publics, indépendamment de leur origine sociale, culturelle et géographique. Selon les publics visés, l'objectif peut être soit l'acquisition de connaissances de base, soit l'acquisition de connaissances de niveau intermédiaire. Les moyens mis en œuvre doivent être adaptés aux spécificités des différents publics concernés, afin de viser à l'égalité d'accès à une culture économique et financière.

2.2.3. Fédérer les énergies et faire jouer l'effet de levier entre acteurs

La politique conduite doit s'appuyer au maximum sur l'existant et l'énergie des initiatives déjà développées par la place. Elle visera à la mise en réseau des différentes offres, notamment par la mise en œuvre d'actions de communication, et à l'orientation de la demande d'information.

2.2.4. Respecter la libre concurrence entre prestataires

Les orientations données en matière de formation devront reposer pour leur mise en œuvre sur le recours aux différents acteurs, de façon à bénéficier de méthodologies et expériences aussi diversifiées que possible et dans le respect de la libre concurrence entre prestataires.

2.3. LES MISSIONS ET ACTIONS

Le groupe de travail estime que la politique de développement de la culture économique et financière devra promouvoir une offre de masse répondant aux besoins généraux d'information et de formation, définir l'orientation des programmes de formation, garantir la neutralité des vecteurs et contrôler la qualité des prestations. Elle devra également mener des campagnes d'information à l'échelle nationale destinées à sensibiliser le grand public aux problématiques économiques et financières. Enfin, la politique de développement de la culture économique et financière devra contribuer à l'évolution de la législation et de la réglementation en matière de formation des épargnants.

2.3.1. Conduire des campagnes d'information et de sensibilisation du grand public aux problématiques économiques et financières

Le groupe de travail estime nécessaire de conduire des campagnes d'information à l'échelle nationale, au travers des médias, destinées à sensibiliser le grand public aux problématiques économiques et financières, ainsi qu'à permettre aux individus de mieux gérer leurs finances personnelles et leur épargne en leur délivrant des connaissances sur des notions de base.

2.3.2. Promouvoir une offre de masse répondant aux besoins généraux d'information et de formation

Le groupe de travail recommande ainsi que la politique conduite en matière de formation contribue à :

- **Impulser/ mener des actions de communication visant à promouvoir les programmes de formation disponibles**

Le groupe de travail juge nécessaire la mise en œuvre d'actions de communication au travers des médias sur l'existence ou le lancement de programmes de formation. En effet, l'offre de formation apparaît dispersée, discrète, et donc méconnue de la plupart des particuliers. Il existe donc un besoin de promotion, à une vaste échelle, de l'offre disponible, justifiant la conduite d'actions de communication. Celles-ci pourraient être également menées en utilisant au maximum les relais potentiels proches des lieux de vie ou de passage des publics concernés.

Le groupe de travail estime ainsi que l'offre de formation devrait passer à un stade de développement plus proactif et davantage orienté vers un besoin de masse, qui amène concrètement les supports pédagogiques aux personnes qui ne les recherchent pas nécessairement, et ce au travers de médias ou vecteurs naturels à grand effet de levier, tels que les guichets de banque et autres lieux de distribution de produits d'épargne, ainsi que le lieu de travail notamment dans les entreprises qui ont mis en place des produits d'épargne salariale.

- **Conseiller le grand public en matière de formation**

Le groupe de travail recommande de créer un point d'entrée facilement accessible à toute demande de formation pour l'orienter vers les programmes existants et/ou les organismes qui les proposent.

Le groupe de travail estime également nécessaire d'apporter une aide dans la recherche de financements des formations à l'économie et à la finance.

- **Développer l'offre de programmes et organiser leur mise en réseau**

Les travaux du groupe de travail ont montré que, tant en matière d'information que de formation, une offre significative et de qualité existe, mais qu'elle est dispersée. Le groupe de travail estime ainsi nécessaire de fédérer les actions existantes, susciter de nouvelles initiatives et d'organiser leur mise en réseau par l'échange des supports d'information, afin notamment que chaque point de distribution puisse servir de relais pour une offre plus large, et de permettre la définition d'une politique globale.

2.3.3. Orienter les programmes, garantir la neutralité des vecteurs et contrôler la qualité des prestations

Compte tenu de la taille potentielle du public visé, et de la nécessité d'éviter à la fois le schéma d'une organisation lourde et coûteuse, ainsi que les problèmes d'atteinte à la concurrence qui pourraient surgir dans le cas inverse, la politique conduite n'aura pour but ni la conception ni la délivrance de formations, mais devra prioritairement :

- **Identifier les besoins non satisfaits et susciter des offres adaptées**

Une analyse plus fine des besoins permettra progressivement de générer des supports de marché sur l'ensemble du spectre des publics concernés. Le groupe de travail recommande qu'à titre subsidiaire et ponctuel, soit assurée la prise en charge de la demande de formation du grand public à laquelle les organismes privés de formation ne peuvent répondre, en servant d'incubateur. Cette activité ne pourra être exercée dans un but lucratif ni entrer en concurrence avec les organismes privés présents sur le marché de la formation. Ceci exclut en principe toute activité de formation professionnelle.

- **Orienter les programmes et définir les spécifications générales des formations selon les cibles visées**

Compte tenu de la forte hétérogénéité de la demande, une caractéristique fondamentale des programmes de formation et de l'information pédagogique proposés doit être leur différenciation en fonction des cibles visées⁸. En effet, si l'amélioration de la culture économique et financière concerne l'ensemble des individus, les préoccupations de ces derniers peuvent varier en fonction de leur l'âge ou de leur situation économique et sociale. A titre d'exemple, il paraît essentiel que les populations des jeunes et des actifs soient particulièrement sensibilisées aux produits d'épargne retraite. De la même manière, les lieux de travail et de vie ainsi que les capacités de financement sont extrêmement variables selon les publics considérés.

- **Assurer *a priori* une labellisation des programmes et des acteurs de la formation**

- **Contrôler *a posteriori* la conformité des formations aux spécifications en termes de qualité des prestations et de neutralité des intervenants**

2.3.4. Contribuer à l'évolution de la législation et de la réglementation en matière de formation des épargnants

Le groupe de travail recommande qu'une action auprès des pouvoirs publics soit menée afin de développer la formation des épargnants, notamment sur leur lieu professionnel ou encore à l'école. A cet égard, le groupe de travail estime nécessaire, du fait notamment de la réforme du système des retraites, l'introduction des enseignements de nature économique et financière à l'école⁹ et, le cas échéant, le développement d'actions de formation en partenariat avec l'éducation nationale et, plus particulièrement, le corps enseignant, dans une optique similaire à celle adoptée par l'Institut de l'entreprise¹⁰. Le groupe de travail a d'ailleurs exprimé cette conviction auprès de représentants des pouvoirs publics par l'intermédiaire de certains de ses membres lors de la discussion au Parlement de la loi d'orientation pour l'avenir de l'école.

2.4. LES VECTEURS ET RELAIS

Le groupe de travail estime nécessaire, non seulement d'adapter les modes de communication et le contenu des formations aux différentes cibles visées, mais également de passer par les relais les plus appropriés pour chacun.

Il a ainsi identifié un certain nombre d'acteurs institutionnels déjà très présents dans la formation et l'information susceptibles de jouer ce rôle de relais, tels que :

- les ministères et institutions, parmi lesquelles l'Autorité des marchés financiers, la Banque de France, la Commission de contrôle des assurances, des mutuelles et des institutions de prévoyance, l'Institut national de la consommation et les chambres de commerce ;

⁸ Voir annexe 3.

⁹ Le groupe de travail a d'ailleurs observé que de tels enseignements étaient dispensés en France au XIX^{ème} siècle, avant l'instauration des assurances sociales obligatoires. Des notions économiques de base -telles que le calcul d'intérêts- étaient ainsi explicitées dans des manuels d'arithmétique dans les écoles primaires publiques (Cf. Leyssenne (1876), "La première année d'arithmétique", Armand Colin).

¹⁰ L'Institut de l'entreprise a initié trois projets à destination des enseignants de sciences économiques et sociales (SES) des lycées afin de favoriser le rapprochement du monde de l'enseignement et de celui de l'entreprise : la construction d'un site Internet de ressources pédagogiques structurées autour des grands chapitres du programme de terminale et proposant des cas pratiques (www.melchior.fr), l'organisation de stages d'immersion dans des grandes entreprises, en collaboration avec le ministère de l'Éducation Nationale et l'organisation d'une université Enseignants - Entreprises.

- les associations professionnelles - la Fédération bancaire française (FBF), la Fédération française des sociétés d'assurance (FFSA), l'Association française de la gestion financière (AFG), la Société française des analystes financiers (SFAF), le Cercle de Liaison des Informateurs Financiers en France (CLIFF), etc.
- les associations d'actionnaires ou de salariés actionnaires, les associations de consommateurs ;
- l'Éducation nationale (dont les grandes écoles et les universités ;
- l'ensemble des acteurs de la place (réseaux bancaires, entreprises, Euronext Paris, Paris Europlace, Institut de l'entreprise) ;
- les médias : presse, radio, télévision.

III. UNE STRUCTURE EN CHARGE DE LA POLITIQUE DE FORMATION ET D'INFORMATION DES ÉPARGNANTS

Le groupe de travail juge nécessaire de confier la mise en œuvre des missions et actions précédemment exposées à une structure créée à cet effet. Les actions envisagées, consistant essentiellement en une coordination, un pilotage, une impulsion politique et éventuellement une communication autonome, ne peuvent en effet se concevoir sans une structure dédiée, aussi légère que possible. La structure en charge devra être en mesure de rassembler toutes les parties prenantes, qu'elles soient publiques ou privées, sur une base la plus large possible et sans nuire à leur autonomie d'action.

Conformément à ce qui précède et dans un cadre non lucratif, la structure en charge de la promotion de la culture économique et financière (ci-après l'Institut) devra être capable :

- de faire connaître et de fédérer les formations existantes à destination du grand public ;
- d'être un interlocuteur des pouvoirs publics lorsque les actions de formation et d'information nécessitent la mobilisation de relais où ceux-ci interviennent, tels que le ministère de l'Éducation nationale pour les actions à destination des jeunes, et le ministère du Travail pour les actions à destination des salariés actionnaires ou non ;
- de mobiliser des financements publics ou privés ;
- de se rapprocher de ses homologues au niveau européen ;
- de financer des campagnes d'information du grand public.

3.1. LE STATUT

Le groupe de travail préconise, pour le démarrage de l'Institut, l'absorption des activités non lucratives de l'École de la Bourse, l'ANPFVM¹¹, l'association hébergeant les activités de l'École de la Bourse, étant parallèlement dissoute. Si un tel schéma devait être retenu, le statut d'association devrait alors être privilégié. Ce schéma aurait pour avantage :

- de permettre un démarrage rapide de l'Institut ;
- de disposer de l'expérience préalable des collaborateurs de l'ANPFVM en matière de communication ;

¹¹ Association nationale des porteurs français de valeurs mobilières.

- de disposer de même d'une expérience préalable en matière de conception de formation, laquelle sera utile pour l'activité de définition de spécifications et de labellisation qui est envisagée ;
- de sauvegarder un réseau de formation financière de base actif dans toute la France¹².

Le groupe de travail estime et précise cependant :

- que cette absorption ne saurait conduire à ce que l'Institut soit un acteur de la formation dans le secteur concurrentiel ;
- que l'Institut n'a en principe pas vocation à assurer lui-même, de manière pérenne, le financement et l'organisation de formations ;

Par ailleurs, le groupe de travail recommande la sollicitation de la reconnaissance d'utilité publique afin de renforcer la crédibilité de l'association par un strict contrôle de sa gestion financière, ainsi que sa légitimité particulière dans son domaine d'action, et de permettre d'élargir le cercle des bailleurs potentiels du fait de l'obtention d'un avantage fiscal.

3.2. LA GOUVERNANCE

Comme cela a été exposé, l'attribution du pouvoir de décision dépend du statut choisi pour l'entité en charge de la promotion de la culture économique et financière. Établir la répartition entre membres fondateurs, membres de droit et personnalités qualifiées paraît de même prématuré. Toutefois, le groupe de travail recommande une implication notable des pouvoirs publics dans l'entité. De la même manière, il recommande que les régulateurs publics aient une position éminente au sein l'Institut, selon des modalités encore à définir, afin que cette dernière puisse bénéficier de l'image de neutralité de l'État.

Outre le(s) représentant(s) de l'État¹³, cette structure devra être en mesure de rassembler toutes les parties prenantes, qu'elles soient publiques ou privées, sur une base la plus large possible, comprenant des représentants d'institutions, d'associations professionnelles, d'associations de consommateurs, d'épargnants et clubs d'investissements. Des accords de partenariats avec de grandes entreprises permettrait également d'éviter que l'Institut ne se prive d'une source non négligeable en matière de formation et d'information. Du point de vue des entreprises, le groupe de travail souligne qu'au delà des aspects fiscaux et de l'intérêt en termes d'image, leur implication pourrait contribuer à prolonger leurs actions de communication et d'information financières à destination de leurs actionnaires.

Afin de conserver au conseil d'administration une dimension opérationnelle, il pourra être envisagé de limiter à une quinzaine le nombre de ses membres. Le groupe de travail estime à cet égard que la participation aux instances dirigeantes de la structure doit être majoritairement liée à une implication des membres dans son financement. Ainsi, le groupe de travail recommande que le conseil d'administration admette en son sein l'ensemble des membres fondateurs et un représentant de l'État. Il pourrait également comprendre, dans un nombre limité, certains membres associés désignés par l'assemblée générale, parmi lesquels des personnalités qualifiées (présidents de grandes sociétés, universitaires, journalistes). Pour assurer la continuité de la représentation, le conseil devrait pouvoir admettre à la fois des personnes morales et des personnes physiques.

¹² L'École de la Bourse s'appuie sur un réseau de 350 intervenants, professionnels ou universitaires.

¹³ Le groupe estime que les modalités de représentation de l'État doivent permettre d'impliquer tous les ministères intéressés, en particulier le Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, le Ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche, et le Ministère de l'emploi, du travail et de la cohésion sociale.

Le conseil d'administration pourrait être assisté d'un comité pédagogique chargé plus spécifiquement de la validation des contenus ou des acteurs de formation référencés par la structure. Celui-ci serait notamment chargé des décisions d'attribution et de retrait des labels. Il devrait être composé de manière à garantir l'indépendance de la délivrance du label par rapport aux acteurs de la formation.

Le groupe de travail estime également utile la création d'un comité de parrainage composé de personnalités apportant un soutien symbolique à l'action menée en faveur de l'éducation financière des épargnants.

3.3. LA STRUCTURE ET LE FINANCEMENT

Bien que visant à la plus grande légèreté de structure possible, la structure en charge de la politique de développement des connaissances économiques et financières devra disposer des fonds nécessaires pour :

- financer les campagnes d'information décidées par le conseil d'administration et qu'il serait conduit à mener en propre ;
- rémunérer le petit nombre de salariés chargés de la mise en œuvre de ces campagnes à destination du grand public d'une part, de la préparation et de l'exécution des décisions du conseil en matière d'animation et de promotion du réseau, de l'instruction des dossiers relatifs à la définition des spécifications des formations et à leur contrôle.

Le budget à prévoir sera évidemment directement dépendant des modes de diffusion choisis pour les campagnes d'information. Mais il devra nécessairement être substantiel compte tenu des missions conférées à l'Institut et du coût élevé des campagnes d'information, quel que soit leur support.

Trois sources de financement complémentaires ont été retenues par le groupe de travail :

- la première est la contribution des membres fondateurs, qu'ils soient publics ou privés. Néanmoins, le groupe de travail observe que la contribution des membres ne suffira pas à assurer le financement de l'ensemble des actions, en particulier les opérations de communication ;
- c'est pourquoi le groupe de travail recommande la recherche de subventions, en liaison avec les collectivités locales et les chambres de commerce, et surtout de partenariats avec des acteurs du secteur privé (banques, assurances, sociétés cotées ou non), qui seuls permettront le cofinancement d'actions de communication de masse au travers des médias ou des réseaux de distribution des produits d'épargne. Il propose aussi la mobilisation de financements européens dans le cadre des appels à projets ;
- le groupe de travail estime également que l'implication des pouvoirs publics dans le financement de l'entité, soit sous la forme d'une dotation budgétaire, soit par le biais de l'affectation d'une partie significative du produit des transactions réalisées ou du montant des sanctions décidées par l'AMF au financement de l'entité, est une condition nécessaire à la mise en œuvre de l'organisation.

Le groupe de travail recommande qu'un calendrier rapide de mise en place de l'Institut soit adopté. La question de la partie publique de son financement devrait être traitée dans les meilleurs délais, de sorte que l'organisation soit mise en place à la fin 2005 pour être opérationnelle début 2006.

CONCLUSION

Le groupe de travail a formulé dans ce rapport des recommandations précises afin d'améliorer l'éducation financière du grand public.

Compte tenu du poids croissant des actifs financiers au sein de l'épargne des ménages, tendance qui sera amenée à s'amplifier avec la réforme du système des retraites, et de l'inadéquation partielle entre les besoins de formation des épargnants et l'offre qui leur est actuellement proposée, le groupe de travail estime nécessaire la définition d'une politique globale en faveur du développement des connaissances du grand public en matière économique et financière, indépendamment de toute emprise politique, idéologique ou commerciale.

A cette fin, le groupe de travail recommande la création d'une structure dédiée, chargée de conduire des campagnes d'information et de sensibilisation du grand public aux problématiques économiques et financières, de promouvoir une offre de masse répondant aux besoins généraux d'information et de formation. Cette structure devra veiller à la qualité et la neutralité des programmes de formation dont elle assurera la promotion par la délivrance d'un label de qualité. Elle devra également servir de plate-forme d'orientation pour la demande de formation et d'information en matière d'épargne et être un interlocuteur des pouvoirs publics lorsque les actions de formation et d'information nécessitent la mobilisation de relais où ceux-ci interviennent.

Le groupe de travail recommande une implication notable des pouvoirs publics dans cette structure. De la même manière, il recommande que les régulateurs publics y aient une position éminente, selon des modalités encore à définir, afin que celle-ci puisse bénéficier de l'image de neutralité de l'État.

La structure chargée de la promotion de la culture économique et financière (ci-après l'Institut) devra rassembler les parties prenantes, qu'elles soient publiques ou privées, sur une base la plus large possible, comprenant des représentants d'institutions, d'associations professionnelles, d'associations de consommateurs, d'épargnants et clubs d'investissements. Le groupe de travail estime également utile et nécessaire une adhésion directe de grandes entreprises actives dans le domaine de la formation.

Le groupe de travail recommande en outre que la participation aux instances dirigeantes de l'Institut soit majoritairement liée à la participation à son financement. Ainsi, le groupe de travail recommande que le conseil d'administration de l'Institut admette en son sein l'ensemble des membres fondateurs et un représentant de l'État. Il pourrait également comprendre certains membres associés en nombre plus limité, tels que des personnalités qualifiées. Le conseil d'administration pourrait être assisté d'un comité pédagogique chargé plus spécifiquement de la validation des contenus ou des acteurs de formation référencés. Celui-ci serait notamment chargé des décisions d'attribution et de retrait des labels. Il devrait être composé de manière à garantir l'indépendance de la délivrance du label par rapport aux acteurs de la formation.

Compte tenu des missions confiées à l'Institut et du coût élevé des campagnes d'information, celui-ci devra disposer d'un budget substantiel. A cet égard, le groupe de travail a retenu plusieurs sources de financement complémentaires. Outre la contribution des membres fondateurs et la recherche de subventions, de partenariats avec des acteurs du secteur privé ainsi et la mobilisation de financements européens dans le cadre de l'appel à projet, le groupe de travail estime que l'implication des pouvoirs publics dans le financement de l'entité, soit sous la forme d'une dotation budgétaire, soit par le biais de l'affectation d'une partie significative du produit des transactions réalisées ou du montant des sanctions décidées par l'AMF au financement de l'entité, est une condition nécessaire à la réussite de l'organisation.

Le groupe de travail recommande enfin qu'un calendrier rapide de mise en place de l'Institut soit adopté. La question de la partie publique de son financement devrait être traitée dans les meilleurs délais, de sorte que l'organisation soit mise en place à la fin 2005 pour être opérationnelle début 2006.

ANNEXE 1 : COMPOSITION DU GROUPE DE TRAVAIL

Présidence

Madame Claire FAVRE (Membre du Collège de l'AMF, vice-présidente de la commission consultative épargnants et actionnaires minoritaires)

Monsieur Jean-Claude MOTHIE (Membre du Collège de l'AMF, président de la commission consultative épargnants et actionnaires minoritaires)

Membres

- ACFCI (Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie)
 - AFEI (Association française des entreprises d'investissements)
 - AFG (Association française de la gestion financière)

 - APAI (Association pour la promotion de l'actionnariat individuel)
 - Banque de France
 - CCIP (Chambre de commerce et d'industrie de Paris)
 - CLIFF (Cercle de liaison des informateurs financiers en France)
 - Comité d'investisseurs particuliers
 - Euronext – l'École de la Bourse
 - FAIDER (Fédération des associations indépendantes de défense des épargnants pour la retraite)
 - FAS (Fédération française des associations d'actionnaires salariés et anciens salariés)
 - FBF (Fédération bancaire française)

 - FFCI (Fédération française des clubs d'investissement)
 - FFSA (Fédération française des sociétés d'assurance)

 - Jean-Pierre Gaillard, journaliste
 - INC (Institut national de la consommation)

 - Ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche
 - Ministère de l'emploi, du travail et de la cohésion sociale
 - Paris Europlace
 - SFAF (Société française des analystes financiers)
- Madame Laurence BEAUGEON
Monsieur Hervé DEMAZURE
Madame Aurélie CAUCHE
Monsieur Alain LECLAIR
Madame Dominique PIGNOT
Monsieur Erik POINTILLART
Madame Viviane NEITER*
Monsieur Didier MIELCAREK
Monsieur Yves PORTELLI
Monsieur Michel MADESCLAIRE
Monsieur Marcel JAYR*
Madame Catherine COFFIN
Monsieur Gérard OUTTERS
Monsieur François PERRIN-PELLETIER*
Madame Agnès GAULTIER DE LA FERRIERE*
- Monsieur Philippe CAPLET
Monsieur Jean-Robert SAUTTER
Monsieur Pascal THORAVAL
Monsieur Aldo SICURANI*
Madame Elisabeth BAUBY
Madame Sylvie GAUTHERIN
Madame Annick LEFEVRE
Monsieur Jean VECCHIERINI
- Monsieur Christophe BERNES
Madame Murielle DENOUILLE
M. Claude SAGE
M. Bernard SIMMLER
Marie-Françoise LEMAITRE
Monsieur Arnaud de BRESSON
Monsieur Alain CAZALE
Monsieur Bernard COUPEZ
Madame Chantal PITHOIS-LATAPIE

* Membre de la commission consultative épargnants et actionnaires minoritaires

Étaient représentés :

- le Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie,
- le Comité consultatif du secteur financier (CCSF).

Assistaient également aux réunions

- Monsieur Hubert REYNIER (AMF, Secrétaire général adjoint, Direction de la régulation et des affaires internationales)
Monsieur Arnaud OZEREDCZUK (AMF, Direction de la régulation et des affaires internationales)
Madame Patricia CHOQUET (AMF, Direction des affaires juridiques)
Madame Charlotte JUDET (AMF, Service de la communication)
Madame Florence GAUBERT (AMF, Service de la communication)
Madame Madeleine GUIDONI (AMF, Service de la médiation)
Madame Christine SAIDANI (AMF, Service de la médiation)

Rapporteurs

- Madame Anne DEMARTINI (AMF, Direction de la régulation et des affaires internationales)
Madame Carine ROMÉY (AMF, Direction de la régulation et des affaires internationales)

ANNEXE 2 : LES ACTIONS MENÉES AU NIVEAU INTERNATIONAL EN MATIÈRE DE FORMATION DES ÉPARGNANTS

En préambule à ses travaux, afin de mieux appréhender le contexte international dans lequel s'inscrivait son action, le groupe de travail a souhaité procéder à une analyse attentive des initiatives récentes en matière d'éducation financière des épargnants menées à l'étranger, notamment au Royaume-Uni et par l'OCDE.

1. Les initiatives récentes de la *Financial Services Authority* (FSA)

En 2004, la *FSA* a lancé une campagne de sensibilisation à l'échelle nationale sur les actions à mener dans le domaine de l'éducation des investisseurs, intitulée "*Building Financial Capability in the UK*".

Cette action comprend trois volets :

- une contribution, financière et/ou matérielle, de l'ensemble des parties concernées par ce sujet (gouvernement, employeurs, salariés, organisations de défense des consommateurs, intermédiaires financiers), la *FSA* ayant un rôle de coordinateur ;
- la définition des stratégies éducatives adaptées en fonction des cibles visées, sachant que la *FSA* a défini trois axes d'orientation nécessaires pour une formation des investisseurs : l'information et le développement de sa diffusion, les prestations de conseils génériques afin que les épargnants puissent identifier leurs besoins et priorités et recenser les types de services, de produits et d'intermédiaires accessibles, et enfin l'éducation (notamment dans les écoles et collèges, ainsi que sur les lieux de travail) ;
- la planification et la coordination des ressources nécessaires pour mener à bien les actions éducatives à destination des différentes cibles.

Sept groupes de travail spécialisés ont été mis en place afin de recenser et fédérer les initiatives, ressources et compétences et de proposer une série de mesures concrètes, justifiées et évaluées. La *FSA* estime en effet que la mise en œuvre de cette action nécessitera des dépenses supplémentaires par rapport aux budgets jusqu'à présent alloués à l'éducation des investisseurs par les institutions actives dans ce domaine, estimés, pour les différents participants des groupes de travail, à environ 35 à 40 millions de livres par an

Le *Financial Capability Steering Group*, composé de professionnels, de fonctionnaires et de membres de la *FSA*, a élaboré une liste d'objectifs prioritaires, parmi lesquels :

- améliorer la coordination des ressources disponibles en matière de formation ;
- dispenser des informations à visée pédagogique sous des formes plus appropriées aux besoins des investisseurs,
- faciliter l'accès direct à ces informations ;
- inciter les épargnants à revoir régulièrement leur situation financière, à agir avec discernement quand ils achètent des produits ou services financiers ;
- rendre la conception, la promotion et la vente des produits plus adaptées aux besoins du public.

2. Projet d'éducation financière de l'OCDE

Partant du constat selon lequel l'importance croissante des décisions financières que les individus doivent prendre, notamment en matière d'assurance et d'épargne retraite, justifie la mise en œuvre de programmes de sensibilisation et d'actions afin de les aider à faire des choix appropriés, l'OCDE a lancé en 2004 un projet d'éducation financière. Ce dernier vise :

- à identifier les programmes d'éducation financière proposés dans les pays de l'OCDE et dans certains pays non membres et à analyser l'efficacité et l'efficience (phase 1) ;
- à élaborer des "manuels à l'intention des autorités de réglementation et des pouvoirs publics afin de contribuer à une mise en œuvre efficace des programmes d'éducation financière et à aider les particuliers à prendre des décisions concernant la planification de leur retraite" (phase 2).

l'existence éventuelle de mesure de l'efficacité des programmes de formation. Les réponses au questionnaire ont révélé notamment que :

- parmi les obstacles à l'amélioration financière figurent l'existence de contraintes d'ordre financier ou budgétaire, l'insuffisante implication du grand public sur ces questions, la difficultés de fédérer l'offre existante ou d'atteindre les consommateurs ;
- de nombreuses initiatives privées ou publiques existent. Elles consistent dans l'offre de formations (cours, séminaires) et d'information (édition de brochures, mises en ligne d'information sur Internet, campagnes de communication, services d'information par téléphone, etc.) ;
- si aucun pays n'a actuellement mis en place un système d'évaluation des programmes d'éducation financières, certains envisagent de le faire dans un proche avenir.

ANNEXE 3: PROPOSITIONS CONCRÈTES DE FORMATION SELON LES CIBLES

Au cours de ses premiers travaux, le groupe s'est attaché à identifier les personnes constituant les cibles potentielles des formations. Les cibles principales ont donné lieu à une analyse systématique, qui a conduit le groupe de travail à faire une série de propositions concrètes de programmes de formation adaptés à chacune d'elles

1. Les propositions concrètes de formation par cible : canevas général

1.1. Les catégories de cibles

Partant du constat de la grande diversité des cibles, le groupe de travail a effectué des regroupements selon le degré de complexité de l'organisation et des moyens à mettre en œuvre pour les atteindre. Il a ainsi identifié trois grandes catégories de cibles.

1.1.1 - Cibles « simples »

Ce sont les personnes à atteindre dans un lieu de vie clairement identifié : le lieu de travail :

- jeunes : écoliers, lycéens, étudiants ;
- salariés des entreprises privées / du secteur public.

1.1.2 - Cibles « complexes »

Ce sont les personnes à atteindre dans plusieurs lieux possibles : lieux de travail, de consommation, de vie :

- actifs non salariés : professions libérales, commerçants, artisans, artistes, agriculteurs, demandeurs d'emploi, travailleurs indépendants, etc. ;
- non actifs ;
- retraités.

1.1.3 - Cibles « générales »

Pour ces cibles, à atteindre dans leurs lieux de consommation et de vie, des recoupements peuvent exister avec les catégories précédentes. Elles correspondent à des personnes ayant des effets démultiplicateurs en termes de diffusion de l'information et comprennent notamment :

- actionnaires et épargnants ;
- les familles.

Les cibles principales ont donné lieu à une analyse systématique, structurée suivant une grille générale de données présentée ci-dessous, et à une série de premières propositions par type de cible.

1.2. Les données des propositions par cible

fiche de propositions par cible

A - Les objectifs spécifiques

- 1 - *Les objectifs pour la cible : Quelle formation souhaite-t-on apporter à la cible ?*
- 2 - *Les objectifs extérieurs à la cible : Quelles sont les attentes extérieures ? professionnels, autorités de contrôle du marché, entreprises, etc.*

B - Le cadre des formations

- 3 - *Les gestionnaires : Qui organise et gère la formation ?*
- 4 - *Les moyens : Avec quoi la formation est-elle organisée, financièrement, matériellement ?*
- 5 - *La communication Comment intéresse-t-on et informe-t-on les cibles de l'existence des formations qui leur sont destinées ? Comment répond-on à leurs demandes ?*
- 6 - *Les intervenants : Qui dispense la formation directement ou indirectement ?*
 - 6.1 - *Directement : les formateurs*
 - 6.2 - *Indirectement : les concepteurs des supports*
- 7 - *La formation des Formateurs Comment les formateurs sont-ils formés ?*
- 8 - *Les lieux Où les formations sont-elles dispensées ou disponibles ?*

C - Les programmes proposés, leurs contrôles et résultats

- 9 - *Les types de programmes : Sous quelle forme se présente la formation (directe/ indirecte)? Quelle périodicité de mise à jour?*
- 10 - *Les accès : Comment les cibles intéressées accèdent-elles aux programmes de formation ?*
- 11 - *Les niveaux : Quels sont les niveaux de difficulté les plus adaptés ?*
- 12 - *Les domaines : Quelles sont les matières à aborder dans les formations ?*
 - 12.1 - *Macro-économie*
 - 12.2 - *Gestion de l'entreprise*
 - 12.3 - *Système financier*
 - 12.4 - *Finances personnelles*
- 13 - *Les programmes existants à proposer*
- 14 - *Les programmes existants à adapter*
- 15 - *les programmes non existants à créer*
- 16 - *Les prix et modes de financement*
- 17 - *Les contrôles : Comment la bonne réalisation des objectifs est-elle vérifiée ?*
 - 17.1 - *Contrôle des personnes formées*
 - 17.2 - *Contrôle de la formation*
 - 17.3 - *Contrôle des formateurs*
- 18 - *Les résultats : Quels sont les bénéfices retirés de la formation ?*
 - 18.1 - *Résultats pour les personnes formées*
 - 18.2 - *Résultats généraux pour l'extérieur*

D - Autres propositions concrètes :

- 19 - *Les Interventions extérieures proposées*
 - 19.1 - *Objectifs à atteindre*
 - 19.2 - *Demandes à exprimer*
 - 19.3 - *Moyens utilisés*
 - 19.4 - *Personnes à contacter*
 - 19.5 - *Délais de réalisation*
 - 19.6 - *Actions*
 - 19.7 - *Résultats*

2. Les fiches de propositions par type de cible

Cible - 1 - Les personnes scolarisées

A - Les objectifs : l'acquisition d'une formation économique et financière de base

Celle-ci est essentielle pour comprendre et gérer les aspects économiques et financiers de la vie quotidienne (gestion des finances personnelles notamment) et préparer les jeunes à assumer leurs responsabilités futures.

B - Le cadre des formations

Les gestionnaires

- . Éducation Nationale
- . Partenariats Écoles/Entreprises/Banques/AMF/ Associations

Les moyens

- . Budget de l'Éducation Nationale
- . Moyens mis à disposition par des pouvoirs publics
- . Moyens ponctuels des organisations membres du groupe de travail
- . Subventions publiques, françaises ou européennes

La communication vers les cibles

- Comment ?

- . Programmes scolaires de l'Éducation Nationale
- . Accords des établissements scolaires
 - Où ?*
- . Ecoles, Collèges, Lycées, Grandes écoles, Universités / Organisations partenaires de l'École

Les intervenants (les formateurs et concepteurs des supports)

- . Professeurs de l'Éducation Nationale / Professeurs associés /
- . Membres des organisations partenaires

La formation des professeurs et formateurs

- . Par l'Éducation Nationale
- . Par des stages de professeurs dans des entreprises ou des banques,
- . Par l'Institut de l'Entreprise.

Les lieux de formation

- *Lieux des formations directement dispensées*
 - . Écoles, Collèges, Lycées, Grandes écoles, Universités
 - . Organisations partenaires
 - . Entreprises partenaires
- *Lieux où les supports sont disponibles*
 - . Écoles, Collèges, Lycées, Grandes écoles, Universités
 - . Organisations partenaires
 - . Bibliothèques-médiathèques scolaires

C - Les programmes proposés adaptés à la cible, leurs contrôles et résultats

Les types de programmes

- Mode de transmission de la formation

a - Directement, les formateurs et les formés étant en présence, lors de :

- . Cours classiques prévus au programme
- . Interventions ponctuelles dans les classes / Participation à des événements exceptionnels,
- . Visites de banques et d'entreprises, conférences, stages, etc.

b - Indirectement, dans des supports :

- . Livres, Manuels scolaires, brochures, guides, sites internet, CD Rom, logiciels, vidéos, etc.
- *Périodicité de mise à jour* : 1 fois / an

Les accès

- *Aux outils directs*
 - . Par la participation aux cours/aux événements organisés conformément aux accords des établissements
- *Aux outils indirects*
 - . Par achat des livres ou autres supports papier
 - . Par téléchargement électronique
 - . Lors des cours ou conférences/événements organisés

Les niveaux : Débutant

Les domaines : Économie / Gestion de l'entreprise/ Finances personnelles

Cible 2 : Salariés du secteur privé et public

A - Les objectifs spécifiques

Les objectifs pour la cible

L'acquisition d'une formation économique et financière de base essentielle pour comprendre et gérer les aspects économiques et financiers de la vie quotidienne, sensibilisation des salariés notamment à l'épargne salariale et l'épargne retraite.

.Les demandes de la cible d'après l'enquête : Les salariés sont favorables à des formations économiques et financières organisées notamment dans le cadre de leur travail en entreprise.

.La spécification de besoins adaptés à la cible

- . Comprendre le fonctionnement de l'économie et la gestion des finances personnelles
- . Connaître l'essentiel des produits financiers destinés aux particuliers et notamment les produits d'épargne salariale et d'épargne retraite

Les objectifs extérieurs a la cible

.Pour les professionnels : Avoir affaire à des interlocuteurs responsables, limiter les risques de surendettement, les contestations et les recours

.Pour les autorités de contrôle : Assurer un environnement favorable à la protection des épargnants, notamment les épargnants salariés

.Pour les entreprises : Avoir des salariés et des actionnaires responsables et formés

B - Le cadre des formations adaptées a la cible

Les gestionnaires :

Les services formation des entreprises et des établissements du secteur public

Les moyens : plans de formation obligatoires

La communication

- Vers les cibles

a - Comment ?

Les stages de formation économique et financière sont indiqués dans les plans de formation des entreprises et des établissements publics

b - Où ?

Ces plans de formation sont diffusés aux salariés sur leur lieu de travail

c - Quand ?

Une fois par an

- Par les cibles

Les salariés intéressés répondent aux propositions de formation figurant dans le plan de formation

- Les réponses

Par les procédures internes de l'entreprise ou de l'établissement public

Les intervenants

- . Formateurs des organismes de formation agréés
- . Formateurs au sein de l'entreprise

La formation des formateurs

- . Par la formation que les organismes de formation assurent à leurs formateurs
- . Par l'expérience interne de l'entreprise ou de l'établissement public
- . Par une coopération entre les organismes de formation et les entreprises

Les lieux : Lieux des formations directement dispensées/ où les supports sont disponibles

- . Dans les organismes de formation choisis
- . Dans l'entreprise ou dans l'établissement public

C- Les programmes proposés, leurs contrôles et résultats

Les types de programmes

Le mode de transmission de la formation : Directement et/ou indirectement

- Directement, les formateurs et les formés étant en présence

- . Stages classiques
- . Réunions de formation dans l'entreprise ou l'établissement public

- Indirectement, dans des supports

- . Supports de cours des stages
- . Supports créés par l'entreprise

La périodicité optimale de mise à jour : Une fois par an.

Les accès

- *Aux outils directs,*
Inscription par le service formation ou autre service de l'entreprise
- *Aux outils indirects,*
 - . Au cours des stages ou réunions de formation
 - . Sur des sites internet ou intranet
 - . Dans la bibliothèque de l'entreprise ou de l'établissement public, du Comité d'Entreprise ou de l'association d'épargnants salariés

Les niveaux

Débutant et intermédiaire

Les domaines

- *Macro-économie*
 - . Économie nationale, production nationale
 - . Budgets, monnaie, échanges extérieurs
 - . Circuits de financement avec un rattachement concret à la vie de l'établissement public
- *Gestion de l'entreprise*
 - . Juridique et Social
 - . Comptabilité, Finances, Fiscalité avec un rattachement concret à la vie de l'entreprise sur :
 - . le processus de la création de valeur
 - . la rémunération du travail et la rémunération du capital
 - . la participation, l'intéressement, l'actionnariat salarié
 - . le gouvernement d'entreprise, l'environnement, l'éthique
- *Système financier*
 - . Mathématiques financières
 - . Banques et Assurances
 - . Bourse et marchés financiers
 - . Autorités de contrôle des marchés
- *Finances personnelles*
 - . Gestion de budget personnel
 - . Produits financiers et opérations financières
 - . Fiscalité de l'épargne
 - . Gestion de patrimoine
 - . Produits d'épargne salariale, épargne retraite, Assurance-vie

Les programmes existants à proposer

Les guides et autres documents existants destinés au grand public : AMF, FBF, FAS, etc.

D - Les autres propositions concrètes

Les interventions extérieures proposées

- *Les objectifs à atteindre*

. Convaincre les chefs d'entreprises/leurs organisations professionnelles et les responsables du secteur public :

- de l'utilité de ces formations pour leurs salariés, entreprises, établissements,
- d'inscrire ces formations dans les plans de formation.

. Convaincre les pouvoirs publics :

- d'étendre les possibilités actuelles de formation dispensées dans le cadre des plans de formation aux formations économiques et financières.

- *Demandes à exprimer*

- . Améliorations ou modifications législatives dans le domaine de la formation professionnelle des salariés.
- . Mobilisation des chefs d'entreprises sur le sujet et son application.

Cible 3 : Actifs non salariés, non actifs, retraités

A - Les objectifs spécifiques

Les objectifs sont sensiblement les mêmes que pour la cible des salariés, sachant que les seniors sont les personnes qui sont apparues dans le sondage TNS SOFRES comme les moins intéressées par des formations.

La spécificité de cette cible réside toutefois plus dans la complexité des moyens à mettre en œuvre pour l'atteindre. En effet, les individus non salariés, non actifs, retraités ne sont généralement pas dans des structures comportant des possibilités de formation déjà organisées, ce qui complique l'organisation et la gestion de formations. Étant donné la confiance que les français accordent à leur conseiller financier, la création et le développement de partenariats entre l'Institut et les réseaux de distribution de produits d'épargne pourraient être utiles afin que ces derniers servent de relais pour orienter leurs clients vers des organismes de formation, des associations d'épargnants, des documents d'information, ou encore pour diffuser des brochures d'information labellisées par l'Institut.

B - Le cadre des formations

La communication

a - Vers les cibles

- Comment ?

- . plaquettes de présentation des formations/revues d'information
- . des vidéos d'informations, etc.

- Où ?

Réseaux de distribution de produits d'épargne et autres lieux de vie; salons consacrés à l'épargne, les sites Internet des institutions financières, les journaux de grande diffusion, gratuits ou non, etc.

b - Par les cibles

La communication avec les personnes concernées impose la mise en place d'interlocuteurs bien identifiés par elles, et facilement accessibles.

C - Les produits proposés, leurs contrôles et résultats

Les types de produits

a- Le mode de transmission de la formation : Directement et/ou indirectement

Les deux types de transmission sont à envisager :

Directement, les formateurs et les formés étant en présence

Réunions ou séances de formation, visites, conférences, etc.

Indirectement, dans des supports

Les formations directes étant plus difficiles à organiser pour ce type de cibles, l'utilisation d'un maximum de supports pourra être privilégiée.

b- La périodicité de mise à jour optimum

Une fois par an, ou plus souvent si l'actualité l'impose, par exemple pour tenir rapidement compte d'une évolution législative importante pour les particuliers.

Les niveaux

Débutant et intermédiaire

Les domaines : les mêmes que pour les salariés

Cible 4 : Grand public

A - Les objectifs spécifiques

Les spécifications de besoins sont celles d'une formation économique et financière très générale, simple, attractive dans sa présentation, répondant aux principales questions pratiques et abordant les sujets économiques et financiers les plus essentiels à la vie quotidienne d'une majorité de français.

Le grand public doit être sollicité par divers moyens, qui peuvent être complémentaires avec les autres actions de formation menées pour les cibles plus spécifiques.

B - Le cadre des formations

Les gestionnaires

L'Institut en charge de la promotion de la culture économique et financière

Les moyens

Ceux de l'Institut

C - Les produits /la communication

. Conférences-débats lors d'occasions exceptionnelles, comme des journées de l'économie et des entreprises.

. Campagnes d'information à l'échelle nationale au travers des médias notamment :

- la presse généraliste et les journaux gratuits

- la télévision/ radio, notamment au travers de spots télévisés (Clés de la Banque/INC).

Les niveaux

Débutant

Les domaines

Économie / Gestion de l'entreprise/ Finances personnelles