



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

TRAVAILLONS ENSEMBLE
POUR LE CHANGEMENT



**DÉVELOPPER LA
RÉSILIENCE DES
CONSOMMATEURS
DANS LA FINANCE
NUMÉRIQUE**

AVANT-PROPOS

Partout dans le monde, la finance numérique transforme la manière dont les consommateurs dépensent, épargnent, envoient et empruntent de l'argent. L'élargissement de l'accès à ces services a favorisé l'innovation et remodelé les marchés. Cependant, pour beaucoup trop de personnes, ce progrès s'accompagne d'une protection insuffisante. Les consommateurs sont de plus en plus exposés aux fraudes, aux lacunes en matière de recours et à des services qui ne répondent pas à leurs besoins. L'inclusion sans protection ne peut garantir la résilience.

À l'heure actuelle, alors que les consommateurs sont confrontés à des défis technologiques et environnementaux complexes, nous devons nous assurer que la finance numérique profite à tous. Cela implique de concevoir des systèmes qui prennent en compte les consommateurs dès le départ, d'intégrer des mesures de protection et de sécurité dans les produits et les politiques, et de faire des résultats la référence en matière de réussite.

Ce rapport propose une vision pour cet avenir. Il s'appuie sur des études de consommation uniques et de première main, des analyses réglementaires dans divers contextes nationaux, des entretiens et des analyses d'experts, ainsi que sur les points de vue de défenseurs des consommateurs et de leurs réseaux. Le rapport s'appuie sur les opinions de plusieurs organisations de consommateurs. Celles-ci constituent une infrastructure essentielle pour la résilience. Elles mettent en évidence les risques, élaborent des solutions et connectent les personnes au pouvoir en comblant les lacunes en matière d'information, en ouvrant les portes aux décideurs et en représentant la voix des consommateurs. Les défenseurs des consommateurs contribuent à la mise en place d'un système financier plus inclusif, plus transparent et plus responsable.

Cette analyse constitue à la fois un avertissement et une voie à suivre. L'écart entre la protection théorique et les résultats concrets est réel, mais il peut être comblé si nous donnons aux organisations de consommateurs les moyens d'évoluer et de devenir des partenaires dans des systèmes agiles et responsables, si nous reconnaissons et intégrons la résilience réelle des consommateurs comme fondement de l'inclusion financière et de la croissance, si nous intégrons de manière proactive la voix des consommateurs dans l'innovation en matière de produits et de politiques, et si nous renforçons et modernisons la surveillance et l'application des réglementations financières tout en partageant les stratégies relatives aux défis réglementaires et aux défis liés à la consommation au-delà des frontières.

En fournissant une ligne directrice pour la résilience par conception, nous espérons aider les gouvernements, les entreprises et les défenseurs des consommateurs à donner une véritable voix aux consommateurs dans le domaine de la finance numérique.

Helena Laurent

Directrice Générale, Consumers International

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

La finance numérique a élargi l'accès aux services financiers. Pourtant, pour des millions de consommateurs, en particulier dans les pays à faible et moyen revenu, cet accès n'a pas apporté de résilience. Les consommateurs sont de plus en plus exposés à la fraude, à des recours inadéquats, à des protections des données insuffisantes et à des risques croissants liés aux technologies émergentes. Les protections qui existent sur le papier ne sont pas souvent suivies de résultats significatifs.

Ce rapport vise à combler ces lacunes. S'appuyant sur l'analyse de la réglementation de treize juridictions, des études sur l'expérience des consommateurs dans huit pays, ainsi que sur les points de vue recueillis lors d'entretiens et d'ateliers avec des défenseurs des consommateurs et des dirigeants du monde entier, il révèle un fossé croissant entre la mise en œuvre des cadres de protection des consommateurs et les expériences vécues par les consommateurs de services financiers numériques. Sur certains marchés, jusqu'à 75 % des consommateurs sont fortement exposés aux chocs financiers. Beaucoup déclarent être incapables de comparer les prestataires ou de résoudre les problèmes lorsqu'ils surviennent.

Nous décrivons comment la plupart des pays mesurent les progrès en termes de lois adoptées ou de structures créées, mais pas en termes de résultats pour les consommateurs. Peu de régulateurs suivent les risques pour les consommateurs en temps réel ou mesurent la résilience financière. Pendant ce temps, de nombreuses entreprises innovent plus rapidement que les règles ne peuvent réagir, et les défenseurs des consommateurs, bien qu'ils montrent comment ils peuvent évoluer et s'adapter à un marché en mutation, restent sous-équipés, avec un potentiel inexploité pour façonner les marchés, renforcer les protections et intégrer le point de vue des consommateurs dans les décisions relatives aux politiques et aux pratiques.

Mais des approches prometteuses émergent, et ce rapport présente des exemples de résilience par conception, où la protection, l'inclusion et la confiance sont intégrées dans l'architecture de la finance numérique.

Afin d'orienter les actions futures, le rapport présente un cadre "phare" fondé sur la voix des consommateurs et les résultats obtenus. Il met en évidence quatre voies nationales vers des systèmes financiers plus résilients et appelle tous les acteurs – gouvernements, prestataires de services financiers et organisations de consommateurs – à s'aligner sur une vision commune d'une finance numérique inclusive et centrée sur l'humain.

“La finance numérique offre de nouvelles opportunités, mais aussi de nouveaux risques qui peuvent conduire à des résultats injustes pour les consommateurs. La finance numérique peut accroître le risque que les plus vulnérables soient laissés pour compte.”

– Ashim Sanyal, Directeur des Opérations, Consumer VOICE, Inde

TABLE DES MATIÈRES

Avant-Propos	ii
Résumé Exécutif	iii
1. Pourquoi la voix des consommateurs est-elle si importante aujourd’hui ?	1
2. L’écart en matière de protection	5
3. Un guide pour le progrès	11
4. De quoi avons-nous besoin ?	13
5. Les voies pour agir	19
6. Remerciements	20
Liste de références	21
Glossaire des concepts importants	24
Liste des Graphiques	
<i>Graphique 1. Pourcentage de personnes âgées de plus de 15 ans sur la difficulté d’accès à des fonds d’urgence dans un délai de 30 jours, par groupe de revenu selon le pays</i>	2
<i>Graphique 2. État d’avancement de la mise en œuvre des principes de haut niveau de 2011 tel que rapporté par les autorités publiques dans 55 juridictions</i>	6
<i>Graphique 3. Succès des mises en œuvre en comparaison à la confiance financière des consommateurs</i>	8
Liste des Encadrés	
<i>Encadré 1. Qu’est-ce que le bien-être financier ?</i>	9
<i>Encadré 2. Exemples de bonnes pratiques : une perspective réglementaire et commerciale sur le principe de qualité</i>	10
<i>Encadré 3. Exemples de bonnes pratiques : les régulateurs</i>	14
<i>Encadré 4. Exemples de bonnes pratiques : les acteurs du marché</i>	16
<i>Encadré 5. Exemples de bonnes pratiques : les organisations de consommateurs</i>	17

1. POURQUOI LA VOIX DES CONSOMMATEURS EST-ELLE SI IMPORTANTE AUJOURD'HUI ?

La finance numérique est en pleine expansion, mais les risques aussi, ce qui rend les consommateurs moins résilients

L'accès, mesuré en termes d'ouverture de comptes, est depuis longtemps un indicateur central du succès de l'inclusion financière. Les progrès réalisés dans ce domaine sont remarquables. Selon l'enquête Global Findex 2025, 79 % des adultes possèdent désormais un compte financier, contre 74 % en 2021 et 51 % en 2011¹. Une grande partie de cette croissance est due aux paiements numériques, qui sont devenus un vecteur clé de l'inclusion financière : dans les économies en développement, 61 % des adultes – soit 82 % des titulaires de comptes – ont effectué ou reçu un paiement numérique en 2024, soit une augmentation de 27 points de pourcentage par rapport à 2014, faisant des paiements numériques le service financier formel le plus largement utilisé.

Avec l'essor de la finance numérique, le secteur financier a également connu un regain de concurrence et d'innovation. Le nombre de fournisseurs de technologies financières a doublé entre 2017 et 2021, et le volume des transactions numériques a suivi la même tendance². Les modèles financiers ouverts, les services intégrés et les infrastructures publiques numériques (IPN) sont en train de remodeler le paysage financier. Des pays comme le Brésil et l'Inde sont cités en exemple pour montrer comment les systèmes de paiement instantané peuvent être rapidement déployés afin d'accélérer l'intégration des populations dans les systèmes formels, même si des questions persistent quant à l'expérience des consommateurs vulnérables au sein des IPN³.

Ces progrès méritent d'être soulignés. Cependant, se concentrer uniquement sur l'accès aux services financiers numériques occulte une vulnérabilité sous-jacente chez de nombreux consommateurs.

Le premier signe en est le nombre important de consommateurs pouvant être considérés comme fragiles dans l'environnement numérique actuel. Une étude menée par Consumers International a révélé que le nombre de consommateurs pouvant être qualifiés de financièrement vulnérables est bien plus élevé que ne le suggèrent les définitions traditionnelles. En réalité, jusqu'à 75 % des consommateurs peuvent être considérés comme vulnérables à un certain degré.

Les données recueillies dans le cadre d'une enquête menée auprès de plus de 3 000 personnes dans huit pays⁴ à travers le monde, l'exposition des consommateurs à des événements imprévus (comme des dépenses de santé ou une perte de revenus inattendue), à des conditions récurrentes (comme un handicap physique) et à des facteurs contextuels (comme des responsabilités familiales, un emploi

1 Banque Mondiale. (2025). *Base de Données Findex Mondiale 2025 : Connectivité et Inclusion Financière dans l'Économie Numérique*. Banque Mondiale. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-2204-9>

2 CGAP. (2022). *Repenser la Protection des Consommateurs : Un Écosystème Financier Numérique Responsable*. <https://www.cgap.org/blog/rethinking-consumer-protection-responsible-digital-finance-ecosystem>

3 Voir par exemple : <https://dvararesearch.com/building-an-effective-upi-in-app-grm-for-indias-consumers/>

4 L'étude a interrogé des consommateurs urbains au Brésil, en Inde, au Kenya, au Mexique, au Nigeria, au Pakistan, au Royaume-Uni et aux États-Unis sur leurs attitudes, leurs perceptions, leurs comportements et leur utilisation des services financiers numériques.

informel ou une faible maîtrise du numérique) a une influence significative sur leur situation financière, notamment leur vulnérabilité aux escroqueries et leur capacité à obtenir réparation. Par exemple :

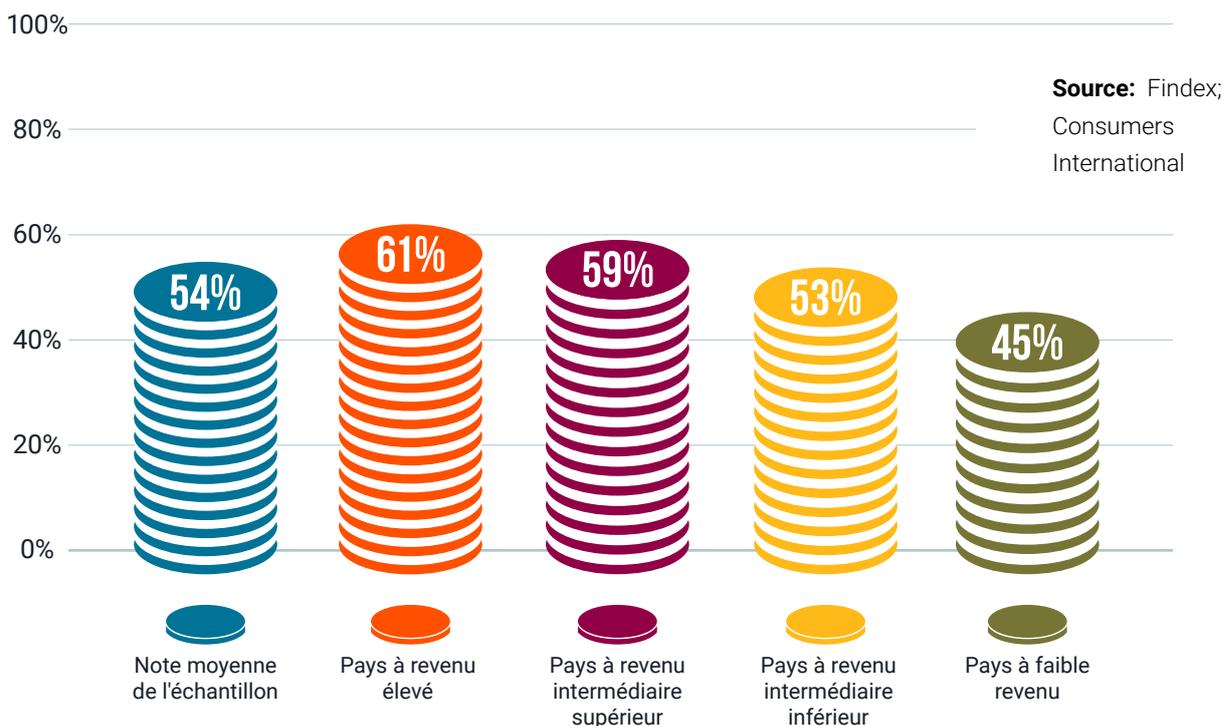
- 52 % des consommateurs les plus vulnérables déclarent avoir été victimes d'escroqueries, contre 19 % des consommateurs les moins vulnérables.
- 61 % des consommateurs les plus vulnérables ont des difficultés à obtenir des réparations dans le domaine de la finance numérique, contre 38 % des consommateurs les moins vulnérables.

“Il est essentiel que toutes les parties prenantes travaillent ensemble pour créer un environnement dans lequel la finance numérique soit véritablement inclusive et accessible à tous, en particulier à ceux qui ont traditionnellement été exclus du secteur financier.”

– **Jorum Odiemo, Responsable de Programme, Kenya Consumer Organisation**

La résilience des consommateurs reste une préoccupation majeure. Findex définit les personnes résilientes comme celles qui déclarent pouvoir réunir sans trop de difficulté des fonds d'urgence dans un délai de trente jours. Les résultats de 2025 montrent qu'une grande partie des consommateurs ne satisfont pas à ce critère élémentaire. Dans les pays à faible revenu, moins de 50 % des personnes interrogées déclarent pouvoir respecter le délai de trente jours, comme l'illustre la figure 1.

Graphique 1. Pourcentage de personnes âgées de plus de 15 ans sur la difficulté d'accès à des fonds d'urgence dans un délai de 30 jours, par groupe de revenu selon le pays⁵.



5 L'échantillon présenté ici comprend 98 pays, dont 6 pays à revenu élevé (PRE), 36 pays à revenu intermédiaire supérieur (PRIS), 40 pays à revenu intermédiaire inférieur (PRII) et 16 pays à faible revenu (PFR).

Il est inquiétant de constater que les risques financiers s'intensifient plus rapidement que les consommateurs ne peuvent suivre, car les technologies qui ont élargi l'accès aux services financiers introduisent des problèmes qui évoluent rapidement. Par exemple, entre 2015 et 2020, les violations de données ont augmenté de plus de 4 500 %, dépassant de loin la croissance de la production de données (314 %), la pénétration des smartphones (4,6 %) et la possession de comptes bancaires mobiles (17 %) au cours de la même période⁶.

Ces défis reflètent la réalité rapportée par les défenseurs des consommateurs sur le terrain. Dans une enquête menée en 2023 auprès d'organismes de consommateurs⁷ dans les Pays à Revenu Intermédiaire Inférieur (PRII) :

- 75% ont identifié la fraude et les escroqueries comme l'une des principales menaces auxquelles sont confrontés les consommateurs ;
- 70% ont signalé l'utilisation abusive des données comme un défi important ; et
- 90% ont indiqué que les consommateurs n'ont pas accès à des recours équitables et efficaces.
- La transparence fait également défaut : 57 % ont cité l'opacité des frais et des charges comme un obstacle majeur à la confiance.

“La confidentialité financière est le plus grand défi, en particulier en ce qui concerne la protection des informations sensibles telles que le nom de la mère, la date de naissance et le numéro de téléphone portable.”

– Nadeem Iqbal, PDG, Réseau pour la Protection des Consommateurs du Pakistan

Il en résulte un système où les services financiers existent, mais ne répondent pas aux besoins quotidiens des consommateurs. Cela se traduit par une part persistante de comptes totalement inactifs, qui s'élève à 8 % en 2025. Ces comptes sont utilisés pour recevoir des revenus, qui sont ensuite retirés en espèces⁸; Dans de nombreux pays en développement, l'argent liquide continue de dominer les transactions quotidiennes, même parmi les personnes intégrées dans le monde numérique⁹. Cet écart d'utilisation reste notable chez les femmes : l'écart entre les sexes en matière de détention de comptes bancaires stagne à 4 %, et les femmes restent moins susceptibles que les hommes d'utiliser les paiements numériques. L'écart le plus important se trouve en Asie du Sud, où,

6 CGAP. (2021). *La Nature et l'Ampleur de l'Évolution des Risques pour les Consommateurs dans le Secteur de la Finance Numérique*. <https://www.cgap.org/blog/evolving-nature-and-scale-of-consumer-risks-in-digital-finance>

7 Consumers International. (2024). *L'indice de finance numérique montre des progrès dans les services, mais pas là où les consommateurs en ont le plus besoin*. <https://www.consumersinternational.org/news-resources/news/releases/digital-finance-index-shows-progress-in-services-but-not-where-consumers-need-it-most/>

8 Par exemple, une étude réalisée par Simatele & Maciko rapporte qu'en 2019, 69 % des bénéficiaires d'aides sociales en Afrique du Sud utilisaient leur compte G2P uniquement comme boîte aux lettres, malgré la fonctionnalité de paiement numérique. L'utilisation des comptes comme boîtes aux lettres est également régulièrement mentionnée dans les enquêtes FinScope sur l'inclusion financière en Afrique.

9 Voir, par exemple, McKinsey (2022). *L'avenir des paiements en Afrique*. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/the-future-of-payments-in-africa>. Cependant, l'essor des paiements instantanés modifie rapidement les comportements en matière de transactions occasionnelles, et l'on prévoit que, à l'échelle mondiale, le rôle de l'argent liquide continuera de décliner, même si ce déclin sera inégal. Voir : McKinsey. (2022). *L'avenir des paiements en Afrique*. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/the-future-of-payments-in-africa>

parmi les titulaires de comptes bancaires, les femmes sont 15 points de pourcentage moins susceptibles que les hommes d'utiliser les paiements numériques¹⁰.

“Les personnes handicapées se sentent souvent dépassées par les technologies financières numériques, exclues en raison de problèmes d’accessibilité et incertaines quant à la sécurité et la facilité d’utilisation. L’accès limité aux appareils et les expériences négatives passées ont également contribué à leur hésitation à utiliser les services financiers numériques.”

– **Chiso Ndukwe-Okafor, Directeur Exécutif, CADEF Nigeria**

Le coût de l'inaction est trop élevé : ce défi deviendra encore plus urgent si l'on considère les chocs auxquels les consommateurs et les économies risquent d'être confrontés dans les années à venir. Par exemple, une étude du Centre pour l'Inclusion Financière montre que dans les économies vulnérables au changement climatique, 58 % des adultes manquent de résilience financière, contre 25 % dans les économies qui sont moins vulnérables au changement climatique¹¹, alors que l'utilisation d'actifs numériques non réglementés ou partiellement réglementés pourrait remplacer de manière significative les dépôts bancaires dans le système financier national, ce qui rendrait la politique monétaire moins efficace et contournerait les contrôles sur les flux de capitaux transfrontaliers¹².

Sans une action urgente, cette fragilité compromettra les fondements mêmes de l'inclusion financière et les résultats que l'élargissement de l'accès était censé produire : des moyens de subsistance stables, la sécurité des ménages et une croissance inclusive¹³. Avec cette constatation découle la nécessité de renforcer les modèles existants de protection des consommateurs financiers. Cette responsabilité incombe à l'ensemble de l'écosystème : décideurs politiques et régulateurs, prestataires de services financiers établis et émergents, plateformes technologiques et défenseurs des consommateurs.

“L’importance de placer le consommateur au cœur de la politique en matière de services financiers numériques ne saurait être surestimée.”

– **Damien Ndizeye, Secrétaire Exécutif, ADECOR Rwanda**

La question est de savoir comment. Pour aider à cet égard, le présent rapport propose une ligne directrice visant à orienter les stratégies nationales et les pratiques réglementaires vers la résilience dès la conception, en s'appuyant sur des études de cas illustrant ce qui fonctionne et ce qui mène au succès du point de vue des consommateurs.

10 Banque Mondiale. (2025). Base de Données Findex Mondiale 2025 : Connectivité et Inclusion Financière dans l'Économie Numérique. Banque Mondiale. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-2204-9>

11 <https://www.centerforfinancialinclusion.org/climate-vulnerability-and-financial-exclusion-go-hand-in-hand-what-can-be-done>

12 [The use of un- or partially regulated digital assets could meaningfully displace bank deposits in the domestic financial system](#)

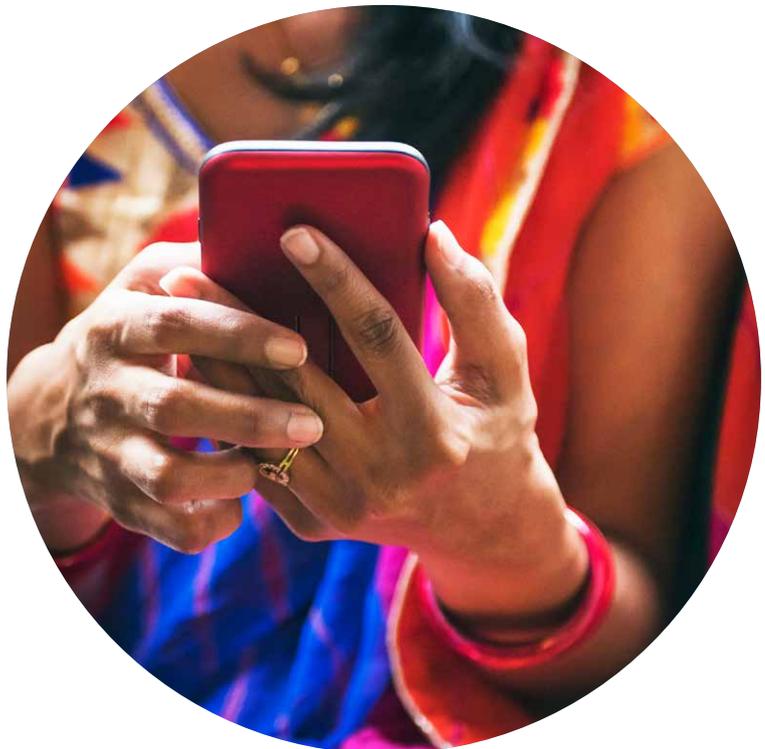
13 Par exemple, une étude réalisée en 2024 à partir de données d'un panel de 142 pays sur la période 2002-2022 a révélé que les vulnérabilités financières ont des coefficients significatifs qui influencent la volatilité économique et contribuent donc de manière importante à l'indice de vulnérabilité économique. Voir : Oyadeyi, O. O., Ibukun, C. O., Arogundade, S., Oyadeyi, O. A., & Biyase, M. (2024). Dévoiler la résilience économique : explorer l'impact des vulnérabilités financières sur la volatilité économique à travers l'indice de vulnérabilité économique. Discover Sustainability, 5(1), 253. <https://doi.org/10.1007/s43621-024-00438-5>

2. L'ÉCART EN MATIÈRE DE PROTECTION

Ce qui est écrit dans la loi ne se reflète pas dans la vie des consommateurs

Les politiques, la réglementation et la surveillance constituent le fondement des résultats pour les consommateurs. Le point de départ pour mettre en place un système plus résilient consiste à évaluer leur rôle et leur efficacité : les mesures de protection sont-elles en place et sont-elles adaptées à leur objectif ? À l'heure actuelle, les politiques commencent seulement à refléter et à répondre au besoin de résilience des consommateurs.

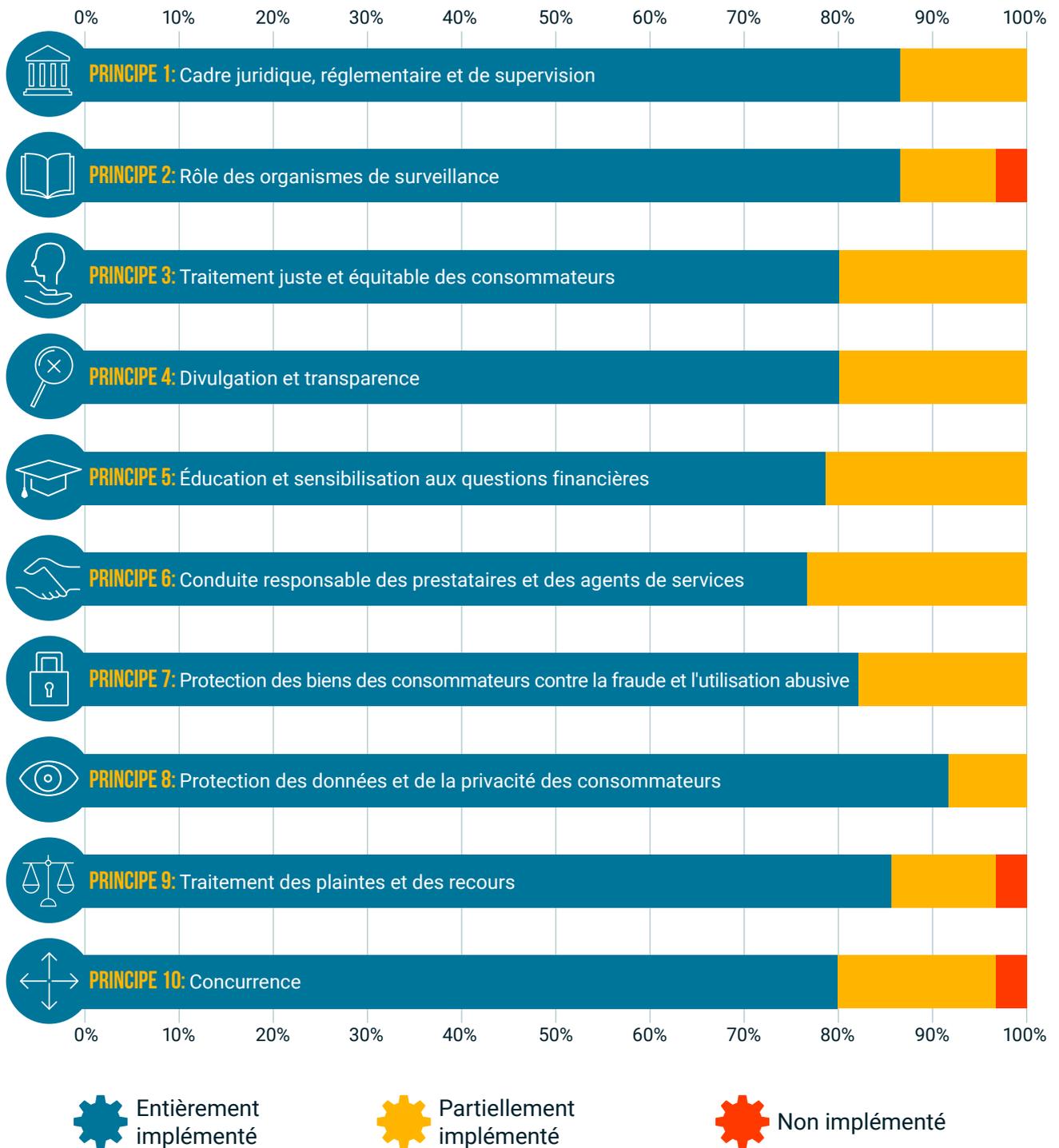
Parmi les cadres les plus complets figurent les Principes de Haut-Niveau du G20/OCDE relatifs à la Protection des Consommateurs de Services Financiers. Adoptés en 2011, ils regroupent divers éléments de la protection des consommateurs de services financiers en dix principes. Selon une enquête de l'OCDE¹⁴, La majorité des autorités de réglementation financière ont mis en œuvre l'intégralité des principes fondamentaux. Même les principes qui accusaient encore des retards, tels que l'éducation financière et la conduite responsable, auraient été pleinement mis en œuvre par plus de 70 % des juridictions¹⁵.



14 L'échantillon comprend 35 membres de l'OCDE, ainsi que huit pays du G20 non membres de l'OCDE (Argentine, Brésil, Inde, Indonésie, République Populaire de Chine, Fédération de Russie, Arabie Saoudite et Afrique du Sud), deux pays non membres du Conseil de Stabilité Financière de l'OCDE/G20 (Hong Kong, Chine, Singapour), ainsi que dix autres pays qui ne font pas officiellement partis des adhérents des Recommandation du Conseil de l'OCDE sur les Principes de Haut-Niveau Relatifs à la Protection des Consommateurs de Services Financiers (Croatie, Equateur, Kazakhstan, Malaisie, Pérou, Philippines, Bulgarie, Maurice, Sri Lanka, Thaïlande).

15 OECD. (2022). *Rapport sur la mise en œuvre des recommandations du Conseil relatives aux principes de haut niveau en matière de protection des consommateurs de services financiers*. [https://one.oecd.org/document/C\(2022\)7/es/pdf](https://one.oecd.org/document/C(2022)7/es/pdf)

Graphique 2. État d'avancement de la mise en œuvre des Principes de Haut-Niveau de 2011 tel que rapporté par les autorités publiques¹⁶ dans 55 juridictions



¹⁶ Note : le texte de la question était « Veuillez sélectionner l'option qui, selon vous, décrit le mieux l'état d'avancement de la mise en œuvre du principe 1 dans votre juridiction ». [https://one.oecd.org/document/C\(2022\)7/en/pdf](https://one.oecd.org/document/C(2022)7/en/pdf)

Mais l'élaboration de réglementations ne suffit pas à elle seule et ne constitue pas non plus une fin en soi : Les résultats pour les consommateurs et les ménages doivent réellement s'améliorer.

De nombreuses évaluations de l'efficacité de la protection des consommateurs se concentrent essentiellement sur les aspects négatifs : calcul des préjudice¹⁷, mesure de l'exposition au risque ou quantification des coûts du préjudice¹⁸. Bien qu'importants, ces efforts ne reflètent pas l'ensemble des facteurs nécessaires pour évaluer le succès.

“Les nouvelles technologies transforment rapidement la façon dont les gens vivent, font des affaires, collaborent et consomment des biens, des services et des informations... Les cadres de protection des consommateurs doivent atténuer les risques et maximiser le potentiel des technologies pour l'humanité.”

– Kimera Henry, PDG, CONSENT Ouganda

L'indice 2024 de la finance numérique de Consumers International analyse la solidité de l'expérience des consommateurs en matière de finance numérique dans les Pays à Revenu Faible et Intermédiaire (PRFI), allant de l'existence de protections réglementaires à l'expérience vécue par les consommateurs (couvrant des éléments tels que l'utilisation, la confiance et la satisfaction). Il montre que, même si des progrès ont été réalisés dans la mise en œuvre des réglementations, la capacité des consommateurs à se protéger reste insuffisante¹⁹.

Cela révèle un écart entre les intentions politiques et les résultats concrets. Cette divergence est clairement illustrée dans le graphique 3. Ou il est mis en contraste la perception – rapportée à l'OCDE par les régulateurs financiers – selon laquelle les principes de haut niveau du G20/OCDE ont été mis en œuvre avec succès, avec une mesure indirecte de la confiance financière des consommateurs dans ces mêmes pays²⁰. **Il existe un écart important, même pour les pays à revenu élevé.**

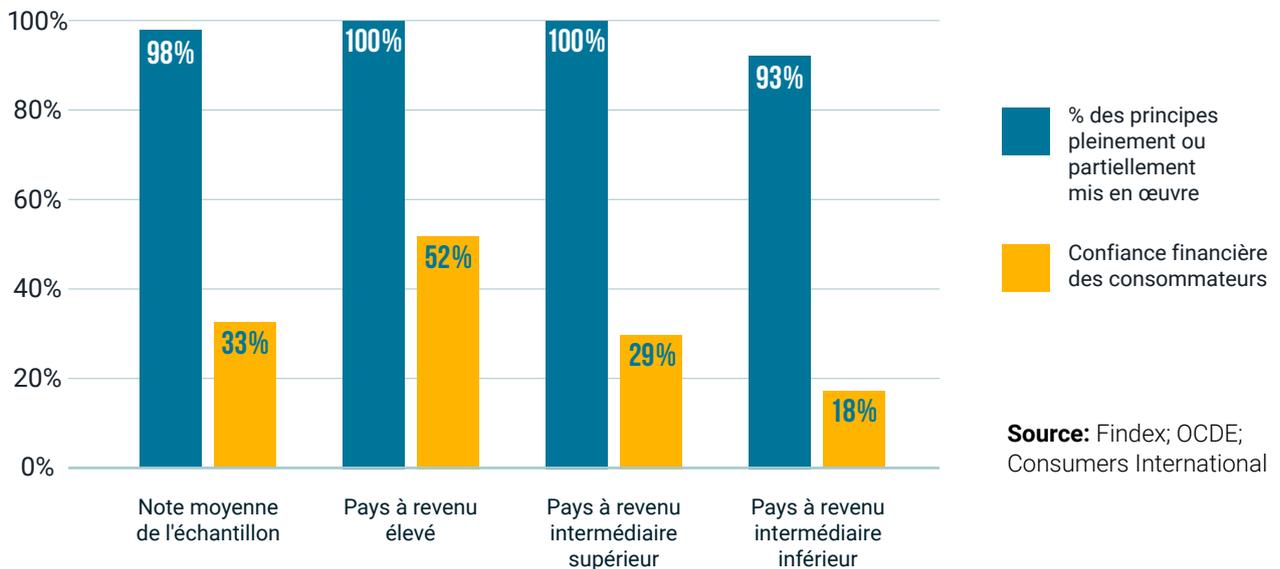
17 OCDE. (2020). Mesurer le préjudice subi par les consommateurs et l'impact des politiques de consommation. OCDE. https://www.oecd.org/en/publications/measuring-consumer-detriment-and-the-impact-of-consumer-policy_0c2e643b-en.html

18 Comme certaines recherches empiriques menées par Innovations for Poverty Action (IPA) [Consumer Protection Research Initiative](#). Par exemple, IPA a compilé un indice des coûts de transaction afin de mesurer le coût « réel » des services financiers numériques.

19 Consumers International. (2024b). Finance numérique. L'expérience des consommateurs en 2024. <https://www.consumersinternational.org/medios/522017/digital-finance-the-consumer-experience-in-2024.pdf>.

20 Il convient de noter que l'échantillon utilisé pour l'enquête de l'OCDE comprend principalement des pays de l'OCDE et du G20, ce qui explique que l'ensemble des pays inclus dans l'analyse de la figure 2 soit biaisé en faveur des pays à revenu élevé (34) et à revenu intermédiaire supérieur (16). Seuls quatre pays sont à revenu intermédiaire inférieur, et aucun n'est de revenu faible. L'indicateur de confiance financière est calculé à partir de Findex 2021 comme la moyenne des répondants ayant répondu « pas du tout inquiet » aux questions suivantes : capacité à payer les frais médicaux en cas de maladie grave ou d'accident, disposer de suffisamment d'argent pour les dépenses mensuelles ou les factures, disposer de suffisamment d'argent pour la vieillesse et ne pas être en mesure de payer les frais de scolarité ou les frais d'éducation. Ces questions n'ont pas été posées dans Findex 2025.

Figure 3. Succès de la mise en œuvre en comparaison à la confiance financière des consommateurs



Signes émergents d'une réorientation vers la qualité inclusive et le bien-être : Conscient de ces défis, le G20/OCDE a procédé en 2022 à une révision de ces Principes de Haut-Niveau, dans le cadre d'un processus consultatif qui a notamment intégré les contributions d'organismes de consommateurs²¹. Cette révision a reconnu la nécessité d'adopter une approche plus holistique de la protection des consommateurs de services financiers en ajoutant un principe relatif à la qualité des produits, imposant que les services financiers répondent aux besoins et aux objectifs réels des personnes qu'ils servent. En outre, les principes révisés ont placé le bien-être financier au cœur du cadre en tant que thème transversal que tous les efforts de protection doivent viser à promouvoir.



21 OECD. (2022). *Principes de Haut-Niveau du G20/OCDE sur la Protection des Consommateurs de Services Financiers 2022*. Publications de l'OCDE. https://www.oecd.org/en/publications/g20-oecd-high-level-principles-on-financial-consumer-protection-2022_48cc3df0-en.html

ENCADRÉ 1. QU'EST-CE QUE LE BIEN-ÊTRE FINANCIER ?

À la fin de l'année 2024, le G20, sous la présidence du Brésil, a publié une note d'orientation sur le bien-être financier afin d'établir une définition consensuelle de ce concept et une feuille de route préliminaire pour le mesurer. Le document souligne que le bien-être financier est un concept en constante évolution qui peut varier en fonction des besoins et du contexte d'un individu, d'un ménage, d'une société ou d'un pays. Néanmoins, il peut généralement être décrit comme suit :

“Une situation dans laquelle les individus sont en mesure de gérer sans difficulté leurs besoins et leurs obligations financières, de faire face aux chocs négatifs, de poursuivre leurs aspirations et leurs objectifs, de saisir les opportunités qui se présentent, et de se sentir satisfaits et confiants quant à leur situation financière, tout en tenant compte des spécificités propres à chaque pays.”²²

Cette définition comporte une composante objective (être financièrement résilient, capable de répondre à ses besoins et obligations financiers et être capable de poursuivre ses objectifs) ainsi qu'une évaluation subjective (se sentir satisfait et confiant).

Il existe des exemples qui illustrent la dynamique de cette évolution à travers le monde (voir encadré 2). Dans le même temps, il subsiste un manque de compréhension quant à ce qu'il faut mesurer précisément et de quelle manière. Par exemple, une étude menée par Consumers International sur treize pays²³ montre que seuls quelques-uns ont mis en place des mécanismes spécifiques pour identifier et répondre à la vulnérabilité des consommateurs. Cela est confirmé par une étude de l'OCDE, qui démontre que la majorité (62 %) des pays n'ont pas de définition acceptée de la vulnérabilité des consommateurs et que les principales difficultés citées pour expliquer cette situation sont la difficulté à identifier ses causes et ses conséquences²⁴.

22 Une publication récente couvrant une étude directe auprès des consommateurs dans sept pays afin d'évaluer le score subjectif, complétée par une analyse des données bancaires pour la mesure objective, ajoute une dimension supplémentaire, à savoir le plaisir – la capacité et l'espace mental nécessaires pour faire des choses et s'offrir des activités pour le plaisir. Riitsulu, Atkinson et Pello. (2025). *Rapport : Au-delà de l'argent – Explorer le bien-être financier sous l'angle humain*. <https://www.erstestiftung.org/en/publications/beyond-money-exploring-financial-well-being-through-a-human-lens/>

23 Les pays échantillonnés : Australie, Brésil, Danemark, Inde, Japon, Kenya, Nouvelle-Zélande, Mexique, Maroc, Nigéria, Pakistan, Royaume-Uni, États-Unis d'Amérique.

24 OECD. (2025). *Comprendre et répondre à la vulnérabilité des consommateurs financiers*. OECD. https://www.oecd.org/en/publications/understanding-and-responding-to-financial-consumer-vulnerability_111daec8-en.html

“Le système bancaire pakistanais ne reconnaît pas suffisamment les consommateurs vulnérables, ce qui nécessite l’élaboration et l’intégration d’une définition exhaustive. Cette définition devrait englober non seulement les groupes vulnérables traditionnels, notamment les femmes, les personnes transgenres et les personnes handicapées, mais aussi d’autres communautés marginalisées qui nécessitent une attention particulière.”

– **Nadeem Iqbal**, PDG, The Network for Consumer Protection, Pakistan

ENCADRÉ 2. EXEMPLES DE BONNES PRATIQUES : UNE PERSPECTIVE RÉGLEMENTAIRE ET COMMERCIALE SUR LE PRINCIPE DE QUALITÉ

L’Australian Securities and Investment Commission (ASIC) a mis en place des obligations de conception et de distribution en vertu desquelles les entités réglementées sont tenues de concevoir des produits en mettant l’accent sur les résultats positifs pour le consommateur, en veillant à ce que les produits soient adaptés à leur marché cible. Il s’agit notamment de prendre en compte les besoins et les vulnérabilités des différents segments de consommateurs²⁵.

Au Royaume-Uni, Monzo intègre la recherche et le retour d’information des utilisateurs dès les premières étapes du développement du produit. L’entreprise donne la priorité à la conception inclusive et à la réaction positive afin de responsabiliser les clients et de s’assurer que les produits répondent aux besoins des utilisateurs vulnérables. De l’idée au lancement du produit, Monzo intègre des utilisateurs à ses équipes de recherche, effectue des tests préliminaires avec la communauté et recueille des commentaires par le biais d’études formelles et de la section “ Labs ” de son application. Monzo effectue également des contrôles de gouvernance afin de garantir la conformité avec les réglementations relatives aux droits des consommateurs²⁶.

25 Entretien avec un représentant de l’Australian Securities and Investments Commission (ASIC), consultation des parties prenantes, communication personnelle, 2024.

26 Entretien avec un représentant de la banque numérique Monzo, consultation des parties prenantes, communication personnelle, 2024.

3. UN GUIDE POUR LE PROGRÈS

De la mise en œuvre aux résultats : la résilience dès la conception

Il existe un consensus croissant sur le fait que la protection des consommateurs doit évoluer, et ce qui apparaît comme une crise de la protection des consommateurs, de la vulnérabilité et de l'exposition aux chocs dans la finance numérique est également une opportunité de réimaginer les systèmes de protection des consommateurs de produits financiers autour des résultats pour les consommateurs. Pour ce faire, il faut passer de mesures de protection réactives à une conception proactive, où la résilience est intégrée dès le départ.

Un système financier numérique résilient par conception comprend cinq éléments de base :

- **La voix** : La voix et les résultats des consommateurs sont intégrés de manière proactive dans les politiques publiques et les pratiques commerciales.
- **Les désirs et les besoins des consommateurs** : Les produits et les services financiers sont adaptés et conçus pour répondre aux besoins réels des consommateurs, accompagnés de voies de recours équitables, accessibles et efficaces.
- **La représentation et l'engagement** : Les consommateurs et leurs représentants sont encouragés et impliqués tout au long du processus d'élaboration des politiques et de conception des produits, depuis les essais jusqu'à la surveillance.
- **La surveillance** : L'application et la supervision sont renforcées, solides et coordonnées, avec un apprentissage partagé au-delà des frontières.
- **Mesure de l'impact sur les consommateurs** : Les résultats des consommateurs en matière de qualité, de résilience et de bien-être financier sont les principaux indicateurs permettant de suivre les progrès accomplis.

“La protection des consommateurs de services financiers est l'un des éléments clés pour parvenir à l'inclusion financière. L'existence d'un cadre global pour la protection des consommateurs de services financiers permet d'accroître la confiance et la compétitivité dans le système financier et bancaire, améliorant ainsi la qualité des services financiers fournis aux consommateurs.”

– **Fadl Mansour**, Président de l'Association pour la Protection des Consommateurs, Yémen

Ces éléments sont réunis dans un cadre en forme de guide qui permet d'orienter les stratégies nationales et internationales :



Comprendre et reconnaître **la résilience réelle des consommateurs** comme le fondement essentiel de **l'inclusion financière** et de la **croissance économique**

QUI: Décideurs politiques, prestataires de services financiers, organisations de consommateurs

QUOI: Renforcer la visibilité et la reconnaissance des interventions publiques et privées qui contribuent à améliorer la résilience des consommateurs.

COMMENT: Établir un cadre mondial pour cartographier et mesurer les indicateurs de bien-être financier, les chocs et les risques auxquels les consommateurs sont confrontés dans le domaine de la finance numérique, afin d'améliorer l'efficacité des politiques et de l'innovation.



Renforcer et moderniser la supervision financière et l'application des lois, et partager les informations et les stratégies sur les défis transfrontaliers en matière de réglementation et de consommation

QUI: Décideurs politiques, organisations de consommateurs

QUOI: Fournir aux autorités chargées de la protection des consommateurs les outils nécessaires pour contrôler à la fois la conformité du secteur financier et les résultats pour les consommateurs, en veillant à ce que l'application de la législation comprenne des systèmes de recours équitables et efficaces

COMMENT: Aligner les programmes de mesure et d'action sur les résultats en matière de protection des consommateurs en suivant les indicateurs de risque et de bien-être, ainsi que les facteurs d'instabilité systémique.



Intégrer de **manière proactive la voix des consommateurs dans l'innovation et les pratiques** en matière de produits et de politiques

QUI: Décideurs politiques, fournisseurs de services financiers

QUOI: Un changement de mentalité selon lequel la protection des consommateurs peut être un moteur d'innovation tout comme un outil de sécurité.

COMMENT: Créer des mécanismes structurés et permanents pour comprendre les défis et les opportunités auxquels les régulateurs et les fournisseurs sont confrontés, ce qui permet aux consommateurs d'être représentés et de contribuer à la conception des services financiers et de la réglementation, y compris le renforcement des mécanismes de recours. Tirer parti des bacs à sable réglementaires pour tester les services financiers numériques émergents dans des environnements contrôlés, en veillant à ce que les risques soient identifiés et atténués avant que les produits ne soient adoptés à grande échelle.



Permettre aux organisations de consommateurs d'évoluer et de devenir des partenaires dans des systèmes agiles et responsables

QUI: Décideurs politiques, prestataires de services financiers, organisations de consommateurs

QUOI: Répondre à la demande des associations de consommateurs concernant des recherches rapides et exploitables ainsi que des actions de plaidoyer sur les risques émergents.

COMMENT: Fournir des ressources et des formations pour développer l'expertise et la capacité à défendre des produits et des politiques de finance numérique adaptés aux consommateurs.

4. DE QUOI AVONS-NOUS BESOIN ?

Les éléments constitutifs d'un écosystème financier numérique plus résilient

Suivre ce guide nécessite un effort concerté de l'ensemble de l'écosystème de la finance numérique. Les décideurs politiques, les régulateurs, les acteurs des marchés établis et émergents et les défenseurs des consommateurs jouent tous un rôle essentiel en tant que catalyseurs du changement. Lorsque ces acteurs travaillent en harmonie, plutôt qu'en vase clos, ils peuvent façonner un système plus réactif, plus inclusif et plus fiable.

“Ensemble, nous devons assumer la responsabilité partagée de créer des systèmes financiers non seulement efficaces, mais aussi inclusifs et équitables. Grâce aux efforts de collaboration entre les institutions financières, les gouvernements, la société civile et les communautés que nous servons, nous pouvons favoriser un écosystème financier numérique qui profite à tous.”

– **Seema Shandil**, PDG, Conseil des Consommateurs des Îles Fidji



RESPONSABLES POLITIQUES ET RÉGULATEURS

Le leadership en matière de réglementation est un élément fondamental du guide. L'évolution des cadres de réglementation et de surveillance pour combler les lacunes qui subsistent en matière de protection et soutenir l'innovation et l'inclusion est une première étape essentielle. Mais il ne faut pas s'arrêter là. Les régulateurs ont besoin de meilleurs outils pour anticiper les risques et contrôler les issues :

- Les enquêtes menées auprès des autorités nationales de surveillance financière montrent que la plupart d'entre elles (55-65 %) se concentrent sur le respect des obligations de conformité et de déclaration par les institutions financières. Une minorité intègre et suit les résultats qui ont un impact sur les consommateurs, tels que les cyber-risques (20 %), l'analyse des modèles économiques (moins de 30 %) ou le suivi des crypto-actifs (10 %) ²⁷. Ce constat est confirmé par une étude sur la réglementation menée par Consumers International dans 13 pays. La plupart des pays reconnaissent l'importance des principes fondés sur les résultats, mais peu d'entre eux disposent de systèmes structurés pour les contrôler et le suivi se limite souvent à des mesures de conformité.
- Une étude menée par l'OCDE en 2025 montre que les principaux défis cités par les régulateurs pour lutter contre la vulnérabilité sont la difficulté d'identifier ses moteurs et ses conséquences ²⁸.

Le Partenariat Mondial pour l'Inclusion Financière du G20 a commencé à changer la donne. Sa note d'orientation sur le bien-être financier invite les régulateurs à mesurer ce qui est important et encourage une réglementation basée sur les résultats ²⁹.

Dans cette quête, on peut s'inspirer de plusieurs exemples de bonnes pratiques visant à rendre le marché responsable des résultats - voir l'encadré 3. Bien que ces changements politiques soient récents, ils constituent une solide feuille de route en matière de réglementation pour intégrer les résultats des consommateurs en matière de bien-être financier.

RECUADRO 3. EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS: REGULADORES

Malaisie : La politique menée par la Malaisie en matière de Traitement Équitable des Consommateurs Financiers (TEFC) est centrée sur une approche de la protection des consommateurs de services financiers fondée sur des principes. Chaque principe est étayé par des dispositions détaillées, ainsi que par des exemples concrets de bonnes et de mauvaises pratiques, que les entreprises peuvent utiliser pour guider leur mise en œuvre des principes. En 2024, la politique a été mise à jour pour inclure un principe supplémentaire relatif à la vulnérabilité. Les prestataires de services financiers sont censés élaborer des politiques, des procédures et des

27 Prenio, J., Pustelnikov, A., & BIS. (2024). Construire un écosystème suptech plus diversifié : Résultats des enquêtes menées auprès des autorités financières et des fournisseurs de technologies de pointe. BIS. <https://www.bis.org/fsi/fsibriefs23.htm>

28 OECD. (2025). Comprendre et répondre à la vulnérabilité des consommateurs financiers. OECD. https://www.oecd.org/en/publications/understanding-and-responding-to-financial-consumer-vulnerability_111daec8-en.html

29 GPF. (2025). Note d'orientation du G20 sur le bien-être financier. GPF. <https://www.gpfi.org/news/g20-policy-note-financial-well-being>

contrôles pour garantir un traitement équitable des consommateurs vulnérables tout au long de la chaîne de valeur pour la fourniture de services financiers - depuis le développement de produits, la vente et la distribution jusqu'au traitement des réclamations et à la réparation³⁰.

Royaume-Uni : En juillet 2022, l'Autorité de Contrôle Financier (FCA) du Royaume-Uni a introduit le "Consumer Duty" (Devoir envers le Consommateur), une politique tournée vers l'avenir qui oblige les prestataires de services financiers à offrir de bons résultats à tous les consommateurs, y compris ceux qui présentent des caractéristiques de vulnérabilité. Le "Consumer Duty" s'inscrit dans le prolongement d'un long processus vers une approche de la protection des consommateurs financiers fondée sur les résultats, les performances et les risques, qui remonte au lancement du cadre "Treating Customer Fairly" (Traitement Équitable de Consommateur) il y a près de deux décennies³¹. Le Consumer Duty va au-delà de la conformité basée sur les processus (par exemple, les procédures équitables) pour se concentrer sur les résultats réels pour les consommateurs. Il est conçu pour être indépendant de la technologie et s'applique aux modèles commerciaux traditionnels et numériques. Cette obligation est proportionnée : elle permet aux entreprises de déterminer les approches appropriées en fonction de leur modèle commercial, de leur taille et de leur clientèle, et permet une application dynamique aux produits, services et innovations émergents dans un paysage financier en constante évolution. Sur demande, les entreprises peuvent être amenées à démontrer à la FCA comment elles agissent pour obtenir de bons résultats pour les clients en situation de vulnérabilité et à fournir des données à l'appui pour le suivi des résultats^{32, 33}.

Brésil : La Résolution Commune 8 de 2023 du Brésil³⁴ est un exemple de réglementation basée sur la performance et axée sur l'éducation financière et les résultats en matière de bien-être. Les institutions financières doivent élaborer des politiques et des outils internes pour soutenir les objectifs de la résolution. Ces outils doivent être conçus en collaboration avec les consommateurs afin de garantir leur convivialité et leur efficacité dans la gestion des finances. Les institutions financières doivent cartographier le parcours du consommateur afin d'identifier les points de contact clés pour la fourniture d'outils et de contenus d'éducation financière, tels que la demande de prêt, le recouvrement de crédit et l'adhésion à un produit. Elles doivent ensuite fixer des objectifs et développer des indicateurs pour mesurer le succès de leurs efforts d'éducation financière en matière de bien-être financier. Pour compléter le cercle, elles doivent collecter des données sur les indicateurs de bien-être financier, comme le pourcentage de consommateurs ayant épargné au moins trois mois de dépenses, qu'elles doivent utiliser pour suivre l'efficacité de l'éducation, identifier les domaines à améliorer et fixer des objectifs en vue d'une amélioration continue.

30 BNM. (2024). *Document de politique générale sur le traitement équitable des consommateurs de services financiers* BNM. <https://www.bnm.gov.my/-/pd-ftfc>

31 FCA. (2006). *Traitement Équitable des Clients – Vers des Solutions Équitables pour les Consommateurs*. FCA. <https://www.fca.org.uk/publication/archive/fsa-tcf-towards.pdf>

32 FCA. (2021). *Guide à l'intention des entreprises sur le traitement équitable des clients vulnérables*. FCA. <https://www.fca.org.uk/publications/finalised-guidance/guidance-firms-fair-treatment-vulnerable-customers>

33 FCA. (2024). *TechSprint pour l'inclusion financière*. FCA. <https://www.fca.org.uk/firms/techsprints/financial-inclusion-techsprint>

34 BCB. (2023). *Exibe Normativo. Exibe Normativo. BCB. <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/exibenormativo?tipo=Resolu%C3%A7%C3%A3o%20Conjunta&numero=8>. Case study write-up also draws on policy review and key informant interview with BCB, 2024*

INNOVATEURS ET DIRIGEANTS D'ENTREPRISE

Les prestataires de services financiers, les fintechs et les plateformes technologiques jouent un rôle direct dans la résilience des clients. Il existe de nombreux exemples d'acteurs du marché qui investissent dans des innovations permettant d'obtenir des résultats positifs pour les consommateurs, non seulement par obligation de conformité, mais aussi parce que cela a du sens sur le plan commercial - voir l'encadré 4.

RECUADRO 4. EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS: AGENTES DEL MERCADO

- **Barclays** intègre la recherche sur la consommation et des principes tels que le caractère abordable, la simplicité et l'accessibilité dans ses processus de conception de produits, en particulier pour les consommateurs en situation de vulnérabilité³⁵. L'éducation est intégrée tout au long du parcours du client afin de s'assurer que le soutien et les ajustements sont clairement communiqués.
- **Wise**³⁶ a mis au point une application qui permet aux clients de vérifier qu'ils sont bien en train d'interagir avec Wise lors d'une interaction avec le service clientèle. Cette initiative reconnaît que les efforts déployés pour améliorer la culture numérique et financière ont échoué et attire l'attention sur des tentatives plus audacieuses et fondées sur la science du comportement.
- De nombreuses banques utilisent l'intelligence artificielle (IA) pour aider les clients à gérer leur santé financière, par exemple en expliquant comment les utilisateurs peuvent améliorer leur score de crédit, gérer les transactions et éviter les comportements financiers à risque. *Par exemple:*
 - **BBVA** utilise les technologies de l'IA, notamment les réseaux neuronaux, le traitement du langage naturel et l'apprentissage automatique, pour proposer des services financiers personnalisés. Ces outils aident les clients à suivre leurs dépenses, à prendre des décisions financières éclairées et à stimuler l'épargne. Au premier trimestre 2024, 391 millions de transactions dans le monde ont utilisé ces fonctionnalités³⁷.
 - **DBS** a pour objectif stratégique de devenir une banque alimentée par l'IA. Elle combine les données transactionnelles avec les données comportementales et de localisation pour fournir des conseils personnalisés afin d'aider les clients à gérer leur sécurité et leurs finances personnelles³⁸.
 - Il existe de nombreux exemples d'applications de gestion de l'argent, comme **Cleo** ou **Erica**, l'assistant financier à base d'IA de Bank of America, qui fournissent des conseils en temps réel sur le budget, les habitudes de dépenses et les stratégies d'épargne adaptées à chaque utilisateur.
- Les initiatives à l'échelle du secteur gagnent également du terrain. Par exemple, GSMA et UK Finance se sont associés pour développer **Scam Signal**, un outil qui utilise les données bancaires et de télécommunications en temps réel pour détecter et arrêter les transferts frauduleux³⁹.

35 Barclays (n.d.). *Comment pouvons-nous vous aider ?* Consulté le 19 mai 2025 sur le site <https://www.barclays.co.uk/important-information/vulnerability-services-information/> Ce contenu intègre des entretiens avec les principales parties prenantes menés en 2024.

36 [Wise is a Business Associate of Consumers International's Change Network.](#)

37 BBVA. (2024). *Quels algorithmes d'IA la BBVA utilise-t-elle pour améliorer les finances de ses clients ?* NEWS BBVA. <https://www.bbva.com/en/innovation/what-ai-algorithms-does-bbva-use-to-boost-its-customers-finances/>

38 DBS Bank. (n.d.). *Des conseils personnalisés et idées d'investissement basés sur L'IA.* DBS Bank. <https://www.dbs.com/artificial-intelligence-machine-learning/index.html>

39 GSMA. (2024). *Les secteurs de la téléphonie mobile et du secteur bancaire s'associent pour lutter contre la fraude.* Newsroom. <https://www.gsma.com/newsroom/?p=21746>

LES DÉFENSEURS DES CONSOMMATEURS

Les organisations de consommateurs sont les acteurs de première ligne qui comblent le fossé entre les citoyens et les systèmes. Leurs méthodes sont diverses : elles vont du traitement des plaintes à la réalisation d'études de marché, en passant par l'élaboration de la législation et la participation à des consultations réglementaires⁴⁰.

Les initiatives de Consumers International montrent le potentiel d'une action coordonnée. L'Accélérateur de la Finance Numérique Equitable a équipé les organismes de consommateurs pour qu'ils s'engagent dans un plaidoyer plus efficace auprès des consommateurs. Entre 2022 et 2024, les organisations de consommateurs formées par l'Accélérateur ont impulsé au moins dix réformes politiques ou sectorielles dans six pays⁴¹. Lorsque l'engagement entre les groupes de consommateurs et les gouvernements est plus fort, les systèmes tendent à offrir de meilleures réparations, un meilleur accès du public aux recours juridiques et de meilleurs résultats pour les consommateurs.

En bref, un engagement significatif permet de construire des systèmes financiers plus solides et plus résistants.

ENCADRÉ 5. EXEMPLES DE BONNES PRATIQUES : LES ORGANISATIONS DE CONSOMMATEURS

Développement des solutions technologiques

- **Tec-Check** au Mexique s'appuie sur des API pour analyser l'activité des médias sociaux, offrant des indicateurs et des statistiques en temps réel qui contribuent à protéger les consommateurs, à prévenir la fraude et à aider l'Agence Fédérale de la Consommation (PROFECO) à intenter des actions en justice contre des fournisseurs spécifiques si nécessaire⁴².
- **Consumer Reports** aux États-Unis, a mis en place un laboratoire d'innovation pour trouver des moyens par lesquels les outils d'IA sont en mesure de défendre les intérêts des consommateurs⁴³. En juin 2024, elle a annoncé le lancement d'AskCR : un conseiller alimenté par l'IA qui répond aux questions des consommateurs sur la base des recherches et des données sur les produits de CR. Cela fait suite au lancement en 2022 de "Permission Slip" (Feuille de Permission en français) - une application qui montre aux consommateurs le type de données que les entreprises collectent sur eux et leur permet de demander à une entreprise de cesser de vendre leurs données ou de les supprimer complètement.

40 Consumers International. (2021). Consumers International. (2021). *Le Rôle des Organisations de Consommateurs pour Soutenir les Consommateurs de Services Financiers dans les Pays à Faible et Moyen Revenu*. <https://www.consumersinternational.org/media/368715/the-role-of-consumer-organizations-to-support-consumers-of-financial-services.pdf>

41 Consumers International, à paraître

42 Consumers International. (2024). *Finance Numérique. Expérience du Consommateur en 2024*. Microsite. <https://www.conpolicy.de/en/news-detail/digital-finance-the-consumer-experience-in-2024>

43 Consumer Reports. (2025). *AskCR - L'innovation chez Consumer Reports*. <https://innovation.consumerreports.org/initiatives/askcr/>

Soutenir l'impact de la réglementation :

- **L'Organisation Rwandaise de Protection des Droits des Consommateurs (ADECOR)** a contribué à la rédaction de trois politiques majeures mises en œuvre depuis 2022 : la Mise à Jour des Lignes Directrices sur les Services Financiers Numériques pour la Transparence, la Révision de la Réglementation des Systèmes de Paiement Electronique pour la Sécurité des Données, et la Nouvelle Réglementation des Services d'Argent Mobile pour des services équitables et accessibles.
- **L'Instituto de Defesa de Consumidores (IDEC) du Brésil** a milité avec succès pour l'adoption du projet de loi n° 3515 visant à lutter contre le surendettement qui touche 66 % des consommateurs, en particulier les femmes. Pour ce faire, elle a noué des liens étroits avec les législateurs et participé aux auditions parlementaires. Il s'agit de la première mise à jour du Code de Défense des Consommateurs depuis 31 ans, ce projet renforce les protections des consommateurs en situation de détresse financière.
- Le **Conseil des Consommateurs des Îles Fidji (CCF)** a recueilli et analysé plus de 900 plaintes relatives à des escroqueries en ligne, ce qui a conduit le gouvernement des Îles Fidji à mettre en place un groupe de travail multipartite contre les escroqueries, assisté par le CCF, afin de lutter contre la montée en flèche de la fraude financière numérique. Le CCF a formulé des recommandations politiques dans le cadre de soumissions budgétaires au ministère des finances, plaidant en faveur d'une meilleure médiation et d'une meilleure résolution des litiges dans le secteur financier. Ses efforts ont contribué à l'adoption de la politique du médiateur des services financiers, qui renforce la protection des consommateurs dans le domaine de la finance numérique.
- **CONSENT Uganda** qui collabore et qui est reconnu par la Commission des Communications de l'Ouganda, organisme de réglementation de l'argent mobile, aide à sensibiliser les consommateurs, en particulier dans les zones rurales, à la lutte contre la fraude, la désinformation, l'usurpation d'identité et la sécurité financière numérique.
- Le **Citizen Consumer and Civic Action Group (CAG) en Inde** a mené une enquête sur les besoins et les risques associés à la finance numérique pour les consommateurs vulnérables et ruraux en Inde. À la suite de cette enquête, ils ont soumis à la Banque de Réserve de l'Inde une charte de revendications pour l'amélioration des systèmes de paiement numérique en Inde.
- La **Consumer Advocacy and Empowerment Foundation (CADEF) au Nigeria** a collaboré avec la Banque Centrale du Nigeria (CBN) et l'Agence de Protection des Consommateurs de l'État de Lagos (LASCOPA) pour renforcer les réglementations relatives aux services financiers numériques, en particulier pour les groupes vulnérables tels que les personnes handicapées.

“Le plaidoyer en faveur de politiques inclusives, telles que l'inclusion financière des personnes handicapées, souligne la nécessité d'une approche multipartite. Pour nous, la collaboration avec des entités telles que la Banque Centrale du Nigeria a renforcé la valeur des partenariats pour s'assurer que les communautés mal desservies ne sont pas laissées pour compte.”

– **Chiso Ndukwe-Okafor, Directeur Général, CADEF Nigeria**

5. LES VOIES POUR AGIR

Les voies nationales : Renforcer la résilience dans la pratique

Il existe quatre points de départ concrets pour agir :

Poser les bases. Certains pays se concentrent sur les fondamentaux : promulgation de lois sur la protection des données, renforcement des mécanismes de recours et mise en place de cadres de surveillance de la conduite du marché. Par exemple, la Banque de Zambie a mis en place une unité spécialisée dans la protection des consommateurs et la supervision des pratiques de marché, et révisé sa législation pour y inclure des normes sur le recouvrement des créances, la publicité et le traitement des consommateurs vulnérables⁴⁴.

Faire progresser la supervision axée sur les résultats. D'autres sont prêts à adopter des approches fondées sur le risque et axées sur les résultats. Par exemple, l'Australian Securities and Investment Commission (ASIC) intègre les données relatives aux difficultés des consommateurs dans sa stratégie de surveillance et consulte directement les organisations de consommateurs afin d'élaborer une réglementation réactive et fondée sur des données probantes⁴⁵.

Gouvernance des Infrastructures Numériques Publiques. Les pays qui déploient des INP à l'échelle nationale explorent dès le départ les mesures de protection à mettre en place. Au Brésil, la Banque Centrale organise un forum multipartite pour régir PIX, son système de paiements instantanés. Si, à l'origine, ce forum avait pour objectif de lutter contre la fraude et de répondre aux préoccupations soulevées après le lancement initial de PIX⁴⁶, des événements récents ont mis en évidence des vulnérabilités plus profondes. Une cyberattaque menée en juillet 2025 contre PIX via des intégrations tierces a révélé des lacunes critiques en matière de contrôle et de coordination. L'expérience du Brésil sert d'avertissement : même les structures de gouvernance bien intentionnées peuvent s'avérer insuffisantes sans tests de résistance continus, sans transparence et sans mécanismes de responsabilisation⁴⁷.

Collaboration à tous les niveaux de l'écosystème. La dernière voie consiste à renforcer la collaboration au sein de l'écosystème financier numérique afin d'obtenir de meilleurs résultats. En Côte d'Ivoire, les régulateurs et les acteurs du marché, sous l'égide de l'Agence pour la Promotion de l'Inclusion Financière, ont uni leurs efforts pour lutter contre les risques liés à la finance numérique. Une récente enquête a montré une nette diminution des fraudes et de la frustration des utilisateurs, grâce à une collaboration efficace en matière de traitement des plaintes, d'infrastructures et de transparence⁴⁸.

El destino es el mismo. Cada país navegará por un camino diferente, moldeado por la capacidad, instituciones y madurez del mercado. Pero el destino es universal: un sistema financiero digital donde los reguladores, proveedores y representantes de los consumidores trabajan juntos para desarrollar resiliencia por diseño.

44 Entretien avec un représentant de la Banque de Zambie (BOZ), consultation des parties prenantes, communication personnelle, 2025.

45 Entretien avec un représentant de l'Australian Securities and Investments Commission (ASIC), consultation des parties prenantes, communication personnelle, 2024.

46 Luciano, M. (2024). *Le Forum Pix : Leçons pour la Gouvernance DPI*.

<https://www.linkedin.com/pulse/pix-forum-lessons-dpi-governance-maria-luciano-rdgtf/>

47 <https://www.msn.com/en-us/money/markets/devastating-pix-payment-system-hack-drains-100-million-from-brazilian-banks/ar-AA116mRU?>

48 CGAP. (2025). 3 Leçons à Retenir de la Côte d'Ivoire sur les Écosystèmes Financiers Numériques Responsables. <https://www.cgap.org/blog/3-lessons-cote-divoire-on-responsible-digital-finance-ecosystems>

6. REMERCIEMENTS

Ce rapport a été élaboré dans le cadre d'une collaboration menée par Consumers International. Ce travail a été rendu possible grâce à une subvention du Mastercard Impact Fund, soutenu par le Mastercard Center for Inclusive Growth.

La recherche a été guidée par un groupe restreint de membres de Consumers International, dont la liste figure ci-dessous. Nous remercions toutes les organisations qui ont contribué à ce projet pour leurs consultations et leurs commentaires à différentes étapes, tout en précisant que les recommandations contenues dans ce rapport ne reflètent pas nécessairement les opinions individuelles de ces organisations.

Organisation	Pays
Association Australienne des Consommateurs (CHOICE)	Australie
Institut Brésilien de Protection des Consommateurs (IDEC)	Brésil
Fondation pour la Défense et l'Autonomisation des Consommateurs du Nigeria (CADEF)	Nigeria
Consumer NZ	Nouvelle-Zélande
Consumer Reports	États-Unis d'Amérique
Consumer VOICE	Inde
Conseil des Consommateurs du Canada	Canada
Conseil Danois de la Consommation (Forbrugerrådet)	Danemark
Organisation des Consommateurs du Kenya	Kenya
Fédération Nationale des Associations de Consommateurs Maroc	Maroc
Tec-Check Mexique	Mexique
Réseau pour la Protection des Consommateurs du Pakistan	Pakistan
Red para la Protección del Consumidor en Pakistán	Pakistán
Which?	Reino Unido

Ce rapport a été réalisé avec le soutien du Cenfri. Nous remercions chaleureusement Christine Hougaard et Victor Kanyama. Consumers International remercie également son personnel pour le travail accompli dans le cadre de ce rapport, notamment Charlotte Broyd, Sonia Charak, Aayushi Chaturvedi, Stefan Hall, Helena Leurent et Alexandra Straessle.

Enfin, ce rapport est l'une des composantes d'un projet plus vaste, qui a été soutenu par de nombreuses personnes de différentes manières et de manière importante depuis son lancement en janvier 2024. Nous tenons à exprimer notre sincère gratitude aux personnes suivantes : Ruth Canagarajah, David Connolly, Payal Dalal, Erico de Melo, Vanessa De Ruggeris, Hannah Draper, Luz Gomez, Jez Groom, Brooke Kingsland, Sasha Lünsche, Rafe Mazer, Dr. Si McNair, Erin Parsons, Ali Schmidt-Fellner, Heba Shams, Shamina Singh et Carolina Zuluaga, ainsi que l'agence de création Human After All.

LISTE DE RÉFÉRENCES

- Barclays. (n.d.). *Comment nous pouvons vous aider*. Consulté le 19 mai 2025, à l'adresse <https://www.barclays.co.uk/important-information/vulnerability-services-information/>
- BBVA. (2024). *Quels algorithmes d'IA la BBVA utilise-t-elle pour améliorer les finances de ses clients ?* NEWS BBVA. <https://www.bbva.com/en/innovation/what-ai-algorithms-does-bbva-use-to-boost-its-customers-finances/>
- BCB. (2023). *Exibe Normativo*. Exibe Normativo. <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/exibenormativo?tipo=Resolu%C3%A7%C3%A3o%20Conjunta&numero=8>
- BNM. (2024). *Document d'orientation sur le Traitement Équitable des Consommateurs de Services Financiers*. <https://www.bnm.gov.my/-/pd-ftfc>
- Bradshaw, T. (2023). *Google sévit contre les applications de prêt abusives*. Financial Times. <https://www.ft.com/content/91a97e3b-363a-4b99-a86d-fdd525bf9865>
- CFI. (2024). *L'Infrastructure Publique Numérique responsable (DPI) pour améliorer les résultats au-delà de l'inclusion*. Center for Financial Inclusion. <https://www.centerforfinancialinclusion.org/responsible-dpi-for-improving-outcomes-beyond-inclusion/>
- CGAP. (2021). *La nature et l'ampleur changeantes des risques pour les consommateurs dans le domaine de la finance numérique*. <https://www.cgap.org/blog/evolving-nature-and-scale-of-consumer-risks-in-digital-finance>
- CGAP. (2022a). *Repenser la Protection des Consommateurs : Un Écosystème Financier Numérique Responsable*. <https://www.cgap.org/blog/rethinking-consumer-protection-responsible-digital-finance-ecosystem>
- CGAP. (2022b). *Évolution de la Nature et Ampleur des Risques pour les Consommateurs liés aux Services Financiers Numériques (DFS) : Examen des Données*. <https://www.cgap.org/research/reading-deck/evolution-of-nature-and-scale-of-dfs-consumer-risks-review-of-evidence>
- CGAP. (2025). *3 Leçons à Retenir de la Côte d'Ivoire sur les Écosystèmes Financiers Numériques Responsables*. <https://www.cgap.org/blog/3-lessons-cote-divoire-on-responsible-digital-finance-ecosystems>
- Consumer Reports. (2025). *AskCR - L'innovation chez Consumer Reports*. <https://innovation.consumerreports.org/initiatives/askcr/>
- Consumers International. (2021). *Le Rôle des Organisations de Consommateurs pour Soutenir les Consommateurs de Services Financiers dans les Pays à Faible et Moyen Revenu*. <https://www.consumersinternational.org/media/368715/the-role-of-consumer-organizations-to-support-consumers-of-financial-services.pdf>
- Consumers International. (2024a). *L'indice de finance numérique montre des progrès dans les services, mais pas là où les consommateurs en ont le plus besoin*. <https://www.consumersinternational.org/news-resources/news/releases/digital-finance-index-shows-progress-in-services-but-not-where-consumers-need-it-most/>

Consumers International. (2024b). *Finance Numérique. Expérience du Consommateur en 2024*. <https://www.consumersinternational.org/media/522017/digital-finance-the-consumer-experience-in-2024.pdf>

DBS Bank. (n.d.). *Conseils Personnalisés et Idées d'Investissement Basés sur l'IA*. DBS Bank. <https://www.dbs.com/artificial-intelligence-machine-learning/index.html>

FCA. (2006). *Traitement Equitable des Clients – Vers des Solutions Equitables pour les Consommateurs*. <https://www.fca.org.uk/publication/archive/fsa-tcf-towards.pdf>

FCA. (2021). *Guide à l'intention des entreprises sur le traitement équitable des clients vulnérables*. FCA. <https://www.fca.org.uk/publications/finalised-guidance/guidance-firms-fair-treatment-vulnerable-customers>

FCA. (2024). *TechSprint pour l'inclusion financière*. <https://www.fca.org.uk/firms/techsprints/financial-inclusion-techsprint>

Fleck, M. L., Giovana. (2025). *Comment la Désinformation Sape la Confiance dans l'Infrastructure Publique Numérique la Plus Utilisée du Brésil*. Tech Policy Press. <https://techpolicy.press/how-disinformation-is-undermining-trust-in-brazils-most-used-digital-public-infrastructure>

GPII. (2025). *Note d'Orientation du G20 sur le Bien-être Financier*. <https://www.gpfi.org/news/g20-policy-note-financial-well-being>

GSMA. (2024). *Les secteurs de la téléphonie mobile et du secteur bancaire s'associent pour lutter contre la fraude*. Newsroom. <https://www.gsma.com/newsroom/?p=21746>

IMF (2023). *Implications macrofinancières des actifs cryptographiques étrangers pour les petites économies en développement*. IMF. <https://www.elibrary.imf.org/downloadpdf/view/journals/063/2023/012/article-A001-en.pdf>

IPA. (2024). *Données tirées de l'indice des coûts de transaction de l'IPA : Mesurer le coût "réel" des services financiers numériques*. <https://poverty-action.org/evidence-ipas-transaction-cost-index-measuring-true-cost-digital-financial-services>

Lookout. (2022). *Lookout détecte des centaines d'applications de prêt abusives dans les App Stores*. <https://www.lookout.com/threat-intelligence/article/predatory-loan-apps>

Luciano, M. (2024). *Le Forum Pix : Leçons pour la Gouvernance DPI*. <https://www.linkedin.com/pulse/pix-forum-lessons-dpi-governance-maria-luciano-rdgtf/>

McKinsey. (2022). *L'Avenir des Paiements en Afrique*. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/the-future-of-payments-in-africa>

McKinsey. (2024). *Rapport McKinsey sur les Paiements dans le Monde pour 2024*. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/global-payments-in-2024-simpler-interfaces-complex-reality>

OECD. (2020). *Mesurer le préjudice subi par les consommateurs et l'impact de la politique des consommateurs*. OECD. https://www.oecd.org/en/publications/measuring-consumer-detriment-and-the-impact-of-consumer-policy_0c2e643b-en.html

- OECD. (2022a). *Principes de Haut-Niveau du G20/OCDE sur la Protection des Consommateurs de Services Financiers 2022*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/48cc3df0-en>
- OECD. (2022b). *Rapport sur la mise en œuvre des recommandations du Conseil relatives aux principes de haut niveau en matière de protection des consommateurs de services financiers*. [https://one.oecd.org/document/C\(2022\)7/en/pdf](https://one.oecd.org/document/C(2022)7/en/pdf)
- OECD. (2023). *Enquête Internationale 2023 de l'OCDE/INFE sur la Culture Financière des Adultes*. OECD. https://www.oecd.org/en/publications/oecd-infe-2023-international-survey-of-adult-financial-literacy_56003a32-en.html
- OECD. (2024). *Moniteur des Risques de la Finance de Consommation*. OECD. https://www.oecd.org/en/publications/consumer-finance-risk-monitor_047b2ea6-en.html
- OECD. (2025). *Comprendre et répondre à la vulnérabilité des consommateurs financiers*. OECD. https://www.oecd.org/en/publications/understanding-and-responding-to-financial-consumer-vulnerability_111daec8-en.html
- Oyadeyi, O. O., Ibukun, C. O., Arogundade, S., Oyadeyi, O. A., & Biyase, M. (2024). Révéler la résilience économique : Explorer l'impact des vulnérabilités financières sur la volatilité économique à travers l'indice de vulnérabilité économique. *Discover Sustainability*, 5(1), 253. <https://doi.org/10.1007/s43621-024-00438-5>
- Prelio, J., Pustelnikov, A., & BIS. (2024). *Construire un écosystème supotech plus diversifié : Résultats d'enquêtes menées auprès des autorités financières et des fournisseurs de supotech*. <https://www.bis.org/fsi/fsibriefs23.htm>
- Riitsulu, Atkinson, & Pello. (2025). *Rapport : Au-delà de l'argent – Explorer le Bien-être Financier à Partir d'une Perspective Humaine*. <https://www.erstestiftung.org/en/publications/beyond-money-exploring-financial-well-being-through-a-human-lens/>
- Simatele, M., & Maciko, L. (2022). Inclusion Financière dans les Zones Rurales d'Afrique du Sud : Une Approche Qualitative., 15(9), Article 9. <https://doi.org/10.3390/jrfm15090376>
- CNUCED. (2025). *Législation mondiale en matière de protection des données et de confidentialité*. <https://unctad.org/page/data-protection-and-privacy-legislation-worldwide>
- Visa Navigate. (2023). *Importance de la Confiance : Pourquoi une Utilisation Responsable des Données est Cruciale pour les Institutions Financières*. Visa Navigate. <https://navigate.visa.com/cemea/the-importance-of-trust-why-responsible-data-use-is-crucial-for-financial-institutions/>
- Banque Mondiale. (2021). *Indice Global Findex 2021 : Visualisation Interactive du Résumé Exécutif* [Text/HTML]. The Global Findex 2021. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/37578/9781464818974.pdf>
- Banque Mondiale. (2022). *Enquête Mondiale sur l'Inclusion Financière et la Protection des Consommateurs (FICP)* [Text/HTML]. World Bank. <https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion/brief/ficpsurvey>
- Banque Mondiale. (2024). *Les transferts d'argent et le coût élevé de la générosité*. World Bank Blogs. <https://blogs.worldbank.org/en/psd/remittances-and-the-high-cost-of-generosity>

GLOSSAIRE DES CONCEPTS CLÉS

L'Accès et l'Inclusion

La disponibilité et l'adoption des services financiers numériques, en particulier parmi les groupes défavorisés. Depuis fin 2022, l'accès et l'inclusion sont explicitement reconnus comme un principe de protection des consommateurs financiers.

Finance Numérique – utilisé de manière interchangeable avec Services Financiers Numériques

La finance numérique désigne tous les services financiers fournis par le biais de canaux numériques, tels que l'argent mobile, les services bancaires en ligne, les prêts numériques, l'assurance mobile et les plateformes de technologie financière (fintech).

Protection des Consommateurs Financiers

Selon les Principes de Haut-Niveau pour la Protection des Consommateurs de Services Financiers 2022 du G20/OCDE, la protection des consommateurs de services financiers désigne les politiques, les lois et autres mesures " conçues pour garantir un traitement équitable des consommateurs de services financiers, une conduite responsable de la part des prestataires de services financiers, ainsi que des informations précises et honnêtes sur les produits et services financiers, afin de protéger les personnes contre les abus et de garantir l'accès à des mécanismes de recours en cas de problème ".

Prestataire de Services Financiers

Un prestataire de services financiers est un terme général qui désigne toute institution, entreprise ou personne physique qui offre tout type de services financiers (tels que des services bancaires, des services d'investissement, des services d'assurance, des services de crédit, des conseils financiers ou d'autres services tels que des services de courtage) à des particuliers ou à des entreprises. Cela inclut les entités publiques et privées qui facilitent les transactions financières et gèrent les actifs financiers. Les activités ou fonctions exactes des prestataires de services financiers enregistrés sont définies dans la réglementation spécifique à chaque pays.

Bien-être Financier – utilisé de manière interchangeable avec Santé Financière

Le bien-être financier est défini dans la Note d'Orientation du G20 sur le Bien-être Financier de 2024 comme " [un] état dans lequel les individus sont capables de gérer sans difficulté leurs besoins et leurs obligations financières, de pouvoir faire face aux chocs négatifs, de poursuivre leurs aspirations et opportunités, et de se sentir satisfaits et confiants quant à leur situation financière, en tenant compte des circonstances propres à chaque pays ".

Cette définition englobe à la fois des aspects objectifs (résilience aux chocs, capacité à respecter ses obligations ou à planifier ses objectifs) et des dimensions subjectives (satisfaction et confiance).

La Résilience Financière

La résilience financière désigne la capacité d'un consommateur à faire face à des chocs financiers, tels que la maladie, la perte de revenus ou des dépenses imprévues, et à s'en remettre sans que son bien-être financier n'en pâtisse à long terme. Il s'agit à la fois d'un indicateur mesurable (par exemple, disposer d'une épargne suffisante pour couvrir trois mois de dépenses) et d'un résultat souhaité des systèmes financiers efficaces et des cadres de protection des consommateurs.

Ce rapport présente la résilience financière comme un indicateur de la composante objective du bien-être financier.

La Résilience par Conception

Un concept central du rapport, la "résilience par conception", fait référence à l'intégration de la résilience des consommateurs dans l'architecture des produits financiers, des services et des cadres réglementaires. Cette approche proactive garantit que les systèmes sont équipés pour :

- prévenir les préjudices causés aux consommateurs
- traiter rapidement les vulnérabilités
- favoriser le bien-être
- s'adapter aux risques émergents

Il s'oppose aux modèles réactifs ou axés uniquement sur la conformité.

Défenseurs des Consommateurs ou Associations de Défense des Consommateurs

Les associations de défense des consommateurs (ou organismes de consommateurs) sont des organisations qui défendent les droits et les intérêts des consommateurs. Leurs rôles comprennent :

- Recueillir les plaintes des consommateurs
- Réaliser des études de marché
- Participer à des consultations publiques et à des litiges
- Jouer un rôle de défenseur afin d'influencer les pratiques réglementaires et sectorielles

Vulnérabilité

Bien qu'elle ne soit pas définie de manière uniforme dans tous les pays, la vulnérabilité dans le contexte du présent rapport désigne la situation des consommateurs qui sont plus exposés à des préjudices financiers ou qui ont une faible résilience financière ou un faible bien-être en raison de facteurs personnels, situationnels ou systémiques, tels que le faible niveau d'alphabétisation ou de compétences numériques, l'âge ou le handicap, les événements liés à l'étape de la vie, les chocs économiques ou les risques climatiques.

Produits de Qualité

Des produits financiers qui ne se contentent pas d'être accessibles, mais qui sont également :

- Conçu de manière appropriée en tenant compte des objectifs et des intérêts du marché cible.
- Transparent en termes de coûts et de conditions.
- Facile à comprendre et à utiliser.
- Qui contribue de manière positive au bien-être financier.



CONSUMERS INTERNATIONAL

TRAVAILLONS ENSEMBLE
POUR LE CHANGEMENT

Consumers International rassemble plus de 200 organisations membres dans plus de 100 pays afin de défendre et de promouvoir les droits des consommateurs partout dans le monde. Nous sommes leur porte-parole dans les forums internationaux de décision politique et sur le marché mondial afin de garantir qu'ils soient traités de manière sûre, équitable et honnête.

Consumers International est une organisation caritative (n° 1122155) et une société à but non lucratif à responsabilité limitée par garantie (n° 04337865) enregistrée en Angleterre et au Pays de Galles.

consumersinternational.org

✉ impact@consint.org

🐦 [@consumers_int](https://twitter.com/consumers_int)

📺 [/consumers-international](https://www.linkedin.com/company/consumers-international)