

Protéger les consommateurs de services de banque à distance : objectifs stratégiques et options réglementaires

Sur les marchés des pays en développement et émergents, les pauvres sont chaque jour plus nombreux à accéder aux services financiers proposés par des prestataires formels en dehors des agences bancaires traditionnelles. Au Kenya, M-PESA propose des services de transfert d'argent et l'équivalent de comptes d'opérations à faible montant à plus de 12 millions de clients par l'intermédiaire de leurs téléphones mobiles et d'un réseau de plus de 16 000 détaillants. Au Brésil, plus de 170 000 détaillants, comme des pharmacies, fournissent une large gamme de services pour le compte des banques, et traitent environ 2,5 milliards de transactions par an. Au Mexique, Wal-Mart Bank utilise 1 000 magasins Wal-Mart (pour un total de 18 000 points de vente) comme détaillants pour proposer à ses clients des services financiers, dont des dépôts et des paiements. Loin d'être des cas isolés, ces exemples montrent que la banque à distance transformationnelle modifie rapidement l'accès à l'environnement financier¹. Donner aux personnes non bancarisées ou sous-bancarisées la possibilité d'accéder à une gamme complète de services financiers formels pourrait être une étape importante vers des marchés financiers plus équitables et plus efficaces.

De même qu'avec les services financiers classiques, les consommateurs tirent des bénéfices des services de banque à distance mais sont aussi confrontés à des risques et des difficultés. Mais la banque à distance transformationnelle accentue les préoccupations des autorités de réglementation et de supervision concernant les consommateurs dans la mesure où elle associe le recours aux détaillants et aux nouvelles technologies pour servir un grand nombre de clients

moins éduqués et inexpérimentés, potentiellement sur de courtes périodes. Néanmoins, même sur les marchés où ces modèles innovants sont appliqués à grande échelle, les bénéfices qu'ils apportent semblent jusqu'à maintenant l'emporter sur les risques pris par les consommateurs.

La réglementation – qu'elle soit créée à un stade précoce ou une fois que les nouveaux modèles sont pleinement opérationnels – doit obéir à deux principes : la proportionnalité et l'efficacité. Une réglementation mal conçue ou arrivant au mauvais moment peut empêcher des prestataires responsables d'entrer sur le marché et de se concurrencer de manière rentable, dans des conditions équitables. Une approche équilibrée consisterait à reconnaître les compromis nécessaires entre la protection des consommateurs et la promotion de l'accès aux services financiers. Elle serait conçue et mise en œuvre pour faire face de manière proportionnée aux risques pris par les consommateurs, inhérents aux modèles émergents dans ce cadre juridique particulier. Elle tiendrait également compte des capacités de supervision ainsi que des outils de surveillance du marché nécessaires pour s'assurer du bon respect de la réglementation. Les prestataires peuvent se voir imposer l'adoption de mesures communes pour protéger les consommateurs. Mais, dans l'idéal, ils y sont aussi incités pour le bénéfice de leur activité commerciale, sans que la réglementation ne les y oblige. Sur des marchés compétitifs, cela implique de se forger une solide réputation et de s'assurer du niveau élevé de confiance et de satisfaction du public afin d'attirer et de fidéliser la clientèle.

¹ D'après Porteous (2006), la banque à distance est soit additionnelle soit transformationnelle. Elle est additionnelle lorsqu'elle élargit simplement la gamme des produits offerts ou qu'elle offre davantage de commodités à la clientèle existante des institutions financières classiques. Elle est transformationnelle lorsqu'elle vise à étendre cette offre à des clients auxquels des services financiers traditionnels ne peuvent être fournis de façon rentable par l'intermédiaire d'agences.

Mais comment atteindre ces objectifs de proportionnalité et d'efficacité ? Sur quelles priorités, sur quel compromis doivent se concentrer les décideurs, les autorités de réglementation et de supervision ? En dépit d'un intérêt croissant et de nombreuses actions sur le plan réglementaire, rares sont les publications portant sur la protection des consommateurs de services de banque à distance. Cette *Note Focus* cherche à éclaircir ces questions, à partir des travaux actuels du CGAP sur la banque à distance. Elle fait le point sur les cadres institutionnels et réglementaires mis en place pour la protection financière des consommateurs dans quatre pays – le Brésil, l'Inde, le Kenya et le Pérou – et s'inspire des expériences d'autres pays comme les Philippines, l'Afrique du Sud, la Russie, la Colombie et le Mexique, ainsi que des recherches récentes sur le vécu des consommateurs. Dans la mesure où le contexte propre à chaque pays réclame une approche particulière, notre but n'est pas de dicter des mesures uniformes ; cette *Note Focus* discute plutôt des objectifs stratégiques et des options réglementaires qui permettraient d'atteindre ces objectifs.

Quelles sont les inquiétudes à l'origine de la réglementation de la protection des consommateurs dans la banque à distance ?

Portfolios of the Poor (Collins, Morduch, Rutherford et Ruthven, 2009) montre comment les pauvres peinent à gérer les aspects financiers de leur vie étant donné l'absence de services adaptés à la faiblesse, l'extrême variabilité et l'incertitude de leurs revenus. L'étude soutient avec force l'innovation et le développement de services financiers appropriés pour les pauvres. À ce jour, l'expérience a montré que les modèles de banque à distance ont un rôle à jouer dans la fourniture de meilleurs services, plus sûrs et plus fiables que ceux habituellement proposés aux pauvres².

Certaines autorités de réglementation peuvent avoir le sentiment que la prestation de services financiers par les canaux de la banque à distance et des fournisseurs non bancaires comporte un risque plus élevé que la banque traditionnelle. Pourtant, dans le cas de M-PESA au Kenya, un modèle économique innovant a émergé et s'est développé rapidement et de manière sûre, en l'absence d'un cadre élaboré de protection des consommateurs. Cela remet en cause la perception du risque et l'hypothèse selon laquelle de véritables règles de protection des consommateurs sont un prérequis au développement sain de la banque à distance³. Le cas du Kenya suggère que certains prestataires peuvent avoir leurs propres raisons (non réglementaires) – comme la réputation et la nécessité de construire une relation de confiance sur le marché pour un nouveau service – pour agir de façon responsable. M-PESA et d'autres prestataires semblables ont offert leurs services en toute transparence et ont adopté des garde-fous pour protéger les consommateurs, même ceux qui avaient peu ou pas d'expérience avec des prestataires formels.

Dans un premier temps, les autorités de réglementation peuvent aligner les objectifs stratégiques sur les incitations qui poussent les prestataires à adopter un comportement responsable. Plutôt que de mettre au point des règles précises, elles peuvent privilégier la sélection des prestataires à l'entrée, surveiller le marché pour déceler d'éventuelles préoccupations concernant la protection des consommateurs, et interagir de manière rapprochée avec les précurseurs si des problèmes se présentent. Cette approche peut être particulièrement adaptée dans les premiers stades de développement du marché et dans les pays à faible accès, où les contraintes de capacité et les coûts d'opportunité liés à la réglementation et à la supervision sont susceptibles d'être plus élevés. Néanmoins, avec la croissance du marché, le nombre d'utilisateurs se multiplie (parfois très rapidement⁴), et de nouveaux prestataires apparaissent : une action réglementaire devient alors indispensable.

2 Jusqu'à présent, les services disponibles par l'intermédiaire des modèles de banque à distance se limitent essentiellement aux paiements et aux transferts d'argent.

3 D'après Lyman, Pickens et Porteous (2008), la réglementation pour la protection des consommateurs est une question « ultérieure » dans la banque à distance, qui est importante pour son succès et sa durabilité, tandis que la souplesse des mesures contre le blanchiment d'argent et l'autorisation d'utiliser des détaillants sont des conditions préalables à l'émergence de la banque à distance transformationnelle.

4 M-PESA a par exemple vu le nombre de ses usagers passer de 0 à plus de 12 millions en moins de quatre ans, dépassant ainsi rapidement le nombre total de détenteurs d'un compte bancaire au Kenya.

Il est nécessaire de fixer des normes minimales communes pour tous les prestataires proposant des services similaires et d'encourager l'émergence d'une concurrence saine sur le marché. Les leaders du marché, comme M-PESA, pourraient se charger de mettre au point des normes de conduite qui deviendraient ensuite des règles. Ces normes faciliteraient alors une surveillance plus cohérente de la part des autorités financières et de protection des consommateurs.

Dans certaines juridictions, les autorités de réglementation et les décideurs politiques peuvent préférer agir précocement afin d'assurer une sécurité juridique suffisante pour les investisseurs privés. Ils peuvent également subir des pressions de la part d'autres acteurs, comme des responsables politiques ou des organismes de défense des consommateurs. Bien souvent, la véritable question n'est pas de savoir si la réglementation est nécessaire ou non, mais *comment* et *quand* réglementer la protection des consommateurs. Ce document vise à conseiller ceux qui, quelles que soient leurs motivations, sont dans un processus de planification, d'ébauche ou de révision de leur réglementation. L'objectif est d'identifier les risques pour les consommateurs et de voir comment ils peuvent être gérés et conciliés avec des objectifs d'inclusion financière.

Entre innovation et protection : objectifs stratégiques et options réglementaires

La banque à distance n'est pas une nouveauté⁵. Ce qui est nouveau, c'est la rapidité de l'expansion de ces services à un grand nombre de personnes à faibles revenus et auparavant non bancarisées, qui passent souvent directement des services

informels aux transactions électroniques proposées par des prestataires formels. Trouver un juste milieu entre ouverture à l'innovation et protection des consommateurs peut exiger des approches et des règles différentes de celles employées d'habitude, dans la mesure où les autorités de réglementation sont susceptibles d'assister à l'émergence de nouveaux accords commerciaux fondés sur des principes économiques différents.

Du point de vue de la réglementation et de la supervision, les principaux risques de la banque à distance viennent du recours massif à l'externalisation – et plus précisément aux détaillants⁶ – et aux nouvelles technologies, comme les téléphones mobiles. Il est intéressant d'observer de quelle manière le Comité de Bâle fait le lien entre l'externalisation et les risques pour le consommateur, dans la mesure où les autorités de supervision du monde entier adoptent les directives de Bâle dans leurs fonctions de surveillance.

Le cadre présenté dans le Tableau 1 illustre comment les autorités de réglementation et de supervision peuvent évaluer les risques créés par les nouvelles entreprises s'appuyant sur l'externalisation et ayant le potentiel de se développer rapidement. Quand et comment réglementer ? Cette décision sera plus précise si elle est prise en connaissance de cause, premièrement, après analyse des motivations des prestataires dans l'adoption de pratiques commerciales acceptables et, deuxièmement, après observation des véritables problèmes des consommateurs⁷.

Les problèmes des consommateurs identifiés dans notre étude⁸ correspondent à sept objectifs stratégiques (voir Figure 1). Les priorités, ainsi que

5 Ainsi, le Comité de Bâle sur le contrôle bancaire (CBCB) publie des avis sur la banque électronique depuis 1998 et le Comité sur les systèmes de paiement et de règlement (CSPR) en fait autant depuis 1996.

6 Tous les types d'externalisation n'impliquent pas le recours à des détaillants, mais le recours à des détaillants est un type d'externalisation. Les tierces parties impliquées dans la prestation de services, comme les points de vente, peuvent relever de différents statuts. Le terme « détaillant » est employé dans cette *Note Focus* comme traduction du terme anglais « agent » pour désigner tout type d'externalisation des activités de relation client à des tierces parties, que ce soit par l'intermédiaire d'une relation formelle de mandataire, d'une coentreprise ou de tout autre type d'accord commercial.

7 Les données concernant l'expérience des clients dans la banque à distance transformationnelle sont limitées. Les autorités nationales peuvent combler ces lacunes en collectant des informations sur les plaintes (ce qui peut demander, dans certaines juridictions, une collaboration avec les agences de protection des consommateurs), en menant des enquêtes et autres études qualitatives auprès des consommateurs, en organisant des évaluations mystères et en adoptant des pratiques très simples, comme surveiller les signes de stress ou de problèmes significatifs dans les médias locaux.

8 Il s'agit d'une synthèse des problèmes et risques courants observés ou perçus par les autorités de réglementation, les sociétés financières et les organismes de protection des consommateurs au Kenya, au Brésil, en Inde et au Pérou. Ces informations ont été recueillies essentiellement au cours d'entretiens. Veuillez noter que le système des détaillants est employé dans les quatre pays, tandis que les modèles fondés sur l'utilisation des téléphones mobiles ne prédominent qu'au Kenya.

Tableau 1. Risques liés à l'externalisation et problèmes potentiels pour les consommateurs d'après le Comité de Bâle sur le contrôle bancaire

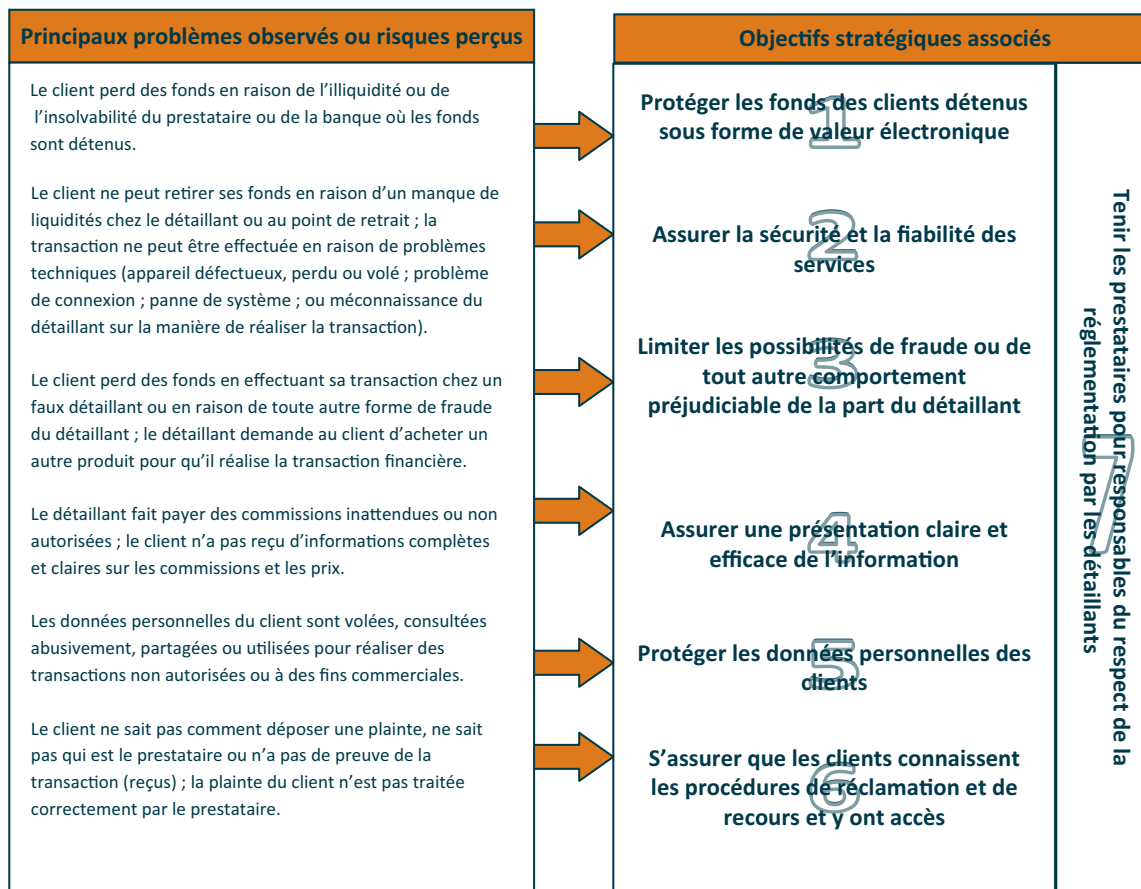
Risques liés à l'externalisation (sélection)	Principaux problèmes (sélection)
Risque stratégique	<ul style="list-style-type: none"> -Échec dans la mise en œuvre d'un contrôle adapté du prestataire externe -Possibilité que la tierce partie mène des activités pour son propre compte qui ne sont pas cohérentes avec les objectifs stratégiques globaux de l'entité réglementée
Risque de réputation	<ul style="list-style-type: none"> -Mauvaise qualité des services fournis par la tierce partie -Relation client non conforme aux normes globales de l'entité réglementée -Pratiques de la tierce partie non conformes aux pratiques annoncées (éthiques ou autres) de l'entité réglementée
Risque de conformité	<ul style="list-style-type: none"> -Non-respect des lois relatives à la vie privée -Mauvais respect des lois relatives aux consommateurs et des lois prudentielles
Risque opérationnel	<ul style="list-style-type: none"> -Défaillances technologiques -Fraude ou erreur

Source : CBCB (2005).

L'approche concernant la mise en œuvre des mesures réglementaires et non réglementaires pour parvenir à chaque objectif, différeront d'un pays à l'autre, en fonction des modèles émergents et des types de

services proposés, du cadre prudentiel, du niveau de développement du système financier et des alternatives offertes aux consommateurs à faibles revenus et non bancarisés.

Figure 1. Problèmes observés ou risques perçus et objectifs stratégiques associés



1. Protéger les fonds des clients détenus sous forme de valeur électronique

La protection des fonds des clients est une priorité pour toute autorité de réglementation financière, dans la mesure où la perte de fonds peut avoir de graves conséquences pour les clients ainsi que pour la confiance du public dans les systèmes financiers. Les banques ont donc généralement l'obligation de respecter des règles prudentielles conçues pour assurer la stabilité du système dans son ensemble ainsi que la protection des déposants. Les dépôts bancaires sont également couverts par des assurances dans de nombreuses juridictions. En outre, les gouvernements peuvent fournir une garantie implicite aux déposants, notamment dans le cas de banques qui occupent une place importante dans le système financier. Cependant, dans les modèles de banque à distance émergents, des prestataires non bancaires peuvent collecter des fonds en échange d'une valeur électronique stockée, et ce sans être assujettis à toutes les règles prudentielles imposées aux banques. Par ailleurs, il existe des modèles où les fonds du client, bien que déposés sur un compte bancaire, ne relèvent pas de la même réglementation que celle applicable aux dépôts bancaires⁹. Dans ces conditions, comment les fonds des clients peuvent-ils être protégés ?

Les pays disposant des modèles de banque à distance les plus importants ont choisi diverses approches pour gérer et protéger les fonds des clients. Aux Philippines, les soldes des comptes Smart Money sont déposés au nom du client dans une banque commerciale, mais ils sont considérés comme des dettes à court terme sur les livres de la banque et non comme des dépôts. Ainsi, même s'il est fondé sur la banque, ce modèle bénéficie d'un

statut réglementaire différent de celui des dépôts bancaires. Dans le même pays, les soldes de comptes G-Cash sont déposés sur des comptes communs dans plusieurs banques, au nom du prestataire¹⁰. En Russie, les services de stockage de valeur sur Internet ne respectent actuellement aucune norme pour la protection des fonds des clients¹¹. Les fonds collectés par M-PESA, que les clients utilisent de plus en plus comme un mécanisme d'épargne à court terme (Collins 2010), sont déposés sur des comptes communs en fiducie dans plusieurs banques commerciales, au bénéfice des clients. Cependant, aucun système n'existe pour que les clients puissent réclamer leurs actifs fiduciaires (dans le cas, par exemple, d'une insolvabilité).

Lorsque les sommes stockées électroniquement ne sont pas considérées comme des dépôts bancaires ou ne sont pas au nom du client, la réglementation peut protéger ces fonds par des mesures complémentaires ou alternatives. Et même si les approches doivent s'adapter à la particularité de chacun des modèles commerciaux et des contextes, toute réglementation devrait au moins mettre en place des règles simples et claires qui assurent les principes suivants :

- **Liquidité des fonds** – par exemple, en exigeant des prestataires qu'ils disposent sur un compte bancaire de l'équivalent de la valeur électronique émise ; en n'autorisant l'investissement des fonds que dans des actifs peu risqués, extrêmement liquides ; et en interdisant l'utilisation des fonds à des fins autres que les retraits et virements réalisés à la demande du client.
- **Propriété des fonds** – par exemple, en imposant que les comptes sur lesquels les fonds sont déposés soient des comptes individuels au nom des clients, ou des comptes communs fiduciaires au bénéfice

⁹ Les services dont il est question dans cette section s'apparentent à l'« argent électronique » dans certaines juridictions, mais il n'existe pas de définition largement acceptée de l'argent électronique. Cette section se concentre sur les services basés sur des comptes fournis par des établissements non financiers (des fonds confiés par des usagers à un établissement non bancaire pour être convertis en valeur électronique liée à un compte émis par l'établissement non bancaire) ainsi que sur les modèles où les comptes sont émis par des banques mais où les fonds ne sont pas considérés comme des dépôts bancaires à des fins réglementaires. Ces valeurs électroniques peuvent être utilisées pour des achats ou en l'échange de services fournis par des tierces parties en dehors du réseau propre à l'émetteur (ainsi, les cartes cadeaux ne sont pas comprises), ainsi que pour des virements entre pairs. En outre, bien qu'étant importante pour les réglementations relatives aux instruments de stockage de valeur électronique, la définition d'un dépôt bancaire, qui varie selon les pays, dépasse la portée de cette *Note Focus*. L'hypothèse de départ de cette section est que les fonds à l'origine de la valeur électronique ne relèvent pas de la même réglementation que les dépôts bancaires.

¹⁰ Smart Money et G-Cash sont des comptes prépayés liés à une carte SIM de téléphone mobile, proposés par des sociétés non financières aux Philippines. Voir CGAP « Update on Regulation of Branchless Banking in the Philippines », janvier 2010, <http://www.cgap.org/p/site/c/template.rc/1.11.1772>.

¹¹ Voir CGAP « Update on Regulation of Branchless Banking in Russia, janvier 2010 », http://www.cgap.org/gm/document-1.9.42403/Updated_Notes_On_Regulating_Branchless_Banking_Russia.pdf.

des clients ; en interdisant aux prestataires d'utiliser les fonds comme garanties ; et en proposant une protection juridique contre les autres créanciers dans le cas d'une insolvabilité de l'émetteur ou de la banque où les fonds sont déposés.

Ainsi, la directive européenne sur la monnaie électronique (2009) exige des émetteurs qu'ils protègent les fonds de leurs clients soit¹² (i) en les distinguant des autres fonds et en les déposant sur un compte séparé dans une banque, ou en les investissant dans des actifs liquides à faible risque (en outre, les fonds doivent être protégés des autres créanciers, en particulier dans le cas d'une insolvabilité de l'émetteur), soit (ii) en couvrant les fonds par une police d'assurance ou une garantie comparable. La Malaisie, l'Afghanistan, le Cambodge, l'Inde, l'Indonésie et les Philippines, entre autres, ont mis en place des règles pour les produits de stockage de valeur électronique émis par des prestataires non bancaires avec des dispositions similaires à celles de la directive européenne sur la monnaie électronique. Certaines réglementations prévoient un montant maximal de valeur électronique par prestataire et par client, afin de limiter le risque de pertes de fonds.

En plus de protéger les fonds des clients en assurant la liquidité et la propriété, la réglementation peut également définir des normes minimales pour le remboursement des fonds afin d'éviter des restrictions excessives imposées aux clients, y compris dans le cas d'une résiliation du contrat ou de l'insolvabilité du prestataire ou de la banque dépositaire des fonds. La directive européenne sur la monnaie électronique (2009) exige par exemple que les contrats stipulent clairement et de façon évidente les conditions de remboursement, y compris l'application de commissions, et limite à quelques cas précis les frais appliqués au remboursement.

Pour trouver le bon dosage réglementaire, les autorités de réglementation devraient passer par une phase d'expérimentation et conserver une

certaine souplesse jusqu'à ce que les modèles de services émergents soient mieux compris, afin d'être en mesure de définir des règles qui répondent de manière appropriée aux problèmes de protection des fonds¹³.

2. Assurer la sécurité et la fiabilité des services

L'un des défauts propres aux services financiers informels réside dans le manque de fiabilité et de continuité à long terme. Les prestataires formels ont des incitations plus claires à proposer des services plus fiables et plus sûrs. Les mécanismes fondés sur les nouvelles technologies peuvent permettre d'atteindre cet objectif. D'après les informations recueillies dans les quatre pays étudiés, les problèmes techniques (dysfonctionnements d'un appareil et autres erreurs se produisant au cours d'une transaction) ne sont pas un gros problème dans la banque à distance. De même, les recherches sur le vécu des consommateurs au Brésil montrent que moins de 5 % des usagers ont fait une erreur en réglant la mauvaise facture à un détaillant, ont envoyé de l'argent sur un mauvais compte, ou ont remarqué qu'un paiement ou un dépôt n'avait jamais été traité ou reçu (Collins 2010). Moins de 0,1 % des clients de M-PESA au Kenya ont rapporté avoir perdu de l'argent en l'envoyant à quelqu'un et la plupart des clients disent penser que leur argent est en sécurité avec M-PESA (Collins 2010). Le manque d'espèces dans les points de retrait ne semble pas être un problème très répandu à l'heure actuelle, d'après nos études dans les pays concernés. En outre, il semblerait que les clients à faibles revenus soient prêts à tolérer des ruptures de liquidités occasionnelles en échange d'une continuité dans le service à long terme et des avantages d'un réseau étendu¹⁴.

Dans certains pays (en Colombie et au Mexique, par exemple), les autorités de réglementation ont créé des règles particulières pour assurer la fiabilité des réseaux de détaillants, en exigeant par exemple que

¹² Directive 2009/110/CE. Voir aussi Directive 2007/64/CE (Directive sur les services de paiement).

¹³ La question de l'applicabilité des assurances dépôt à une valeur électronique stockée émise par des établissements non financiers est toujours d'actualité. Pour une analyse plus approfondie de la protection des fonds dans l'émission de monnaie électronique non bancaire, voir Kumar, McKay et Rotman (2010).

¹⁴ Le manque de liquidités n'est pas un problème propre à la banque à distance transformationnelle, dans la mesure où, dans certaines juridictions, les distributeurs automatiques et même certaines agences peuvent parfois se retrouver à court de liquidités.

les transactions des détaillants s'effectuent en ligne et en temps réel. D'autres pays, comme le Brésil, peuvent imposer les mêmes obligations à travers les examens de supervision, sans toutefois mettre en place une nouvelle réglementation. En Colombie, les détaillants doivent afficher un panneau informant les clients que les retraits dépendent de la disponibilité des espèces. Lorsque des règles prescriptives (comme le fait d'exiger l'utilisation d'un certain équipement par le détaillant) sont jugées nécessaires, les autorités de réglementation doivent évaluer leur impact sur la capacité et la motivation des prestataires existants et potentiels de servir des clients à faibles revenus. En effet, des règles détaillées ajoutent en général de la complexité, de la rigidité, voire de la confusion parmi les acteurs du secteur et les autres parties prenantes, comme les décideurs politiques et les associations de consommateurs.

Autre sujet de préoccupation classique des autorités de réglementation : la sécurité physique. Au Brésil, par exemple, les détaillants doivent déposer les espèces reçues des clients dans une agence bancaire au moins un jour ouvrable sur deux. Le but est de limiter l'accumulation d'espèces qui peut conduire à des vols par des tiers, voire par le détaillant lui-même. L'autorité de réglementation mexicaine, en exigeant que chaque transaction du détaillant soit faite sur son propre compte dans la banque avec laquelle le contrat est établi, ne réduit pas le risque de vol par une tierce partie, mais élimine celui de voir le détaillant s'approprier à tort les liquidités accumulées, puisque celles-ci lui appartiennent. La mesure la plus simple pour limiter l'accumulation d'espèces et les risques associés pourrait être d'exiger des prestataires qu'ils imposent des limites de transaction quotidiennes et mensuelles pour chaque détaillant et chaque client. Quoi qu'il en soit, les autorités de réglementation devraient éviter de définir des normes de sécurité physique semblables à celles imposées aux agences bancaires, dans la mesure où cela pourrait avoir des conséquences importantes sur la viabilité du service et donc sur son accessibilité.

Par ailleurs, les détaillants peuvent se révéler incapables de réaliser des transactions financières de manière satisfaisante, de donner des conseils ou de faciliter les recours, tout ce la pouvant engendrer des

plaintes des consommateurs, généralement classées dans la catégorie « mauvais service » dans les pays étudiés. Les attentes des clients (et des associations de consommateurs) devraient être gérées par les prestataires, parce qu'on ne devrait pas demander aux détaillants de réaliser les mêmes tâches et de disposer des mêmes connaissances qu'un employé de banque. La réglementation devrait se limiter à exiger des détaillants qu'ils soient qualifiés et formés pour réaliser les fonctions externalisées, sans imposer de règles trop lourdes pour leur sélection, leur approbation et leur formation. Une mesure plus efficace consisterait à améliorer la classification des plaintes de consommateurs reçues et traitées par les organismes de supervision, afin de surveiller et de résoudre les problèmes des consommateurs inhérents à certains canaux de prestation comme les détaillants. Les prestataires eux-mêmes ont intérêt à disposer de détaillants qualifiés et formés pour réduire les coûts liés au turnover, à la fraude ou à la gestion des plaintes, par exemple.

Les autorités de réglementation devraient exiger des prestataires qu'ils assurent la fiabilité, la continuité et la sécurité de leurs services et de leurs canaux, sans toutefois imposer des technologies, des systèmes et des procédures particuliers. Elles devraient également respecter les principes existants sur l'externalisation, dans la mesure où ces principes sont pertinents et adaptés aux modèles transformationnels. Une réglementation efficace se fonde sur le suivi constant des problèmes qui se posent aux consommateurs. En outre, l'autorité de supervision doit avoir la capacité d'examiner les politiques et systèmes adoptés par tous les prestataires pour assurer la fiabilité, la sécurité et la continuité, et doit avoir le pouvoir d'imposer rapidement des actions correctives, y compris dans le cadre d'accords d'externalisation.

La continuité sur le long terme est extrêmement valorisée par les usagers des services financiers. Cette continuité peut être menacée par des problèmes liés aux modèles commerciaux qui entament la confiance des clients (par exemple, des plateformes techniques inadaptées) ou par des forces s'exerçant hors du champ de compétences des autorités de réglementation financière. Ainsi, au Brésil, les syndicats vont au tribunal pour demander

l'égalité des salaires entre les employés de banque et les détaillants. Un projet de loi vise à imposer aux détaillants les mêmes exigences de sécurité physique qu'aux agences bancaires. En outre, l'agence de santé brésilienne a proposé d'interdire aux pharmacies (l'un des principaux types de détaillants dans le pays) de signer des contrats de détaillants. Si elles passaient, ces mesures pourraient sérieusement réduire l'intérêt commercial du recours aux détaillants et laisser des millions de clients sans moyen pratique pour réaliser leurs transactions financières.

3. Limiter les possibilités de fraude ou de tout autre comportement préjudiciable de la part du détaillant

Dans tous les pays étudiés pour cette *Note Focus*, des cas de fraude ou de mauvaise conduite de la part de détaillants ont été rapportés. Ainsi, au Brésil, des cas de « barattage financier » ont été identifiés (des individus employés par le détaillant proposent des crédits à des retraités, puis revendent le prêt plusieurs fois à différentes banques sans l'accord du client, pour générer des commissions supplémentaires¹⁵). Les détaillants peuvent orienter les clients vers certains produits pour maximiser leurs commissions, sans tenir compte des besoins des clients (Banque centrale du Brésil, 2007). Néanmoins, la fréquence de ces problèmes reste relativement faible. Ils peuvent résulter de la capacité limitée (ou de l'absence de volonté, étant donné le coût que cela représente) du prestataire à superviser un grand nombre de détaillants.

La mesure qui serait probablement la plus efficace pour diminuer la fréquence et les conséquences pour les consommateurs d'un comportement préjudiciable des détaillants consisterait à exiger des prestataires qu'ils les sélectionnent, les forment et les surveillent. Il faut veiller à ne pas définir de normes minimales susceptibles d'entraver l'investissement dans de larges réseaux de détaillants (par exemple, en fixant un capital minima légal pour devenir détaillant). Même si la réglementation n'est pas explicite sur ce point,

les prestataires sont fortement incités à sélectionner et à surveiller leurs détaillants (autrement que pour le simple bénéfice de leur activité) lorsqu'ils sont tenus pour responsables du respect de la réglementation en vigueur par ces détaillants. Cette responsabilité s'étend à la réponse aux plaintes des consommateurs liées aux transactions et aux agissements, même frauduleux, des détaillants (ce point est davantage développé dans la discussion sur l'objectif stratégique n° 7). Quoi qu'il en soit, les autorités de supervision doivent examiner les procédures et contrôles internes du prestataire visant à identifier, évaluer et limiter ces risques, et s'assurer que des systèmes sont en place pour gérer les plaintes des consommateurs liées aux agissements des détaillants.

Cependant, il existe des situations dans lesquelles le prestataire n'a clairement pas à être tenu pour responsable, notamment dans le cas de « faux détaillants » (c'est-à-dire des établissements commerciaux ou des personnes qui prétendent réaliser des transactions financières pour le compte du prestataire). Des exemples ont été rapportés du Brésil et du Pérou¹⁶, et, bien que peu fréquents, ce sont des cas qui peuvent être sérieux du point de vue de la protection des consommateurs, dans la mesure où le prestataire ne couvrira pas la perte – et n'a pas à le faire. Le rôle de la réglementation dans la réduction de ce risque est assez limité, mais les initiatives (prises par les autorités de réglementation, les décideurs politiques, la société civile et/ou les acteurs du secteur) de sensibilisation des consommateurs peuvent avoir un plus grand effet. Des clients qui savent que chaque transaction doit aboutir à un reçu et qui ont appris comment vérifier qu'un détaillant est agréé sont, par exemple, moins susceptibles d'être trompés par un faux détaillant¹⁷.

4. Assurer une présentation claire et efficace de l'information

La banque à distance transformationnelle peut accroître les asymétries d'information lorsqu'elle implique de multiples entités facturant des

¹⁵ Entretien avec l'Association des banques commerciales brésiennes, novembre 2008.

¹⁶ Entretiens avec des banques privées, des associations de banques et les autorités de réglementation bancaire au Brésil et au Pérou, 2007, 2008 et 2009.

¹⁷ L'application de la loi a bien évidemment un rôle important à jouer pour la disparition de ces méfaits, mais elle est faible dans beaucoup de pays où la banque à distance transformationnelle se met en place.

commissions diverses pour leurs services. Il est alors difficile pour le client d'estimer le coût final d'une transaction financière. Ainsi, un transfert de fonds basé sur des SMS peut s'accompagner d'une commission pour la banque et d'une autre pour l'opérateur de téléphonie mobile. Il peut aussi arriver que les détaillants, délibérément ou non, ne communiquent pas entièrement le prix ou imposent des commissions non autorisées.

Les approches choisies pour remédier à ces problèmes varient selon les pays. Le Brésil et le Mexique imposent aux détaillants des règles spécifiques en matière de transparence des prix (comme afficher la liste des prix), tandis que l'Inde et le Pérou incluent ces principes à la réglementation générale sur la protection des consommateurs. En Inde et au Brésil, les détaillants ne sont pas autorisés à facturer directement des commissions aux clients. Les banques peuvent, en revanche, faire payer davantage pour une transaction réalisée par l'intermédiaire d'un détaillant que par l'intermédiaire d'une agence, à condition que le client en soit informé. La réglementation doit imposer que les contrats soient formulés dans un langage aussi simple et concis que possible et qu'ils incluent l'ensemble des frais et commissions.

Au Pérou, au Brésil, en Colombie et au Mexique, les détaillants ne doivent pas se contenter de présenter leurs frais et commissions : ils doivent aussi indiquer leur statut d'agent affilié à une institution financière agréée. Pour ce faire, ils ont recours à des panneaux affichés dans leurs locaux, à des documents marketing ainsi qu'aux reçus qui présentent des informations sur chaque transaction. En cas de problème, ces démarches aident les consommateurs à identifier l'entité responsable, facilitant ainsi la procédure de dépôt de plainte.

Les autorités de réglementation doivent également considérer la manière dont les prestataires communiquent les caractéristiques de leurs produits aux clients, notamment dans le cas des services de stockage de valeur électronique. Si le client perd le support (téléphone mobile ou carte prépayée, par exemple), il peut en résulter ou non une perte des fonds selon les modèles. Les autorités de

réglementation doivent prendre en compte ces différences lorsqu'elles élaborent les directives de publication de l'information.

Parfois, les prestataires vont au-delà des critères minimaux imposés pour s'assurer que les clients comprennent les nouveaux services, et ce à des fins commerciales propres. Par exemple, BCP, la plus grande banque du Pérou, distribue aux consommateurs, sans y être obligée formellement, des documents expliquant les services offerts par ses détaillants. Au Brésil, les banques ont recours à des vidéos diffusées dans leurs agences, dans des ascenseurs et des bus pour attirer l'attention sur les détaillants et leur mode de fonctionnement.

5. Protéger les données personnelles des clients

Les données sur les personnes et les transactions étant de plus en plus transmises via des systèmes tels que les réseaux de téléphonie mobile, traitées par des tiers tels que des détaillants et consultées à distance par les clients et les employés des institutions financières, le risque d'accès et d'utilisation abusifs augmente. En dehors des aspects techniques, le manque d'éducation et d'expérience des consommateurs en matière de services financiers formels et de technologie peut présenter des risques pour la sécurité des données. Ainsi, selon une étude menée par Morawczynski et Pickens (2009), certains clients de M-PESA communiquaient leurs mots de passe aux détaillants. Si rien n'indique que cette pratique ait conduit à des pertes de fonds ou à un emploi abusif de données personnelles, le risque pourrait être considérable.

Un bref examen des dispositions relatives à la confidentialité des données et au secret bancaire dans les pays en développement révèle toute une mosaïque de règles édictées par des organismes divers dont les compétences se chevauchent (Lyman, Pickens et Porteous, 2008). À titre d'exemple, pour illustrer les différences selon les pays, les règles relatives au secret bancaire s'appliquent explicitement aux détaillants au Brésil, au Pérou, en Colombie et au Mexique, mais pas en Inde (les prestataires y sont toutefois tenus pour responsables des actions et

omissions de leurs détaillants à tous les niveaux, y compris en matière de secret bancaire). Le Pérou et l'Inde disposent de règles de confidentialité des données, tandis que le Brésil n'en a pas. Le Pérou, l'Inde et les Philippines imposent aux prestataires de former leurs détaillants au secret bancaire, aux normes de lutte antiblanchiment et au principe de confidentialité des données. Au Kenya, en revanche, il n'existe pour l'instant aucune disposition s'appliquant aux détaillants des prestataires de services de paiements mobiles tels que M-PESA. La réglementation en matière de sécurité des données est large et précise au Mexique et en Colombie, peu développée au Brésil.

La définition et la mise en application des règles de confidentialité et de sécurité des données exigent un certain niveau de coordination entre les autorités de supervision et de réglementation. En effet, la banque à distance couvre différents secteurs comme ceux de la banque et des télécommunications. Les réglementations doivent être suffisamment cohérentes et strictes pour que les prestataires soient tenus pour responsables de la confidentialité des données. Ceux-ci doivent répondre de toute atteinte à la vie privée et de tout usage abusif des données des clients. Les détaillants doivent également assumer cette responsabilité, même si les fournisseurs doivent être les premiers à résoudre les réclamations des consommateurs dans ce domaine (ce point est davantage développé dans la discussion sur l'objectif stratégique n° 7). La réglementation doit en outre adopter une position neutre sur le plan technologique dans la mesure où imposer des normes et protocoles spécifiques au sein d'un secteur en rapide croissance entraverait l'innovation. Toute exigence spécifique ne doit être imposée que pour corriger des problèmes identifiés au niveau d'activités existantes.

Il faut parvenir à améliorer la sécurité des données, tout en limitant les coûts de façon à ce que les transactions financières de faible valeur restent rentables. Le segment inférieur du marché peut nécessiter de recourir à des technologies un peu moins sûres que d'autres, et ce pour assurer leur disponibilité (par exemple, des fonctions

de sécurité pouvant être mises en œuvre sur des téléphones mobiles moins coûteux) et leur simplicité d'utilisation (par exemple, des interfaces convenant pour les clients à faibles revenus¹⁸). Par ailleurs, les préoccupations en matière de confidentialité peuvent entraver les transmissions de données transfrontalières, empêchant les prestataires d'offrir des services de transfert d'argent internationaux plus rapides et plus fiables par le biais de canaux électroniques. La plupart du temps, les prestataires et les autorités de réglementation réussiront à s'entendre sur des plateformes technologiques et des modèles économiques dont les objectifs concordent. Pour y parvenir, ils doivent toutefois mener un dialogue ouvert, notamment lorsque des obstacles réglementaires importants doivent être surmontés.

En tout état de cause, la réglementation n'élimine pas les risques liés à la sécurité et à la confidentialité. Les organismes de supervision doivent évaluer les systèmes de gestion et d'atténuation des risques des prestataires ainsi que leurs procédures destinées à traiter les atteintes à la vie privée et à la sécurité des données. Dans des cas comme le Kenya, l'entité de réglementation collabore étroitement avec les prestataires pour les aider à identifier des systèmes et des solutions technologiques intégrées permettant de résoudre les problèmes constatés et potentiels des consommateurs. L'agence de supervision doit également vérifier les termes des contrats d'externalisation et de partenariat pour s'assurer que ceux-ci n'entravent pas la réactivité aux plaintes des consommateurs relatives à la confidentialité et à la sécurité des données, y compris lorsque des détaillants sont impliqués.

6. S'assurer que les clients connaissent les procédures de réclamation et de recours et y ont accès

Même lorsque les prestataires respectent la réglementation sur la protection des consommateurs et proposent des procédures de réclamation et de recours extrajudiciaires, les problèmes ne sont souvent pas simples à résoudre. Les mécanismes de recours existants peuvent être inefficaces, peu

¹⁸ Pour plus de détails à ce sujet, voir Ivatury et Mas (2008).

Encadré 1. Assurer la confidentialité et la sécurité des données – au-delà de la réglementation

Souvent, ce sont les clients eux-mêmes qui mettent en péril la confidentialité et la sécurité de leurs données. Prestataires, autorités de réglementation et décideurs devraient tous s'efforcer d'augmenter la prise de conscience parmi les consommateurs. Néanmoins, les prestataires sont peut-être ceux qui ont le plus intérêt à le faire, dans le cadre de leur propre stratégie commerciale. En Afrique du Sud, les « WIZZkids » (des jeunes qui promeuvent et vendent les services sur téléphone mobile offerts par WIZZIT, un établissement non bancaire) apprennent aux clients à utiliser le téléphone mobile pour réaliser des transactions financières. Au Pérou et en Inde, les prestataires rédigent les supports d'information dans les langues des minorités pour renseigner les clients sur le recours aux détaillants.

pratiques, peu diffusés ou inabordables. Autant d'inconvénients qui risquent d'être exacerbés si des détaillants tiers sont les seuls à faire l'interface avec les clients et si ces derniers ont moins d'éducation et d'expérience en matière de services financiers formels. Dans les pays étudiés, une voie courante de réclamation est le téléphone. Mais les centres d'appels semblent poser de nombreuses difficultés et peuvent être particulièrement pesants pour des clients à faibles revenus¹⁹. Les mécanismes de réclamation et de recours extrajudiciaires peuvent aussi être quasi inexistantes, comme en Russie, où, jusqu'à récemment, le réseau de plus de 250 000 terminaux de paiement automatique offrait rarement aux clients la possibilité de déposer des plaintes et de résoudre des problèmes²⁰.

Rendre les prestataires responsables du respect des règles en vigueur lorsqu'ils font appel à des intermédiaires est une étape importante pour garantir un recours efficace. Mais elle n'est pas suffisante.

Les réglementations peuvent définir des normes minimales en ce qui concerne les canaux et procédures internes de résolution de litiges. Certaines de ces normes devront être adaptées à la banque à distance. Par exemple, les voies de recours doivent être en adéquation avec les canaux de transaction. Si les seules interfaces avec les clients sont les téléphones mobiles et les détaillants, ces canaux doivent aussi pouvoir être utilisés pour déposer des réclamations²¹. Les prestataires doivent offrir au moins un canal gratuit (et efficace) de dépôt de réclamation à distance, tel qu'un numéro de téléphone gratuit. Selon le modèle commercial, d'autres canaux (des SMS, par exemple) peuvent être envisagés. Chaque transaction doit s'accompagner d'un reçu (électronique ou papier) mentionnant les détails la concernant. Celui-ci pourra ensuite être utilisé pour documenter des plaintes à des fins de résolution interne de litiges, au tribunal ou pour d'autres mécanismes de résolution. En Russie, les prestataires de services de paiement ayant recours à des terminaux électroniques n'avaient aucune obligation par le passé de produire des reçus. Aujourd'hui, chaque transaction doit s'accompagner d'un reçu indiquant des informations de base la concernant.

La réglementation peut également fixer des exigences minimales en ce qui concerne la publication des informations sur les mécanismes de recours (par exemple, imposer aux détaillants et aux autres points de transaction d'afficher des panneaux bien visibles indiquant le numéro de service clientèle du prestataire et d'autres informations permettant de se renseigner et de déposer des réclamations). Au Pérou, les clients doivent se rendre dans une agence pour savoir comment déposer une plainte. En Colombie et au Mexique, les détaillants sont tenus d'afficher les informations requises et, au Brésil, ils doivent indiquer en plus le numéro du médiateur de la banque²². Il convient de prêter

19 Entretiens avec des prestataires de services financiers et des autorités de réglementation au Brésil, au Pérou et au Kenya, décembre 2008.

20 Voir « Update on Regulation of Branchless Banking in Russia » du CGAP, janvier 2010, http://www.cgap.org/gm/document-1.9.42403/Updated_Notes_On_Regulating_Branchless_Banking_Russia.pdf.

21 La distance physique entre le prestataire légal des services et le client peut accroître la difficulté du recours. Néanmoins, dans certains cas, les détaillants peuvent jouer un rôle important et positif dans le service aux clients. Une manière courante de transmettre des plaintes à Safaricom est de faire appel aux détaillants M-PESA, qui les présentent souvent par téléphone au nom du client. Il est également arrivé que des détaillants M-PESA résolvent directement les réclamations et problèmes des clients. Dans de tels cas, les plaintes n'atteignent jamais le service clientèle du prestataire.

22 Au Brésil, le médiateur bancaire se présente sous la forme d'une unité spécialisée et indépendante dont toute société financière doit disposer. Cette unité a pour mission de résoudre les plaintes qui n'ont pas été réglées par le service clientèle et de proposer au conseil d'administration des améliorations sur la base de l'examen des plaintes des consommateurs. La Banque centrale du Brésil dispose d'un programme d'inspection spécifique pour suivre les performances des médiateurs bancaires.

attention au manque de clarté potentiel concernant l'applicabilité des normes de recours, notamment lorsque le prestataire est une société non financière. Par exemple, des opérateurs de réseau de téléphonie mobile offrant des services financiers peuvent faire valoir qu'une réglementation établie par un organisme de protection des consommateurs financiers (et non de télécommunications) ne s'applique pas à eux, quel que soit le type de service proposé. De plus, même si le champ d'application est bien défini, certaines règles préexistantes devront sans doute être clarifiées pour la banque à distance. Ainsi, si les textes exigent la publication des modes de recours dans les « locaux de la banque », cela inclut-il les détaillants ?

Enfin, les autorités de supervision doivent être capables d'évaluer les politiques et procédures de traitement des réclamations dans les sociétés placées sous leur tutelle et d'imposer à ces dernières les améliorations requises. Elles doivent surveiller les tendances en matière de plaintes de consommateurs dans le domaine de la banque à distance de manière à pouvoir identifier les faiblesses et toute nécessité d'action réglementaire. Au Pérou, au Brésil et au Mexique, les organismes de supervision demandent aux banques des rapports périodiques sur les plaintes relatives aux détaillants en vue d'aider à suivre les évolutions du marché et l'émergence de problèmes pour les consommateurs.

7. Tenir les prestataires pour responsables du respect de la réglementation par les détaillants²³

Le septième objectif stratégique est fondamental : s'il est atteint, il facilite la mise en œuvre des six objectifs précédents. Dans la mesure où de nombreux modèles de banque à distance transformationnelle font appel à des détaillants pour faire l'interface avec les clients, il est nécessaire de veiller à ce que les prestataires respectent la réglementation applicable comme s'ils étaient eux-mêmes directement fournisseurs du service. Parfois, les termes spécifiques de textes légaux et d'études sont interprétés par le secteur privé comme signifiant

Encadré 2. Obligation de responsabilité dans la directive européenne sur les services de paiement

Article 17 – « L'externalisation n'entraîne aucune délégation de la responsabilité de la direction générale ; la relation de l'établissement de paiement avec les utilisateurs de ses services de paiement et les obligations qu'il a envers eux en vertu de la présente directive ne sont pas modifiées. »

Article 18 – « Les États membres veillent à ce que les établissements de paiement déléguant l'exercice de fonctions opérationnelles à des tiers prennent des mesures raisonnables pour veiller au respect des exigences de la présente directive. Les États membres exigent que les établissements de paiement restent pleinement responsables des actes de leurs salariés, ou de tout agent, de toute succursale ou de toute entité vers laquelle des activités sont externalisées. »

que les prestataires sont responsables non seulement du respect de la réglementation, mais aussi de tous les actes, quels qu'ils soient, de leurs détaillants. D'un point de vue commercial et stratégique, cela n'est pas nécessairement vrai ni souhaitable. La responsabilité pour les détaillants revient simplement à limiter les possibilités pour les prestataires de contourner les réglementations applicables, y compris les règles de conduite. La réglementation brésilienne, par exemple, tient les sociétés financières pour « entièrement responsables des services fournis par des détaillants ». Plus précise, la réglementation colombienne stipule que le prestataire est « entièrement responsable envers le client pour les services offerts par l'intermédiaire du détaillant ». En pratique, les réglementations ont toutes la même signification : le prestataire ne peut pas refuser de traiter les plaintes concernant des détaillants facturant des commissions non autorisées pour recevoir des paiements ou obligeant les clients à acheter des produits pour réaliser une transaction financière.

Ce type de disposition réglementaire vise à établir qu'il n'y a qu'un seul prestataire légal des services, même si des tierces parties sont impliquées. Le prestataire

²³ Comme nous l'avons indiqué précédemment, le terme « détaillant » est employé dans cette *Note Focus* pour désigner tout type d'externalisation des activités de relation client à des tierces parties, que ce soit par l'intermédiaire d'une relation formelle de mandataire, d'une coentreprise ou de tout autre type d'accord commercial. La recommandation formulée dans cette section s'applique aussi aux cas où les tiers ne sont pas des « agents », au sens juridique du terme, de la société financière ou non financière pour le compte de laquelle ils interagissent avec les clients.

doit répondre aux plaintes des consommateurs en cas d'acte frauduleux du détaillant (par exemple, il ne doit pas passer outre la réglementation et se soustraire à sa responsabilité si le détaillant accède aux informations bancaires du client et retire de l'argent du compte de ce dernier). Évidemment, le prestataire peut engager un recours contre le détaillant. Néanmoins, le client doit pouvoir déposer une plainte auprès du prestataire, lequel doit être en mesure d'assurer la confidentialité et la sécurité des données. À titre d'analogie, prenons le cas d'une violation de la sécurité des données dans une société technologique gérant les données des clients pour le compte d'une banque. Si un criminel réussit à s'infiltrer dans la base de données de la société, peu de gens s'attendraient à ce que la banque donne pour instruction à ses clients de déposer une plainte contre la société au lieu d'assumer elle-même les pertes et d'engager un recours auprès du sous-traitant.

Si les prestataires ne sont pas tenus pour responsables de la conformité réglementaire des détaillants, la capacité des autorités de réglementation à atteindre les objectifs énoncés dans ce document risque d'être mise en péril. En effet, il devient alors difficile d'appliquer les règles visant à protéger les consommateurs lorsque des tiers sont impliqués dans la prestation de services. Dans ce cas, la surveillance des détaillants n'appartient plus à l'entité supervisée mais à l'organisme de supervision (avec des coûts de supervision nettement accrus) et aux consommateurs (avec des coûts sociaux beaucoup plus élevés, notamment quand il s'agit de clients à faibles revenus). Par conséquent, l'extension de la responsabilité du prestataire aux actions et omissions des détaillants est un principe fondamental dans l'externalisation de services financiers. Dans le cadre spécifique de la prestation de services de banque à distance, ce principe ne doit pas générer une responsabilité illimitée ni faire peser un trop lourd fardeau sur les prestataires. Comme pour d'autres types d'externalisation, les autorités de réglementation doivent s'assurer que des systèmes efficaces de gestion des risques sont en place et que les prestataires prennent des mesures appropriées (y compris des recours au nom des consommateurs)

lorsque des problèmes avec des détaillants sont détectés.

Garantir la responsabilité des prestataires par le biais de la réglementation (et mettre en œuvre les autres mesures indiquées dans ce document) ne signifie pas nécessairement imposer aux nouveaux modèles proposés par les sociétés non financières d'attendre qu'un cadre réglementaire complet soit en place. Prenons l'exemple du Kenya. Là-bas, l'autorité de réglementation a adopté une approche « test » pour permettre le développement d'un nouveau modèle de prestation de services. Safaricom n'était pas soumis aux règles de protection des consommateurs définies par les autorités de réglementation financières, et ses accords établissaient clairement qu'il n'était pas responsable des actes des détaillants M-PESA²⁴. Pourtant, Safaricom répond aux problèmes des consommateurs impliquant des détaillants. Apparemment, les coûts associés ne sont pas prohibitifs et les motivations commerciales se révèlent suffisamment fortes.

L'expérience du Kenya suggère-t-elle que les autorités de réglementation doivent s'abstenir d'édicter des règles de conduite (y compris de définir une responsabilité explicite du prestataire concernant les actes des détaillants) jusqu'à ce que le marché de la banque à distance soit plus développé ? Notre réponse est que, dans la plupart des cas, il y a des avantages à prendre des mesures de base dès le début ou à un stade précoce, et certainement à partir du moment où de multiples prestataires pénètrent le marché et où le service s'accroît. Ce type de réglementation sert trois buts : (i) prévenir les problèmes en définissant des normes minimales de pratique commerciale ; (ii) donner aux autorités de réglementation et aux consommateurs des outils juridiques pour résoudre les problèmes lorsqu'ils surviennent ; et (iii) créer des conditions équitables qui favorisent la concurrence et un développement sain du marché. Il s'agit là d'objectifs stratégiques essentiels. Qui plus est, aucune preuve n'indique que les coûts incombant aux prestataires pour assumer la responsabilité des actes des détaillants (dans la limite des fonctions externalisées) sont prohibitifs.

²⁴ L'accord de service entre Safaricom et les détaillants fournissant les services M-PESA ne crée pas de relation principal-agent au sens juridique du terme.

Safaricom, un opérateur de téléphonie mobile multinational détenu partiellement – au Kenya – par l'État kenyan, est fortement incité à protéger sa réputation et à traiter les clients de manière responsable en résolvant les problèmes causés par les détaillants M-PESA. Nombre d'autorités de réglementation seraient prêtes à autoriser un acteur de ce type à tester une nouvelle approche de la prestation de services sans cadre réglementaire complet, notamment du fait de son potentiel à servir les personnes non bancarisées. Mais considérons maintenant un scénario dans lequel l'« établissement pionnier » choisit d'agir de façon peu responsable en ce qui concerne les problèmes impliquant des détaillants. Si aucune règle de base n'est définie, l'autorité de réglementation n'aura guère de moyens juridiques à sa disposition pour faire reconnaître au prestataire sa responsabilité dans la mauvaise conduite ou les erreurs des détaillants. De plus, une stratégie fondée sur le risque de réputation du prestataire ainsi que sur l'engagement et l'action de persuasion de l'autorité de réglementation – plutôt que sur une responsabilité sans équivoque, laquelle fournit la base juridique pour d'autres protections réglementaires, dont des recours efficaces – risque de créer une tendance autorisant uniquement les grands acteurs (qui ont la réputation de protéger) à se lancer dans la banque à distance. Ainsi, au fil du temps, l'absence de règles de base pourrait engendrer involontairement une inégalité de traitement des prestataires proposant des services similaires et empêcher l'entrée d'acteurs de taille réduite susceptibles de proposer des modèles viables offrant un meilleur rapport qualité/prix aux consommateurs. Il peut aussi en résulter un phénomène d'« emprise » (*regulatory capture*) et d'arbitrage réglementaires²⁵. Une autre considération est que l'incertitude en matière réglementaire et juridique peut constituer un obstacle à l'entrée et à l'innovation.

Enfin, si l'obligation de responsabilité est un garde-fou pour les autorités de réglementation et de supervision, celles-ci doivent comprendre que, comme dans tout autre domaine réglementaire,

Encadré 3. Un cadre réglementaire inégal pour le recours à des détaillants

Au Kenya, les détaillants M-PESA ne sont soumis à quasiment aucune réglementation. Des directives récemment publiées permettent désormais aux banques sous contrôle prudentiel et à certains autres établissements financiers réglementés d'offrir des services bancaires via des détaillants. Ces directives prescrivent des normes minimale, telles que la responsabilité du prestataire pour le respect de la réglementation par les détaillants. Les nouvelles règles n'éliminent toutefois pas complètement le problème de l'inégalité de traitement. En effet, les sociétés non financières, comme Safaricom, continuent d'opérer en dehors d'un cadre réglementaire strict concernant la prestation de services de banque à distance, du moins tant qu'aucune réglementation spécifique n'existe pour ce type d'institutions.

le risque de non-respect n'est jamais totalement nul. Il est donc préférable que ces instances se concentrent sur les systèmes de gestion des risques des prestataires (qui permettent de détecter les problèmes chez les détaillants) ainsi que sur leurs mécanismes de résolution des problèmes et leurs performances en la matière.

Autorité légale de réglementer et de faire appliquer la protection des consommateurs dans le domaine de la banque à distance

Parmi les objectifs stratégiques et mesures réglementaires décrits ici, peu peuvent être poursuivis ou mis en œuvre efficacement s'il n'existe pas d'autorité légale de réglementation et de supervision des prestataires de banque à distance. C'est particulièrement vrai pour les entités non financières telles que les opérateurs de téléphonie mobile et les entreprises technologiques qui transmettent ou gèrent des détails sur les transactions.

Il est probable que certains modèles émergents se rangent dans une zone intermédiaire, entre les

²⁵ L'emprise réglementaire se produit lorsqu'une agence de réglementation agit en faveur d'intérêts particuliers d'acteurs du secteur qu'elle est censée réglementer. Elle a lieu lorsque des acteurs privés ayant des intérêts spécifiques réussissent à placer sous leur « emprise » le personnel ou les membres de la commission de l'agence de réglementation, de sorte que des politiques qui leur sont favorables soient instaurées. L'arbitrage réglementaire se produit lorsqu'une entité réglementée peut choisir le lieu, la forme institutionnelle ou une autre caractéristique de son activité associé(e) au cadre réglementaire le moins coûteux.

secteurs qui sont soumis à une supervision par une autorité financière et ceux qui ne le sont pas (par exemple, un opérateur de téléphonie mobile fournissant des services de transfert d'argent). Les autorités de réglementation doivent surveiller l'évolution du marché en se concentrant sur les types de services plutôt que sur les types d'entités, et prendre les mesures nécessaires pour que des règles similaires s'appliquent aux sociétés offrant des prestations similaires. La Reserve Bank of India, tout comme ses pairs en Malaisie, en Indonésie, aux Philippines et dans d'autres pays, a établi des règles concernant la monnaie électronique émise par des établissements non bancaires en vue de combler une précédente lacune réglementaire. À l'opposé, la Banque centrale du Kenya manque actuellement de clarté en ce qui concerne son autorité légale à réglementer et à superviser des services comme ceux de M-PESA et d'autres fournis par des sociétés non financières dans le pays. En ce qui concerne les détaillants, la réglementation doit permettre une action réglementaire et de supervision en adéquation avec les pratiques habituelles dans d'autres situations d'externalisation de services financiers. Au Mexique, par exemple, une réglementation de 2008 a attribué pour la première fois un pouvoir clair à l'organisme de supervision sur les programmes d'externalisation mis en place par les banques, permettant l'inspection directe des détaillants si nécessaire. Des pouvoirs similaires ont été accordés aux autorités de supervision au Brésil, au Pérou, en Inde et en Colombie.

Dans certaines juridictions, l'entité de réglementation aura besoin d'une autorité claire pour définir et mettre en application des règles de protection des consommateurs dans le domaine des services financiers. Au Brésil, l'applicabilité des règles sur la protection des consommateurs aux services financiers n'est pas clairement établie. Le pouvoir de l'entité de supervision financière d'émettre et de faire respecter de telles règles ne l'est pas non plus. Des pouvoirs mal délimités ou redondants peuvent ouvrir la voie à des pratiques commerciales indésirables et réduire l'efficacité des organes de supervision. En effet, les actions de ces derniers risquent alors d'être contestées par les prestataires. Lorsque plusieurs instances de réglementation sont impliquées,

Encadré 4. Améliorer la coopération interinstitutions pour surmonter les faiblesses réglementaires

Parce qu'elle manque d'une autorité claire pour faire respecter la loi générale sur la protection des consommateurs, la Banque centrale du Brésil s'est efforcée de conclure des accords de coopération avec les principales instances gouvernementales chargées de faire appliquer la loi. Ainsi, elle a conclu un tel accord avec l'Institut national de sécurité sociale (INSS) pour examiner les plaintes déposées auprès de ce dernier par les bénéficiaires de pensions de retraite, le but étant de réduire la fraude dans les procédures de souscription de prêt et le « barattage financier ». L'accord permettra aussi aux deux institutions de surveiller les niveaux d'endettement pouvant résulter de la banque à distance en partageant davantage leurs informations. Des accords similaires ont été signés avec les autorités de surveillance des consommateurs et de la concurrence.

coordination et coopération sont essentielles. C'est particulièrement vrai pour la banque à distance dans la mesure où celle-ci couvre différents secteurs, comme la banque et les télécommunications, lesquels peuvent obéir à des réglementations différentes sur la protection des consommateurs. La Communications Commission of Kenya, par exemple, a récemment publié des règlements substantiels pour la protection des consommateurs avec des implications pour les services de paiement mobiles (*Kenya Gazette*, 23 avril 2010).

Conclusion et perspectives

Les risques pour les consommateurs existent dans la banque à distance transformationnelle comme dans tout autre type de prestation de services financiers chapeauté par des instances financières de réglementation et de supervision. Il n'y a aucune approche réglementaire de la protection des consommateurs qui soit valable dans tous les contextes, ni aucune qui élimine totalement les risques. Jusqu'à présent, l'expérience a montré que les avantages de ces nouveaux services l'emportent largement sur les risques. Souvent, ils atténuent même des problèmes importants généralement associés aux prestataires informels, tels que la perte des fonds des clients ou l'irrégularité des services. Il

Objectif stratégique	Possibilités réglementaires et considérations
1. Protéger les fonds des clients détenus sous forme de valeur électronique	<ul style="list-style-type: none"> -Créer une réglementation de base avec des règles simples et claires permettant d'assurer une liquidité et une propriété adéquates des fonds collectés en contrepartie de la valeur électronique émise. -La réglementation peut également définir des normes minimales pour le remboursement des fonds afin d'éviter des restrictions excessives imposées aux clients, y compris dans le cas de l'insolvabilité du prestataire ou de la banque dépositaire des fonds. -Les autorités de réglementation peuvent passer par une phase d'expérimentation jusqu'à ce que les modèles de services émergents soient mieux compris.
2. Assurer la sécurité et la fiabilité des services	<ul style="list-style-type: none"> -Suivre les problèmes des consommateurs à mesure qu'ils apparaissent et décider sur cette base quel type d'action réglementaire est nécessaire et à quel moment pour éviter une perte de confiance des clients ou freiner les abus des prestataires. -Exiger des prestataires qu'ils assurent la fiabilité, l'accessibilité et la sécurité de leurs services, sans toutefois imposer des technologies, des systèmes et des procédures particuliers. -Lorsque des règles prescriptives sont nécessaires, évaluer leur impact potentiel sur la capacité et la motivation des prestataires à servir des clients à faibles revenus. Des règles détaillées ajoutent en général de la complexité, de la rigidité, voire de la confusion. -Imposer aux prestataires d'instaurer des politiques de sélection et de formation des détaillants. -Éviter d'imposer aux détaillants des normes de sécurité physique excessivement contraignantes. -Améliorer la classification et l'analyse des plaintes des consommateurs dans les canaux de banque à distance. -Se méfier des menaces s'exerçant hors du champ de compétence des autorités financières (des lois sur les exigences de sécurité physique, par exemple).
3. Limiter les possibilités de fraude ou de tout autre comportement préjudiciable de la part du détaillant	<ul style="list-style-type: none"> -Tenir les prestataires pour responsables du respect de la réglementation par les détaillants. -Exemples d'autres dispositions réglementaires : <ul style="list-style-type: none"> -Imposer aux prestataires de fixer des limites de transaction pour les détaillants et d'en surveiller l'application. -Définir des principes pour la sélection et la surveillance des détaillants, sans imposer à ces derniers de normes minimales excessivement lourdes, telles que l'exigence d'un capital minimal. -Exiger des prestataires qu'ils sélectionnent, forment et surveillent les détaillants. -Examiner les procédures et contrôles internes du prestataire pour identifier, évaluer et limiter ces risques, et s'assurer que des systèmes sont en place pour gérer les plaintes des consommateurs liées aux agissements des détaillants. -Évaluer si les initiatives visant à sensibiliser les consommateurs peuvent avoir un plus grand effet que la réglementation dans certaines situations.
4. Assurer une présentation claire et efficace de l'information	<ul style="list-style-type: none"> -Évaluer la nécessité d'instaurer des règles spécifiques telles que les suivantes : <ul style="list-style-type: none"> -Exiger des détaillants qu'ils affichent les commissions applicables. -Imposer la publication des prix sur les appareils utilisés pour réaliser les transactions, par exemple des téléphones mobiles. -Interdire aux détaillants de facturer des commissions supplémentaires sans en avertir clairement les clients. -Exiger que les contrats soient simples et qu'ils mentionnent l'ensemble des commissions et des frais associés. -Prescrire aux détaillants d'indiquer leur statut d'agent affilié à une institution agréée ?
5. Protéger les données personnelles des clients	<ul style="list-style-type: none"> -Tenir les prestataires pour responsables du respect des réglementations relatives à la confidentialité des données et au secret bancaire, et ce même lorsqu'ils ont recours à des détaillants. -S'assurer que les règles existantes s'appliquent aux modèles émergents et évaluer la nécessité d'instaurer des règles spécifiques. -Améliorer la coordination interinstitutions pour l'élaboration et la mise en application des règles. -Prendre conscience de l'équilibre à trouver entre le coût des règles de sécurité et la rentabilité des services aux clients à faibles revenus. Rester ouvert à des modèles moins sûrs adaptés aux transactions de faibles montants. -Éviter des règles trop contraignantes ajoutant complexité, rigidité et confusion. -Éviter de prescrire des normes et protocoles technologiques spécifiques.
6. S'assurer que les clients connaissent les procédures de réclamation et de recours et y ont accès	<ul style="list-style-type: none"> -S'assurer que les règles existantes pour les procédures de réclamation et de recours extrajudiciaires s'appliquent à la banque à distance et, si nécessaire, définir des normes spécifiques adaptées aux nouveaux modèles. Parmi les exigences, citons les suivantes : <ul style="list-style-type: none"> -Les voies de recours sont en adéquation avec les canaux de transaction. -Chaque transaction donne lieu à un reçu (pour documenter les plaintes et pour utilisation judiciaire). -Les procédures et voies de recours satisfont à des normes minimales. -Les voies et procédures de recours sont communiquées clairement et de manière cohérente aux clients. -Suivre les tendances en matière de plaintes des consommateurs dans le domaine de la banque à distance.
7. Tenir les prestataires pour responsables du respect de la réglementation par les détaillants	<ul style="list-style-type: none"> -S'assurer que le prestataire est tenu pour responsable du respect de la réglementation lorsqu'il a recours à des détaillants. -Limiter la responsabilité des prestataires aux actions des détaillants relatives à la prestation de services de banque à distance, de manière à ne pas soumettre les prestataires à une responsabilité illimitée ni à faire peser sur eux un trop lourd fardeau.

faut donc trouver un juste équilibre entre permettre une innovation qui accroît l'accès aux services financiers et assurer un niveau minimal de protection des consommateurs.

En se fondant sur les enseignements tirés de divers contextes nationaux, cette *Note Focus* identifie sept objectifs stratégiques prioritaires pour orienter la réglementation sur la protection des consommateurs dans le domaine de la banque à distance transformationnelle. Elle donne en outre des exemples de mesures réglementaires permettant de les atteindre. Par ailleurs, elle dégage un objectif majeur : imposer aux prestataires la responsabilité du respect des réglementations lors du recours à des détaillants. En effet, celui-ci peut entraver la capacité à utiliser la réglementation pour atteindre efficacement les autres objectifs. Enfin, elle suggère le rôle que des mesures non réglementaires, telles que des normes et pratiques sectorielles volontaires, peuvent jouer dans la protection des clients de banque à distance.

Lorsqu'elles établissent de nouvelles règles, les autorités de réglementation doivent obéir à deux principes : la proportionnalité et l'efficacité. Ces règles doivent être proportionnelles aux risques des consommateurs qu'elles visent à atténuer, tout en correspondant aux objectifs stratégiques et à la capacité de supervision. Pour être efficaces, elles doivent être fondées sur une bonne compréhension de l'évolution du marché. Il convient notamment de considérer l'impact en termes d'accès des règles existantes ou proposées ainsi que les coûts de mise en conformité qu'elles imposeraient aux prestataires. Les autorités de réglementation doivent se tenir au courant des problèmes rencontrés par les consommateurs pour décider quand et comment agir. Une telle approche est susceptible d'exiger une vaste consultation avec le secteur et différentes instances de décision, de réglementation et de supervision. L'efficacité peut également être améliorée (et les coûts de la réglementation diminués) si les mesures réglementaires proposées sont testées par les consommateurs avant leur mise en œuvre. Par ailleurs, il est généralement préférable d'éviter les règles détaillées et prescriptives, à moins qu'elles ne soient indispensables pour corriger des problèmes identifiés.

Les motivations inhérentes au marché doivent être considérées. Comme nous l'avons indiqué précédemment, les intérêts d'un prestataire responsable, tels que protéger sa réputation et sa marque (surtout lorsqu'une saine concurrence règne sur le marché), peuvent tout à fait correspondre aux objectifs stratégiques de l'autorité de réglementation. Cette considération est particulièrement utile pour les pays à faible accès et aux premiers stades du développement économique, lorsque le coût de la réglementation est susceptible d'être plus élevé. Dans de telles situations, l'accent doit d'abord être placé sur la sélection des prestataires et le suivi des problèmes rencontrés par les consommateurs, tandis que, parallèlement, les bases d'un cadre exhaustif de réglementation et de supervision doivent être posées. Il en va de même pour les juridictions dont les capacités de mise en application sont faibles. Néanmoins, comme nous l'avons précisé, il faut veiller à ne pas tendre vers des exigences à l'entrée favorables aux grands acteurs, ce qui limiterait la concurrence. En outre, la sélection à l'entrée peut se révéler insuffisante si les problèmes de protection des consommateurs se généralisent. À mesure que les marchés se développent et que les modèles économiques pionniers gagnent en maturité, les autorités de réglementation doivent élaborer un cadre réglementaire minimal comprenant des normes de conduite et des critères de sélection clairs couvrant tous les aspects abordés dans cette *Note Focus*.

Enfin, la réglementation et la supervision ne suffisent pas pour traiter tous les problèmes de protection des consommateurs. Parfois, ces problèmes proviennent d'un manque de compréhension, de connaissances et de conscience de la part des consommateurs concernant les services financiers et les mécanismes de recours. Des initiatives ciblées destinées à sensibiliser et à améliorer les compétences financières peuvent jouer un rôle important dans la réduction des risques pour les consommateurs et dans l'augmentation de l'efficacité de l'action réglementaire. Les efforts menés dans ce domaine doivent inclure toute une série d'acteurs, des décideurs aux institutions financières en passant par les associations de défense des consommateurs et d'autres parties prenantes de la société civile.

Dans le domaine de l'émission non bancaire de monnaie électronique, la mobilité des clients (c'est-à-dire la facilité avec laquelle ils changent de prestataire), la vente croisée de services, l'adéquation des produits et l'assurance dépôt sont quelques-uns des futurs thèmes liés à la protection des consommateurs qui réclament davantage de recherches et d'expérimentations. Celles-ci devront elles-mêmes s'appuyer sur des analyses qui quantifient et étudient de manière plus approfondie le comportement et les perceptions des consommateurs de banque à distance, ainsi que la nature, l'incidence et les conséquences des problèmes auxquels ils font face sur différents marchés.

Bibliographie

Comité de Bâle sur le contrôle bancaire, "Outsourcing in Financial Services", The Joint Forum, février 2005. <http://www.bis.org/publ/joint12.htm>.

Brix L. et McKee K., "Consumer Protection Regulation in Low-Access Environments: Opportunities to Promote Responsible Finance", *Note Focus* n° 60, Washington, D.C. : CGAP, 2009. <http://www.cgap.org/p/site/c/template.rc/1.9.42343/> (existe en français sous le titre « Réglementation de la protection des consommateurs dans les environnements à faible accès : opportunités de promotion de la finance responsable »).

Banque centrale du Brésil, présentation lors de la conférence CGAP/ASBA sur la réglementation et la supervision de la microfinance, Mexico, 2007.

Cohen M., Hopkins D. et Lee J., "Financial Education: A Bridge between Branchless Banking and Low-Income Clients", *Microfinance Opportunities, Working Paper* n° 4, 2008. www.globalfinancialed.org/documents/Use%20of%20Tech%20for%20Accessing%20Financial%20Services%20FINAL.pdf.

Collins D., "Consumer Experience in Branchless Banking", conférence lors du IIIa Windsor Global Leadership Seminar sur la réglementation de la banque à distance transformationnelle, Oakley Court Hotel, Windsor, Royaume-Uni, 8-10 mars 2010.

Collins D., Morduch J., Rutherford S. et Ruthven O., *Portfolios of the Poor: How the World's Poor Live on \$2 a Day*, New Jersey: Princeton University Press, 2009.

Goodman-Delahunty J., "Promoting Consumer Complaints in the Financial Sector", discours d'introduction à l'ASIC's Stakeholder Forum, Capitalizing on Complaints: Insights Into Handling Financial Sector Complaints, Sidney, 14 novembre 2001. [www.asic.gov.au/asic/pdfflib.nsf/LookupByFileName/consumer_complaints_speech.pdf/\\$file/consumer_complaints_speech.pdf](http://www.asic.gov.au/asic/pdfflib.nsf/LookupByFileName/consumer_complaints_speech.pdf/$file/consumer_complaints_speech.pdf).

Hunt Keith H. "Consumer Datisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior." *Journal of Social Issues*, 47(1): 107-17, 1991.

Ivatury G. et Mas I., "The Early Experience with Branchless Banking", *Note Focus* n° 46. Washington, D.C. : CGAP, 2008. <http://www.cgap.org/gm/document-1.9.2640/FN46.pdf> (existe en français sous le titre « Les premières expériences de banque à distance »).

Kumar K., McKay C. et Rotman S., "Microfinance and Mobile Banking: The Story So Far", *Note Focus* n° 62, Washington, D.C. : CGAP, 2010. (existe en français sous le titre « Microfinance et banque mobile : quelles expériences à ce jour ? »).

Lyman T., Ivatury G. et Staschen S., "Use of Agents in Branchless Banking for the Poor: Rewards, Risks, and Regulation", *Note Focus* n° 38, Washington, D.C. : CGAP, 2006. <http://www.cgap.org/p/site/c/>

template.rc/1.9.2585/ (existe en français sous le titre « Utilisation de détaillants pour offrir aux pauvres des services bancaires "à distance" : avantages, risques et réglementation »).

Lyman T., Pickens M., Porteous D., "Regulating Transformational Branchless Banking: Mobile Phones and Other Technology to Increase Access to Finance", *Note Focus* n° 43, Washington, D.C. : CGAP/DFID, 2008 (existe en français sous le titre « Réguler la banque à distance transformationnelle : comment la téléphonie mobile et d'autres innovations technologiques facilitent l'accès aux services financiers »).

Liu R. R. et McClure P., "Recognizing Cross-Cultural Differences in Consumer Complaint Behavior and Intentions: An Empirical Examination", *Journal of Consumer Marketing*, 18(1):54-74, 2001.

McDonald G., "The Australian Banking Industry Ombudsman: Can a Level Playing Field be Created?", *Law Institute Journal*, 65(3):190-91, 1991.

Mas I., "Realizing the Potential of Branchless Banking: Challenges Ahead", *Note Focus* n° 50, Washington, D.C. : CGAP, 2008. (existe en français sous le titre « Réaliser le potentiel de la banque à distance : les défis à venir »).

Morawczynski O. et Pickens M., "Poor People Using Mobile Financial Services: Observations on Usage and Impact of M-PESA", Brief, Washington,

D.C. : CGAP, août 2009. http://www.cgap.org/gm/document-1.9.36723/MPESA_Brief.pdf.

"Mobile Money for the Unbanked (MMU)", rapport annuel, 2009.

Pickens M., "Window on the Unbanked: Mobile Money in the Philippines", Brief, Washington, D.C. : CGAP, décembre 2009. <http://www.cgap.org/p/site/c/template.rc/1.9.41163/> (existe en français sous le titre « Populations non bancarisées et argent mobile aux Philippines »).

Porteous D., "The Enabling Environment for Mobile Banking in Africa", Londres : DFID, 2006 <http://www.bankablefrontier.com/assets/ee.mobil.banking.report.v3.1.pdf>.

———, "Consumer Protection in Credit Markets", *Financial Access Initiative Policy Focus Note 1*, juillet 2009. <http://financialaccess.org/research/publications/all/Policy%20and%20Practice>.

Singh J. et Wilkes R. E., "When Consumers Complain: A Path Analysis of the Key Antecedents of Consumer Complaint Response Estimates", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24 (4):350-65, 1996.

Stephens N. et Gwinner K. P., "Why Don't Some People Complain? A Cognitive Emotive Process Model of Consumer Complaint Behavior", *Academy of Marketing Science Journal*, 26(3):172-89, 1998.

Nous vous encourageons à partager cette *Note Focus* avec vos collègues ou à nous contacter pour recevoir des exemplaires supplémentaires de ce numéro ou d'autres de la même série.

Nous vous invitons à nous faire part de vos commentaires sur cet article.

Toutes les publications du CGAP sont disponibles sur son site : www.cgap.org.

CGAP
1818 H Street, NW
MSN P3-300
Washington, DC
20433 USA

Tél. : 202-473-9594
Fax : 202-522-3744

E-mail : cgap@worldbank.org
© CGAP, 2010

Cette *Note Focus* a été rédigée par Denise Dias et Katharine McKee du CGAP. Les auteurs remercient la Banque centrale du Brésil et la Superintendance des banques ; les assurances et retraites du Pérou ; Simone di Castri et N. Srinivasan pour les recherches ; Kate Lauer, Timothy Lyman, Mark Pickens et Michael Tarazi pour les

révisions. Cette *Note Focus* a bénéficié de l'appui du Programme technologique du CGAP, lequel est cofinancé par la Fondation Bill & Melinda Gates, le CGAP et le ministère du Développement international (DFID) britannique.

Nous suggérons la citation suivante pour cette *Note Focus* :

Dias D. et McKee K., « Protéger les consommateurs de services de banque à distance : objectifs stratégiques et options réglementaires », *Note Focus* n° 64, Washington, D.C. : CGAP, 2010.

