

Balancing Growth with Responsible Digital Finance to Ensure Consumer Protection – French Summary and Transcript

(Note: This transcript was AI-generated using [NoteGPT](#). Transcripts may include inconsistencies or errors and some sentences have been condensed.)

Résumé





La discussion se concentre sur l'équilibre entre la croissance de la finance numérique et la protection des consommateurs grâce à des données et à la collaboration entre les parties prenantes.

Points clés

- 🌐 Des écosystèmes de finance numérique responsables sont essentiels pour protéger les consommateurs.
- 📊 Les données et les preuves améliorent les services de finance numérique.
- 🤝 La collaboration entre régulateurs, associations de consommateurs et fintech est indispensable.
- 📱 Les réseaux sociaux sont un outil précieux pour recueillir les plaintes des consommateurs.
- ⚖️ La transparence sur les prix et les informations sur les produits est vitale pour des choix éclairés.
- 🚫 La fraude et les arnaques représentent des risques importants sur les marchés de la finance numérique.
- 👤 Les disparités de genre dans les plaintes des consommateurs soulignent la nécessité de pratiques inclusives.

Aperçus clés

- 📄 Cadres de Protection des Consommateurs : Des cadres de protection des consommateurs solides sont essentiels pour un écosystème de finance numérique durable, garantissant que les utilisateurs sont protégés contre les risques.
- ⚡ Décisions Basées sur les Données : Collecter des données complètes (quantitatives et qualitatives) révèle des insights nuancés qui peuvent entraîner des changements concrets dans les services financiers.
- 🌐 Collaboration Transversale : Une protection efficace des consommateurs nécessite la collaboration entre divers acteurs, y compris les régulateurs et les associations professionnelles, pour relever les défis ensemble.

-  Voix du Consommateur : Interagir avec les consommateurs par le biais des réseaux sociaux et des canaux traditionnels est crucial pour comprendre leurs expériences et améliorer les services.
-  Identification des Tendances : Surveiller les plaintes des consommateurs et le comportement du marché aide à détecter les risques émergents et à adapter les réponses des prestataires de services financiers.
-  Focus sur les Groupes Vulnérables : Une attention particulière aux groupes vulnérables, comme les femmes et les personnes handicapées, est nécessaire pour un accès équitable aux services financiers.
-  Outils Innovants : L'utilisation de technologies avancées, y compris l'IA et l'apprentissage automatique, peut améliorer la collecte et l'analyse des données, entraînant de meilleures perspectives et protections sur le marché.

Transcript

00:15

Salut tout le monde, je suis Eric Duflos, on est tous ici dans cette pièce parce qu'on se soucie des écosystèmes de finance numérique responsables, , donc merci d'être avec nous aujourd'hui, merci à CFI aussi, , merci à IPA qui est un partenaire avec CGAP pour cette, , discussion. Aujourd'hui, on va parler de comment on peut utiliser les données et les preuves, , pour promouvoir des services de finance numérique plus responsables. Donc, laissez-moi d'abord vous présenter mes, , collègues qui sont avec moi : on a William Blackmon d'IPA et Sheila Senfuma des consommateurs.

00:57

Internationalement, on a Sarah Corley de l'alliance des associations de finance numérique et de fintech, et bientôt, on aura Kershia Singh qui est avec la FSCA, l'autorité de régulation du secteur financier d'Afrique du Sud. D'après ce que je comprends, on aimerait que vous participiez tout au long de l'événement, mais ça va se faire surtout par le chat. On va garder un œil sur le chat et on mettra aussi un peu de temps à la fin pour des questions-réponses. On va commencer avec quelques...

01:35

...des présentations qui sont très courtes, trois diapositives chacune, pour William et moi-même, , et ensuite on lancera le panel. Donc, Willie, je te laisse partager ton écran, si ça te va. Excellent, merci Eric, et je pense que tu peux voir mon écran maintenant, j'espère. Merveilleux ! Bon, super, comme l'a dit Eric, , je vais rester bref parce que je suis vraiment impatient pour la discussion du panel qui arrive, , mais je vais donner un petit aperçu des

preuves que l'IPA a générées sur les types de risques pour les consommateurs que nous observons, , dans...

02:16

Notre boulot, , donc l'IPA fait des enquêtes auprès des utilisateurs de la finance numérique, , pour comprendre les nouveaux risques qui émergent auxquels les consommateurs font face. , je vais passer quelques minutes à parler de quatre types de risques clés qu'on a identifiés en se basant sur les résultats de notre enquête auprès des consommateurs kenyans réalisée en 2020, comme point de départ. , après ça, je vais entrer un peu plus dans les détails, , à partir d'autres sources qu'on a utilisées. , on a aussi mené des enquêtes au Bangladesh, en Ouganda et au Nigeria, , et une deuxième série de données d'enquête du Nigeria sera...

02:52

Publié très bientôt, , dans l'année à venir, on aura encore plus de données d'enquête, , provenant d'environ 10 pays, , l'année prochaine. Donc, ici, je montre les défis les plus souvent signalés par les consommateurs lors de cette enquête Kenyon qu'on a réalisée. En ce qui concerne nos quatre domaines thématiques qui nous préoccupent le plus, d'abord, on a la transparence. Sans des informations accessibles et faciles à comprendre sur les prix et les produits, les consommateurs ne peuvent pas faire de choix éclairés.

03:28

Concernant les services financiers qu'ils utilisent, ici au Kenya, on constate que 11 % des consommateurs ont rencontré des frais inattendus ou peu clairs. Le deuxième souci, c'est la fraude. Plus les prestataires de services financiers numériques se développent, plus la fraude se propage sur ces canaux numériques. Au Kenya, 56 % des consommateurs ont signalé avoir été exposés à des arnaques l'année dernière. Le troisième problème concerne la dette. Le crédit numérique peut être un outil très utile pour les consommateurs dans leur gestion financière.

04:04

leurs finances un accès rapide et sans friction à ce crédit peut souvent être accompagné de frais élevés et d'intérêts qui poussent les consommateurs à emprunter au-delà de leurs capacités de remboursement. Au Kenya, on voit que 23 % des consommateurs déclarent avoir été refusés pour un prêt, mais même ceux qui obtiennent un crédit numérique, 52 % des emprunteurs rapportent avoir réduit leur budget alimentaire.

04:43

"Les dépenses pour rembourser un prêt, c'est assez préoccupant. Enfin, quand les consommateurs rencontrent des problèmes, ils ont besoin d'un moyen accessible pour déposer des plaintes, et ces plaintes doivent être traitées efficacement. Au Kenya, on constate que 7 % des consommateurs signalent une mauvaise qualité du service client et 17 % disent ne pas pouvoir contacter le service client du tout. Je vais passer en revue quelques autres exemples de suivi du marché de l'IPA, puis je donnerai la parole à notre panel."

05:17

ou à Éric et ensuite notre panel, donc pour commencer avec la transparence, on a commencé par le Nigéria. On a réalisé un audit de 29 des principaux fournisseurs de paiement numérique du Nigéria. On a vérifié les sites web des fournisseurs pour les infos de tarification, et on a ouvert des comptes avec chacun d'eux, en effectuant presque mille transactions réelles, en mesurant soigneusement tous les frais engagés. Ce qu'on a trouvé était assez préoccupant. En fait, seulement deux des 29 sites web des fournisseurs qu'on a vérifiés affichaient des infos de tarification, et quand on a comparé...

05:50

Les frais de transaction qu'on a eus dans nos vraies transactions avec les plafonds de prix fixés par le régulateur, 11 % de nos transactions avaient des frais au-dessus de ce plafond, en restant coincés au Nigeria. Mais pour parler de la fraude, on a analysé des millions de posts sur les réseaux sociaux, en récupérant des données de Twitter, maintenant X, Facebook et le Google Play Store pour identifier les tendances et les types de problèmes auxquels les consommateurs font face. On a constaté une énorme augmentation des plaintes concernant la fraude après le début de la pandémie de COVID-19, comme vous pouvez le voir ici, principalement à cause de ça.

06:26

"Les femmes retournent maintenant au Kenya, et pour ce qui est de la dette et du stress lié à celle-ci, on a collaboré avec l'Autorité de la concurrence du Kenya. On a encore collecté des millions de dossiers de transactions, cette fois-ci auprès des fournisseurs de crédit digital, pour comprendre les comportements d'emprunt et de remboursement des consommateurs. Parmi les nombreuses autres informations, on a découvert que beaucoup des mêmes consommateurs empruntent simultanément auprès de plusieurs fournisseurs, ce qui est possible parce que les fournisseurs de crédit digital n'étaient pas reliés à un bureau de crédit."

07:00

Cela pourrait clairement mener à un endettement excessif et insoutenable. Passons maintenant à l'Ouganda et aux procédures de traitement des plaintes. Nous avons collaboré avec la Commission des Communications ougandaise pour analyser des millions de plaintes enregistrées par les représentants du service client. On constate que les femmes sont beaucoup moins susceptibles d'utiliser les canaux de plaintes formels. En effet, 45 % des abonnés au mobile money sont des femmes, mais seulement 35 % des plaintes sont déposées par elles. On peut aussi tirer des enseignements assez riches de tout ça.

07:35

Les dossiers du service client, par exemple, montrent que les délais de résolution peuvent varier pas mal selon le canal par lequel les consommateurs déposent leurs plaintes. Je vais maintenant passer la parole à Eric, qui va compléter ce que Willie vient de dire. La raison pour laquelle on a besoin d'une protection financière renforcée pour les consommateurs, c'est qu'à l'échelle mondiale, on constate une augmentation des fraudes, de l'utilisation abusive des données et du manque de transparence. On a aussi réalisé des enquêtes nationales dans la région de Wu qui montrent bien ça.

08:26

Un pourcentage significatif de personnes rencontrent des problèmes de consommation, en particulier dans le domaine de C, , dans , cir, , Sagal et baso. Je dirais qu'entre 60 et 90 % des utilisateurs de d fs ont rencontré des problèmes. Donc, , on pense que c'est absolument essentiel d'avoir ces données pour pouvoir agir. Passons à la diapositive suivante. Donc, ici, on a ce qu'on appelle les éléments clés d'un écosystème de finance numérique responsable. C'est un cadre conceptuel qu'on vient juste de publier au CGAP.

09:14

qui vise à renforcer la protection des consommateurs financiers et, , on pense qu'il y a quatre ingrédients pour ça, , dont l'orientation client, , mais aussi la capacité de collaboration et l'engagement. Je ne vais pas entrer dans les détails, , mais je voulais juste souligner comment ça se relie au sujet d'aujourd'hui, parce que si on veut un écosystème de finance numérique responsable et centré sur le client, il faut s'assurer qu'on a un bon suivi du marché. , donc oui, si on passe à cette diapositive, merci Willie, , ce qu'on...

09:58

Ce qu'on voit, c'est qu'on a fait des progrès en COD divir. On a réalisé une première enquête nationale en 2022, et on a répété cette enquête en 2024 après avoir aidé les acteurs locaux de la finance digitale à passer à l'action. J'ai mis quelques exemples

d'actions prises depuis 2022. En 2024, on a refait cette enquête et on constate des progrès significatifs, même si la situation n'est pas géniale. Je ne vais pas entrer dans tous les détails, mais c'est pour montrer le pouvoir d'avoir des données et comment ça peut déclencher des actions.

10:40

Un pays spécifique, , et au final, , améliorer, tu sais, aider à améliorer la situation. Sans ces données, je ne pense pas qu'on aurait fait des progrès, parce que, , personne n'aurait su exactement ce qui cloche sur le marché. Donc, passons à la, , discussion du panel maintenant. , je vais poser ma première question à Sheila. , et Consumers International, que tu représentes aujourd'hui, a été très active dans la collecte de données, , à l'échelle mondiale à travers tous vos membres. Mais si on regarde au niveau des pays, qu'est-ce que...

11:20

Tu vois, en ce qui concerne le rôle des associations de consommateurs pour fournir des données sur l'expérience des consommateurs, et étant donné qu'on sait tous que ces associations ont des ressources relativement limitées, quels sont, selon toi, les fruits à portée de main en termes d'outils de collecte de données ? Merci. , merci Eric. Je pense qu'en ce qui concerne les données générées, on en obtient beaucoup de la part des associations de consommateurs du monde entier, en Asie, en Afrique, en Amérique latine, mais ce sont toujours les cas uniques et intéressants qui viennent directement de chez nous. Donc, je vais utiliser...

11:55

Un exemple en provenance d'Ouganda : au fil du temps, on a vu des consommateurs se plaindre de divers problèmes. Comme Willie l'a dit, on se rend souvent compte qu'on reçoit des plaintes d'un certain groupe démographique, ce qui pour les fournisseurs peut indiquer que peut-être un autre groupe est content. En réalité, ça veut dire qu'ils ne sont pas contents ou qu'ils rencontrent des difficultés à accéder aux mécanismes de plainte en place. Dans les associations de consommateurs, la plupart des données sont recueillies sous forme de plaintes, généralement par des moyens traditionnels.

12:27

Ça veut dire que, que ce soit en allant sur le terrain ou à travers leurs sites web où quelqu'un dépose une plainte, on voit aussi beaucoup d'innovation autour de l'utilisation des réseaux sociaux pour analyser les données. Que ce soit en utilisant des mots-clés ou en essayant de comprendre quelles sont les façons les plus rapides pour les entreprises

ou les fournisseurs de répondre. Un des cas intéressants, c'était avec l'Ouganda, où les associations de consommateurs recevaient beaucoup de retours et allaient sur le terrain pour recueillir des infos.

12:58

L'agriculture, ils revenaient avec des infos sur à peu près tout, y compris les finances. Du coup, ils ont rassemblé plus de 600 plaintes venant du nord, du centre et de l'ouest du pays, et ils ont amené ça à la UCC, la Commission des communications, pour dire : "Regardez, voilà ce qu'on observe sur le terrain, ce sont des plaintes qui ne remontent pas." La UCC, qui récupère aussi des données de ceux qui fournissent des services de mobile money, a utilisé ça comme un moyen de validation pour voir si ça correspondait vraiment.

13:31

Avec ce que les fournisseurs partagent, ils se sont rendu compte qu'il y avait un souci concernant les types de plaintes qui arrivent pour différents groupes de consommateurs, que ce soit les consommateurs ruraux par rapport aux urbains, ou ceux qui ont plus accès aux mécanismes de plainte déjà en place. Du coup, la UCC organise maintenant des roadshows en collaboration avec les associations de consommateurs, avec Airtel et MTN, et même avec les régulateurs, pour sortir de leurs bureaux et aller vers les gens.

14:01

« Sur le terrain, pour voir quels mécanismes ils peuvent mettre en place ou utiliser afin de s'assurer qu'ils obtiennent des données complètes et pas seulement ciblées sur un type de consommateur. C'est un super mouvement pour nous, surtout en voyant que les associations de consommateurs, comme tu l'as mentionné, ont très peu de ressources. Donc, un élément clé, c'est de voir comment ils peuvent collaborer avec ceux qui ont des ressources pour s'assurer qu'on atteint tous ensemble l'objectif ultime qu'on veut, à savoir garantir que les services financiers numériques soient vraiment accessibles. »

14:32

Cela mène à de meilleurs résultats pour les consommateurs. Et juste pour mentionner une autre tendance qu'on observe, c'est l'utilisation des ressources limitées grâce à la technologie. Que ce soit avec les réseaux sociaux, comme je l'ai dit, ou même en mettant à jour les sites web des différentes associations de consommateurs pour offrir une option de dépôt de plaintes en ligne au lieu d'aller sur le terrain. Tous ces mécanismes aident à s'assurer qu'on collecte les bonnes données et qu'on inclut tous les consommateurs.

15:03

, le retour qu'on obtient, on le communique aux bonnes autorités, aux fournisseurs ou aux parties prenantes sur le marché pour qu'on puisse ensemble trouver des solutions. Je vais m'arrêter là pour l'instant, , au cas où le temps manque. Oui, merci beaucoup. Juste une question de clarification, Sheila, , par rapport à ton histoire, tu sais, l'utilisation des réseaux sociaux, c'est vraiment intéressant. Est-ce que tu trouves que ça reflète la voix de tous les types d'utilisateurs ou est-ce qu'il y a un risque qu'on n'entende que certaines voix ?

15:38

Je pense qu'il y a un risque qu'on ne touche qu'un certain type d'utilisateurs, surtout ceux qui ont des smartphones et qui peuvent vraiment accéder à des données, surtout dans des pays où les données sont chères. Mais d'un autre côté, c'est aussi une opportunité, parce que beaucoup de nos consommateurs ont l'impression que s'ils passent par les canaux normaux, ils n'ont pas autant de réponses. Par contre, en utilisant les réseaux sociaux, ils peuvent mieux se faire entendre.

16:10

Cela veut dire que si je viens en tant que Sheila avec une plainte, il y aura comme 50 autres personnes qui vont dire "oh, j'ai vécu la même chose", et ensuite ça va faire 100, et là, il y a de la valeur dans cette voix qui crée une échelle. À cause de ça, les prestataires ou les régulateurs agissent généralement rapidement. On a vu ça aussi avec les applis de prêt numérique, quelqu'un continuait de se plaindre en listant les applis, et finalement, l'Autorité de régulation des microfinances en Ouganda est intervenue, la Banque centrale a dit que c'était quelque chose à prendre en charge.

16:39

L'Autorité de régulation de la microfinance a reconnu qu'il y avait un problème avec certaines applications frauduleuses. Ils ont mis en place une ligne d'assistance pour aider les gens. Cela montre que, à grande échelle, ça aide vraiment et ça garantit que même avec ces solutions, on pense aussi aux consommateurs qui ne peuvent pas se servir des réseaux sociaux pour exprimer leurs plaintes. Une seule personne qui a réussi à accéder aux bons canaux a déclenché un mouvement.

17:10

En fait, ça a aidé tout le monde dans l'écosystème. Je ne sais pas si ça aide, ouais, donc c'est vraiment très intéressant, merci beaucoup. Alors, passons à Sarah. Si tu avais une baguette magique, quel type de données aimerais-tu que tes membres obtiennent pour développer davantage de services financiers numériques ? Merci beaucoup, Eric, pour la question. Je pense qu'il y a plusieurs choses à débattre ici. D'abord, parfois, il y a déjà

beaucoup de données, mais elles peuvent être obsolètes. Ça peut être en trois, quatre, cinq...

17:45

Différents endroits, tu sais, et comme Sheila l'a mentionné, malheureusement, que ce soit une association de consommateurs ou souvent une association de fintech ou de finance, elles sont souvent sous-resources et n'ont pas le temps ou les moyens de rassembler toutes ces sources au même endroit. Donc, je pense que le travail dont Willie a parlé et IP, si tu es au Kenya, au Bangladesh, en Ouganda ou au Nigéria, tu reçois déjà un peu de cette magie, en quelque sorte, et tu commences à avoir ça.

18:14

J'aimerais vraiment voir plus de pays avoir ce genre de vision, mais je pense qu'il faudrait aussi décomposer un peu plus pour qu'on puisse vraiment comprendre quels sont les principaux problèmes à régler. Comme ça, on pourrait se concentrer sur ce qui doit être traité le plus rapidement et de manière urgente sur le marché. Et puis, essayer aussi de comprendre, je pense que le rapport dont Sheila parlait était vraiment utile, parce qu'il indiquait clairement quelques prestataires.

18:42

Il y avait un peu de place pour peut-être améliorer leurs processus et pratiques, donc comprendre où se trouve le principal point de douleur, souvent en lien avec les prêts sur le marché. Mais ça peut aussi être juste des paiements. Il est donc important de pouvoir trouver et accéder à ces données, à la fois qualitatives et quantitatives, parce que parfois, il n'y a rien de plus qu'une histoire sur l'impact d'une personne qui perd des fonds ou qui se fait arnaquer, ou qui ne comprend pas un produit ou un service, ce qui peut arriver parfois.

19:12

Taper sur le cœur peut-être plus que sur les chiffres, et on apprend et traite les choses chacun à sa manière. Je pense que ça serait un peu la baguette magique pour trouver des insights spécifiques à ce marché, qui puissent vraiment déboucher sur des actions concrètes que les associations professionnelles pourraient utiliser et pousser auprès de leurs membres. Et peut-être aussi en parler aux startups du secteur, pour s'assurer que la question soit bien prise en compte.

19:45

Avant même qu'ils ne se lancent sur le marché de manière plus importante, ça serait mon souhait magique, merci beaucoup. Notre collègue Kershia de la FSCA a quelques soucis

techniques, donc je ne sais pas si elle pourra se joindre à nous. Mais passons à Willie. Willie, on a parlé de différents types d'outils qu'on peut utiliser pour surveiller les risques, comprendre les risques, et aussi en revenant sur le point de Sarah concernant le mélange d'enquêtes quantitatives et qualitatives, j'aimerais savoir ce que tu en penses.

20:29

Peut-être qu'il y a des outils qui n'ont pas encore été mentionnés, ouais, absolument. Chez IPA, on se concentre vraiment sur le quantitatif, donc je vais surtout parler de ça, même si ça veut pas dire que le qualitatif n'est pas important, c'est juste pas notre spécialité. J'ai déjà mentionné pas mal de choses, et bien sûr, les enquêtes sont super importantes et essentielles pour notre travail. Comme je l'ai dit, on va élargir ça à 10 pays.

21:04

Je suis vraiment excité par ça, mais je veux me concentrer sur des solutions un peu plus avant-gardistes sur lesquelles on travaille, qui exploitent des technologies émergentes pour offrir de nouvelles perspectives. J'ai déjà abordé certains de ces sujets, mais je vais expliquer ça un peu plus en détail. On a utilisé le traitement du langage naturel et la modélisation prédictive pour essayer de comprendre différents types de données non structurées. Ça peut inclure des publications sur les réseaux sociaux, un peu comme ce dont Sheila parlait.

21:39

Avant, et concernant les plaintes des consommateurs, comme je l'ai mentionné, avec l'UCC en Ouganda, , similaire à Sheila. Un autre exemple de l'utilisation de données non structurées, c'est que je travaille avec des chercheurs ; on extrait des données d'avis d'applications depuis le Google Play Store sur une large gamme d'applications de crédit numérique dans différents marchés, et on a construit un algorithme d'apprentissage automatique pour identifier les applications susceptibles d'être frauduleuses ou prédatrices. On sait que c'est un problème courant et on essaie de créer une solution automatisée pour ça.

22:21

Il est important de détecter rapidement ces applications avant qu'elles ne prennent de l'ampleur. Comme je l'ai dit précédemment, nous avons aussi collecté des données de plaintes non structurées en Ouganda. On a également utilisé des modèles prédictifs sur ces données de plaintes pour identifier les caractéristiques des consommateurs liées à certains types de plaintes. Ces informations peuvent être utilisées avec des outils d'IA

généralive pour créer des messages personnalisés destinés aux consommateurs concernant divers problèmes.

22:55

Eh bien, tu sais, il y a l'éducation contre la fraude ou le processus de traitement des plaintes concernant l'IA généralive. Un autre point à mentionner, ce sont les chatbots, qui deviennent rapidement beaucoup plus puissants et faciles à utiliser grâce à l'intégration de grands modèles de langage. Ces chatbots peuvent être utilisés par les fournisseurs et les régulateurs pour répondre aux questions et aux plaintes des consommateurs. Clairement, ces outils peuvent aider à améliorer et à élargir l'accès au processus de traitement des plaintes pour les consommateurs.

23:30

Ils génèrent aussi des données qui peuvent être super utiles pour surveiller le marché, tu sais, c'est quelque chose qu'on a fait aux Philippines avec la Banque Centrale là-bas qui a son propre chatbot, Bob. On analyse certaines données qu'ils ont générées. Enfin, on bosse pour automatiser le processus de scan des sites web des fournisseurs de services financiers et de récupérer les infos de prix. Je pense que ma vidéo vient de planter, je sais pas pourquoi... on est en train de récupérer les infos de prix.

24:02

Disponible et standardiser les prix que l'on collecte pour permettre aux régulateurs, aux chercheurs et même aux consommateurs eux-mêmes de comparer les prix des services financiers entre différents fournisseurs dans le même marché et aussi entre différents marchés. Ce sont juste quelques exemples de l'utilisation des technologies émergentes pour aider les régulateurs et d'autres acteurs du secteur à surveiller ce genre de risques pour les consommateurs. Très bien, merci Willie.

24:41

Tu sais, depuis le bord de mer, certains des outils que tu as mentionnés, on les a aussi testés, en particulier l'utilisation de l'IA pour analyser les réseaux sociaux. C'était vraiment intéressant, on a fait ça avec le RBI Innovation Hub en Inde sur une période de deux ans, c'était fascinant. Ça nous a non seulement donné plein d'infos sur l'expérience des consommateurs et l'urgence de certaines problématiques, mais ça nous a aussi permis de repérer des applis malveillantes, du coup on a pu établir une liste de ces abus.

25:21

Les applis, c'est plutôt facile à utiliser, et c'est super puissant. Je veux dire, il y a aussi beaucoup de trucs pas trop high-tech, tu sais, des sondages par téléphone, des enquêtes en personne, qui restent vraiment essentiels si on veut toucher toute la population. Et en revenant sur Sarah, je pense que cette idée de données qualitatives est aussi importante, parce que pour te donner un exemple, dans le cadre d'une enquête nationale sur le Crédit Numérique, on a découvert que plus de 70 % des utilisateurs n'étaient pas...

25:58

On a fait le repas à l'heure et on comprenait pas trop pourquoi, du coup on a dû faire cette analyse qualitative avec des groupes de discussion et des entretiens individuels pour mieux cerner les différents profils des emprunteurs de crédits numériques et leurs comportements. Je pense que c'est aussi intéressant de se plonger dans le qualitatif pour compléter un peu le quantitatif, pas tout le temps mais parfois c'est vraiment utile. Est-ce qu'il y a autre chose sur les outils que Sheila ou Sarah voudraient ajouter ? Pour ma part, j'aimerais juste trier un peu tout ça.

26:36

Je vois qu'il y a une utilisation croissante des outils, et je pense que, en tant que hub mondial d'associations fintech et d'associations de finance numérique, on aimerait vraiment pouvoir offrir à nos membres plus d'accès et les aider à les utiliser. Je serais vraiment enthousiaste à l'idée de défendre cela davantage. Je pense que ce serait une façon importante de faire les choses. Par exemple, beaucoup de tâches étaient faites manuellement par des humains, et maintenant, si on peut les réaliser en utilisant l'IA et tout ça...

27:06

Il y a des outils incroyables qui permettent de surmonter rapidement les défis liés aux ressources que beaucoup d'associations rencontrent, et je suis sûr que l'équipe de Sheila serait ravie d'explorer ça, ça allège vraiment le fardeau, c'est super excitant. Merci de partager ça avec nous ! De notre côté, on aimerait aussi voir plus d'outils utilisés dans tout l'écosystème parce que, comme je l'ai dit, les régulateurs collectent des données, les prestataires collectent des données, et les consommateurs aussi.

27:34

Les associations ont leurs propres données et, d'une manière ou d'une autre, différentes personnes atteignent différents types de consommateurs. Donc, s'il y a un moyen pour les différentes parties prenantes d'exploiter certaines technologies comme, , les API ATC pour voir comment elles peuvent toutes avoir accès aux données et avoir un tableau de bord

unique où un organisme mandaté peut vraiment voir ce qui se passe, ce serait vraiment utile pour les régulateurs. Ça donnerait une vision plus claire des données.

28:05

des plaintes venant de différents types de consommateurs, mais tu peux aussi plus facilement repérer les tendances qui émergent. Si aujourd'hui un problème est à 5% et la semaine prochaine il est à 15%, c'est sûr qu'il y a quelque chose qui cloche. Et pour le voir, il faut des données venant de tous les côtés, pas juste d'un groupe en particulier. Sinon, les choses s'aggravent et au moment où tu te rends compte, on a déjà perdu l'opportunité. Donc, l'idée, c'est comment on peut utiliser tous ces outils dans l'écosystème et s'assurer que ça fonctionne.

28:33

On est tous en train de se parler et de s'assurer qu'on a les bonnes infos au bon moment. Pour moi, c'est vraiment le gros problème. Et puis, un autre point qui revient souvent, c'est le partage de données transfrontalières régionales. On voit les mêmes problèmes surgir dans différents pays et même sur différents continents. Donc, je pense que la collaboration transfrontalière serait super utile, surtout en ce qui concerne des outils efficaces. Merci, c'était top. Une dernière chose que je...

29:04

Je veux juste ajouter avant qu'on passe à l'action basée sur des preuves et des données que certains de ces outils, eh bien, sont peu coûteux, mais d'autres sont assez chers à utiliser. Donc, je pense que j'ai vu la liste des inscrits et il y a beaucoup de financeurs dans la salle. C'est le genre de truc qui est vraiment utile à financer, que ce soit à travers des associations de consommateurs, des associations professionnelles ou quelque chose comme une IPA. Juste pour dire que c'est un domaine où il n'y a pas assez de ressources.

29:41

La protection des consommateurs n'est généralement pas, tu sais, le domaine le mieux doté, donc c'est super d'apprendre que l'IPA va réaliser encore 10 de ces enquêtes nationales, par exemple. On va en faire deux de plus, donc je pense qu'on va bientôt avoir 16 enquêtes nationales ou quelque chose comme ça. Mais ce n'est pas encore suffisant, on a besoin de plus de données de toutes sortes et de plus de ressources. Alors, passons à la façon dont on utilise toutes ces informations. Sheila, tu nous as déjà raconté une histoire, je pense, en Ouganda à propos de ça.

30:19

Comment les données ont été réellement utilisées. , est-ce que t'as d'autres histoires à nous raconter ou tu veux continuer avec l'histoire de l'UGA sur les associations de consommateurs qui utilisent avec succès les données des consommateurs pour déclencher des changements dans l'écosystème des services financiers numériques ? Oui, j'ai plein d'histoires, Eric, on pourrait rester ici toute la soirée si on devait toutes les parcourir, mais je vais juste prendre un autre exemple pour l'instant, pour montrer que ce genre de choses se passe dans différents endroits du monde et que les associations de consommateurs sont vraiment actives.

30:53

Malgré les ressources limitées, un autre exemple qui touche vraiment la plupart de notre réseau à l'échelle mondiale vient du Consumer Council des Fidji. Ils reçoivent plein de plaintes à travers le pays, sur différents sujets, mais une en particulier a retenu notre attention : ils ont reçu plus de 931 plaintes, surtout sur des arnaques. C'était une arnaque appelée le "eBay shop online recruitment scam". En gros, quelqu'un te contactait pour te dire : "Télécharge cette appli, fais tes courses et tu gagneras de l'argent".

31:27

"Revenons à un certain montant que tu as dépensé, et quand d'autres consommateurs faisaient pareil, on leur disait qu'ils devaient dépenser plus pour obtenir le cashback. Du coup, ils continuaient à faire la même chose et, bien sûr, ils ne recevaient aucun remboursement. Finalement, on s'est rendu compte que c'était en fait une société frauduleuse, pas du tout liée à eBay. Après ça, l'association des consommateurs a contacté eBay et d'autres plateformes de shopping que ces escrocs essayaient d'imiter, et ils ont partagé ça."

31:55

Ces plaintes auprès des régulateurs aux Fidji leur ont montré ce qu'on observe, quelle est la tendance, et combien d'argent a été dépensé. Il y avait déjà environ 1,7 million de dollars dépensés à partir des 931 plaintes qu'ils avaient reçues, ce qui faisait partie de l'escroquerie. Donc, il y a eu une task force mise en place par la Banque de réserve des Fidji, et cette task force était spécialement dédiée à la lutte contre les escroqueries. Elle était composée du ministère du Commerce et des coopératives pour les petites et moyennes entreprises.

32:27

Régulateur pour la communication, la Banque de réserve des Fidji, la police fidjienne. C'est souvent quelqu'un qu'on oublie quand on parle des parties prenantes, mais la police et la

task force sont également impliquées, ainsi que la Commission de la concurrence et de la consommation des Fidji et le Conseil des consommateurs des Fidji. Ils se réunissent régulièrement pour voir comment suivre ça. Non seulement ils ont réussi à fermer certains de ces sites qui étaient vraiment des arnaques, mais aussi...

32:56

Ils se rencontrent régulièrement pour voir comment renforcer les législations afin d'éviter que ce genre d'escroqueries ne se reproduise. En ce moment, ils ont reçu plus de 1 700 plaintes, représentant environ 3,6 millions de dollars, tout ça pour ce type d'escroquerie. Ils craignent même qu'il y ait beaucoup de consommateurs qui n'ont pas porté plainte, soit parce qu'ils ont honte, soit parce qu'ils n'utilisent pas les bons cadres. Ce qu'ils constatent aussi, c'est que ces situations se répètent.

33:29

Des pays en Asie rapportent aussi des choses similaires où ils te disent de télécharger ça via Telegram. Tu te rends compte que Telegram promet la confidentialité et la sécurité, mais en même temps, ça peut être utilisé par des gens malintentionnés pour te frauder sans que tu aies moyen de signaler ou de suivre ça. On voit beaucoup de ça, mais c'est bien de voir qu'il y a aussi des gouvernements qui sont très proactifs. Dans ce groupe de travail que j'ai mentionné, au départ, il n'y avait que...

33:58

Les régulateurs, mais là, on a aussi entendu parler des membres aux Fidji qui ont intégré des entreprises, notamment Vone Fiji, dans le groupe de travail pour s'assurer que les entreprises par lesquelles les consommateurs font parfois des paiements peuvent aussi être impliquées ou être en mesure de mieux suivre les mouvements suspects dans leur secteur. Pour nous, c'est un cas évident des différents acteurs, parfois inattendus, avec lesquels on peut s'engager dans l'écosystème.

34:29

Assurez-vous qu'on trouve des solutions rapidement et de manière proactive pour garantir de meilleurs résultats pour les consommateurs, que ce soit en cas de perte, de réputation, ou en comblant certaines lacunes qui rendent difficile pour certains consommateurs de se plaindre ou de se manifester quand ils voient ou subissent un préjudice. Bien sûr, Eric, mais je suis content qu'on continue à avancer là-dessus. Merci, merci Sheila, c'est encore une super histoire, et j'espère qu'elle sera disponible au public ou le sera bientôt.

35:02

Il faut vraiment en parler publiquement parce qu'on a besoin de plus d'histoires comme ça, de collaborations extraordinaires entre tous les acteurs de l'écosystème. Mais ça va nécessiter ce genre de mesures si on veut lutter contre des risques qui évoluent très rapidement. On a beaucoup discuté de l'IA comme solution, mais l'arrivée rapide des deep fakes risque vraiment de provoquer une croissance exponentielle du vol d'identité et des fraudes. Donc, j'avoue que je suis assez inquiet pour l'avenir, mais en même temps, je suis excité qu'on soit tous ensemble là-dedans.

35:46

Savoir, travailler à trouver des solutions. , Sarah, tu peux nous raconter des histoires sur les actions que tes membres ont prises pour rendre la finance digitale plus responsable ? Juste pour donner un peu de contexte, je pense que c'est vraiment crucial d'avoir des associations professionnelles comme celles qui sont réunies dans l'alliance de Sarah, parce qu'elles peuvent jouer un rôle énorme dans la promotion d'une finance digitale responsable. Alors, Sarah, t'as des exemples à nous donner ? J'en ai plein, mais comme Sheila l'a dit, je pourrais probablement rester ici toute la nuit.

36:26

Bien sûr ! Voici la traduction : "Voilà, en parlant de tout ça, je me dis souvent que quand on pense aux prestataires de services financiers, on se demande parfois si la protection des consommateurs intéresse vraiment les gens. Eh bien, je suis vraiment ravi de dire que c'est une conversation qui revient souvent et dont on parle beaucoup dans les associations fintech. Ils sont vraiment motivés à travailler dans ce domaine pour rendre la finance responsable, équitable et transparente, et ce que j'adore..."

36:52

Tu sais, j'ai des exemples venant à la fois d'Afrique et d'Asie, parce que comme l'a dit Sheila, les arnaques se reproduisent et souvent les pratiques peuvent être partagées, ce qui est vraiment précieux pour nous d'avoir cette perspective mondiale dans notre travail. Alors, je vais commencer par le Botswana. L'Association fintech du Botswana est en train de créer un site web qu'ils vont appeler le "scam radar", où les consommateurs pourront vérifier des entreprises, signaler des arnaques et accéder à une variété de ressources pour les aider.

37:20

Identifiez les arnaques courantes et évitez de tomber dans le piège, et ils peuvent le faire parce qu'ils ont remporté l'un des petits prix que nous avons pu offrir cette année à nos membres pour travailler sur des problèmes spécifiques dans leur pays. Je suis impatient

de voir que ce site sera lancé plus tard cette année ou au début de l'année prochaine. En revenant vers les Philippines, la campagne Pioneer Day aux Philippines était particulièrement axée sur les risques et les menaces liés à la fraude en ligne, aux arnaques de pêche et à l'identité.

37:52

Ils ont fait ça en collaboration avec la banque centrale, et en particulier, le gouverneur était très impliqué dans cette campagne. Ça montre une vraie collaboration et un besoin sincère de travailler ensemble pour résoudre ce problème. L'association aux Philippines, ainsi que l'Association fintech pour l'autonomisation des consommateurs et beaucoup d'autres de nos membres, ont des codes de conduite sectoriels qui incluent absolument, dans ce code de conduite, la promotion de pratiques de presse justes et transparentes.

38:24

La protection des consommateurs et l'association fintech pour l'autonomisation des consommateurs, que je vais appeler FACE pour simplifier, c'est beaucoup de mots à gérer. Donc, en fait, FACE a été la première association fintech à obtenir le statut d'organisation d'autorégulation (SRO) par la Banque de Réserve de l'Inde. Ils ont maintenant un mandat plus clair et plus fort pour gérer la conduite de l'industrie, ce qui inclut aussi les plaintes et les litiges des clients. Ils auront donc un accès beaucoup plus clair à beaucoup de choses.

38:56

Ces données et informations peuvent vraiment jouer un rôle important dans la protection des consommateurs. Ils ont aussi créé un produit super intéressant et peut-être qu'ils auraient pu utiliser l'outil IPA, mais ils ont fait le tri manuellement dans le Google Play Store et ont signalé beaucoup d'applications de prêt illégales. Cette collaboration avec Google a permis de retirer 700 applications, c'est un chiffre incroyable, j'étais choqué en l'entendant. Mais 700 applications illégales, et on ne parle même pas de celles qui ne fonctionnent pas très bien.

39:23

C'étaient des trucs qui étaient en fait illégaux et qui n'auraient pas dû être accessibles aux consommateurs dès le départ, donc maintenant ils fournissent ces infos de marché à Google et aident à empêcher ces apps d'arriver sur le store dès le début. Ils donnent aussi des conseils à l'Innovation Hub de la Banque de Réserve pour identifier quelles apps sont maintenant malveillantes, donc peut-être pas tant illégales mais avec des pratiques malveillantes et inappropriées, tu sais, l'une des choses...

39:51

On veut vraiment mettre en avant notre tout premier prix annuel de l'Association des Finances Numériques et de l'InfantTech. On essaie de soutenir le travail incroyable que font ces associations de l'industrie. En fait, il y a six catégories, et l'une des plus importantes est de voir quelles associations défendent les meilleures pratiques en matière de protection des consommateurs. Donc, on va commencer à rassembler des preuves, comme l'a dit Sheila.

40:21

J'ai observé ce que font certaines associations industrielles et quel impact elles ont sur leurs marchés, avec qui elles collaborent, parce que, comme on l'a tous dit, ce n'est pas un problème qu'une seule entité peut résoudre. Il s'agit de collaborer ensemble, de partager des données et d'agir de concert pour battre ces adversaires qui ont également accès aux mêmes technologies et informations que nous. Donc, on doit essayer d'être toujours un pas en avant. C'est génial, et j'ai hâte de voir les résultats de ça. Qu'est-ce que c'est ?

40:55

C'est une compétition que tu organises ? Eh bien, on cherche des juges, Eric, donc on viendra te voir pour voir si ça t'intéresse. D'accord, très bien. Je trouve ça vraiment intéressant. Le cas de FA, en particulier en Inde, est assez connu, je pense. Ils ont été très actifs et on entend beaucoup parler de l'Inde et des problèmes liés aux applis de crédit numérique. Ça me fait penser aux incitations pour les fournisseurs afin qu'ils deviennent plus responsables dans la prestation de services financiers.

41:33

Je pense que la notion de réputation est vraiment importante ici parce que dans le cas de Face, il y a évidemment de très bons fournisseurs de crédit numérique, mais ils étaient fortement impactés par la mauvaise réputation du crédit numérique à cause de toutes ces applications de crédit numérique non régulées et indésirables qui étaient sur le marché. En fait, c'est pour ça que Face a été créé, si tu regardes l'historique.

42:09

"Super endroit ! Je vais demander aux gens d'écrire leurs commentaires ou questions dans le chat. Je ne peux pas voir le chat pour une raison quelconque, mais s'il vous plaît, écrivez vos questions. J'espère qu'on recevra quelques-unes. Willie me fera signe, car je ne peux pas les voir. En attendant, on peut continuer jusqu'à ce qu'on ait des questions. Sheila, tu as tellement d'histoires, as-tu une autre success story à nous raconter sur l'utilisation des données ?"

42:50

Tu sais, le changement, ça arrive, oui, , oui, Éric, , comme je l'ai dit, j'ai plein d'histoires. Je pense que l'autre sujet qu'on aborde concerne vraiment les consommateurs vulnérables. Donc, dans le cadre de l'accélérateur de finance numérique équitable, qui est un programme pour les pays à faibles et moyens revenus financé par Gates, où on collabore avec CGAP, on essaie surtout de voir comment on peut travailler avec les régulateurs, les fournisseurs et l'écosystème en général pour proposer des politiques et des solutions centrées sur le consommateur, y compris bien sûr avec les fournisseurs.

43:22

Sarah pourra vous dire qu'on collabore avec eux, ainsi qu'avec d'autres groupes de réflexion et chercheurs importants comme l'IPA. On essaie de comprendre comment on peut toucher tous types de consommateurs. Dans ce cadre, on a un projet sous l'accélérateur qui est mené par Cardiff au Nigeria, où ils cherchent à identifier les problèmes auxquels sont confrontées les populations vulnérables, notamment les personnes sourdes et malvoyantes.

43:53

Le retour qu'ils recevaient avant de leurs plaintes, c'était que certains consommateurs malentendants ou malvoyants étaient parfois exploités, même par leurs proches. Alors, ils essaient de trouver comment mettre en place des cadres pour les protéger, sans qu'ils aient à renoncer à un écosystème qui rend parfois difficile l'interaction pour ceux qui sont exclus. Ils ont donc mené une série de recherches avec des personnes en situation de handicap, en collaboration avec Amalgam.

44:24

Rencontrer des organismes, mais aussi des fournisseurs et des parties prenantes pour voir quels autres problèmes les personnes avec des handicaps rencontrent, mais aussi ce qui peut être fait pour s'assurer qu'elles puissent vraiment faire partie de l'écosystème. Ils ont réalisé des recherches préliminaires qui seront partagées fin novembre pour comprendre les enjeux auxquels ces populations sont confrontées. Ils travaillent aussi avec des organismes du secteur et des régulateurs pour voir quelles solutions peuvent être mises en place, et certaines d'entre elles sont déjà envisagées.

44:55

Même quelque chose de simple comme dire qu'on veut un groupe WhatsApp pour pouvoir communiquer quand on a des problèmes, comme le fait qu'on n'a pas accès à certaines choses ou d'autres soucis d'accès, surtout en ce qui concerne le coût de l'infrastructure

nécessaire pour accéder à l'écosystème. Tu verras que la plupart des solutions en place sont super chères, et pourtant, les mécanismes mis en place exigent qu'ils s'engagent vraiment avec, disons, le téléphone ou avec de l'argent mobile.

45:25

La banque et il n'y a pas de mécanismes en place pour qu'ils puissent s'engager suffisamment, donc ce qu'on voit, c'est plus de collaboration même pour des problèmes plus compliqués ou des questions qu'on pensait résolues, comme l'accès, où les gens n'ont toujours pas un accès suffisant. On essaie de voir comment impliquer tout le monde, sans laisser personne de côté, qui est le mieux placé pour aider. Et quand tu mentionnes qu'on a des financeurs disponibles, j'étais vraiment content parce qu'il y a un groupe d'intervenants avec qui on discute habituellement.

45:52

Concernant l'écosystème, on ne lui prête pas encore assez d'attention alors qu'il joue un rôle super important pour s'assurer qu'on trouve les bons projets, que ce soit au niveau de la société civile, des entreprises ou des gouvernements, afin de mettre en place les bons cadres qui favoriseront l'inclusion financière et veilleront à ce qu'on ne perde pas les avancées qu'on a déjà réalisées. Je dirais donc que, pour nous, on chante beaucoup et chaque histoire est différente, mais au final, ça contribue à l'apprentissage entre pairs.

46:19

écosystème et au sein de notre réseau, et on voit que certaines de ces choses sont reproduites, merci Sheila. , à moins que Willie ne veuille intervenir si tu vois quelque chose, mais je voulais juste revenir sur les commentaires de Sheila concernant les consommateurs vulnérables. , une chose qu'on essaie d'identifier à travers toutes ces données, c'est des données ventilées par genre. Je pense que c'est important d'en parler parce que, plus on découvre, plus je trouve que la situation semble...

46:58

C'était compliqué pour moi, on pensait qu'on allait voir un gros écart entre les genres dans nos trois enquêtes nationales en ce qui concerne l'exposition aux risques, mais on n'a pas trouvé de différence vraiment significative. Par contre, ces enquêtes nationales nous ont donné plein d'infos intéressantes sur les problèmes rencontrés par les femmes par rapport aux hommes. Fait intéressant, la solution ne sera pas toujours la même pour les hommes et les femmes, même si, globalement, il n'y avait pas tant d'écart que ça, comme je l'ai dit.

47:40

Je suis curieux d'entendre Willie parce que c'est un sujet qu'on a déjà abordé, mais est-ce que tu as trouvé des infos intéressantes sur les femmes dans tes enquêtes qui pourraient déclencher des actions ? Par exemple, on a remarqué qu'il y avait plus de problèmes de capacité numérique chez les femmes, mais en même temps, elles demandaient plus de conseils, ce qui compense un peu. Mais bon, il reste un problème de base en termes de capacité numérique, donc, voilà.

48:19

"Est-ce que tu as trouvé quelque chose dans tes enquêtes sur ce sujet qui pourrait être utile ? Merci d'avoir soulevé ça, parce que pour commencer, on a trouvé quelque chose de assez similaire à ce que tu viens de dire. En fait, même si tu plisses un peu les yeux, ce que l'on voit, c'est que les hommes semblent rencontrer plus de difficultés que les femmes sur de nombreux aspects, ce qui peut sembler contre-intuitif. Mais le mot clé ici, c'est 'reporter'. On n'a pas..."

48:57

J'ai pas mal de preuves solides pour appuyer ça, mais vous vous rappelez sûrement que j'ai parlé de H au début de cette session, par rapport au nombre de plaintes que les hommes et les femmes soumettent aux prestataires de services financiers. On voit qu'il y a une différence assez marquée : les femmes sont moins enclines à signaler des problèmes. On observe le même schéma : les femmes ne rapportent pas les soucis à nos enquêteurs et elles ne les signalent pas non plus aux services financiers.

49:30

Les fournisseurs, ça veut dire que les femmes sont moins susceptibles, tu sais, d'être exposées aux problèmes de protection des consommateurs, ou est-ce que c'est une question d'agence et d'auto-efficacité ? Il y a eu des recherches sur ça, par exemple une petite étude qu'on a faite en Inde qui s'est penchée sur les différences en matière d'auto-efficacité et comment ça influence le désir des femmes de faire des plaintes auprès de leur prestataire de services financiers. Donc, on a une théorie là-dessus.

50:06

Le truc, c'est que nos données d'enquête sont biaisées. Les femmes sont peut-être aussi exposées, voire plus, aux risques, mais elles ne veulent pas les signaler à nos enquêteurs. C'est pour ça qu'on insiste sur le fait qu'il faut plusieurs sources de données. Je pense que c'est vraiment important dans ce cas. Une autre chose qu'on a faite, c'est que je n'ai pas de preuves solides à montrer.

50:41

On est en train de faire un peu de mystère shopping, où on envoie des hommes et des femmes, des enquêteurs formés, pour effectuer des transactions avec des agents par exemple, et observer les tarifs abusifs ou d'autres comportements inappropriés des agents. C'est une super méthode pour examiner d'éventuelles différences de genre, tout en tenant compte de ce biais potentiel dans les rapports, qu'on pense pouvoir exister dans les données d'enquête. Donc, le point plus large ici, c'est qu'on doit toujours être vigilant.

51:17

Tu sais, en réfléchissant aux éventuelles limites concernant le groupe de personnes inclus dans un ensemble de données, mais aussi aux biais de reporting qui peuvent exister, il faut essayer de rassembler des informations provenant de différentes sources de données pour identifier et combler ces lacunes. Merci beaucoup. Je vois qu'il y a une question dans le chat qui concerne qui est responsable de la collecte de données, comme à travers le shopping mystère ou l'analyse des réseaux sociaux. Je pense que, tu sais, peut-être que je...

51:55

On peut commencer là-dessus, mais en fait Sheila ou Sarah, n'hésitez pas à prendre la parole en premier, puisque vous êtes les invitées. Eh bien, je vais saisir l'occasion et intervenir, parce que je pense que c'est une super opportunité pour les associations professionnelles, peut-être en collaboration avec les associations de consommateurs, de jouer un rôle vraiment fort ici. Je pense qu'il faudrait aussi un mandat de la part du régulateur, pour qu'il y ait une responsabilité et une reddition de comptes claires concernant où se trouvent ces données.

52:24

Je vais aller voir comment ces données vont être utilisées, mais je pense que les associations professionnelles pourraient vraiment être de super avocats pour ça. Elles pourraient collecter ces données, informer les régulateurs, et en plus, créer des réseaux, des groupes de travail parmi leurs membres. L'idée serait de pousser leurs membres à prendre au sérieux certaines données, les défis, les enjeux, et à faire des changements. Les changements, ce n'est pas juste au niveau des...

52:54

Au niveau des politiques, ils sont aussi au niveau de l'industrie. Donc, si ça reste juste avec un régulateur, et que ces données restent bloquées là, ça manque aussi de l'implication de l'industrie qui pourrait peut-être proposer ses propres innovations ou solutions, ou même comprendre les données d'une manière différente. Pour moi, les associations, bien sûr, je

vais les soutenir, mais je pense qu'elles occupent une position vraiment unique où elles interagissent avec plusieurs parties prenantes et peuvent...

53:20

Rassembler des groupes de travail vraiment réfléchis, des opinions et des idées qui peuvent vraiment favoriser le changement dont on a besoin, oui. De notre côté, je pense qu'on pourrait faire le tour et défendre les différents acteurs, mais pour nous, quand on regarde le régulateur, il agit surtout comme l'hôte, parce que c'est généralement lui qui a la vision et tout le pouvoir d'influencer les différents acteurs, surtout s'il y a une association de consommateurs qui a toutes les capacités nécessaires.

53:49

Il y aura un problème de mandat, mais je pense qu'avec les Régulateurs, ils ont un peu de flexibilité en matière de contrôle, surtout sur certains acteurs de l'écosystème. De plus, ils sont souvent pris plus au sérieux, voire mieux respectés, compte tenu de leur statut. Cependant, il est crucial que les différents acteurs trouvent un moyen de contribuer aux données, mais au final, quelqu'un doit être l'hôte principal et pour nous, on pense toujours que le régulateur pourrait jouer ce rôle.

54:19

Alors, on s'engage tous là-dedans parce que, comme je l'ai dit, on génère tous des données différentes à différents moments et on est forcément amenés à passer à côté des avantages que les autres ont. Je pense que le régulateur pourrait toujours jouer le rôle de moyen de communication, et les autres acteurs seraient bien dans leur rôle, oui. Donc, je suis d'accord avec toi, Sheila. En gros, dans notre cadre conceptuel pour un écosystème de finance numérique responsable, on voit le consommateur financier.

54:49

L'autorité de protection ou l'autorité de la conduite du marché, donc tu sais, le régulateur et le superviseur, pour la protection des consommateurs financiers, c'est vraiment le point central. Ils ont un mandat pour surveiller le marché en utilisant, tu sais, tous les outils dont on a parlé aujourd'hui. Mais quand en plus de ça, tu as des associations de consommateurs et des associations professionnelles qui font ce genre de travail, je pense que c'est là où tu obtiens vraiment le maximum de pouvoir pour résoudre les problèmes de risques pour les consommateurs de GFS. Je vois beaucoup d'échanges sur ça.

55:25

Aspect de genre, , est-ce que tu veux mentionner certains commentaires sur le genre ? Non, tout le monde peut les voir, je suppose. C'est vrai, je n'ai rien de plus à ajouter, je suis d'accord avec eux. Une chose que je voudrais rapidement souligner, c'est que cette question de genre et de protection des consommateurs est quelque chose qui nous intéresse vraiment et on est en train de préparer une rencontre qui va se concentrer sur la cartographie du type d'agenda de recherche sur lequel on devrait se pencher dans les mois à venir.

56:02

Quatre ans de notre initiative de recherche sur la protection des consommateurs, , et ça va probablement se passer le mois prochain. On va donc publier, , une sorte de rapport de cet événement qui, on l'espère, va définir notre agenda, , et notre initiative sur, tu sais, quels sujets sont, , les plus importants à explorer ici. Très bien, ouais, je suis vraiment intéressé à continuer cette discussion sur le genre, en particulier, je pense qu'au-delà de la notion de plainte, où ça...

56:37

Il est très probable que les femmes dans de nombreux pays ne se plaignent pas aussi facilement que les hommes, comme tu le sais. Mais je pense que la question pour moi va au-delà des simples sondages nationaux : est-ce qu'il y a un biais quand les gens répondent aux questions ? Je pense que c'est quelque chose qu'on doit vraiment creuser. Il faudrait aussi voir si ça se passe dans d'autres domaines que la finance, parce que l'IPA a de l'expérience dans plein de domaines en matière de sondages nationaux, donc ce serait intéressant de faire un petit croisé.

57:12

Analyse avec d'autres secteurs sur ce sujet, parce que je pense que c'est quelque chose qu'on doit explorer davantage et comprendre mieux si on veut progresser. Il nous reste deux minutes, à moins qu'il n'y ait d'autres questions. Ah oui, des engagements ! Y a-t-il quelque chose auquel vous voulez vous engager pour l'année prochaine, Sheila, Sarah ? Et on va aussi dire quelque chose très rapidement. Oui, on s'engage à s'assurer qu'on soit dans les bons comités avec les bonnes personnes et que tout le monde...

57:51

est à bord autour de la protection des consommateurs, , et on collabore tous ensemble, donc vraiment, c'est le principal, mais aussi, on creuse plus profondément dans la voix des consommateurs vulnérables. Merci Sarah. Pour nous, c'est important que nos associations aient accès aux données, à certains outils et qu'elles défendent vraiment ce qui peut être

fait au niveau de l'industrie pour des pratiques justes et transparentes pour les consommateurs. Willie, je l'ai déjà dit plein de fois, alors je vais le redire : on va faire des enquêtes dans 10...

58:24

Alors, vous l'avez entendu ici en premier ! Revenez l'année prochaine pendant la semaine de l'inclusion financière, on fera une présentation avec les résultats comparatifs de 10 pays. Très bien, et je m'engage à vous tenir tous responsables de ce que vous venez de dire. Je m'engage aussi à lancer cet écosystème de finance numérique responsable sur le terrain dans deux pays cette année. Merci beaucoup à tous, merci CFI pour l'organisation, et j'espère vous revoir très bientôt. Merci, au revoir !

58:58

Merci [Musique]