

Using the DFS Standards to Address the Crisis of Customer Harm from Digital Finance – 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 séance aborde l'utilisation des normes DFS pour réduire les préjudices aux clients dans le domaine de la finance numérique, en se concentrant sur des risques comme la fraude et le manque de transparence.

Points forts

-  On a discuté de la crise liée aux préjudices subis par les clients en finance numérique.
-  Les intervenants comprenaient des experts en protection des consommateurs et en finance numérique.
-  La fraude représente un risque majeur, touchant des millions de personnes dans le monde.
-  Les problèmes de transparence entraînent des prix flous et des frais cachés.
-  Les consommateurs vulnérables sont confrontés à des risques plus élevés et à des résultats négatifs.
-  Les normes DFS fournissent un cadre pour des pratiques financières responsables.
-  Tester les solutions de manière rigoureuse est crucial avant de les déployer à grande échelle.

Aperçus clés

-  Risque de fraude : Un nombre significatif de consommateurs subit des fraudes dans la finance numérique, ce qui souligne le besoin de mesures de protection solides. Une surveillance continue et l'éducation sont essentielles pour lutter contre les tactiques de fraude en évolution.
-  Vulnérabilité des consommateurs : Des recherches montrent que les consommateurs plus vulnérables signalent des résultats négatifs plus fréquents, ce qui souligne l'importance de solutions ciblées pour les groupes à risque.
-  Transparence : Le manque d'informations claires entraîne la confusion des consommateurs et des préjudices financiers potentiels. Les prestataires de services financiers doivent donner la priorité à la transparence dans leur communication et leurs offres.

-  Boucles de rétroaction : Impliquer les consommateurs dans le retour d'information aide les institutions à améliorer leurs services et à mieux répondre aux besoins des consommateurs, renforçant ainsi la confiance et la satisfaction globales.
-  Tests rigoureux : Les solutions doivent être testées de manière rigoureuse pour s'assurer qu'elles répondent aux besoins réels des consommateurs sans provoquer de conséquences indésirables.
-  Normes DFS : Ces normes servent d'outil complet pour les organisations afin d'évaluer et d'améliorer leurs pratiques en finance numérique, favorisant des services financiers responsables et inclusifs.
-  Collaboration : La collaboration entre les prestataires de services financiers, les régulateurs et les défenseurs des consommateurs est essentielle pour construire un écosystème de finance numérique plus sûr qui protège tous les consommateurs.

Transcript

00:15

Salut tout le monde, bienvenue à cette session sur l'utilisation des normes DFS pour répondre à la crise des préjudices aux consommateurs dans la finance numérique. Je suis super contente et honorée d'être ici avec vous aujourd'hui, parmi ce groupe de conférenciers distingués. On va entrer dans le vif du sujet. Je suis Amelia Greenberg, directrice adjointe de SPTF, une organisation à but non lucratif dont la mission est de rendre les services financiers plus responsables et plus inclusifs. Je suis accompagnée de quatre intervenants : William Blackman, directeur associé pour la protection des consommateurs chez Innovations for Poverty...

00:50

"...Action, qui est une organisation à but non lucratif de recherche et de politique mondiale. Wayne Hennessy Barrett est le président et fondateur de 4G Capital, un fournisseur de services financiers au Kenya. Alan Munoz est le PDG de Banco Fihogar, un fournisseur de services financiers numériques en République dominicaine, et Sheila Senfuma est responsable du programme de finance numérique chez Consumers International. On va y aller tout de suite. Mes premières questions sont pour Sheila et Willie. On parle d'une crise de préjudice pour les clients due à la finance numérique. Quels sont les plus grands risques pour les clients ?"

01:27

"En utilisant les services financiers numériques que tu as observés, peux-tu aussi estimer environ quel pourcentage des clients de ces services ont non seulement été confrontés à ces risques, mais ont réellement subi des dommages ? Merci, Amelia, je vais y aller directement. Selon notre recherche sur l'expérience des consommateurs en matière de finance numérique en 2021, 2022 et 2023, certains des principaux risques que nous avons identifiés concernent surtout la fraude, notamment la fraude sur les paiements et la fraude sur le crédit numérique."

02:05

On a aussi vu différents niveaux de ça dans notre réseau. 74 % des associations de consommateurs de plus de 100 pays ont cité la fraude comme une priorité. Mais globalement, plus de 53 % de tous nos membres, qu'ils soient dans des pays à revenu élevé, moyen ou faible, ont aussi mentionné la fraude comme le principal risque auquel les consommateurs sont confrontés. Ça ressortait aussi pour les produits traditionnels, comme la banque, et ça se voit aussi avec les applications de paiement mobile et de prêt numérique qui sont en plein essor.

02:39

J'ai remarqué une tendance autour de l'IA, surtout les deep fakes, où ça sert à inciter les gens à révéler des infos, à partager leurs codes ou à transférer de l'argent à des escrocs. D'autres risques importants qu'on a vus, juste après la fraude, concernent surtout la transparence, comme des problèmes avec des infos de prix pas claires, des contrats compliqués et trop chargés, et des frais cachés ou inexpliqués. Tout ça tourne autour de la transparence, en particulier pour les paiements et le crédit numérique.

03:13

"Il y a surtout des applis numériques qui sont en plein essor, et un autre sujet qui ressort beaucoup, c'est les failles ou les lacunes réglementaires, surtout avec les nouvelles innovations qu'on observe dans la finance. Ça touche encore des trucs comme les cryptomonnaies et les applis de prêt numérique, où il n'y a pas vraiment d'autorité qui soit chargée de mettre en place des mécanismes de protection des consommateurs. C'est aussi parce que c'est quelque chose de nouveau, donc voilà."

03:43

"On ne veut pas tomber dans les différents cadres existants autour du crédit, des paiements et de la banque. On a reçu pas mal de retours là-dessus de la part des consommateurs. Certains diront même que ce sont plus d'un million de consommateurs, surtout en Afrique, en Asie et en Amérique Latine, où on a essayé d'obtenir des données

plus centrées sur le consommateur. On constate qu'il y a plus de 10 millions de consommateurs qui sont touchés ou qui subissent des pertes financières."

04:12

En ce qui concerne le crédit numérique, on parle de perte de réputation à cause de pratiques de recouvrement agressives où certains consommateurs se font faire du chantage, ou des personnes de leur réseau sont poussées à payer pour des consommateurs qui n'ont pas remboursé des crédits pris par des moyens illégaux ou qui manquaient de clarté en termes de transparence dans les contrats. Ce sont des tendances qu'on observe et, malheureusement, elles continuent d'exister ou d'augmenter dans divers marchés.

04:45

informé par des situations où les lois sur la protection des données ne sont pas complètement appliquées, ce qui crée souvent un environnement favorable ou un point d'entrée pour que des fraudeurs accèdent aux données des consommateurs et les utilisent pour les arnaquer. Donc maintenant, euh, pour que Willie puisse aussi donner son avis, oui merci. Je pense que c'est intéressant et important de noter ce que tu as dit, c'est que le préjudice n'est pas seulement la perte d'argent, même s'il y a effectivement ce préjudice, mais aussi des choses comme le stress et l'agression, le fait d'être victimes de ce genre de choses.

05:17

Un comportement agressif, c'est un autre risque. Willie, à toi ! Excellent, merci beaucoup, et merci Amelia pour l'opportunité de participer à ce panel important. Mes réponses vont vraiment faire écho à ce que Sheila vient de dire, mais en venant d'un angle légèrement différent. Au cours des dernières années, l'IPA a réalisé des enquêtes auprès des consommateurs dans plusieurs marchés, comme au Bangladesh, en Ouganda, au Kenya et au Nigeria. Ce que je vais partager, ce sont quelques statistiques clés que nous avons trouvées directement.

05:53

Dans ces enquêtes, on a recueilli des avis de consommateurs en se concentrant sur quatre domaines clés qu'on a trouvés assez nuisibles : le manque de transparence, la fraude, le stress lié à la dette et les problèmes de recours. Bien sûr, je vais juste survoler le sujet ici, mais si vous voulez en savoir plus, je vais mettre dans le chat un lien vers tous nos rapports. Et pour souligner, on aura d'autres enquêtes qui sortiront dans une dizaine de pays dans l'année à venir.

06:24

Restez à l'écoute pour ça. Alors, pour commencer, sans transparence et sans informations accessibles et faciles à comprendre sur les prix et les produits, les consommateurs ne pourront pas faire des choix éclairés concernant les services financiers qu'ils utilisent. On a demandé aux consommateurs s'ils avaient rencontré des frais inattendus ou peu clairs, et on voit beaucoup de variations d'un pays à l'autre. Par exemple, au Bangladesh, seulement 2 % des consommateurs signalent ce problème, tandis qu'au Kenya, c'est 11 %, en Ouganda 19 % et au Nigeria 23 %.

06:56

J'ai vécu ce problème de frais flous l'année dernière. Ensuite, il y a la fraude. À mesure que les services financiers numériques se répandent, la fraude sur ces canaux numériques augmente aussi, comme Sheila l'a mentionné. On a posé des questions sur l'exposition à la fraude au cours des 12 derniers mois et on a constaté que c'était très significatif, avec des variations selon les pays. Au Bangladesh, 29 % des consommateurs ont été exposés à la fraude au cours des 12 derniers mois, au Kenya c'est 56 %, en Ouganda 33 %, et au Nigeria 23 %. Ensuite, il y a le stress lié à l'endettement, vous savez.

07:33

Le crédit numérique peut être un outil super utile pour les consommateurs qui gèrent leurs finances. Mais un accès rapide et facile au crédit, souvent accompagné de frais et d'intérêts élevés, peut pousser les gens à emprunter plus que ce qu'ils peuvent rembourser. Un indicateur de ça, c'est les sacrifices que les consommateurs font pour rembourser leurs prêts. On a posé des questions là-dessus et on a découvert qu'au Bangladesh, l'accès au crédit numérique est limité, donc on n'a pas trouvé beaucoup de choses. En revanche, au Kenya, 52 % des consommateurs ont réduit leurs dépenses alimentaires.

08:04

Pour rembourser des prêts en Ouganda, c'est 32 % en réduisant les dépenses alimentaires, et au Nigeria, c'est 177 %, ce qui est assez préoccupant. On a aussi examiné les transactions de crédit numérique au Kenya et utilisé ces données pour identifier les consommateurs qui avaient emprunté chez plusieurs prêteurs en même temps. On a découvert qu'au moins 6 % des consommateurs de crédit numérique avaient deux prêts actifs ou plus en même temps chez différents prêteurs, ce qui indique un potentiel de surendettement. Enfin, il y a des plaintes à traiter quand les consommateurs rencontrent...

08:41

Le défi, c'est qu'ils doivent avoir un moyen accessible de déposer leurs plaintes et ces plaintes doivent être traitées efficacement. Je vais me concentrer sur l'Ouganda ici, où seulement 39 % des personnes ayant des problèmes importants ont déposé une plainte formelle pour essayer de résoudre le problème. Il y avait aussi beaucoup de variations selon le genre. On a examiné tous les abonnés aux services de mobile money dans le pays et on a vu que 45 % des abonnés étaient des femmes, mais ensuite on a regardé toutes les plaintes qui ont été déposées auprès des fournisseurs de mobile money.

09:09

et j'ai vu que seulement 35 % étaient des femmes, ce qui signifie que les femmes sont beaucoup moins susceptibles de, euh, déposer des plaintes que les hommes. Et ça peut vraiment s'expliquer, parce que les consommateurs n'ont pas particulièrement de chances d'obtenir une résolution satisfaisante, euh, quand ils font une plainte. Seulement 40 % des personnes dans nos sondages, euh, ont dit que leur problème avait été résolu. Euh, je vais m'arrêter là, merci. D'accord, merci. Donc, c'est assez troublant d'entendre parler de la réduction de la consommation alimentaire, d'entendre à quel point c'est répandu.

09:43

Dans chaque pays, ces problèmes existent. Je vais maintenant m'adresser à notre représentant des services financiers, en commençant par toi, Alan. L'éventail des risques est énorme, mais si tu peux te concentrer sur quelques-uns pour lesquels Banco Fihogar a travaillé à trouver des solutions, dis-nous quelle a été ton expérience en République dominicaine concernant certains des risques auxquels tes clients ont fait face et les solutions que tu as trouvées pour y remédier. Très bien, merci. Je vais essayer de passer à un autre type de finance.

10:13

Service maintenant un service financier numérique et passons aux comptes numériques. Je sais que le prêt numérique peut être l'un des principaux produits où les risques sont facilement visibles, mais au sein des comptes numériques, nous avons également constaté de nombreux risques pour les clients, certains d'entre eux dont les clients ne sont même pas conscients. Pendant les processus d'intégration, nous avons observé les risques habituels que l'on pourrait s'attendre à rencontrer, comme les prises de contrôle de compte ou le vol d'identité. Cependant, nous avons également constaté...

11:04

C'est un peu problématique pour nous, c'est des gens qui se font abusés sans le savoir et qui ont leur identité usurpée par quelqu'un, que ce soit une personne connue ou inconnue.

Ces gens, sans le savoir, sont utilisés pour ouvrir des comptes frauduleux. Les comptes qu'ils ouvrent sont pour eux, mais il n'y a pas vraiment de fraude d'identité dans le processus. Cependant, les gens sont utilisés pour ouvrir des comptes qui vont ensuite servir à des fins frauduleuses. On a même vu ça avec des personnes âgées.

11:49

Des clients qui ont été utilisés par des membres de leur famille pour ouvrir des comptes, et ensuite ces comptes peuvent être utilisés à des fins frauduleuses, comme recevoir des transferts frauduleux et ensuite transférer immédiatement l'argent à quelqu'un d'autre. On s'inquiète un peu parce qu'on a remarqué ça, à la fois du point de vue des gens qui sont manipulés et aussi de ceux qui participent au processus. Ceux qui participent peuvent ne pas être complètement conscients des risques juridiques que cela entraîne.

12:32

Ils font face à ça quand ils font ça, et je pense que l'éducation fait partie du problème, mais c'est aussi une partie de la solution. Pas seulement l'éducation financière, mais l'éducation en général. La transparence doit être essentielle quand on pense à aider les gens à se protéger. Ensuite, en ce qui concerne les risques, grâce à notre réseau d'agents, qui est très vaste, on voit aussi beaucoup de risques liés surtout à des informations précises ou de la désinformation de la part des agents, ce qui peut être dû à un manque de...

13:15

La formation, ou plutôt un des plus gros défis qu'on rencontre, c'est qu'ils ont un taux de rotation assez élevé dans leur personnel. Donc, on forme des gens et puis, au bout d'un moment, on se rend compte qu'il y a quelqu'un d'autre qui s'occupe de nos clients. On met beaucoup d'efforts dans la manière dont on communique et ce qu'on communique, pour s'assurer que nos clients sachent tout ce qu'ils doivent savoir quand ils font un prêt ou un paiement. Mais quand ils arrivent chez un agent, ça devient compliqué.

14:01

Euh, c'est important de savoir comment les gens vont recevoir les services et les infos par tous les canaux, en s'assurant qu'ils ont les renseignements dont ils ont besoin, pas forcément de l'agent, mais qu'ils savent où les trouver et qu'ils ont accès à des infos fiables. Je te laisse la parole. Merci beaucoup, c'est des bons points. J'aime bien ta façon de voir les choses, avec un focus sur l'interaction avec le réseau d'agents et aussi avec les clients.

14:32

Donc, t'as une approche multi-facettes, Wayne. À toi de jouer, si tu pouvais choisir quelques-uns des risques que tu vois chez tes clients et parler des solutions que 4G a mises en place. Merci beaucoup, Amelia. Je vais faire de mon mieux, c'est pas facile de suivre ces commentaires très profonds. Je vais essayer d'être à la fois général et spécifique. Nous sommes un prêteur micro, spécialement pour les très petites et petites entreprises au Kenya et en Ouganda, donc on fournit ces très petits prêts aux entrepreneurs indépendants qui représentent 80 % de...

15:07

Le PIB de l'Afrique, c'est l'avenir du monde. On sait que l'Afrique est l'avenir du monde, donc c'est le segment de marché le plus important. D'ici 2050, une personne sur quatre dans le monde sera africaine et une personne sur trois parmi les adultes en âge de travailler sera africaine. Il est donc crucial de faire passer ces économies informelles vers le formel et de les faire fonctionner correctement. Nos clients sont naturellement très vulnérables, ils ont des revenus faibles, mais ils sont d'une résilience incroyable et ont un potentiel incroyable. Cependant, leurs compétences et leur niveau d'éducation ont besoin d'amélioration.

15:41

Euh, ils sont en fait vulnérables à des produits qui ne sont pas conçus pour eux. Il y a beaucoup d'idées reçues, surtout dans les entreprises de crédit traditionnelles, qui essaient juste de faire croître leur portefeuille de prêts, d'augmenter le montant en circulation et de maximiser leurs retours. Donc, je veux vraiment me concentrer sur la protection des clients. Les standards DFS, les six ou sept standards que vous défendez et dont nous sommes très fiers d'essayer de nous inspirer, c'est un très bon point de départ. Mais il faut vraiment concevoir des produits qui soient adaptés aux clients.

16:12

C'est numéro un, quel prêt va aider leur entreprise à se développer. On fait de notre mieux en combinant la formation sur l'entrepreneuriat avec chaque prêt et en adaptant les termes et conditions aux besoins spécifiques de l'entreprise. Donc, on a un design de produit centré sur le client, en mélangeant ça avec des données et la protection des clients. Surtout, vous savez, étant une fintech, on doit vraiment faire attention aux données des clients et aux risques cybernétiques et aux menaces dont Sheila a parlé. Et puis, il y a aussi le prix responsable. C'est une chose de concevoir le produit de cette manière.

16:44

Ça fonctionne, mais c'est aussi super important de s'assurer que le prix est bon pour le client tout en reflétant le risque et en expliquant comment ce prix fonctionne tout au long de la chaîne de valeur. Donc, c'est un prêt à haut risque, ce sont des prêts non garantis pour des personnes avec peu de données. On a un super algorithme, un produit incroyable et des responsables de relations sur le terrain qui complètent nos canaux fintech grâce à une approche hybride. Mais c'est vraiment, vraiment important que...

17:20

"qu'on est capable de sécuriser des fonds alignés sur la mission, et que ces fonds viennent d'investisseurs d'impact, d'institutions financières de développement, de banques locales, avec qui on a eu beaucoup de succès pour obtenir du soutien. Ils comprennent la réalité du marché, et que le produit conçu pour le client est transparent, juste et bien compris par le client. Donc, il faut vraiment atténuer les vulnérabilités inhérentes du client à comprendre ce qui se passe grâce à une livraison et une explication du produit vraiment claires de notre part."

17:54

Chaque praticien doit être transparent avec ses clients, pour qu'ils sachent exactement ce qu'ils obtiennent, sans frais cachés ni pratiques douteuses. On constate qu'il y a des pratiques assez risquées ailleurs sur le marché. Par exemple, on voit des conseillers de prêts qui prennent des garanties sur des prêts, en utilisant des actifs qui valent beaucoup plus que le montant du prêt. Ils peuvent donner un prêt de 100 ou 200 dollars en garantissant ça avec un terrain qui vaut 1 000 dollars. Ce n'est pas correct.

18:24

Pratiquer, hum, et donc ce sont des trucs auxquels on doit tous faire gaffe parce que des prix responsables, c'est vraiment plus que le TAEG, c'est bien plus que les taux d'intérêt effectifs, tu sais. Le prêt doit être viable pour le client, il doit être durable pour l'entreprise, il doit rapporter pour l'investisseur, mais tout ça doit être fait d'une manière qui ne risque pas de foutre en l'air toute la chaîne de valeur du crédit, de A à Z. Et notre conviction, c'est que la façon d'y arriver, c'est à travers l'éducation, avec des conditions claires.

18:52

et vraiment un super design de produit, que ce soit pour la protection des données des clients, les conditions de ce produit ou la façon dont il est utilisé, je recommande vivement d'avoir des boucles de rétroaction en temps réel. On fait toujours des sondages auprès de nos clients, c'est une caractéristique de la façon dont le produit est conçu, donc leur parole, leur voix, c'est notre plus grand atout et notre meilleure façon d'évoluer en fonction

de nos besoins. On a vraiment de la chance, vous savez, on est une B Corporation, on porte fièrement ce label.

19:22

On est super fiers d'être membres de votre communauté, Amelia. Je pense vraiment que les North Stars, si on peut en avoir plus d'une, c'est important de les vendre. Je vais m'arrêter là, c'est génial. Je pense que le thème commun que j'ai entendu de ce que vous avez tous dit, c'est la transparence. Et Wayne, ce que tu viens de dire sur le retour des clients, c'est aussi vrai dans le domaine de Bungle Field et c'est vraiment essentiel pour la transparence. Souvent, on pense juste à comment j'ai...

19:52

J'ai donné des infos à mon client, mais une partie de ce processus, c'est de les écouter et de s'assurer qu'ils ont bien compris, et s'ils ont des questions ou des soucis inattendus. Donc, merci pour ces bonnes solutions. Maintenant, on va passer aux normes DFS. Abby, je te demande de lancer mes slides. La raison pour laquelle cette session s'appelle "utiliser les normes DFS pour aider à atténuer cette crise", c'est que c'est exactement ce qu'elles sont censées faire. On a passé environ...

20:21

Deux ans à développer ces normes, on l'a fait avec une communauté internationale d'intervenants engagés pour une finance inclusive et responsable. Ce travail a commencé par une révision de documents et environ 50 entretiens individuels avec des experts pour comprendre à quoi ressemblent les bonnes pratiques et ce que d'autres à travers le monde ont déjà appris. On a pris tout ce bon contenu et on l'a travaillé en groupes de travail pendant environ neuf mois, sujet par sujet, pour dire : voilà ce qu'on a appris sur les bonnes pratiques pour prévenir le surendettement.

20:55

Endettement pour les agents de gestion afin d'être transparents sujet par sujet. Grâce à ce groupe de travail, on a élaboré un outil d'évaluation pilote, et c'était sur Excel. On l'a testé pendant huit mois avec 28 institutions différentes à travers le monde, puis on a analysé les informations pour voir quelles pratiques ils avaient déjà mises en place, lesquelles ils n'avaient pas encore adoptées, et parmi celles qu'ils n'appliquent pas encore, s'ils sont d'accord pour dire que ces pratiques font partie de notre DFS.

21:28

Cet outil d'évaluation standard est pertinent et réalisable pour eux ou pas. Donc, à partir de toute cette analyse, on a maintenant ce super outil gratuit que n'importe quelle organisation peut utiliser. Vous voyez sur votre écran un lien pour le télécharger, et c'est bien organisé par standards, mais ça couvre plein de sujets. Pour ceux qui connaissent nos standards universels, ce sont des pratiques de gestion pour une finance responsable et inclusive qu'on promeut depuis des années, même avant l'avènement du numérique.

22:02

On a pris ces concepts financiers et on les a adaptés au monde numérique, en ajoutant aussi des éléments nouveaux comme la gestion des algorithmes, qui sont inédits dans le digital. Vous pouvez voir à l'écran les différents sujets que cet outil couvre. L'image en bas à droite est juste une capture d'écran de la page d'accueil. Il est important de savoir que vous pouvez choisir la langue : anglais, français ou espagnol. Abby, si tu peux passer à la diapositive suivante, je vais te donner un exemple.

22:34

Euh, la partie sur la fraude, donc ce que ça montre, c'est qu'il y a une pratique essentielle qui dit que le fournisseur réduit le risque de fraude externe, ce qui veut dire que la fraude entre employés, c'est interne. Mais si on pense à quel point la fraude externe est un gros problème dans le monde numérique, on dit que le fournisseur a la responsabilité de la réduire et d'aider les clients qui sont victimes de fraude. Ensuite, on a des indicateurs et des détails, et ce sont ces indicateurs et détails qui sont notés. Donc, si tu évalues le tien.

23:05

pratiques contraires aux normes DFS, euh, c'est là que tu donnerais ton avis, oui je fais ça, non je ne le fais pas, ou je le fais partiellement, ou ça ne me concerne pas. Donc tu peux voir le premier indicateur 3B 61 qui dit que le prestataire évalue le risque de fraude en recherchant les tendances de fraude externes et en analysant les retours clients, euh, pour identifier les risques de fraude spécifiques dans leur marché. Ça doit être un travail continu parce que les stratégies de fraude évoluent. Mais en gros, ce premier point dit que c'est aux prestataires de services financiers de s'en occuper.

23:37

Il est de votre responsabilité d'être conscient des différentes sources de fraude sur votre marché. Ensuite, une fois que vous êtes au courant, vous devez atténuer ce risque de fraude en réalisant au moins les activités suivantes : d'abord, investir dans vos propres technologies et capacités de personnel ; ensuite, analyser les données, c'est-à-dire vos

données de transactions, mais aussi vos données de réclamations, pour vous aider à comprendre et identifier les activités suspectes ; et enfin, le volet éducation.

24:07

Alan a mentionné qu'il faut informer les clients par au moins deux canaux différents sur comment se protéger. Et enfin, l'indicateur 3B 63 concerne ce qu'il faut faire si un client devient quand même victime d'une fraude. Donc, il y a des détails sur ta responsabilité en tant que fournisseur pour notifier les clients quand tu identifies une activité frauduleuse suspecte. Le délai pour le faire dépend de si tu es un fournisseur analogique ou numérique. Tu as la responsabilité de mener l'enquête aussi.

24:41

Le client n'était pas négligent s'il était victime d'une fraude, ce n'était pas de sa faute. Donc, le fournisseur a la responsabilité de rétablir les fonds perdus. Je vais m'arrêter là, c'est juste un exemple. Je veux passer la parole à Alan. Banco Fihogar a participé au projet pilote des normes DFS et je me demande si tu peux partager avec le groupe ce que ça a été pour toi. Est-ce que c'était utile en tant que fournisseur de services financiers d'évaluer ta pratique par rapport à ces normes ? Et si oui, comment ça s'est passé ?

25:11

Ouais, carrément, je pense que les normes DFS, c'est une super manière de formuler les étapes pour voir comment tu peux mieux progresser. Ça te permet de couvrir pas mal de terrains, c'est comme une grande feuille de triche. T'as une liste de normes bien réfléchie et bien préparée qui te pousse à analyser en profondeur tes pratiques, à voir où tu t'en sors bien et où il te reste des progrès à faire. Et puis, une fois que t'as fini d'évaluer tout ça...

26:07

Alors, après ça, tu te retrouves avec une liste de choses à faire pour avancer dans ton plan. On a trouvé ça super utile comme outil d'analyse, mais aussi comme outil de suivi. Je pense que ça nous a vraiment aidés à mieux nous concentrer sur ce qu'on devait faire et aussi à comprendre quels standards s'appliquent mieux à nous que d'autres. Un des défis qu'on a rencontrés, et je sais que c'est quelque chose sur lequel tu t'es penché après la phase pilote, c'était que l'auto-évaluation était en fait...

26:50

C'est très complet et c'est un vrai défi d'avoir une évaluation aussi vaste qui corresponde à chaque catégorie de chaque institution qui l'utilise. C'est pas évident de trier ce qui reflète le mieux ta réalité, mais ça nous a vraiment aidés et ça nous a donné un cadre à utiliser

comme outil de planification pour avancer après l'évaluation. Ce que tu as dit, je pense que c'est le cœur des standards, c'est censé être un outil, un outil interne, donc c'est pas juste un document.

27:36

C'est un outil de formation interne que vous utilisez pour démontrer votre excellence à l'extérieur. Ce qu'Alan a dit est tout à fait juste : après avoir eu cette vue d'ensemble, il faut discuter en interne des lacunes qui sont importantes pour nous, celles qu'on doit traiter et celles qui sont moins pertinentes. Très sage, Alan. On va terminer maintenant avec une dernière remarque de chacun des autres intervenants pendant que vous écoutez la discussion d'aujourd'hui.

28:05

« Et tu réfléchis non seulement aux risques, mais aussi aux solutions. Quelle est une idée clé que tu aimerais que le public retienne ? Willie, je vais te laisser commencer. Excellent, merci. Donc, mon conseil serait de tester rigoureusement les solutions à ces défis avant de les déployer à grande échelle. J'ai entendu Wayne et Alan parler d'éducation, alors je vais donner un exemple lié à l'éducation contre la fraude, on a déjà essayé ça. »

28:36

Dans trois contextes différents, au Kenya, en Ouganda et au Nigéria, on a testé des campagnes d'éducation contre la fraude à travers des essais contrôlés randomisés. Malheureusement, deux fois sur trois, ça n'a pas été très efficace. Les gens devenaient plus prudents et signalaient même des messages légitimes comme des arnaques. La troisième fois, en Ouganda, on a fait un petit ajustement en changeant la méthode pour transmettre l'information.

29:09

Cela a été transmis par le biais d'une réponse vocale intégrée et d'activités plus interactives, et on a constaté qu'en Ouganda, c'était super efficace. Cette éducation aide vraiment les consommateurs à mieux identifier la fraude. Donc, le principal à retenir, c'est que de bonnes idées ne suffisent pas, il faut tester. Merci beaucoup, et Sheila, à toi ! Juste très rapidement, je dirais qu'en plus de tout ça, il faut aussi s'intéresser aux consommateurs plus vulnérables. Nos recherches récentes ont montré que pour chaque...

29:40

Il y a une augmentation de 1,28 du score de vulnérabilité, ce qui se traduit par une augmentation des résultats négatifs rapportés par les consommateurs, et ça concerne

l'Afrique, l'Asie et certaines parties de l'Europe aussi. Je pense qu'il est important, en examinant tous les différents cadres et risques existants, de prêter une attention particulière à certains groupes de consommateurs qui pourraient être plus ciblés ou plus touchés par les conséquences des risques que nous observons. Je te renvoie la parole, Amelia, excellent point, c'est assez inquiétant. Wayne, c'est à toi pour la conclusion.

30:10

Conseils pour le monde, eh bien, j'ai bien peur de te mettre mal à l'aise, mais c'est un soutien vraiment fort pour le SPTF. En fait, les matrices de mesure et de gestion sont super utiles, parce qu'elles te permettent de mesurer et de te comparer par rapport à toutes les différentes dimensions de la performance sociale qui sont essentielles pour nous tous. Ensuite, ça te permet vraiment de fixer des objectifs et de mesurer les progrès. Ce qu'on fait est important : les services financiers peuvent être soit le plus grand accélérateur, soit le plus grand risque pour tout le monde.

30:45

"Les clients et l'entreprise s'y retrouvent, donc si tu peux vraiment t'accrocher à ce qui garantit ton succès et celui de tes clients, gère-le et mesure-le. Pas besoin de réinventer la roue, tout le travail difficile a déjà été fait et c'est facile à trouver en suivant simplement ton organisation. Je ne m'excuse pas pour ça, ça fonctionne et c'est efficace. C'est une super façon de conclure un appel à l'action, et on apprécie vraiment ça."

31:14

"Des mots qui résonnent, et je suis tout à fait d'accord avec ce que tu viens de dire : la finance numérique a ce double aspect, elle peut causer beaucoup de dégâts mais aussi faire beaucoup de bien. Alors faisons-le bien ! Merci beaucoup à tous pour votre participation et profitez bien du reste de la semaine de l'inclusion financière !"