

# COMPENDIUM SUR L'INCLUSION FINANCIÈRE

BONNES PRATIQUES DES ORGANISATIONS FAMILIALES



coface



Date de publication: Janvier 2016

Aucune partie de cette publication ne peut être copiée ou reproduite dans aucune forme sans l'autorisation écrite préalable de l'éditeur.

Lors de la distribution, veuillez-vous référer toujours à la source l'original du document:

© Compendium sur l'Inclusion Financière, 2016, COFACE  
- Confédération des organisations familiales de l'Union européenne.

Un merci spécial à tous les contributeurs.

Cette publication est disponible dans d'autres langues dans le site web de la COFACE: [www.coface-eu.org](http://www.coface-eu.org)

Coordination de la publication: Martin Schmalzried et Ana Pérez

Mise en page: 3milesup.org  
Illustrations: quidos.net



La présente publication est financée par le Programme de l'Union européenne pour l'emploi et l'innovation sociale "EaSI" (2014-2020). Pour de plus amples informations, veuillez consulter: <http://ec.europa.eu/social/easi>

Les informations contenues dans cette publication ne reflètent pas nécessairement la position officielle de la Commission européenne.

Cette publication contient de nombreuses références à des sites, documents et projets de tiers. Toutes ont été vérifiées et jugées correctes à la date de la publication. La COFACE n'est toutefois pas responsable du contenu de ceux-ci, ni de leur modification ou suppression par leurs propriétaires.

# INDEX

## Introduction

## Information et éducation

Education financière à la gestion du budget d'un ménage • UNCUMA • Espagne	6
Le livre de comptes familiaux • Gezinsbond • Belgique	8
Budgets-types • UNAF • France	9
ABACO – Formation de base en comptabilité et en maîtrise du surendettement pour adultes • Anziani e non solo • Italie	10

## Information et éducation pour familles vulnérables

Programme pour l'éducation et l'inclusion financière des familles • Isadora Duncan • Espagne	12
Sessions d'informations et publication sur la gestion des finances familiales • Gezinsbond • Belgique	14
Mode d'emploi de la banque en facile à lire et à comprendre • Nous Aussi • France	20
Activités et publications liées à l'inclusion financière • APF • France	22

## Campagnes et lobbying

Plaidoyer pour délier l'octroi de primes et les produits à risques • Gezinsbond • Belgique	23
Normes de transparence: exemples de bonnes et de mauvaises pratiques. Campagne ¡Hola Banco! • ASGECO • Espagne	24
Crédit rapide, problèmes express • ASGECO • Espagne	26

## Conseil indépendant

Mise en place de points conseil budget • UNAF • France	28
--	----

## Prêts pour les familles

Accession à la propriété pour les familles nombreuses via le crédit social • FLW • Belgique	29
---	----



# INTRODUCTION

Depuis plus de 57 ans, la COFACE, la Confédération des Organisations Familiales de l'Union européenne, s'efforce de créer une Europe plus sociale et plus ouverte aux familles. Nous voulons faire entendre la voix de millions de familles. Nous rassemblons 60 organisations venant de tous les coins de l'Europe.

Avec la participation active de nos membres et grâce au soutien financier de la Commission européenne, la COFACE prône la prise en compte, dans des politiques sociales fortes, des besoins des familles et demande que l'égalité des chances soit garantie pour l'ensemble de celles-ci. Des politiques qui renforcent les familles et accentuent leur résilience sont le meilleur moyen de prévenir la pauvreté et l'exclusion sociale, particulièrement lorsque les effets du ralentissement économique, les coupes sombres dans les services publics et l'essoufflement du marché du travail soumettent les familles à une pression intenable.

**L'INSÉCURITÉ FINANCIÈRE, QUI PEUT SE MANIFESTER, POUR LES FAMILLES, SOUS LA FORME D'UNE INCAPACITÉ À JOINDRE LES DEUX BOUTS LES OBLIGEANT À QUITTER LEUR LOGEMENT FAUTE DE POUVOIR EN ASSUMER LES COÛTS, GONFLE LES RANGS DES FAMILLES VULNÉRABLES ET MENACÉES PAR LA PAUVRETÉ.**

Voilà pourquoi la COFACE a-t-elle décidé de se concentrer sur la problématique des familles vulnérables.

La COFACE a toujours fait de l'inclusion financière une priorité, et cela est d'autant plus vrai depuis que l'inclusion sociale est impossible sans certains services financiers, comme un compte bancaire de base.

Il y a des avoirs sur lesquels les familles ne peuvent plus faire l'impasse: économies, bien immobilier ou autres formes d'investissements. Leur possession leur donne plus d'espoir et leur ouvre la perspective d'un avenir meilleur pour elles-mêmes et pour leurs enfants.

Les familles à bas revenus, que des ressources limitées obligent souvent à vivre au jour le jour, peuvent se nourrir de cette capacité à envisager un avenir et à œuvrer à la réalisation d'un objectif. Pour cette raison, nous reconnaissons la valeur des biens pour les familles et pour la société et nous faisons la promotion des programmes de constitution d'actifs.

Nous encourageons les familles à fréquenter des cours d'éducation financière afin qu'elles acquièrent des rudiments de connaissances et de compétences financières (comment ouvrir un compte ou comment gérer

ses avoirs ?). Ce petit geste pourra modifier leurs comportements face aux fournisseurs de services financiers, les pousser à économiser et les aider à se fixer d'objectifs financiers plus réalistes et à mieux gérer leurs budgets.

Qui plus est, les familles doivent avoir également accès à certains services financiers afin de pouvoir réaliser des investissements importants au cours de leur vie : investir dans un logement, acheter un moyen de transport, s'assurer contre des risques communs, comme la maladie... A chacun de ces besoins, correspond un service financier : hypothèque, crédit à la consommation, police d'assurance.

Par ses prises de position politique, par ses réponses aux consultations des institutions européennes et par sa participation à divers groupes de haut-niveau, la COFACE vérifie si ces services sont équitables, de qualité et accessibles à l'ensemble des familles, même les plus vulnérables, sans qu'elles ne risquent de tomber dans le piège de l'endettement.

Lors de notre conférence sur « des services accessibles et équitables, alternatives aux banques traditionnelles », organisée à Madrid en mai 2015, nous avons rassemblé un grand nombre d'experts, dont des représentants de la société civile, des chercheurs, des décideurs politiques et des autorités publiques, dans le but d'une réflexion et d'un échange sur des exemples d'initiatives menées avec succès partout en Europe.

Nous vous soumettons, dans le présent recueil, des exemples de bonnes pratiques réalisées par nos organisations membres dans des domaines aussi variés que l'éducation financière, les campagnes de sensibilisation, la médiation de la dette et des ateliers de formation financière. Vous y trouverez également des exemples d'innovations sociales, comme les crédits hypothécaires sociaux qui rendent les services financiers équitables, accessibles et abordables pour les familles vulnérables.

Grâce à cette publication, la COFACE souhaite vous informer et susciter un engagement social ; nous voulons inspirer nos membres, ainsi qu'un large réseau de partenaires et de citoyens, à tout faire pour améliorer la société et susciter des alternatives.

Avec l'aide active de nos membres, nous nous efforcerons de multiplier les activités, en coopération avec un large réseau de partenaires, pour aborder les différents aspects de « l'inclusion financière » et plaider pour que le système financier soit au service des citoyens européens : « la banque dont nous avons besoin ».

Annamie Driessens  
Présidente

# EDUCATION FINANCIÈRE À LA GESTION DU BUDGET D'UN MÉNAGE

## UNION DES COOPÉRATIVES DE CONSOMMATEURS ET D'USAGERS DE MADRID (UNCUMA) • ESPAGNE

La campagne d'information a démarré en 2014 et est toujours en cours. Son propos est d'aider les familles à mieux gérer leur budget et à maintenir leurs recettes et leurs dépenses à l'équilibre.



### INFORMATIONS GÉNÉRALES

La crise économique, qui a frappé l'Espagne et d'autres pays voisins, l'a montré clairement: **il est essentiel pour la plupart des familles d'analyser minutieusement leurs recettes et leurs dépenses** afin de pouvoir bien gérer leur situation financière. Par conséquent, la mairie de Madrid a lancé une initiative d'aide aux familles, en collaboration avec des associations de consommateurs tels que l'UNCUMA.



### PRINCIPAUX OBJECTIFS

L'objectif principal consiste à aider les familles à mieux gérer leur budget en fonction de leur situation personnelle. Le projet encourage l'épargne et une consommation plus efficace et responsable des produits et des services.

Le projet s'adresse à toutes les familles madrilènes.



### ACTIONS CONCRÈTES

L'éducation financière des familles est un service public, indépendant et gratuit.

Il s'agit d'assurer, au citoyen qui le demande, l'aide personnalisée et professionnelle d'experts travaillant pour des associations de consommateurs. Ces experts ont une expérience et une formation dans les domaines économique, financier et comptable.

Dans les services de la mairie de Madrid, des experts professionnels de l'UNCUMA **offrent des informations claires, concises et simples aux citoyens madrilènes**. Ces informations, qui s'inspirent des recettes et dépenses réelles ainsi que sur les situations personnelles, visent à aider les familles à confectionner leur propre budget. **Il s'agit, d'une part, d'encourager l'épargne et, d'autre part, de promouvoir la consommation responsable et efficace des produits et des services** afin d'éviter des situations indésirables telles que le surendettement.

Si l'objectif principal de l'éducation financière reste la gestion efficace d'un budget familial, le service apporte également des réponses aux questions que se posent les citoyens à propos de la gestion de leurs finances personnelles. Il ne s'agit pas d'éducation financière pour la gestion d'investissements, mais plutôt **d'une recherche de solutions à des problèmes concrets, d'une offre d'informations concernant les services bancaires, les prêts hypothécaires et personnels, les assurances, la planification financière de la retraite, le surendettement et les conséquences des défauts de paiement**.

S'il est prévu, dans le cadre du service, de faciliter les contacts directs avec les citoyens en demande d'une aide personnalisée, **un site web donne des informations indispensables sur la situation financière personnelle et familiale (L'UNCUMA a également élaboré un guide sur les prêts hypothécaires)**, des liens vers d'autres pages regorgeant d'informations, ainsi qu'un calculateur pouvant servir, le cas échéant, à calculer le budget personnel ou familial pendant les séances d'aide personnalisée.



## INFORMATIONS FINANCIÈRES

Le projet a coûté 6.198,35 € en 2014 et 6.816,25 € en 2015. Il a été financé à 80% par la mairie de Madrid et à 20% par l'ASGECO.



## PARTENARIATS

Office municipal d'informations aux consommateurs (OMIC) de la mairie de Madrid.



## IMPACT

L'analyse de l'incidence de ce projet est en cours de réalisation.

La mairie de Madrid est censée évaluer l'impact qu'aura le projet sur la gestion des budgets des ménages. L'évaluation s'inspirera du nombre de visites sur le site internet de la mairie de Madrid qui propose la brochure d'informations, ainsi que du nombre total de personnes contactées.

## PLUS D'INFORMATIONS

 <http://uncuma.coop>

 [proyectos@uncuma.coop](mailto:proyectos@uncuma.coop)

 +34 914 053 698

# LE LIVRE DE COMPTES FAMILIAUX

## GEZINSBOND • BELGIQUE

**Depuis plus de 30 ans, le Gezinsbond distribue un livre de comptes familiaux.**



### INFORMATIONS GÉNÉRALES

En tant qu'organisation de consommateurs, nous considérons qu'il est de notre mission de protéger et d'informer les consommateurs que sont les familles. Le « livre de comptes familiaux » est un des outils pour réaliser cette mission.

La Belgique connaît un nombre record de familles surendettées ; près de 100.000 familles se trouvent en procédure de règlement collectif de dettes. Une des causes de leur endettement peut être une mauvaise gestion du budget du ménage.



### PRINCIPAUX OBJECTIFS

Le Gezinsbond souhaite que les familles disposent d'un outil leur donnant un aperçu général de leur propre budget de ménage. L'objectif est qu'elles parviennent à relever leur budget de ménage en comprenant mieux les volets de recettes et de dépenses.

Le livre de comptes familiaux est destiné à toutes les familles.



### ACTIONS CONCRÈTES

Dans le livre de comptes, les familles peuvent inscrire leurs recettes et dépenses mensuelles. Cela leur donne un aperçu de leur budget annuel. La partie « recettes » se divise en trois sections correspondant à trois types de recettes : salaires, revenus de remplacement, allocations familiales, et autres. Les dépenses variables se répartissent comme suit : produits alimentaires, boissons, entretien, éducation, vêtements, voiture (s), transport public, soins de santé, loisirs et autres dépenses. Les dépenses fixes sont : loyer / taxes foncières, paiements hypothécaires, chauffage, électricité et télé-distribution, assurances, téléphone, journaux et magazines, et autres dépenses fixes.



### INFORMATIONS FINANCIÈRES

Les coûts du projet viennent principalement de dépenses de personnel (gestion des commandes, envoi...), auxquelles s'ajoutent les frais d'impression et d'envoi.



### PARTENARIATS

Il n'y a aucune organisation partenaire.



### IMPACT

Le Gezinsbond a l'assurance que les familles qui utilisent le livre de comptes gèrent leur budget de manière plus responsable.

En 2014, 1.263 familles ont acheté le livre de comptes familiaux au prix de 4,50 euros.

### PLUS D'INFORMATIONS



Yves Coemans



[yves.coemans@gezinsbond.be](mailto:yves.coemans@gezinsbond.be)



+32 2 507 88 77



# BUDGETS-TYPES

UNION NATIONALE DES ASSOCIATIONS FAMILIALES (UNAF) • FRANCE

**L'UNAF a développé depuis 1952 des budgets-types visant à chiffrer les besoins nécessaires pour que les familles puissent vivre dans des conditions décentes. Ces budgets identifient les besoins d'une famille-type et calculent ainsi les sommes nécessaires pour les couvrir.**



## INFORMATIONS GÉNÉRALES

C'est quasiment à l'origine de sa création (1945), dans une France en pleine reconstruction, avec une forte inflation, que l'UNAF a souhaité disposer d'un outil lui permettant d'estimer le coût de la vie pour les familles. Elle participait à l'époque à la Commission supérieure des conventions collectives (CSCC) chargée d'élaborer un SMIG (salaire minimum interprofessionnel garanti), ancêtre du SMIC.



## PRINCIPAUX OBJECTIFS

Nos objectifs étaient les suivants:

- Evaluer les conditions de vie.
- Evaluer l'adéquation des prestations sociales.
- Médiation de dette et les conseils concernant le surendettement.
- Education budgétaire/financière.

Les budgets type sont destinés aux chercheurs, ONGs et représentants de la société civile (représentants familiaux dans les commissions de surendettement, de logement,...), les tribunaux (juge aux affaires familiales et avocat en cas de séparation pour déterminer les pensions alimentaires), et les familles sachant qu'il existe 8 familles types actuellement dont 2 familles nombreuses, et 2 familles monoparentales.

Social workers pour l'accompagnement budgétaire.



## ACTIONS CONCRÈTES

Accessibles via internet à la page suivante: <http://www.unaf.fr/spip.php?rubrique160>, les budgets type sont mis à jour mensuellement pour 8 familles types pour le budget total et par poste (logement, transport, santé, alimentation, ...). Toute la documentation est disponible et mise à jour (avec les données et conseils les plus récents), et des commentaires pour expliquer les grandes évolutions trimestrielles sont fournis.



## INFORMATIONS FINANCIÈRES

Budget non calculé (seule la mise sous base de données informatique est chiffrable).



## PARTENARIATS

Notre réseau d'UDAF, et nos représentants familiaux.



## IMPACT

La progression du nombre de visite sur internet est la suivante : 9 130 en 2012 (Budget Type mis en ligne en juin), 17 050 en 2013, 21 080 en 2014, 19 070 sur les 9 premiers mois de 2015.

## PLUS D'INFORMATIONS



Miriam Bobbio



[mbobbio@unaf.fr](mailto:mbobbio@unaf.fr)



<http://www.unaf.fr/spip.php?rubrique160>

# ABACO — FORMATION DE BASE EN COMPTABILITÉ ET EN MAÎTRISE DU SURENDETTEMENT POUR ADULTES ANZIANI E NON SOLO • ITALIE

**Ce projet financé par l'UE a démarré en 2009 et vise à mettre au point une stratégie pour pallier le manque d'éducation financière parmi les adultes précarisés et les migrants dans le sud de l'Europe.**



## INFORMATIONS GÉNÉRALES

On estime qu'en Europe, au moins 20 millions de personnes seraient en situation de surendettement. Selon l'étude SILC UE et l'indice GINI, le Portugal, l'Italie, l'Espagne et la Grèce éprouvent des difficultés à gérer les arriérés des ménages et à ce jour, aucun de ces pays n'a développé de stratégies ni d'outils pertinents pour prévenir le surendettement.

Les conclusions de l'Eurobaromètre montrent que les personnes les plus exposées au surendettement font également partie des groupes les plus vulnérables et mettent en évidence un lien direct avec la vulnérabilité sociale : personnes dont les revenus sont les plus bas, mauvais état de santé, vulnérabilité liée à l'origine ethnique, faible niveau d'éducation.



## PRINCIPAUX OBJECTIFS

Le projet a pour propos d'adapter les méthodologies et les contenus mis au point par l'association NIBUD (une fondation néerlandaise indépendante qui fournit des informations sur la situation financière des ménages), afin qu'ils puissent être utilisés par les organisations partenaires dans leur contexte national (Italie, Espagne, Portugal et Grèce). L'expérience du NIBUD n'avait jamais été traduite ni mise en œuvre dans d'autres pays même si elle a déjà eu un impact considérable aux Pays-Bas. Le site internet de l'association est consulté chaque jour par environ 10.000 personnes.

Le groupe cible du projet se compose de personnes précarisées. Le projet a un impact considérable sur leur vie puisqu'il les aide à économiser de l'argent pour pouvoir faire face aux imprévus. Il les aide à investir raisonnablement et à éviter le piège de la fraude aux cartes bancaires.

Qui plus est, si l'on comprend mieux les questions financières, on est également plus enclin à prêter une oreille attentive aux mises en garde contre les risques financiers et, donc, on risque moins d'acheter des produits inutiles ou insuffisamment compris, ou de prendre des décisions qui vous mettront dans des difficultés financières.

- **Les migrants** sont davantage informés sur le contexte dans lequel ils vivent et sont encouragés à entretenir des relations sociales et économiques.
- Le projet soutient l'**entrepreneuriat** de façon directe, en améliorant les compétences financières spécifiques des petits entrepreneurs (constituer des actifs, se fixer des objectifs, dépasser les obstacles financiers, confectionner des budgets, etc.).
- **Les chômeurs** : l'éducation financière accroît également la capacité d'intégration professionnelle (employabilité) puisqu'elle donne des connaissances de base : savoir gérer les risques, opérer des choix responsables.
- **Les familles** : l'éducation financière encourage les citoyens à bas revenus à économiser une partie de leurs revenus pour pouvoir faire face aux imprévus.
- **Les seniors** sont un groupe cible privilégié du projet car il est essentiel pour eux d'acquérir une éducation financière : souvent ils manquent de connaissances financières alors que leurs revenus sont relativement confortables et qu'ils doivent être davantage sensibilisés aux systèmes de pensions. De plus, l'âge avançant, les facultés cognitives baissent et par conséquent, les seniors risquent davantage d'être victimes de tromperie ou d'escroquerie financière.
- **Les seniors** sont un groupe cible privilégié du projet car il est essentiel pour eux d'acquérir une éducation financière : souvent ils manquent de connaissances financières alors que leurs revenus sont relativement confortables et qu'ils doivent être davantage sensibilisés aux systèmes de pensions. De plus, l'âge avançant, les facultés cognitives baissent et par conséquent, les seniors risquent davantage d'être victimes de tromperie ou d'escroquerie financière.



## ACTIONS CONCRÈTES

Le projet consiste dans l'adaptation et le transfert des ressources pédagogiques initialement développées par la fondation néerlandaise NIBUD. Parmi les méthodologies et outils mis au point par la fondation Nibud, les associations partenaires du projet ABACO ont testé la version adaptée des manuels suivants: "Où va l'argent?", "Gérer son parcours financier" (composé d'un livre d'exercices et d'un guide didactique) et "Guide de l'argent pour les micro-entrepreneurs".

Une fois l'adaptation achevée, chaque partenaire a mené sa phase de test afin d'évaluer l'outil et de vérifier s'il convient au pays concerné.

Par ailleurs, le projet a sollicité l'avis de lecteurs « test » (il s'agissait d'utilisateurs potentiels ou de membres des associations partenaires) qui ont pu formuler des suggestions à propos des matériaux écrits. De plus, grâce à des cours pilotes, les partenaires ont eu l'occasion de vérifier certains aspects : problèmes didactiques et méthodologies (adaptées à un groupe cible spécifique et à un contexte particulier – la crise financière), commentaires des apprenants et des formateurs sur l'efficacité du cours ABACO. Tout au long du processus a eu lieu une évaluation plus objective par le biais d'observateurs externes.



## INFORMATIONS FINANCIÈRES

Le projet a été financé par la Commission européenne (Programme pour l'apprentissage tout au long de la vie) et par la Fondation Grundtvig ; son budget s'élevait à 393.134 euros (cofinancé par les partenaires à hauteur de 25%).



## PARTENARIATS

- **Anziani e non solo società cooperativa**  
Italie (coordinateur)
- **Transformando s.coop.mad** Espagne
- **Hrdc- hellenic regional development center**  
Grèce
- **Acidi** Portugal
- **Nibud - het nationaal instituut voor budgetvoorlichting** Pays-Bas
- **Seed learn** Suisse



## IMPACT

Le partenariat s'est approprié certains des outils mis au point par le NIBUD, et dont voici la liste :

- Un manuel sur **la confection des budgets destiné aux micro-entrepreneurs**, avec quelques astuces sur la création d'une micro-entreprise, l'obtention de prêts, la gestion des recettes et des dépenses.
- Un manuel sur **la confection des budgets destiné aux ménages**, qui fournit des informations et des mises en garde à propos des questions financières les plus courantes.
- Des guides pédagogiques destinés aux deux groupes cibles (petits entrepreneurs et familles) afin d'aider les formateurs lors des formations formelles et informelles dispensées aux groupes vulnérables.
- Un **"agenda"** : un gadget reprenant des astuces et des outils pour la gestion d'un budget familial.

Les publications sont disponibles en anglais, espagnol, italien, portugais et grec.

Les effets escomptés sont :

- La sensibilisation dans les pays cibles;
- L'amélioration des compétences financières de base des usagers visés;
- La mise à disposition d'outils pour les formateurs et travailleurs sociaux qui participent à l'éducation financière d'adultes précarisés dans les pays cibles.

Tout au long du projet, la méthode ABACO a aidé l'ensemble des participants (étudiants, enseignants, lecteurs « test » et toutes les instances des pays concernés) à aborder les problèmes économiques auxquels les familles sont confrontées en Europe.

Nous voyons dans les ABACO un outil important pour stimuler l'intégration chez les personnes qui, si elles viennent de cultures différentes, partagent les mêmes problèmes économiques.

## PLUS D'INFORMATIONS

- Licia Boccaletti
- [progetti@anzianienonsoli.it](mailto:progetti@anzianienonsoli.it)
- +39 05 96 45 421
- <http://www.abaco-project.eu>

# PROGRAMME POUR L'ÉDUCATION ET L'INCLUSION FINANCIÈRE DES FAMILLES

## "ISADORA DUNCAN" FONDATION DES FAMILLES MONOPARENTALES • ESPAGNE

Le programme pour l'éducation et l'inclusion financière des familles vise à assurer l'autonomisation économique des familles monoparentales afin de les protéger contre le surendettement.

Lancé en 1999 sur nos fonds propres, il proposait dans un premier temps des activités éducatives et des conseils financiers aux bénéficiaires des programmes «Appartements protégés pour mères célibataires» et «Maisons d'accueil pour les victimes de violence à caractère sexiste», ainsi qu'aux bénéficiaires des services de la Fondation Isadora Duncan. Depuis 2011, il bénéficie d'un cofinancement.



### INFORMATIONS GÉNÉRALES

Le programme pour l'éducation et l'inclusion financières des familles a été mis au point en 1999 afin de combler un vide dans l'offre de formations financières pour les familles. Il se voulait un outil efficace de sensibilisation des familles (comment gérer un budget mensuel? Comment faire le tri entre dépenses essentielles et celles qui peuvent être réduites voire supprimées?). Le programme est également une plateforme de discussion sur les institutions financières, leurs produits et les recettes pour éviter le surendettement, l'exclusion sociale et la pauvreté.



### PRINCIPAUX OBJECTIFS

- Assurer l'autonomisation économique des familles, leur faire connaître les produits financiers les plus courants, leur apprendre à bien les utiliser, à repérer les pratiques malveillantes des institutions financières et à les dénoncer.
- Associer les mineurs d'âge à la gestion financière de la famille grâce à une interaction avec leurs parents et leur permettre d'apprendre en s'amusant.
- Contribuer à la poursuite de l'objectif du millénaire de l'ONU relatif à l'autonomisation des femmes.
- Offrir un service de conciliation innovant et de qualité.

Le programme s'adresse à toutes les personnes sans distinction même s'il vise principalement les personnes les plus exposées à l'exclusion et les familles monoparentales.



### ACTIONS CONCRÈTES

- **Ateliers pour l'éducation et l'inclusion financières des familles \***: Chaque année, 4 ateliers de différents niveaux sont organisés : niveau de base ou niveau avancé. Le but est de donner aux participants une base de connaissances claires et solides.
- **Conseils financiers**: des entretiens sont réalisés afin d'évaluer les besoins des familles, de poser un diagnostic et de mettre au point un plan d'action personnalisé. Si, en règle générale, le premier contact est un entretien téléphonique ou que la personne concernée nous contacte via internet ou via d'autres programmes de la Fondation, nous essayons, dans la mesure du possible, d'organiser systématiquement un entretien personnel.
- Site internet sur l'éducation financière des familles et sur la précarité énergétique <http://gestionfamiliar.es>
- Elaboration de guides et de manuels.

\* Ils sont obligatoires pour les bénéficiaires d'un prêt de la Fondation.



## INFORMATIONS FINANCIÈRES

Les coûts annuels du projet s'élèvent à 42.000 € et sont répartis entre les rémunérations du personnel, l'entretien des installations, la formation et les activités, les voyages et frais de subsistance et le matériel pour les ateliers/journées de travail.

Le financement vient d'une subvention du Ministère de la santé, des services sociaux et de l'égalité. Il provient à hauteur de 0,7% de l'impôt sur les revenus des personnes physiques, pour un montant total de 40.000 euros. Les 2.000 € restants sont financés sur fonds propres.



## PARTENARIATS

Actuellement, la Fondation compte plus de 40 volontaires actifs venant de tous les horizons professionnels, mais nous recevons également l'aide d'instances et organisations telles que la municipalité de León, l'œuvre sociale "La Caixa", l'ACA (l'Association des sciences environnementales), la SECOT (les Seniors espagnols pour la coopération technique), l'EREN (l'instance régionale pour l'énergie de Castille et León), la FELE (la Fédération des entrepreneurs de León), le Bureau municipal d'informations aux consommateurs de León (l'OMIC), l'Université de León et le Musée d'arts contemporains de Castille et León (le MUSAC).



## IMPACT

Ces dernières années, plus de 150 personnes ont pris part aux différents ateliers : 98% de femmes et 2% d'hommes. Parmi les femmes, on comptait des femmes Espagnoles et des femmes migrantes d'origines diverses. La plupart d'entre elles étaient des mères célibataires.

L'an dernier, le nombre de visiteurs du site du programme, <http://gestionfamiliar.es>, a dépassé les 6.800.

### PLUS D'INFORMATIONS



María García Álvarez,  
Arturo Puerta



[info@isadoraduncan.es](mailto:info@isadoraduncan.es)  
[arturo@isadoraduncan.es](mailto:arturo@isadoraduncan.es)



+34 987 261 449

# SESSIONS D'INFORMATIONS ET PUBLICATION SUR LA GESTION DES FINANCES FAMILIALES

## GEZINSBOND • BELGIQUE

En juin 2015, le Gezinsbond a publié un dossier détaillé intitulé "Education financière – c'est plus que de simplement donner de l'argent de poche". Ce manuel de 70 pages est disponible en néerlandais pour le prix de 14 euros (frais d'envoi inclus). Le prix pour les membres du Gezinsbond est de 10 euros. Depuis le mois de septembre 2015, le Gezinsbond organise des sessions d'informations sur la gestion quotidienne des finances.



### INFORMATIONS GÉNÉRALES

Grâce aux sessions d'informations et au dossier, nous voulons donner aux familles une meilleure éducation financière. Cette action s'inscrit dans notre politique stratégique à long terme qui, depuis son lancement en 2014, se concentre sur les besoins des familles vulnérables. En tant qu'organisation de consommateurs, nous considérons qu'il est de notre mission de protéger et d'informer les consommateurs que sont les familles.

Contexte:

- Une recherche montre qu'en Belgique, l'éducation financière est assez basse
- L'éducation financière dans le programme du secondaire laisse à désirer
- Un nombre record de familles connaissent un surendettement.
- Les jeunes en partance de la maison familiale sont rarement préparés à l'indépendance financière.
- Les questions financières restent un tabou dans de nombreuses familles.



### PRINCIPAUX OBJECTIFS

Nous voulons mettre une information claire et correcte à la disposition des jeunes et de leurs parents. Nous souhaitons les informer de ce que coûte une vie indépendante et des autres conséquences que cela entraîne.

Les sessions d'informations et la publication ciblent les jeunes en partance de la maison familiale, lorsqu'ils sont sur le point de vivre seuls, avec un ou une partenaire, ou avec un groupe d'autres jeunes. Nous ciblons également leurs parents, qui désireront informer et soutenir leurs enfants lors de cette étape importante.



### ACTIONS CONCRÈTES

Au cours des sessions d'informations, les thèmes suivants sont couverts : comment planifier votre budget familial, les assurances, l'épargne, les aspects positifs et négatifs des différentes formes de cohabitation, la location, le déménagement, déménager à l'étranger, les hypothèques, les méthodes de paiement et les achats en ligne. Les participants sont également invités à consulter le site [www.wikifin.be](http://www.wikifin.be), une initiative de l'Autorité des services et marchés financiers (la FSMA) qui aborde toutes les questions liées à l'argent.

Les sessions d'informations peuvent être organisées par toutes les agences locales du Gezinsbond.



**N'HÉSITEZ PAS À DÉTACHER CETTE AFFICHE**

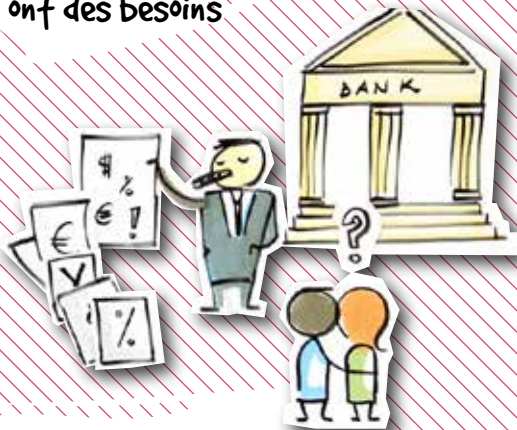
# SERVICES FINANCIERS JUSTES ET ACCESSIBLES:



Toutes les familles ont des besoins



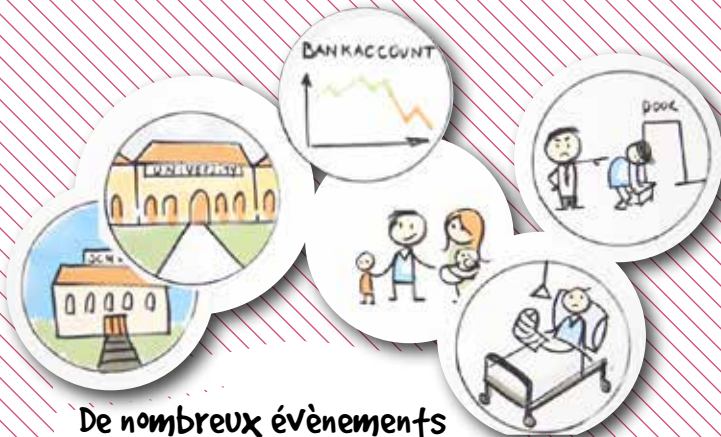
Les familles ont besoin d'un compte bancaire de base pour payer et recevoir des paiements



Les familles sont en situation de vulnérabilité lorsqu'elles sont confrontées aux services financiers



Certaines familles peuvent être induites en erreur en prenant la mauvaise décision



De nombreux événements peuvent arriver durant le cycle de vie d'une famille

Un pic dans les dépenses familiales



Certaines familles pourraient ne pas être en mesure de rembourser leur prêt



Le résultat peut être désastreux



# ALTERNATIVES À LA BANQUE TRADITIONNELLE



Quelles sont les alternatives ?



Un conseil indépendant sur les questions financières, une bonne éducation financière et la sensibilisation aux risques



... via la mutualisation de certains risques



De meilleures lois servant l'intérêt des familles sont fondamentales pour assurer l'accès à des produits et des services financiers équitables



Il peut y avoir de la solidarité dans les services financiers ...



L'éducation budgétaire aide les familles à faire des choix plus éclairés

Certaines mesures comprennent des initiatives sociales et des initiatives de microcrédit



Par la promotion de ces politiques, nous faisons ces changements en faveur de toutes les familles !



Les banques devraient effectuer de meilleurs contrôles de solvabilité

coface

CONFEDERATION OF FAMILY ORGANIZATIONS IN THE EUROPEAN UNION

[www.coface-eu.org](http://www.coface-eu.org)



La publication se présente sous la forme d'un manuel destiné aux jeunes qui se préparent à la vie indépendante. Elle se concentre sur les thèmes suivants :

- Le rôle de l'éducation
- Les facteurs de risques et comment acquérir plus de résilience
- Comment gérer votre épargne
- Ce que coûte une vie indépendante et les conséquences que cela entraîne (avec une liste de vérification)
- Comment planifier votre budget de ménage
- Comment éviter le surendettement
- Les aspects positifs et négatifs des différentes formes de cohabitation (mariage, cohabitation légale ou de fait ...)



## INFORMATIONS FINANCIÈRES

Pour ce qui concerne les sessions d'informations, outre les dépenses de personnel, les autres coûts se limitent à la location d'un lieu et à la publicité de l'événement. Nous n'avons pas encore réalisé une analyse détaillée du budget de la publication, puisqu'il s'agissait principalement de coûts de personnel. Aperçu des autres coûts à prendre en compte :

- Droits d'auteur des experts externes
- Coûts salariaux du personnel de Gezinsbond pour la rédaction d'une partie de la publication, son édition, sa mise en page, sa promotion, la gestion des commandes
- Envoi des exemplaires commandés (enveloppes, timbres)



## PARTENARIATS

Les sessions d'informations sont organisées en étroite coopération avec l'Autorité des services et marchés financiers (la FSMA), une instance gouvernementale dont la tâche est de contribuer à l'éducation financière des épargnants et des investisseurs. Le contenu des sessions d'informations est le résultat d'un partenariat entre le Gezinsbond et la FSMA. Les sessions d'informations sont dispensées par le personnel de la FSMA. La publication est une initiative du Gezinsbond, sans l'implication du moindre partenaire extérieur.



## IMPACT

Si le projet est trop neuf pour nous permettre d'en évaluer l'impact, la publication, pour sa part, a reçu un écho positif dans les médias et est très appréciée par nos membres.

En 4 mois, nous avons distribué près de 800 exemplaires de la publication.

## PLUS D'INFORMATIONS



Yves Coemans



[yves.coemans@gezinsbond.be](mailto:yves.coemans@gezinsbond.be)



+32 2 507 88 77

# MODE D'EMPLOI DE LA BANQUE EN FACILE À LIRE ET À COMPRENDRE

## NOUS AUSSI - ASSOCIATION FRANÇAISE DES PERSONNES HANDICAPÉES INTELLECTUELLES • FRANCE

Guide publié en 2014 pour donner une information accessible de premier niveau sur le fonctionnement de la banque aux personnes handicapées intellectuelles et autres personnes pouvant avoir des difficultés de compréhension.



### INFORMATIONS GÉNÉRALES

Nous Aussi, l'Association française des personnes handicapées intellectuelles, a noué en 2009 un partenariat avec la Fondation Crédit Coopératif pour publier en français plusieurs brochures sur l'accessibilité des informations et des formations pour les personnes handicapées intellectuelles, notamment les règles européennes pour une information facile à lire et à comprendre. La Fondation Crédit Coopératif, fondation d'entreprise de la banque Crédit Coopératif a proposé de compléter ce partenariat par l'élaboration d'un guide facile à comprendre sur la banque.



### PRINCIPAUX OBJECTIFS

La banque est un endroit important pour la vie de tous les jours. C'est l'endroit où nous pouvons déposer et retirer notre argent. Mais ce n'est pas toujours facile de comprendre comment fonctionne une banque: les documents des banques sont compliqués. Les conseillers bancaires ne savent pas toujours expliquer les choses simplement parce qu'ils ne sont pas sensibilisés, parce qu'ils n'ont pas le temps, ou parce qu'ils ne savent pas comment faire. Cela pose des problèmes pour toutes les personnes pour qui la lecture est difficile ou qui ont des difficultés de compréhension, par exemple les personnes handicapées intellectuelles. Le Mode d'emploi, facile à lire et à comprendre, explique comment fonctionne la banque et comment utiliser un compte bancaire :

- A quoi sert la banque.
- Comment ouvrir un compte bancaire.
- Les différents moyens de paiement: l'argent liquide, la carte de paiement, le chéquier et le virement.
- La sécurité des moyens de paiement.
- La gestion de l'argent : des conseils, ce que veut dire économiser, ce que veut dire emprunter.



## ACTIONS CONCRÈTES

Le Mode d'emploi de la banque a été élaboré avec des personnes handicapées intellectuelles adhérents de Nous Aussi. Les thèmes abordés ont été choisis avec elle. La compréhension des textes et des pictogrammes ont aussi été testée par elles.

Par ailleurs plusieurs experts du Crédit Coopératif ont également relu le texte pour vérifier que les informations contenues sont exactes.

Le Guide a ensuite été diffusé dans les agences bancaires du Crédit Coopératif, dans les délégations locales de Nous Aussi et le réseau Unapei (fédération nationale française de défense des droits des personnes handicapées intellectuelles et leurs familles) et sur différents sites internet.



## INFORMATIONS FINANCIÈRES

Le projet a coûté 6500€ (incluant les frais de réunion du groupe de rédaction et l'impression). Le projet a été financé par la Fondation Crédit Coopératif.



## PARTENARIATS

Les partenaires clés du projet ont été la Fondation Crédit Coopératif et le Crédit Coopératif.



## IMPACT

Les nombreux exemplaires distribués aux agences bancaires du Crédit Coopératif, réparties sur l'ensemble du territoire français, permettent aux conseillers bancaires d'interagir avec plus de pédagogie avec les personnes handicapées intellectuelles et autres personnes qui ont des difficultés de compréhension. Cela s'inscrit dans une démarche plus globale du Crédit Coopératif de mise en accessibilité de ces agences pour le public handicapé intellectuel. A noter que les personnes sous tutelle et sous curatelle composent une partie de la clientèle du Crédit Coopératif.

Les exemplaires diffusés dans le réseau Unapei sont utilisés comme outils pédagogiques auprès de personnes handicapées intellectuelles adultes sous tutelle ou sous curatelle et auprès de jeunes personnes handicapées intellectuelles bientôt majeures.

Le Mode d'emploi de la banque permet aux personnes handicapées intellectuelles de mieux comprendre comment fonctionne la banque et comment utiliser un compte bancaire. Grâce à ce Mode d'emploi, les personnes handicapées intellectuelles sont mieux préparées pour discuter des questions relatives à la banque, avec la banque elle-même mais aussi avec leur tuteur ou curateur pour leurs proches. Grâce à ce Mode d'emploi, les personnes handicapées intellectuelles peuvent être plus autonomes et mieux participer aux décisions qui concernent leur argent. Grâce à ce Mode d'emploi, les conseillers bancaires sont aussi mieux préparés pour expliquer la banque aux personnes handicapées intellectuelles.


Le guide a été diffusé à ce jour à plus de 7000 exemplaires papier et est également fréquemment téléchargé sur le site de Nous Aussi: <http://www.nousaussi.org/2014/02/le-mode-d-emploi-de-la-banque-de-nous-aussi.html>

Le guide est référencé sur le site de l'observatoire interministériel de l'accessibilité et de la conception universelle (<http://www.developpement-durable.gouv.fr/Mode-d-emploi-de-la-banque-en.html>)

## PLUS D'INFORMATIONS

 [nous-aussi@unapei.org](mailto:nous-aussi@unapei.org)

 [www.nousaussi.org](http://www.nousaussi.org)

 +33 1 44 85 50 50

# ACTIVITÉS ET PUBLICATIONS LIÉES À L'INCLUSION FINANCIÈRE

## ASSOCIATION DES PARALYSÉS DE FRANCE (APF) • FRANCE

L'Association des Paralysés de France est à l'initiative de nombreuses activités et publications dans le domaine de l'inclusion financière: campagne d'information et participation à des conférences, conseils et informations aux familles, campagne d'informations pour une meilleure régulation nationale des services financiers.



### INFORMATIONS GÉNÉRALES

Trop souvent les situations de handicap constituent la cause ou la conséquence de situations de grande précarité ou de pauvreté pour les personnes handicapées et leur famille.

Les activités de l'APF s'inscrit notamment dans le cadre du plan pluriannuel interministériel de lutte contre la pauvreté qui permet des contributions de l'association.



### PRINCIPAUX OBJECTIFS

Nos objectifs étaient de faire connaître les liens entre handicap et pauvreté et d'informer et conseiller, en cas de besoin, les personnes handicapées et leur famille.

Nos groupes cibles sont les personnes handicapées, leur famille et les aidants familiaux.



### ACTIONS CONCRÈTES

L'APF a élaboré et publié un guide sur la fiscalité (disponible chaque année) et apporté sa contribution à la Conférence de « lutte contre la pauvreté et pour l'inclusion sociale » 10 et 11 décembre 2012 ainsi qu'à la 2ème conférence sociale en juin 2013.

- **Informations aux familles sur les questions financières / budgétaires** à l'aide d'un Guide APF sur la fiscalité en version papier ou électronique qui traite de sujets fiscaux valables toute l'année : la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), sur les appareillages, sur les équipements spéciaux ou les aides techniques, sur les travaux d'accessibilité de l'immeuble ou du logement subventionnés par l'Agence nationale pour l'amélioration de l'habitat (ANAH), sur les travaux réalisés dans les locaux à usage d'habitation ; la redevance TV, la taxe sur les salaires, les droits de donation et de succession, ou encore l'écotaxe ou « malus écologique ».

- **Aide / conseil** pour les familles sur les questions financières par le service juridique APF.
- **Campagnes de lobbying** pour une meilleure réglementation nationale sur les services financiers et sur l'inclusion financière.

[http://www.faire-face.fr/boutique/guide\\_pratique/guide-fiscal-des-personnes-en-situation-de-handicap-edition-2015/](http://www.faire-face.fr/boutique/guide_pratique/guide-fiscal-des-personnes-en-situation-de-handicap-edition-2015/)



### INFORMATIONS FINANCIÈRES

Le guide fiscal Faire Face n'existe qu'en version électronique téléchargeable, il n'y a plus de tirage papier. Il est gratuit pour les abonnés et coûte 2,90 euros pour les non-abonnés. Le guide sur la fiscalité, annuellement réactualisé, est très demandé.



### PARTENARIATS

Il n'y a aucune organisation partenaire.



### IMPACT

Le guide fiscal Faire Face n'existe qu'en version électronique téléchargeable, il n'y a plus de tirage papier. Il est gratuit pour les abonnés et coûte 2,90 euros pour les non-abonnés. Le guide sur la fiscalité, annuellement réactualisé, est très demandé.

### PLUS D'INFORMATIONS



Chantal Bruno



[www.apf.asso.fr/top-contactez-nous](http://www.apf.asso.fr/top-contactez-nous)

# PLAIDOYER POUR DÉLIER L'OCTROI DE PRIMES ET LES PRODUITS À RISQUES

## GEZINSBOND • BELGIQUE

**Il est courant chez les banques et les compagnies d'assurance d'octroyer des primes à leurs employés qui ont vendu des produits ou des services à risques. Le Gezinsbond a fait pression sur le secteur financier afin qu'il mette un terme à cette pratique.**



## INFORMATIONS GÉNÉRALES

Le Gezinsbond a lancé cette action afin de protéger les consommateurs de produits financiers (comme les hypothèques, les produits d'investissements, les comptes d'épargne...) contre les politiques de ventes agressives des banquiers.

Nous avons constaté que le personnel bancaire et les intermédiaires financiers recevaient leurs rémunérations en fonction du degré de risques des produits et des services qu'ils vendaient. Leur salaire dépend de la réalisation de certains objectifs fixés en fonction de produits ou de groupes de produits inscrits sur un tableau de bord. La rémunération ou l'incitant dépend du degré de risques du produit vendu. Il arrive que cette politique d'incitants pousse le personnel bancaire et les intermédiaires financiers à offrir des conseils qui vont dans leur propre intérêt plutôt que dans celui de leurs clients. La conséquence est parfois que les consommateurs prennent plus de risques qu'ils ne le souhaitent ou qu'ils ne peuvent se le permettre.



## PRINCIPAUX OBJECTIFS

Le Gezinsbond souhaite protéger les consommateurs contre certains produits ou services bancaires, comme les épargnes, les produits d'investissements et les hypothèques. Nous voulons que le personnel bancaire et les intermédiaires financiers offrent aux clients des conseils neutres et indépendants, conformes à leurs intérêts.

Le projet était destiné à tous les consommateurs de produits et de services bancaires, comme des épargnes, des produits d'investissements ou des hypothèques.



## ACTIONS CONCRÈTES

Le Gezinsbond a participé à la « plate-forme de dialogue Consommateurs – Secteur financier », créé suite à la crise bancaire dans le but de restaurer la confiance des consommateurs dans le

secteur financier. Le Gezinsbond est également membre du Conseil officiel de la Consommation, qui conseille le gouvernement fédéral belge. Via ces plates-formes, le Gezinsbond a mené un lobbying intensif afin de mettre un terme à la pratique qui consiste à lier la rémunération et le niveau de risques des produits et services bancaires.



## INFORMATIONS FINANCIÈRES

Les coûts se limitant aux dépenses de personnel du Gezinsbond, nous ne disposons pas d'un budget détaillé.



## PARTENARIATS

Il n'y a aucune organisation partenaire.



## IMPACT

La question du lien entre rémunérations et degré de risques figure dans les recommandations publiées par la «plate-forme de dialogue Consommateurs – Secteur financier». La poursuite de nos efforts de lobbying nous a permis de la faire également intégrer dans le code de conduite du secteur financier.

Nous ne disposons d'aucun chiffre concret sur le nombre de banques ayant adapté leur grille salariale en fonction de la recommandation.

## PLUS D'INFORMATIONS



Yves Coemans



[yves.coemans@gezinsbond.be](mailto:yves.coemans@gezinsbond.be)



+32 2 507 88 77

# NORMES DE TRANSPARENCE: EXEMPLES DE BONNES ET DE MAUVAISES PRATIQUES. CAMPAGNE ¡HOLA BANCO!

ASSOCIATION GÉNÉRALE DES CONSOMMATEURS (ASGECO CONFEDERACIÓN) • ESPAGNE

La campagne d'information des consommateurs a démarré en 2013, dans le but de mieux positionner les consommateurs face aux institutions bancaires et à les sensibiliser aux droits et devoirs de chacun.



## INFORMATIONS GÉNÉRALES

S'il y a de nombreuses lois en Espagne qui veulent défendre les intérêts des consommateurs, la transparence bancaire et la bonne foi des organismes de crédit face aux usagers ne sont toujours pas de mise. Citons, comme exemples de cette mauvaise pratique, les clauses de «plafonnement», les clauses préférentielles, les frais de commissions multiples et incompréhensibles, etc. Voilà pourquoi il nous a semblé judicieux de lancer le présent projet.



## PRINCIPAUX OBJECTIFS

Le projet s'adresse aux consommateurs et poursuit principalement l'objectif de mieux les positionner (au niveau de l'information qu'ils possèdent et du comportement qu'ils adoptent) lorsqu'ils traitent avec une institution financière. Le projet vise également à révéler certaines pratiques bancaires (commissions et clauses illégales), à diffuser l'étude réalisée à ce propos et ses conclusions, à sensibiliser les consommateurs, à les inciter à l'action et à leur offrir un service d'aide et de réclamations quand ils sont confrontés à des pratiques qui leur semblent illégales ou dont ils ont été victimes de la part des organismes de crédit.





## ACTIONS CONCRÈTES

Afin de réaliser ces objectifs, nous avons mené les actions suivantes :

- Réalisation d'une étude sur la réalité des pratiques bancaires (analyse de la publicité faite par les institutions bancaires, tables rondes avec des collaborateurs et des clients, clients mystères (mystery shopper), etc.)
- Rapport de synthèse et guide pratique
- Site internet, diffusion virale sur les réseaux sociaux, guides d'information, présentation de la campagne et présentation des résultats de l'étude afin d'en garantir la diffusion.
- Spot scénarisé sous forme de situations humoristiques afin de sensibiliser les consommateurs et les pousser à agir (spectacle enregistré avec un acteur comique diffusé sur les réseaux sociaux).



## INFORMATIONS FINANCIÈRES

Le coût du projet s'élève à 136.560,90 €. L'Institut National de la Consommation en a financé 80% et les 20% restants ont été financés sur fonds propres.



## PARTENARIATS

Le Ministère de la santé, des services sociaux et de l'égalité / l'Institut National de la Consommation (INC).



## IMPACT

Les indicateurs du projet montrent qu'il a atteint ses objectifs. Dans le cadre de ce programme, nous avons reçu 7.078 consultations et réclamations à propos de clauses bancaires abusives ou de pratiques agressives. Nous avons diffusé plus de 2.500 rapports de synthèse aux organismes intéressés par le projet. Nous avons comptabilisé plus de 2.200 téléchargements de documents sur le site internet. Le nombre de visionnements de la vidéo sur Youtube et sur les différentes plateformes a dépassé les 50.000.

## PLUS D'INFORMATIONS

-  Cristina Maroto
-  [proyectos@asgeco.org](mailto:proyectos@asgeco.org)
-  [www.asgeco.org/transparenciabancaria](http://www.asgeco.org/transparenciabancaria)
-  +34 914 035 078

# CRÉDIT RAPIDE, PROBLÈMES EXPRESS

ASSOCIATION GÉNÉRALE DES CONSOMMATEURS (ASGECO CONFEDERACIÓN) • ESPAGNE

**Cette campagne d'éducation financière a démarré en octobre 2015 et est toujours en cours. Elle vise à informer les consommateurs et les usagers à propos des caractéristiques et des conditions d'octroi d'un crédit rapide, ainsi que des risques qui y sont liés. Il s'agit également de présenter des alternatives pour permettre aux consommateurs d'agir de manière responsable lorsqu'ils décident de contracter un emprunt.**



## INFORMATIONS GÉNÉRALES

Suite à la crise, à la multiplication des cas de surendettement des familles et aux difficultés d'accès au crédit, de nombreuses institutions non financières ou d'entreprises de regroupement des dettes ou dans l'octroi de crédits de faible montant ont vu le jour. Les crédits ainsi octroyés, qui sont présentés comme des "crédits rapides, faciles et sans garantie", sont assortis de taux d'intérêt élevés, de délais de remboursement courts et de commissions importantes.



## PRINCIPAUX OBJECTIFS

- Faire le point sur l'offre de services de crédits rapides et sur ses conditions, caractéristiques et positionner le consommateur face à cette réalité.
- Diffuser l'étude et ses conclusions par le biais de différents canaux de diffusion.
- Sensibiliser les consommateurs aux caractéristiques et conséquences des crédits rapides grâce à des spots vidéo, des expositions itinérantes, des guides... et les pousser à agir.
- Offrir aux consommateurs un service d'aide et de conseils à propos des crédits rapides, de leurs conséquences et de leurs effets.



## ACTIONS CONCRÈTES

Afin de mieux connaître l'offre de ce type de services, nous avons réalisé une étude sur les prêts rapides proposés par des organismes non financiers. Cette étude se compose d'un rapport de synthèse, d'une analyse qualitative et d'une analyse bibliographique. La diffusion de l'étude et de ses conclusions, ainsi que le travail de sensibilisation des consommateurs, s'est faite par le biais des activités suivantes :

- Conception d'un site internet.
- Réalisation d'une vidéo promotionnelle.
- Organisation d'une exposition itinérante, dans 15 villes et 10 communautés autonomes.
- Réalisation d'enquêtes et distribution de guides d'informations aux consommateurs pendant l'exposition itinérante.
- Tenue d'un blog pendant l'exposition itinérante.
- Diffusion virale sur les réseaux sociaux.
- Organisation d'une journée de présentation.

Ces actions se sont ajoutées au service d'aide et de conseils que nous venons de présenter.



## INFORMATIONS FINANCIÈRES

Le budget du projet, qui est toujours en cours, s'élève à 133.210,65 €. Il est financé à 80% par le Ministère de la santé, des services sociaux et de l'égalité / l'agence espagnole en charge de la consommation, de la sécurité alimentaire et de la nutrition, le contenu du projet relevant de la responsabilité exclusive de l'ASGECO. Les 20% restants sont financés sur fonds propres, avec le soutien de la Caixa.



## PARTENARIATS

Le Ministère de la Santé, des Services Sociaux et de l'Égalité / L'Agence espagnole en charge de la consommation, de la sécurité alimentaire et de la nutrition et la Caixa.



## IMPACT

Nous avons évalué l'impact du projet grâce à différents indicateurs :

- Le nombre total de visites sur les médias en ligne : 1.190.425
- Le nombre de visionnements des vidéos : 212.203
- Le nombre d'interactions avec les usagers : 8.527
- Le nombre de pages visitées : 3.515
- Le nombre de guides distribués : 20.000
- L'importance de la couverture médiatique au niveau local (radio, TV et presse écrite)
- Les nombreuses visites auprès des autorités publiques locales (maires, conseillers, etc.) et d'instances responsables de la consommation (instituts locaux de la consommation, conseillers dans les communautés autonomes ou provinces, etc.)

## PLUS D'INFORMATIONS

-  Cristina Maroto
-  [proyectos@asgeco.org](mailto:proyectos@asgeco.org)
-  [www.asgeco.org/transparenciabancaria](http://www.asgeco.org/transparenciabancaria)
-  +34 914 035 078

# MISE EN PLACE DE POINTS CONSEIL BUDGET

## UNION NATIONALE DES ASSOCIATIONS FAMILIALES (UNAF) • FRANCE

L'UNAF participe à l'expérimentation en 2016 de points conseil budget sur 4 régions françaises.



### INFORMATIONS GÉNÉRALES

Un plan pluriannuel de lutte contre la pauvreté et pour l'inclusion sociale a été construit en 2012 par l'Etat, la société civile, et les industriels (secteur bancaire notamment). Un volet concerne la prévention du surendettement. Une des mesures phare est l'expérimentation de points conseil budget. Cette proposition a émergé du secteur associatif, qui s'était inspiré de ce qui existe en Europe (ex : Money Advice Budgeting Service en Irlande).



### PRINCIPAUX OBJECTIFS

Il s'agit de proposer sur les territoires d'expérimentation des lieux où l'on puisse proposer, en toute confidentialité et de manière gratuite, un accompagnement budgétaire global et de qualité. Ce service est ouvert à toutes les familles en difficultés financières, ou en passe de le devenir. Il cible en particulier les familles endettées issues des classes moyennes, dans un objectif de prévention du surendettement et de la pauvreté.



### ACTIONS CONCRÈTES

Les familles peuvent s'adresser directement au Point Conseil Budget (PCB), ou être prescrites par un créancier qui a détecté un impayé et a obtenu l'accord de proposer un rendez-vous au PCB. Un diagnostic global de la structure du budget et des dettes est fait sur la base de pièces justificatives. En fonction de l'urgence de la situation, des compétences des personnes reçues, un plan d'action est co-construit avec la personne pour rétablir à terme un équilibre budgétaire. Des instruments financiers peuvent être utilisés (microcrédit, aides sociales...), des conseils juridiques peuvent être donnés, une orientation vers d'autres partenaires locaux peut être proposée, le tout dans une logique de responsabilisation.

L'expérimentation va démarrer en janvier 2016. Nous avons un pilote qui s'est lancé en octobre 2014 dans la Nièvre.



### INFORMATIONS FINANCIÈRES

Aucun financement public national dédié n'est finalement prévu pour prendre en charge le temps de travail des conseillers et des chefs de projet. Les UDAF (Union Départementale des Associations Familiales) doivent trouver des financements locaux complémentaires (publics ou privés).



### PARTENARIATS

Parmi les partenaires, il y a :

- Les banques, les fournisseurs d'énergie, les bailleurs de logement pour la détection des impayés et la médiation de dettes.
- Les employeurs locaux pour la détection de travailleurs en difficultés financières.
- Les acteurs sociaux divers pour l'orientation ou la prescription (santé, logement, mobilité...)



### IMPACT

A ce stade, il est trop tôt pour mesurer un quelconque impact.

### PLUS D'INFORMATIONS

-  Fabien Tocqué
-  [ftocque@unaf.fr](mailto:ftocque@unaf.fr)
-  +331 49 95 36 74

# ACCESSION À LA PROPRIÉTÉ POUR LES FAMILLES NOMBREUSES VIA LE CRÉDIT SOCIAL

## FONDS DU LOGEMENT DE WALLONIE • BELGIQUE

**L'objectif que nous poursuivons est de fournir aux familles nombreuses (3 enfants ou assimilés et plus) de revenus moyens, modestes ou en état de précarité les moyens de construire, d'acheter, de réhabiliter, de restructurer, d'adapter, de conserver, d'améliorer ou de préserver la propriété d'un premier logement en Région wallonne destiné à l'occupation personnelle, par l'octroi de crédits hypothécaires sociaux ou de prêts économiseurs d'énergie.**



### INFORMATIONS GÉNÉRALES

Le Fonds du Logement de Wallonie est une société privée relevant des mouvements coopératif et associatif, héritier du Fonds du Logement de la Ligue des Familles Nombreuses de Belgique, créé en 1929. Il s'agissait à l'époque, comme aujourd'hui, de permettre aux familles nombreuses bénéficiant de faibles revenus d'accéder à un logement décent.

La compétence du logement ayant été régionalisée en 1980, le Fonds du Logement de Belgique a été scindé en trois entités distinctes (Flandres, Wallonie, Région de Bruxelles-Capital). Le Fonds du Logement de Wallonie est l'une de ces entités constitué sous la forme d'une société coopérative à responsabilité limitée.

Les missions que nous poursuivons sont reconnues d'utilité publique par le Code wallon du logement et de l'habitat durable et sont définies par l'art. 179 :

« Afin de mettre en œuvre le droit au logement, la société coopérative « Fonds du logement des familles nombreuses de Wallonie », ci-après dénommée le Fonds, poursuit les missions d'utilité publique suivantes:

1. fournir aux familles nombreuses de revenus moyens, modestes ou en état de précarité les moyens de construire, d'acheter, de réhabiliter, de restructurer, d'adapter, de conserver, d'améliorer ou de préserver la propriété d'un premier logement en Région wallonne destiné à l'occupation personnelle, par l'octroi de crédits hypothécaires sociaux – Décret du 15 mai 2003, art. 110, al. 1er) (ou de prêts économiseurs d'énergie – Décret du 9 février 2012, art. 83);
2. fournir principalement aux familles nombreuses de revenus modestes ou en état de précarité les moyens de prendre un logement en location; ... »

Par ailleurs, le Fonds contribue par son action à la mise en œuvre de l'art. 23 de la Constitution (à savoir, le droit à un logement décent).

Nous bénéficions d'un soutien financier de la Région Wallonne et avons de ce fait diverses obligations définies dans le cadre d'un contrat de gestion.



### PRINCIPAUX OBJECTIFS

Concrètement, notre objectif opérationnel annuel est d'accorder, chaque année, +/- 140.000.000 EUR de prêts hypothécaires sociaux (soit +/- 1.000 prêts), afin de fournir aux familles comprenant au moins 3 enfants à charge (ou assimilés) de revenus moyens, modestes ou en état de précarité, les moyens d'acquérir, de rénover, de conserver la propriété d'un premier logement en Région wallonne destiné à l'occupation personnelle.

Le Fonds accorde, aux mêmes bénéficiaires, des prêts en vue de réaliser des travaux économiseurs d'énergie à un taux de 0%.

Les taux des prêts hypothécaires sont fixes et bien en-deçà des conditions pratiquées par les banques. Ils varient en fonction du nombre d'enfants à charge, du montant des revenus imposables et de la situation géographique de l'immeuble (zones de pressions foncières).





## ACTIONS CONCRÈTES

Dans le cadre de nos activités, nous sommes soucieux d'apporter aux familles les conseils financiers et techniques adaptés à chaque projet afin d'assurer l'accès durable à un habitat de qualité. Ainsi, nos conseillers financiers visent à éviter le surendettement des emprunteurs en leur prodiguant l'information la plus complète possible sur les avantages et inconvénients financiers de l'accès à la propriété. Nos conseillers techniques apportent, quant à eux, leurs conseils dès la réalisation de l'expertise, et ensuite, durant la réalisation des travaux. Enfin, en cas de problèmes au niveau du remboursement du prêt, le service de suivi peut mandater en son sein un(e) assistant(e) social(e) afin de convenir d'une solution acceptable pour la famille et le Fonds. Le Fonds fournit ainsi un accompagnement complet et sur mesure aux familles demandeuses.



## INFORMATIONS FINANCIÈRES

Comme indiqué précédemment, le Fonds poursuit des missions reconnues d'utilité publique. A ce titre, la Région wallonne octroie dans le cadre de ses compétences :

- Une garantie (+/- 120.000.000 euros) afin que le Fonds lève les sommes nécessaires à son activité de prêteur social sur les marchés financiers.
- Une dotation en capital (calculée en fonction des taux) afin de combler le différentiel de taux existant entre le taux d'emprunt sur les marchés financiers et les taux des prêts sociaux de ses emprunteurs.

Les emprunts sont levés sur les marchés financiers via des procédures de marchés publics.



## PARTENARIATS

Notre principal partenaire est la Région wallonne.



## IMPACT

Au 31 décembre 2014, l'encours de prêts représentait :

- 19.414 crédits;
- 1,200 milliard EUR;




Soit des milliers de familles qui ont pu grâce à l'octroi de nos crédits accéder à la propriété, l'améliorer et la conserver.

Au cours de l'année 2014, 1.114 prêts hypothécaires et 835 prêts à tempérament pour le financement de travaux économiseurs d'énergie ont été conclus, soit 1.949 nouveaux crédits.

Quelques données pour 2014 :

- Le montant moyen des crédits hypothécaires : 144.253 EUR.
- La mensualité moyenne par crédit est de 644,94 EUR et représente en moyenne 20,94 % des ressources du ménage.
- 63% des crédits ont été accordés pour une durée de remboursement qui varie entre 25 et 30 ans.
- 66% des crédits ont été accordés à des familles qui bénéficient de revenus précaires.

## PLUS D'INFORMATIONS

-  Frédéric Delpierre
-  [frederic.delpierre@flw.be](mailto:frederic.delpierre@flw.be)
-  [www.flw.be](http://www.flw.be)





CONFÉDÉRATION DES ORGANISATIONS FAMILIALES DE L'UNION EUROPÉENNE  
CONFEDERATION OF FAMILY ORGANISATIONS IN THE EUROPEAN UNION

rue de Londres 17 B-1050 Bruxelles

tel: +32 2 511 41 79

secretariat@coface-eu.org

www.coface-eu.org

 facebook.com/coface.eu

 @coface\_eu