

CONSEIL NATIONAL DU CREDIT  
SECRETARIAT GENERAL

RAPPORT DE L'ENQUETE SUR LA TARIFICATION DES  
SERVICES DES ETABLISSEMENTS DE CREDIT ET DE  
MICROFINANCE 2017



Mars 2018



## Sommaire

Liste des tableaux .....	iii
Liste des graphiques .....	iv
<b>INTRODUCTION GENERALE.....</b>	<b>1</b>
<b>I.SONDAGE AUPRES DES CLIENTS .....</b>	<b>2</b>
<b>I.1.RESULTATS DU SONDRAGE AUPRES DES CLIENTS DES ÉTABLISSEMENTS DE CRÉDIT .....</b>	<b>2</b>
<b>I.1.1.Produits et services classiques des établissements de crédit .....</b>	<b>2</b>
<b>I.1.1.1.Epargne.....</b>	<b>3</b>
I.1.1.1.1.Conditions d'ouverture et de gestion des comptes d'épargne.....	3
I.1.1.1.2.Transparence sur le calcul des intérêts.....	3
I.1.1.1.3.Respect des délais de paiement des intérêts et taux appliqués.....	4
<b>I.1.1.2.Crédit .....</b>	<b>4</b>
I.1.1.2.1.Connaissance du TEG .....	4
I.1.1.2.2.Transparence sur l'échéancier des remboursement et communication du TEG .....	5
<b>I.1.1.3.Autres services classiques.....</b>	<b>5</b>
I.1.1.3.1.Service Bancaire Minimum Garanti.....	6
I.1.1.3.2.Facturation des virements bancaires reçus.....	7
<b>I.1.2.Produits et services innovants des établissements de crédit.....</b>	<b>7</b>
<b>I.1.3.Education financière.....</b>	<b>9</b>
I.1.3.1.Moyens utilisés pour épargner .....	10
I.1.3.2.Motifs de choix de consommation des services financiers .....	10
I.1.3.3.Motifs d'utilisation de l'argent.....	10
I.1.3.4.Connaissance des méthodes de calcul des intérêts.....	11
<b>I.2. Résultats du sondage auprès des clients des établissements de crédit .....</b>	<b>12</b>
<b>I.2.1.Produits et services classiques des EMF .....</b>	<b>13</b>
<b>I.2.1.1.Epargne.....</b>	<b>13</b>
I.2.1.1.1.Conditions d'ouverture et de gestion des comptes d'épargne.....	13
I.2.1.1.2.Transparence sur le calcul des intérêts.....	13
I.2.1.1.3.Respect des délais de paiement des intérêts et taux appliqués.....	14
<b>I.2.1.2.Crédit .....</b>	<b>14</b>
I.2.1.2.1.Connaissance du TEG .....	14
I.2.1.2.2.Transparence sur l'échéancier des remboursement et communication du TEG .....	15
<b>I.2.1.3.Autres services classiques.....</b>	<b>16</b>
I.2.1.3.1.Service Bancaire Minimum Garanti.....	16
I.2.1.3.2.Facturation des virements bancaires reçus.....	17
<b>I.2.2.Produits et services innovants des établissements de crédit.....</b>	<b>18</b>
<b>I.2.3.Education financière.....</b>	<b>19</b>
I.2.3.1.Moyens utilisés pour épargner .....	19
I.2.3.2.Motifs de choix de consommation des services financiers .....	19
I.2.3.3.Motifs d'utilisation de l'argent.....	20
I.2.3.4.Connaissance des méthodes de calcul des intérêts.....	20

## Liste des tableaux

Tableau 1.1 : Montant minimal exigé par les établissements de crédit pour l'ouverture d'un compte d'épargne.....	3
Tableau 1.2 : Taux de rémunération des comptes d'épargne .....	4
Tableau 1.3 : Opinions des clients sur la gratuité du Service Bancaire Minimum Garanti.....	7
Tableau 1.4 : Taux d'utilisation des produits et services innovants.....	8
Tableau 1.5 : Supports d'informations utilisés par les établissements de crédit .....	9
Tableau 1.6: Supports d'épargne.....	10
Tableau 1.7: Motifs de choix de consommation des services financiers.....	10
Tableau 1.8 : Les sources d'informations qui influencent les décisions d'utilisation de l'argent.....	11
Tableau 1.9 : Montant minimal exigé par les EMF pour l'ouverture d'un compte d'épargne.....	13
Tableau 1.10 : Taux de rémunération des comptes d'épargne .....	14
Tableau 1.11 : Opinions des clients sur la gratuité du Service Bancaire Minimum Garanti.....	17
Tableau 1.12 : Taux d'utilisation des produits et services innovants.....	18
Tableau 1.13 : Supports d'informations utilisés par les établissements de crédit .....	19
Tableau 1.14: Supports d'épargne.....	19
Tableau 1.15 : Motifs de choix de consommation des services financiers.....	20
Tableau 1.16 : Les sources d'informations qui influencent les décisions d'utilisation de l'argent.....	20

## Liste des graphiques

Graphique 1.1 : Répartition des clients par type d'établissement et par sexe .....	2
Graphique 1.2 : Répartition des clients selon l'information sur le calcul des intérêts sur les dépôts.....	3
Graphique 1.3 : Taux de connaissance du TEG et taux d'accès au crédit (%).....	4
Graphique 1.4 : Pourcentage des clients ayant consulté les conventions de prêt avant signature (%)....	5
Graphique 1.5 : Pourcentage des clients ayant reconnu le TEG sur la convention et ayant une copie de la convention .....	5
Graphique 1.6 : Taux de connaissance du Service Bancaire Minimum Garanti .....	6
Graphique 1.7 : Opinions sur la facturation des transferts bancaires reçus.....	7
Graphique 1.8 : Mise à disposition des informations sur les tarifs des produits et services innovants ...	9
Graphique 1.9 : Mise à disposition de mécanisme de recours.....	9
Graphique 1.10 : Taux de connaissance des méthodes de calcul des intérêts .....	11
Graphique 1.11 : Connaissance pratique du taux d'intérêts simples .....	12
Graphique 1.12 : Connaissance pratique du taux d'intérêts composés .....	12
Graphique 1.13 : Répartition des clients des EMF selon l'information sur le calcul des intérêts sur les dépôts.....	13
Graphique 1.14 : Taux de connaissance du TEG et taux d'accès au crédit (%).....	15
Graphique 1.15 : Pourcentage des clients ayant consulté les conventions de prêt avant signature (%).	15
Graphique 1.16 : Pourcentage des clients ayant reconnu le TEG sur la convention et ayant une copie de la convention .....	16
Graphique 1.17 : Taux de connaissance du Service Bancaire Minimum Garanti .....	16
Graphique 1.18 : Opinions sur la facturation des transferts reçus.....	17
Graphique 1.19 : Taux de connaissance des méthodes de calcul des intérêts .....	21
Graphique 1.20 : Connaissance pratique du taux d'intérêts simples .....	21
Graphique 1.21 : Connaissance pratique du taux d'intérêts composés .....	22

## INTRODUCTION GENERALE

Dans un objectif de protection des usagers du secteur financier au Cameroun, le Secrétaire Général a depuis le 16 décembre 2016 institué une enquête annuelle sur la tarification des services des établissements assujettis, incluant les établissements de crédit et les EMF.

Pour l'année 2017, l'enquête s'est déroulée auprès d'un échantillon d'établissements de crédit et de microfinance, et d'un échantillon de leurs clients. Elle avait pour objectifs de procéder à :

- la vérification de l'application des dispositions réglementaires sur les conditions de banque, en particulier celles relatives à la notification par écrit des TEG des crédits aux emprunteurs, leur mention dans les conventions de crédit, et l'information des emprunteurs sur les seuils d'usure des prêts qui leur sont accordés;
- l'examen des conditions tarifaires des produits de la monétique et du mobile money, ainsi que des divers autres produits innovants mis à la disposition des clients par les établissements assujettis (Straigt2bank, LINK, Sahel money, etc.) ;
- l'examen de l'application des dispositions réglementaires en matière de tarification des services de bancassurance<sup>1</sup> et de micro assurance<sup>2</sup>;
- la collecte d'informations sur les problématiques récurrentes relatives à la tarification des services bancaires, qui sont régulièrement portées à la connaissance du CNC par les clients des établissements assujettis<sup>3</sup>;
- la collecte d'informations sur la connaissance des produits financiers et la maîtrise des questions budgétaires par les clients, pour l'étude relative à la mise en place d'une stratégie nationale d'éducation financière du public ;
- l'analyse de la tarification des produits et services destinés aux PME.

La méthodologie adoptée a consisté en des entretiens avec les dirigeants des établissements de crédit et de microfinance échantillonnés sur les modalités de fixation des conditions applicables à la clientèle, en relation avec la couverture des charges et la préservation de l'équilibre de la structure financière de leurs établissements. Une collecte d'informations a également été effectuée auprès de quelques clients par l'entremise de leurs chargés de clientèle.

---

<sup>1</sup> En application des dispositions de l'Article 304 du Code CIMA relatif aux documents commerciaux et tarifs dans le domaine des assurances, le visa du Ministre en charge du secteur des assurances doit être obtenu préalablement à l'application des tarifs des entreprises d'assurance.

<sup>2</sup> L'Article 733 du Règlement n° 0003/CIMA/PCMA/PCE/2012 dispose : « *Les taux de commission et les conditions de rémunérations sont fixés dans chaque Etat par le Ministre en charge des assurances.* ».

<sup>3</sup> L'analyse des requêtes des clients des établissements de crédit et de microfinance reçus depuis 2010 par le Secrétariat Général du CNC révèle que les motifs de plainte les plus récurrents sont les suivants (i) commissions de compte hors normes et faux en écritures ; (ii) abus et ponctions injustifiés ;(iii) dénonciation de complicités entre les employés et certains clients par les partenaires commerciaux desdits clients ; (iv) détournement de salaires ; (v) faux et usage de faux ; (vi) prélèvements non justifiés ; (vii) défaut d'encaissement de chèques, détournements; (viii) infractions, irrégularités et retenues non justifiées dans les comptes.

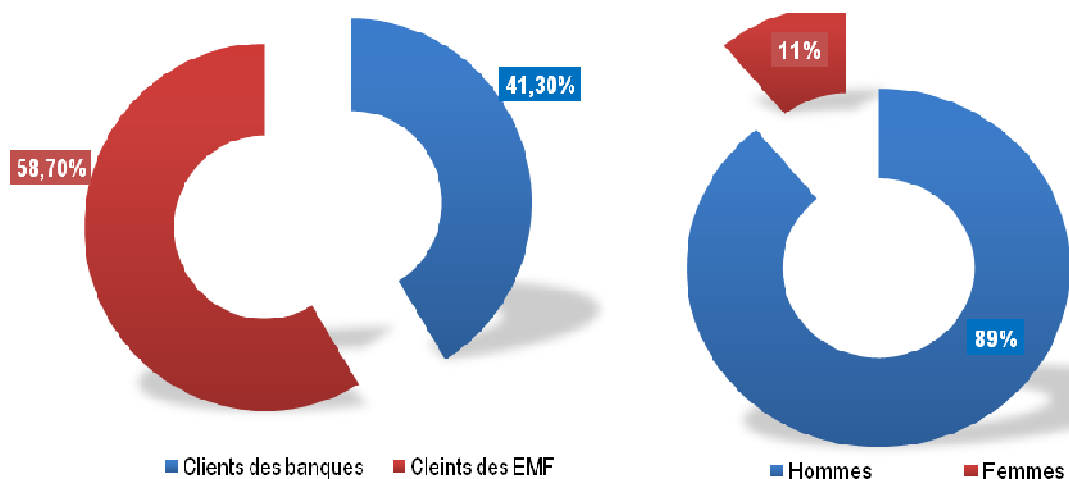
De manière globale, les entretiens et l'administration des questionnaires de la clientèle ont été menés autour de trois thèmes à savoir : (i) les produits et services classiques (épargne, crédit, autres services classiques), (ii) les produits et services innovants (*Mobile Money*, bancassurance, affacturage, crédit-bail, etc.), (iii) et l'éducation financière.

Le présent rapport fait la synthèse des résultats obtenus à l'issue de l'administration des questionnaires et des entretiens, à travers l'analyse descriptive des variables mesurées, conformément à la structure du questionnaire administré.

## I. SONDAGE AUPRES DES CLIENTS

L'enquête a permis d'interroger 898 clients, dont 41,3% sont titulaires de comptes dans les livres des établissements de crédit, tandis que 58,7% sont clients des EMF. De manière globale, parmi les personnes interrogées, 89 % étaient de sexe masculin et 11 % de sexe féminin.

Graphique 1.1 : Répartition des clients par type d'établissement et par sexe



### I.1. Résultats du sondage auprès des clients des établissements de crédit

Comme évoqué plus haut, les thèmes abordés avec la clientèle des établissements de crédit concernaient : (i) les produits et services classiques (épargne, crédit, autres services classiques), (ii) les produits et services innovants (*Mobile Money*, bancassurance, affacturage, crédit-bail, etc.), (iii) et l'éducation financière.

#### I.1.1. Produits et services classiques des établissements de crédit

Les produits et services classiques sur lesquels les clients des établissements de crédit ont été interrogés concernent l'épargne, le crédit, et les autres services classiques.

### I.1.1.1. Epargne

#### I.1.1.1.1. Conditions d'ouverture et de gestion des comptes d'épargne

Concernant l'épargne, plus de la moitié des clients interrogés (55,7%) déclarent être titulaires de comptes d'épargne. Les conditions d'ouverture et de gestion de ces comptes sont diverses. Ainsi, la plupart des clients interrogés (80,4%) déclarent que leurs établissements de crédit domiciliaires exigent de conserver dans leur compte un montant minimal compris entre 10 000 et 50 000 F CFA à son ouverture pour ne pas le voir clôturer. En moyenne, moins de trois (03) clients sur 10 (29,8%) ont fait savoir que le montant minimal exigé par leur banque est inférieur à 10 000 F CFA, tandis que 2,3% conserveraient plus de 50 000 F CFA dans leur compte d'épargne pour éviter sa clôture, ou dès son ouverture.

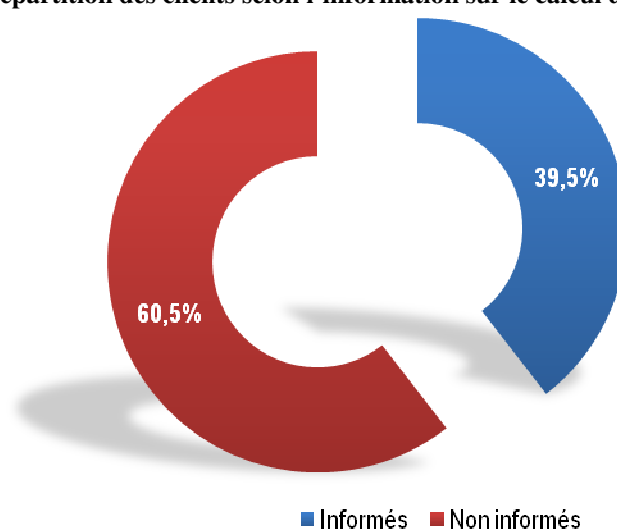
**Tableau 1.1 : Montant minimal exigé par les établissements de crédit pour l'ouverture d'un compte d'épargne**

Tranches de montant exigé	Pourcentage
Moins de 10 000	29,8
Entre 10 000 et 50 000	67,9
Plus de 50 000	2,3
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

#### I.1.1.1.2. Transparence sur le calcul des intérêts

S'agissant de la transparence sur la rémunération des comptes d'épargne, les résultats de l'enquête révèlent que la plupart des clients ne sont pas informés sur les modes de calcul des taux d'intérêts. En effet, 60,5% des clients interrogés disent n'avoir pas été informés par les employés de la banque, sur la méthodologie de calcul des intérêts sur les dépôts avant l'ouverture de leur compte d'épargne.

**Graphique 1.2 : Répartition des clients selon l'information sur le calcul des intérêts sur les dépôts**



### I.1.1.1.3. Respect des délais de paiement des intérêts et taux appliqués

La moitié des clients (50,3%) estiment que les établissements de crédit ne paient pas les intérêts dans les délais mentionnés dans la convention d'ouverture du compte d'épargne.

Il convient également de relever que presque tous les clients des établissements de crédit estiment que ces derniers ne rémunèrent pas les dépôts en comptes d'épargne. En effet, à la question de savoir le taux de rémunération appliqué par ces établissements, 97,1% des clients interrogés déclarent qu'il est de 0%.

**Tableau 1.2 : Taux de rémunération des comptes d'épargne**

Taux de rémunération du compte d'épargne	Pourcentage des clients
0%	97,1
1%	0,4
2%	0,4
3%	1,1
5%	0,7
10%	0,4
TOTAL	100

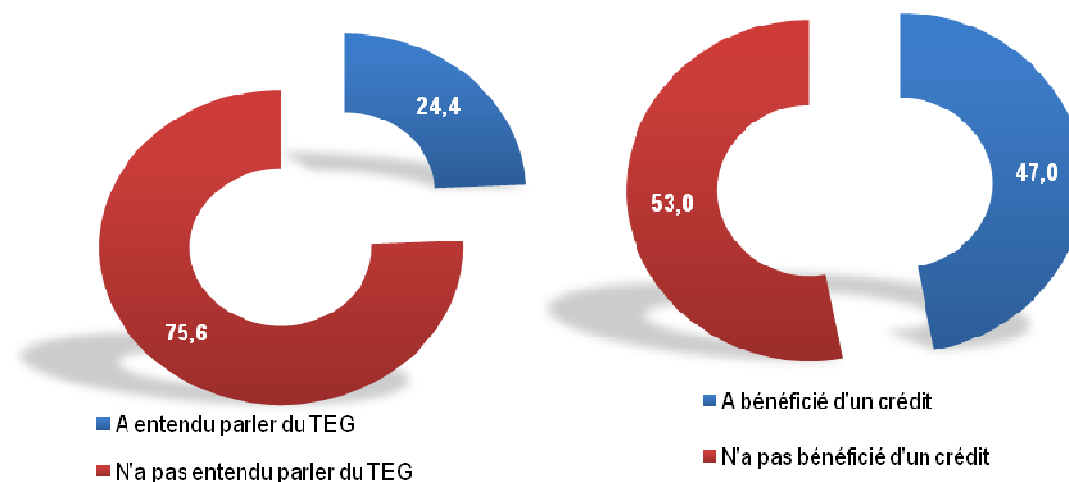
### I.1.1.2. Crédit

Les questions relatives au crédit ont porté davantage sur la connaissance du Taux Effectif Global (TEG) par les clients, et le respect des dispositions en la matière par les établissements de crédit, notamment en ce qui concerne sa mention sur les contrats de prêts et sa communication à l'emprunteur.

#### I.2.1.2.1. Connaissance du TEG

Selon les résultats obtenus, plus de 3 clients sur 4 (75,6%) affirment n'avoir jamais entendu parler du TEG, bien que 47% des clients interrogés aient déjà bénéficié d'un crédit auprès de leurs établissements de crédit.

**Graphique 1.3 : Taux de connaissance du TEG et taux d'accès au crédit (%)**

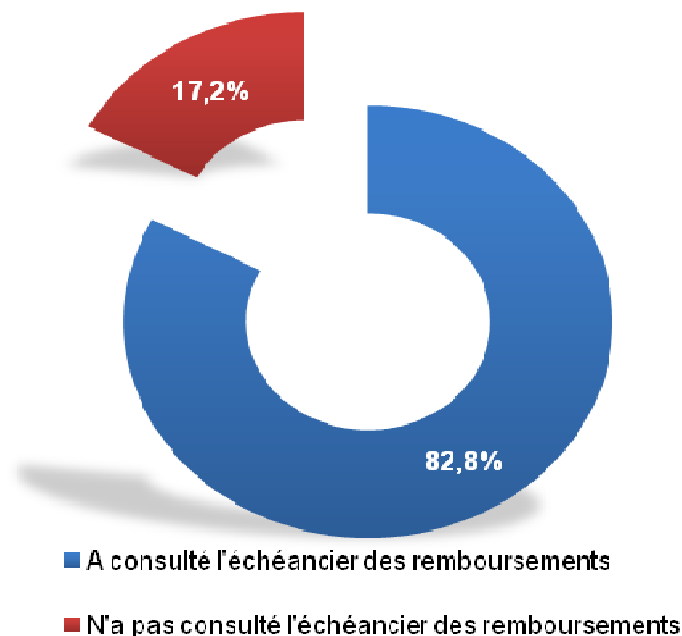




### I.2.1.2.2. Transparence sur l'échéancier des remboursements et communication du TEG

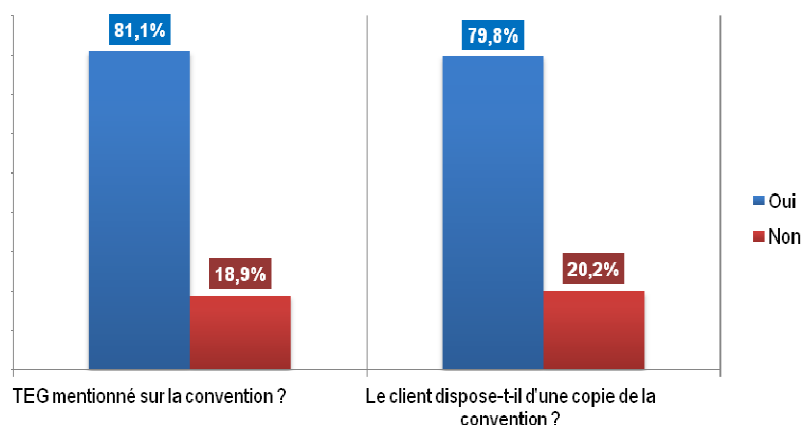
On note néanmoins que parmi les clients ayant bénéficié d'un crédit bancaire, 82,8% déclarent avoir pris connaissance de l'échéancier des remboursements avant de procéder à la signature de la convention de prêt.

Graphique 1.4 : Pourcentage des clients ayant consulté les conventions de prêt avant signature (%)



Par ailleurs, 81,1% reconnaissent que le TEG est bien mentionné sur les conventions de prêt signées, et 79,8% affirment disposer d'une copie de celle-ci.

Graphique 1.5 : Pourcentage des clients ayant reconnu le TEG sur la convention et ayant une copie de la convention



### I.1.1.3. Autres services classiques

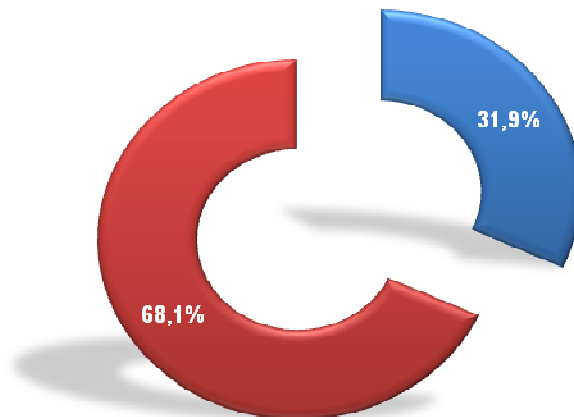
Les autres services classiques abordés dans le cadre de cette enquête ont concerné notamment le Service Bancaire Minimum Garanti et les frais de virement.

### I.1.1.3.1. Service Bancaire Minimum Garanti

S'agissant du Service Bancaire Minimum Garanti, l'enquête révèle que près de 7 clients sur 10 (68,1%) déclarent n'avoir jamais entendu parler de la gratuité des quinze services consacrée par l'Arrêté du MINFI n° 0000005/MINFI du 13 janvier 2011 y relatif. Ce taux se présente comme suit dans les trois principales grandes villes :

- Douala : 65,5% ;
- Yaoundé : 78,5% ;
- Bafoussam : 85,7%.

**Graphique 1.6 : Taux de connaissance du Service Bancaire Minimum Garanti**



■ A entendu parler du SBMG ■ N'a jamais entendu parler du SBMG

Concernant la mise en application effective des dispositions du texte y relatif, à savoir la gratuité des quinze (15) services retenus, les opinions des clients sont partagées. En effet, comme il se dégage du tableau 1.3, un nombre significatif de clients des établissements de crédit estiment que ces services demeurent payants. Les services dont la gratuité est significativement remise en cause sont notamment :

- Versement d'espèces sur la même place bancaire (68,4%) ;
- Retrait d'espèces sur la même place bancaire (65,5%) ;
- Consultation du compte sur place (64,8%) ;
- Virement de compte à compte dans une banque (58,5%) ;
- Retrait de billets dans les guichets automatiques bancaires de la banque du porteur de la carte (58,3%) ;
- Ouverture du Compte (57,5%).

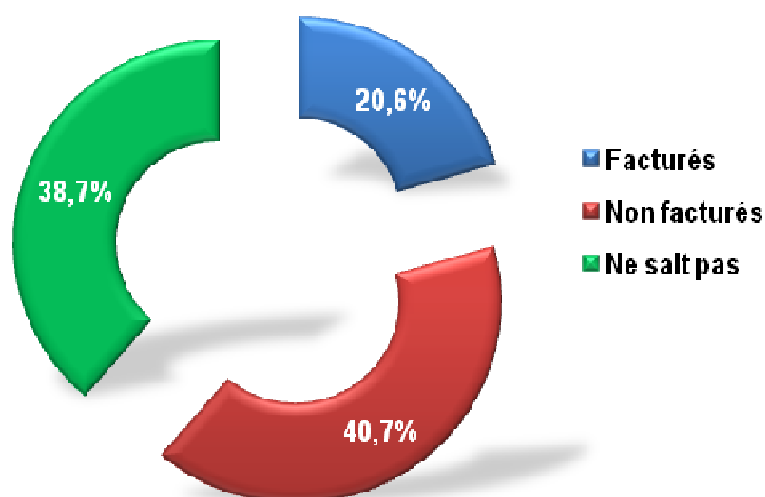
**Tableau 1.3 : Opinions des clients sur la gratuité du Service Bancaire Minimum Garanti**

Des frais ont-ils été prélevés par la banque lorsqu'elle vous offre l'un des services suivants ?		Oui (%)	Non (%)	Ne sait pas (%)
1	Ouverture du Compte	25,1	<b>57,5</b>	17,4
2	Délivrance du relevé d'identité bancaire	30,8	46,4	22,8
3	Délivrance du chéquier	26,2	48,8	25
4	Délivrance au guichet des formules de retrait d'espèces au profit du titulaire d'un compte	17,3	50	30,7
5	Délivrance des livrets d'épargne	13	42,7	44,3
6	Paiement par carte bancaire auprès d'un commerce au Cameroun	23,4	33,2	43,4
7	Consultation du compte sur place	18	<b>64,8</b>	17,2
8	Délivrance d'attestation de non redevance	21,2	42,1	36,7
9	Paiement par chèque	16	54,8	29,2
10	Versement d'espèce sur la même place bancaire	12,1	<b>68,4</b>	19,5
11	Retrait d'espèce sur la même place bancaire	14,5	<b>65,5</b>	20
12	Virement de compte à compte dans une banque	13,3	<b>58,5</b>	28,2
13	Retrait de billets dans les guichets automatiques bancaires de la banque du porteur de la carte	21,2	<b>58,3</b>	20,5
14	Changement d'adresse	11,2	47,3	41,5
15	Délivrance du relevé de compte mensuel	23,7	42	34,3

#### **I.1.1.3.2. Facturation des virements bancaires reçus**

En ce qui concerne les virements reçus, un peu plus de 4 clients sur 10 (40,7%) affirment qu'ils sont gratuits, tandis que 20,6% estiment qu'ils sont facturés par les établissements de crédit. Le reste, soit 38,7% ignorent si ces services sont facturés ou non.

**Graphique 1.7 : Opinions sur la facturation des transferts bancaires reçus**



#### **I.1.2. Produits et services innovants des établissements de crédit**

Les produits et services bancaires couverts par cette enquête concernant :

- ✓ Crédit-bail ;
- ✓ Affacturage ;

- ✓ Assurances ;
- ✓ Carte bancaire ;
- ✓ Transactions bancaires via un téléphone mobile ;
- ✓ Virements de compte à compte via internet ;
- ✓ Achats en ligne à l'aide d'une carte bancaire.

Les résultats révèlent que plus de la moitié des personnes interrogées n'ont pas pu se prononcer sur la question. Seulement 33 % d'entre elles ont pu apporter des éléments de réponses aux questions posées.

**Tableau 1.4 : Taux d'utilisation des produits et services innovants**

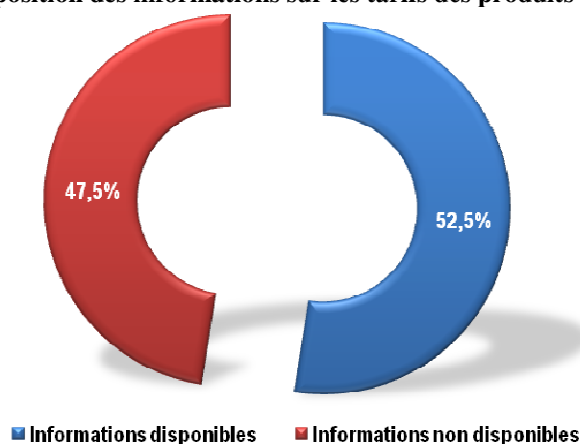
<b>Produits et services innovants</b>	<b>Taux d'utilisation (%)</b>
Crédit-bail	5,4
Affacturation	4,3
Bancassurance	50,5
Carte bancaire	73,1
Transaction bancaires via téléphone mobile	25,8
Virements de compte à compte via internet	14,0
Achats en ligne à l'aide d'une carte bancaire	14,0

Comme l'illustre le tableau 1.4 ci-dessus, le service innovant le plus utilisé est la carte bancaire, avec un taux d'utilisation de 73,1%, suivi de la bancassurance avec un taux d'utilisation de 50,5%. Les autres produits et services sont relativement peu utilisés, avec les taux d'utilisation ci-après :

- 25,8 % pour les transactions bancaires via téléphone mobile ;
- 14,0% pour les achats en ligne à l'aide d'une carte bancaire ;
- 14,0% pour les virements de compte à compte via internet ;
- 5,4 % pour le crédit-bail ;
- 4,3 % pour l'affacturation.

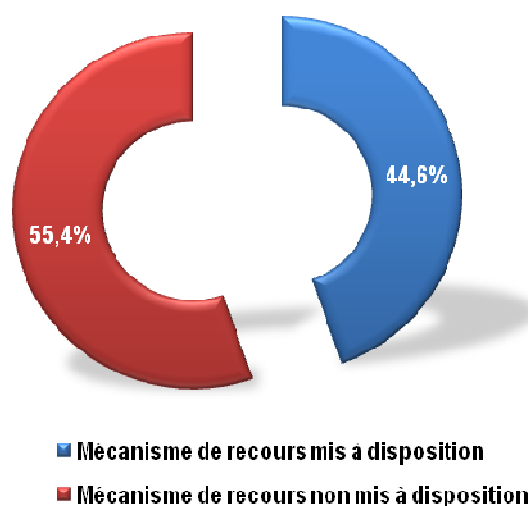
En ce qui concerne les informations sur les tarifs de ces produits et services innovants, 52,5% des clients les utilisant reconnaissent disposer d'informations suffisamment claires mises à leur disposition par les établissements de crédit.

**Graphique 1.8 : Mise à disposition des informations sur les tarifs des produits et services innovants**



Par contre, en ce qui concerne les moyens de recours en cas d'insatisfaction, 55,4% des personnes interrogées déclarent que l'établissement n'a pas mis à leur disposition ces moyens de recours en cas d'insatisfaction.

**Graphique 1.9 : Mise à disposition de mécanisme de recours**



En termes de supports d'informations pour les mécanismes de recours, 90,7% des clients déclarent être informés par les explications des employés, 65,1% le sont par les affiches au guichet et dans les agences, 53,5% par les dépliants, et à 27,9% par la publicité à la radio ou à la télévision.

**Tableau 1.5 : Supports d'informations utilisés par les établissements de crédit**

Canaux de communication	Taux d'utilisation
Explications par les employés	90,7
Affiches au guichet et dans les agences	65,1
Dépliant	53,5
Publicité à la radio ou à la télévision	27,9

### **I.1.3. Education financière**

La thématique relative à l'éducation financière a porté sur quatre principales dimensions : (i) les moyens utilisés pour épargner, (ii) motifs de choix de

consommation des services financiers, (iii) motifs d'utilisation de l'argent, (iv) connaissance des méthodes de calcul des intérêts.

### **I.1.3.1. Moyens utilisés pour épargner**

D'après les déclarations des personnes interrogées, les principaux moyens utilisés pour épargner sont le compte bancaire et les tontines. En effet, 75% de personnes ont déclaré utiliser le compte bancaire pour épargner. Les tontines occupent la deuxième place avec une fréquence de 70%, tandis que 25,8% préfèrent garder leur argent à la maison, et 15% épargnent auprès des membres de leur famille.

Les titres financiers sont les moyens les moins utilisés avec 10,8 % de réponses positives.

**Tableau 1.6: Supports d'épargne**

<b>Avez-vous épargné par l'un des moyens ci-après au cours des 12 derniers mois ?</b>	
A la maison	25,8
Un compte bancaire	75
Auprès d'un membre de la famille	15
Dans une tontine	70
Dans un titre financier (actions, obligations)	10,8

### **I.1.3.2. Motifs de choix de consommation des services financiers**

En ce qui concerne les motifs de choix de consommation des services financiers, 59,2% des personnes interrogées déclarent analyser au préalable les offres de plusieurs prestataires, tandis que 55,8% disent analyser les différentes offres d'une institution financière donnée. En moyenne 20,8% déclarent passer en revue toutes les offres mais ne savent pas en fin de compte laquelle retenir, tandis que 15,0% disent n'analyser aucune offre avant de choisir.

**Tableau 1.7: Motifs de choix de consommation des services financiers**

<b>Comment faites-vous vos choix lorsque vous décidez d'utiliser un service financier</b>	
Vous analysez les offres de plusieurs prestataires au préalable	59,2
Vous analysez les différentes offres d'une institution financière	55,8
Vous n'analysez aucune offre	15,0
Vous passez en revue toutes les offres, mais vous ne savez laquelle retenir	20,8
Vous ne souhaitez pas répondre	19,2

### **I.1.3.3. Motifs d'utilisation de l'argent**

D'après le tableau 1.8 ci-dessous, les principales sources d'informations qui influencent les décisions des clients des établissements de crédit pour l'utilisation de leur argent sont notamment les informations communiquées par les employés de la banque (84,4%), les conseils d'amis et de membres de la famille travaillant dans des institutions financières (62,3%), l'expérience personnelle des clients (54,1%), et dans une certaine mesure, les informations spécifiques trouvées sur internet (43,4%) et les publicités télévisées (35,2%). Les sources les moins utilisées sont entre autres les articles de journaux (21,3%), les conseils d'amis et de membres de la famille ne

travaillant dans aucune institution financière (21,3%), et les prospectus distribués sur la voie publique (23,8%).

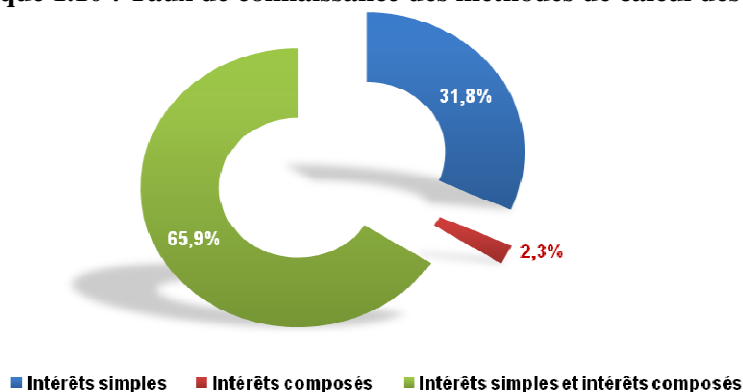
**Tableau 1.8 : Les sources d'informations qui influencent les décisions d'utilisation de l'argent**

Parmi les sources d'informations suivantes, quelles sont celles qui influencent le plus vos décisions relatives à l'argent ou aux services financiers ?	
Les prospectus distribués sur la voie publique	23,8
Les informations spécifiques trouvées sur internet	43,4
Les informations communiquées par les employés de banque	84,4
Les conseils d'amis et de membres de la famille travaillant dans des institutions financières	62,3
Les conseils d'amis et de membres de la famille ne travaillant dans aucune institution financière	21,3
Les articles de journaux	21,3
Les publicités télévisées	35,2
Votre expérience personnelle	54,1

#### I.1.3.4. Connaissance des méthodes de calcul des intérêts

Les clients des établissements de crédit semblent en majorité ignorer les questions relatives aux méthodes de calcul des intérêts tant sur les dépôts que sur les crédits. En effet, plus de 8 clients sur 10 (84,3%) interrogés n'ont pas voulu se prononcer sur la question. Parmi les personnes ayant répondu (soit 15,7%), 65,9% affirment connaître les deux méthodes. En moyenne 31,8% affirment connaître uniquement la méthode de calcul des intérêts simples, tandis que seulement 2,3% disent connaître la méthode de calcul des intérêts composés.

**Graphique 1.10 : Taux de connaissance des méthodes de calcul des intérêts**

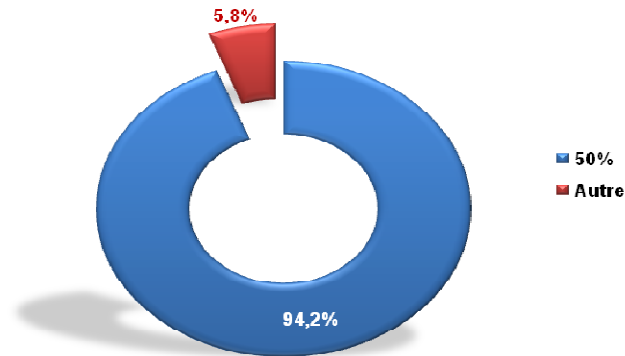


Cependant, les questions test révèlent que les clients des établissements de crédit connaissent davantage la méthode de calcul des intérêts simples et ignorent la méthode des intérêts composés. En effet, les questions tests étaient comme suit afin de jauger la capacité des clients à simuler eux-mêmes le calcul des intérêts :

- ✓ Vous prêtez 100 FCFA à un ami, et il vous rend 150 F CFA le mois d'après. Quel est le taux d'intérêt mensuel de ce prêt ?
- ✓ En début d'année, vous déposez 100 F CFA dans votre compte d'épargne au taux de 2% par mois, et n'effectuez aucun retrait. Combien la banque vous versera-t-elle en fin d'année ?

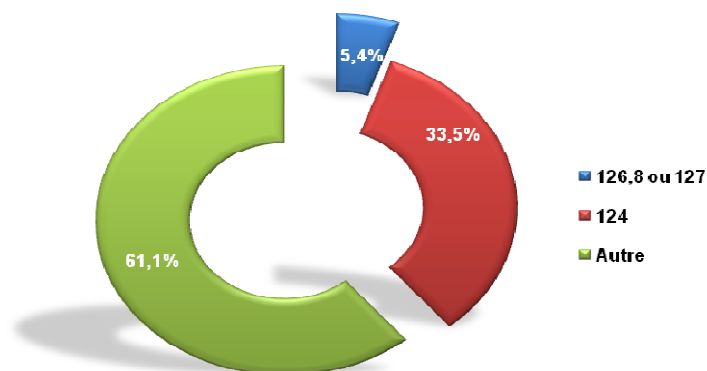
Relativement à la première question, on note que presque tous les clients des établissements de crédit (94,2%) ont fourni la bonne la bonne réponse, à savoir 50% de taux d'intérêt mensuel.

**Graphique 1.11 : Connaissance pratique du taux d'intérêts simples**



En ce qui concerne la deuxième question qui invitait les clients à s'exercer à un calcul concret de taux d'intérêt composé, les résultats obtenus confirment les tendances déclaratives des clients sur la connaissance de cette méthode. Seulement 5,4% seulement des clients ont pu fournir la bonne réponse, à savoir 126,8 ou 127 F CFA. Le reste, à savoir 94,6%, ont soit confondu la méthode des intérêts simples à celle des intérêts composés (33,5%), soit fourni une réponse qui ne correspond ni à la méthode des intérêts simples, ni à la méthode des intérêts composés (61,1%).

**Graphique 1.12 : Connaissance pratique du taux d'intérêts composés**



### Résultats du sondage auprès des clients des établissements de microfinance

Tout comme auprès des clients des établissements de crédit, les thématiques abordées avec la clientèle des EMF concernaient : (i) les produits et services classiques (épargne, crédit, autres services classiques), (ii) les produits et services innovants (*Mobile Money*, bancassurance, affacturage, crédit-bail, etc.), (iii) et l'éducation financière.



## I.2.1. Produits et services classiques des EMF

Les produits et services classiques sur lesquels les clients des EMF ont été interrogés concernent l'épargne, le crédit, et les autres services classiques.

### I.2.1.1. Epargne

#### I.2.1.1.1. Conditions d'ouverture et de gestion des comptes d'épargne

Concernant l'épargne, plus de 7 clients des EMF sur 10 (71,5%) interrogés déclarent être titulaires de comptes d'épargne, contre 55,7% des clients des établissements de crédit. Les conditions d'ouverture et de gestion de ces comptes sont également diverses. Ainsi, 55% des clients interrogés déclarent que les EMF leur exigent de conserver un montant minimal compris entre 10 000 et 50 000 F CFA dans le compte à ouvrir ou pour ne pas le voir clôturer. En moyenne, 44,2% des clients ont fait savoir que le montant minimal exigé par leur EMF est inférieur à 10 000 F CFA, tandis que 0,8% conserveraient plus de 50 000 F CFA dans leur compte d'épargne pour éviter sa clôture, ou dès son ouverture.

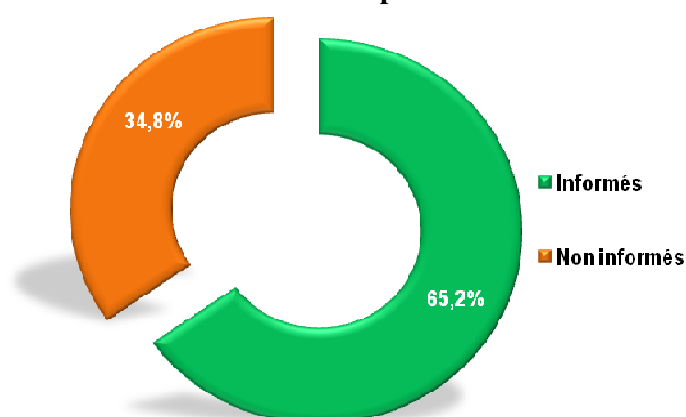
Tableau 1.9 : Montant minimal exigé par les EMF pour l'ouverture d'un compte d'épargne

Tranches de montant exigé	Pourcentage
Moins de 10 000	44,2
Entre 10 000 et 50 000	55,0
Plus de 50 000	0,8
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

#### I.2.1.1.2. Transparence sur le calcul des intérêts

S'agissant de la transparence sur la rémunération des comptes d'épargne, les résultats de l'enquête révèlent que plus de la moitié des clients sont informés sur les modes de calcul des taux d'intérêts, contrairement aux résultats obtenus auprès des clients des établissements de crédit. En effet, 65,2% des clients des EMF (contre 39,5% des clients des établissements de crédit) disent avoir été informés par les employés de leur EMF sur la méthodologie de calcul des intérêts sur les dépôts avant l'ouverture de leur compte d'épargne.

Graphique 1.13 : Répartition des clients des EMF selon l'information sur le calcul des intérêts sur les dépôts



### **I.2.1.1.3. Respect des délais de paiement des intérêts et taux appliqués**

Au regard des résultats de l'enquête, on note que les EMF respectent mieux que les établissements de crédit, les délais de paiement des intérêts sur l'épargne. En effet, 78,5% des clients des EMF estiment que les EMF paient les intérêts dans les délais mentionnés dans la convention d'ouverture du compte d'épargne, contre 49,7% des clients des établissements de crédit.

En ce qui concerne la rémunération des comptes d'épargne, plus de 3 clients sur 10 des EMF estiment que leurs établissements domiciliaires ne rémunèrent pas les dépôts. En effet, à la question de savoir le taux de rémunération appliqué par leurs EMF, 78,6% des clients interrogés déclarent qu'il est de 0%, contre 97,1% des clients des établissements de crédit.

**Tableau 1.10 : Taux de rémunération des comptes d'épargne**

<b>Taux de rémunération du compte d'épargne</b>	<b>Pourcentage des clients</b>
0%	78,6
2%	0,5
3%	3,3
4%	7,3
5%	9,3
6%	0,5
7%	0,3
10%	0,3
TOTAL	100

### **I.2.1.2. Crédit**

Les questions relatives au crédit ont porté davantage comme auprès des clients des établissements de crédit, sur la connaissance du Taux Effectif Global (TEG) par les clients, et le respect des dispositions en la matière par les EMF, notamment en ce qui concerne sa mention sur les contrats de prêts et sa communication à l'emprunteur.

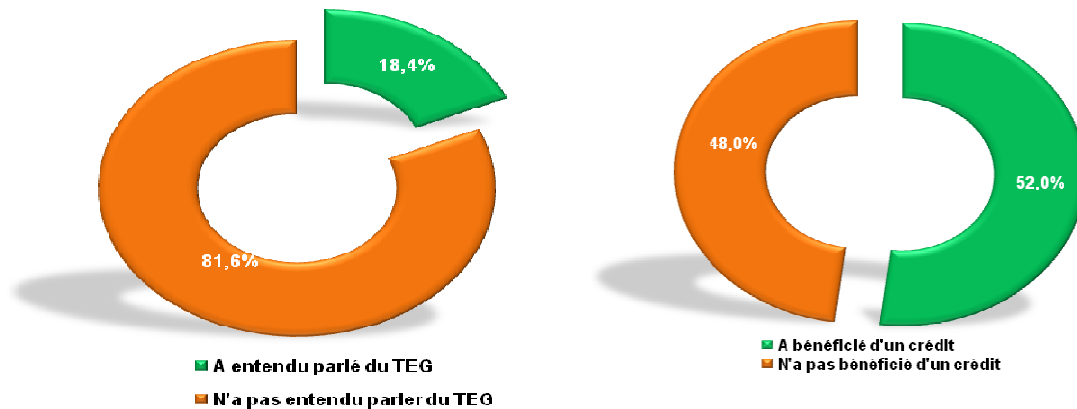
#### **I.2.1.2.1. Connaissance du TEG**

Contrairement aux clients des établissements de crédit où 75,6% affirment n'avoir jamais entendu parler du TEG, plus de 8 clients sur 10 des EMF déclarent n'avoir jamais entendu parler du TEG. Ces résultats semblent conformes à l'état actuel d'application des dispositions des Règlements n° 01/CEMAC/UMAC/CM portant diverses dispositions relatives au Taux Effectif Global et à la publication des conditions de banque, et n° 02/CEMAC/UMAC/CM portant définition et répression de l'usure dans les Etats de la CEMAC. En effet, depuis 2013, le Conseil National du Crédit a soumis les établissements de crédit au respect des dispositions de ces deux règlements. En raison de la faiblesse des systèmes d'information des EMF, notamment en ce qui concerne le calcul du TEG, ces dispositions ne sont pas encore entièrement

respectées par les EMF. Le déploiement de l'application de calcul du TEG développée par le CNC pourra sans doute remédier à ce manquement.

En revanche, les résultats de l'enquête montrent que le pourcentage des clients ayant déjà bénéficié de crédit dans les EMF est de 52% contre 47% des clients des établissements de crédit.

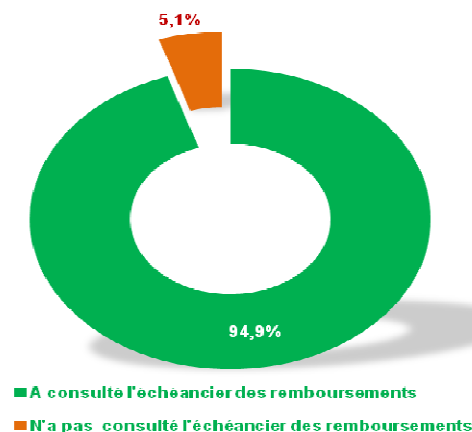
**Graphique 1.14 : Taux de connaissance du TEG et taux d'accès au crédit (%)**



#### **I.2.1.2.2. Transparence sur l'échéancier des remboursements et communication du TEG**

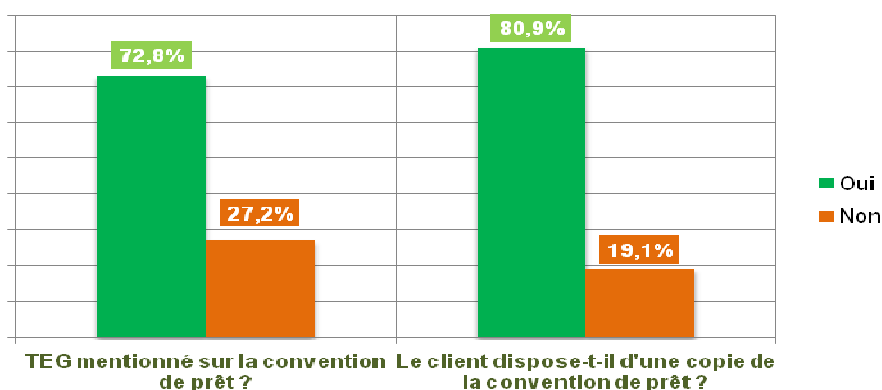
En matière d'information préalable sur l'échéancier du crédit, 94,9% des clients ayant bénéficié d'un crédit déclarent avoir pris connaissance de l'échéancier des remboursements avant de procéder à la signature de la convention de prêt, contre 82,8% des clients des établissements de crédit.

**Graphique 1.15 : Pourcentage des clients ayant consulté les conventions de prêt avant signature (%)**



Bien que les dispositions des règlements mentionnés supra ne soient pas encore suivies auprès des EMF, 72,8% reconnaissent que le TEG est bien mentionné sur les conventions de prêt signées, contre 81,1% des clients des établissements de crédit. Par ailleurs, 80,9% des clients affirment disposer d'une copie de la convention de prêt signée (contre 79,8% des clients des établissements de crédit).

**Graphique 1.16 : Pourcentage des clients ayant reconnu le TEG sur la convention et ayant une copie de la convention**



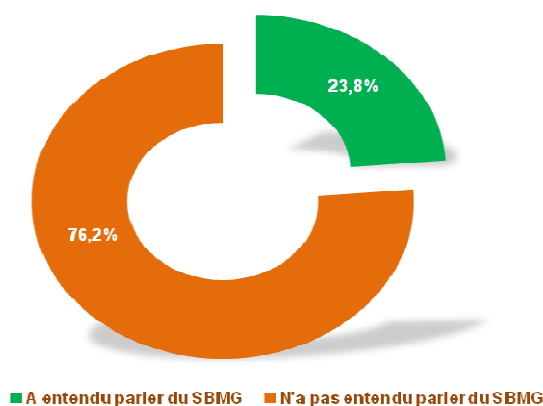
### I.2.1.3. Autres services classiques

Les autres services classiques abordés dans le cadre de cette enquête ont concerné notamment le Service Bancaire Minimum Garanti et les frais de virement. Il convient de noter que l'arrêté relatif au Service Bancaire Minimum Garanti pour le moment s'applique uniquement aux clients des établissements de crédit.

#### I.2.1.3.1. Service Bancaire Minimum Garanti

L'enquête révèle que près d'un client sur 4 des clients des EMF (23,8%) déclarent avoir entendu parler de la gratuité des quinze services consacrée par l'Arrêté du MINFI n° 0000005/MINFI du 13 janvier 2011 y relatif. Ce taux se présente comme suit dans les trois principales grandes villes : Douala : 21,5% ; Yaoundé : 24,4% ; Bafoussam : 43,8%.

**Graphique 1.17 : Taux de connaissance du Service Bancaire Minimum Garanti**



Bien que le règlement relatif au service bancaire minimum garanti soit limité à la clientèle des établissements de crédit, la tarification de certains services délivrés par les EMF semblent évoluer vers la gratuité. Il s'agit notamment de :

- l'ouverture du compte (62,0%) ;
- la délivrance du chéquier (59,7%) ;
- délivrance du relevé d'identité bancaire (46,9%).

En revanche, d'autres services paraissent rigides à une éventuelle gratuité au regard des réponses des clients. Ces services sont entre autres par ordre d'appréciation de leur non-gratuité par les clients :

- versement d'espèces sur la même place bancaire (62,4% des clients estiment qu'il est payant) ;
- consultation du compte sur place (59,7%) ;
- retrait d'espèces sur la même place bancaire (59,3%).

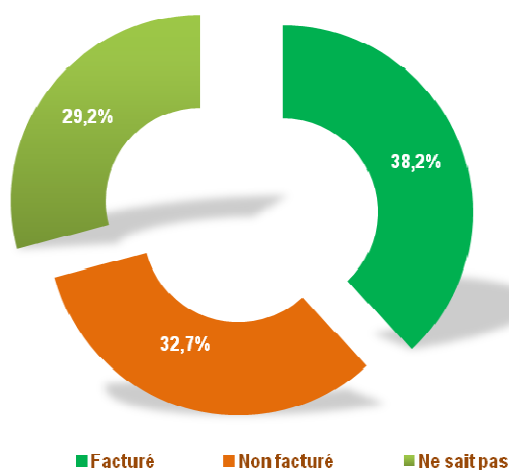
**Tableau 1.11 : Opinions des clients sur la gratuité du Service Bancaire Minimum Garanti**

Des frais ont-ils été prélevés par l'EMF lorsqu'il vous offre l'un des services suivants ?		Oui (%)	Non (%)	Ne sait pas (%)
1	Ouverture du Compte	62,0	29,3	8,8
2	Délivrance du relevé d'identité bancaire	46,9	33,0	20,1
3	Délivrance du chéquier	59,7	23,2	17
4	Délivrance au guichet des formules de retrait d'espèces au profit du titulaire d'un compte	31,7	47,2	21,1
5	Délivrance des livrets d'épargne	39,7	39,2	21,1
6	Paiement par carte bancaire auprès d'un commerce au Cameroun	15,2	43,4	41,4
7	Consultation du compte sur place	25,3	59,7	15,0
8	Délivrance d'attestation de non redevance	25,0	42,0	33,0
9	Paiement par chèque	27,1	45,8	27,1
10	Versement d'espèce sur la même place bancaire	24,5	62,4	13,1
11	Retrait d'espèce sur la même place bancaire	28,9	59,3	11,8
12	Virement de compte à compte dans une banque	26,6	47,7	25,7
13	Retrait de billets dans les guichets automatiques bancaires de la banque du porteur de la carte	22,2	35,5	42,3
14	Changement d'adresse	18,0	48,6	33,4
15	Délivrance du relevé de compte mensuel	27,8	43,1	29,2

### I.2.1.3.2. Facturation des virements bancaires reçus

En ce qui concerne les virements reçus, près de 4 clients sur 10 des EMF (32,7%) affirment qu'ils ne sont pas facturés par les EMF, tandis que 38,2% estiment qu'ils sont payants. Le reste, soit 29,2% ignorent si ces services sont facturés ou non.

**Graphique 1.18 : Opinions sur la facturation des transferts reçus**



## I.2.2. Produits et services innovants des établissements de microfinance

Les produits et services innovants sur lesquels les clients des EMF ont été interrogés ont concerné :

- ✓ le crédit-bail ;
- ✓ l'affacturage ;
- ✓ la bancassurance ;
- ✓ la carte bancaire ;
- ✓ les transactions bancaires via un téléphone mobile ;
- ✓ les virements de compte à compte via internet ;
- ✓ les achats en ligne à l'aide d'une carte bancaire.

Les résultats révèlent que plus de la moitié des personnes interrogées (58,8%) n'ont pas pu se prononcer sur les types de produits innovants proposés. Seulement 41,2% d'entre elles ont pu apporter des éléments de réponses aux questions posées.

**Tableau 1.12 : Taux d'utilisation des produits et services innovants**

<b>Produits et services innovants</b>	<b>Taux d'utilisation (%)</b>
Crédit-bail	15,9
Affacturage	9,1
Bancassurance	45,7
Carte bancaire	61,0
Transaction bancaires via téléphone mobile	26,8
Virements de compte à compte via internet	13,4
Achats en ligne à l'aide d'une carte bancaire	16,5

Comme l'illustre le tableau 1.12 ci-dessus, le service innovant le plus utilisé par les clients des EMF est la carte bancaire, avec un taux d'utilisation de 61,0% (contre 73,1% par les clients des établissements de crédit), suivi de la bancassurance avec un taux d'utilisation de 45,7%. Les autres produits et services sont relativement utilisés avec les taux d'utilisation ci-après :

- 26,8% pour les transactions bancaires via téléphone mobile (contre 25,8 % pour les clients des établissements de crédit) ;
- 16,5% pour les achats en ligne à l'aide d'une carte bancaire (contre 14,0% au niveau des établissements de crédit) ;
- 15,9% pour le crédit-bail (contre 5,4% au niveau des établissements de crédit) ;
- 13,4% pour les virements de compte à compte via internet (contre 14,0% au niveau des établissements de crédit) ;
- 9,1% pour l'affacturage (contre 4,3% au niveau des établissements de crédit).

En ce qui concerne les informations sur les tarifs de ces produits et services innovants, 64,7% des clients les utilisant reconnaissent disposer d'informations suffisamment claires mises à leur disposition par les établissements fournisseurs.

En ce qui concerne les moyens de recours en cas d'insatisfaction, 48,9% des personnes interrogées déclarent que l'établissement n'a pas mis à leur disposition ces moyens de recours en cas d'insatisfaction.

En termes de supports d'informations pour les mécanismes de recours, 87,6% des clients déclarent être informés par les explications des employés, 54,7% le sont par les affiches au guichet et dans les agences, 51,2% par les dépliants, et 28,8% par la publicité à la radio ou à la télévision.

**Tableau 1.13 : Supports d'informations utilisés par les établissements de crédit**

Canaux de communication	Taux d'utilisation
Explications par les employés	87,6
Affiches au guichet et dans les agences	54,7
Dépliant	51,2
Publicité à la radio ou à la télévision	28,8

### **I.2.3. Education financière**

Comme auprès de la clientèle des établissements de crédit, la thématique relative à l'éducation financière a porté sur quatre principales dimensions : (i) les moyens utilisés pour épargner, (ii) motifs de choix de consommation des services financiers, (iii) motifs d'utilisation de l'argent, (iv) connaissance des méthodes de calcul des intérêts.

#### **I.2.3.1. Moyens utilisés pour épargner**

D'après les déclarations des personnes interrogées, les principaux moyens utilisés pour épargner sont le compte bancaire et les tontines. En effet, 68,8% des personnes ont déclaré utiliser le compte bancaire pour épargner. Les tontines occupent la deuxième place avec une fréquence de 65,2%, tandis que 41,9% préfèrent garder leur argent à la maison, et 22,1% épargnent auprès des membres de leur famille.

Les titres financiers sont les moyens les moins utilisés avec 10,7 % de réponses positives.

**Tableau 1.14: Supports d'épargne**

Avez-vous épargné par l'un des moyens ci-après au cours des 12 derniers mois ?	
A la maison	41,9
Un compte bancaire	68,8
Auprès d'un membre de la famille	22,1
Dans une tontine	65,2
Dans un titre financier (actions, obligations)	10,7

#### **I.2.3.2. Motifs de choix de consommation des services financiers**

En ce qui concerne les motifs de choix de consommation des services financiers, 61,0% des personnes interrogées déclarent analyser au préalable les offres de plusieurs prestataires (contre 59,2% des clients des établissements de crédit), tandis que 54,2% disent analyser les différentes offres d'une institution financière donnée (contre 55,8%

au niveau des établissements de crédit). En moyenne 21,1% déclarent passer en revue toutes les offres mais ne savent pas en fin de compte laquelle retenir (contre 20,8% au niveau des établissements de crédit), tandis que 18,7% disent n'analyser aucune offre avant de choisir (contre 15,0% des clients des établissements de crédit).

**Tableau 1.15 : Motifs de choix de consommation des services financiers**

<b>Comment faites-vous vos choix lorsque vous décidez d'utiliser un service financier</b>	
Vous analysez les offres de plusieurs prestataires au préalable	61,0
Vous analysez les différentes offres d'une institution financière	54,2
Vous n'analysez aucune offre	15,5
Vous passez en revue toutes les offres, mais vous ne savez laquelle retenir	21,1
Vous ne souhaitez pas répondre	18,7

### **I.2.3.3. Motifs d'utilisation de l'argent**

Les résultats de l'enquête révèlent que les principales sources d'informations qui influencent les décisions des clients des EMF pour l'utilisation de leur argent sont notamment les informations communiquées par les employés de l'EMF (75,4%), l'expérience personnelle du client (56,1%), les conseils d'amis et de membres de la famille travaillant dans des institutions financières (55,7%), et dans une certaine mesure, les publicités télévisées (30,0%). Les sources les moins utilisées sont entre les conseils d'amis et de membres de la famille ne travaillant dans aucune institution financière (20,7%), les informations spécifiques trouvées sur internet (23,9%), et les prospectus distribués sur la voie publique (24,6%).

**Tableau 1.16 : Les sources d'informations qui influencent les décisions d'utilisation de l'argent**

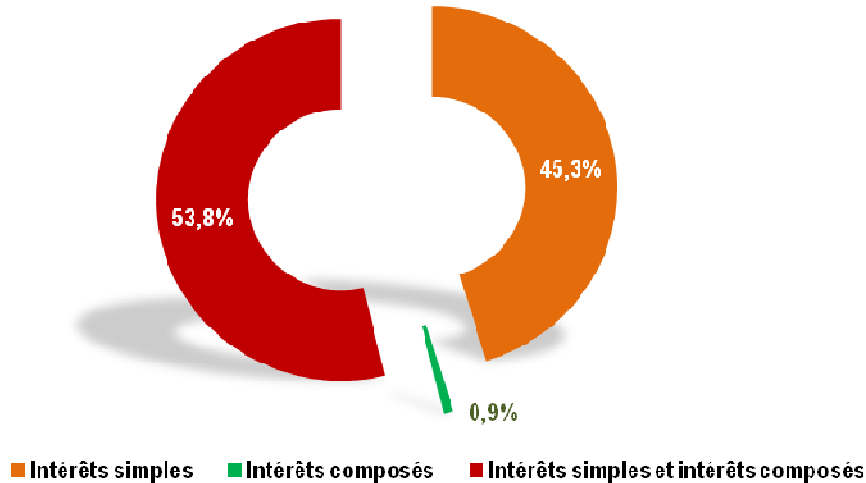
<b>Parmi les sources d'informations suivantes, quelles sont celles qui influencent le plus vos décisions relatives à l'argent ou aux services financiers ?</b>	
Les prospectus distribués sur la voie publique	24,6
Les informations spécifiques trouvées sur internet	23,9
Les informations communiquées par les employés de l'EMF	75,4
Les conseils d'amis et de membres de la famille travaillant dans des institutions financières	55,7
Les conseils d'amis et de membres de la famille ne travaillant dans aucune institution financière	20,7
Les articles de journaux	28,6
Les publicités télévisées	30,0
Votre expérience personnelle	56,1

### **I.2.3.4. Connaissance des méthodes de calcul des intérêts**

A l'instar des clients des établissements de crédit, la clientèle de la microfinance semble également ignorer les questions relatives aux méthodes de calcul des intérêts tant sur les dépôts que sur les crédits. En effet, plus de 7 clients sur 10 (70,6%) interrogés n'ont pas voulu se prononcer sur la question. Parmi les personnes ayant répondu, 53,8% affirment connaître les deux méthodes. En moyenne 45,3% affirment connaître uniquement la méthode de calcul des intérêts simples, tandis que seulement 0,9% disent connaître la méthode de calcul des intérêts composés.



**Graphique 1.19 : Taux de connaissance des méthodes de calcul des intérêts**

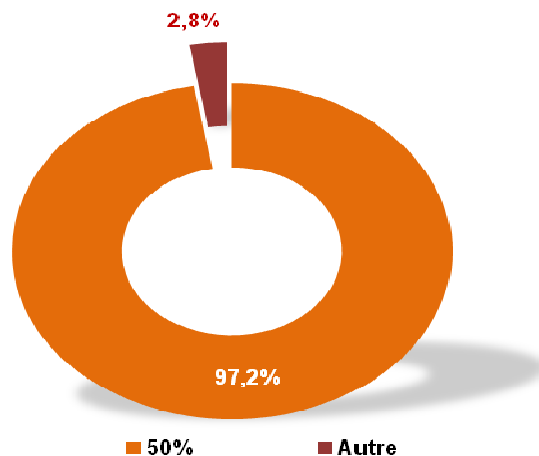


Cependant, les questions tests révèlent que les clients des EMF connaissent presque uniquement la méthode de calcul des intérêts simples et ignorent la méthode des intérêts composés. A titre de rappel, les questions tests étaient comme suit afin de jauger la capacité des clients à simuler eux-mêmes le calcul des intérêts :

- ✓ Vous prêtez 100 FCFA à un ami, et il vous rend 150 F CFA le mois d'après. Quel est le taux d'intérêt mensuel de ce prêt ?
- ✓ En début d'année, vous déposez 100 F CFA dans votre compte d'épargne au taux de 2% par mois, et n'effectuez aucun retrait. Combien l'EMF vous versera-t-il en fin d'année ?

Relativement à la première question, on note que presque tous les clients des EMF (97,2%) ont fourni la bonne la bonne réponse, à savoir 50% de taux d'intérêt mensuel.

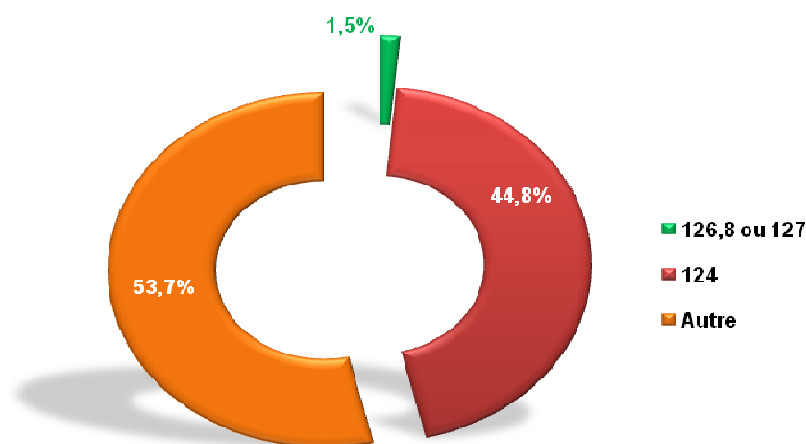
**Graphique 1.20 : Connaissance pratique du taux d'intérêts simples**



En ce qui concerne la deuxième question qui invitait les clients à s'exercer à un calcul concret de taux d'intérêt composé, les résultats obtenus confirment clairement les tendances déclaratives des clients sur la connaissance de cette méthode. Seulement 1,5% seulement des clients ont pu fournir la bonne réponse, à savoir 126,8 ou 127 F

CFA. Le reste, à savoir 98,5%, ont soit confondu la méthode des intérêts simples à celle des intérêts composés (44,8%), soit fourni une réponse qui ne correspond ni à la méthode des intérêts simples, ni à la méthode des intérêts composés (53,7%).

**Graphique 1.21 : Connaissance pratique du taux d'intérêts composés**



## CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

Les résultats de l'enquête auprès des clients susvisés mettent en évidence deux principaux aspects :

- **la méconnaissance ou la faible connaissance par ces derniers des dispositions réglementaires relatives à la tarification des produits et services financiers ;**
- **la faible culture financière des clients**, caractérisée notamment par l'inapplication des règles de base (calcul des intérêts, analyse du coût des services, etc.) à suivre pour la sélection des produits d'épargne utilisés ou des établissements avec lesquels ils entrent en relation.

S'agissant de la méconnaissance des textes, elle s'explique notamment par les facteurs suivants, comme relevé dans le compte rendu de l'enquête sur la tarification 2017 qui a été examiné lors de la session du Conseil du 23 septembre 2017 :

1) **une réglementation éparse** : les dispositions réglementaires relatives à la tarification des produits et services financiers sont contenues dans divers Règlements communautaires, Lois, Arrêtés du Ministre des Finances et Décisions à Caractère Général du Président du CNC ;

2) **une réglementation obsolète** : la majeure partie des dispositions réglementaires sur les conditions de banque sont définies par l'Arrêté n° 244/DCE/D du 05 avril 1989 portant conditions de banque et ses textes subséquents. Jusqu'à la fin des années 1980, les Arrêtés du Ministre des Finances et Décisions à Caractère Général du Président du CNC relatives aux conditions de banque étaient actualisés ou modifiés chaque année afin de tenir compte de l'évolution de l'environnement économique et financier, ce qui n'est plus le cas. En conséquence, les textes en vigueur se limitent encore aux seuls services bancaires classiques (dépôt, crédit, gestion des comptes de la clientèle, etc.), et restent muets sur les innovations issues de la

libéralisation du secteur financier et du progrès technologique telles que la monétique, le mobile banking ou la bancassurance, pour ne citer que celles-là.

A titre d'illustration, s'agissant de la gestion des comptes de la clientèle, l'Article 4 de l'Arrêté n° 244/DCE/D fixe les dates de valeur des opérations de versement en espèces et virement (J+1) ; virement en compensation entre les banques sur une même place (jour de la compensation) ; remise de chèques sur place (J+2) ; remise de chèques sur ses propres caisses (J+1) ; remise d'effets à l'escompte (J+1) ; retrait en espèces, paiement par chèques, domiciliation d'effets et divers (J-1) ; encaissement de chèques. Malgré l'avènement du SYSTAC et du SYGMA en 2007, les dispositions relatives aux dates de valeur des virements n'ont pas été modifiées par un autre Arrêté du Ministre des Finances;

**3) une réglementation incomplète** : les termes « microfinance » et « établissements de microfinance » ont été introduits dans la réglementation sous régionale par le Règlement n°1/03/CEMAC/UMAC/COBAC du 13 avril 2002, bien que cette activité existe au Cameroun depuis le début des années 60. A l'exception des Règlements CEMAC sur le TEG et le Taux d'Usure, le terme « microfinance » n'apparaît explicitement dans aucun texte national sur la tarification antérieur ou postérieur audit Règlement communautaire.

Par ailleurs, la majeure partie des EMF visités dans les régions septentrionales du pays sont de confession musulmane. En général, ces derniers sont très réticents au paiement des intérêts, tant en guise de rémunération de leur épargne que des crédits qui leur sont accordés. Cette particularité n'est pas prise en compte dans les textes nationaux et communautaires. Afin de servir leur clientèle locale, ces EMF offrent donc des produits financiers islamiques, en marge de la réglementation existante ;

**4) l'absence de vulgarisation et de traduction des textes en anglais**, dont se plaignent les EMF, notamment ceux visités dans la Région du Nord-Ouest ;

**7) La singularité et la forte diversité des dénominations des tarifs appliqués d'un établissement à l'autre, ce qui ne permet notamment pas de les comparer à ceux des confrères, ou de savoir à quoi ils correspondent effectivement.** Par exemple, la SCE prélève à ses clients des « frais de billetterie » mensuels lors du virement des salaires, mais fait savoir qu'il ne s'agit pas de frais de tenue de compte. Il en est de même des autres établissements de crédit, qui appliquent sous des dénominations différentes des commissions qui s'apparentent parfois à celles supprimées par l'Arrêté du Ministre des Finances sur le Service Bancaire Minimum Garanti (SBMG) ;

Afin de mettre fin à ce développement anarchique de la tarification des établissements de crédit et de microfinance, et aux nombreux abus de la clientèle qui en découle, le Conseil a recommandé lors de la session du 23 septembre 2017 :

- l'élaboration d'un projet d'Arrêté du Ministre des Finances portant conditions de banque, reprenant l'ensemble des dispositions

- réglementaires nationales et communautaires en matière de tarification des produits des intermédiaires financiers ;
- la définition par ledit projet d'Arrêté, des règles applicables aux activités de microfinance, finance islamique, bancassurance, transferts d'argent, monétique, et le cas échéant, de services bancaires relatifs aux opérations du marché financier, pour ne citer que ceux-là ;
  - l'actualisation annuelle ou semestrielle le cas échéant dudit texte, en fonction des diverses réformes réglementaires communautaires et nationales, ainsi que de l'évolution de l'environnement économique et financier national ;
  - le renforcement du reporting, de la sensibilisation et des vérifications sur le terrain ;
  - le renforcement de la transparence et de la concurrence par :
    - la définition d'une norme en matière de dénomination commune des principaux tarifs et produits financiers ;
    - la mise en place au Secrétariat Général du CNC d'un **comparateur des tarifs des établissements assujettis**, application informatique qui permettrait le reporting, la comparaison et la publication de ceux-ci sur le site web du CNC.
  - l'actualisation et la publication annuelle du recueil des textes du CNC, dont la dernière mise à jour date du 31 juillet 1997 ;
  - la traduction en anglais du projet d'Arrêté portant conditions de banque susvisé, ainsi que de l'ensemble des autres textes du Conseil.

Ces travaux sont en cours d'exécution.

En ce qui concerne la faible culture financière des clients, l'Organisation de Coopération et de Développement Economique (OCDE) en a fait l'un des trois piliers de la protection des consommateurs, les deux autres étant la régulation et l'inclusion financière. En effet, dans le cadre d'une enquête menée en 2005 par cette organisation, elle a constaté ce qui suit:

- Il existe partout un déficit de maîtrise des questions financières par les particuliers. Plus inquiétant, non seulement ces derniers ne connaissent ou ne comprennent généralement pas suffisamment le domaine financier, en plus ils croient le plus souvent en savoir bien plus que ce n'est le cas.
- l'innovation et les nouvelles technologies offrent de nombreuses potentialités. Elles permettent également à des acteurs non régulés d'accéder plus facilement à des consommateurs inexpérimentés et de proposer à ces derniers des produits hautement risqués, voire interdits. Par ailleurs, dans le cadre des transactions sur internet, le caractère transfrontière des transactions rend plus difficile la constatation des infractions et leurs sanctions ;

- au-delà des enjeux individuels, un bas niveau d'éducation financière présente un coût potentiellement élevé pour toutes les parties prenantes du secteur financier et pour la société dans son ensemble. On peut mentionner à ce titre les risques liés à une mauvaise allocation de l'épargne, ou un sentiment général de défiance des citoyens envers la finance ;

Compte tenu de ce qui précède, il y aurait lieu que le Conseil National du Crédit engage des réflexions sur la mise en place d'une stratégie nationale d'éducation financière du public, afin de permettre au Cameroun de disposer d'un cadre normatif et institutionnel en la matière à l'instar de pays tels que la France<sup>4</sup>, le Maroc<sup>5</sup>, ou la Côte-d'Ivoire<sup>6</sup>, pour ne citer que ceux-là.

---

<sup>4</sup> Voir <https://www.banque-france.fr/la-banque-de-france/responsabilite-sociale-dentreprise/engagement-educatif-et-culturel/education-economique-et-financiere>, et [https://www.banque-france.fr/sites/default/files/medias/documents/communiquede-presse\\_2017-10-12\\_education-financiere-des-eleves-du-primaire-et-du-college.pdf](https://www.banque-france.fr/sites/default/files/medias/documents/communiquede-presse_2017-10-12_education-financiere-des-eleves-du-primaire-et-du-college.pdf);

<sup>5</sup> Voir <http://docplayer.fr/24777913-Fondation-marocaine-pour-l-education-financiere-strategie-national-bilan.html>;

<sup>6</sup> Voir <https://fr.slideshare.net/donphey1/education-financiere-strategie-nationale-ci>, et <http://pefci01.blogspot.com/>