

LE MAGAZINE DES

PROFESSIONS FINANCIÈRES

#15

Septembre 2018
ISSN 2431-2460

&

DE L'ÉCONOMIE



Bruno LE MAIRE,
Ministre de l'Économie
et des Finances



Centre des

**Professions
Financières**

www.professionsfinancieres.com

DOSSIER SPÉCIAL
L'ÉDUCATION FINANCIÈRE

Éditorial

Quel beau sujet que celui de l'éducation financière, thème de ce quinzième Magazine des Professions Financières et de l'Économie.

Comme le rappelle Christian NOYER, président de La finance pour tous, et ancien gouverneur de la Banque de France, il s'agit d'une noble cause, dont l'importance est souvent sous-estimée car donner à chacun la maîtrise de son destin financier est un véritable enjeu démocratique.

C'est également le sens de l'article de l'AMF pour qui l'éducation financière des adultes, c'est permettre à l'épargnant d'acquérir un langage partagé avec les professionnels, pour mieux comprendre l'information délivrée, pouvoir poser les bonnes questions, mieux financer ses projets de vie, même si cette formation ne peut se substituer à la qualité du Conseil délivré par les professionnels.

C'est aussi l'opinion de la FSMA, autorité de contrôle du secteur financier en Belgique, qui a lancé en 2013 un programme d'éducation financière sous le nom de Wikifin, avec plusieurs piliers, le site web (comprenant notamment des outils de simulation pour les comptes d'épargne), les actions grand public et l'enseignement. La mise à disposition de plate-formes pédagogiques pour les enseignants par exemple en constitue une illustration intéressante ; car ce sont les enseignants qui demain, devront former les jeunes générations à la gestion des finances.

L'Association Française de la Gestion financière (AFG), consciente également de cet enjeu, a mis en place une mission « Education Financière » pour que des « épargnants avisés soient les acteurs de l'économie de demain ».

Finance et Pédagogie, soutenue par les Caisses d'Épargne met également en exergue la nécessité d'une approche pédagogique, facteur clé de réussite de cette éducation financière, car la relation à



Marie-Agnès NICOLET
Présidente de Regulation Partners, du Club des Marchés Financiers et du Comité Magazine

l'argent fait l'objet de « résistances, préjugés culturels et tabous » qu'il convient de lever.

Eric LAMARQUE, professeur à l'IAE Paris, donne quant à lui, un éclairage spécifique sur les formations des managers d'entreprises à la finance, afin que les acteurs de l'entreprise comprennent les conséquences financières de leurs actions.

La seconde partie de ce magazine, au-delà de l'éducation financière du public, est consacrée à l'éducation des professionnels de la finance et aux impacts des évolutions réglementaires ou numériques sur les cursus proposés.

Le CNAM nous indique que la transformation digitale a eu un impact important sur les programmes de formation continue car les besoins de profils hautement qualifiés sont gigantesques. Et évidemment, d'autres évolutions réglementaires comme la nécessité de disposer d'un *compliance officer*, ont eu un impact significatif sur le développement de nouveaux cursus spécialisés dédiés au secteur financier.

Pour la SFAF, les analystes et les gérants sont au centre de l'éducation financière, et la formation des professionnels joue un rôle important dans cette institution depuis de nombreuses années.

La CNCIF nous rappelle également les nombreuses formations obligatoires que les CIF, intermédiaires en assurances, IOBSP doivent désormais accomplir, avec un enjeu d'optimisation de ces formations pour les intermédiaires cumulant les statuts.

Enfin, la communication avec les investisseurs est également un volet important, que nous détaille le CLIFF (association française des professionnels de la communication financière).

Nous vous souhaitons une bonne lecture. ■



Editorial

- 01** | Marie-Agnès NICOLET,
Présidente de REGULATION
PARTNERS et du Club des Marchés
Financiers, Présidente du Comité
Magazine

Dossier L'ÉDUCATION FINANCIÈRE

- 05** | Bruno LE MAIRE, Ministre de
l'Économie et des Finances
Interview
- 06** | Christian NOYER, Président de La
finance pour tous (IEFP)
*Pourquoi je me suis engagé dans
l'éducation financière*
- 09** | Claire CASTANET, Directrice des
relations avec les épargnants pour
l'AMF
*Tous engagés pour une meilleure
éducation à l'investissement*

- 11** | Jean-Paul SERVAIS, Président de la
FSMA, Vice-président de l'OICV-
IOSCO, Professeur à l'Université Libre
de Bruxelles
*Les différents piliers du
programme d'éducation financière
de la FSMA, l'autorité de contrôle
du secteur financier en Belgique*
- 15** | Jean-François FILLIATRE,
Fondateur Quesaco, Chroniqueur
BFM Business, Directeur éditorial
Marchés Gagnants
*Pédagogie du risque un
programme à revoir*
- 17** | Alban JARRY, Chief Digital
Technology Officer en Asset
Management et Président Délégué de
l'École Polytechnique d'Assurances,
spécialiste de la communication
numérique, des réseaux sociaux et
de l'influence, il intervient à HEC
Paris. Il est l'auteur de « L'accès à
l'information et aux réseaux sociaux
rend-il plus innovant(e) ? ».
*Le rôle des réseaux sociaux dans
l'éducation financière*
- 19** | Erick LACOURREGE, Directeur
général des Services à l'économie
et du Réseau, en charge des thèmes
sur l'éducation financière
*Une stratégie d'éducation
économique budgétaire et
financière ambitieuse pour la
France*
- 22** | Patrice CROS, Directeur Finances
et Pédagogie
Finances & Pédagogie
- 23** | Stanislas GUERINI, Député
*L'épargne salariale, un atout au
service de la réconciliation des
Français avec l'entreprise*
- 26** | Manuèle PENNERA, Consultante
Associée KARENTE
*Les épargnants salariés un meilleur
niveau d'éducation financière
changera-t-il leurs choix de fonds ?*



- 28 |** Eric PINON, Président de l'Association Française de la Gestion financière - AFG
Des épargnants avisés, acteurs de l'économie de demain, thème 2018 de l'AFG.
- 30 |** Eric LAMARQUE, Directeur et Professeur de Finance à l'IAE de Paris – Directeur du master management financier
L'éducation financière des managers : entre crainte et nécessité
- 32 |** Jean-Jacques PERQUEL, Président du Groupe Finance, Centre des Professions Financières
Du bon usage de l'«inculture» économique
- 35 |** Geneviève LHOMME, Directrice générale EFPA France
Formation et certification professionnelles des acteurs engagés de longue date
- 37 |** David CHARLET, Président ANACOFI et FECIF et membre du Comité Stratégique du CNEF
Passée de 4 à 5 piliers, la politique gouvernementale d'éducation financière de la population française avance
- 39 |** Bernard COUPEZ, membre du Collège de l'AMF, Président du Haut Conseil Certificateur de Place
Certification Professionnelle AMF un dispositif gagnant, vivant et valorisant pour la Place de Paris
- 42 |** Véronique MORSALINE, Directrice pédagogique AFG Formation
La formation des professionnels de la gestion d'actifs
- 43 |** Armel GUILLET, Directeur de Cnam Entreprises
Transformation digitale : l'enjeu des compétences
- 45 |** Élisabeth DECAUDIN, Déléguée générale Chambre Nationale des Conseils Experts Financiers - CNECF
La formation continue des intermédiaires financiers
- 46 |** Eliane ROUYER-CHEVALIER, Co-Responsable du programme de formations permanentes à la communication financière et aux relations investisseurs Cliff / Université Paris-Dauphine et Présidente d'Honneur du Cliff. Laurence DUC, Déléguée générale du Cliff
La communication financière s'est dotée d'une formation structurante
- 49 |** Sabine TOPOL, Directrice du Centre de Formation de la SFAF. Bruno BEAUVOIS, Délégué général de la SFAF
Analystes et gérants, au centre de l'éducation financière

Vie du Centre

- 53 |** La conférence sur la finance solidaire du 3 juillet 2018
- 56 |** Toulouse 2018. 3^e colloque des Écoles de la Finance en Europe, le vendredi 23 novembre 2018
- 58 |** Les Cahiers du Centre
- 60 |** Les activités du groupe Croissance, Ruptures et Innovation (CRI)
- 63 |** Billet d'humeur
- 64 |** Calendrier des prochaines manifestations 2018/2019



Le rôle des réseaux sociaux dans l'éducation financière



Alban JARRY
Chief Digital
Technology
Officer en Asset
Management
et Président
Délégué de l'École
Polytechnique
d'Assurances,
spécialiste de la
communication
numérique, des
réseaux sociaux et
de l'influence, il
intervient à HEC
Paris. Il est l'auteur
de « *L'accès à
l'information
et aux réseaux
sociaux rend-il plus
innovant(e) ?* ».

En 2016, pour le compte du Ministère de l'Economie et des finances, l'IFOP a réalisé une enquête « Education Financière : Connaissances et pratiques des français »¹ qui indiquait que 85% des français n'avaient jamais bénéficié d'un enseignement d'éducation budgétaire et financière et que 43% d'entre eux en ressentaient le besoin. La même année, la Banque de France a été désignée comme « opérateur de la stratégie nationale d'éducation financière du public » créant depuis différents portails numériques référencés sur sa page « Éducation économique et financière »² : « Mes questions d'argent », la « Cité de l'Economie et de la monnaie » et « l'ABC de l'économie ».

Pourtant, malgré ces initiatives, il suffit de constater que **les comptes Facebook, Twitter ou Youtube, créés en support de ces portails, sont restés très peu suivis** avec un faible nombre d'abonnés et qu'ils génèrent une faible interaction. Ce problème, qui pourrait être isolé, ne trouve pas non plus de relais d'amplification via le grand public sur les réseaux sociaux. En effet, malgré une communication toujours plus importante autour du développement de l'économie numérique notamment via la Frenchtech, le dynamisme autour des start-up, la création de Station F pour en incuber et le nombre incroyable d'événements autour de l'innovation dont VivaTech, **la finance reste toujours en retard** et est frappée par une déficience de visibilité sur les réseaux sociaux.

En avril 2018, une étude de Deloitte « Les Français et les nouveaux services financiers »³ indiquait que 78% des français ne savait pas ce qu'était une *fintech* et 86% ce qu'était une *Insurtech*. Il n'y avait quasiment pas eu de progrès depuis celle de 2017 où **les français confondaient les fintech avec le Fitness** !⁴. L'éducation financière a pour devoir de combler ces lacunes car la situation est extrêmement

préoccupante quand cette étude révélait que seulement 5% font confiance aux *fintech* ! Dans cette pénombre, néanmoins apparaissait que pour 1/3 des personnes consultées, la pédagogie était un levier pour favoriser l'adoption des nouveaux services. Dans ce cadre, les réseaux sociaux qui favorisent le partage et la diffusion de l'information sont des supports indispensables au comblement de cette déficience de visibilité.

Pourquoi utiliser les réseaux sociaux pour diffuser de l'information ?

Alors que l'objectif du marketing moderne est d'attirer de plus en plus de consommateur vers des produits et de générer du trafic à partir de contenu de qualité publié via de multiples sources de relais, **l'amélioration de la visibilité passe par un *story telling* efficace, la simplification des messages ou la gamification**. Dans ce contexte, la finance reste encore trop souvent vue comme étant complexe et difficilement compréhensible par le grand public. Elle doit réaliser un effort significatif pour porter des messages beaucoup plus aisés à comprendre de la part du grand public.

Alors qu'il n'a jamais été aussi facile de diffuser du contenu, les réseaux sociaux sont devenus les plateformes où le savoir se transmet le plus facilement. Par des formats variés allant de l'écrit, à la vidéo, à l'image ou au son, et adaptés à chaque cible de potentiels contacts ou prospects, **il est devenu possible d'élargir ses cercles de connexions et de potentiels clients**. Ainsi, la publication des *LinkedIn Top Voices 2016 et 2017*⁵ a démontré, par la présence d'économistes ou de financiers, l'intérêt que pouvait porter le grand public à un contenu pertinent sur l'actualité. Cette plateforme connectant des millions de professionnels est devenue l'une des principales en matière de visibilité des contenus.

Au cours des dernières années, **les réseaux**



Les réseaux sociaux ont profondément démocratisé la diffusion numérique des savoirs. Alors qu'historiquement les humains avaient conçu des réseaux de communication et de diffusion centralisés et ultra hiérarchisés, ces réseaux numériques, structurés matriciellement, permettent l'accès à de nouveaux cercles de relations et donc de relais. Les *LinkedIn Top Voices* ont révélé l'importance à la fois de disposer de contenus mais surtout l'importance de **tirer profit des « têtes de nœuds » de ces réseaux** sources d'une amplification rapide des signaux. Dans ce système, s'appuyer sur les bons comptes est devenu primordial et l'utilisation pertinente de la diversité des réseaux sociaux accentue la force de frappe. Ainsi, nombreux sont ceux qui s'appuient ensuite, en relais de LinkedIn, sur Twitter pour toucher d'autres populations intéressées par les articles financiers et économiques. Aucune frontière n'arrête plus la diffusion. Pour faciliter l'éducation financière, il ne faut pas hésiter à être agile en testant la réactivité des différentes plateformes sur un thème donné, en analysant les meilleurs horaires de diffusion, en veillant à toujours offrir un contenu adapté aux lecteurs et en respectant les meilleurs formats relayés dans ces plateformes.

Progressivement, Twitter est devenu indispensable dans la diffusion. **Souvent comparé à l'AFP par de nombreux lecteurs**, il permet à ses utilisateurs d'être informés des dernières actualités sur un sujet sous réserve que ce sujet soit correctement indexé par des *hashtags*. Pour le diffuseur, il est donc impératif de vérifier au préalable quels *hashtags* offriront le plus d'impact et de savoir manier cet « art du titre » qui en quelques caractères va pouvoir attirer les foules. L'inversion de la courbe de

connaissance de la finance par les français passe par une adaptation aux meilleures pratiques. Pour faciliter l'atteinte de cet objectif, ce sont l'ensemble des acteurs privés et publics qui doivent **s'adapter aux besoins et envies du lectorat.**

Quels obstacles freinent la diffusion de l'information financière ?

Avec la multiplication des *fake news*, **l'art de savoir trier est devenu une seconde nature pour de nombreux lecteurs des réseaux sociaux.** Ils ne cessent de sélectionner les meilleures sources et les plus fiables pour obtenir une information la plus qualitative. Parvenir à être vu et référencé comme une source fiable est donc un prérequis à toute accélération de la diffusion du savoir. S'intégrer, de la manière la plus efficace possible, dans ces écosystèmes nécessite **d'établir un réseau relationnel important** et impliquant le plus possible d'ambassadeurs connus et reconnus du plus grand nombre à l'image de celles et ceux déjà présents par exemple parmi les auteurs les plus partagés dans LinkedIn.

L'influence positive est devenue primordiale dans ces nouveaux réseaux où la visibilité se construit dans le temps. Un fil d'information de qualité est un élément indispensable à l'obtention de cette visibilité. En bâtissant des communautés, en interagissant positivement, en tissant des toiles de plus en plus vastes, les comptes qui ont su construire leur propre écosystème au cours des dernières années sont devenus les acteurs de stratégies efficaces à long terme.

Pour s'amplifier, la diffusion de la culture financière doit s'inspirer du respect des meilleures pratiques sur les réseaux sociaux et supprimer les obstacles qui empêchent aujourd'hui une diffusion optimale comme ces multiples fenêtres d'avertissements qui souvent sont inutiles pour un juste respect des réglementations.

Au cours des prochaines années, **il est indispensable de parvenir à ce que le grand public ne confonde plus les *fintech* avec le *Fitness***, que l'éducation financière se diffuse et devienne un maillon fort de l'éducation du plus grand nombre. Les réseaux sociaux peuvent faciliter l'atteinte de cet objectif. ■

1/ https://www.economie.gouv.fr/files/files/PDF/sondage_education_financiere_IFOP-MEF_VDEF.PDF

2/ <https://www.banque-france.fr/la-banque-de-france/responsabilite-sociale-dentreprise/engagement-educatif-et-culturel/education-economique-et-financiere>

3/ <https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/services-financier/articles/francais-et-nouveaux-services-financiers.html>

4/ <https://www.maddynews.com/2017/03/29/etude-fintech-fitness/>

5/ <https://www.linkedin.com/pulse/linkedin-top-voices-2017-france-sandrine-chauvin/>