

Comment optimiser l'éducation financière en France afin d'améliorer le pouvoir d'achat des ménages ?

Visa Europe et l'éducation financière

Organisme leader des services de paiement, Visa Europe intervient naturellement dans les débats relatifs à l'éducation financière depuis de nombreuses années. L'entreprise considère en effet qu'elle peut utilement servir ces derniers en jouant le rôle de catalyseur des échanges entre les gouvernements, les associations de consommateurs et l'industrie des services financiers. Elle a ainsi contribué à l'organisation de plusieurs workshops européens sur le thème de l'éducation financière et les moyens de mettre en place des programmes adaptés - celui de Bruxelles a réuni le centre d'études des politiques européennes (CEPS), le "European Credit Research Institute" (ECRI), ainsi que des institutions publiques, des associations de consommateurs et des établissements financiers en novembre 2005. D'autres workshops ont été organisés depuis, à Bruxelles et Istanbul en 2006, et à Rome en 2007 notamment.

Visa Europe travaille également avec ses banques pour mettre en place des programmes d'éducation financière dans divers pays européens. L'entreprise, enfin, participe à cet effort d'éducation via son site internet (www.visaeurope.com) qui fournit des conseils sur les utilisations des cartes de paiement et les meilleures pratiques pour gérer ses finances personnelles.

Soucieuse d'enrichir les débats actuellement menés aux niveaux national et européen sur l'éducation financière, Visa Europe a sollicité en 2009 un expert sur le sujet, Nicolas Rebière, afin qu'il dresse un état des lieux des programmes mis en place en France, les analyse, et suggère des pistes d'amélioration.

Nicolas Rebière est maître de conférences à l'Institut Démographique de L'université Montesquieu-Bordeaux IV et membre du réseau du European Credit Research Institute (ECRI). Il a participé à la rédaction de nombreux ouvrages et études (cf. Liste en annexe).

Introduction

Apprendre à gérer un budget, à faire des simulations financières, à comprendre ce qu'est un prêt, à décrypter le discours financier des compagnies d'assurance, des banques et des organismes de crédit à la consommation... l'éducation financière permet aux individus de mieux appréhender les produits, concepts financiers et de développer les connaissances nécessaires pour mieux gérer leur argent et se sentir plus à l'aise dans leur environnement quotidien.

En France, le projet de loi en cours sur la réforme du crédit à la consommation aurait pu être l'occasion de faire surgir dans le débat public la question de l'optimisation de l'éducation financière de la population. Il n'en a rien été. Le contexte actuel de crise économique et de hausse du taux d'endettement des ménages donne pourtant au sujet une acuité particulière, d'autant que de nombreux pays européens ont déjà élaboré de véritables stratégies en la matière.

Réalisée par Nicolas Rebière, spécialiste des questions de surendettement, et financée par Visa Europe Inc., système de paiement leader au niveau mondial, cette étude¹ se propose alors d'évaluer le besoin français en matière d'éducation financière, d'effectuer un bilan des programmes existants en la matière, avant de suggérer quelques pistes d'amélioration.

1. L'éducation financière en France : un réel besoin

Les Français ont-ils vraiment besoin d'éducation financière ? Il y a cinq ans les partisans du « non » auraient sans doute eu de solides arguments : le taux d'épargne des Français d'abord, était parmi les plus élevés d'Europe en 2002 - 16,7%, contre 12,8% en moyenne. En termes d'encours de crédits aux ménages la France était par ailleurs en retrait par rapport à bon nombre de pays nordiques.

La situation est différente aujourd'hui. Le taux d'épargne est en effet en recul (15,3% en 2008). A l'inverse, le nombre de dossiers déposés devant les commissions de surendettement a cru de 6% par an entre 2002 et 2006² alors que, chaque année, plus de deux millions de ménages ne parviennent pas à honorer en temps et en heure le paiement de leur loyer, de leurs impôts ou factures diverses [Rebière, 2006]. Or, malgré cela, le potentiel de croissance du marché Français du crédit à la consommation reste important, avec un encours par habitant inférieur à la moyenne européenne [Sofinco, 2008]. En fait, il semble que, malgré la crise économique, les Français désirent continuer à consommer et soient prêts pour cela à accepter tout moyen qui permettrait d'augmenter leur pouvoir d'achat.

Le souci est que nombre d'entre eux sont incapables de faire les choix qui servent aux mieux leurs intérêts : ils optent en général pour les produits et services financiers les moins chers ou pour ceux dispensés par les plus gros établissements, jugés plus fiables [Parlement Européen, 2008]. Il faut dire que ces produits et services deviennent « de plus en plus variés et perfectionnés » [CCSSF, 2006], ce que confirment les premiers résultats du projet Finalist (voir encadré). Parallèlement, le niveau d'éducation financière des Français est faible : 75% d'entre eux déclaraient mal connaître les produits financiers en 2004, d'après un sondage TNS-Sofres réalisé pour le compte de l'Autorité des Marchés financiers (AMF). Ces derniers étaient considérés comme « complexes » et « réservés à des initiés ». L'enquête CSA intitulée « les jeunes et l'argent » a confirmé ces résultats en 2007 : la majorité des 15-20 ans s'avoue mal armée sur des sujets tels que la préparation de la retraite ou le choix de l'offre de crédit. Beaucoup détiennent par ailleurs des produits d'épargne mais se posent peu de questions sur ce que sont ces produits.

¹ Le présent document est une synthèse de l'étude « Comment optimiser l'éducation financière en France afin d'améliorer le pouvoir d'achat des ménages »

² 188 485 dossiers ont été déposés en 2008 (source : Banque de France)

Finalist : un projet ambitieux

Réalisé avec le concours de l'Union Européenne et financé par le programme Grundtvig – Education et Formation Tout au Long de la Vie, le projet « Financial Literacy Stimulation » (Finalist) repose sur un partenariat avec 10 organisations et institutions provenant de 5 différents pays Européens (Grèce, Bulgarie, Allemagne, Chypre et France) et vise à identifier des pistes pour améliorer l'éducation financière et économique, développer l'information des citoyens et former des consommateurs éclairés en matière financière.

Un questionnaire a ainsi été diffusé pour effectuer la première analyse comparative internationale sur les connaissances en matière de culture financière et les besoins en formation des consommateurs.

Résultats pour la France ?

- Plus de 50% des Français jugent les produits financiers difficiles voire très difficiles à comprendre.
- 24% ne recherchent pas activement d'information car ils jugent la finance trop compliquée à comprendre.
- 45% pensent qu'une bonne part de l'information sur la finance est produite dans l'intérêt des établissements financiers.

Pour suivre l'état d'avancée du projet : www.finalist-project.fr

Deux spécificités françaises pourraient en partie expliquer ces lacunes : l'importance de la protection sociale, d'abord, a semble-t-il amoindri le besoin en connaissances financières des générations précédentes. Les allocations publiques ayant en effet longtemps joué le rôle d'amortisseurs des risques de la vie dans le budget des ménages, ces derniers ont été peu incités à penser et à mettre en place leurs propres outils. Le rapport ambigu entretenu par les Français avec l'argent pourrait également être en cause : parler d'argent aux enfants, dévoiler le montant de son salaire ou laisser entendre que l'on a besoin de faire des placements parce que l'on dispose de suffisamment de ressources ont toujours été des comportements marginaux [Pointillart, 2007].

Dans ce contexte, développer l'éducation financière aiderait certainement les consommateurs à faire de meilleurs choix [OCDE, 2005], à anticiper les situations imprévues, à augmenter leurs ressources en assimilant les aides auxquelles ils peuvent prétendre, à investir de manière opportune, à épargner pour la retraite, à déjouer les tentatives de fraudes et à prêter plus attention aux mises en garde des régulateurs [Commission Européenne, 2007]. Sur le sujet spécifique du surendettement, il est probable que la mise en place de programmes spécifiques et de qualité contribuerait à faire diminuer le nombre d'impayés et de dépôts de dossiers de surendettement [OCDE, 2005] – sans toutefois résoudre totalement ce problème du fait des accidents de la vie. Au-delà, l'éducation financière pourrait même améliorer le bien-être et l'accomplissement personnel, pacifier la relation ambiguë à l'argent et améliorer l'autonomie et la liberté [Beaujouan, 2009].

2. Les programmes d'éducation financière en France : perfectibles.

Difficile de dénombrer toutes les actions de pédagogie financière actuellement menées en France. La plupart des acteurs du monde de la banque, de la finance et de l'assurance sont en effet très actifs : ils dispensent des explications générales sur leurs produits et services au moyen de divers supports (internet, papier etc.). Leurs sites web comportent en outre des fonctionnalités qui guident les consommateurs dans leurs choix de crédits, assurances ou prêts selon leur situation personnelle. La Fédération bancaire française (FBF) par exemple a lancé « Les clés de la banque » en 2004 (www.lesclesdelabanque.com), afin d'expliquer de façon simple les produits et

services bancaires. Cetelem, filiale du groupe BNP-Paribas, a créé le site pédagogique www.moncreditresponsable.com. Certains établissements financiers ont même mis en place des dispositifs d'accompagnement pour les clients en situation fragile - on peut notamment citer le partenariat conclu entre Laser-Cofinoga, filiale du groupe Galeries Lafayette, et l'association Crésus (voir encadré), qui vise à prévenir le surendettement en développant la formation. Le dispositif Passerelle a quant à lui été créé en 1997 par le Crédit Agricole du Nord-Est à Reims. Des salariés de l'établissement, mis en disponibilité, suivent des personnes qui rencontrent des difficultés financières.

CRESUS: portrait d'une association pas comme les autres

Association reconnue d'utilité publique, la Chambre Régionale du Surendettement Social (CRESUS) d'Alsace compte 43 bénévoles issus de la sphère bancaire et financière, et 5 salariés.

En quinze ans 13500 ménages en situation de précarité ont ainsi bénéficié d'un accompagnement personnalisé. Crésus Alsace mène par ailleurs plusieurs actions :

- Une sensibilisation des apprentis et des étudiants du secteur sanitaire et social à l'autonomie financière, en partenariat avec la Région Alsace.
- Du microcrédit social - près de 500 000 euros ont été prêtés.
- Une web radio traitant des questions d'argent.
- Une ligne téléphonique pour répondre à tout problème de gestion budgétaire et une convention de partenariat avec divers bailleurs pour prendre en charge des locataires dès le premier impayé
- ces initiatives ont reçu le soutien de la Délégation Interministérielle à l'innovation, à l'expérimentation et à l'économie sociale (DIIESES).

CRESUS Alsace a fait tâche d'huile : 14 associations du même nom se sont créées en France.

Les associations de consommateurs et familiales se sont également saisies du sujet : Consommation, Logement et Cadre de Vie (CLCV) dresse ainsi le palmarès des tarifs bancaires tous les ans et diffuse des documents sur le crédit et le surendettement. L'Union nationale des associations familiales (UNAF) a quant à elle coordonné la production, avec plusieurs associations, d'un CD-Rom intitulé « Gérer son budget sans déraper », qui a reçu le soutien de la Commission européenne, etc.

On dénombre enfin quelques initiatives institutionnelles et gouvernementales : le Ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi a créé le Conseil pour la Diffusion de la Culture économique (CODICE) en 2006. Objectif : expliquer aux Français de manière simple et non partisane les mécanismes de l'économie, sur le site www.kezeco.fr. Sur www.ctaconso.fr, destiné aux adolescents et jeunes adultes, l'Institut National de la Consommation diffuse quant à lui des vidéos telles que « vivre avec ma banque », « obtenir un prêt ou « gérer son budget ».

Mais combien de ces initiatives sont de réels programmes d'éducation financière ? Au regard des réflexions d'un groupe d'experts réuni par la Commission européenne dans le cadre d'une étude dédiée [Evers & Yung, 2007], les vrais programmes ont en effet plusieurs caractéristiques : leur nom et leur descriptif font explicitement référence à la finance personnelle, leur thème est large - il ne se limite pas à un type de produits financiers -, ils ne nécessitent pas un degré élevé de compétences (accessibilité), leur démarche est didactique et inclue des exemples, ils offrent une information sur les conséquences possibles des choix des individus, leur action est de long terme et, enfin, ils incluent un minimum de marketing afin de diffuser l'information au plus grand nombre. Sur la base de ces critères, seuls quatre organismes français (contre soixante au Royaume-Uni par exemple) ont été retenus par les experts de la Commission européenne :

- Les clés de la Banque, lancé par la Fédération bancaire française.
- Finances et Pédagogie : créée par la Caisse d'Epargne en 1957, cette association mène des actions de formation auprès des relais sociaux, des populations vulnérables (60% de l'activité), et intervient dans les établissements d'enseignement (25% de l'activité, 700 actions menées en 2007). 75 000 personnes ont ainsi été rencontrées en 2008, et 4200 sessions de formation ont été dispensées par l'équipe de 31 formateurs, répartis dans toute la France. Le caractère multi-dimensionnel des programmes menés et la multiplicité des supports utilisés ont été soulignés dans le rapport Evers & Yung. Finances et Pédagogie fait ainsi partie des 17% de programmes européens qui utilisent plus de six supports de diffusion (internet, formations, plaquettes etc.)
- L'Institut pour l'Education Financière du Public (IEFP) - voir encadré
- L'association nationale des Fonctionnaires épargnants pour la retraite (ARCAF).

L'Institut pour l'Éducation Financière du Public (IEFP) : un acteur clé.

Créé en 2006 à l'initiative de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF) et d'Euronext, l'IEFP est l'un des principaux acteurs de l'éducation financière en France, et le dépositaire de la stratégie nationale en la matière sur la scène mondiale.

Son objectif ? « Faire en sorte que la finance devienne la finance pour tous, en donnant aux Français les bases de connaissance nécessaires pour leur permettre de gérer leur argent, mieux comprendre et choisir les produits financiers, et se sentir plus à l'aise dans leur environnement quotidien ».

L'IEFP s'est donc doté d'un site internet (www.lafinancepourtous.com), sur lequel il diffuse des conseils et supports pédagogiques en fonction des publics (jeunes, actifs, seniors, enseignants et formateurs, enfants). L'institut organise également des conférences pour promouvoir l'éducation financière en France et publie des ouvrages sur ce thème, tels que « Vos enfants et l'argent » et « La Finance pour les Nuls ». Enfin, un important travail de collaboration avec les enseignants est mené afin de mettre en place des outils pédagogiques d'éducation financière utilisables à l'école. Il s'agirait d'intégrer le sujet aux enseignements existants (mathématiques, économie etc.) et non pas de créer une discipline à part entière.

L'autorité des Marchés Financiers (AMF), NYSE Euronext, la Fédération Bancaire Française (FBF), l'Association Française des Sociétés Financières (ASF), la Banque de France, la France Mutualiste, BNP Paribas Personal Finance France et Gaipare sont membres du conseil d'administration de l'IEFP, présidé par Erik Pointillart, conseiller du directeur général à la Caisse Nationale des Caisses d'Épargne.

Il faut dire que la plupart des initiatives menées en France en matière d'éducation financière souffrent de plusieurs défauts. Les supports utilisés, d'abord, se limitent souvent à l'Internet, peu onéreux, sans stratégie de communication de masse. Or, selon Daniel Kosicki, responsable du groupe d'experts européens en matière d'éducation financière, internet est le moins efficace pour développer les compétences de la population. Seconde faiblesse : certains champs de l'éducation financière – comme la planification et le financement de la retraite, ou l'épargne – sont par ailleurs délaissés au profit de l'établissement du budget personnel et de la maîtrise de l'endettement. Enfin, des cibles de consommateurs sont peu considérées – les salariés et les retraités par exemple – la plupart des programmes s'intéressant davantage aux jeunes adultes et aux populations aux moyens financiers limités et/ou fortement endettées.

Plus grave : même les actions pédagogiques qui sont reconnues comme étant de véritables programmes d'éducation financière souffrent à la fois d'un manque de moyens et d'une absence de coordination. L'institut pour l'Éducation Financière du Public par exemple, considéré sur la scène internationale comme le dépositaire de la stratégie nationale d'éducation financière, ne dispose aujourd'hui que de la contribution de ses membres fondateurs. Or, dans le rapport de l'Autorité des Marchés financiers (AMF) à l'origine de la création de cet organisme, en 2006, il était clairement mentionné que cette contribution « ne suffir(ait) pas à assurer le financement de l'ensemble des actions, en particulier des actions de communication ». L'AMF recommandait alors la recherche de subventions auprès des collectivités locales, des chambres de commerce, des « acteurs du secteur privé (banques, assurances, sociétés cotées ou non) », la mobilisation des financements européens dans le cadre d'appels à projets,

et l'implication des pouvoirs publics sous la forme d'une dotation budgétaire et du reversement d'une partie significative du produit des transactions réalisées ou du montant des sanctions décidées par l'AMF. Ces recommandations sont restées lettre morte.

Quelle est alors l'efficacité des programmes menés ? Difficile de répondre. D'abord parce que leur évaluation est techniquement complexe à mettre en oeuvre : comment savoir si l'information, disséminée via plusieurs supports, a été lue, assimilée, et si elle a entraîné un changement de comportement ? En fait, seules de vastes enquêtes mesurant à intervalles réguliers l'élévation du niveau de compétences financières de la population dans son ensemble et de certaines cibles en particulier permettraient de juger de l'efficacité des programmes. Or, ce type d'enquêtes n'existe pas en France : non seulement les sondages effectués pour le compte de l'AMF et de l'IEFP se basent sur de trop faibles échantillons, mais il n'est en outre pas prévu de les systématiser à intervalles réguliers.

3. Quelques pistes d'amélioration

Quatre types d'action pourraient être envisagés afin d'optimiser l'éducation financière en France.

Le premier consisterait à définir une **véritable politique nationale** sur le sujet, en s'inspirant notamment des bonnes pratiques relevées chez nos voisins européens. Les experts de la Commission européenne réunis en octobre 2008 à Bruxelles ont ainsi identifié plusieurs points clefs communs aux politiques efficaces en matière d'éducation financière [Commission européenne, 2008] :

- **La coordination.** Elle peut être confiée aux autorités de régulation – c'était le cas, jusqu'à fin 2009, au Royaume-Uni, où la Financial Services Authority (FSA) était au coeur du dispositif³. Une stratégie équivalente en France consisterait alors à confier cette mission à l'Autorité des Marchés financiers (AMF). Elle peut également être déléguée à un organe externe – en Irlande

le gouvernement a créé le « National Steering Group on Financial Education

- **L'identification claire des besoins**
- **La planification des actions.** L'Espagne s'est ainsi dotée d'un plan sur six ans, de 2008 à 2012, avec une évaluation des actions menées en fin de période.
- **L'établissement de programmes adaptés aux cibles.** Au Royaume-Uni par exemple les enfants sont considérés comme une cible prioritaire. L'autorité de régulation a donc décidé que l'éducation financière serait une matière à part entière du cycle secondaire d'études.
- Un accent mis sur **l'assistance directe.** En Irlande par exemple les 52 bureaux de « Money Advice and Budgeting Services » (MABS), créés par le gouvernement et implantés un peu partout dans le pays, proposent un service gratuit et confidentiel aux personnes trop endettées, à celles faisant face à des impayés ou simplement à des problèmes de gestion budgétaire. Les conseillers, qui travaillent en réseau avec des travailleurs sociaux et des membres du personnel hospitalier, font le point sur les ressources et dettes, servent éventuellement d'interface avec les créanciers et tentent, de manière générale, de rééquilibrer le budget des personnes rencontrées.
- **La communication.** L'autorité de régulation irlandaise engage ainsi régulièrement des campagnes de promotion dans les médias nationaux. En Pologne, à l'initiative de la Banque nationale des thématiques financières ont été intégrées dans des émissions de radio grand public. Un quizz de question financière est également posé à une célébrité dans une émission de télévision, qui rencontre un succès appréciable.
- **Le financement.** Au Royaume-Uni le gouvernement a par exemple débloqué 11,5 millions de £ – 13.7 millions de Euros – pour financer le programme 2008-2001 d'éducation financière à l'école.

³ En Novembre 2009 le gouvernement britannique a annoncé la création d'une agence pour l'éducation des consommateurs, entièrement financée par les banques

- **L'évaluation.** Des groupes de travail sont été constitués sur le sujet en Irlande et au Royaume-Uni.

Deuxième axe d'action possible : donner un rôle central aux conseillers financiers des réseaux bancaires. Contrairement à leurs homologues européens, les Français, qui mettent peu en concurrence les établissements bancaires entre eux, entretiennent en effet une relation privilégiée avec ces derniers. Dans une enquête menée par l'AMF en 2004, 54% des personnes interrogées considèrent ainsi que le banquier (ou le conseiller financier) est celui qui leur a permis « de découvrir la Bourse et les différents placements financiers, de comprendre à quoi ils servent et comment ils fonctionnent ». Parce qu'il a accès à ses comptes et à ses opérations, le banquier est en outre un des premiers à pouvoir alerter un individu sur d'éventuels comportements à risque. La répartition géographique des agences serait alors un atout pour diffuser plus largement les documents édités par l'IEFP par exemple.

Troisième piste : intégrer l'éducation financière dans le socle commun de compétences défini par l'Education nationale. Il serait en effet souhaitable que la formation des jeunes à la culture financière se fasse en lien avec l'Education nationale à la fois très en amont, dans la durée et sur la base d'un véritable projet pédagogique [CCSF, 2005]. A cet effet il a d'ailleurs été proposé de créer une fondation pour l'éducation à la consommation et aux services financiers. Une de ses missions serait de fournir aux enseignants les supports appropriés, afin qu'ils les intègrent dans leurs enseignements. L'IEFP aussi a réfléchi à la question : après avoir analysé diverses expériences menées à l'étranger [IEFP, 2008], l'institut a remis au Ministère de l'Education Nationale un rapport proposant une méthodologie pour l'intégration de l'éducation financière dans le socle commun de compétences. Le ministère serait donc sensibilisé à cette problématique.

Enfin, mobiliser le monde de la recherche et de la statistique publique apparaît comme une nécessité. Plusieurs thèmes mériteraient en effet

des travaux plus approfondis : le comportement des français face à l'argent par exemple - dans le sillage des études menées par Janine Mossuz-Lavau⁴ - l'andragogie de l'argent, et les indicateurs économiques et sociaux permettant de mesurer l'efficacité des politiques publiques en matière d'éducation financière - le volume du crédit, de l'épargne, le nombre d'impayés et de découverts bancaires non autorisés sont en effet des indicateurs qui dépendent largement de la conjoncture. Ils ne sauraient donc être utilisés qu'en compléments éventuels à d'autres dispositifs d'évaluation.

Or, la statistique publique pourrait fournir aux chercheurs de précieuses données pour alimenter leurs recherches en matière d'éducation financière. L'INSEE réalise déjà des enquêtes périodiques auprès d'échantillons conséquents de ménages qui comportent des questions sur leurs dépenses, leurs ressources, leur ressenti quant à leurs moyens financiers etc. (ex. : enquêtes « budget des familles », « Patrimoine des ménages », « Système statistique sur les revenus et conditions de vie des ménages»). En rajoutant des modules particuliers sur l'éducation financière, l'INSEE pourrait alors contribuer à mesurer régulièrement le niveau de compétences de la population (comme c'est le cas au Royaume-Uni) et aider ainsi à un meilleur ciblage des programmes. L'Agence Nationale de la Recherche pourrait également être mobilisée : un appel à projet consacré à l'éducation financière par exemple permettrait de financer les enquêtes de chercheurs en partenariat avec des organismes - privés ou associatifs - qui mènent déjà des actions en la matière.

Les mesures permettant d'améliorer l'éducation financière afin d'accroître le pouvoir d'achat des ménages ne seraient donc pas forcément coûteuses à mettre en place. Il revient alors à l'Etat de donner l'impulsion en affichant son engagement en la matière, à l'image de ce qui se fait déjà dans quelques pays européens.

⁴ Janine Mossuz-Lavau is the author of "L'Argent et Nous" (Ed. La Martinière, 2007) and a CNRS project leader at the CEVIPOF, the political research center of Paris Political Studies Institute (IEP Paris).

Nicolas Rebière, Maître de conférences à l'Institut Démographique de L'université Montesquieu-Bordeaux IV, et membre du réseau du European Credit Research Institute (ECRI).

Nicolas Rebière a participé à la rédaction de nombreux ouvrages et études dont :

"L'Analyse démographique: un outil pour la politique européenne de lutte contre le surendettement des ménages" ("Demographic analysis: a tool for the European policy to fight against household over-indebtedness"), 21st International Congress on World Population, 2009.
<http://iussp2009.princeton.edu/abstractViewer.aspx?submissionId=91816>

"Activité, pauvreté, surendettement des ménages : des relations complexes" ("Activity, poverty, household over-indebtedness : complex relations"), in Bernard Yvars, Enjeux et défis de la coopération euro méditerranéenne (Stakes and challenges of the Euro-mediterranean partnership), Sfax, L'Harmattan, 2007

"Définir et dénombrer les surendettés" ("Defining and counting the over-indebted"), in Christophe Bergouignan, Chantal Blayo, Alain Parant, Jean-Paul Sardon, Michel Tribalat, La population de la France, évolutions démographiques depuis 1946 (The French population, demographic changes since 1946), 2005

"Analyse des difficultés financières et du surendettement des ménages au moyen du panel européen des ménages 1994-2001 et du dispositif SRCV (EU-SILC) 2004-2005" ("Analysis of financial difficulties and household over-indebtedness through the 1994-2001 European panel of households and the SRCV system (EU-SILC)"), meeting with the group working on households' income and living conditions), INSEE, Paris, October the 23rd 2007.

Pour plus d'informations sur ce sujet, contacter :

Daphne Luchtenberg,
Head of Reputation Management,
Corporate Communications,
Visa Europe

Tel: +442077955325
E-mail: luchtend@visa.com

www.visaeurope.com