

L'ÉDUCATION ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE : UNE QUESTION D'INTÉRÊT GÉNÉRAL QUI DOIT DÉPASSER L'APPROCHE PARTISANE, CONSUMÉRISTE OU MERCANTILE

ALEXIS PETITJEAN *

La France se singularise dans le monde par ses paradoxes. Le plus connu est celui qui a trait à nos pratiques alimentaires, apparemment contradictoires avec notre longévité. Mais il y en a une multitude d'autres comme le fait d'être non seulement l'un des pays les plus riches de la planète, l'un de ceux où il fait le mieux vivre, doté de l'un des systèmes de protection sociale les plus élevés au monde, mais aussi, paradoxalement, l'un des pays où les citoyens sont les plus gros consommateurs d'anxiolytiques car ils sont inquiets de leur avenir de façon chronique. Cette inquiétude face à l'avenir n'a évidemment pas pour seule origine les lacunes de nos concitoyens dans les domaines économiques et financiers. Mais elles n'y sont pas étrangères car face aux bouleversements rapides que connaît la société française, en particulier en matière économique et sociale, force est de constater qu'une part importante de la population n'est pas en mesure de comprendre les raisons et les significations de ces changements, alimentant ainsi leur sentiment d'inquiétude.

En matière d'intérêt pour les questions économiques et financières, la France a développé, là encore, un paradoxe. Nos concitoyens font preuve d'une sensibilité très forte à ces questions, mais celle-ci semble inversement proportionnelle à leur compréhension réelle des mécanismes économiques et financiers de base.

* Analyse stratégique groupe, Crédit agricole SA.

Il suffit de lire les résultats de l'enquête TNS Sofres de 2007 réalisée à la demande du Codice (Conseil pour la diffusion de la culture économique) pour s'en convaincre¹ : 90 % des Français interrogés considèrent important ou très important de s'intéresser à l'économie et 74 % d'entre eux considèrent que l'économie est plus importante que la politique. Mais parallèlement, ils ne sont plus que 52 % à affirmer comprendre les sujets économiques traités par les médias et 65 % estiment être mal ou très mal informés sur les sujets économiques².

UNE ÉVOLUTION DU MONDE EN CONFLIT AVEC LE SCHÉMA CULTUREL FRANÇAIS

Deux facteurs semblent bien contribuer à ce décalage : l'un est lié à la culture nationale, l'autre, plus universel, à la marchandisation de l'information dans un monde globalisé.

Sur le plan culturel, l'une des caractéristiques de la société française est son niveau élevé de conscience politique, teintée d'une vision humaniste de la marche du monde. De la Révolution française aux grandes conquêtes sociales de l'après-guerre, pendant plus de deux siècles, l'histoire confirme l'idée que l'homme a la maîtrise de son environnement et que lorsqu'il partage avec ses congénères le sens du bien commun, tout devient possible. Dans cet esprit, l'économie et la finance ne sont rien d'autres que des instruments au service de cette conception du bien commun. Reconnaître à ces deux domaines une logique propre revient à nier la vision volontariste du pouvoir de l'individu sur son destin collectif pour privilégier le pouvoir du marché au bénéfice de destins individuels.

Même si cette vision dualiste a aujourd'hui du plomb dans l'aile, elle reste encore fortement ancrée dans les esprits. Il n'y a qu'à lire les déclarations récentes de certaines associations de lycéens réagissant au projet de réforme des programmes des lycées pour constater sa vitalité. Ainsi, face au projet de rendre obligatoire en classe de seconde l'enseignement des sciences économiques et sociales, la Fédération indépendante et démocratique lycéenne (FIDL) a choisi de s'y opposer au motif que « le gouvernement espère ainsi faire de nos lycéens de braves moutons formés à la logique d'entreprise » (Hazera, 2010).

Dans cette affirmation, on voit surtout toute l'ambiguïté nationale face à la relation triangulaire entre le citoyen, le marché et l'État car puisque l'économie est considérée au service du bien commun, c'est au pouvoir politique d'édicter les règles pour qu'il en soit toujours ainsi. Et intégrer l'économie dans les programmes scolaires est finalement perçu comme un renoncement du politique à agir. Si l'on pousse au bout la logique de cette conception, l'économie n'est finalement

acceptable que lorsqu'elle est administrée, avec un marché composé de produits standardisés dont les prix évoluent exclusivement dans un barème réglementaire. Le problème est que si le marché doit bien répondre à des règles dans un fonctionnement globalisé, plus un État répond aux pressions exercées par ceux susceptibles d'être affectés par le changement - indépendamment des effets bénéfiques pour les autres catégories -, plus la rigidification des règles du jeu économique aura des conséquences sociales lourdes. Ces interventions vouées à l'échec viennent nourrir la défiance à l'égard de l'action politique, soupçonnée finalement d'avoir joué contre l'intérêt de ceux qu'elle était censée défendre, mais aussi à l'égard de l'économie de marché considérée comme source de fragilisation des populations les plus faibles.

Ce phénomène est décrit par Algan et Cahuc (2007) pour qui « le mélange de corporatisme et d'étatisme est au cœur du cercle vicieux de la défiance actuelle et des dysfonctionnements de notre modèle économique et social. Le bon fonctionnement des marchés et des échanges requiert une confiance mutuelle et le respect de règles. Par conséquent, le manque de confiance pousse les Français à se défier de l'économie de marché ».

INFORMER N'EST PAS ÉDUIQUER

167

Sur ce terreau culturel favorable à la défiance vis-à-vis de l'économie est venu se greffer un phénomène, aujourd'hui mondial, avec l'entrée des médias dans la sphère économique globalisée. Les nouvelles technologies, et en particulier Internet, ont déstabilisé le modèle économique traditionnel de la presse. Les recettes publicitaires, qui assuraient la stabilité des ressources des médias, sont désormais dispersées sur une multitude de supports, parfois même internationaux. Pour la presse écrite, les abonnements sont de plus en plus difficiles à justifier face à la gratuité de l'information accessible sur Internet. Pour attirer les annonceurs, il faut faire de l'audience et pour faire de l'audience, il faut faire du sensationnel. Or, si l'économie et la finance se prêtent parfaitement à l'analyse et au débat, leur entrée dans l'univers du sensationnel ne peut être que contre-productive si celui qui reçoit l'information n'est pas en mesure de l'analyser. La psychosociologue Danielle Rapoport qualifie de « marketing du risque » l'approche qui consiste à jouer exclusivement sur la peur en occultant les aspects bénéfiques de la prise de risques. Elle considère que pour des raisons culturelles, sociales et d'éducation, il y a de très grandes inégalités devant les risques et les peurs, car ces informations engendrent chez ceux qui ne peuvent les analyser un sentiment d'impuissance aussi bien collective qu'individuelle (Rapoport, 2008).

Or, c'est ce phénomène que l'on peut percevoir à travers le traitement de l'information économique par les médias généralistes, et en particulier les journaux télévisés. Ces programmes, qui constituent la principale source d'informations d'une grande partie de la population, ont une forte tendance à ne s'intéresser à l'économie que sous l'angle de la dramatisation. Il faut qu'il y ait crise (boursière, bancaire, économique, sociale...) pour que le sujet soit abordé. Le traitement de l'information en quelques minutes est nécessairement lapidaire et le téléspectateur ne retient bien souvent que le volet anxiogène du message. Dans cette approche, on peut admettre la dimension informative. Mais il est difficile d'y trouver la moindre valeur éducative. D'autant que le journal télévisé cédera lui-même à la tendance culturelle française qui veut que tout problème ait sa solution politique. Les tiers commentateurs de l'événement économique seront donc le plus souvent choisis dans la classe politique qui n'y répondra pas de façon pédagogique, mais partisane.

Il ne s'agit pas de minimiser la capacité d'action du politique car elle est bien réelle. Mais une économie globalisée est comme un grand jeu de Mikado. Il n'est pas possible de déplacer une pièce sans s'être assuré au préalable des effets de ce déplacement sur les autres pièces du jeu. C'est un peu ce que les principaux gouvernements et chefs d'État de la planète tentent de faire au sein du G20 depuis la crise financière de 2008, avec la volonté affichée de bâtir un nouvel ordre économique mondial.

Pas un acteur économique ne conteste le droit des États d'intervenir dans la fixation des règles du jeu. Mais pour que ces nouvelles règles produisent leurs effets, tous mettent en garde contre la nécessité absolue d'une application homogène de ces règles à l'ensemble des acteurs de la planète. Or, si l'économie est mondiale, les opinions publiques sont nationales et c'est à elles que les gouvernements ont à rendre des comptes, quitte à passer sous silence cette condition essentielle au succès des mesures décidées. Mais ont-ils le choix ? Les règles du jeu sont faussées car si le politique n'apporte pas - à défaut de solutions - des réponses aux questions économiques, pèse alors sur lui un soupçon de connivence avec les partisans du marché et de la libre concurrence dont les effets dévastateurs sont régulièrement repris par les médias généralistes.

C'est une spirale infernale dont la seule issue serait d'avoir la certitude de s'adresser à une nation formée à la réalité des mécanismes économiques et financiers et à une approche globale des choses. La France semble toutefois s'engager progressivement dans cette voie, mais à sa façon. Elle le fait toutefois davantage sous le poids de la nécessité que sous celui d'une approche positive et volontariste.

UNE NOUVELLE APPROCHE QUI S'IMPOSE D'ELLE-MÊME SOUS LE POIDS DES RÉALITÉS

Le débat sur la nécessité de développer l'éducation économique et financière du public est loin d'être un effet de mode. Il s'agit tout simplement de répondre à un réel besoin qui s'amplifie avec l'évolution de notre société. L'une des explications les plus réalistes jusqu'à présent a été donnée par la Commission européenne dans son Livre blanc de décembre 2005 sur les services financiers. Elle y déclare que « les États se retirant progressivement du financement de certains aspects des systèmes sociaux, il est nécessaire de sensibiliser davantage les citoyens aux questions financières et de stimuler leur implication directe dans ce domaine » (Commission européenne, 2005).

Mais si, cinq ans plus tard, ce constat reste valable, il doit aujourd'hui être actualisé et enrichi des problématiques nouvelles :

- la dégradation générale des finances publiques qui, pour la France, rend de plus en plus incontournable une réflexion globale sur le fonctionnement et le financement des mécanismes de solidarité mis en place après la Seconde Guerre mondiale ;
- l'accélération des modifications sociales et démographiques, avec notamment une montée réelle des précarités et le vieillissement de la population ;
- enfin, la montée en puissance des questions environnementales.

169

Ce dernier point est peut-être le plus structurant dans l'approche et les orientations qui seront données au développement de l'éducation économique et financière. En caricaturant, on peut considérer que la dégradation des finances publiques ou encore la prise en compte du vieillissement peuvent trouver leurs réponses dans la palette des instruments existants, à commencer par une mise à plat comptable et mathématique des problèmes. En revanche, les solutions aux questions environnementales sont largement susceptibles de remettre en cause le fonctionnement même de nos modèles économiques, financiers et sociaux.

Face à cette perspective, le rôle d'une éducation économique et financière ne peut pas être de trancher et d'apporter des solutions toutes faites, mais bien de sensibiliser au fait que nos sociétés sont désormais à l'heure de l'audit des modèles préexistants avec des options parfois cumulatives : les remettre à plat, les adapter ou partir sur de nouvelles bases.

On retrouve l'esprit de cette approche dans le rapport de la Commission sur la mesure des performances économiques et du progrès social, dit « rapport Stiglitz »³, remis en septembre 2009 au président de la République, Nicolas Sarkozy. Il s'agit ni plus ni moins

de mesurer nos performances économiques et sociales non plus sur des bases quantitatives et arithmétiques, mais sur l'évaluation du bien-être présent et de sa « soutenabilité ». Certes, les auteurs réaffirment qu'ils se situent dans un contexte d'économie de marché, mais la mise en œuvre de leurs recommandations constituerait un changement total de paradigme dans la compréhension de la logique même de l'économie de marché.

En matière d'éducation, on retiendra de ce rapport une affirmation générale particulièrement adaptée aux matières économiques et financières : « L'idée qui fait consensus est celle que l'éducation apporte une série d'avantages (monétaires ou non) qui profitent à la fois à la personne qui investit dans l'éducation et à la communauté dans laquelle elle vit. Évaluer l'impact des bénéfiques plus larges que peut apporter l'éducation constitue l'une des priorités de la recherche pour laquelle le progrès passe par des mesures plus précises des caractéristiques de chacun dans de nombreux domaines et par des enquêtes qui suivraient une même personne dans le temps. »

En d'autres termes, la décision de développer l'éducation économique supposerait logiquement la mise en place d'outils permettant de mesurer en quoi la diffusion de ces connaissances aura profité non seulement à l'individu, mais aussi à la collectivité nationale à laquelle il appartient.

170

DE LA GÉNÉRALISATION DE L'ENSEIGNEMENT ÉCONOMIQUE À LA MESURE DE SES EFFETS

L'une des premières manifestations de ce changement, on l'a vu, est la volonté désormais affichée des Pouvoirs publics d'inscrire dans les programmes scolaires de la classe de seconde un enseignement des sciences économiques et sociales. Ce projet, mis en consultation auprès des enseignants durant le premier trimestre 2010, vise à donner à tous les élèves, qu'ils poursuivent ou non leurs études dans les sections d'enseignement spécialisées en économie, « les éléments de base d'une culture économique et sociologique indispensables à la formation de tout citoyen qui veut comprendre le fonctionnement de l'économie et de la société dans laquelle il vit »⁴.

Certes, il s'agit d'un enseignement qualifié « d'exploration » qui n'a pas vocation à traiter les sujets de façon exhaustive. Mais la généralisation d'une culture économique, si elle est acceptée par le corps enseignant, est déjà en soi une petite révolution. Il n'est donc pas surprenant que des associations lycéennes l'appréhendent avec suspicion (cf. *supra*).

Évidemment, on ne peut pas leur donner raison de rejeter par

principe ce type d'enseignement au motif qu'il risque « d'asservir l'individu à la logique de l'entreprise ». Un enseignement uniquement tourné vers la formation de beaux esprits, *a fortiori* dans un monde où la compétition économique se joue au niveau mondial, trouve rapidement ses limites lorsque en fin d'étude, il faut passer du monde scolaire ou universitaire au monde du travail. En affichant son hostilité à l'économie de marché, la FIDL diffuse là un message dont elle n'appréhende peut-être pas la dimension élitiste et conservatrice. Quiconque a un jour discuté avec des enseignants de l'enseignement supérieur ou de grandes écoles sait que ces derniers sont surpris par la proportion importante de leurs élèves qui n'envisagent leur carrière que dans la fonction publique, le domaine culturel ou associatif. Plus de deux siècles après la Révolution française, les notions de dérogeance et de professions roturières semblent toujours d'actualité en France !

*LE DÉVELOPPEMENT DE L'ESPRIT ENTREPRENEURIAL
COMME CRITÈRE DU NIVEAU D'ÉDUCATION
ET DE SON SUCCÈS*

Pourtant, les lignes et les mentalités bougent. La culture du « tout politique » avait pour pendant le sens aigu du bien commun et de l'intérêt général. Elle cède progressivement le pas à une culture plus individualiste et hédoniste, mais, à ce titre, moins hermétique à la culture entrepreneuriale, à condition que celle-ci contribue à l'amélioration du bien-être individuel.

Le souhait que le politique nous protège des aléas est de plus en plus confronté à la conscience des limites de sa capacité à agir sur les événements. Ce n'est certainement pas par hasard que les sondages sur la confiance des Français dans leurs institutions montrent que les partis politiques sont, avec les médias, celles dont nos concitoyens se défient le plus⁵. Parallèlement, la confiance en eux-mêmes et dans leur capacité à s'adapter à leur environnement économique est finalement assez élevée. Dans ce même sondage, ils sont 63 % à être d'accord avec l'affirmation « J'ai un contrôle total sur mon propre avenir » et 57 % à être satisfaits de l'économie de marché en considérant que le système capitaliste ne doit être réformé que sur quelques points (51 %), voire pas du tout (6 %).

La traduction de cette confiance relative, mais majoritaire dans le système capitaliste, se retrouve dans une récente enquête sur les jeunes et la création d'entreprise⁶. Ce sondage, réalisé à l'occasion du 17^{ème} salon des entrepreneurs de Paris, nous apprend que « près d'un jeune sur deux (47 %) envisage de créer un jour son entreprise » et que

les jeunes actifs (occupés ou non) sont plus enclins que les étudiants à formuler un projet de création d'entreprise. Parmi ces derniers, 20 % affirment n'avoir aucune envie de créer un jour une entreprise. Quand ils sont intéressés, c'est l'idée d'innovation qui les attire le plus. Sur l'ensemble du panel, les jeunes considèrent quasi unanimement que les premières qualités d'un chef d'entreprise sont respectivement « savoir diriger une équipe » (95 %) et « être créatif » (90 %), alors qu'ils ne sont qu'un sur deux à considérer que le diplôme est un critère important.

Le développement de l'éducation économique et financière, parallèlement à l'appétence croissante des jeunes générations pour l'entrepreneuriat, est d'autant plus urgent que la création d'entreprise, loin d'être une question élitiste, est de plus en plus démocratique. Le succès du nouveau statut de l'auto-entrepreneur en témoigne⁷, comme aussi l'importance croissante de la création d'entreprise dans les zones urbaines dites sensibles. Depuis quelques années, un certain nombre d'initiatives se sont en effet développées, parallèlement aux aides publiques, pour encourager les jeunes des quartiers difficiles à sortir de l'isolement en créant leurs entreprises. Des associations, comme l'Adie (Association pour le droit à l'initiative économique) qui revendique 67 000 entreprises créées grâce à son intervention, interviennent dans ces quartiers par le biais du microcrédit professionnel, bien souvent d'ailleurs en partenariat avec le secteur bancaire. Des réseaux sociaux, comme la Nouvelle PME (Nouvelle place de marché pour les entrepreneurs), se sont créés pour rapprocher les entrepreneurs, issus des minorités et des quartiers, des grandes entreprises, des institutions et des investisseurs. Au plus haut niveau de l'État, la question est d'actualité puisque en décembre 2009, la ministre de l'Économie a confié à l'Inspection générale des finances une mission sur le microcrédit, estimant que « le déficit de connaissance et de compréhension des activités de microcrédit en France constituait un obstacle à son développement ».

Dans ce contexte, ce serait une erreur d'en conclure que le succès de ces jeunes démontre que, finalement, en matière d'économie et de finance, l'intuition et la sensibilité ont plus d'importance que la formation. Les deux vont de pair, car si la création d'entreprise marche bien dans les quartiers sensibles, les statistiques de l'APCE (Agence pour la création d'entreprises) montrent que le taux de pérennité à trois ans des entreprises créées dans ces zones est beaucoup plus bas qu'ailleurs. Pensant que l'activité de l'entreprise se résume à vendre des produits ou des services, ces entrepreneurs méconnaissent les impératifs de gestion. L'APCE explique que « bien souvent, c'est à la demande du conjoint ou de la famille que le créateur sera amené à suivre une formation »⁸.

La sous-estimation de l'importance de la formation dans l'entreprenariat est à mettre en parallèle avec un autre travers qui, lui, n'est pas spécifique à la France : l'éducation économique et financière souffre soit d'un manque d'intérêt, soit d'une surestimation par les individus de leurs compétences à appréhender ces matières. Dans un rapport récent réalisé pour la Commission européenne, le CEPS (Center for European Policy Studies) précise, à propos des services financiers, que « le consommateur européen, dans de nombreuses situations, surestime ses capacités et ses chances de gains futurs. Par exemple, beaucoup de personnes investissent croyant qu'elles peuvent battre le marché boursier, ou sous-estiment le risque que la maladie ou le chômage peuvent avoir un effet sur leur capacité de remboursement » (CEPS, 2009).

L'AUTONOMIE DU CONSOMMATEUR COMME INDICATEUR D'ATTEINTE DE L'OBJECTIF

Cet exemple du consommateur présomptueux ou sous-informé est aujourd'hui la deuxième raison de la décision politique de développer l'éducation économique et financière. C'est d'ailleurs sous cet angle prioritairement consumériste que la Commission européenne se place le plus souvent quand elle parle d'éducation financière. Elle la relie directement aux désengagements des États concernant les domaines relevant jusqu'à présent de la solidarité, en particulier des retraites, considérant que « pour renforcer la demande et favoriser les bonnes décisions en matière de placements, par exemple pour les pensions, il est essentiel d'améliorer la transparence et la comparabilité des produits financiers et d'aider les consommateurs à mieux les appréhender » (Commission européenne, 2005).

Cette approche est également celle retenue par l'OCDE, préoccupée par « l'importance de l'éducation financière pour aider les consommateurs à prendre des décisions appropriées en ce qui concerne la retraite et l'assurance ». L'organisation internationale se préoccupe en particulier des « régimes à cotisations définies, pour lesquels c'est le salarié qui supporte le risque d'investissement »⁹.

Depuis le Livre blanc sur les services financiers de 2005, on peut en tout cas constater que la Commission européenne fait preuve d'une constance remarquable à l'égard de l'éducation économique et financière. Le sujet a fait l'objet de plusieurs communications spécifiques¹⁰, a suscité la mise en place d'un groupe d'experts européens sur l'éducation financière¹¹ et fait désormais l'objet au minimum d'un paragraphe dans tout document, étude ou rapport touchant à l'assurance ou aux services financiers de détail. Évidemment, les observateurs

avisés s'étonneront de la dichotomie dont Bruxelles est parfois capable avec, d'un côté, l'affirmation récurrente et louable du développement de l'éducation économique et financière et, de l'autre côté, la façon dont certains documents de la Commission européenne abordent les problématiques du marché intérieur. En matière bancaire, par exemple, dans un document mélangeant allégrement chiffres et résultats d'enquêtes d'opinion, la Direction en charge des consommateurs s'indigne de l'échelle des tarifs de la banque au quotidien dans les 27 pays de l'Union européenne (de 830 euros à 28 euros) sans être elle-même, *a priori*, capable d'avoir un regard critique sur la méthodologie de l'étude qui lui a été remise, ni la moindre interrogation sur l'usage, le développement, la qualité de l'offre, les canaux utilisés, les pratiques et les spécificités nationales, la sécurité des paiements, ou encore le niveau de vie et de revenu dans chaque pays analysé (Commission européenne, 2009). Ce même document en conclut néanmoins à l'importance de l'éducation économique et financière comme gage de la protection du consommateur. Avec cet exemple, il ne s'agit pas d'alimenter l'anti-européanisme ambiant car on pourra trouver autant de document d'une très grande qualité économique publié par cette même Commission. Mais il faut avoir en tête que les meilleures intentions en matière de développement de l'éducation économique et financière peuvent véhiculer elles-mêmes un message en réalité contre-productif, en particulier lorsque le message procède d'une certaine confusion entre la fin et les moyens. En l'occurrence, signaler au consommateur qu'il existe des différences de prix au sein de l'Union européenne relève du domaine de l'information. Lui expliquer les raisons de ces différences et lui donner les moyens d'analyser si elles sont ou non justifiées entrent dans le domaine de l'éducation.

174

On peut très bien retrouver cette confusion des genres dans certaines initiatives nationales, comme un amendement récent au projet de loi ouvrant à la concurrence les jeux d'argent en ligne qui visait à permettre les paris en ligne sur des marchés financiers réglementés pour de petits montants. L'un des objectifs des auteurs était « d'encourager l'intérêt et l'éducation d'un large public à l'économie, la finance, comme à la vie des entreprises cotées ou non » en considérant qu'une telle disposition serait « l'occasion, à la faveur de petits paris - par exemple sur l'évolution de l'indice des sociétés du CAC 40, du prix des matières premières, du montant des recettes ou des dépenses de l'État à une date fixée -, de favoriser l'intérêt concret de particuliers de tous âges et conditions sur les problèmes économiques¹² ». Sans nier l'intérêt de la démarche, on peut se demander si le support envisagé comme outil de développement de l'éducation économique et financière n'est pas un peu trop précurseur par rapport au niveau réel d'éducation du public.

UN DISPOSITIF FRANÇAIS QUI N'A RIEN À ENVIER AUX AUTRES PAYS

Au-delà de ces initiatives relativement atypiques en matière d'éducation économique et financière du consommateur, la France, le plus souvent sous l'égide des Pouvoirs publics, a développé de longue date un certain nombre d'outils qui ont fait leurs preuves. Depuis des décennies, le législateur s'est préoccupé de l'information du consommateur, qu'elle soit publicitaire, précontractuelle ou contractuelle, en imposant des informations claires, précises et non trompeuses. Aujourd'hui encore, de nombreux sujets européens mis sur la table des discussions montrent à quel point des textes comme les lois Scrivener de 1978 et 1979 dans les domaines du crédit ou la loi Neiertz en matière de surendettement étaient des textes précurseurs.

D'autres exemples méritent d'être cités comme le CNC (Conseil national de la consommation) ou l'INC (Institut national de la consommation), créé en 1983, dont le fonctionnement devrait être prochainement modifié pour s'adapter aux évolutions du consumérisme. Depuis près de trente ans, l'INC organise « la confrontation et la concertation entre les représentants des intérêts collectifs des consommateurs et usagers et les représentants des professionnels, des services publics et des Pouvoirs publics, pour tout ce qui a trait aux problèmes de la consommation ». Ses essais comparatifs, ses études juridiques sont relayés par les médias à sa disposition que sont le magazine *60 millions de consommateurs*, l'émission télévisée diffusée sur les chaînes publiques *Conso mag*, ou encore son site Internet (www.conso.net).

175

Dans le domaine financier, dès 1984, la loi bancaire a institué, sous l'égide de la Banque de France, le Comité des usagers des services bancaires regroupant professionnels et associations de consommateurs. Le Comité consultatif du secteur financier en est l'héritier direct. Ses missions et son champ d'intervention ont depuis été élargis, notamment à l'assurance, et chaque année, son rapport d'activité mentionne les initiatives prises dans les domaines de l'éducation économique et financière, avec notamment l'édition d'un certain nombre de plaquettes d'information.

Il s'agit là d'exemples significatifs, mais non exclusifs. Il faut ajouter à ces initiatives publiques une multitude d'autres initiatives qui ont vu le jour ces dernières années. Dans le domaine bancaire, on citera, par exemple, la charte signée en juin 2009 par la FBF (Fédération bancaire française) en faveur de la promotion de l'éducation financière à la gestion du budget familial, élaborée par le secrétariat d'État à la Famille, ou encore des initiatives plus discrètes, mais aujourd'hui connues de la

plupart des travailleurs sociaux, comme les « Points passerelles » mis en place par les caisses régionales de Crédit agricole qui accompagnent, notamment par la formation, les personnes en difficulté dans leurs démarches, y compris en les orientant, si nécessaire, vers le microcrédit social.

La question se pose légitimement de savoir pourquoi, avec un tel arsenal, la culture économique et financière n'est alors pas plus développée en France.

L'une des raisons est que ces organisations n'ont jamais eu, à elles seules, vocation à constituer le pilier de l'éducation économique et financière qui, lui, ne peut être que du ressort de l'Éducation nationale. Peut-être de façon un peu présomptueuse, les gouvernements ont longtemps agi comme si la culture générale dispensée par le système éducatif national donnait à chaque citoyen les moyens d'appréhender les mécanismes économiques de base et qu'il suffisait ensuite « d'actualiser » leurs informations pour s'adapter aux évolutions du monde. Ces « actualisations » pouvaient se faire soit par la concertation dans le cadre des organisations citées, soit par la loi. Dans tous les domaines (retraite, santé, épargne, alimentation...), le législateur a multiplié les textes organisant le droit à l'information des consommateurs, avec une inflation phénoménale de la masse d'information qui lui est destinée. La démarche a désormais trouvé ses limites non seulement du fait de la complexification de notre environnement, qui fait perdre à l'approche pédagogique traditionnelle de sa pertinence pour comprendre le monde, mais aussi du fait des évolutions des mentalités et modes de vie qui privilégient désormais l'action à la réflexion, la protection à la responsabilité et, dans une certaine mesure, l'instantané au moyen ou au long terme. On signalera également la montée en puissance dans les exigences des consommateurs du thème de la gratuité de l'accès aux services que de nombreuses études relient au développement d'Internet et des nouvelles technologies de l'information (Olivennes, 2007). Cette exigence, déconnectée de la réalité économique et sociale qu'elle véhicule, montre à quel point l'éducation économique est urgente pour que le consommateur prenne conscience des conséquences de ses revendications, au-delà du simple bénéfice pécuniaire immédiat qu'il pourrait en tirer.

Pour revenir à l'information en matière de produits financiers, le constat est quasi unanime : le consommateur ne lit pas les informations qui lui sont fournies. Il se cantonne le plus souvent à lire le document publicitaire pour appuyer sa décision. Si certains sont tentés de faire glisser dans la publicité les informations contractuelles, il est clair que cette réponse n'est pas adaptée.

Face à ces comportements, les autorités publiques, qu'elles soient

françaises ou européennes, changent leur fusil d'épaule et commencent à s'adapter à la réalité du consommateur avec enfin une double démarche : simplifier l'information qui lui est destinée et amplifier l'effort de formation.

En matière de simplification, on peut citer, par exemple, au niveau européen, la révision de la directive OPCVM avec la création d'une fiche d'information simplifiée¹³, ou encore, dans le domaine du crédit immobilier, les travaux de révision de la fiche européenne harmonisée sur les informations essentielles à fournir à l'emprunteur¹⁴. En France, on signalera les travaux du CCSF (Comité consultatif du secteur financier) sur la révision du glossaire des termes bancaires et financiers qui aboutiront dans le courant de l'année 2010. L'objectif du groupe de travail est non seulement d'harmoniser ces expressions, mais aussi de les présenter sous une forme accessible à la compréhension du grand public.

En matière de formation, avant même le projet de généralisation de l'enseignement économique dès la seconde, différentes initiatives visant à renforcer le lien entre l'enseignement et le monde économique ont été prises. En la matière, l'Institut de l'entreprise, créé en 1975 par une trentaine de grandes entreprises françaises, faisait un peu figure de précurseur. Mais de nombreux autres relais ont vu le jour ces dernières années comme l'Observatoire des pratiques pédagogiques en entrepreneuriat (OPPE), créé en 2001 par les Pouvoirs publics et qui a vocation à être une plate-forme d'échanges sur ces enseignements, ou encore l'Institut pour l'éducation financière du public (IEFP) créé en 2006 à l'initiative de l'Autorité des marchés financiers (AMF). L'IEFP, qui s'adresse à tout public, a mis en place un ensemble de modules de formation en direction des enseignants des classes de sixième jusqu'à la terminale¹⁵.

Si cette nouvelle approche cumulant formation et simplification de l'information est relativement consensuelle, elle fait en réalité l'objet de deux courants de pensée. Le premier courant, d'inspiration plus anglo-saxonne, considère que la simplification doit aller jusqu'à utiliser les expressions courantes connues du consommateur, même si elles sont vides de sens sur le plan juridique. En quelque sorte, si l'objectif est de rendre l'information accessible au grand public, peu importe la qualité du vocabulaire utilisé pourvu que l'objectif soit atteint. Le deuxième courant, regroupant les pays de droit codifié dont la France, considère qu'il ne peut y avoir deux vocabulaires dont l'un aurait des conséquences juridiques et l'autre non¹⁶.

Ce débat peut paraître anecdotique, mais il n'en est rien. Il dissimule en réalité deux philosophies de l'économie qui ne sont pas sans conséquences sur le fonctionnement de nos sociétés.

À sa façon, en surfant sur la tendance à la paresse du consommateur plutôt qu'en le responsabilisant, le premier courant donne la primauté au marché. Sa devise est en quelque sorte : « Peu importe le flacon, pourvu que l'on conclue la vente et que le marché fonctionne. » Cette approche revient toutefois à accroître ce que l'on appelle « l'asymétrie d'information entre le professionnel et le consommateur » que toutes les autorités publiques déclarent vouloir atténuer. Le deuxième courant joue davantage sur la responsabilisation du consommateur comme du professionnel. Sans pour autant exclure une simplification du langage, les deux parties contractent et s'engagent l'une à l'égard de l'autre sur les mêmes bases. Jusqu'à la crise financière de 2008, le premier courant tendait à devenir le courant de pensée dominant. On en retrouve la trace dans certains documents de la Commission européenne qui utilise alternativement les termes de citoyen et de consommateur comme synonymes (Commission européenne, 2007). Cette confusion n'est pas neutre car elle est révélatrice d'un courant de pensée selon lequel ce qui est bon pour le consommateur est bon pour le citoyen et réciproquement.

La crise financière de 2008 aura au moins eu le mérite de mettre en évidence le fait que le marché et la consommation ne peuvent seuls s'autoréguler au sens français et physique du terme, c'est-à-dire « l'adaptation de la puissance d'une machine par elle-même à l'utilisation qui en est demandée »¹⁷. Sur un plan purement consumériste, l'accès au crédit des consommateurs américains les plus modestes, de 2000 à 2006, a eu un effet de *booster* général sur l'ensemble de l'économie qui, à l'époque, semblait confirmer la fusion des intérêts du citoyen avec celle du consommateur. L'aveuglement était général, y compris en France où la tentation était grande d'y introduire ce modèle (Bourdin, 2006). La facture de la crise des *subprimes* - cette fois mise à la charge des citoyens contribuables - montre que si leurs intérêts peuvent parfois se rejoindre, ils ne se confondent jamais totalement.

Dans ces conditions, si l'on constate le caractère quasi universel de la montée en puissance de la question de l'éducation économique et financière, on peut légitimement s'interroger sur le sens des outils mis en place pour développer cette éducation selon que l'on cherche à développer le modèle anglo-saxon ou un modèle que l'on qualifie souvent de continental.

LE GÈNE DE LA FINANCE EST-IL ANGLO-SAXON ?

Vue de France, la culture financière est souvent citée comme l'apanage du monde anglo-saxon et l'on pourrait être tenté de considérer comme « normal » que les Anglais assument ce rôle de précurseur.

Certes, l'anglais est la langue de la finance. Chicago, New York et Londres figurent au palmarès des places financières mondiales et les tirages des journaux financiers anglais ou américains, malgré les difficultés qu'ils rencontrent eux aussi, laissent rêveurs quand on les compare à ceux de nos quotidiens économiques : près de 2 millions d'exemplaires pour le *Wall Street Journal*, un peu plus de 400 000 exemplaires pour le *Financial Times*, contre à peine 190 000 exemplaires quotidiens pour *Les Échos* et *La Tribune* réunis. Pour autant, faut-il en conclure que ce « gène » de la culture financière se propage naturellement à toutes les couches de la population anglaise ou américaine ? En fait, en matière d'économie, il est clair qu'il n'y a pas d'inné. Il n'y a que de l'acquis et cet acquis passe avant tout par l'éducation. En la matière, le Royaume-Uni semble avoir pris une très légère avance sur la question de la formation financière en cherchant à associer dès 2003 l'enseignement public et le secteur privé, dont les banques, dans l'éducation financière du public. Dans un article publié par l'*Observateur OCDE*, Duguay (2006) souligne ainsi que toutes les enquêtes démontrent les insuffisances de l'éducation financière dans l'ensemble des pays de l'OCDE, à l'exception du Royaume-Uni où l'enseignement des finances personnelles est prévu par les programmes scolaires nationaux, et cite l'action du Personal Finance Education Group (PFEG), une organisation à but non lucratif qui aide les enseignants à développer les capacités financières des jeunes. Son objectif déclaré est de veiller à ce que tous les jeunes quittant le système éducatif disposent de la confiance et des connaissances financières nécessaires pour participer pleinement à la société. Concernant les États-Unis, l'enquête bisannuelle réalisée par une organisation de promotion de l'éducation financière place les citoyens américains dans la moyenne basse, mais il y est annoncé, comme une bonne nouvelle, la tendance croissante des différents États à rendre obligatoire les cours de finance personnelle dans les programmes scolaires et la multiplication des outils pédagogiques.

179

Pour autant, quelle signification peut-on donner à ce type de classements si on les déconnecte de la réalité économique et sociale de chaque pays et si l'on n'en retrouve pas la corrélation dans leurs performances respectives ? On retrouve là l'une des préoccupations du rapport Stiglitz¹⁸ sur la mesure de l'impact de la diffusion de ces connaissances sur la collectivité nationale. Peut-on, par exemple, tirer une quelconque conclusion de l'efficacité des politiques d'éducation économique et financière à la lecture des taux d'endettement des ménages ? Rapportés à leurs revenus bruts disponibles, ils sont de 157 % pour les Américains et de 146 % pour les Britanniques, contre 74,9 % pour les Français, dont le taux d'épargne frôle les 17 % alors

qu'il est proche de zéro, voire négatif, pour les Anglais et les Américains (Schaeffer, 2010).

La seule conclusion que l'on peut en tirer - et avec de nombreuses réserves, notamment celle liée à l'existence des « amortisseurs sociaux », au mode national de financement des retraites ou à la fiscalité -, c'est que les Américains et les Anglais ont une approche du risque différente de celle des Français. Une photographie instantanée prise il y a cinq ans aurait pu démontrer que cette culture anglo-saxonne du risque générerait une véritable dynamique économique. La même photo prise aujourd'hui, y compris au regard des résultats des secteurs bancaires respectifs des trois pays, plaiderait plutôt en faveur de l'approche prudente de la France.

Que l'on se place d'un côté ou de l'autre de l'Atlantique ou de la Manche, on peut avoir la certitude que tout le bénéfice du développement de l'éducation économique et financière s'exprimera lorsque chacun, de sa place, sera en mesure d'évaluer les avantages ou les risques d'une situation ou d'une décision économique à la fois par la prise en compte de son environnement immédiat, mais aussi en intégrant les effets dominos des risques pris par ses congénères situés sur un territoire dont les règles ne seraient pas les mêmes.

180

UNE ÉDUCATION ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE, POUR QUOI FAIRE ?

En bonne logique, la question de la finalité du développement de l'éducation économique et financière aurait pu - ou dû - être posée en introduction. En réalité, tout ce qui vient d'être exposé démontre qu'elle n'a pas été réellement tranchée et que le débat est largement ouvert. Elle pourrait être, par exemple, très largement étendue à l'enseignement juridique et au droit des obligations avec des notions essentielles sur ce qu'est un contrat, comment il se forme et quelles conséquences il produit.

Ce que l'on sait, c'est qu'il ne s'agit pas de transformer chaque citoyen en *golden boy* ou en chef d'entreprise, de le placer à la pointe de l'innovation financière ou d'en faire un professionnel de l'investissement. De la même façon, réduire l'éducation économique et financière à son aspect consumériste est une approche beaucoup trop limitée. En revanche, il est indispensable qu'à partir de l'acquisition des mécanismes économiques et sociaux de base - dont le spectre s'étend des règles essentielles à la gestion d'un budget jusqu'à celles qui président au fonctionnement d'un marché, la formation des prix et la rencontre de l'offre et de la demande -, chacun se pose les bonnes questions lorsqu'il est confronté à une décision d'achat, d'investissement, voire

à un choix citoyen lorsqu'il lui est demandé de se prononcer sur des programmes politiques et économiques soumis à son vote.

En ce sens, la finalité de l'éducation économique et financière ne se distingue pas de celle de l'éducation tout court. Le développement de la pensée rationnelle en France est historiquement lié à l'évolution des connaissances et du savoir. Aujourd'hui, la masse et la rapidité de circulation des informations, censées nous guider dans la prise de décisions, ne permettent plus, sans les codes nécessaires à leur interprétation, de répondre en toute rationalité. Certes, nous sommes loin de l'époque où le mystique ou le religieux guidaient la décision, mais, faute des clés nécessaires, celle-ci est de plus en plus guidée par l'émotionnel.

Par sa fascination pour le débat et sa capacité à appréhender les questions de façon globale, il y a dans la culture française de véritables atouts pour apprécier les questions économiques et financières dans leurs aspects complexes et mondiaux.

En ce sens, le débat récent sur l'identité nationale, conclu en février 2010 par le Premier ministre, est peut-être passé à côté de quelque chose d'essentiel¹⁹. L'identité nationale ne se définit pas par ses symboles, mais par la culture qu'elle véhicule, notamment comparée à celle des autres nations. En ce sens, l'économie et la finance auraient pu être des éléments centraux de ce débat car, au-delà de la finalité consumériste, mercantile ou de son impact sur le traitement des questions sociales, le développement de l'éducation économique et financière est bien une question citoyenne dont la réponse pourrait jouer un rôle moteur dans l'établissement du nouvel ordre économique mondial que les pays du G20 se proposent de mettre en place.

181

NOTES

1. Enquête TNS Sofres pour le Codice : « Réconcilier les Français et l'économie », mars 2007.
2. Enquête TNS Sofres pour le Codice, novembre 2008.
3. Du nom du président de cette commission, Joseph E. Stiglitz, Columbia University, prix Nobel d'économie 2001.
4. Ministère de l'Éducation nationale, consultation nationale sur les programmes : projet pour la classe de seconde générale et technologique (27 janvier 2010).
5. Baromètre TNS Sofres de la confiance politique pour le Centre de recherche politique de Sciences po (Cevipof), décembre 2009.

6. Sondage intitulé « Les moins de 30 ans et l'esprit d'entreprise » et réalisé par OpinionWay pour l'APCE, CER France et le Codice en janvier 2010.
7. 320 000 auto-entrepreneurs enregistrés dès la première année de création en 2009.
8. Voir notamment : ACSE (Agence pour la cohésion sociale et l'égalité des chances), APCE et DAIC (Direction de l'accueil, de l'intégration et de la citoyenneté - ministère de l'Immigration, de l'Intégration, de l'Identité nationale et du Développement solidaire), 2009.
9. Projet d'éducation financière de l'OCDE : contexte et mise en application, disponible sur le site : www.oecd.org/document/23/0,3343_fr_2649_15251491_25713194_1_1_1_1,00.html.
10. Voir, par exemple : la communication sur l'éducation financière du 18 décembre 2007 ou la communication sur le lancement de la base de données européenne sur les programmes d'éducation financière du 19 janvier 2009.
11. Comptes rendus du groupe d'experts, disponibles sur le site : http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/capability.
12. Amendement n° 69 à l'article 2 du projet de loi ouvrant à la concurrence les jeux d'argent en ligne, déposé lors de l'examen en première lecture à l'Assemblée nationale.
13. Fiche KID (Key Information Document).
14. Fiche ESIS (European Standardized Information Sheet).
15. Informations disponibles sur le site de l'IEFP (www.lafinancepourtous.com).
16. Cette question a, par exemple, été débattue dans le cadre du *workshop* organisé à Bruxelles le 13 mai 2009 par la Commission européenne sur la révision de la fiche ESIS.
17. D'après le dictionnaire Larousse de la langue française.
18. Voir : note n° 3.
19. Voir : le discours de François Fillon, Premier ministre, disponible sur le site : <http://www.gouvernement.fr/premier-ministre/point-presse-du-premier-ministre-a-l-hotel-de-matignon-lors-du-seminaire-gouvernemental>.

BIBLIOGRAPHIE

- ACSE, APCE et DAIC (2009), *Personnes migrantes issues de la diversité ou des quartiers : quel accompagnement à la création d'activité ?*, synthèses des auditions.
- ALGAN Y. et CAHUC P. (2007), *La société de défiance : comment le modèle social français s'autodétruit*, Éditions rue d'Ulm.
- BOURDIN J. (2006), *L'accès au crédit des ménages en France*, rapport d'information n° 261 réalisé au nom de la délégation du Sénat pour la planification, mars.
- CEPS (2009), *Tying and other Potentially Unfair Commercial Practices in the Retail Financial Service Sector*, 24 novembre, p. 100.
- COMMISSION EUROPÉENNE (2005), *Politique des services financiers 2005-2010*, Livre blanc, décembre.
- COMMISSION EUROPÉENNE (2007), « Stratégie communautaire en matière de politique des consommateurs pour la période 2007-2013 », communication de la Commission au Conseil et au Parlement européens, COM (2007) 99 final, 13 mars.
- COMMISSION EUROPÉENNE (2009), « Follow up in Retail Financial Services to the Consumer Market Scoreboard », *Commission Staff Working Document*, Bruxelles, SEC (2009) 1251 final, 22 septembre.
- DUGUAY D. (2006), « L'éducation financière devrait-elle faire partie des programmes scolaires comme l'histoire ou les mathématiques ? », *Observateur OCDE*, n° 255, mai.
- HAZERA J.-C. (2010), « La guerre des programmes d'économie », *Les Échos*, 29 janvier.

OLIVENNES D. (2007), *La gratuité, c'est le vol*, Grasset.

RAPOPORT D. (2008), « Mécaniques des peurs sociales et individuelles : impact sur la consommation et stratégies de rebondissements », Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), intervention à l'atelier de la consommation intitulé « Consommation : nouveaux risques, nouvelles angoisses », 17 juin.

SCHAEFFER F. (2010), « Les Français restent relativement peu endettés », *Les Échos*, 24 février.

