



Capacité et inclusion financière en Haïti

Résultats d'une enquête portant
sur le volet de la demande



GROUPE DE LA BANQUE MONDIALE



© 2019 The World Bank Group

1818 H Street NW
Washington DC 20433
Téléphone: 202-473-1000
Internet: www.worldbank.org

Ce document est le fruit du travail du personnel de la Banque mondiale avec l'aide de personnes externes à la Banque. Les constatations, interprétations et conclusions exprimées dans ce document ne reflètent pas nécessairement les vues de la Banque mondiale, de son conseil d'administrations, ou des gouvernements qu'ils représentent.

La Banque mondiale ne garantit pas l'exactitude des données incluses dans ce travail. Les frontières, couleurs, dénominations et autres informations figurant sur les cartes de ce document n'impliquent aucun jugement de la part de la Banque mondiale en ce qui concerne le statut juridique d'un territoire, ou l'approbation ou l'acceptation de ces frontières.

Droits et autorisations

Le contenu de ce document est soumis au droit d'auteur. Dans la mesure où la Banque mondiale encourage la diffusion de son savoir, ce document peut être reproduit, en tout ou partie, à des fins non commerciales, à condition que les auteurs de ces travaux soient dûment reconnus.

Toute question sur les droits et licences, y compris les droits subsidiaires, doit être adressée au Bureau de l'éditeur, Banque mondiale, 1818H Street NW, Washington DC, 20433, Etats-Unis, fax: 202-522-2422, email: pubrights@worldbank.org



Cette publication a été préparée avec le soutien de l'Initiative FIRST de réforme et de renforcement du secteur financier, gérée par la Banque mondiale.

Photos de couverture : Galerie de photos de la Banque mondiale



Table des matières

Remerciements.....	v
Abréviations et sigles	vii
Préface.....	ix
Principaux constats.....	?
Résumé analytique.....	xi
1. Contexte et méthodologie de l'enquête.....	1
2. Le niveau d'inclusion financière en Haïti	5
2.1 Concepts pour mesurer l'inclusion financière	5
2.2 Mesure globale pour l'inclusion financière	6
2.3 Utilisation de produits financiers individuels.....	8
2.3.1 Utilisation des comptes	8
2.3.2 Envois de fonds et autres transferts financiers	10
2.3.3 Utilisation des produits de prêt	12
2.3.4 Autres produits financiers.....	15
3. Capacités financières.....	17
3.1 Connaissance et expériences des prestataires de services financiers	17
3.1.1 Banques commerciales	19
3.1.2 Coopératives financières	21
3.1.3 Institutions de microfinances	22
3.1.4 Prestataires de services de paiement mobile	22
3.1.5 Les Maisons de transfert d'argent (MTA).....	24
3.1.6 Compagnies d'assurance et maisons de courtage.....	24
3.2 Connaissance de concepts financiers.....	26
3.3 Comportement et attitudes.....	33

3.3.1 Attitudes et comportement fondés sur l'analyse en composante principale	34
3.3.2 Une évaluation des dimensions individuelles des comportements et attitudes	34
3.3.3 Comparaison entre pays des scores de capacité financière.....	39
3.4 Attitudes révélées vis-à-vis de l'information recherchée et du règlement des plaintes	40
3.4.1 Règlement des plaintes.....	40
3.4.2 Recherche d'information et utilisation des médias.....	42
4. Evaluation récapitulative et recommandations.....	45
Références.....	49
Annexes.....	53
A. Tableau croisé d'inclusion financière	53
B. Connaissance, expérience et niveau de satisfaction des prestataires de services financiers.....	55
C. Contexte de l'enquête sur l'inclusion financière en Haïti.....	57
Boîte	
Boîte 1 : Questionnaire relatif à l'alphabétisation financière.....	28
Schémas	
Schéma 1 : Inclusion financière en Haïti.....	6
Schéma 2 : Epargne formelle et informelle par sexe, zone urbaine/rurale et revenus	8
Schéma 3 : Possession de compte financier agrégé (par sexe, zone urbaine/rurale et niveau de revenu.....	9
Schéma 4 : Tendance relative aux envois d'argent par sexe, zone urbaine/rurale, revenu, zone et strate..	10
Schéma 5 : Canal utilisé pour envoyer et recevoir des envois d'argent par sexe et zone urbaine/rurale.....	11
Schéma 6 : Satisfaction des clients vis-à-vis des services d'envois d'argent	12
Schéma 7 : Niveau de dette des haïtiens adultes.....	13
Schéma 8 : Niveau de confiance dans l'idée d'être capable de rembourser une dette (en % de répondants endettés).....	13
Schéma 9 : Forme et niveau de dette des haïtiens adultes.....	14
Schéma 10 : Connaissance perçue relative aux institutions financières et à leurs produits.....	18
Schéma 11 : Connaissance et expérience avec les services financiers offerts par les banques commerciales	20
Schéma 12 : Raisons d'insatisfaction des clients par rapport à l'envoi d'argent via les services bancaires d'envoi d'argent.....	20
Schéma 13 : Connaissance et expérience des services financiers offerts par les coopératives financières.....	21
Schéma 14 : Connaissance et expérience avec les services financiers offerts par les IMF	22
Schéma 15 : Connaissance et expérience avec les services financiers offerts par les prestataires d'argent électronique.....	23
Schéma 16 : Difficultés indiquées par les clients au regard des services d'envoi d'argent électronique	24

Schéma 17 : Connaissance et expérience des services financiers offerts par les opérateurs de transfert d'argent.....	25
Schéma 18 : Difficultés indiquées par les clients vis-à-vis des opérateurs de transfert d'argent	25
Schéma 19 : Connaissance perçue des concepts financiers et des produits	27
Schéma 20 : Répartition de l'alphabétisation financière (en termes de nombre de réponses correctes données et de concepts)	29
Schéma 21 : Comparaison entre l'alphabétisation financière déclarée et réelle.....	30
Schéma 22 : Score d'alphabétisation financière par revenu, zone urbaine/rurale et strate	32
Schéma 23 : Scores moyens de capacité financière	34
Schéma 24 : Scores de capacité financière	35
Schéma 25 : Utilisation des fonds reçus par envoi, par zone (% d'haïtiens adultes qui reçoivent des fonds envoyés).....	37
Schéma 26 : Approches dans la manière d'appréhender les conflits avec les fournisseurs de services financiers.....	41
Schéma 27 : Action prise pour terminer un conflit avec les prestataires de services financiers	41
Schéma 28 : Raisons expliquant la non résolution des conflits avec les prestataires de services financiers.....	42
Schéma 29 : Utilisation des Médias par groupes sociaux et démographiques	44
Schéma 30 : Répartition estimées de la population par zone urbaine/rurale.....	57
Schéma 31 : Répartition estimée de la population par province.....	57
Schéma 32 : Répartition estimée de la population par sexe.....	57
Schéma 33 : Répartition estimée de la population par groupe d'âge.....	57
Schéma 34 : Répartition estimée de la population par taille de ménage	57
Schéma 35 : Répartition estimée de la population par groupe d'éducation.....	57
Schéma 36 : Répartition estimée de la population par groupe de revenu stable/instable.....	58
Schéma 37 : Répartition estimée de la population par groupe de revenu	58
Schéma 38 : Répartition estimée de la population par zone	58
Schéma 39 : Répartition estimée de la population par strate	58

Tableaux

Tableau 1 : Comparaison entre les données caractéristiques de recensement et profil d'enquête sur la capacité financière	3
Tableau 2 : Détention d'un compte financier dans les pays et régions sélectionnés (2014, 2017)	7
Tableau 3 : Comparaison entre pays des différents scores en matière d'alphabétisation financière.....	31
Tableau 4 : Composantes financières principales de l'analyse ACP	33
Tableau 5 : Comparaison entre différents pays des scores de capacité financière	40
Tableau 6 : Récapitulatif de l'inclusion financière par facteurs sociaux et démographiques.....	53
Tableau 7 : Sensibilisation et expérience des services financiers offerts par les institutions financières ...	55





Remerciements

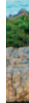
Ce rapport d'enquête sur la capacité et l'inclusion financière s'appuie sur les résultats d'une enquête réalisée avec le soutien du Programme de Recherche Stratégique de la Banque mondiale sur le Financement de la Réduction de la Pauvreté et de la Prospérité Partagée (SRP). Le rapport lui-même a été préparé dans le cadre du programme tendant à « élargir l'accès aux services financiers en Haïti » qui est soutenu par l'Initiative de Réforme et de Renforcement du Secteur Financier (FIRST).

L'enquête a été préparée par une équipe dirigée par Juan Buchenau (Spécialiste sénior secteur financier) et Luis Trevino (Spécialiste Secteur Financier) de la Pratique Globale Finance et Marchés (GFMDR) de la Banque mondiale (WBG). L'enquête a été adaptée au contexte haïtien par Luis Trevino et Fares Khoury (Economiste et Président d'Etude Economique Conseil (EEC) Canada) et testée sur le terrain par l'entreprise d'enquête canadienne EEC Canada. EEC a également déployé l'enquête finale entre septembre 2016 et mars 2017 en Haïti. L'analyse des résultats et la préparation du rapport ont été effectués par Ilka Funke (Spécialiste Inclusion Financière, Consultant GFMDR) et par Fares Khoury. La conception graphique de ce document a été réalisée par Aichin Jones et Amy Quach.

L'équipe souhaite exprimer sa profonde gratitude aux autorités haïtiennes, en particulier à celles de la Banque Centrale de la République d'Haïti (BRH), et celles de l'Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique (IHSI) pour leur coopération et collaboration durant la préparation et la mise en œuvre de l'enquête, mais également pour leurs commentaires relatifs aux résultats.

L'équipe est également reconnaissante du soutien apporté par Minah Je et Justin Archer (Consultants, GFMDR) et Lina Wedefort (Economiste, EEC Canada), ainsi que de celui de l'équipe centrale et de terrain de EEC Canada, dirigée par Isabelle Leyder (Directrice de projet adjointe). En outre, l'équipe souhaite remercier leurs pairs Emilie Bernadette Perge, Siegfried Zottel et Bilal Husnain Zia (Banque mondiale) pour leurs précieux commentaires sur ce rapport. Finalement, l'équipe remercie tout particulièrement Nicolas Megelas, (Country manager à EEC Canada), ainsi que tous les superviseurs et recenseurs dont les efforts et l'engagement ont rendu possible ce projet.

Enfin, l'équipe souhaite exprimer sa sincère gratitude à toutes les haïtiennes et tous les haïtiens qui ont patiemment répondu à l'enquête.





Abréviations et sigles

ACP	Analyse en composantes principales
BRH	Banque Centrale de la République d’Haïti
EEC	Etude Economique Conseil (EEC Canada)
EIAO	Entretien individuel assisté par ordinateur
GAB	Guichet automatique bancaire
GSMA	Association GSM
IHSI	Institut Haïtien de Statistique et d’Informatique
IMF	Institution de microfinance
INEC	Institution nationale d’épargne et de crédit
KYC	Obligation de connaître l’identité de son client (Know your customer)
LCB/LFT	Ensemble des règles contre le blanchiment de capitaux/ Lutte contre le financement du terrorisme
MTA	Maison de transfert d’argent
PPIF	Personnel pour la promotion de l’inclusion financière
PPT	Probabilité proportionnelle à la taille
SFM	Services financiers mobiles
SNIF	Stratégie Nationale d’Inclusion Financière
UEA	Unité d’échantillonnage aléatoire
UIF	Unité d’Inclusion Financière, BRH
WBG	Groupe de la Banque mondiale (World Bank Group)





Préface

La capacité financière, telle que définie par le Groupe de la Banque mondiale (WBG) et dans ce rapport, est la capacité d'une personne d'agir dans son meilleur intérêt financier en tenant compte des conditions socio-économiques et environnementales. Cela comprend la connaissance (alphabétisation financière), les attitudes, les compétences et le comportement des consommateurs par rapport à la compréhension, à la sélection et à l'utilisation des services financiers qui correspondent à leurs besoins (Banque mondiale 2013d).

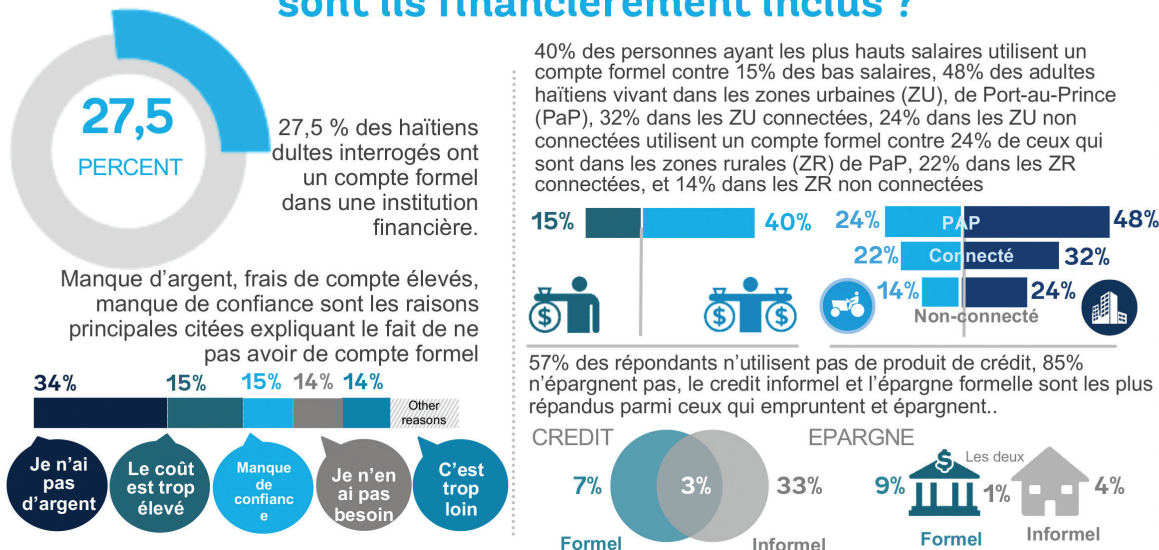
Améliorer les capacités financières est devenu une priorité pour les décideurs politiques qui cherchent à promouvoir l'inclusion financière, la stabilité financière et le fonctionnement des marchés financiers. Les individus doivent aujourd'hui prendre de plus en plus de responsabilités dans la gestion d'une grande variété de risques pendant le cycle de leur vie. Ceux qui prennent des décisions financières importantes et qui interagissent efficacement avec les prestataires de services financiers sont plus susceptibles d'atteindre leurs objectifs financiers, de se protéger contre les risques financiers et économiques, d'améliorer le bien-être de leur foyer et de soutenir la croissance économique. Le renforcement de la capacité financière est ainsi apparue comme un objectif politique qui complète l'agenda des gouvernements en matière d'inclusion financière et de protection des consommateurs. A cette fin, les décideurs politiques ont de plus en plus recours à des enquêtes comme outil de diagnostic pour identifier les aspects de capacité financière qui nécessitent une amélioration et les segments vulnérables de la population qui pourraient être ciblés par des interventions spécifiques.

La Banque mondiale a élaboré une Enquête sur la capacité et l'inclusion financière à la demande de la Banque Centrale de la République d'Haïti (BRH). La BRH a identifié, comme réformes prioritaires pour l'avenir, les compétences/la capacité financière ainsi que les faibles niveaux d'inclusion financière. Cette enquête est un outil essentiel de diagnostic ayant pour but de guider les autorités dans l'élaboration d'un plan détaillé en vue d'améliorer le niveau de capacité financière en Haïti. En outre, elle aidera les autorités à déterminer des objectifs quantifiables et concrets pour mettre à jour la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière (SNIF), évaluer les réformes nécessaires de l'offre, et évaluer l'efficacité des futurs programmes d'amélioration de la capacité financière.

Ce rapport couvre trois domaines principaux : Le chapitre 1 fournit de brèves informations sur la méthodologie utilisée et la composition des échantillons. Le chapitre 2 évalue ensuite le niveau d'inclusion financière en Haïti, et donne un aperçu plus détaillé sur l'utilisation des produits individuels. Le chapitre 3, quant à lui, évalue les différents aspects de la capacité financière en Haïti. Ceci comprend la connaissance par la population des prestataires de services financiers, leur niveau d'éducation financière (compréhension de concepts financiers tels que l'inflation, le taux d'intérêt et la diversification des risques), ainsi que les compétences sous-jacentes et les attitudes qui influencent le comportement financier de la population. Enfin, le chapitre 4 propose une synthèse des résultats et des recommandations pour l'élaboration d'un plan d'action pour l'éducation financière, qui doit être développé et mis en œuvre en tant que composante de la stratégie nationale d'inclusion financière et qui prendra en compte les mesures d'éducation financière en cours.

Principaux constats

Dans quelle mesure les haïtiens sont-ils financièrement inclus ?



Quelle est la capacité financière des haïtiens ?

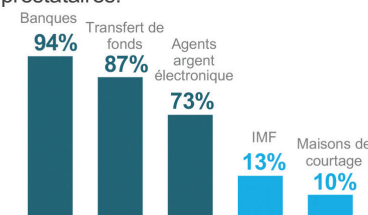
En Moyenne, les adultes ont pu répondre correctement à 3,6 questions d'ordre financier sur 7.



91% ont pu effectuer des divisions simples et 61% comprennent le concept d'inflation. Seuls 25% ont pu estimer correctement un intérêt composé.



En Moyenne, les adultes connaissent les services ou les produits de 3,9 prestataires.



Les répondants connaissent les services et produits offerts par les banques (94%), les institutions de transfert de fonds (87%), et les agents d'argent électronique (73%). Seuls 10% connaissent les maisons de courtage

Les répondants ont obtenu un faible score pour le comportement lié à la discipline, au non dépassement du budget, à la planification pour les vieux jours mais ils ont montré d'autres points forts :



Vivre de ses propres moyens (89)
Planifier pour les dépenses imprévues (66)
Maîtrise du budget(54)
Achat réfléchi (47)
Contrôle et suivi (42)



Choisir des produits financiers (41)
Epargner (30)
Planifier les dépenses des vieux jours(43)
Ne pas dépasser le budget(21)
Discipline (13)



Résumé analytique

Le gouvernement d'Haïti a pour priorité l'accroissement en profondeur de l'inclusion financière en Haïti. En 2013, il a lancé la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière (SNIF) avec pour objectif d'accroître l'accès aux services financiers responsables. La stratégie est actuellement en cours d'exécution.

Cette Enquête sur la capacité et l'inclusion financière a pour but de contribuer à la mise en œuvre de la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière et à soutenir le développement de mesures d'éducation financière ciblées. L'enquête a été réalisée entre septembre 2016 et mars 2017, avec un échantillon de 2000 haïtiens adultes interrogés, qui étaient nationalement représentatifs au regard du sexe, du cadre urbain ou rural, et du niveau de connectivité aux routes. L'enquête comprend des questions pour mesurer le niveau actuel d'inclusion financière de la population, et pour évaluer ses capacités financières au regard de la connaissance, des compétences, des attitudes et des comportements. A travers cela, elle a pour but (i) de fournir des données de base pour la mise en œuvre d'une stratégie d'inclusion financière, (ii) d'identifier les lacunes des capacités financières qui ont besoin d'être remédiées par des mesures d'éducation financière, et (iii) de vérifier les lacunes qui doivent être comblées au niveau de l'offre.

Niveau d'inclusion en Haïti

Le nombre de titulaires de comptes a augmenté ces dernières années, avec 27,5 pourcent d'haïtiens

adultes possédant un compte financier en 2017¹. Sur la base des résultats de l'enquête, il apparaît que 21,5 pourcent des haïtiens adultes possèdent un compte d'épargne ou un compte courant dans une banque ou une coopérative financière, et que 14,3 pourcent ont un portemonnaie électronique à partir duquel ils peuvent gérer des services financiers depuis leur téléphone mobile. Ceux qui ne sont pas financièrement inclus révèlent pour la plupart ne pas être en mesure de s'offrir un compte financier, ainsi que 34 pourcent des haïtiens adultes indiquent ne pas avoir assez d'argent pour un compte, et 15 pourcent indiquent qu'un compte est "trop onéreux".

La possession d'un compte financier est généralement corrélée au niveau du revenu des individus, au type d'emploi et au lieu. Les adultes ayant un compte d'épargne ou un compte courant vivent pour la plupart dans des zones urbaines (36,8 pourcent vivent à Port-au-Prince, contre 12,1 pourcent des adultes vivant dans des zones rurales non connectées) et appartiennent à la tranche de revenus la plus élevée (30,3 pourcent contre 12,9 à 21,8 pourcent des autres tranches de revenus). Les femmes sont moins susceptibles de posséder un compte (18,5 pourcent contre 24,3 pourcent pour les hommes). Des résultats similaires ont été obtenus pour les portemonnaies électroniques. Alors que peu d'individus confirment être capables d'épargner (seulement 15 pourcent des haïtiens adultes indiquent être en mesure de le faire), l'épargne des personnes résidant

¹ La base de données Global Findex a indiqué en 2014 que 18,9 pourcent de la population possède un compte financier, sur lesquels 17,5 pourcent dans une banque ou une coopérative financière. La donnée est cependant pas tout à fait comparable, dans la mesure où le fichier de données du Global Findex utilise une base d'adultes de 15 ans et plus alors que l'enquête sur la capacité financière prend en compte un échantillon d'adultes âgés de 18 ans et plus.

dans les zones urbaines est habituellement détenue dans des comptes formels, alors que les méthodes informelles jouent toujours un rôle important dans les zones rurales.

Environ 35 pourcent de la population adulte confirme envoyer ou recevoir des fonds, qui transitent pour la plupart par l'intermédiaires des maisons de transferts d'argent (MTA). En tout, 17 et 22 pourcent des haïtiens indiquent envoyer ou recevoir périodiquement des fonds. Les expéditeurs de transferts de fonds sont généralement situés à Port-au-Prince et dans des lieux connectés au réseau routier, alors que les destinataires des transferts des fonds vivent pour la plupart dans des zones rurales ou non connectées d'Haïti. Qu'ils soient financièrement inclus ou non, la plupart des individus continuent à envoyer ou recevoir des fonds via les maisons de transferts d'argent (62 pourcent pour les expéditeurs, 53 pourcent pour les destinataires). Dans les zones rurales, les méthodes informelles pour recevoir des fonds jouent également un grand rôle (40 pourcent des destinataires).

Alors que pratiquement plus de la moitié de la population haïtienne est actuellement engagée par une forme de prêt, seuls 10 pourcent des adultes sont engagés par un prêt contracté auprès d'un prestataire de services financiers formels. Emprunter de l'argent est particulièrement courant dans les zones rurales et non connectées, où plus de 60 pourcent des adultes indiquent avoir un prêt. Le niveau d'endettement apparaît élevé, avec par exemple 37 pourcent des personnes du dernier quartile indiquant avoir des dettes représentant entre 2 et 12 mois de salaire et 23 pourcent ayant des dettes représentant plus de 12 mois de salaire. Les besoins d'emprunt sont satisfaits pour la plupart grâce à des sources informelles. En matière de prêts formels, ce sont généralement les banques qui répondent aux besoins des personnes vivant en zones urbaines et ayant les plus hauts niveaux de revenu, alors que les coopératives financières et les institutions de microfinances tendent à atteindre les personnes ayant des revenus plus faibles et vivant dans les zones péri-urbaines et rurales.

L'utilisation des produits d'assurance et d'investissement est faible. Ces produits sont essentiellement limités aux personnes ayant de hauts revenus et à ceux vivant dans les zones urbaines, en particulier à Port-au-Prince.

Capacités financières

Afin d'augmenter l'accès aux services financiers d'une manière responsable, il est important de vérifier que les capacités financières sont adéquates. Les nouveaux clients et ceux existants doivent avoir une connaissance suffisante des prestataires de services et de leurs produits, comprendre les concepts financiers de base, et adopter une attitude et un comportement financiers adéquats pour sélectionner et utiliser les services financiers de manière responsable. L'enquête identifie cependant des lacunes substantielles dans toutes les dimensions des capacités financières en Haïti.

En Haïti, la sensibilisation de la population et l'expérience avec les prestataires de services financiers varient beaucoup. Les personnes sont, pour la plupart, sensibilisées aux banques commerciales, aux MTA, et aux prestataires de services de paiement électronique (respectivement 94, 87, et 73 pourcent)², mais connaissent peu les coopératives financières, les IMF, les compagnies d'assurance et les maisons de courtage (respectivement 40, 13, 20 et 10 pourcent connaissent ces types de prestataires). Les personnes les plus sensibilisées sont en majorité des adultes ayant un revenu plus élevé et résidant à Port-au-Prince.

Alors que deux tiers des usagers déclarent être satisfaits des services financiers reçus, l'enquête révèle cependant d'importants dysfonctionnements du fait des prestataires de services pour ce qui concerne la qualité de service, la gestion des liquidités et la disponibilité des informations. Les IMF et les MTA ont le plus faible niveau de satisfaction de services reçus (respectivement 51 et 59 pourcent), alors que les coopératives financières et les compagnies d'assurance atteignent toutes deux des niveaux de satisfaction client de plus de 90 pourcent.

² Prestataires de services qui offrent des comptes mobiles.

Le niveau d'éducation financière des haïtiens adultes montrent également de substantielles lacunes. Les haïtiens adultes comprennent ce qu'est un taux d'intérêt ou de change (respectivement 96 et 84 pourcent), mais les personnes vivant en zones rurales et ayant un niveau de revenu plus faible admettent qu'elles ne sont pas familiarisées avec des concepts telles que l'assurance, l'inflation et les titres boursiers (35, 26 et 26 pourcent appréhendent ces concepts). Cependant, la connaissance appréhendée et la compréhension de facto des concepts varie manifestement. Devant un test standard, les personnes n'étaient capables de répondre qu'à 3,9 questions sur 7, avec de grandes lacunes relevées dans la capacité à calculer un simple intérêt ou à comparer une promotion. Pourtant, de nombreuses personnes ont compris l'impact de l'inflation. De faibles niveaux d'éducation financière prévalent dans les zones rurales et non connectées du pays et parmi la population ayant les plus faibles revenus. Cependant, même les adultes financièrement inclus manquent de compétences de base, avec plus d'un tiers présentant de grandes lacunes. En outre, la différence est grande entre la connaissance qu'ils ont et celle qu'ils pensent avoir.

Il existe également de grandes lacunes pour ce qui est des attitudes et des comportements vis à vis de la gestion financière et des services financiers. Alors que de nombreuses personnes contrôlent leurs dépenses et planifient la manière de dépenser leur argent, le niveau de détail de la planification et le respect de celle-ci sont faibles. Des lacunes dans la planification et du respect de celle-ci sont plus visibles dans les zones urbaines et connectées et parmi les personnes ayant un niveau de revenu plus élevé, où les personnes ont plus de choix

pour dépenser leur argent et plus d'options pour générer des revenus supplémentaires. Globalement cependant, les personnes pensent ne pas pouvoir mettre d'argent de côté pour leurs dépenses futures dans la mesure où elles sont déjà contraintes pour couvrir leurs besoins essentiels. Ceci est particulièrement le cas dans les zones rurales, où les personnes manquent de sources générant des revenus additionnels et doivent faire avec un revenu volatile. Pourtant, les personnes reconnaissent manquer de discipline lorsqu'il s'agit de gérer de l'argent et de contrôler les dépenses. 62 pourcent des adultes indiquent, par exemple, acheter occasionnellement des biens superflus avant d'avoir couvert les dépenses essentielles, et révèlent ne pas être très disciplinés dans la gestion des dépenses. De cela il résulte que moins d'un tiers des adultes qui avaient des dépenses futures plus importantes étaient prêts à les couvrir, et que peu d'entre eux avaient mis de l'argent de côté pour leurs vieux jours. Ainsi, malgré une attitude générale positive vis-à-vis de l'épargne et une tendance à planifier les dépenses, les personnes interrogées ont une forte inclination pour vivre au jour le jour et ne pas planifier pour leur futur.

Enfin, l'enquête montre également une attitude passive à l'égard de la résolution des litiges, ainsi que de la recherche d'informations. Seuls 25 pourcent des utilisateurs de services financiers, qui avaient un problème avec le service, ont effectivement essayé de le résoudre. Le reste des utilisateurs ne faisant pas confiance aux mécanismes de résolution des litiges, ou n'avait pas l'information pour savoir où se diriger. Une attitude similaire a également été notée parmi ceux qui n'avaient pas encore rencontré de problème.

Étant donné ce qui précède, les recommandations principales qui se dégagent des résultats de l'enquête sont les suivantes :

	Recommandations	Responsable*	Délais**
Réformes relatives à l'offre	Réaliser un état de l'offre	BRH (FIU)	CT
	Développer la capacité des agents non bancaires et des employés des institutions financières pour augmenter la qualité du service	Prestataires de services financiers	De manière continue
	Améliorer la transparence de l'information dans les points où sont proposés les services financiers.	Prestataires de services financiers	De manière continue
	Renforcer la disponibilité des informations relatives aux mécanismes de résolution de litiges	Prestataires de services financiers, BRH	MT
Réformes relatives à la demande	Organiser des groupes de discussion pour compléter la recherche quantitative avec des informations qualitatives	BRH, Bailleurs	CT
	Développer des messages clé d'éducation financière qui peuvent être utilisés dans tous les programmes	BRH (UIF), Bailleurs	CT
	Développer une stratégie d'éducation financière	BRH (UIF), Parties prenantes	CT / MT
Réformes réglementaires	Exiger des rapports réguliers sur les points de services, et publier les informations.	BRH (UIF)	MT
	Mettre en place une législation relative à la protection du consommateur pour favoriser la diffusion et la transparence de l'information sur les services financiers et une conduite responsable du marché	BRH	MT
Bailleurs et ONG	Soutenir le développement d'une stratégie d'éducation financière	Bailleurs/ONG	CT / MT
	Intégrer des mesures d'éducation financière dans les programmes en cours	Bailleurs/ONG	MT
	Là où cela est possible, canaliser le soutien financier à travers le système financier	Bailleurs/ONG	MT

* UIF = Unité d'Inclusion financière au sein de la BRH, PSF = Prestataires de services financiers, ONG = Organisations non gouvernementales

** CT = court terme (dans les 6 mois), MT = moyen terme (Entre 6 mois et 2 ans), LT = long terme (plus de 2 ans)



1. Contexte et méthodologie de l'enquête

L'expansion de l'étendue et l'ampleur de l'inclusion financière est une priorité en Haïti.

Au cours des dernières années, les autorités haïtiennes ont fait des efforts considérables pour développer et mettre en œuvre des mesures pour augmenter l'accès aux services financiers de la population haïtienne. Les efforts s'inscrivent dans le cadre de la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière (SNIF), que le gouvernement a formulé en 2013 avec le soutien de la Banque mondiale. La SNIF repose sur cinq piliers: (i) disponibilité de services financiers responsables pour faciliter l'inclusions et la réduction de la pauvreté, (ii) l'accès au crédit pour favoriser la croissance économique, (iii) un accès géographique aux services financiers amélioré, (iv) une meilleure éducation financière et protection du consommateur, (v) des infrastructures et des institutions renforcées. La SNIF cible en particulier les groupes vulnérables tels que les petits agriculteurs, les femmes, les haïtiens vivant dans des zones éloignées et les travailleurs migrants³. La SNIF est actuellement en cours de mise à jour.

L'Enquête sur la capacité et l'inclusion financière en Haïti a pour but de mettre en lumière le niveau d'inclusion en Haïti, ainsi que ses contraintes en matière de capacité financière qui entravent l'utilisation des services financiers du côté de la demande. Les enquêtes nationales sur l'inclusion

financière permettent d'analyser le niveau d'inclusion financière dans une population, d'étudier la manière dont l'utilisation des produits financiers varie à travers les segments de la population, et à quel degré l'épargne, l'emprunt et le paiement sont canalisés via des prestataires formels de services financiers. Pour les réformes concernant la demande, les questions relatives à la capacité financière aident également à comprendre: (i) les connaissances des concepts et produits financiers de la population, (ii) leurs attitudes, compétences et comportements vis-à-vis des services financiers et de leurs prestataires, et (iii) leur gestion des ressources au jour le jour, la planification de l'avenir et comment rester au courant. Pour ce qui concerne les réformes de l'offre, les enquêtes fournissent des informations précieuses sur l'utilisation, la valeur et les limites des services financiers existants du point de vue du client, et révèlent les perceptions générales sur les institutions et les produits financiers dans le pays. Pris ensemble, les résultats des enquêtes sur les capacités financières et sur l'inclusion aident à (i) identifier les segments de la population qui ne sont pas actuellement financièrement inclus de manière adéquate, (ii) concevoir des réformes et des projets pour combler les lacunes liées à l'offre et à la demande, et (iii) fixer des objectifs nationaux d'inclusion financière en utilisant les résultats de l'enquête comme base de référence.

³ Banque de la République d'Haïti, Stratégie nationale d'inclusion financière 2013

Le questionnaire utilisé pour cette enquête a été testé dans le contexte de pays à revenu moyen et faible, et a été adapté au contexte spécifique d'Haïti. L'enquête est fondée sur un questionnaire développé pour les pays à faible et moyen revenu, avec le soutien du Fonds fiduciaire russe pour l'alphabétisation financière et l'éducation⁴. Lorsque nécessaire, la liste des fournisseurs de produits ou services financiers a été adaptée au contexte local d'Haïti. En outre, les tranches de revenus des personnes et des ménages ont été adaptées aux niveaux d'Haïti, et le statut principal des membres du ménage prend en compte trois nouvelles options permettant de différencier les employés agricoles ou les travailleurs indépendants de ceux dont les activités principales ne sont pas liées au secteur agricole. Etant donné que les envois de fonds jouent un rôle considérable en Haïti, le questionnaire haïtien comprend également quatre nouveaux segments pour enregistrer les tendances des envois de fonds (fréquence d'envoi et de réception de fonds, objectifs, canaux utilisés et niveaux de satisfaction par rapport à ces canaux).

L'enquête est représentative de la population active et a été effectuée auprès de 3000 adultes entre septembre 2016 et mars 2017⁵. La population a été divisée en six strates, les sections communales ont été identifiées comme rurales ou urbaines selon l'IHSI⁶ puis caractérisées par leur degré de connectivité au réseau routier national en Haïti (connectées (RN) et non connectées), à l'exception de Port-au-Prince qui est restée dans une catégorie à part et faisait l'objet d'une strate séparée. L'enquête elle-même a été réalisée en utilisant la méthode d'entretien individuel assisté par ordinateur (EIAO). Afin de garantir une excellente qualité des données et d'éviter les erreurs courantes liées aux enquêtes sur papier, une version électronique

du questionnaire, comprenant des tests de cohérence interne, a été programmée et l'enquête a été réalisée à l'aide de Power PC. Grâce aux efforts considérables déployés et aux stratégies utilisées⁷ le taux de non réponse totale était d'environ 5,1 pourcent du nombre total de ménages appartenant à l'échantillon.

Les répondants individuels au sein des ménages ont été sélectionnés à partir d'un échantillonnage en grappes à trois étapes. Les sections communales ont été sélectionnées au hasard en tant qu'unité primaire d'échantillonnage (UPE) avec une probabilité proportionnelle à la taille (PPT, nombre de ménages) au premier degré, et ont consisté à sélectionner 200 unités primaires d'échantillonnage pour atteindre l'échantillon cible. Dans chaque UPE sélectionnée, une liste de ménages a été dressée, à partir de laquelle 15 ménages ont été choisis au hasard et ciblés pour être sondés à la deuxième étape. Ce choix d'avoir 15 répondants choisis, au hasard au lieu de 20 par zone de dénombrement (ZD), a réduit l'effet potentiel de regroupement. Enfin, dans chaque ménage sélectionné, les adultes éligibles - en charge des finances personnelles ou du ménage - ont été sélectionnés au hasard, au moyen de la grille de Kish. Les pondérations individuelles ont été calculées et utilisées dans l'analyse suivante pour ajuster les probabilités variables de sélection (facteur de pondération).

Les répondants à l'enquête présentent les caractéristiques principales suivantes (cf. également l'Annexe C): 40 pourcent des adultes interrogés vivent en zone urbaine, alors que les 60 pourcent restant vivent en milieu rural. Un peu moins de la moitié des répondants sont des femmes (48 pourcent). En classant tous les individus en fonction du revenu déclaré de leur ménage et en les divisant en quatre

⁴ Une recherche qualitative complète a été réalisée pour développer cet instrument général d'enquête, comprenant environ 70 groupes témoin/de discussion et plus de 200 entretiens cognitifs dans huit pays. Ces recherches techniques ont été utilisées pour identifier les concepts qui sont pertinents pour des paramètres de moyen et faible revenu, et pour tester et adapter les questions afin de s'assurer qu'elles seraient bien comprises et ayant du sens quels que soient les niveaux de revenus et d'éducation. L'instrument a été ou sera utilisé dans 14 pays d'Amérique latine, d'Afrique, du Moyen Orient, d'Asie de l'est et du Pacifique.)

⁵ Population âgée de 18 ans et plus.

⁶ Des techniques d'échantillonnage probabiliste ont été utilisées pour sélectionner les 3000 adultes interrogés à l'aide des données de l'IHSI. (note de bas de page : la base d'échantillonnage pour l'enquête de capacité financière et d'inclusion en Haïti est extrait du rapport intitulé "Population Totale, Population de 18 ans et plus, Ménages et Densités Estimées en 2015" publié par l'Institut Haïtien de la Statistique et d'Informatique (IHSI). Ce rapport a utilisé les résultats des projections de la population à partir du 9ème recensement Haïtien de la population et des ménage à court terme (2014), moyen terme (2000 à 2015) et long terme (1050 et 2050) de l'IHSI et de la commission économique de l'Amérique latine et des Caraïbes pour estimer la population totale (par genre), la population adulte et le nombre de ménages par section communale. Une présentation de la méthodologie de l'enquête figure en Annexe E.

⁷ (note de bas de page: la formation des agents de recensement, par exemple, sur le refus de stratégies de reconversion, la communication avec les répondants pour les informer de l'enquête à venir mais également pour expliquer les objectifs de l'enquête, allant jusqu'à 5 tentatives de prise de contact à différents moments pendant la période de l'enquête, etc.)

groupes, 25 pourcent de la population appartient au segment de revenu le plus bas (jusqu’à 10 000 HTG par mois), 25 pourcent dans le deuxième quartile le plus bas (entre 10001 HTG et 19200 HTG), 25 pourcent dans le deuxième quartile le plus élevé (entre 19201 HTG et 35700 HTG) et 25 pourcent dans le quartile de revenu le plus élevé (plus de 35700 HTG). 47 pourcent des adultes interrogés ont moins de 35 ans, 37 pourcent ont entre 35 et 55 ans et 16 pourcent ont plus de 55 ans. Pour ce qui est du niveau d’éducation atteint, moins de 1 pourcent des personnes interrogées ont terminé ou ont le niveau d’études supérieures, 23 pourcent ont terminé ou ont le niveau d’études secondaires, 53 pourcent ont terminé ou atteint le niveau des études primaires ou informelles, tandis que près de 24 pourcent des adultes interrogés n’ont jamais été scolarisés. Le nombre moyen d’adultes par ménage est de deux, alors que la taille moyenne d’un ménage compte quatre personnes. L’annexe C montre que 39 pourcent des répondants vivent dans un

ménage composé d’une ou trois personnes, 43 pourcent dans un ménage comprenant quatre à six membres, et 18 pourcent vivent dans un ménage comprenant au moins sept personnes. Environ 33 pourcent des répondants vivent dans la zone métropolitaine de Port-au-Prince, 34 pourcent dans des zones qui ont accès aux routes nationales et les 33 pourcent restant vivent dans des zones non connectées.

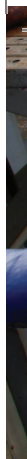
Les résultats de l’Enquête sur la capacité et l’inclusion financière ont été extrapolés pour correspondre aux caractéristiques principales de la population d’Haïti. Comme le montre le Tableau 1, il existe des différences mineures entre la répartition de la population haïtienne et la population extrapolée à partir de l’enquête (il est tenu compte de tous les membres du ménage). L’analyse utilise le terme de “répondants” chaque fois que les résultats de l’enquête n’ont pas été extrapolés.

Tableau 1 : Comparaison entre les données caractéristiques de recensement et profil d’enquête sur la capacité financière

Pays	IHSI	Enquête sur la capacité financière
Répartition en fonction du sexe		
Homme	49,6%	49,3%
Femme	50,4%	50,7%
Zone de répartition		
Urbaine	51,9%	51,4%
Rurale	48,1%	48,6%
Ménage par strate		
Rural - Port-Au-Prince (PAP)	0,9%	0,9%
Urbain - Port-Au-Prince (PAP)	24,2%	24,3%
Rural - Connecté (RN)	17,6%	17,7%
Urbain - Connecté (RN)	16,5%	15,9%
Rural - Non-connecté (H - Ile)	29,9%	30,0%
Urbain - Non-connecté (H - Ile)	11,0%	11,2%

Source: “République d’Haïti, Ministère de l’Économie et de Finances, Institut Haïtien de la Statistique et d’Informatique, Population totale de 18 ans et plus, ménages et densités estimés en 2015”, et Enquête sur la capacité et l’inclusion financière, Haïti 2017, Banque mondiale

Note: Les variables utilisées pour générer les indicateurs compris dans les tableaux et les schémas de ce rapport sont extraits du questionnaires d’enquête joint en Annexe F, et sont listés par tableau et schéma en annexe G.





2. Le niveau d'inclusion financière en Haïti

2.1 Concepts pour mesurer l'inclusion financière

L'inclusion financière telle que définie par le Rapport sur le développement dans le monde de 2014 (Banque mondiale 2013a), fait référence à la proportion d'individus et d'entreprises qui utilisent des services financiers. Étant donné que les enquêtes sur la capacité financière et l'inclusion portent uniquement sur les individus, le rapport utilise comme définition de l'inclusion financière « la part des individus utilisant des services financiers ».

Pour évaluer le niveau d'inclusion financière, le Groupe de la Banque mondiale utilise deux concepts :

- En tant qu'indicateur étroit d'inclusion financière, la proportion de la population ayant un compte financier formel est utilisée. Ceci comprend les comptes chèques et/ou d'épargne détenus dans des banques commerciales et des coopératives financières, de même que les portemonnaies électroniques. Grâce à ces comptes, les gens peuvent effectuer des transferts, payer des factures, recevoir des paiements, mais également mettre de côté/épargner de l'argent pour les dépenses futures ou d'urgence. Cet indicateur est utilisé par exemple comme indicateur clé dans l'enquête Global Findex de la Banque mondiale,

et permet la comparaison entre la possession d'un compte à travers les pays du monde.

- En tant qu'indicateur vaste d'inclusion financière, la proportion de la population possédant un compte formel ou un emprunt auprès d'un prestataire formel de services financiers est utilisée. En plus de l'indicateur étroit, cela comprend également les personnes qui possèdent une carte de crédit, un prêt ou un emprunt hypothécaire auprès d'une institution financière dûment autorisée telle qu'une banque, une coopérative financière, une institution de microfinance ou autres prêteurs formels.

Il convient de noter, que le niveau mesurable d'inclusion financière n'est pas identique à la proportion de la population qui peut accéder à des services financiers. Le Rapport sur le développement financier dans le monde de 2014 a mis en lumière que des personnes peuvent avoir accès à des services financiers abordables, mais décident de ne pas les utiliser (pour des raisons culturelles ou religieuses, par exemple, ou parce qu'ils n'en voient pas la nécessité). Il est difficile de mesurer la proportion de la population qui s'exclut volontairement de l'utilisation des services financiers, mais les évaluations de la capacité financière peuvent nous éclairer sur les perceptions erronées sous-jacentes concernant les produits financiers et les questions culturelles. Par contre, il existe des personnes dont l'accès aux services financiers est restreint, car elles n'ont pas (i) de fournisseur de services financiers

⁸ Dans le contexte d'Haïti, "portemonnaie électronique" fait référence aux comptes mobiles tel que "Mon Cash" de Digicel / Sogebank, et "Lajan Cash" lancé par la Banque Nationale de Crédit, ainsi que d'autres comptes mobiles existants qui sont utilisés pour payer les factures ou effectuer des transactions financières via le téléphone mobile.

à leur portée (manque d'accès géographique), (ii) ne peuvent pas se permettre les produits disponibles (manque d'abordabilité) ou (iii) ne peuvent pas apporter la documentation nécessaire ou remplir d'autres conditions (manque d'éligibilité). Dans la mesure du possible, la discussion ci-dessous sur l'utilisation des services financiers tentera de faire la lumière sur l'exclusion volontaire et de facto, les lacunes relatives à l'accès financier.

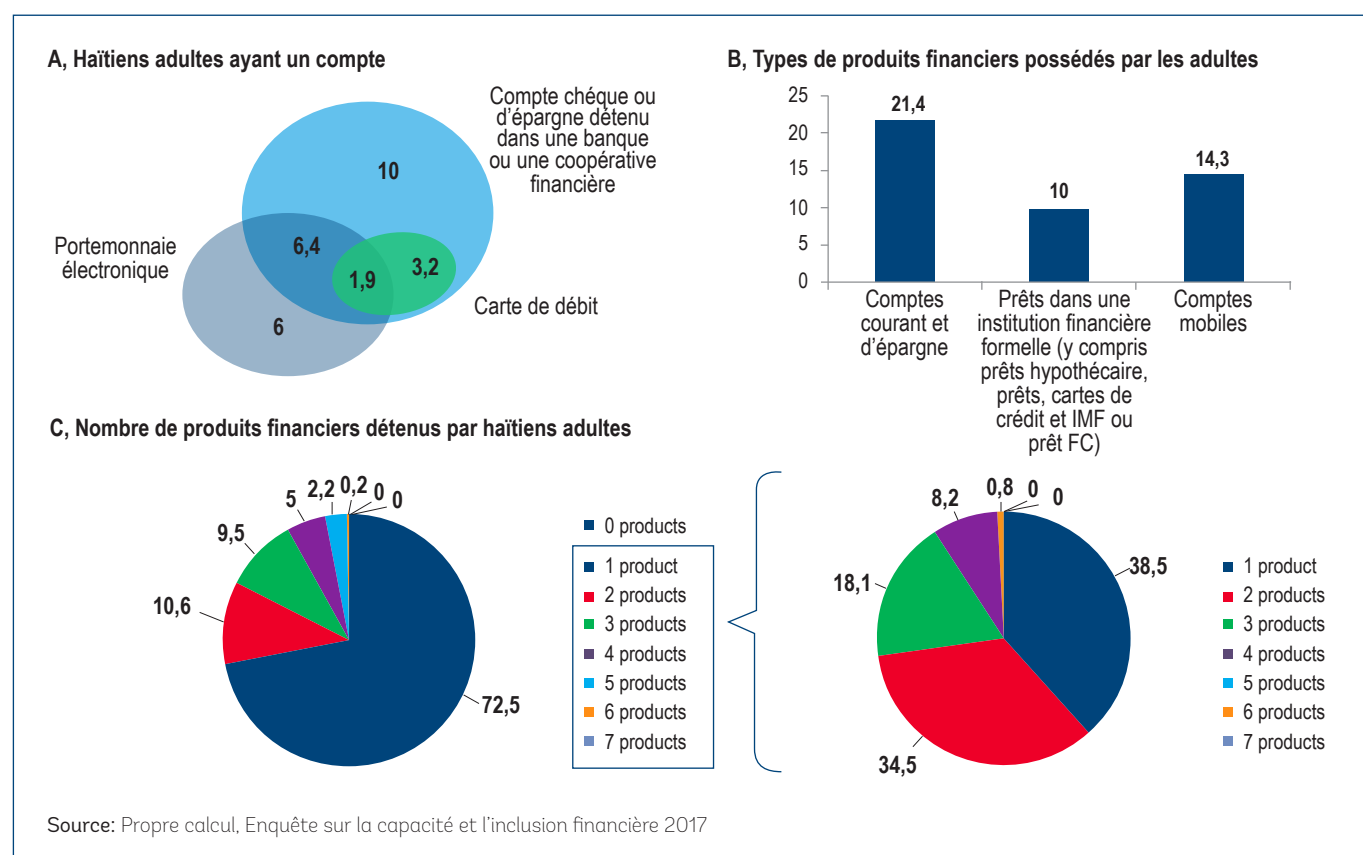
2.2 Mesure globale pour l'inclusion financière

Selon les résultats de l'enquête, 27,5 pourcent de la population possède actuellement un compte financier⁹. 21,5 pourcent des haïtiens adultes indiquent posséder un compte chèque ou d'épargne dans une banque ou une coopérative financière. Le Schéma 1A montre qu'une petite partie de ces détenteurs de compte

possède également une carte de crédit (5,1 pourcent des haïtiens adultes au total). De plus, 6 pourcent des haïtiens adultes indiquent posséder un portemonnaie électronique, mais pas de compte chèque ou d'épargne dans une banque ou une coopérative financière. Ceci montre que les portemonnaies électroniques permettent d'atteindre des segments de la population qui étaient jusqu'à présent non bancarisés.

Le niveau d'inclusion financière en Haïti ne diffère pas entre l'indicateur d'inclusion financière étroit et vaste, car tous les répondants ayant un produit de crédit disposent également d'un compte d'épargne ou courant, ou un portemonnaie électronique. Comme le montre le Schéma 1B, 10 pourcent des haïtiens adultes indiquent avoir un prêt, un emprunt hypothécaire ou une carte de crédit auprès d'une institution financière. Dans la mesure où un prêt en Haïti nécessite généralement des garanties en espèces, tous les emprunteurs doivent

Schéma 1 : Inclusion financière en Haïti



⁹ Dans ce rapport, le terme de compte financier fait référence à un compte chèque ou d'épargne ou un portemonnaie électronique détenu dans une institution financière formelle)

avoir un compte financier formel sur lequel les garanties en espèces sont gardées. L'utilisation de produits individuels sera évaluée plus en profondeur dans le chapitre suivant (2.3).

En ce qui concerne le nombre de produits, 10,6 pourcent des haïtiens adultes ont un produit financier, 9,5 pourcent en ont deux et 7,4 pourcent en ont plus de deux (cf. Schéma 1C). Aucun n’a plus de 5 produits financiers. Ceux qui en ont un seul sont principalement titulaires d’un portemonnaie électronique (6 pourcent des haïtiens adultes n’ont qu’un tel portemonnaie électronique), ce qui montre une fois de plus l’importance du rôle joué par les portemonnaies électroniques pour favoriser l’inclusion financière.

Compte tenu de l’augmentation récente du niveau d’inclusion financière, Haïti se situe maintenant dans la moyenne du niveau d’inclusion financière des pays à faible revenu. Une comparaison des résultats du

FinCap (2017) sur la possession de compte financier en Haïti et des résultats de l’étude Global Findex en 2014 montre, par exemple, que la proportion de la population d’Haïti ayant un compte formel a augmenté au cours des trois dernières années (cf. Tableau 2). Ceci est en partie dû à une augmentation de la proportion de la population ayant un compte chèque ou épargne, mais également à une augmentation de l’utilisation des portemonnaies électroniques. Alors que les données de l’Enquête sur la capacité et l’inclusion financière et de l’étude GobaI Findex ne sont pas totalement comparables¹⁰, la différence entre les deux résultats est suffisamment grande pour révéler une augmentation de l’inclusion financière ces dernières années. Haïti peut maintenant être comparée aux pays de faible revenu pour ce qui est de la propriété de comptes financiers en général. Haïti est cependant classé loin derrière l’Amérique latine et la région des Caraïbes, bien que les services financiers mobiles soient de plus en plus utilisés.

Tableau 2 : Détention d’un compte financier dans les pays et régions sélectionnés (2014, 2017)

	Haïti		Autres pays de la région (âge 15+)				Pays de référence par niveau de revenu (âge 15+)			
	FinCap (2017, âge 18+)	Global Findex (2014, âge 15 +)	LAC (émergent uniquement)	Bolivie	Rep. Dom.	Honduras	Faible revenu	Ghana	Tanzanie	Uganda
Compte (agrégé)	27,5	18,9	51,4	41,8	54,1	31,5	27,5	40,5	44,4	39,8
Compte dans une institution financière	21,4	17,5	51,1	40,7	54,0	30,0	22,3	34,6	27,8	19,0
Compte, femme	18,5	16,1	48,6	38,0	56,0	27,0	23,9	39,4	36,6	34,3
Carte de débit	5,1	4,1	40,4	23,1	22,6	14,2	6,6	9,8	17,8	11,5
Portemonnaie électronique	14,3	3,8	1,7	2,8	2,3	3,4	10,0	13,0	35,1	32,4
Portemonnaie électronique femme	15	3,8	1,3	0,9	0,8	3,0	8,8	11,8	29,0	26,6

Source: Enquête sur la capacité et l’inclusion financière en Haïti (2017) et l’enquête Global Findex de la Banque mondiale (2014) sur Haïti et les autres pays.
 Note: L’Enquête sur la capacité et l’inclusion financière en Haïti a été réalisée auprès d’adultes de 18 ans et plus, alors que l’enquête Global Findex utilise comme seuil 15 ans et plus. Les chiffres présentés ne peuvent donc pas être complètement comparés.

¹⁰ Global Findex mesure la propriété pour des adultes de plus de 15 ans, alors que l’étude sur la capacité financière en Haïti exclut le segment des personnes ayant entre 15 et 17 ans dans la mesure où elles sont moins financièrement incluses.

2.3 Utilisation de produits financiers individuels

2.3.1 Utilisation des comptes

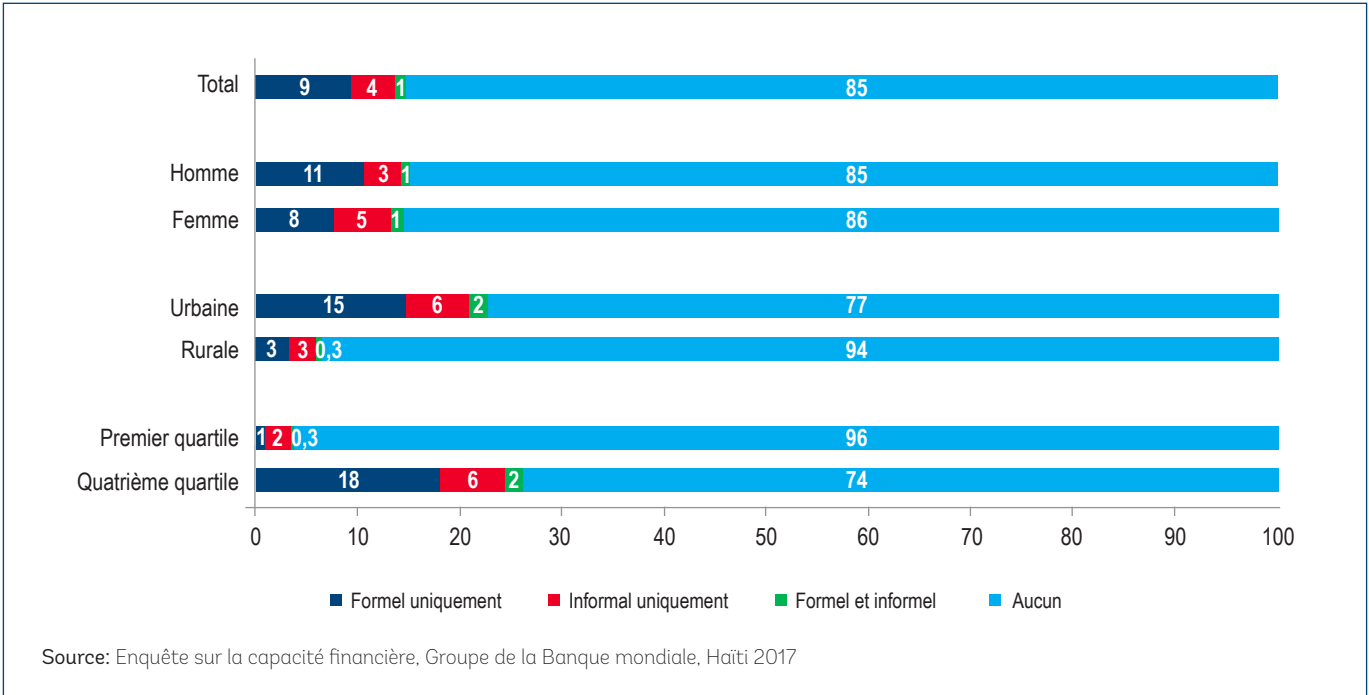
Comme cela est fréquent pour les pays à faible revenu, le haut niveau d’informalité de l’économie haïtienne et les niveaux élevés de pauvreté sont plus susceptibles d’avoir des répercussion sur la demande et le besoin de comptes chèque ou d’épargne.

- Moins de 10 pourcent des haïtiens adultes indiquent par exemple posséder un emploi formel comme source principale de revenu, ou recevoir des transferts du gouvernement/pension qui peuvent être transférés directement sur un compte financier pour économiser coûts et temps. Une grande majorité des répondants (plus de trois quart) indique être à son compte ou vivre d’un revenu agricole, avec vraisemblablement un flux de trésorerie limité. Environ un quart des haïtiens indique envoyer ou recevoir périodiquement des fonds (à l’intérieur ou à l’extérieur d’Haïti), qui peuvent être canalisés et/ou détenus sur des comptes financiers (cf. également 2.3.2)

- En ce qui concerne la détention des fonds sur un compte financier, la plupart des gens indique ne pas être capable de mettre de l’argent de côté ou d’épargner. Seule 28 pourcent de la population indique qu’il lui reste de l’argent après avoir payé pour l’alimentation et autres produits nécessaires. Découlant de ceci, seulement 15 pourcent de la population avoue avoir quelques économies, ce qui implique que les 85 pourcent des haïtiens adultes restants n’ayant pas d’argent mis de côté (voir Tableau 2). Les segments les moins favorisés de la population, particulièrement ceux vivant en zones rurales et ceux qui ne sont pas connectés au système routier national, n’ont pas d’épargne (96 pourcent des personnes du quartile de revenu le plus faible, par exemple).

La population urbaine dépose principalement ses économies sur des comptes financiers, alors que dans les zones rurales et parmi les personnes ayant un niveau de faible revenu, les formes d’épargne informelles prévalent. Le Schéma 2 montre que 71 pourcent de ceux qui ont de l’épargne mettent l’argent dans un produit financier formel. Les produits financiers formels constituent le choix de préférence pour l’épargne dans les zones urbaines et chez les personnes ayant un

Schéma 2 : Epargne formelle et informelle par sexe, zone urbaine/rurale et revenus



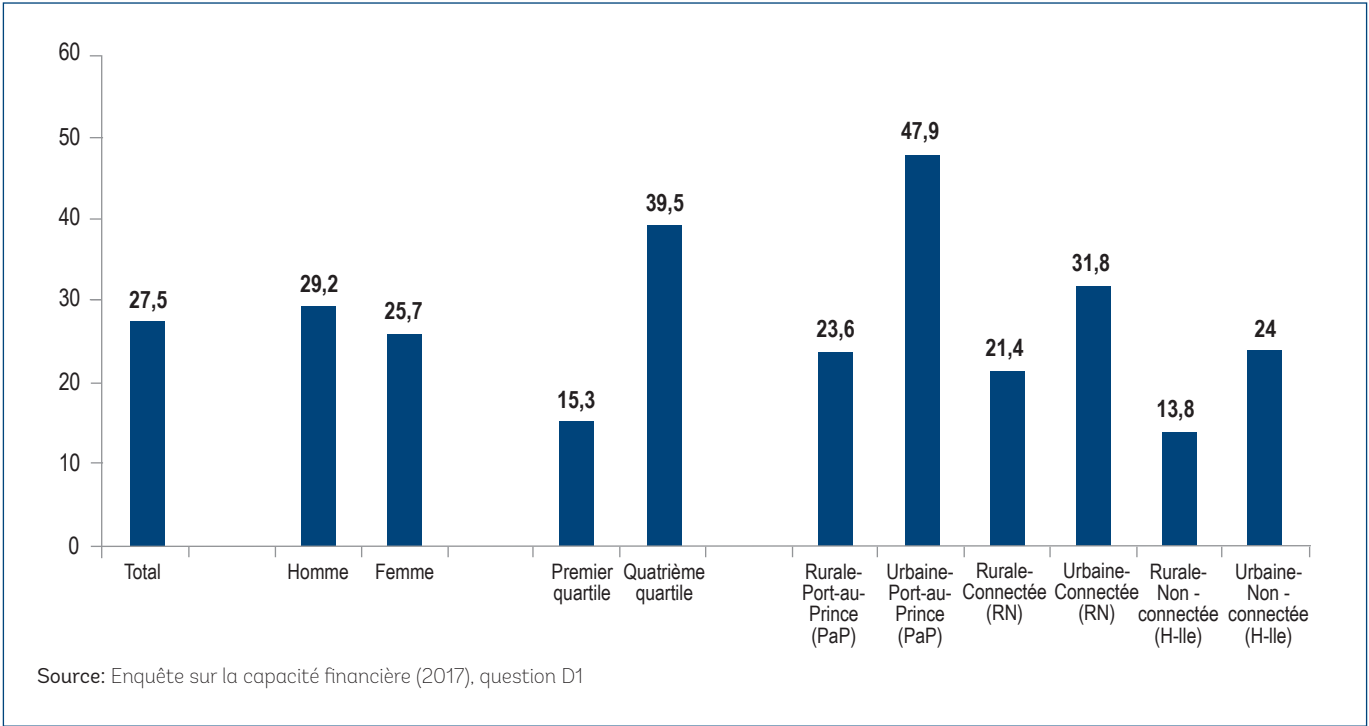
niveau de revenu plus élevé. Pour la population rurale et les personnes à revenu limité, l'épargne informelle continue à jouer un plus grand rôle, bien que l'incidence globale de l'épargne est plus faible.

Comme le montre le Schéma 3 et l'Annexe A, la possession d'un compte financier est positivement liée au niveau de revenu des personnes, au type d'emploi et au fait d'habiter à Port-au-Prince ou dans des zones connectées au réseau routier national. Les titulaires d'un portemonnaie électronique par exemple vivent pour la plupart en zone urbaine (23,2 pourcent contre 4,8 pourcent en zones rurale) et appartiennent à la tranche des plus hauts revenus (25,1 pourcent dans le quartile des plus hauts revenus ont un portemonnaie électronique contre 3 à 12 pourcent pour les autres quartiles). La proportion est identique pour les personnes ayant un compte chèque et/ou de dépôt. Cependant, les femmes sont un peu plus nombreuses à avoir un portemonnaie électronique, avec 15 pourcent des femmes indiquant qu'elles en ont un contre 13,7 pour les hommes. Ceci est une différence marquée par rapport aux comptes de chèques et de dépôt où le taux des femmes en possédant un était plus faible (24,3 pourcent pour les hommes contre 18,5 pour les femmes).

Les personnes n'ayant pas de compte chèque ou de dépôt indiquent pour la plupart qu'elles ne peuvent pas se permettre un compte. Ceci montre qu'il est nécessaire d'évaluer l'adéquation des produits disponibles. En tout, 34 pourcent des haïtiens adultes indiquent ne pas disposer d'assez d'argent pour avoir un compte et 15 pourcent indiquent qu'un compte est "trop coûteux". Ainsi, près de 50 pourcent des haïtiens adultes pensent qu'ils ne peuvent pas s'offrir un compte. 14 pourcent de la population indique être dans une zone géographique exclue des services financiers ("trop éloignés). Ceci est étonnamment faible étant donnée la pénurie de points de services financiers dans les zones rurales et non connectées, indiquant que la difficulté la plus grande est l'abordabilité. Compte tenu du pourcentage élevé de personnes qui affirment ne pas avoir les moyens d'avoir un compte financier, une évaluation des produits disponibles devrait être réalisée pour identifier les lacunes potentielles dans l'offre de services financiers.

Les données aussi démontrent des lacunes sous-jacentes dans les capacités financières qui ont des effets négatifs sur l'utilisation de comptes financiers. 36 pourcent des haïtiens adultes s'empêchent

Schéma 3 : Possession de compte financier agrégé (par sexe, zone urbaine/ rurale et niveau de revenu)



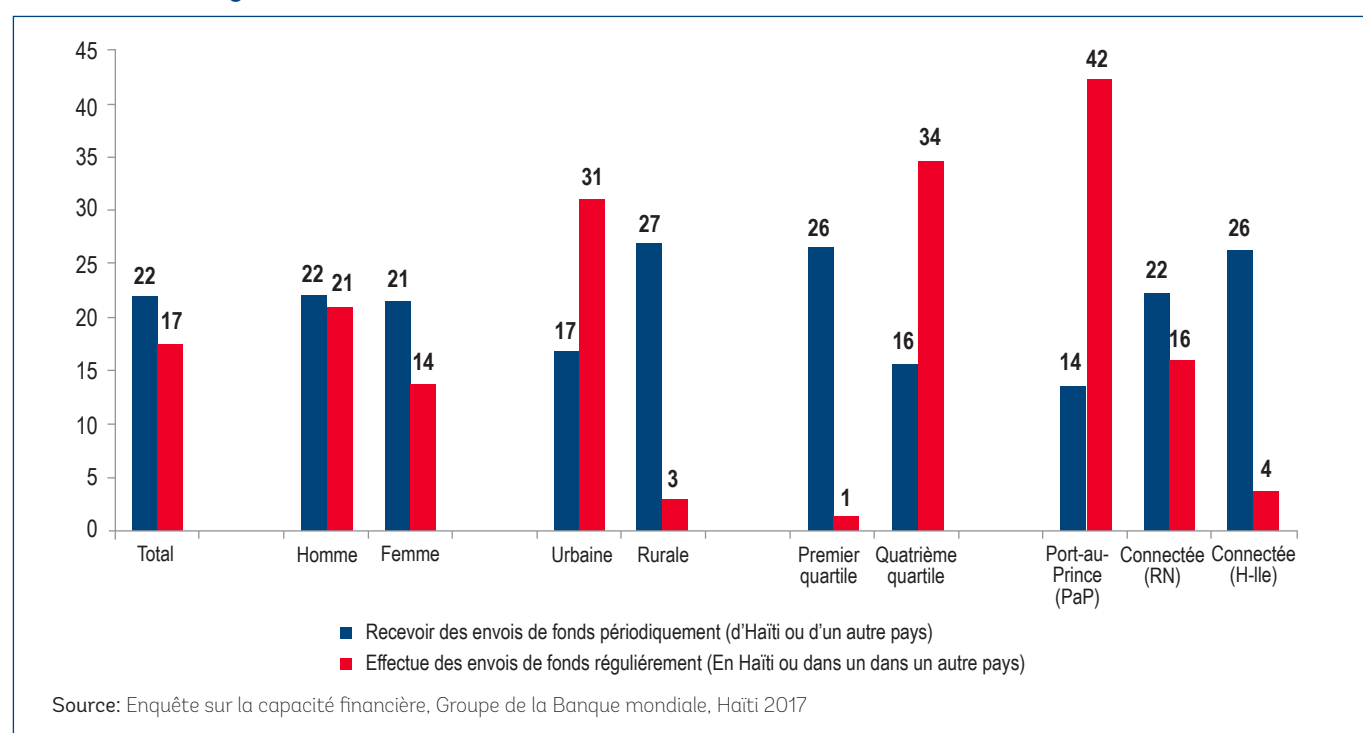
volontairement de posséder un compte financier. 14 pourcent indiquent de pas en avoir besoin, 7 pourcent révèlent préférer utiliser des espèces et 15 pourcent indiquent qu'ils n'ont pas confiance dans les institutions financières. Ce niveau élevé d'exclusion volontaire montre l'existence d'attitudes et de comportements dans la population qui doivent être surmontés pour inclure financièrement ces personnes. En outre, les résultats concernant le caractère inabordable affichés de services financiers ne varient pas beaucoup en fonction du niveau de revenu, ce qui indique des lacunes dans la prévision et la planification financière. 23 pourcent seulement de ceux qui indiquent avoir régulièrement ou parfois de l'argent qui leur reste, ont un compte. Et 46 pourcent des personnes dans le quartile des plus hauts revenus révèlent un manque d'argent pour couvrir les dépenses des besoins fondamentaux et d'être incapables d'épargner. De même, les commentaires sur la proximité géographique des services financiers ne dévie pas tellement en fonction de la localisation géographique ou entre les zones rurales et urbaines. A Port-au-Prince, 18 pourcent des personnes considèrent par exemple que les services financiers sont trop loin, contre 13 pourcent des personnes en zones non connectées. Tout ceci montre des lacunes dans les capacités financières, elles seront étudiées plus en profondeur dans le chapitre 3.

2.3.2 Envois de fonds et autres transferts financiers

Un certain nombre de questions dans l'enquête met en lumière des tendances dans les envois de fonds et dans la manière dont ils sont canalisés. Ceci couvre tous les envois de fonds, indépendamment du fait qu'ils soient effectués à l'intérieur d'Haïti ou impliquent un autre pays. Dans la mesure où les envois de fonds sont des transferts financiers, les résultats peuvent servir à donner une idée de la manière dont les transferts financiers et paiements de facture sont généralement réalisés en Haïti, et dans quelle mesure ils impliquent des services financiers formels.

Les données révèlent des caractéristiques socio-économiques et démographiques différentes d'expéditeurs de fonds et de récepteurs. Le Schéma 4 montre que 4,17 pourcent des haïtiens indiquent envoyer périodiquement des fonds, alors que 22 pourcent confirment en recevoir périodiquement. Il n'est guère surprenant que les expéditeurs de fonds haïtiens soient dans le quartile des revenus les plus élevés, avec une incidence sur les fonds reçus qui est plus forte pour les personnes dans les quartiles des revenus plus faibles. En outre, les expéditeurs de fonds sont principalement situés

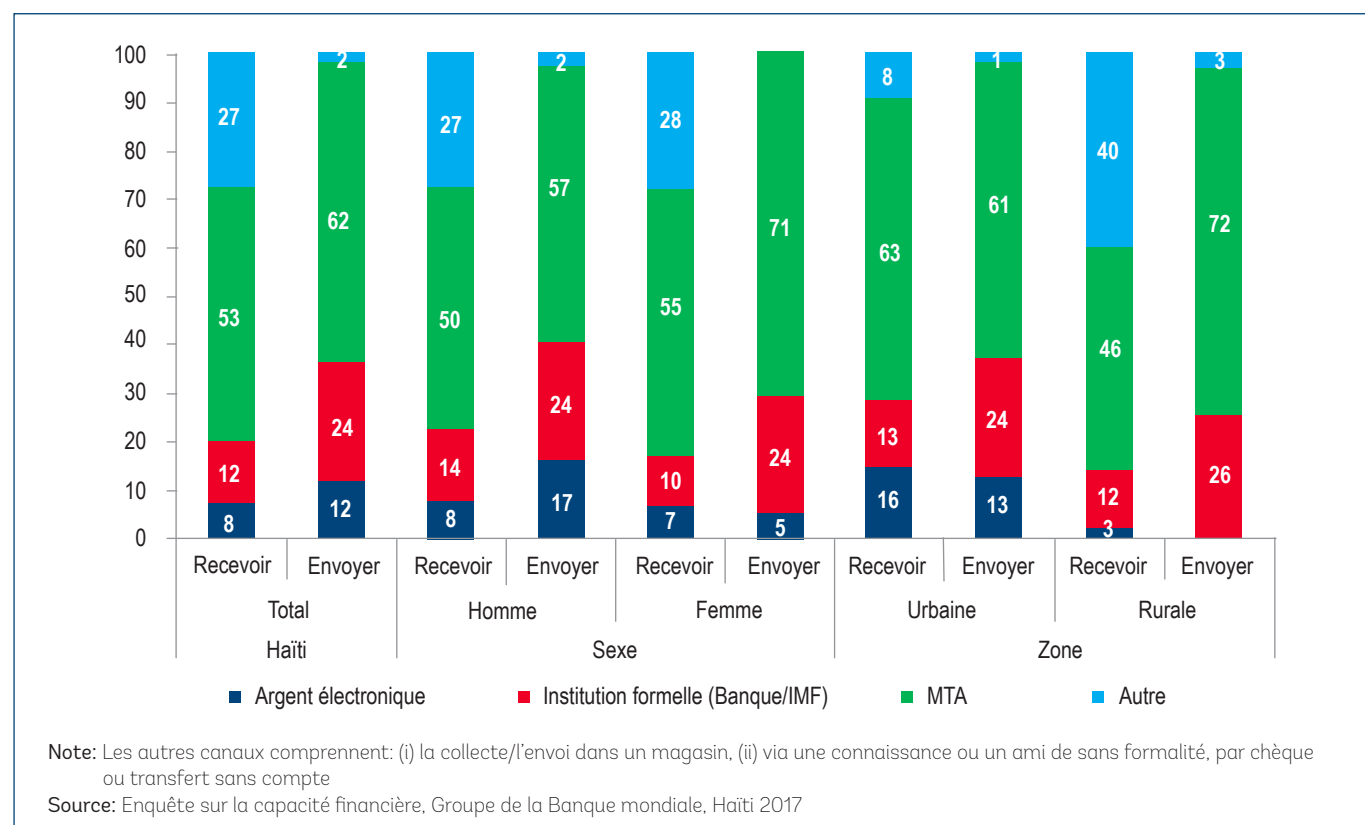
Schéma 4 : Tendance relative aux envois de fonds par sexe, zone urbaine/ rurale, revenu, zone et strate



à Port-au-Prince et dans les autres zones connectées, alors que les personnes situées dans les zones urbaines non connectées ou les zones rurales connectées/non connectées reçoivent principalement des fonds. Les données montrent également des différences en termes de genre, avec moins de femmes que d'hommes envoyant des fonds. Bien que les résultats de l'enquête ne soient pas représentatifs au niveau du département, les données montrent que les deux départements de "l'Ouest" et de "l'Artibonite" ont une plus forte incidence de personnes envoyant des fonds, alors que les personnes des départements tels que le "Centre" ou la "Grande Anse" reçoivent principalement des fonds. En fait, 31,6 pourcent des répondants du premier groupe envoient des fonds régulièrement contre 4,4 pourcent dans le second groupe. Les différences par départements montrent l'existence d'un corridor de mouvement de fonds entre les départements, que les prestataires de services financiers pourraient explorer pour développer des produits financiers adéquats et pour rechercher quels types de points de services financiers utiliser.

Moins d'un tiers des fonds transitent par des comptes financiers formels. La grande majorité des fonds sont envoyés/reçus par le biais de maisons de transfert d'argent (MTA) (respectivement 62 et 53 pourcent, cf. schéma 5). Dans les zones rurales, 40 pourcent des fonds sont reçus via des canaux informels (famille, amis, ou dans des magasins), contre seulement 8 pourcent dans les zones urbaines. Au total, seulement 24 pourcent et 12 pourcent des envois/réceptions de fonds transitent par un compte dans une institution financière formelle, et 12 pourcent des expéditeurs de fonds seulement et 8 pourcent des récepteurs utilisent des portefeuilles électroniques. 39,5 pourcent des répondants ayant un portefeuille électronique continuent d'utiliser les services des MTA pour envoyer des fonds, et 18 pourcent des répondants ayant un compte bancaire passe par un MTA. Un portefeuille électronique pour envoyer/recevoir de l'argent est plus fréquemment utilisé dans les zones urbaines où la pénétration des comptes mobiles est plus forte.

Schéma 5 : Canal utilisé pour envoyer et recevoir des fonds par sexe et zone urbaine/rurale



Alors que la plupart des personnes envoyant des fonds semblent satisfaites de la qualité des services de transfert, le niveau de satisfaction est moins élevé pour les récepteurs des transferts. Les adultes sondés étaient le plus satisfaits en utilisant des canaux informels ou leur portefeuille électronique pour l'envoi de fonds (cf. Schéma 6). Concernant le niveau de satisfaction du service de réception des fonds, les MTA arrivent en tête (84 pourcent), suivis des canaux informels (79 pourcent), des portefeuilles électroniques (78 pourcent), et des banques / IMF (76 pourcent). Le niveau de satisfaction par prestataire de service sera étudié plus en détail au chapitre 3.1.

2.3.3 Utilisation des produits de prêt

Pratiquement la moitié des adultes de la population d'Haïti emprunte actuellement de l'argent. Emprunter de l'argent est particulièrement prévalent dans les zones rurales et non connectées, où 64 et 62 pourcent des adultes indiquent avoir un prêt (contre 28 pourcent dans les zones urbaines et 24 pourcent à Port-au-Prince). Comme le montre le Schéma 7, les données suggèrent également une grande différence entre les niveaux de revenu, avec une incidence d'emprunt diminuant régulièrement allant des quartiles de plus faibles revenus (61 pourcent ont actuellement un emprunt) aux quartiles des revenus les

plus élevés (27 pourcent ont actuellement un emprunt). Conformément à ceci, les régions qui ont les niveaux de pauvreté les plus élevés et une population rurale plus importante connaissent une plus grande proportion d'adultes endettés.

Les niveaux de dette apparaissent élevés, avec en particulier les personnes en milieu rural fortement endettées. Au total, 43 pourcent des haïtiens adultes ont une dette représentant plus de deux mois de salaire. 26 pourcent des haïtiens adultes indiquent avoir des niveaux de dette allant de 2 mois à 12 mois de revenu, et 17 pourcent ont des dettes représentant plus de 12 mois de revenu. Les niveaux d'endettement sont particulièrement fréquents dans les zones rurales et non connectées de même que dans le quartile des revenus les plus bas où le revenu est plus tendu et plus volatile. Pour ces groupes, un pourcentage élevé de 37 pourcent estime avoir une dette représentant entre 2 et 12 mois de revenu, et 23 pourcent ont des dettes de plus de 12 mois de revenu. Malgré ces niveaux élevés de dette, aucun(e) répondant(e) n'a indiqué avoir emprunté plus de ce qu'il/elle pouvait s'offrir et peu de personnes pensent qu'elles ont atteint leurs limites par rapport à l'emprunt (Schéma 8). Presque tous pensent qu'ils pourraient emprunter plus si nécessaire.

Schéma 6 : Satisfaction des clients vis-à-vis des services d'envois de fonds

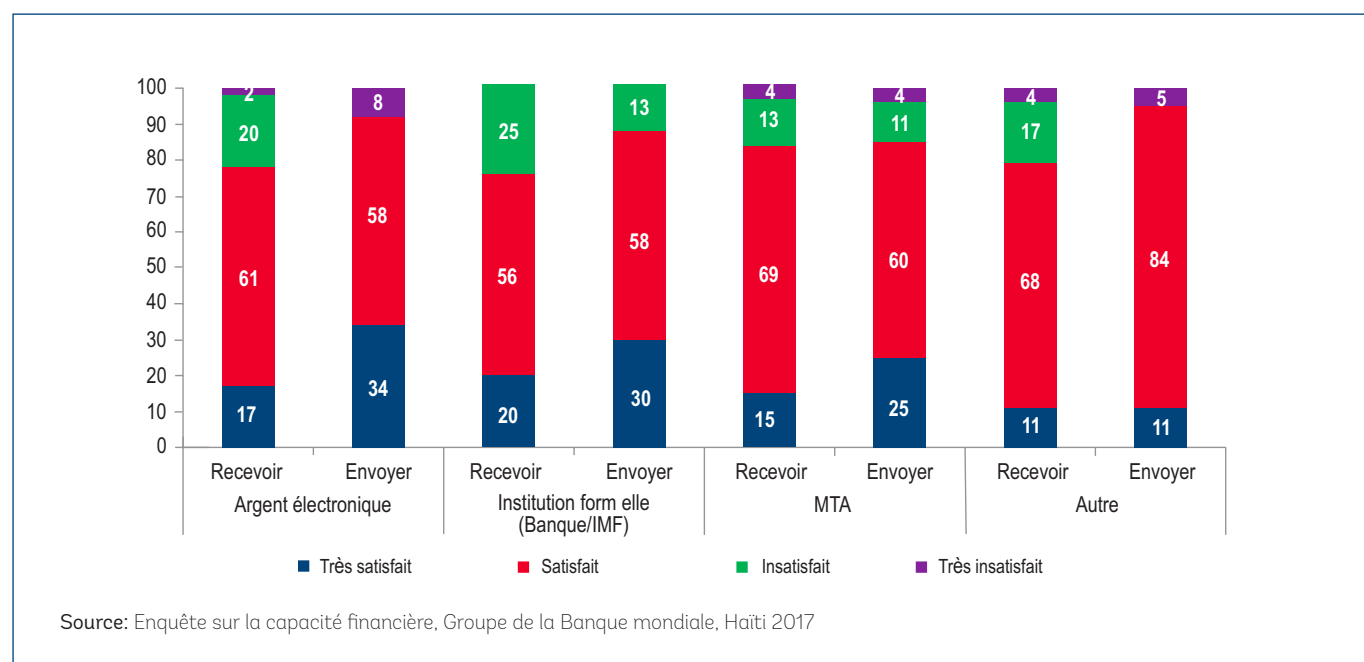


Schéma 7 : Niveau de dette des haïtiens adultes

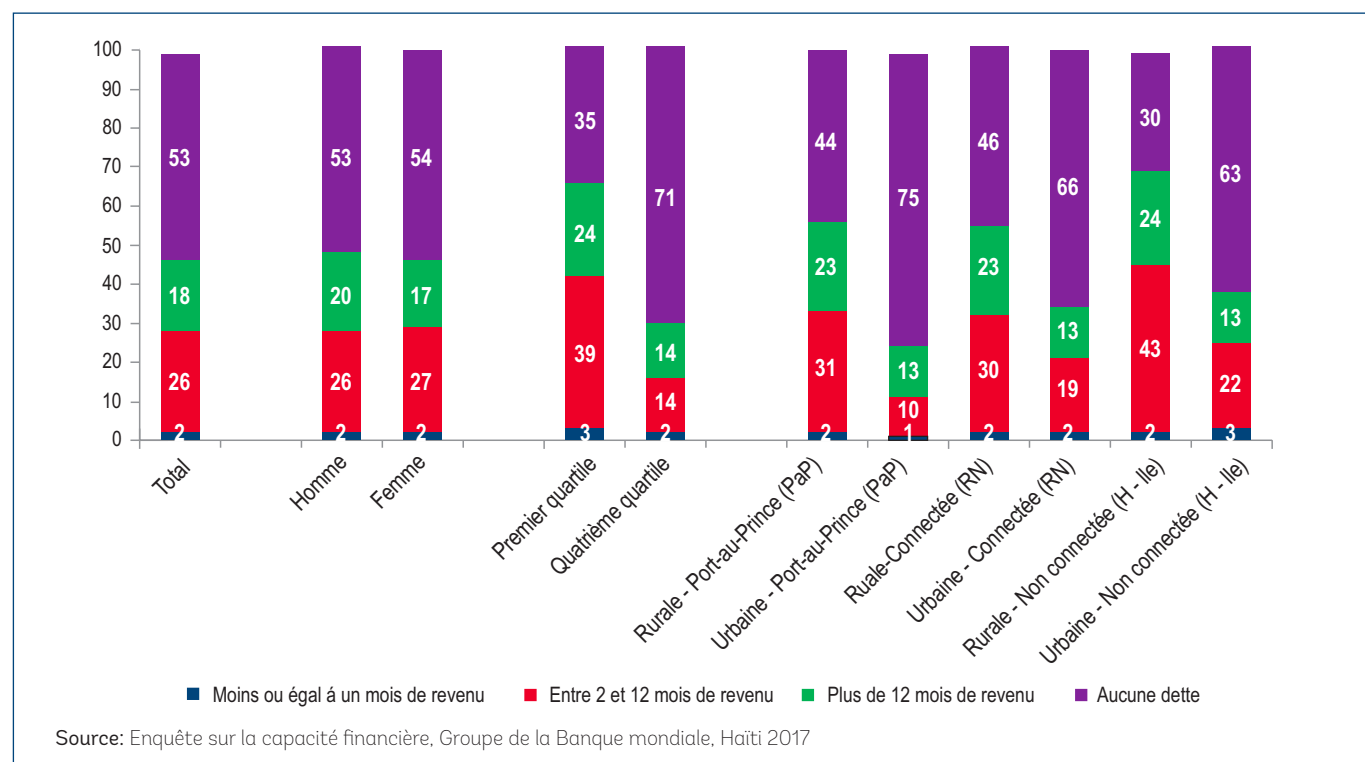
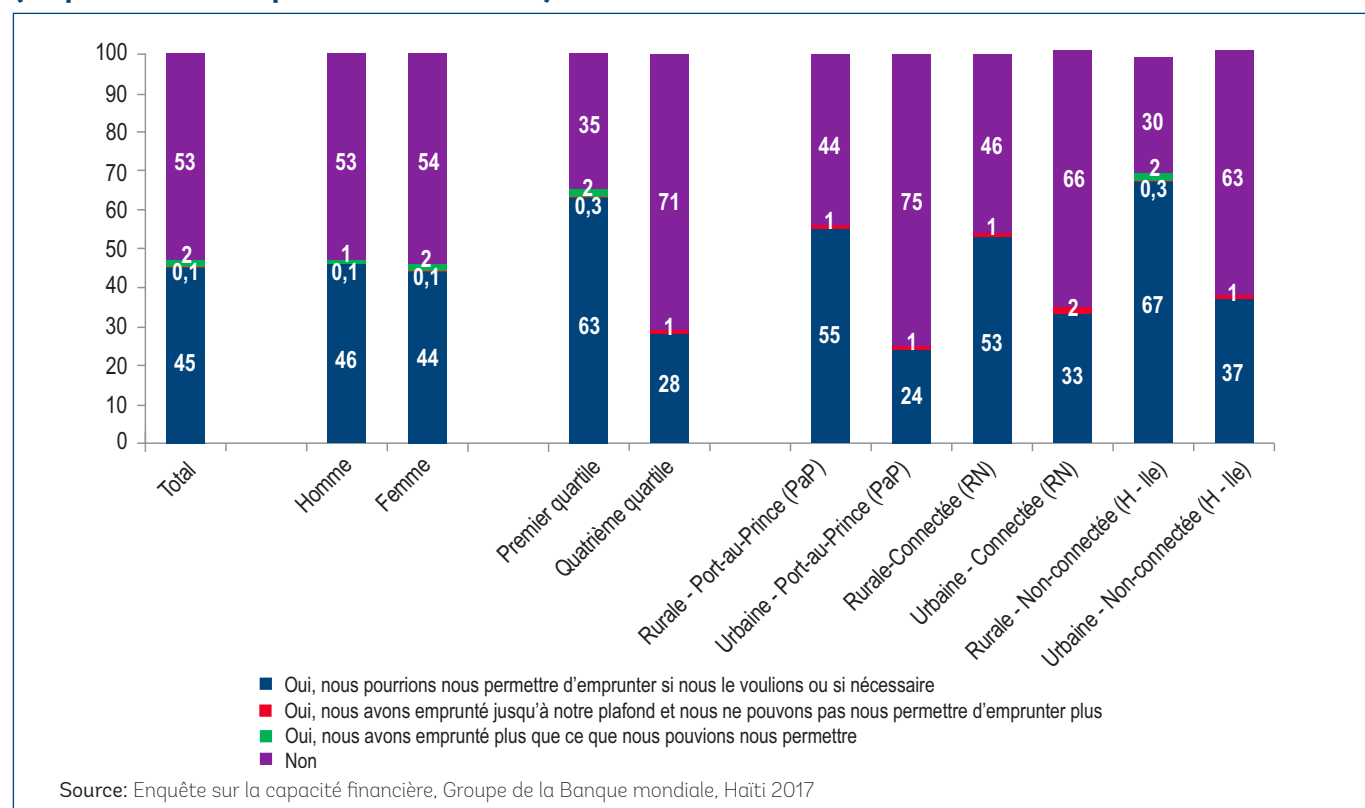


Schéma 8 : Niveau de confiance dans l'idée d'être capable de rembourser une dette (en pourcent de répondants endettés)

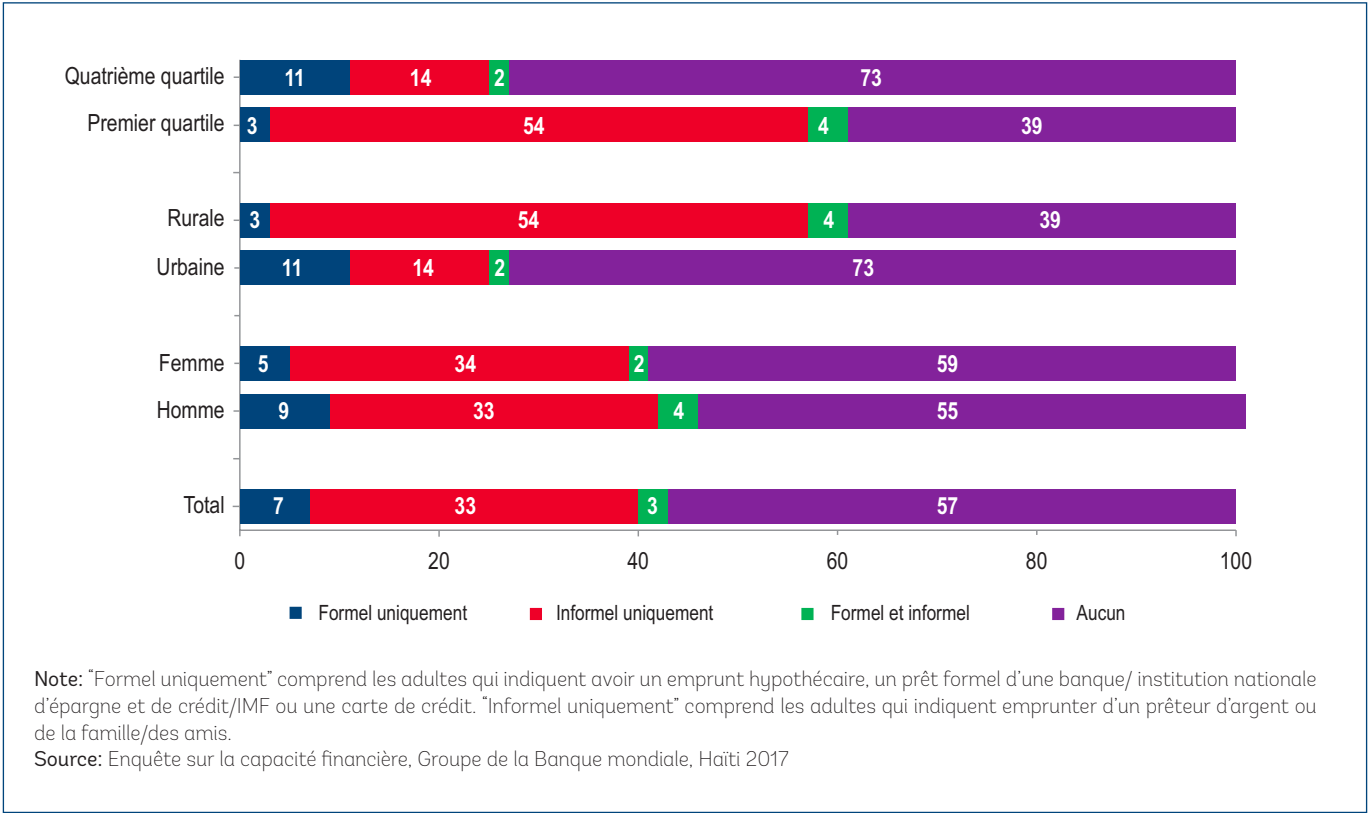


La forte demande de dette est principalement satisfaite par le crédit informel de voisins et d'amis, ainsi que de groupes d'entraide ou de solidarité. Comme cela peut se voir sur le Schéma 9, 36 pourcent de la population indique avoir actuellement de tels prêts informels. L'usage de sources informelles d'emprunt est particulièrement élevé en zones rurales (58 pourcent contre 16 pourcent en zones urbaines et 9 pourcent à Port-au-Prince). En outre, l'utilisation de crédit informel est également élevée pour les personnes du quartile des plus bas revenus (57,8 pourcent contre 15,8 pourcent pour le quartile des plus hauts revenus). Les femmes ont moins tendance à emprunter.

Environ 10 pourcent de la population utilise des produits de prêt proposés par les institutions financières formelles, avec une segmentation visible par groupe de population ou de localisation. L'annexe A montre que 4,7 pourcent de la population dispose actuellement d'un prêt dans une banque, 2,8 pourcent d'un prêt hypothécaire et 3,5 pourcent ont contracté

un prêt auprès d'une institution de microfinance ou coopérative financière. En outre, 2,8 pourcent de la population possède une carte de crédit. Etant donné une plus forte présence des banques en zones urbaines, les personnes des zones urbaines et celles ayant un plus haut niveau de revenu, se tournent plus vers les prêts bancaires et les emprunts hypothécaires. D'un autre côté, les prêts contractés auprès des institutions de microfinance et des coopératives financières ont un plus forte prévalence en zones rurales et parmi les personnes ayant les plus faibles revenus. Environ 30 pourcent des emprunteurs des institutions formelles indiquent avoir plus d'un crédit (principalement 2 crédit), avec en particulier, les personnes titulaires d'une carte de crédit indiquant avoir un prêt formel (50 pourcent des répondants). Certains chevauchements sont à noter entre les prêts consentis par les institutions de microfinance et les prêts/emprunts hypothécaires consentis par les banques (25 pourcent des répondants indiquent avoir un microcrédit et un prêt bancaire).

Schéma 9 : Forme et niveau de dette des haïtiens adultes - Haïtiens adultes ayant ou non des dettes formelles ou informelles



L'analyse suggère qu'ils existe un grand potentiel non exploité pour le crédit formel en Haïti. Le chapitre 3 sera l'occasion de voir que le faible recours au crédit formel est dû à une lacune de connaissances et de compréhension des produits disponibles, et de lacunes de capacité financière en général. Cependant, les analyses montrent également des lacunes du côté de l'offre, en particulier dans les zones rurales et non connectées.

2.3.4 Autres produits financiers

Seules les personnes du quartile des plus hauts revenus et celles de Port-au-Prince utilisent des produits d'investissement. En tout, 0,3 pourcent de la population confirme avoir un produit d'investissement.

La proportion de la population ayant des produits d'assurance est également faible. 2,7 pourcent de la population possède un produit d'assurance santé ou vie, et 3 pourcent une assurance générale couvrant leur voiture, les affaires du ménage ou autres possessions. Quel que soit le type d'assurance, l'utilisation de produits d'assurance est plus élevée à Port-au-Prince (respectivement 4,4 pourcent et 7,2 pourcent) et dans les autres zones urbaines connectées. En fonction de la couverture géographique, les répondants des départements "Ouest", "Sud" et de "L'Artibonite" indiquent plus fréquemment avoir une assurance vie ou santé, alors que l'assurance générale était, en comparaison, plus fréquemment mentionnée dans les départements "Centre", "Nord-Est" et "Ouest".





3. Capacités financières

La capacité financière, telle que définie par le Groupe de la Banque mondiale et dans ce rapport, est la capacité d'une personne d'agir dans son meilleur intérêt financier, étant donné les conditions socio-économiques et environnementales. Cela englobe la connaissance (alphabétisation financière), les attitudes, les compétences et le comportement des consommateurs par rapport à la compréhension, la sélection et l'utilisation de services financiers qui correspondent à leurs besoins (Banque mondiale 2013d).

3.1 Connaissance et expériences des prestataires de services financiers

Des connaissances adéquates et une bonne attitude vis à vis des prestataires de services et de leurs produits sont d'importants éléments de capacité financière. Si les personnes ne connaissent pas les prestataires de services ou s'ils ont une mauvaise perception de ce qu'ils peuvent attendre, ils sont plus susceptibles de s'empêcher eux-mêmes d'utiliser les services disponibles ou de faire des choix non pertinents. Pour mesurer les connaissances et l'expérience antérieure de la population pour chaque type d'institution, l'enquête a cherché à obtenir des informations sur (i) la sensibilisation reportées par la population vis à vis des prestataires de services et de leurs produits (ii) le fait de savoir si les personnes avaient déjà essayé un service d'un prestataire, et - pour les personnes qui l'avaient fait, (iii) les niveaux de satisfaction vis à vis du service reçu. En outre, l'enquête a demandé aux bénéficiaires d'envoi de fonds et aux envoyeurs, qui avaient indiqué ne pas être satisfaits par le service reçu, les raisons de leurs insatisfaction. Un indice de sensibilisation aux institutions financières

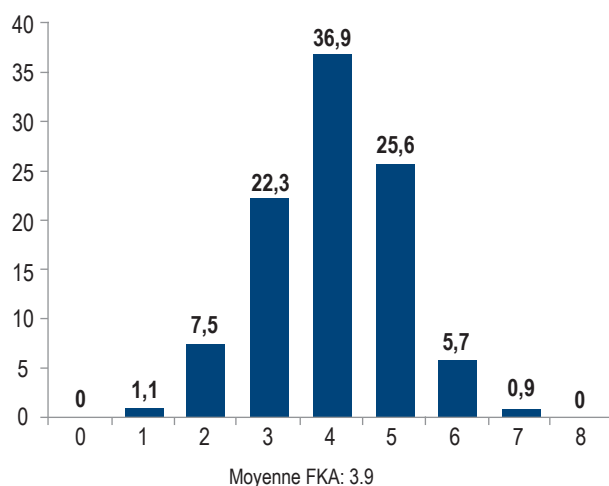
a été élaboré à partir des résultats de l'enquête, dans lequel la connaissance des prestataires est résumée en différents segments de la population. Cet index va de 0 à 8, où 0 s'applique aux répondants qui ne sont familiers avec aucun prestataire de services et 8 pour ceux qui sont familiers avec tous les prestataires. Les résultats obtenus par chaque prestataire de service financiers sont étudiés séparément.

Ainsi que cela sera étudié plus en détail pour chaque type de prestataire de services, la sensibilisation de la population vis à vis des prestataires de services varie grandement. Les personnes sont plus sensibilisées aux banques commerciales, aux MTA et prestataires de service de portemonnaies électroniques¹¹, mais manquent de connaissances sur les coopératives financières et les institutions de microfinances (cf. Schéma 10). En outre, les commentaires sur les prestataires de services de portemonnaies électroniques montrent des lacunes dans la compréhension du mécanisme d'un tel portemonnaie électronique. Ce sont d'importantes lacunes dans les connaissances, car elles concernent les prestataires de services qui s'intéressent aux activités de détail et ciblent les segments actuellement exclus de la population, en

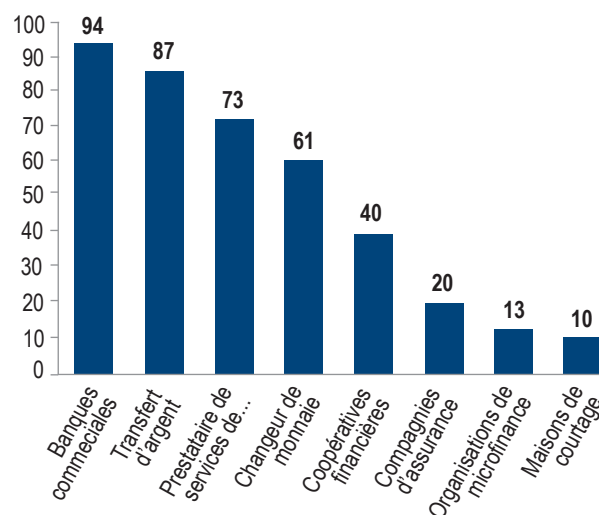
¹¹ Les prestataires de services qui offrent des comptes mobiles

Schéma 10 : Connaissance perçue relative aux institutions financières et à leurs produits

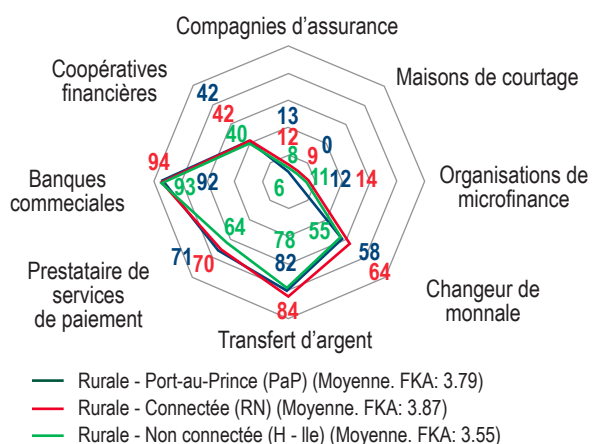
A. Nombre d'institutions que les personnes indiquent connaître



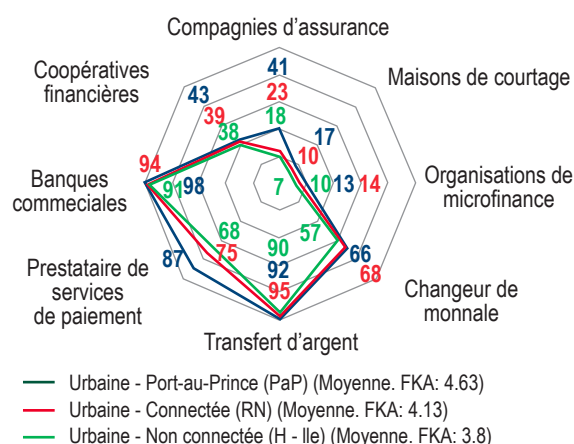
B. Niveau de connaissance par type d'institution



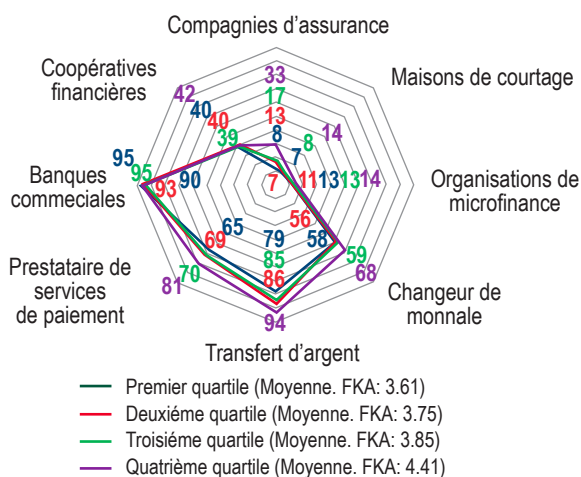
C. Score de connaissance financière dans les zones rurales



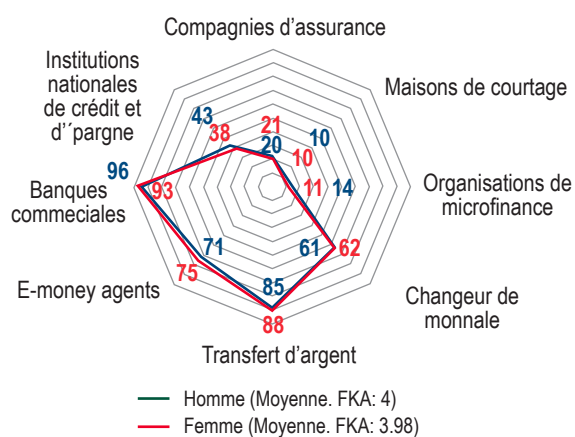
D. Score de connaissance financière dans les zones urbaines



E. Score de connaissance financière par niveau de revenu



F. Score de connaissance financière par sexe



Note: FKA (Score moyen de la connaissance financière).

Source: Enquête sur la capacité et l'inclusion financière - WBG, Haïti 2017.

particulier ceux ayant de plus faibles revenus et ceux vivant en zones péri-urbaines ou rurales. Les personnes qui sont le plus sensibilisées par rapport aux prestataires vivent en majorité dans la zone riche et urbaine de Port-au-Prince.

Alors que deux tiers des usagers indiquent être satisfaits des services reçus des prestataires de services, l'enquête révèle d'importants lacunes au regard de la qualité de service, de gestion des liquidités et d'informations disponibles. La satisfaction vis-à-vis du service rendu est la plus faible pour les IMF et les MTA (respectivement 51 pourcent et 59 pourcent), alors que les coopératives financières et les compagnies d'assurance atteignent plus de 90 pourcent. Moins de personnes en zones urbaines et ayant un plus haut revenu indiquent être satisfaites, quel que soit le prestataire de service. Comme indiqué dans plusieurs sections de l'enquête, il s'agit de segments de la population qui ont des capacités financières supérieures et utilisent davantage les services financiers. Ils sont donc probablement plus exposés aux services et disposent de plus de connaissances pour comparer et juger les services reçus. Les commentaires des bénéficiaires/expéditeurs de fonds révèlent également des lacunes dans la qualité des services rendus par les prestataires, indiquant un besoin d'améliorer le service client de renforcer la transparence des frais et des coûts et d'améliorer la conception des produits. De plus, l'absence de liquidité aux points de service est une difficulté et la proximité géographique. Comme le concluait le chapitre 2, les faibles niveaux de satisfaction montre un besoin de revisiter les services offerts et la qualité des services délivrés par les banques, les IMF et les MTA. En outre, les données montrent que, pour se sentir à l'aise d'effectuer des transaction depuis leur portemonnaies électroniques, les personnes ont besoin de plus de conseils et de soutien de la part des prestataires de services de paiement mobile.

3.1.1 Banques commerciales

La plupart des personnes ont une idée des services offerts par les banques, mais ceci ne se traduit pas forcément par l'utilisation des services bancaires.

Comme l'indique le Schéma 11, 94 pourcent de la population indique connaître les banques commerciales et leurs services. Ce niveau élevé de connaissance varie légèrement en fonction de la localisation, du sexe, du revenu et du niveau d'éducation. Cependant, seuls 44 pourcent des haïtiens indiquent avoir déjà utilisé un service bancaire. Bien que son niveau demeure faible, l'utilisation augmente avec le niveau de revenu, de la localisation en zones urbaines/niveau et de connections aux routes.

En ce qui concerne la satisfaction relative aux services rendus, un peu plus des deux tiers des utilisateurs de produits bancaires étaient satisfaits, avec des commentaires mettant particulièrement en lumière le manque de transparence ou les frais élevés des banques. Ce niveau de satisfaction est plus faible parmi les personnes en zones urbaines, de même que pour celles ayant un niveau de revenu ou d'éducation plus élevé. Pour les envois de fonds, 13 pourcent des envoyeurs et 25 pourcent des bénéficiaires utilisant les banques pour le transfert, indiquent ne pas être satisfaits (cf. Schéma 12). Ils se plaignent principalement du manque de transparence des frais. Des recherches plus poussées devraient être menées pour évaluer cela plus en profondeur, étant donné que ce sont les segments de population qui sont les clients principaux des banques qui sont le moins satisfaits.

Schéma 11 : Connaissance et expérience avec les services financiers offerts par les banques commerciales

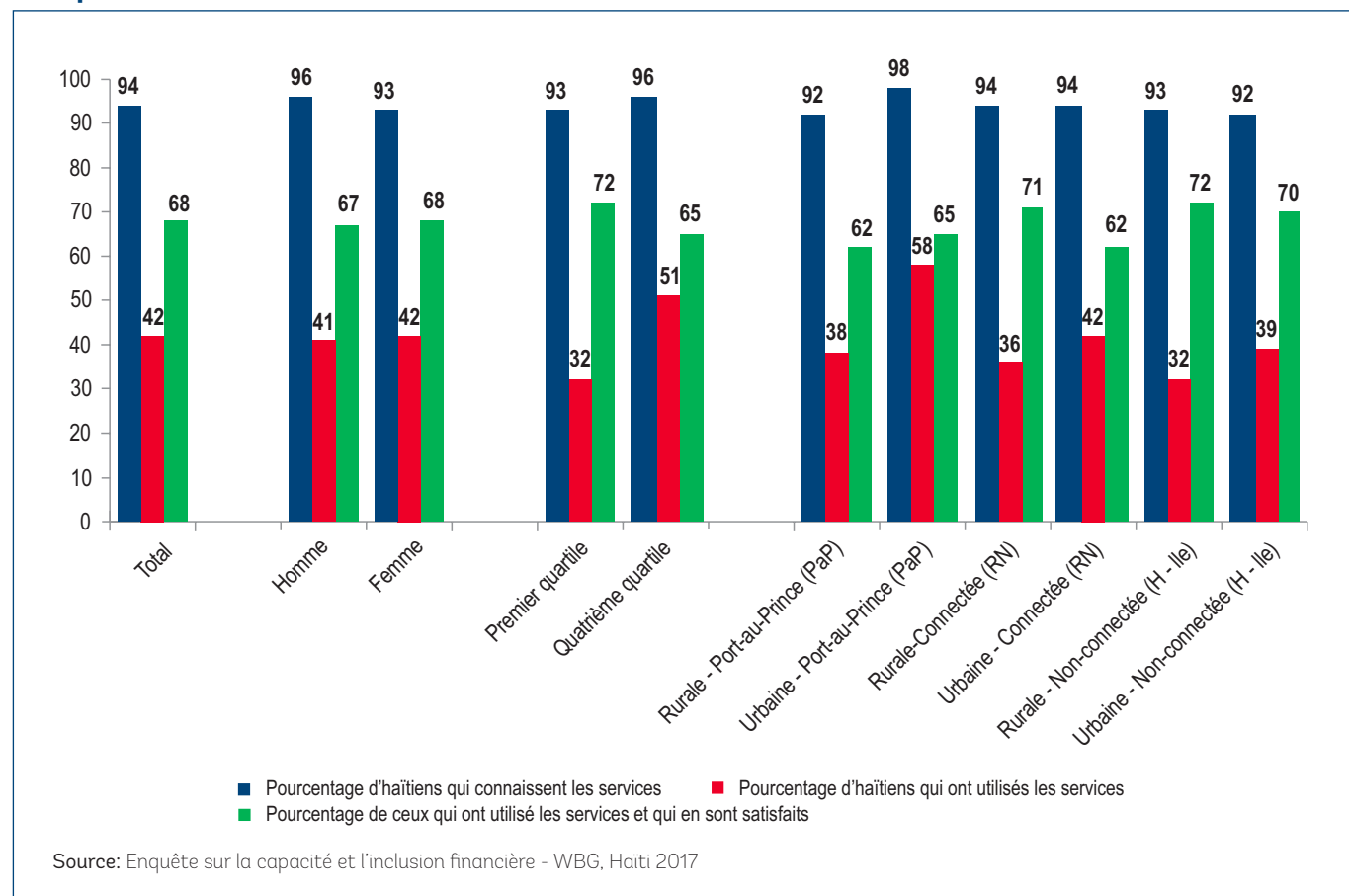
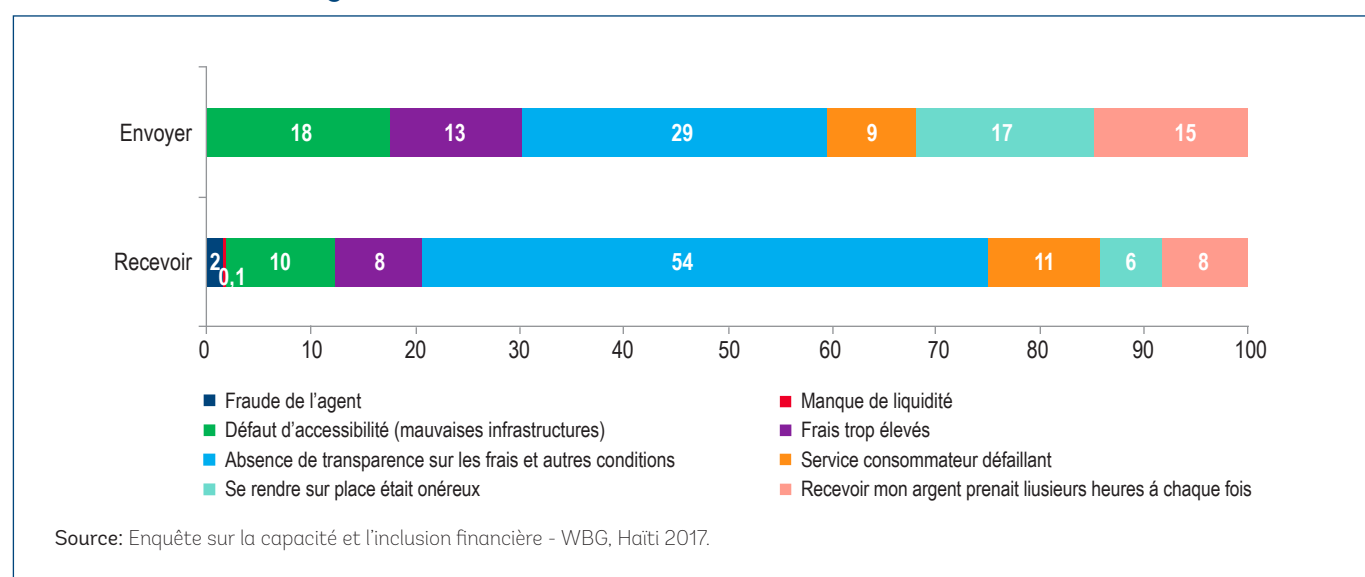


Schéma 12 : Raisons d'insatisfaction des clients vis-à-vis de l'envoi de fonds via les services bancaires d'envoi d'argent



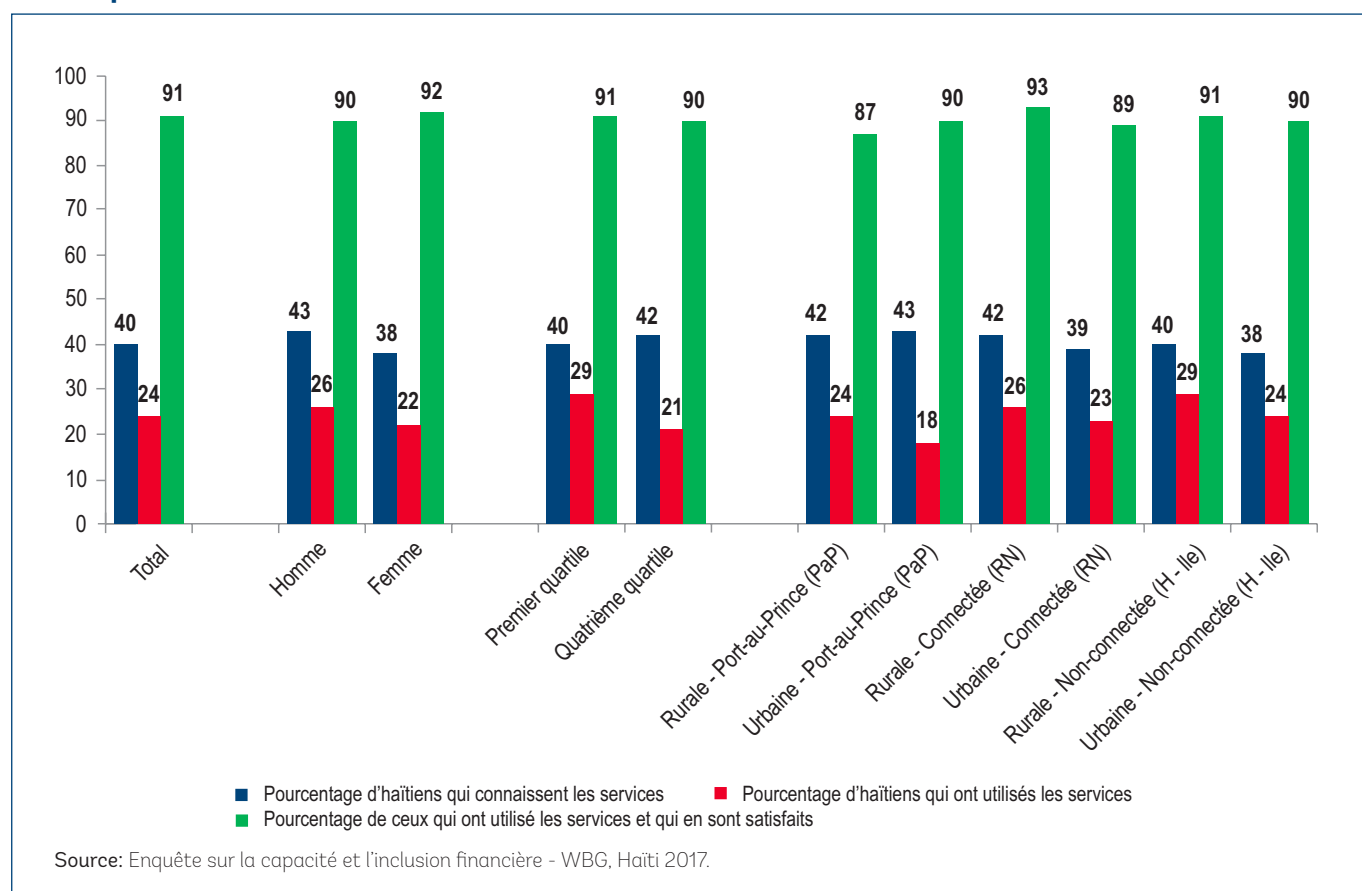
3.1.2 Coopératives financières

Il existe un manque de sensibilisation des coopératives financières et de leurs services, mais ceux qui connaissent les coopératives financières sont plus susceptibles d'essayer leurs services. Seule 40 pourcent de la population a une idée des services offerts par les coopératives financières. Le manque de connaissance ne fluctue pas beaucoup en fonction de la localisation, du sexe, du revenu ou du niveau d'éducation. Parmi ceux qui indiquent connaître les coopératives financières, 60 pourcent utilisent déjà leurs services (contre 44 pourcent pour les banques). En particulier, les

personnes ayant un faible revenu et vivant en zones rurales montrent une plus grande incidence dans l'utilisation des services proposés par les coopératives financières.

Les personnes qui utilisent les coopératives financières indiquent être satisfaites de l'expérience. Comme le montre le Schéma 13, le niveau de satisfaction concernant les services utilisés, est de 91 pourcent, quel que soit le sexe, la localisation, le revenu ou le niveau de connectivité. C'est le niveau de satisfaction le plus élevé pour un prestataire de service financier en Haïti.

Schéma 13 : Connaissance et expérience des services financiers offerts par les coopératives financières



3.1.3 Institutions de microfinances

La plupart des gens ne connaissent pas d'institution de microfinance, et peu ont déjà eu recours à leurs services. Comme le montre le Schéma 14, seuls 13 pourcent de la population révèlent connaître des institutions de microfinance, avec un niveau de connaissance déviant légèrement en fonction du sexe et du niveau de connectivité aux routes. Parmi ceux qui connaissent des institutions de microfinance, 30 pourcent en utilisent déjà des services (4 pourcent des haïtiens adultes). Dans la mesure où les institutions de microfinance s'attachent à fournir des crédits, le niveau comparativement faible d'utilisation des services peut être dû en partie à une variété trop limitée des services offerts.

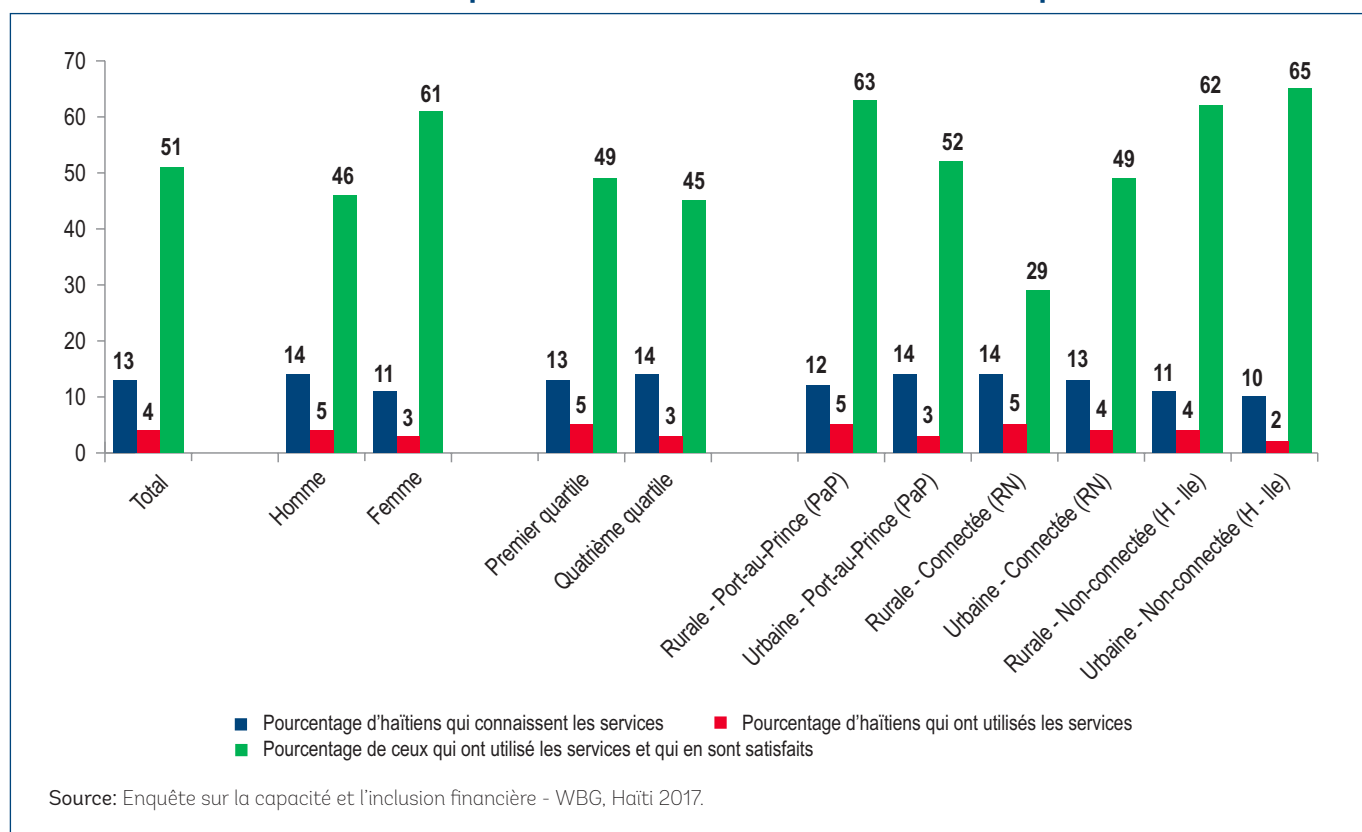
Le niveau de satisfactions vis-à-vis des services offerts par les institutions de microfinance est le plus bas de celui de tous les prestataires de services. Seuls 51 pourcent des utilisateurs indiquent être satisfaits, avec un niveau de satisfaction plus élevé pour les femmes adultes, et ceux du quartile de revenu le plus bas, et des adultes des zones non connectées. En ce qui

concerne les services d'envoi de fonds par les IMF, les rares bénéficiaires ou expéditeurs indiquant utiliser des institutions de microfinance, déclarent pour la plupart avoir eu des problèmes liés au manque de transparence de la tarification.

3.1.4 Prestataires de services de paiement mobile

Bien que les portemonnaies mobiles se soient développés assez récemment en Haïti, de nombreuses personnes connaissent déjà les prestataires de services de paiement mobile et leurs services. Cependant, peu indiquent les avoir utilisés. Comme le montre Schéma 15, 73 pourcent de la population indique connaître des fournisseurs de portemonnaies électroniques et leurs services, avec un niveau de connaissance plus important pour les personnes vivant dans les zones urbaines et celles ayant un plus haut niveau de revenu. Cependant, jusqu'à présent seuls 15 pourcent ont utilisé ces types de services. Ce sont principalement des adultes vivant en zones urbaines, et des haïtiens avec un plus haut niveau de revenu. Les résultats indiquent que les portemonnaies électroniques sont ainsi utilisés dans une

Schéma 14 : Connaissance et expérience des services financiers offerts par les IMF



plus grande mesure par les clients qui sont également des clients potentiels d'autres prestataires de services financiers.

L'utilisation encore limitée peut être expliquée en partie par les niveaux faibles de satisfaction des utilisateurs qui désignent les problèmes émanant de l'offre et l'attention limitée portée aux besoins des clients et des capacités. Globalement, seuls 62 pourcent des haïtiens adultes, ayant déjà utilisé ces services, indiquent avoir été satisfaits du service reçu (le troisième plus faible parmi tous les prestataires de services). De même que pour les résultats relatifs au IMF, le niveau de satisfaction est plus élevé dans les zones rurales et parmi les personnes ayant des niveaux de revenu plus faible.

Les commentaires émanant des envoyeurs de fonds mettent en lumière des problèmes sous-jacents, en particulier en ce qui concerne la qualité du service. Les envoyeurs de fonds se plaignent principalement de la complexité des transactions, alors que les bénéficiaires

soulignent les lacunes dans la qualité du service client. Comme le montre le Schéma 16, deux tiers des plaintes des envoyeurs d'argent sont liées aux difficultés du menu d'utilisation (Menu « en anglais », « menu trop compliqué », ou « envoi à un mauvais numéro »). Pour les bénéficiaires, le plus gros problème concerne la faiblesse du service client (y compris des agents formés de manière inadéquate). Les commentaires montrent que, d'un côté, les bénéficiaires d'envois de fonds comptent fortement sur les agents pour les aider à naviguer sur la plateforme du portemonnaie électronique. D'un autre côté, les envoyeurs de fonds utilisant des portemonnaies électroniques ont davantage tendance à essayer de réaliser la transaction sans aide extérieure, mais trouvent les menus de navigation des comptes mobiles difficiles ; ils auraient besoin de formation et de conseils pour apprendre à réaliser une transaction financière avec leur portemonnaie électronique. Enfin, les bénéficiaires mentionnent également des frais élevés et des difficultés dans la fiabilité du service (« manque de liquidité auprès des agents », « interruption de service »).

Schéma 15 : Connaissance et expérience des services financiers offerts par les prestataires d'argent électronique

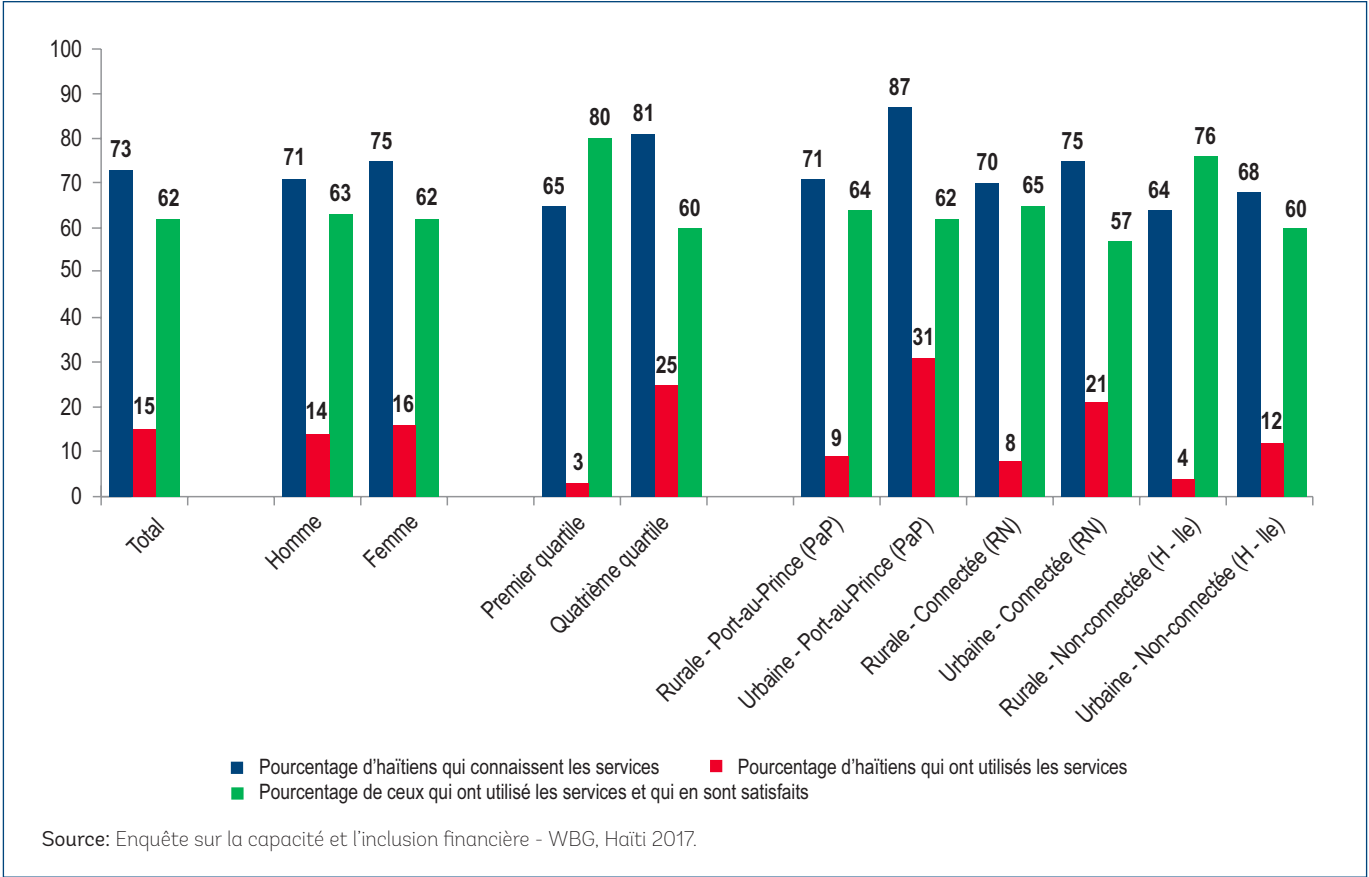
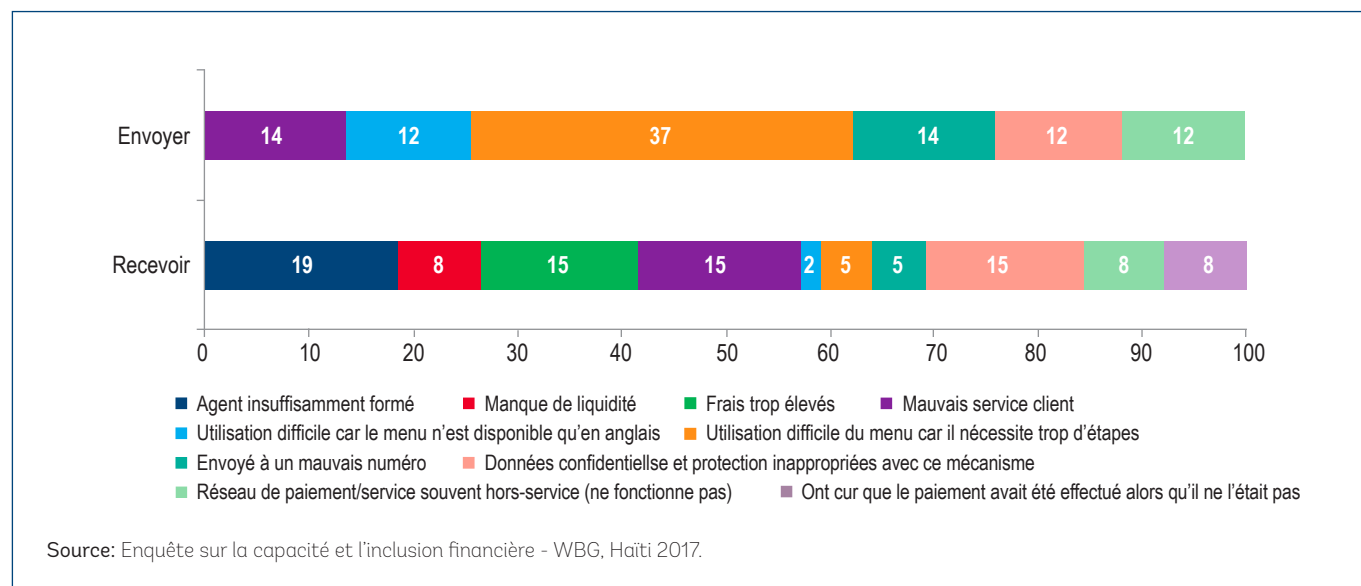


Schéma 16 : Difficultés indiquées par les clients vis-à-vis des services d'envoi d'argent électronique



3.1.5 Les Maisons de transfert d'argent (MTA)

Les haïtiens adultes ont une meilleure connaissance et une meilleure expérience des services fournis par les maisons de transfert d'argent. Comme le montre le Schéma 17, 87 pourcent des adultes connaissent les services, et 71 pourcent en ont déjà utilisés. Il n'y a pas de différence entre les hommes et les femmes, mais moins de personnes vivant en zones rurales et appartenant au quartile des plus bas revenus indiquent avoir déjà utilisé un MTA.

Le niveau de satisfaction relative aux services reçus des MTA apparaît faible. Globalement, moins de 60 pourcent des personnes ayant utilisé un MTA indiquent être satisfaites des services reçus, ce qui est le second taux le plus faible de tous les prestataires de services financiers couverts.

Les envoyeurs et les bénéficiaires d'envoi de fonds confirment le faible niveau de satisfaction par rapport aux services. Environ 15 pourcent des envoyeurs et 17 pourcent des bénéficiaires indiquent ne pas être satisfaits. Les envoyeurs se plaignent principalement des limitations relatives au montant pouvant être transféré, ils mentionnent également le manque d'accessibilité pour se rendre chez le fournisseur, des frais élevés, un manque de transparence des frais, et des transactions

chronophages. En ce qui concerne les bénéficiaires de fonds, la plus grande plainte est le manque de liquidité des agents (cf. Schéma 18). Cependant, les personnes se plaignent également d'une mauvaise et coûteuse accessibilité géographique, du temps nécessaire pour recevoir leur argent, de même que du manque de personnel qualifié et formé. Enfin, 5 bénéficiaires et 3 envoyeurs ont également mentionné l'impossibilité de pouvoir s'identifier eux-mêmes, dans la mesure où ils n'avaient pas le document national d'identification.

3.1.6 Compagnies d'assurance et maisons de courtage

La population en Haïti possède des connaissances limitées sur les compagnies d'assurance et les maisons de courtage. Respectivement 20 et 10 pourcent de la population a une idée des services offerts par les compagnies d'assurance et les maisons de courtage. Les personnes qui connaissent et utilisent les services des compagnies d'assurance habitent principalement dans des zones urbaines (30 pourcent de connaissance contre 9 pourcent dans les zones rurales) et appartiennent au quartile de revenu le plus élevé (cf. Annexe B). En ce qui concerne l'utilisation des services proposés, 23 pourcent des haïtiens adultes des zones urbaines ont une forme d'assurance, contre 4 pourcent dans les zones rurales. L'utilisation des services d'une maison de courtage

Schéma 17 : Connaissance et expérience des services financiers offerts par les opérateurs de transfert d'argent

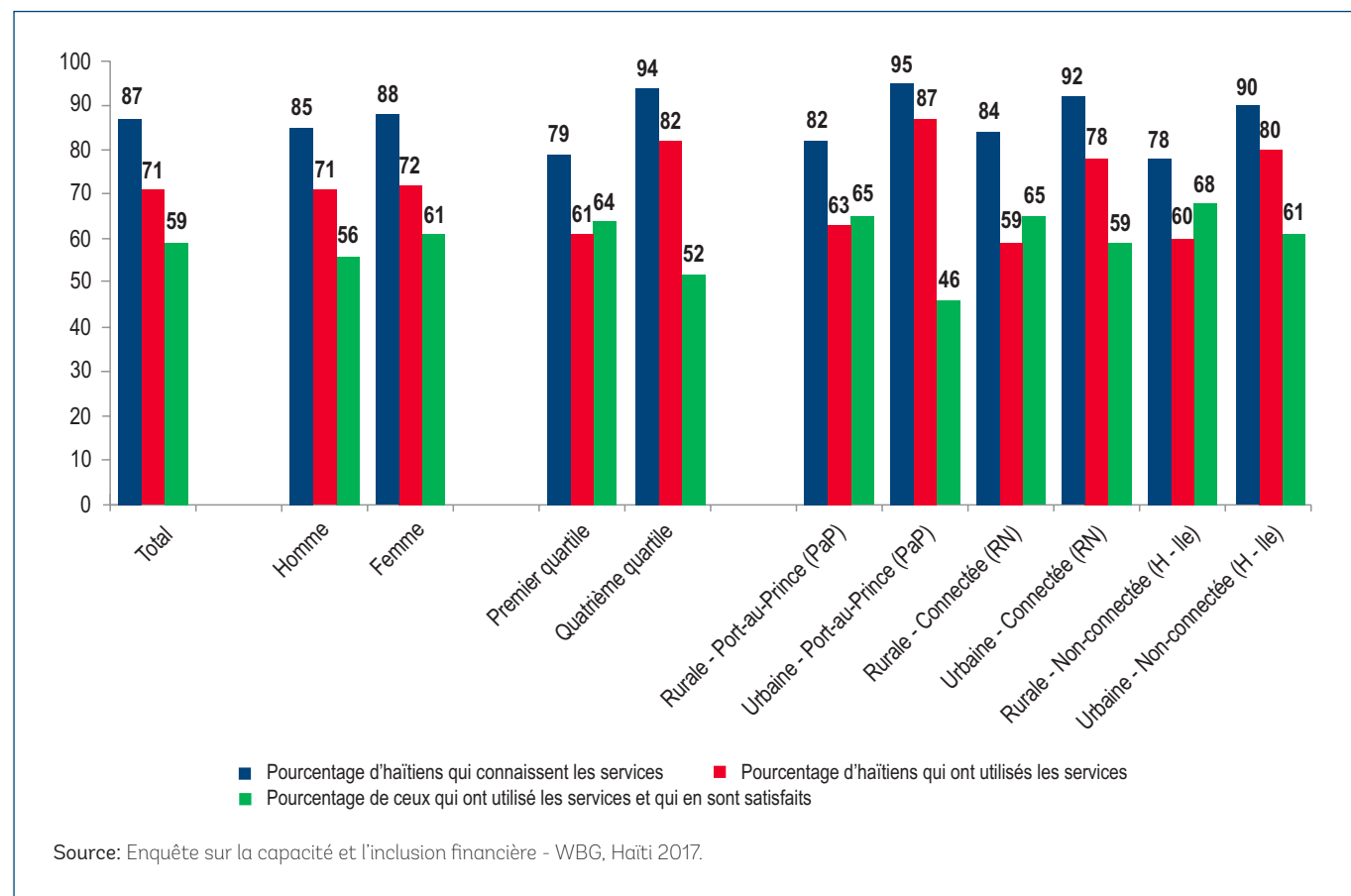
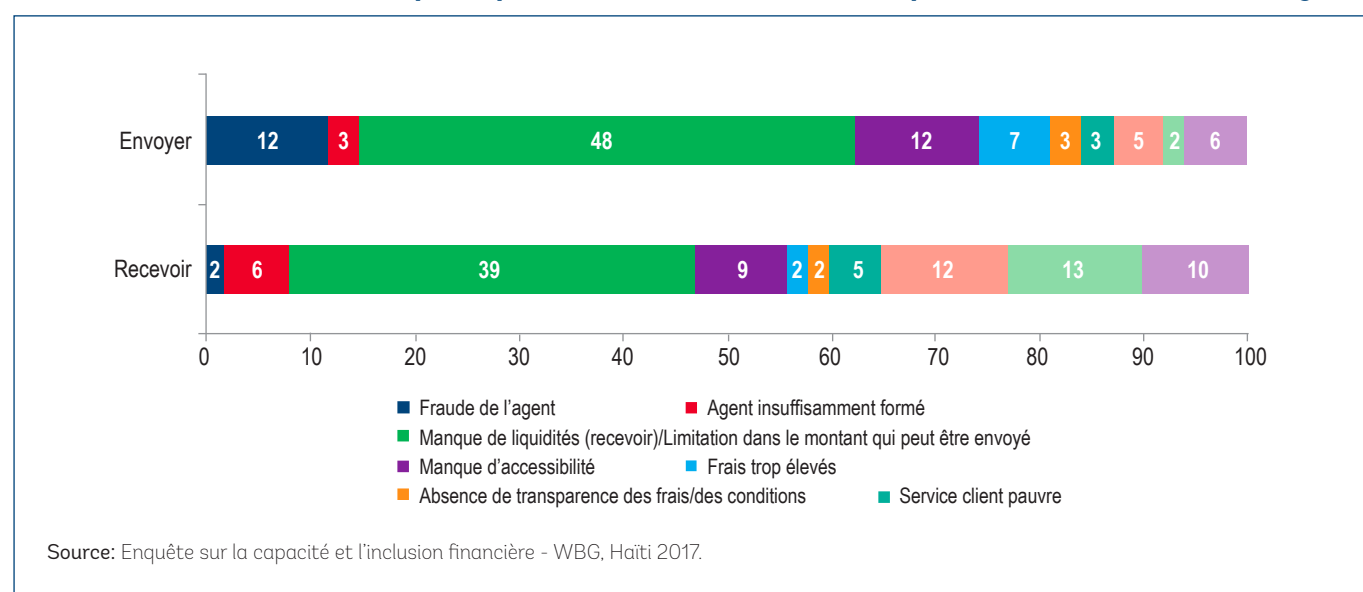


Schéma 18 : Difficultés indiquées par les clients vis-à-vis des opérateurs de transfert d'argent



est encore plus limitée et concerne principalement les personnes plus riches habitant à Port-Au-Prince.

Les haïtiens qui ont utilisé les services de compagnies d'assurance et de maisons de courtage sont principalement satisfaits. La satisfaction vis-à-vis des services rendus par les compagnies d'assurance est généralement élevée avec environ 90 pourcent. Tout comme pour les compagnies d'assurance, les services assurés par les maisons de courtage connaissent un taux de satisfaction de plus de 80 pourcent.

3.2 Connaissance de concepts financiers

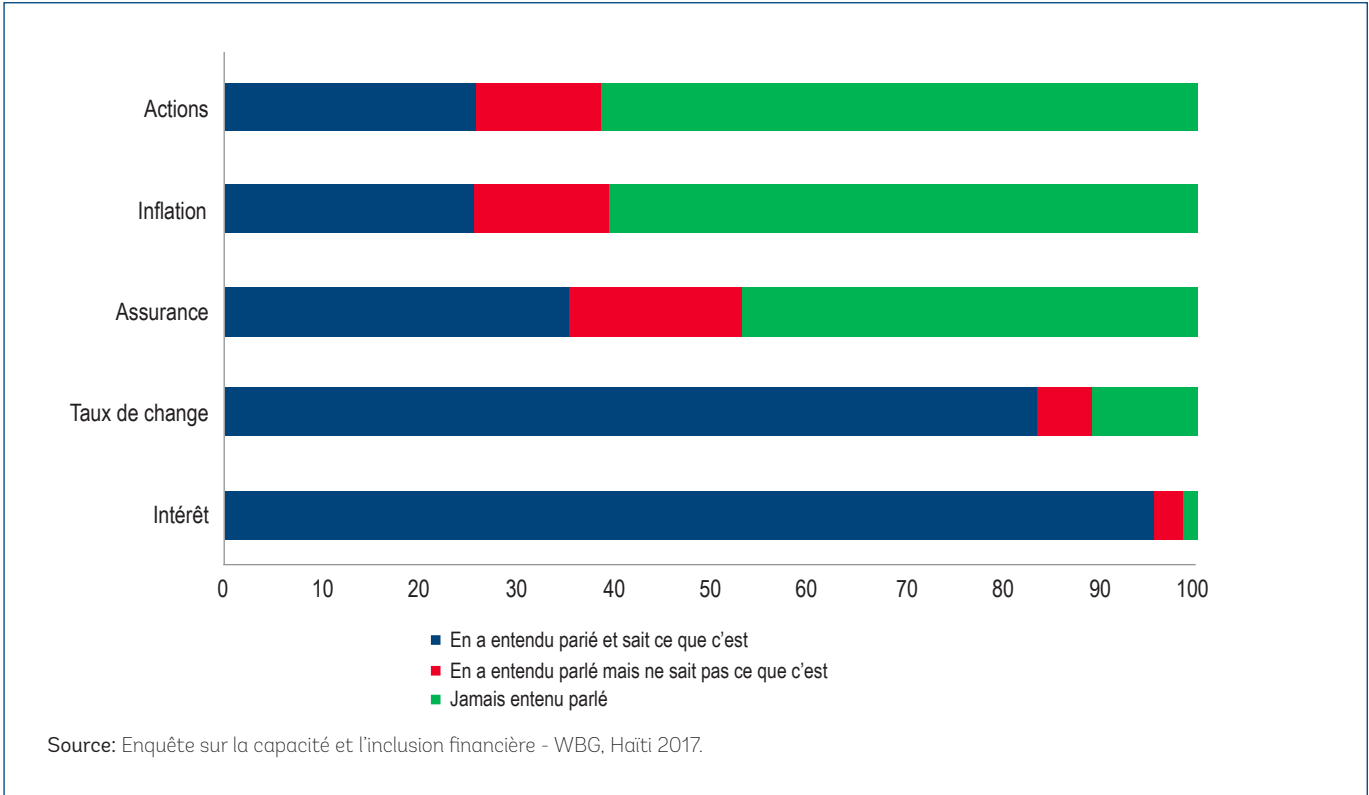
Pour prendre des décisions financières éclairées et pour sélectionner le produit financier le plus approprié, une bonne connaissance de concepts financiers est nécessaire. Il est important d'avoir une connaissance suffisante et des compétences basiques de calcul pour évaluer les informations d'un produit et comprendre quel type de produit convient le mieux à chaque situation. En outre, des compétences financières adéquates permet de comparer le coût de chaque prestataire de services, et d'évaluer les risques potentiels. En conséquence, élargir l'inclusion financière d'une manière durable devrait aller main dans la main avec des compétences financières solides.

Pour évaluer les connaissances financières des répondants et leurs compétences numériques, un certain nombre de questions a été inclus dans l'enquête sur la capacité financière en Haïti de 2017. D'un côté, il était demandé aux participants de l'enquête s'ils étaient familiers avec des concepts financiers individuels. Les réponses reflètent leur perception de leur propre connaissance des concepts. D'un autre côté, sept questions étaient posées pour tester les connaissances factuelles des répondants sur des concepts tels que le taux d'intérêt, l'inflation, le taux d'intérêt composé, la diversification des risques et l'assurance (cf. boîte 1).

Pour les sept questions du test, un index d'alphabétisation financière a ensuite été obtenu en fonction du nombre de réponses correctes fournies par chaque participant à l'enquête. L'index va de 0 à 7, où 0 indique que les répondants ont mal répondu à toutes les questions, alors que 7 indique que les participants ont répondu juste à toutes questions. Les résultats individuels sont étudiés dans les paragraphes ci-après et comparés à l'expérience internationale.

Les haïtiens adultes ont généralement des connaissances sur les taux d'intérêt et de change, mais les personnes dans les zones rurales et celles ayant un revenu plus faible, reconnaissent que les concepts telles que l'assurance, l'inflation et les actions ne leur sont pas familiers. Le schéma 19 montre que 96 pourcent des adultes ont entendu parler des taux d'intérêt, et pensent comprendre ce dont il s'agit. Ce niveau de connaissance perçue a été rapporté selon le sexe, niveaux de revenu et localisations géographiques. La plupart des personnes indiquent également avoir entendu parler et comprendre ce qu'est le taux de change, mais cette connaissance est plus fréquente dans les zones urbaines et parmi les personnes ayant un revenu plus élevé (96 pourcent des personnes habitant en zones urbaines, par exemple, avaient des connaissances contre 82 pourcent en zones rurales). D'un autre côté, seules 39 pourcent des personnes avaient entendu parler de l'inflation, dont 66 pourcent prétendent comprendre sa signification. La connaissance et compréhension perçue de l'inflation est beaucoup plus faible en zones rurales et parmi les personnes ayant un plus faible revenu, mais ne dévie pas beaucoup en fonction du sexe. Cependant, il existe une lacune substantielle entre la prise de connaissance et compréhension perçue de l'inflation parmi les plus jeunes, où seuls 34 pourcent des moins de 35 ans ont entendu parler de l'inflation et seuls 61 pourcent de ceux-là disent comprendre le concept (contre 55 pourcent pour les personnes de plus de 54 ans, parmi lesquels 80 pourcent disent qu'ils comprennent le concept).

Schéma 19 : Connaissance perçue des concepts et produits financiers



Boîte 1 : Questionnaire sur l'alphabétisation financière

Question 1. Supposez que cinq frères reçoivent un don de 10 000 HTG (Gourdes). Si les frères devraient se partager l'argent également, combien chacun recevrait-il ?

Question 2. Maintenant, supposez que les cinq frères doivent attendre un an pour obtenir leur part des 10 000 HTG (Gourdes) et le taux d'inflation est de 10 **pourcent**. Au bout d'un an, seraient-ils en mesure d'acheter:

- Plus qu'ils pourraient aujourd'hui avec leur part d'argent
- La même quantité
- Moins que ce qu'ils pourraient acheter aujourd'hui
- Cela dépend des choses qu'ils veulent acheter (ne pas lire)

Question 3. Supposez que vous mettiez 10000 HTG sur un compte épargne avec un taux d'intérêt garanti de 2 pourcent par an. Vous n'effectuez aucun paiement à partir de ce compte et vous ne retirez pas d'argent. Quelle somme sera sur le compte à la fin de la première année, une fois que le paiement d'intérêts aurait été effectué ?

Question 4. Combien y aurait-il sur le compte au bout de cinq ans ?

- Plus que 11 000 HTG
- Exactement 11 000 HTG
- Moins que 11 000 HTG
- Il est impossible de savoir à partir de l'information donnée (ne pas lire).

Question 5. Supposons que vous ayez vu un téléviseur du même modèle en promotion dans deux magasins différents. Son prix de vente initial est de 5 000 HTG (Gourdes). Un magasin offre une remise de 1 000 HTG (Gourdes) alors que l'autre offre une remise de 10 pourcent. Laquelle des deux formules représente la meilleure affaire, une remise de 1 000 HTG (Gourdes) ou de 10 pourcent ?

- Une remise de 1 000 HTG
- Ces remises sont identiques
- Une remise de 10 pourcent

Question 6. Lequel des énoncés décrit le mieux le but principal des produits d'assurance ?

- Accumuler de l'épargne
- Se prémunir contre les risques
- Effectuer des paiements ou envoyer de l'argent
- Autre

Question 7. Supposons que vous ayez de l'argent à investir: serait-il plus sûr d'acheter des actions d'une seule société ou d'acheter des actions de plusieurs sociétés?

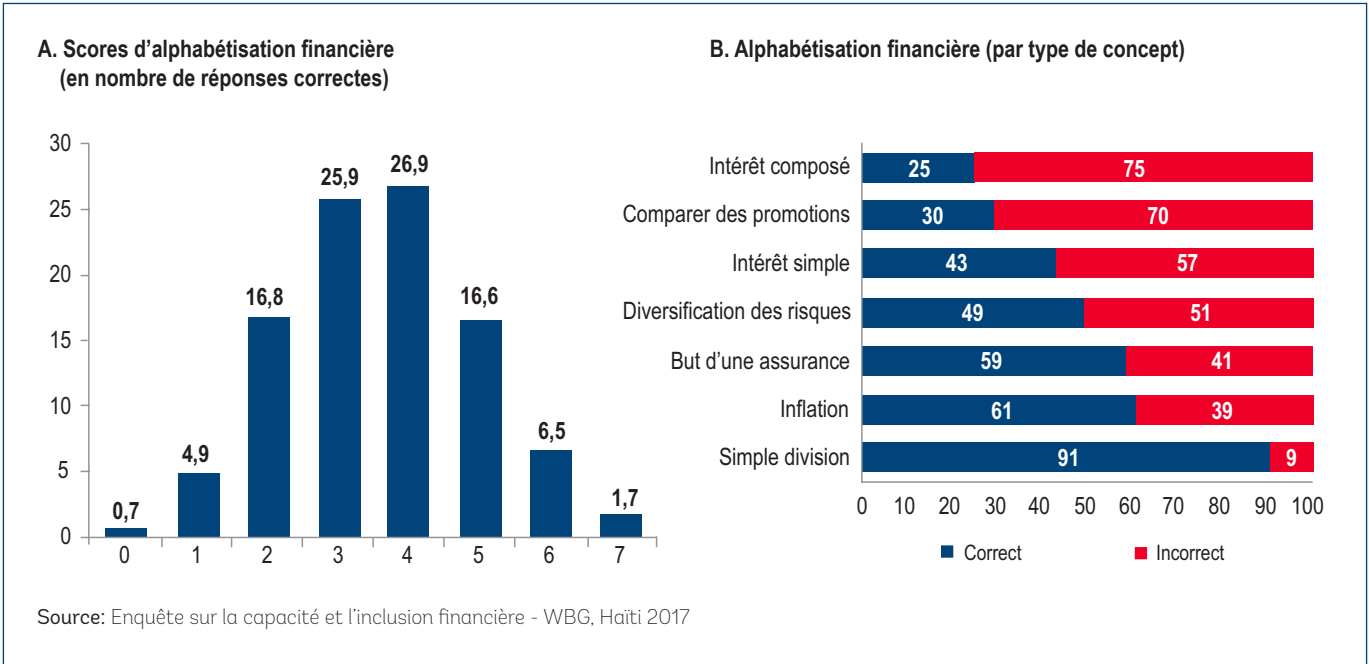
- Acheter des actions d'une seule société
- Acheter des actions de plusieurs sociétés

Source: Enquête sur la capacité financière et l'inclusion financière - WBG, Haïti 2017

En moyenne, les haïtiens adultes ont été capables de répondre correctement qu'à 3,6 sur 7 questions d'alphabétisation financière. Le schéma 20A montre que 52,8 pourcent des répondants ont répondu correctement à 3 ou 4 questions. Seuls 1,7 pourcent des adultes ont donné la bonne réponse à toutes les questions, alors que 0,7 pourcent n'ont répondu à aucune question correctement. En outre, comme le montre le schéma 20B, la majorité des haïtiens adultes sont capables d'effectuer

une simple division (91 pourcent), de comprendre le concept d'inflation (61 pourcent) et le but d'une assurance (59 pourcent). Cependant, ils ont des difficultés à calculer un simple intérêt (57 pourcent ont donné une mauvaise réponse), calculer un intérêt composé (75 pourcent ont donné la mauvaise réponse), et à comparer les bonnes affaires (70 pourcent)

Schéma 20 : Répartition de l'alphabétisation financière (en termes de nombre de réponses correctes données et de concepts)



Les résultats du questionnaire relatif à l’alphabétisation financière révèlent également que de nombreuses personnes surestiment leurs véritables connaissances. Comme le montre le schéma 21, les résultats auto évalués des connaissances des concepts ne sont pas cohérents avec les résultats du test d’alphabétisation financière. Environ 54 pourcent des répondant qui n’ont pas répondu correctement à la question sur le taux d’intérêt avait indiqué qu’ils savaient ce qu’était un taux d’intérêt. En ce qui concerne la question sur l’assurance, moins de la moitié de ceux qui avaient déclaré comprendre la signification du concept a été capable de décrire correctement le but d’une assurance dans le questionnaire, alors que 40 pourcent de ceux qui déclaraient ne rien connaître d’une assurance ont répondu correctement. En ce qui concerne l’inflation, plus de personnes ont été capables de répondre correctement à la question sur l’inflation dans le questionnaire que celles qui avaient indiqué précédemment connaître et comprendre le concept (61 pourcent contre 39 pourcent).

Alors qu’Haïti n’est pas le seul pays ayant de faibles scores en matière d’alphabétisation financière, les résultats révèlent néanmoins des lacunes substantielles dans la connaissance des concepts financiers, ce qui rend encore plus difficile le choix du bon produit et la protection contre les risques. Comme le montre le tableau 3, les résultats d’alphabétisation financière en Haïti sont globalement comparables à ceux des autres pays de la région, et avec ceux des pays en voie de développement pour lesquels les données sont disponibles. Alors que les haïtiens semblent généralement avoir de bonnes compétences numériques et peuvent effectuer de simples calculs, les lacunes observées dans la compréhension d’un simple intérêt rendra difficile, par exemple, la comparaison de produits financiers et la compréhension de la raison pour laquelle certains produit financiers représentent une meilleure solution pour eux. Ce sont d’importantes lacunes qui doivent être comblées.

Schéma 21 : Comparaison entre éducation financière déclarée et réelle

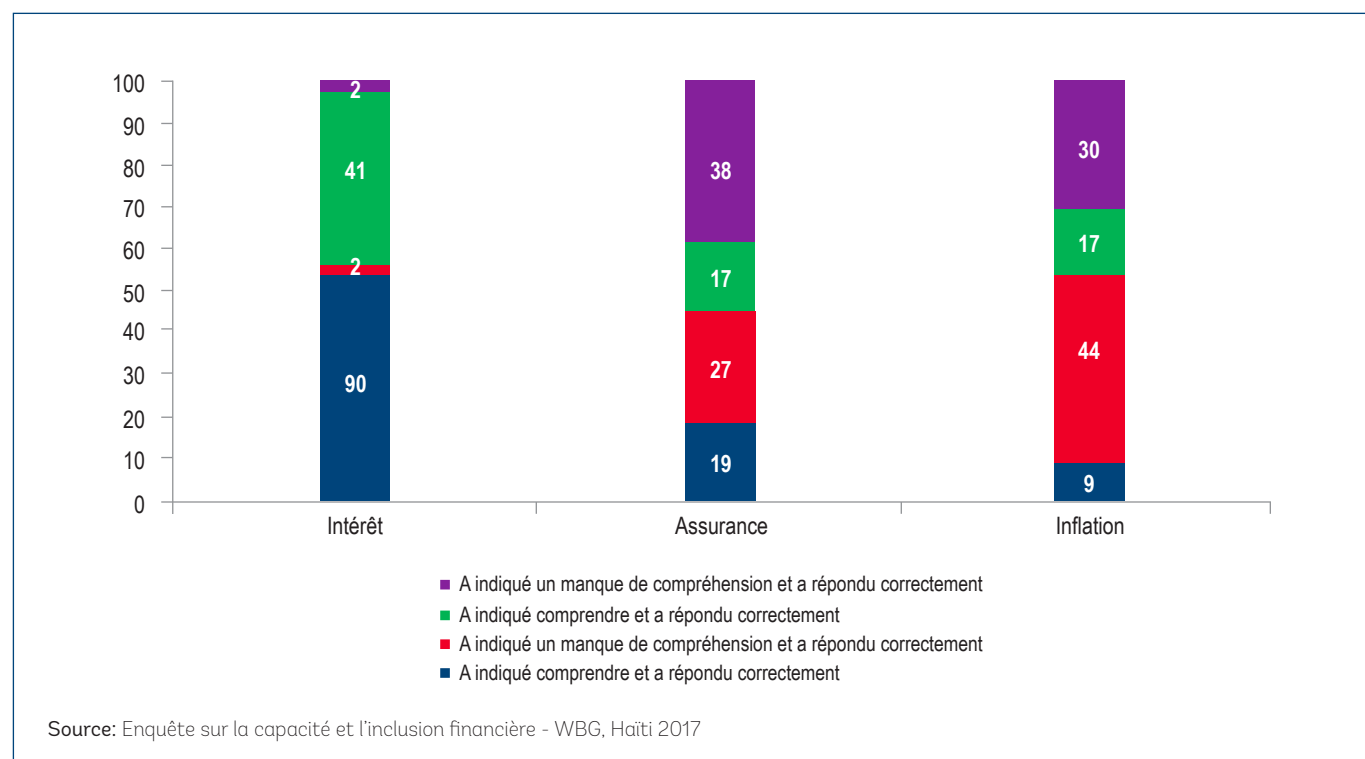


Tableau 3 : Comparaison entre pays des différents scores en matière d'éducation financière

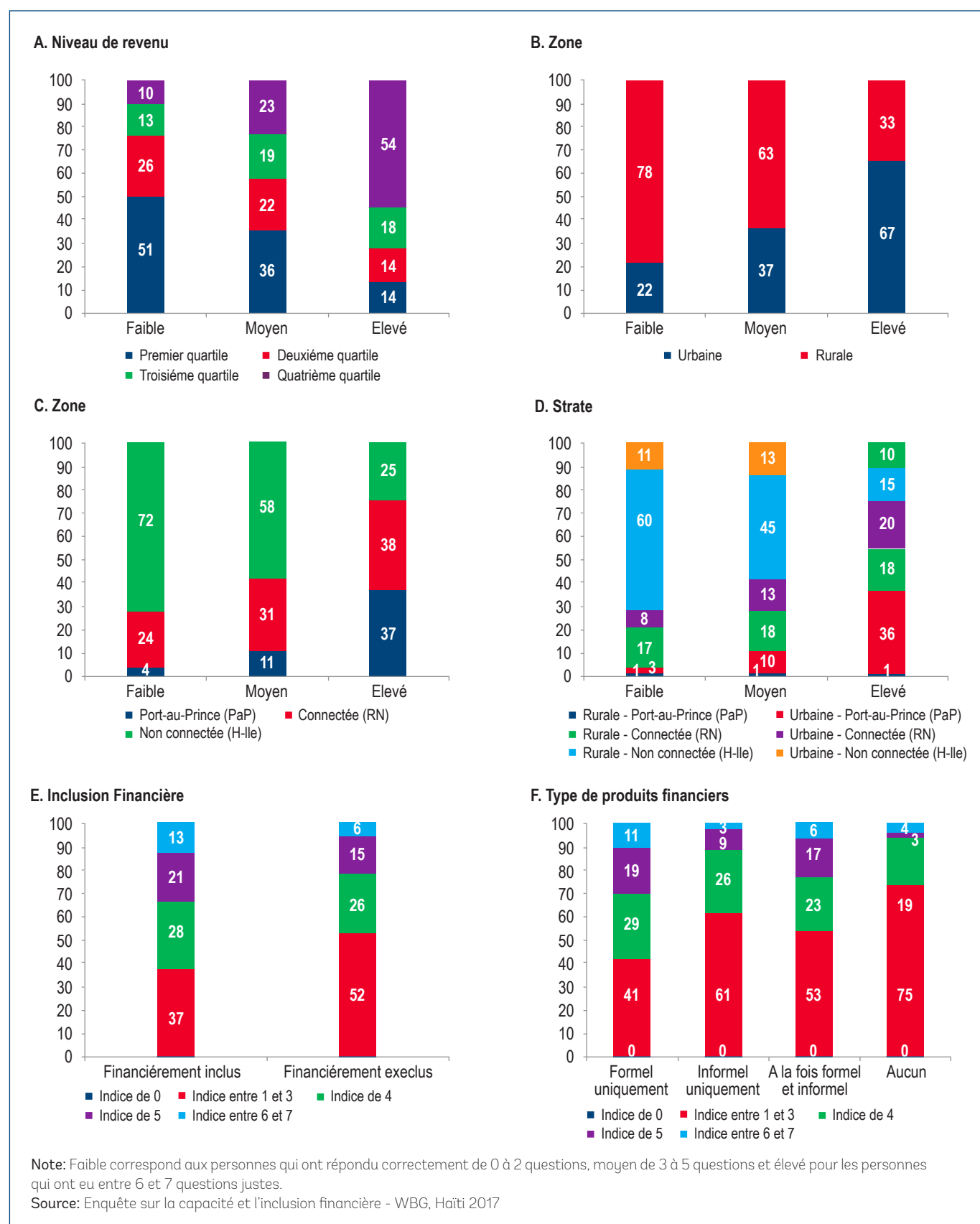
Pays	Année	Inflation	Intérêt simple	Intérêt composé	Simple Division
Colombie	2012	69	19	26	86
Mexique	2012	55	30	31	80
Pérou	2010	63	40	14	90
Uruguay	2012	82	50	N/A	86
Haïti	2017	61	43	25	91
Liban	2012	69	66	23	88
Malaisie	2010	62	54	30	93
Mongolie	2012	39	69	58	97
Maroc	2012	43	50	31	90
Mozambique	2013	28	78	28	93
Philippines	2014	49	51	29	77
Sénégal	2015	47	45	28	92
Afrique du sud	2010	49	44	21	79
Zambie	2016	65	46	28	91

Source: Enquête sur la capacité et l'inclusion financière - WBG, Haïti 2017, Les données pour les autres pays proviennent d'autres enquêtes sur la capacité et l'inclusion financière réalisées par le Groupe de la banque mondiale.

Les faibles niveaux d'alphabétisation financière sont particulièrement prévalents en zones rurales/ non connectées et parmi la population ayant un plus faible revenu. Le schéma 22 montre que 51 pourcent des haïtiens adultes ayant un score d'alphabétisation financière faible (entre 0 et 2 réponses correctes au questionnaire) appartiennent au premier quartile de revenu contre respectivement 26, 13 et 10 pourcent pour les autres quartiles de revenu. En outre, 78 pourcent des personnes ayant un faible score vivent dans des zones rurales et 72 pourcent dans des zones n'ayant pas de connexion au système de routes nationales. Inversement, 54 pourcent des répondants ayant un score élevé (5 à 7) ont des revenus plus élevés (quatrième quartile), 67 pourcent vivent dans des zones urbaines et 75 pourcent résident à Port-au-Prince ou sont connectés aux routes nationales. En ce qui concerne les efforts du gouvernement et d'autres intervenants, en matière d'éducation financière, les résultats impliquent qu'il faut accorder une attention particulière pour aider les habitants des zones rurales / non connectées du pays à comprendre les concepts de base en matière financière (taux d'intérêt, taux de change, inflation), alors que les mesures à prendre en faveur des personnes vivant en zones urbaines devra mettre un accent plus important sur des concepts plus complexes tels que la diversification des risques et l'intérêt composé.

Bien que les personnes financièrement incluses sont susceptibles d'avoir des scores d'alphabétisation financière plus élevés, plus d'un tiers manquent tout de même de compétences financières. Dans les pays en voie de développement, une lacune en matière d'alphabétisation financière est généralement citée pour expliquer la demande limitée de services financiers. Une étude menée en Inde et en Indonésie (Cole et al.), par exemple, a trouvé que l'alphabétisation financière est un facteur important dans la détermination de la demande de produits financiers, en particulier parmi les segments de la population non éduquées et non alphabétisées financièrement. Le schéma 22 montre cette relation positive où 52 pourcent des adultes financièrement exclus ont un index d'alphabétisation financière allant de 1 à 3 contre 37 pourcent de ceux qui sont financièrement inclus. En outre, 61 pourcent des adultes ayant des produits informels ont de tels faibles scores contrairement aux 41 pourcent qui n'ont que des produits formels. Les données révèlent cependant également des lacunes importantes en termes de connaissance pour ceux qui ont déjà utilisés les services, les exposant à des risques indus, voire même à de possibles coûts.

Schéma 22 : Score d'alphabétisation financière par revenu, zone urbaine/rurale et strate



3.3 Comportement et attitudes

Même si les personnes ont des connaissances sur les concepts financiers de bases et sur les produits financiers disponibles, elles peuvent avoir des difficultés pour traduire ces connaissances en action. Pour identifier le rôle que jouent les attitudes dans l'orientation des décisions individuelles et pour voir si et comment les attitudes se traduisent en comportement financier, l'enquête posait des questions sur les différents aspects (composantes) de la capacité financière y compris sur les attitudes, les motivations et les comportements. Ce chapitre donne un aperçu des forces et des faiblesses identifiées des haïtiens adultes au regard du comportement financiers et des attitudes.

Dans l'ensemble des données haïtiennes, 10 composantes principales de capacité financière peuvent être identifiées, certaines font référence au comportement et d'autres aux attitudes et motivations. L'enquête sur la capacité et l'inclusion financière en Haïti a enregistré différentes attitudes, motivations et comportements grâce à des questions qualitatives avec différents niveaux de mesure (nominatif et ordinal). Pour identifier les composantes principales de capacité financière en Haïti, une procédure statistique a été utilisée pour quantifier simultanément les variables catégorielles tout en réduisant la variance des données. Cette procédure, connue sous le nom d'Analyse en composantes principales (ACP), réduit l'ensemble

Tableau 4 : Composantes financières principales de l'analyse ACP

Composante ou dimension	Thème
1 Budget contrôlé	Fait un plan et fréquence Fait un plan et précision de celui-ci Fait un plan et fréquence à laquelle s'y tient
2 Economie	A de l'argent qui reste et fréquence A de l'argent qui reste et manière dont il est utilisé
3 Planification pour les dépenses liées aux vieux jours	A une stratégie pour couvrir les dépenses des vieux jours A pensé à des stratégies pour couvrir les dépenses des vieux jours ou s'en soucie.
4 Planification des dépenses imprévues	Pourrait couvrir les dépenses imprévues demain Pourrait couvrir les dépenses imprévues demain ou s'en soucie
5 Vivre de ses propres moyens	Se retrouve à manque d'argent et raison Emprunte de l'argent pour de la nourriture et fréquence
6 Epargne	La déclaration le/la décrit – essaie d'épargner La déclaration le/la décrit – essaie d'avoir des provisions Est d'accord avec la déclaration de motivation/préférence temporelle – le futur s'en occupera
7 Contrôle et suivi	Connait le montant dépensé et précision Est d'accord avec la déclaration de motivation//accomplissement/travail dur
8 Achat réfléchi	Achète des choses inutiles et fréquence Est d'accord avec la déclaration de motivation/dépense raisonnée – agit sans penser
9 Discipline	Est à l'aise avec le niveau d'emprunt Est d'accord avec la déclaration qui le/la décrit – discipline
10 Choix de produits financiers	Contrôle les conditions des produits et avec quel niveau d'attention Envisage plusieurs alternatives avant de se décider quel produit acheter Cherche jusqu'à trouver le meilleur produit dont il/elle a besoin

Source: Enquête sur la capacité et l'inclusion financière - WBG, Haïti 2017

de variables originales en un ensemble de variables (composantes principales) plus petit qui vise autant que possible à rendre compte de la variance des données. La méthode ACP¹³ fournit un indicateur unique (ou score) pour chaque composante. Le score va de 0 (le plus bas score) à 100 (plus haut score). Le tableau 4 présente les attitudes pertinentes qui définit chaque composante.

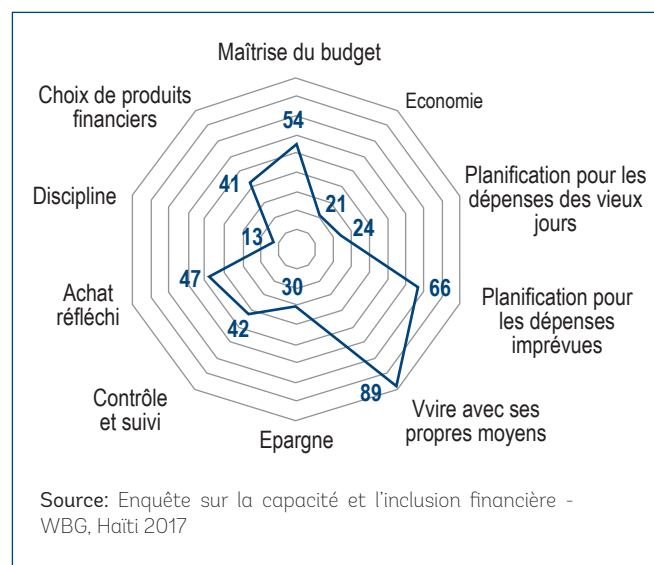
3.3.1 Attitudes et comportement fondés sur l'analyse en composante principale

Les résultats des tests ACP montrent que les haïtiens adultes obtiennent de meilleurs résultats dans la dimension « vivre de ses propres moyens », suivie de « planifier des dépenses imprévues », mais ont de moins bons résultats lorsqu'il s'agit de « planifier les dépenses futures », et globalement ils manquent de discipline. Quelques-uns indiquent avoir un peu d'argent de reste après avoir effectué les dépenses nécessaires, mais la plupart avoue ne pas épargner pour les événements imprévus ou la retraite, et de manquer de discipline en ce qui concerne les dépenses. Le schéma 23 montre que le score moyen de capacité financière des participants était le plus haut pour la dimension « vit de ses propres moyens » (89 pourcent). « Planifier

les dépenses imprévues » arrivait en second avec 66 pourcent, suivi par « contrôler le budget » (54 pourcent). Tous les autres scores étaient inférieurs à 50 pourcent, avec un faiblesse qui se dégage pour être discipliné (avec un score de 13 pourcent), l'économie (21 pourcent) et planifier pour les dépenses liées aux vieux jours.

Les personnes pauvres vivant en zones rurales ont moins de chance d'avoir de l'argent de reste et de ce fait peuvent moins épargner que les personnes riches vivant en zones urbaines. Etant donné la situation financière plus difficile, les adultes en zones rurales et non connectées doivent faire un effort plus important pour joindre les deux bouts et ont un meilleur score que ceux qui vivent à Port-au-Prince pour ce qui concerne le contrôle de leur budget. Comme le montre le schéma 24, les adultes vivant en zones urbaines surpassent leurs homologues ruraux avec 38 pourcent contre 10 pour avoir de l'argent de reste et 41 pourcent contre 22 pourcent pour l'épargne. En ce qui concerne le niveau de revenu, les personnes du quatrième quartile de revenu surpassent ceux du premier quartile (40 pourcent contre 12) pour ce qui est d'avoir de l'argent de reste et 44 pourcent contre 27 pour leur propension à économiser. Pour le budget contrôlé, les personnes qui ne sont pas connectées au réseau de routes nationales se débrouillent mieux que les résidents de Port-au-Prince avec un résultat de 69 pourcent contre 46.

Schéma 23 : Scores moyens de capacité financière



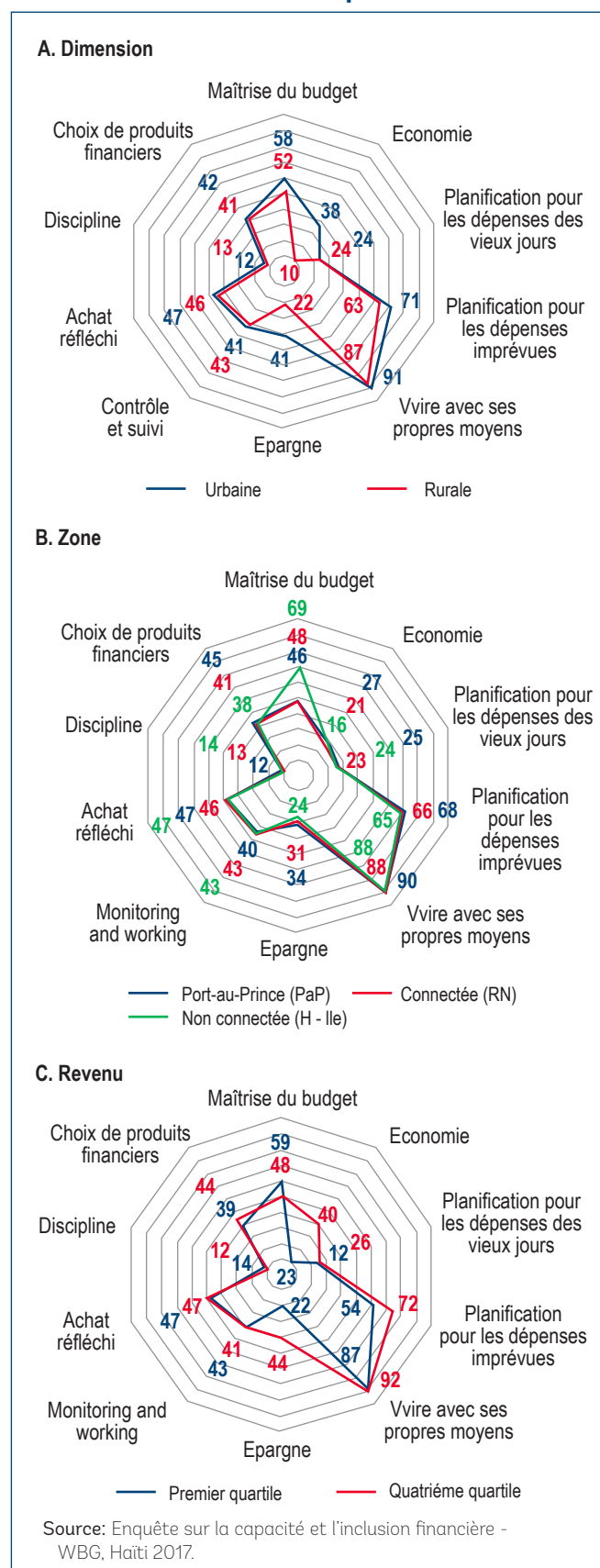
3.3.2 Une évaluation des dimensions individuelles des comportements et attitudes

Les paragraphes qui suivent abordent les dimensions individuelles du comportement et des attitudes.

Contrôle et suivi: Peu de personnes semblent essayer d'optimiser leur revenu, mais de nombreuses personnes affirment contrôler et suivre de près leurs dépenses. Plus de deux tiers des haïtiens déclarent qu'ils sont toujours à la recherche d'opportunités pour améliorer leur situation. Ceci est particulièrement le cas pour les personnes vivant dans les zones urbaines et zones connectées (c'est-à-dire 75 pourcent en zones urbaines

¹³ L'Analyse ACP effectuée en Haïti s'est concentré sur 10 composantes principales (ou dimensions) qui compte pour 68 pourcent de la variance totale. D'autres dimensions ont été ignorées en raison de leur plus faible contribution à la variance totale. Les composantes totales ayant des valeurs propres supérieure à un ont également été hiérarchisées.

Schéma 24 : Scores de capacité financière



contre 65 pourcent en zones rurales). Cependant, seules 37 pourcent révèlent qu'elles travaillent dur pour être parmi les meilleures dans ce qu'elles font – indépendamment de leur niveau de revenu ou type de localisation. En ce qui concerne le contrôle des dépenses, 55 pourcent de la population affirme connaître exactement son niveau de dépense journalière pour le ménage, et 17 pourcent indique en avoir une idée approximative. Les personnes des quartiles de revenu plus élevé et celles vivant dans les zones urbaines (en particulier Port-au-Prince) sont plus sensibilisées au niveau de leurs dépenses, avec, par exemple, 82 pourcent des personnes des quartiles de revenu plus élevé indiquent qu'elles savent exactement ou grosso modo le niveau de leurs dépenses personnelles, contre 67 pourcent pour les personnes des quartiles de revenu plus faible.

Budget maîtrisé: Alors que de nombreuses personnes savent comment elles vont dépenser leurs fonds disponibles, le niveau de détail et l'adhérence de fait au plan est inégale. Les personnes avec les niveaux de revenu plus bas et celles vivant dans des zones rurales ou non connectées indiquent une tendance plus élevée pour faire des plans sur la manière de dépenser l'argent disponible (respectivement 77 pourcent contre 66 pourcent). Elles ont également plus tendance à établir des plans exacts (61 pourcent des personnes des quartile des revenus les plus bas planifient, contre 47 pourcent des personnes du quatrième quartile). Cependant, lorsqu'il s'agit d'adhérer au plan, moins de 50 pourcent indiquent y adhérer strictement. Que les personnes adhèrent au plan ou non varie en fonction du niveau de détail dans la planification, mais les personnes ayant les plus bas niveau de revenu ont plus tendance à suivre totalement ou partiellement le plan. Ceci se confirme également par une perception fondée sur la question de la discipline (cf. ci-dessous). Les données indiquent que les personnes ont une bonne attitude générale par rapport à la budgétisation, mais que la qualité de la planification doit être améliorée tout comme la discipline quant à l'adhérence au plan.

Economie: Il ne reste pas d'argent à la plupart des haïtiens une fois payé les biens de première nécessité, même s'ils appartiennent au groupe le plus élevé de revenu. Etant donné le niveau élevé de pauvreté dans le pays, il n'est pas vraiment surprenant qu'une grande proportion (72 pourcent) des haïtiens déclarent qu'il ne lui reste pas d'argent après avoir payé les biens de

première nécessité tels que le loyer, l'électricité, l'eau et la nourriture. Il n'est guère surprenant que les personnes des quartiles de revenu plus faible soient pour la plupart financièrement contraintes, avec 12 pourcent seulement des personnes indiquant qu'il leur reste régulièrement ou parfois de l'argent. Cependant, la majorité des personnes dans le quartile de revenu le plus élevé (54 pourcent) indique également qu'il ne lui reste pas d'argent après avoir effectué les dépenses de première nécessité. Les commentaires reçus permettent d'indiquer que de nombreuses personnes ayant les niveaux de revenu les plus élevés soutiennent financièrement les membres de la famille et les amis, et que de ce fait, ils verront leur enveloppe budgétaire diminuée. Cependant, cela suggère également des lacunes dans la planification et dans la préparation pour les urgences futures. Globalement, la probabilité qu'il reste de l'argent augmente avec le niveau de connectivité aux routes et au fait d'habiter en zones plus urbaines.

Ceux à qui il reste de l'argent l'utilisent à diverses fins. Épargner pour les urgences et les dépenses à venir sont les buts les plus souvent mentionnés, suivis par le remboursement d'une dette. Épargner pour les urgences ou choses imprévues et épargner / pour une dépenses importante connue, ont été mentionné par plus de 50 pourcent des adultes comme une utilisation possible du solde d'argent, et 26 pourcent indiquent également mettre de l'argent de côté pour pallier aux fluctuations de revenu. Cependant, 38 pourcent mentionnent également rembourser une dette avec l'argent, et cela indique par la même qu'ils avaient emprunté pour joindre les deux bouts. Une des utilisations la plus fréquemment mentionnée pour l'argent restant est la loterie (Borlette - 28 pourcent), et l'envoi ou le prêt à d'autres personnes (20 pourcent chaque). Enfin, environ 30 pourcent des haïtiens adultes indiquent investir de l'argent qui reste dans leurs affaires ou leurs actifs.

Vivre de propres moyens: Malgré leur situation financière souvent fragile, la majorité des haïtiens n'indique pas être à court d'argent ou emprunter pour acheter les biens de première nécessité. Seuls 20 pourcent indiquent manquer régulièrement d'argent et 7 pourcent indiquent être parfois à court d'argent. Les haïtiens avec un niveau de revenu plus faible, de même que ceux qui vivent dans des zones moins connectées indiquent être plus enclin à manquer d'argent, ainsi,

par exemple, 34 pourcent de la population rurale révèle manquer d'argent occasionnellement à régulièrement, contre 20 pourcent des personnes vivant en zones urbaines. Ceci est normal dans la mesure où il reste moins d'argent aux personnes qui vivent dans les zones les plus reculées et à ceux qui ont les niveaux de revenu les plus faibles ; ils sont également globalement plus contraints financièrement (cf. la dimension de l'économie).

S'ils ne peuvent pas vivre de leurs propres moyens, les haïtiens ont pour la plupart mentionné, comme causes sous-jacentes, des dépenses non prévues, des dépenses excessives et des variations/manques dans leur revenu. Globalement, 80 pourcent des adultes indiquent que des dépenses imprévues conduisent à des dépassements du budget, et 69 pourcent ont également admis dépasser leur budget. Les deux raisons sont clairement liées à des lacunes de capacités financières, en particulier la capacité des gens à planifier et à se préparer aux urgences/événements imprévus. D'autres raisons expliquant les dépassements de budget sont liées à la précarité de la situation financière de nombreuses personnes dans le pays. Les adultes indiquent, par exemple, que les dépassements de budget sont dus au fait de soutenir d'autres personnes (39 pourcent), d'être exposés aux fluctuations et aux insuffisances de leur revenu (44 pourcent) ou de souffrir de la perte de leur emploi (12 pourcent). En outre, les femmes mentionnent fréquemment ne pas avoir été capables de travailler, ou de ne pas être en recherche d'emploi.

L'envoi d'argent joue un rôle important pour permettre de joindre les deux bouts. A la fois dans les zones urbaines et rurales, les bénéficiaires indiquent utiliser l'argent reçu pour couvrir les dépenses de premières nécessités telles que la nourriture ou les services (70 pourcent) et les dépenses liées à l'école (26 pourcent).

De plus, environ un quart des bénéficiaires de fonds envoyés situés en zones urbaines indiquent utiliser les fonds pour couvrir des dépenses médicales, investir dans leur propre commerce ou maison, ou pour acheter quelque chose de durable (cf. schéma 25). En outre, 33 pourcent des bénéficiaires urbains d'envoi de fonds indiquent également épargner l'argent pour des dépenses futures, qu'ils gardent principalement en liquide.

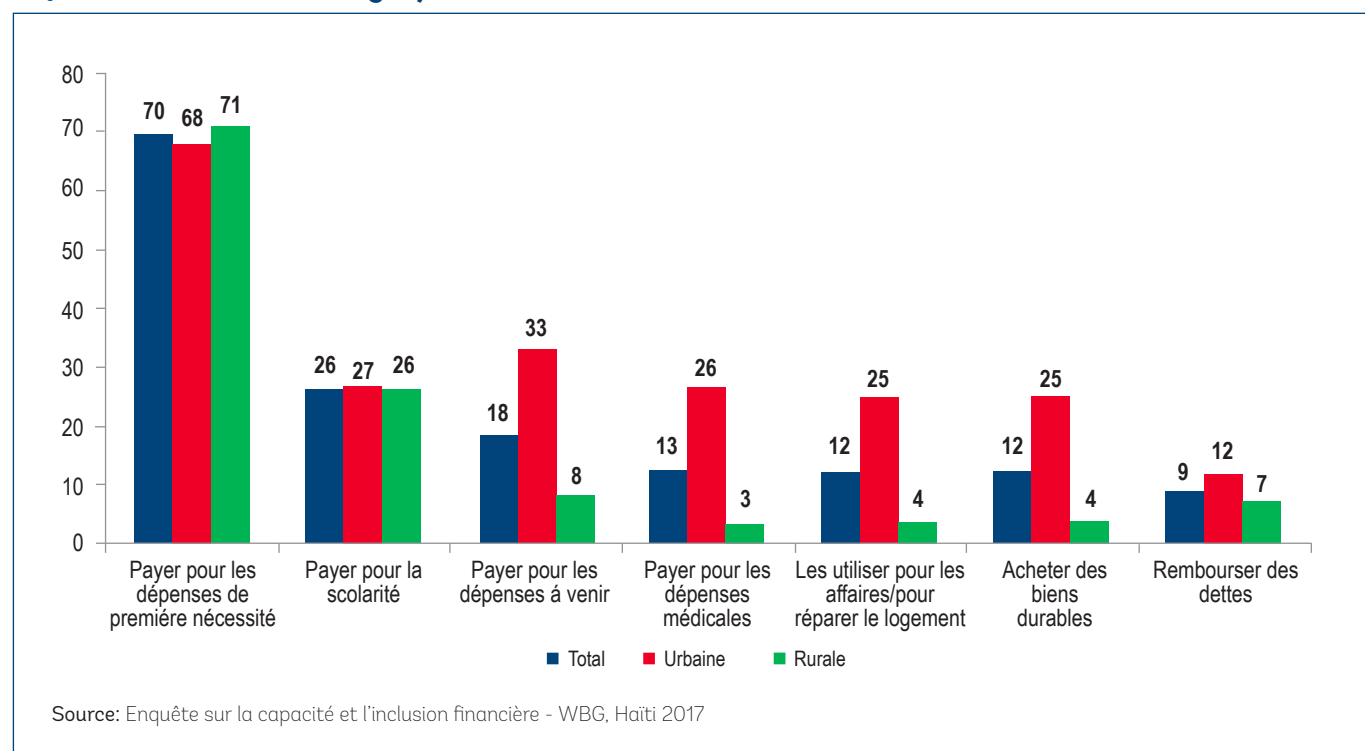
Planification pour les dépenses imprévues: Environ un tiers des haïtiens confirment qu'ils s'attendent à avoir de grosses dépenses à effectuer dans les 12 prochains mois. Les plus grosses dépenses (d'au moins un mois de revenu) sont particulièrement anticipées dans les zones urbaines, en particulier à Port-au-Prince (72 pourcent de la population interrogée contre 28 pourcent dans les zones non connectée).

Cependant, moins d'un tiers de ceux qui ont de grosses dépenses à venir estiment qu'ils pourront les effectuer immédiatement sans avoir à emprunter de l'argent. Globalement, les femmes semblent être mieux préparées que les hommes: 38 pourcent des femmes indiquent être capables de couvrir les dépenses contre 28 pourcent des hommes. Il existe également une grande différence entre les zones urbaines et rurales, avec 43 pourcent de la population urbaine indiquant qu'elle peut couvrir les dépenses immédiatement, contre 11 pourcent des personnes en zones rurales. Parmi ceux qui indiquent ne pas pouvoir couvrir les grosses dépenses à venir, 54 pourcent indiquent avoir mis en place des stratégies pour être capables de les couvrir sans avoir à emprunter de l'argent pour cela.

Des résultats similaires sont obtenus si l'on regarde la capacité des personnes à surmonter la perte soudaine de la principale source de revenu ou les dépenses réellement imprévues. Ici, 43 pourcent de la population des zones urbaines pourrait combler la perte soudaine de revenu d'un mois ou plus, sans avoir à emprunter, alors que 12 pourcent dans les zones rurales en serait capable. Plus alarmant, 47 pourcent de la population en zones rurales ne pourrait même pas surmonter la perte d'une semaine de salaire sans avoir à emprunter. En ce qui concerne une dépense véritablement imprévue, seuls 28 pourcent des haïtiens déclarent être capables de la couvrir sans emprunter. La population rurale, là encore, serait la plus contraintes, avec 13 pourcent seulement indiquant qu'elle pourrait couvrir une dépense imprévue, contre 51 pourcent, par exemple, à Port-au-Prince.

La plupart des haïtiens indiquent être inquiets de ne pas être préparés aux dépenses imprévue ou à la perte de revenu, bien que les personnes avec les plus faibles revenus semblent être mieux préparées à accepter ce côté de la vie. Seuls 59 pourcent de ceux qui sont dans la quartile des plus bas revenus s'en inquiètent contre 77 et 73 pourcent pour le troisième et quatrième

Schéma 25 : Utilisation des fonds reçus par envoi, par zone (pourcent d'haïtiens adultes qui reçoivent des fonds envoyés)



quartile. Les personnes en zones rurales sont également un peu moins inquiètes (68 pourcent contre 73 pourcent en zones urbaines). Celles qui avaient déjà expérimenté une chute soudaine dans leur revenu indiquent avoir réduit les dépenses (30 pourcent) ou avoir utilisé de l'argent qu'elles avaient économisé (30 pourcent), alors que 21 pourcent indiquent avoir gagé un bien et 15 pourcent avoir eu recours à un crédit magasin.

Planifier pour les dépenses des vieux jours : Pratiquement tous les adultes de plus de 60 ans s'accordent pour dire que leur pension est actuellement insuffisante pour couvrir leurs dépenses durant la retraite. Seuls 10 pourcent des répondants de plus de 60 ans confirment que leurs sources de revenu sont suffisantes pour couvrir leur dépenses. Les femmes semblent être mieux couvertes et plus en mesure de joindre les deux bouts - 13 pourcent des femmes indiquent avoir assez d'argent contre 6 pourcent des hommes. Les personnes âgées en zones urbaines sont également plus nombreuses à déclarer avoir suffisamment de fonds pour la retraite (12 pourcent contre 8 pourcent en zones rurales).

De nombreux jeunes haïtiens (moins de 60 ans) indiquent avoir une stratégie pour leurs vieux jours, mais en réalité ils sont peu à en avoir mis une en place. Lorsqu'il leur est demandé comment ils prévoient de couvrir leurs dépenses sur leurs vieux jours, la moitié des adultes indiquent qu'ils veulent continuer à travailler, plus d'un tiers attend également une sorte de pension du gouvernement et 15 pourcent espèrent hériter d'une somme. Lorsqu'ils sont interrogés sur la mise en œuvre de ces plans, seuls 33 pourcent des adultes ayant une forme de plan ont déjà mis de côté dans ce but, et parmi ceux-ci, seuls 27 pourcent estiment que cela sera suffisant pour leurs vieux jours. Pris ensemble, les résultats de l'enquête montrent que la plupart des Haïtiens ne sont pas du tout préparés à la vieillesse.

Malgré la quasi absence de préparation pour la retraite, aucun haïtien n'exprime un sentiment d'inquiétude à cet égard. Aucun des répondants n'a indiqué être très inquiet, alors que deux tiers au total indiquent ne pas être inquiets du tout, et le tiers restant indique seulement l'être un peu. Le faible niveau d'inquiétude n'accroît même pas visiblement pour les personnes proches de la retraite.

Discipline: Les haïtiens sont disciplinés lorsqu'il s'agit d'emprunter de l'argent, mais dans l'ensemble, ils révèlent un niveau de discipline plutôt mixte en ce qui concerne la gestion de l'argent et le contrôle des dépenses. Malgré le fait d'être contraints financièrement, comme indiqué ci-dessus, et malgré une plus grande part de la population indiquant emprunter occasionnellement pour joindre les deux bouts, peu de personnes estiment qu'elles ont atteint leurs limites en termes d'emprunt (4 pourcent). Ceci suggère un certain niveau de discipline à l'égard de l'endettement. Cependant, alors que 66 pourcent de la population indique payer ces factures à l'heure, seule 27 pourcent de la population s'auto déclare « être très discipliné » ou « dans une certaine mesure, discipliné » pour ce qui est de la gestion de l'argent. Parmi les répondant qui se trouvent "disciplinés", un tiers indique dans les questions suivantes, ne pas payer leurs factures à temps et la moitié admet qu'ils achètent des biens qui ne sont pas nécessaires avant d'acheter ceux qui le sont. Globalement, les données indiquent ainsi une discipline plutôt mitigée en ce qui concerne la gestion financière.

Achat réfléchi: Le manque de discipline est également confirmé par la proportion de répondants qui achètent des articles inutiles et par la fréquence à laquelle ils le font. Dans l'ensemble, 62 pourcent des adultes admettent avoir acheté des articles inutiles (47 pourcent régulièrement et 15 pourcent parfois) avant d'avoir acheté de la nourriture ou d'autres articles nécessaires avec leur argent. En outre, 39 pourcent déclarent acheter régulièrement et 13 pourcent déclarent acheter parfois des biens qui ne sont pas nécessaires et qu'ils savent ne pas pouvoir se permettre. Enfin, interrogés directement sur leur niveau d'impulsivité, la moitié de la population admet d'emblée être globalement impulsive - de dire des choses avant de les avoir bien pensées et de penser que l'argent est là pour être dépensé. Ces caractéristiques révélées ne diffèrent pas selon le sexe, le lieu ou le niveau de revenu.

Épargne: Alors que les résultats de l'enquête montrent une attitude générale positive à l'égard de l'épargne, les personnes cependant révèlent une forte propension à vivre au jour le jour, et à laisser le futur se gérer tout seul. Lorsque questionnée sur les attitudes envers l'épargne, plus de la moitié de la population déclare essayer d'épargner de l'argent pour le futur, pour les événements imprévus et/ou sans but précis en

tête. Cet effort perçu est plus fort dans les zones urbaines et parmi les personnes ayant les plus hauts niveaux de revenu (42 pourcent par exemple des personnes en zones urbaines sont d'accord avec l'affirmation selon laquelle ils font un effort pour épargner pour le futur, contre 11 pourcent dans les zones rurales). Des résultats similaires sont à noter entre les groupes de revenu les plus faibles et les plus élevés. Cependant, environ trois adultes sur quatre indiquent ne pas épargner d'argent dans une autre question. D'un autre côté, 53 pourcent des haïtiens considèrent que le futur se gérera tout seul, et 50 pourcent indiquent vivre plus pour aujourd'hui que pour demain. Cet accent important mis sur « aujourd'hui » est conforme au manque de préparation pour les dépenses imprévues et celle de la retraite, et explique également pourquoi de nombreuses personnes dans le quartile des revenus les plus élevés n'ont pas le sentiment qu'elles peuvent mettre de l'argent de côté. Globalement, les résultats suggèrent que les personnes ont une attitude positive à l'égard de l'épargne, mais

qu'elles manquent de discipline et de gestion financière pour épargner.

3.3.3 Comparaison entre pays des scores de capacité financière

Les scores de capacité financière de 16 pays différents montrent qu'Haïti s'en sort bien pour ce qui est de vivre de ses propres moyens et se classe moins bien pour ce qui est de la planification pour les vieux jours et l'épargne. Comme le montre le tableau 5, Haïti a le score le plus élevé pour ce qui est de vivre de ses propres moyens (89 pourcent) et s'en sort bien pour ce qui est de la planification des événements imprévus (66 pourcent, 2 pourcent de mieux que la moyenne). D'un autre côté, Haïti n'est pas en bonne place pour ce qui est de la planification des vieux jours (24 pourcent, 28 pourcent moins que la moyenne), et de l'épargne (30 pourcent, 15 pourcent de moins que la moyenne).

Tableau 5 : Comparaison entre différents pays des scores de capacité financière

Pays	Budget maîtrisé	Planifier pour les dépenses imprévues	Vivre de ses propres moyens	Epargner	Ne pas dépasser le plafond des dépenses	Planifier pour les dépenses des vieux jours	Choisir des produits financiers
Arménie	74	64	68	46	84	100	59
Azerbaïdjan	35	N/A	N/A	N/A	N/A	21	59
Colombie	80	59	75	45	79	67	57
Haïti	54	66	89	30	21	24	41
Liban	40	73	82	40	70	71	63
Mexique	52	64	78	57	70	65	59
Mongolie	65	N/A	84	62	71	N/A	49
Mozambique	74	45	N/A	42	63	40	34
Maroc	38	67	57	42	38	6	89
Nigéria	78	71	82	55	71	N/A	N/A
Philippines	44	67	43	46	42	29	51
Sénégal	66	N/A	73	N/A	N/A	70	20
Tadjikistan	81	N/A	83	66	94	N/A	N/A
Turquie	60	68	68	30	66	72	52
Uruguay	71	55	81	44	84	60	N/A
Zambie	51	67	87	24	N/A	46	43
Moyenne	60	64	75	45	66	52	52

Source: Enquête sur la capacité et l'inclusion financière - WBG, Haïti 2017 ; Zambie 2016, Azerbaïdjan 2015, Sénégal, 2015, Philippines 2014, Maroc 2013, Mozambique 2013 and Tadjikistan 2012.

3.4 Attitudes révélées vis-à-vis de l'information recherchée et du règlement des plaintes

3.4.1 Règlement des plaintes

Un certain nombre de questions a été posé lors de l'enquête afin de comprendre les attitudes de la population à l'égard des prestataires de services et de son expérience dans la résolution des plaintes et des problèmes qui y sont liés. Il a été demandé aux répondants qui n'avaient pas encore eu de problème s'ils essaieraient de résoudre les problèmes avec un prestataire de services financiers et comment. Il a été demandé aux répondants ayant eu des problèmes avec un prestataire de services dans les trois dernières années, s'ils les avaient résolus et comment. Les résultats sont résumés dans le schéma 26 et sont étudiés ci-dessous.

Globalement, les résultats montrent une attitude passive des haïtiens à l'égard de la résolution des plaintes. Seuls 36 pourcent des haïtiens qui n'ont pas eu de problèmes avec un prestataire de services financiers ont déclaré qu'ils essaieraient de le résoudre s'il en survenait un. La plupart de ceux qui souhaitent résoudre activement le problème utiliserait un mécanisme formel

de recours pour le faire. Deux tiers des répondants ont estimé que le problème serait globalement résolu.

Sur les douze pourcent d'adultes qui avaient eu un problème avec un prestataire de services dans les trois dernières années, seul un quart a essayé activement de le résoudre. La plupart des adultes qui ont essayé de résoudre leur plainte avec un prestataire de services financiers a arrêté d'utiliser le service avant la date d'échéance du service et environ la moitié d'entre eux a fait part de ses griefs à la société qui avait vendu le produit (cf. schéma 27). Pour résoudre le problème, la plupart a envoyé une plainte au prestataire du service financier, mais a également recouru à une agence gouvernementale pour présenter la demande (31 pourcent), ou s'est rapprochée des tribunaux (18 pourcent) ou des anciens de la communauté (16 pourcent).

La majorité des adultes n'ayant pas essayé de résoudre un litige ne faisaient pas confiance aux mécanismes de recours ou ne savaient pas où s'adresser. Le schéma 28 met en évidence que 76 pourcent des adultes interrogés qui avaient eu un conflit avec des prestataires de services sans essayer de le résoudre, sont persuadés que les institutions financières sont trop puissantes, et 68 pourcent ne pensent pas que les agences

Schéma 26 : Approches dans la manière d'appréhender les litiges avec les prestataires de services financiers

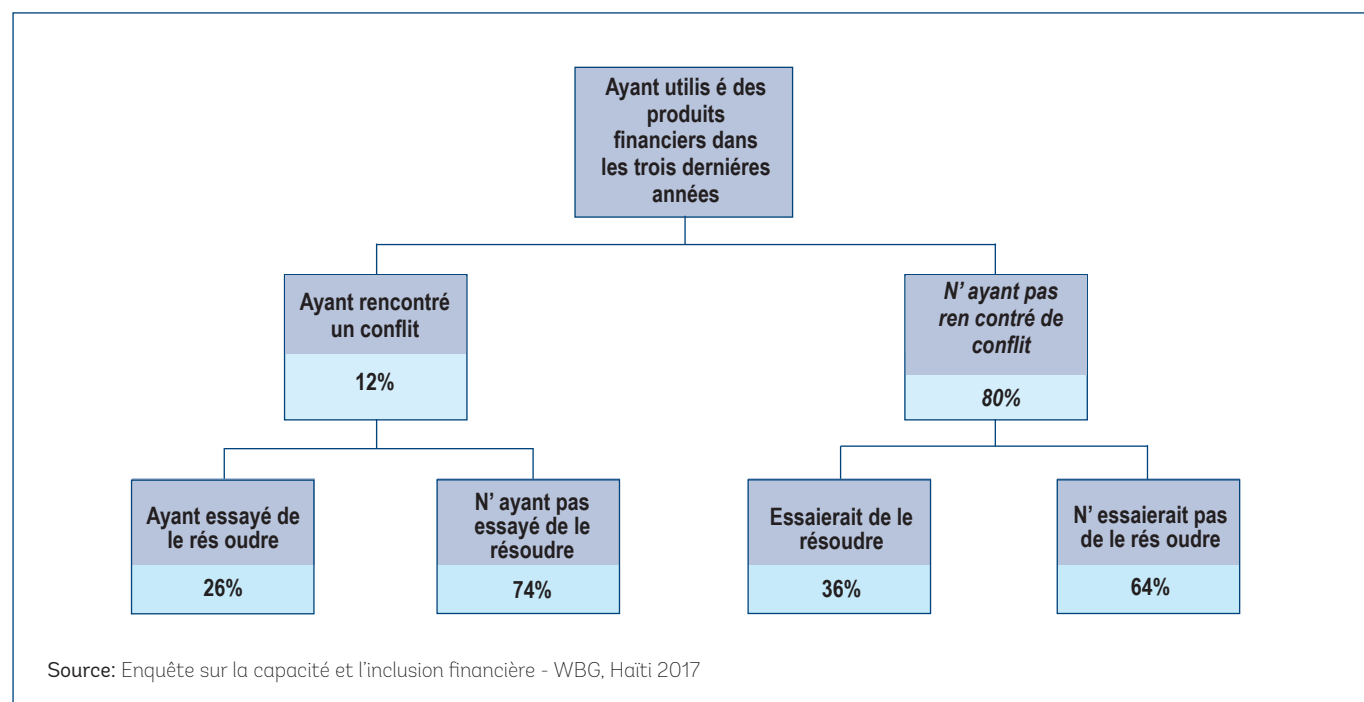
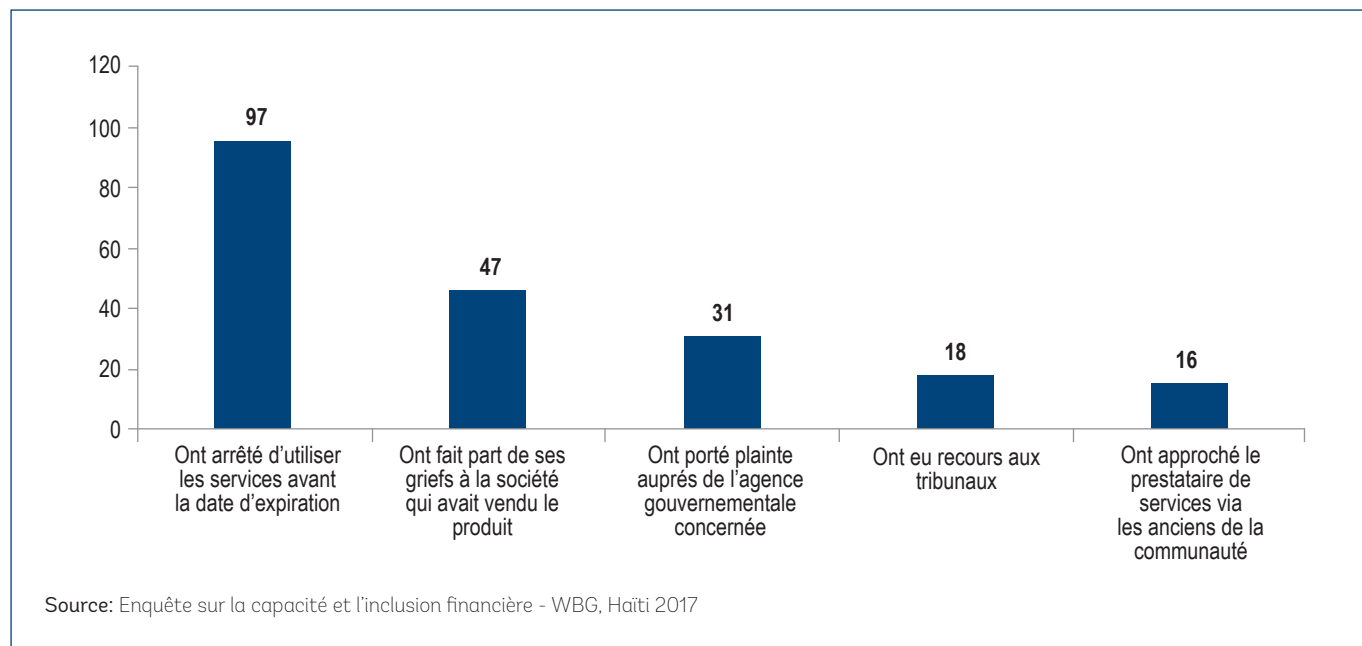


Schéma 27 : Action réalisée pour résoudre un litige avec les prestataires de services financiers



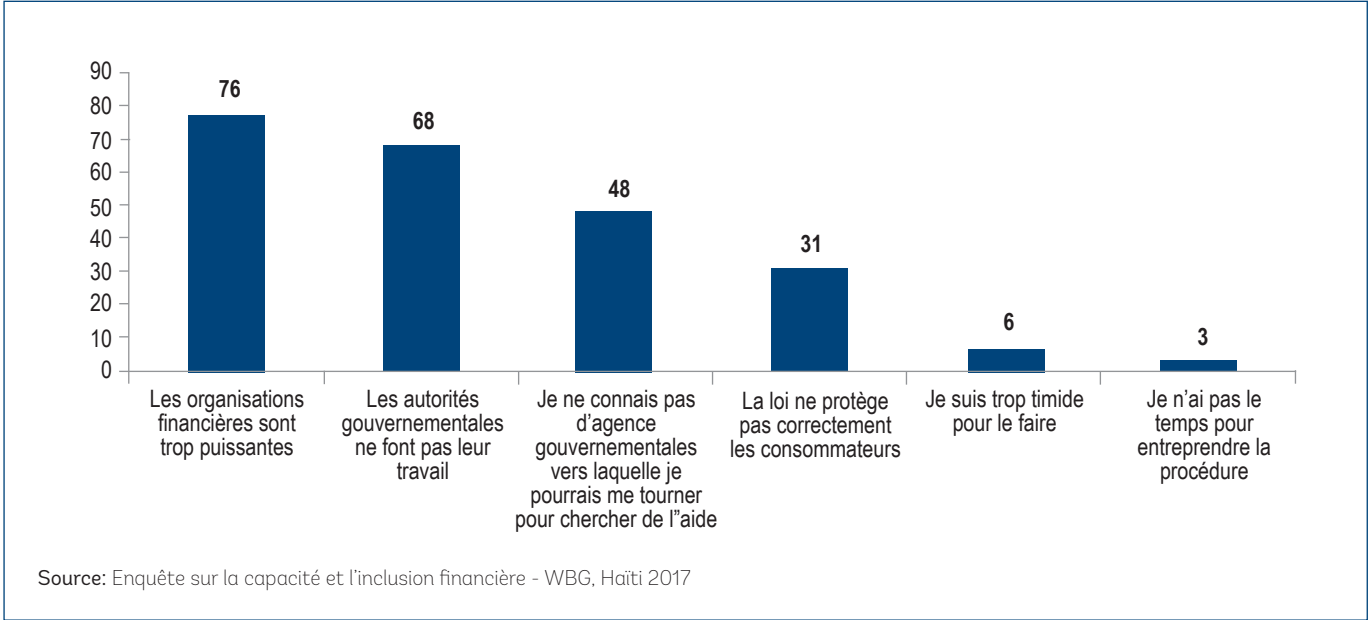
gouvernementales travaillent correctement. 31 pourcent révèlent également qu'ils ne se sentent pas protégés par la loi en tant que consommateur. Les résultats montrent une faible confiance envers les mécanismes de recours. Cependant, 48 pourcent indiquent également qu'ils ne savent pas vraiment où aller pour trouver de l'aide, montrant un fort besoin de transparence des mécanismes de recours disponibles.

3.4.2 Recherche d'information et utilisation des médias

Grosso modo, la moitié des haïtiens adultes indiquent chercher l'information avant de prendre une décision financière importante. Les personnes vivant à Port-au-Prince sont légèrement plus susceptibles de chercher l'information, 49 pourcent des adultes haïtiens de Port-au-Prince confirment cela contre 45 pourcent en moyenne. Cependant, seulement 41 pourcent de ceux qui cherchent des informations confirment qu'ils cherchent toujours des informations (moins de 25 pourcent de l'échantillon total). Ceci indique que la culture de chercher l'information pour prendre une décision éclairée n'est pas encore répandue en Haïti. Le diagnostic sur la protection du consommateur réalisé par la Banque mondiale en 2016 indique que cela est probablement en partie dû à des lacunes en matière d'information disponible.

Ce sont les institutions financières qui sont les sources d'information les plus fréquentes. Lorsqu'il leur est demandé où ils cherchent l'information, la plupart des haïtiens adultes mentionne les institutions financières (77 pourcent de ceux qui recherchent des informations), suivies par la famille et les partenaires (respectivement 42 et 36 pourcent). Les dirigeants de la communauté, le gouvernement local et le lieu de travail ne jouent pas un grand rôle en tant que source d'information, avec respectivement 20, 18, et 7 pourcent. Les données montrent une légère différence dans le comportement en fonction du sexe, de la localisation et du niveau de revenu. Les femmes mentionnent moins fréquemment les institutions financières et la famille comme source d'information (75 et 37 pourcent contre 80 et 46 pourcent pour les hommes), alors que les personnes en zones rurales se tournent plus vers famille en tant que source d'information (46 pourcent contre 37 pourcent dans les zones urbaines). Les personnes ayant des revenus plus élevés et dans les zones urbaines tendent à mentionner moins de sources, et comptent un peu moins sur la famille et sur les institutions financières en tant que source d'information, mais elles cherchent, en grande partie, conseil auprès d'un tiers. Globalement, les haïtiens adultes qui cherchent des informations mentionnent deux sources.

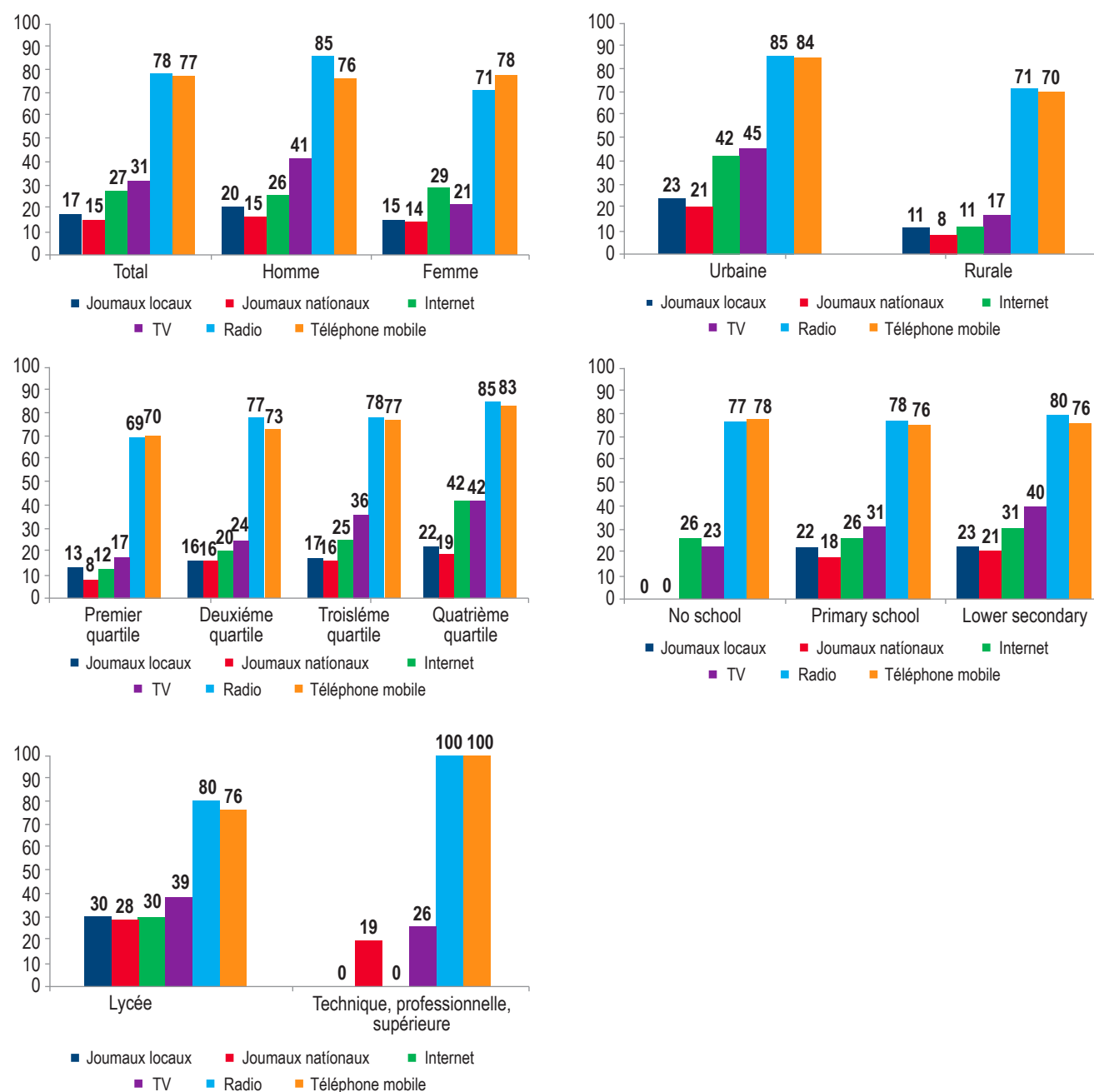
Schéma 28 : Raisons expliquant la non résolution des litiges avec les prestataires de services financiers



La radio et les téléphones mobiles sont les outils de communication de masse les plus utilisés, avec l'utilisation des médias étant la plus élevée parmi les adultes vivant en zones urbaines et les adultes de la tranche de revenu la plus élevée. Plus de trois haïtiens sur quatre possèdent un téléphone mobile et écoutent la radio, alors que seuls 31 pourcent indiquent regarder la télévision, 27 pourcent ont internet et 15 à 17 pourcent lisent les journaux (cf. Schéma 29). La proportion des adultes qui utilise internet diffère largement entre les zones urbaines et rurales, mais les données montrent également que les adultes vivant en zones rurales,

et ceux qui indiquent avoir de plus faibles revenus utilisent moins les médias que leurs pairs vivant en zones urbaines et qui sont dans les quartiles de revenu plus élevé. Sur tout le spectre des médias, les haïtiens adultes du quartile des plus hauts revenus ont un ratio d'utilisation plus élevé que ceux qui ont des bas salaires (première quartile). 85 pourcent contre 69 pour la radio, 83 pourcent contre 70 pour la téléphonie mobile, 42 pourcent contre 17 pour la télévision, 42 pourcent contre 12 pour internet, 19 pourcent contre 8 pour les journaux nationaux et 22 pourcent contre 13 pour les journaux locaux.

Schéma 29 : Utilisation des médias par groupes sociaux et démographiques



Source: Enquête sur la capacité et l'inclusion financière - WBG, Haïti 2017





4. Evaluation récapitulative et recommandations

Les résultats de l'enquête montrent un potentiel considérable pour augmenter l'accès aux services financiers en Haïti grâce à des réformes sur l'offre. D'un côté, de nombreux haïtiens adultes estiment qu'ils ne peuvent pas s'offrir des services financiers, principalement en raison des coûts élevés des services financiers. En outre, les résultats indiquent que les gens s'abstiennent volontairement de recourir à des prestataires de services financiers formels. Ceci est en partie dû à un manque de confiance et des attitudes négatives sous-jacentes envers les prestataires de services. De ce fait, les haïtiens adultes comptent largement sur les services financiers informels pour couvrir leurs besoins financiers. D'un autre côté, même les haïtiens financièrement inclus mobilisent leur argent à l'aide de prestataires de transfert d'argent quand ils envoient ou reçoivent des fonds, et indiquent un niveau mitigé de satisfaction à l'égard des services rendus par les institutions financières formelles. La plupart des gens se plaignent de la qualité du service, de la non transparence des coûts et du manque de confiance dans les mécanismes de recours. Globalement, les résultats révèlent la nécessité d'adapter les services financiers aux besoins des gens ayant de plus faibles niveaux de revenu, ainsi que d'augmenter la qualité des services et le niveau de transparence de l'information.

Les résultats de l'enquête révèlent également de substantielles lacunes dans les capacités financières des haïtiens adultes, lesquelles devraient être comblées par des réformes relatives à la demande. Alors que la plupart des gens semblent être au courant des services offerts par les banques commerciales, des MTA et des prestataires de services de paiement mobile, peu connaissent ceux des coopératives financières et des IMF. Ils sont ainsi peu susceptibles d'être au courant des produits financiers qui pourraient répondre à leurs besoins. Le niveau d'alphabétisation financière est également inégal, avec les personnes en zones rurales qui manquent particulièrement de compétences pour calculer de simples taux d'intérêt ou pour comparer les produits (malgré leur capacité à effectuer de simples calculs). Le faible niveau d'alphabétisation financière a également un effet sur la capacité des gens à planifier et à préparer les dépenses à venir. Alors que les personnes semblent faire des plans relatifs à leurs dépenses, peu s'y tiennent effectivement. Au contraire, de nombreuses personnes révèlent une tendance aux achats impulsifs, même si elles sont financièrement contraintes. Ceci est particulièrement prévalent en zones urbaines, où les opportunités de dépenses sont plus nombreuses. Ces lacunes peuvent être comblées par des campagnes de sensibilisation et des mesures d'éducation financière. Cela peut aider à augmenter le niveau de préparation pour les urgences et de planification au lieu de la dépendance actuelle sur les prêts formels ou informels pour couvrir les dépenses imprévues.

Etant donné les résultats ci-dessus, les recommandations s'imposent :

Mesures relatives à l'offre :

Pour stimuler une utilisation responsable des produits financiers et atteindre les segments de la population financièrement exclus, les résultats de l'enquête confirment qu'un certain nombre de mesures doivent être prises du côté de l'offre :

- En utilisant la cartographie des points de services financiers récemment achevée, il conviendrait d'identifier les lacunes dans la couverture géographique par rapport aux points de services financiers. En fonction de cela, des solutions potentielles devraient être étudiées avec les prestataires de services financiers, y compris la possibilité de mettre en place des solutions financières numériques. Il conviendrait, en outre, d'identifier les zones prioritaires où doivent être augmenté les points de services financiers.
- Pour augmenter la qualité des services des agents non bancaires, des efforts de renforcement des capacités devraient être entrepris pour former les agents. En outre, les mécanismes de surveillance mis en place par les prestataires de services financiers devraient être évalués et renforcés, et la gestion de la liquidité améliorée.
- Pour aider à créer un climat de confiance parmi les clients et leur permettre de prendre des décisions éclairées, la transparence des informations sur les produits et services doit être améliorée par les prestataires de services financiers. En outre, la complexité des informations disponibles devrait être réduite pour faciliter la compréhension des informations fournies.
- Les mécanismes de recours disponibles doivent être rendus transparents, et les procédures internes devraient être renforcées pour donner confiance aux clients sur le fait que leurs plaintes seront prises au sérieux.

Mesures relatives à la demande :

Pour favoriser la demande de services financiers et leur utilisation responsable, les mesures suivantes sont suggérées :

- Afin de récolter une information de qualité sur les approches de gestion financière des personnes, sur les attitudes et comportements relatifs à l'utilisation des services financiers, il conviendrait de mettre en place un petit nombre de groupes de discussion. En outre, les groupes devraient aider à confirmer les « cas d'utilisation » autour desquels des mesures d'éducation financière pourraient être centrées (comme les transferts d'envoi d'argent par exemple).¹⁴ Ceci viendrait en complément de l'information quantitative collectée dans cette enquête.
- Fondés sur les résultats de l'enquête et des informations complémentaires des groupes de discussion, des messages « clés » pourraient être développés. Ces messages « clés » devraient comprendre un ensemble de faits simples et faciles à comprendre qui pourraient être intégrés dans les matériaux d'éducation financière, de formation et d'activités de sensibilisation. L'existence de ces messages « clés » devraient permettre d'harmoniser les mesures d'éducation financières parmi les parties prenantes, ainsi que les activités et les outils utilisés. Par exemple, des messages courts et faciles à retenir pourraient être développés pour rappeler l'importance de mettre de côté des fonds d'urgence (cas d'utilisation) :
 - L'importance de la planification et de la préparation de fonds d'urgence,
 - Des produits financiers pour mettre de côté une petite épargne,
 - L'information à rechercher (et les sources) lors du choix de produits d'épargne,
 - Les droits et responsabilités d'un client lors de l'utilisation de produits d'épargne.

¹⁴ Dans ce contexte, les cas d'utilisation font référence aux transactions financières individuelles et aux besoins des personnes, qui pourraient être utilisés comme exemple pour mettre en lumière l'avantage d'utiliser les services financiers formels et de fournir aux populations ciblées les informations sur leur utilisation responsable.

- En parallèle, une stratégie d'éducation financière pourrait être développée en collaboration avec les parties prenantes essentielles du secteur financier, des organismes sans but lucratif et du secteur public (avec une participation prééminente des ministères et des agences impliquées dans l'éducation publique). La stratégie devrait :

- Evaluer brièvement les mesures d'éducation financière et les expériences au regard de leur déploiement et effet sur les capacités financières du public ciblé,
- Evaluer les lacunes en matière de sensibilisation et thématique des mesures existantes, en tenant compte les résultats de l'enquête sur la capacité financière, et les résultats des groupes de discussion,
- Développer un plan d'action pour les mesures d'éducation financière, afin de remédier, d'une manière coordonnée, aux lacunes identifiées en matière de capacité financière et de compléter / affiner les mesures d'éducation financière existantes. Les domaines suivants devraient être couverts :

- Messages « clés » (cf. ci-dessus)
- Public ciblé. Les résultats montrent que les envoyeurs (urbains) et bénéficiaires (ruraux) d'envoi de fonds, par exemple, sont de bons groupes cibles.
- Moments d'apprentissage. Le plan d'action devrait atteindre le public ciblé au moment où les besoins se font sentir. Ceci pourrait être, par exemple, au moment de la remise par le bailleur ou par le gouvernement de soutien financier aux populations rurales, de même que le déploiement de nouveaux produits financiers tels que le nouveau mécanisme d'une carte de paiement et l'accompagnement de mesures pour augmenter le nombre de points de service dans le pays.
- Thèmes devant être abordés: pour les zones rurales, les résultats de l'enquête montrent par exemple, de grandes lacunes dans la connaissance des institutions financières et de leurs services, des lacunes dans la

compréhension de concepts financiers et leur services, et comme cas d'utilisation, la manière d'utiliser les envois d'argent pour créer des fonds d'urgence pour réduire la dépendance aux prêts informels en cas de difficultés financières.

- Types de média devant être utilisés: L'enquête montre que la radio semble être l'outil média de masse le plus facilement accessible pour toucher de larges segments de la population, suivi de l'envoi de texte. En outre, des cours de formation ou des cours d'apprentissage entre pairs semblent prometteurs, dans la mesure où les personnes montrent une préférence pour recevoir une formation directement d'une autre personne.
- Calendrier, financement et cadre de contrôle: la stratégie devrait aussi couvrir les sources financières pour le déploiement des mesures de sensibilisation de même que les indicateurs pour mesurer les résultats et les effets des mesures.

Réformes réglementaires et de surveillance :

- Pour compléter les réformes décrites relatives à l'offre et à la demande, des réformes réglementaires et de supervision devraient être entreprises :
- La BRH devrait compiler et publier de manière régulière des informations sur l'évolution géographique des points de services financiers. Ceci devrait idéalement inclure des informations sur le type de points d'accès financier au niveau de la commune (succursales, agents non bancaires, points de services, GAB), de même que l'évolution des points de services par type de prestataire de services (banques, IMF, coopératives financières, MTA, et fournisseurs de services de paiement mobile).
- La BRH devrait également édicter des réglementations supplémentaires liées à la protection des consommateurs pour favoriser la diffusion et la transparence de l'information pour tous les services financiers, harmoniser les conditions et les formats, imposer la disponibilité et la forme des mécanismes de gestion des plaintes.

Bailleurs et organisations non gouvernementales (ONG) :

Les bailleurs et les ONG peuvent jouer un rôle important en faveur de l’alphabétisation financière, dans la mesure où ils peuvent inclure des programmes d’éducation financière dans leurs initiatives en cours et toucher ainsi le public ciblé de manière « neutre » :

- Les bailleurs et les ONG devraient collaborer pour développer un plan d’action en faveur de l’éducation financière, hiérarchisé en fonction des priorités et doté d’un financement adéquat (cf. ci-dessus)
- Les bailleurs et les ONG devraient intégrer des modules d’éducation financière dans leurs programmes de travail en cours. Ces modules pourraient être intégrés, par exemple, dans les programmes de travail ciblant le développement de l’entrepreneuriat, dans des programmes agricoles et ceux visant à trouver ses

propres moyens de subsistance. Ces programmes sont particulièrement adaptés pour les mesures d’éducation financière qui couvrent des thèmes plus complexes tels que la gestion financière et bénéficient donc des messages répétés et pratiques.

- Enfin, les bailleurs devraient réévaluer les options pour canaliser le soutien financier via le système financier formel pour atteindre le public ciblé d’une manière efficace et favoriser leur niveau d’inclusion financière. L’introduction de nouveaux mécanismes de paiement devrait idéalement être accompagnée de mesures d’éducation financière pour la population ciblée, ce qui couvre l’information sur le nouveau mécanisme de paiement (coût, caractéristiques, produit financier sous-jacent, droits et responsabilités en tant que client), de même qu’une formation en capacité financière pour améliorer les compétences en gestion financière des groupes ciblés.



Références

Aker, J., R. Boumniel, A. McClelland, et N. Tierney. 2013. "How Do Electronic Transfers Compare? Evidence from a Mobile Money Cash Transfer Experiment in Niger." Tufts University. <http://fr.slideshare.net/DrLendySpiresFoundation/final-the-opportunities-of-digitizing-payments2>

Allen, F., A. Demircuc-Kunt, L. Klapper, et M. S. Martinez Peria. 2012. "Foundations of Financial Inclusion." Document de travail de recherche sur les politiques 6290, Banque mondiale, Washington, DC. http://www-wds.worldbank.org/servlet/WDSCContentServer/WDSP/IB/2013/04/05/000158349_20130405143900/Rendered/PDF/wps6290.pdf

Aportela, F. 1999. "Effects of Financial Access on Savings by Low Income People." Banco de Mexico.

Babatz, G. 2013. "Sustained Effort, Saving Billions: Lessons from the Mexican Government's Shift to Electronic Payments." Better Than Cash Alliance Case Study. <http://betterthancash.org/>

Batista, C., et P. Vicente. 2013. "Introducing Mobile Money in Rural Mozambique: Evidence from a Field Experiment." Document de travail 1301, Nova Africa Center for Business and Economic Development, Nova University of Lisbon.

Berg, Gunhild and Bilal Zia. 2013. "Financial Literacy through Mainstream Media: Evaluating the Impact of Financial Messages in a South African Soap Opera." Document de travail de la Banque mondiale, Washington, DC.

Bruhn, Miriam, Luciana de Souza Leão, Arianna Legovini, Rogelio Marchetti et Bilal Zia. 2016. "The Impact of High School Financial Education: Evidence from a Large-Scale Evaluation in Brazil." *American Economic Journal: Applied Economics*, 8(4): 256-95.

Buehler, R., D. Griffin, et M. Ross. 2002. "Inside the Planning Fallacy: The Causes and Consequences of Optimistic Time Predictions. Pp. 250-270 in Gilovich, T., Griffin, D. and Kahneman, D. (eds.) *Heuristics and Biases: The Psychology of Intuitive Judgment*. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.

CGAP, 2012. "Transferts sociaux et inclusion financière : étude de quatre pays" Focus Note 77, CGAP, Washington, DC.

Cole, Shawn A., Thomas Andrew Sampson, et Bilal Husnain Zia. "Financial Literacy, Financial Decisions, and the Demand for Financial Services: Evidence from India and Indonesia." Harvard Business School, 2009.

Duflo, Esther, and Emmanuel Saez. "The Role of Information and Social Interactions in Retirement Plan Decisions: Evidence from a Randomized Experiment." *The Quarterly Journal of Economics* 118.3 (2003): 815-842.

Demircuc-Kunt, A., L. Klapper, et D. Randall. 2013. "Islamic Finance and Financial Inclusion: Measuring the Use of and Demand for Formal Financial Services among Muslim Adults." Policy Research Working Paper 6642, World Bank, Washington, DC. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/16875/WPS6642.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Demirguc-Kunt, Asli et Leora Klapper. 2012. "Measuring Financial Inclusion: The Global Findex Database." World Bank Working Paper No. 6025, Washington, DC.

Demirguc-Kunt, A., L. Klapper, P. Van Oudheusden, and L. Zingales. 2014. "Trust in Banks." Development Research Group, World Bank, Washington, DC.

Di Maro, Vincenzo, Aidan Coville, Siegfried Zottel et Felipe Alexander Dunsch. 2013. "The Impact of Financial Literacy through Feature Films: Evidence from a Randomized Experiment in Nigeria." Financial Literacy & Education, Russia Trust Fund.

Dupas, Pascaline et Jonathan Robinson. 2013b. "Why Don't the Poor Save More? Evidence from Health Savings Experiments." *American Economic Review* 103 (4): 1138–71.

Gine, Xavier, Dean Karlan, et Muthoni Ngatia. "Social Networks, Financial Literacy and Index Insurance." Mimeo, 2011.

Imam, Patrick et Christina Kolerus. 2013. "West African Economic and Monetary Union, Financial Depth and Macrostability". International Monetary Fund.

Karlan, Dean, et al. 2010. "Getting to the Top of Mind: How Reminders Increase Saving." No. w16205. National Bureau of Economic Research.

Klapper, Leora, Anna Maria Lusardi, and Georgios A. Panos. 2012. "Financial Literacy and the Financial Crisis." World Bank Working Paper No. 5980, Washington, DC.

MasterCard. 2013. "SASSA MasterCard Debit Card Grows Financial Inclusion in South Africa." Press Release, November 13. <http://newsroom.mastercard.com/press-releases/>.

Perry, Vanessa Gail. "Is Ignorance Bliss? Consumer Accuracy in Judgments about Credit Ratings." *Journal of Consumer Affairs* 42.2 (2008): 189-205.

Rodríguez, Catherine, et Juan E. Saavedra. 2015. "Nudging Youth to Develop Savings Habits: Experimental Evidence Using SMS Messages." CESR-SCHAEFFER Working Paper Series Paper No: 2015-018.

Ruiz, C. 2013. "From Pawn Shops to Banks: The Impact of Formal Credit on Informal Households." Policy Research Working Paper 6643, World Bank, Washington, DC.

Rustamov, H. Tamerlan, et al. "Non-Bank Payment Service Providers and Financial Inclusion: the Case of Azerbaijan." *The Journal of Qafqaz University on Economics and Administration*, 2015 Volume 3, Number 2 (UOT: 336.11).

Stix, Helmut. 2013. "Why Do People Save in Cash? Distrust, Memories of Banking Crisis, Weak Institutions and Dollarization." *Journal of Banking and Finance* 37: 4087–106.

World Bank Group. 2014a. "Global Financial Development Report 2014: Financial Inclusion." Washington, DC: World Bank.

World Bank Group, Bill and Melinda Gates Foundation, Better than Cash Alliance. 2014b. "The Opportunities of Digitizing Payments." Washington, DC: World Bank.

World Bank Group. 2013a. "Global Financial Development Report 2014: Financial Inclusion." World Bank, Washington, DC.

World Bank Group. 2013d. "Financial Capability Surveys Around the World: Why Financial Capability is Important and How Surveys can Help." World Bank, Washington, DC.

World Bank Group and Bank for International Settlements. 2015. Consultative report. "Payment Aspects of Financial Inclusion."

World Bank's Report No. 89360 "Azerbaijan Economic Diversification and Growth, Access to Finance: Measure to Ease a Binding Constraint." September 2013.

World Bank's "Technical Note on Access to Finance." November 2015.

World Bank (2017), Diagnostic of the Financial Consumer Protection Framework in Haiti, forthcoming.

Yoko Doi, David McKenzie and Bilal Zia. 2012. "Who You Train Matters: Identifying Complementary Effects of Financial Education on Migrant Households." World Bank Working Paper No. WPS6157, Washington, DC.

Zimmerman, J., K. Bohling, and S. Rotman Parker. 2014. "Electronic G2P Payments: Evidence from Four Lower-Income Countries." Focus Note 93, CGAP, Washington, DC.





Annexes

A. Tableau croisé d'inclusion financière

Tableau 6 : Récapitulatif de l'inclusion financière par facteurs sociaux et démographiques

	Institution financière formelle	Banques, Institutions nationale d'épargne et de crédit				Fournisseur de paiement		IMF	Assurance
	Possession d'un compte formel	Compte bancaire	Carte de crédit	Loan	Emprunt hypothécaire	OTA	Compte d'argent électronique	Crédit IMF	Assurance générale/ personnelle
Sexe									
Total	27,5%	21,4%	2,8%	4,7%	2,8%	66,9%	14,3%	3,5%	5,7%
Homme	29,2%	24,3%	3,5%	5,5%	3,4%	66,7%	13,7%	4,8%	5,8%
Femme	25,7%	18,5%	2,0%	3,8%	2,1%	67,2%	15,0%	2,1%	5,6%
Zone									
Urbaine	37,6%	27,9%	4,4%	7,0%	4,3%	81,2%	23,2%	2,9%	9,5%
Rurale	16,7%	14,6%	1,1%	2,1%	1,1%	51,7%	4,8%	4,1%	1,6%
Niveau de revenu									
Premier quartile	15,3%	12,9%	1,0%	1,8%	0,2%	52,3%	3,2%	4,7%	1,3%
Deuxième quartile	18,8%	13,9%	0,5%	2,1%	1,8%	58,9%	9,0%	3,4%	2,6%
Troisième quartile	27,4%	21,8%	4,4%	4,8%	3,5%	65,8%	12,1%	3,7%	7,0%
Quatrième quartile	39,5%	30,3%	4,2%	7,6%	4,5%	80,8%	25,1%	2,6%	9,3%
Emploi									
Hors population active et retraite	17,3%	14,8%	0,0%	0,0%	0,0%	63,9%	6,9%	0,0%	4,1%
Sans emploi	21,8%	17,9%	1,7%	4,5%	2,1%	68,0%	10,2%	3,8%	5,1%
Employé formellement	34,5%	32,1%	0,0%	5,6%	9,3%	92,6%	28,9%	0,0%	18,4%
Employé informellement	32,7%	24,8%	4,1%	6,1%	4,3%	72,1%	18,4%	3,2%	6,1%
Indépendant	28,2%	21,8%	2,9%	4,6%	2,6%	64,8%	14,7%	3,9%	5,7%
Niveau d'éducation									
Non scolarisé	24,6%	18,2%	2,2%	2,9%	2,3%	63,5%	13,6%	3,0%	5,2%
Ecole primaire et intermédiaire	27,4%	21,8%	2,6%	5,0%	2,8%	67,1%	13,4%	3,5%	5,6%

	Institution financière formelle	Banques, Institutions nationale d'épargne et de crédit				Fournisseur de paiement		IMF	Assurance
Secondaire, professionnel et supérieur	30,5%	24,0%	3,7%	5,7%	3,2%	70,1%	17,2%	3,9%	6,4%
Taille du ménage									
1 to 3 membres	25,9%	18,1%	2,2%	4,5%	3,1%	70,8%	14,5%	2,8%	5,6%
4 to 6 membres	26,8%	22,3%	2,9%	5,1%	2,6%	64,4%	13,3%	3,7%	6,2%
7 to 9 membres	30,6%	23,7%	3,2%	4,1%	2,6%	67,0%	15,9%	3,8%	4,7%
Utilisation des médias									
0 média	10,0%	4,7%	0,4%	0,5%	0,0%	63,7%	5,4%	1,4%	4,2%
1 média	20,5%	17,3%	1,6%	3,0%	0,7%	58,6%	9,3%	3,9%	3,9%
2 médias	26,7%	20,5%	2,2%	2,7%	3,0%	61,7%	12,3%	4,9%	3,8%
3 médias	28,7%	21,4%	2,9%	6,3%	2,6%	70,9%	15,9%	3,0%	6,2%
4 médias	36,5%	28,8%	3,8%	7,1%	4,5%	77,5%	23,9%	1,2%	9,1%
5 – 6 médias	35,3%	31,3%	8,7%	10,5%	5,5%	83,7%	14,4%	2,6%	14,0%
Stabilité de revenu									
Revenu stable	27,6%	21,6%	2,7%	4,6%	2,6%	66,6%	14,3%	3,2%	5,4%
Revenu instable	26,6%	20,3%	3,4%	5,1%	3,7%	69,5%	14,2%	5,4%	7,8%
Zone									
Port-Au-Prince (PAP)	47,0%	36,2%	5,0%	9,4%	5,1%	83,9%	30,2%	3,5%	11,4%
Connectée (RN)	26,5%	20,3%	3,0%	4,3%	3,6%	66,2%	13,6%	3,5%	5,5%
Non connectée (H - Ile)	16,6%	13,5%	1,3%	2,1%	0,7%	57,4%	5,4%	3,5%	2,4%
Strate									
Non-connectée (H - Ile)	23,6%	20,3%	0,9%	3,2%	3,3%	57,8%	8,1%	4,6%	5,3%
Rurale - Port-au-Prince (PAP)	47,9%	36,8%	5,2%	9,6%	5,2%	84,9%	31,0%	3,5%	11,6%
Urbaine - Port-au-Prince (PAP)	21,4%	18,5%	1,5%	3,1%	2,9%	55,0%	7,7%	4,3%	3,1%
Rurale - connectée (RN)	31,8%	22,2%	4,5%	5,6%	4,2%	77,9%	19,7%	2,6%	8,0%
Urbaine - Connectée (RN)	13,8%	12,1%	0,8%	1,6%	0,0%	49,6%	3,0%	4,0%	0,7%
Rurale - Non-connectée (H - Ile)	24,0%	17,2%	2,5%	3,6%	2,6%	78,3%	11,8%	2,0%	7,1%

Source: Enquête sur la capacité et l'inclusion financière - WBG, Haïti 2017

¹⁵ La possession d'un compte formel ("inclus financièrement ») est défini dans cette étude sur la capacité financière en Haïti comme le pourcentage de répondants qui indiquent avoir un compte (eux-mêmes ou avec quelqu'un d'autre) dans une banque ou un autre type d'institution financière (crédit formel, prêt hypothécaire, crédit d'une organisation de micro crédit ou d'un système financier décentralisé, carte de débit ou de crédit, épargne formelle, compte courant et d'épargne), ou utiliser personnellement un service d'argent électronique dans les douze derniers mois.

B. Connaissance, expérience et niveau de satisfaction des prestataires de services financiers

Tableau 7 : Sensibilisation et expérience des services financiers offerts par les institutions financières

		Banques			Coopératives financières			Organisations de microfinance		
		Connaissent les services	Ont utilisé des services	Ont utilisé et ont été satisfaits	Connaissent les services	Ont utilisé des services	Ont utilisé et ont été satisfaits	Connaissent les services	Ont utilisé des services	Ont utilisé et ont été satisfaits
Total	Total	94%	44%	68%	40%	60%	91%	13%	30%	51%
Sexe	Femme	93%	45%	68%	38%	57%	92%	11%	24%	61%
	Homme	96%	43%	67%	43%	61%	90%	14%	35%	46%
Zone	Urbaine	96%	51%	65%	40%	52%	90%	13%	25%	53%
	Rurale	93%	36%	72%	41%	68%	91%	12%	37%	49%
Revenu du ménage	1er Quartile	93%	35%	72%	40%	72%	91%	13%	38%	49%
	2ème Quartile	93%	39%	70%	40%	66%	92%	11%	31%	66%
	3ème Quartile	95%	41%	69%	39%	57%	88%	13%	34%	52%
	4ème Quartile	96%	53%	65%	42%	50%	90%	14%	24%	45%
Zone	PAP	98%	59%	65%	43%	43%	90%	14%	25%	52%
	Connectée	94%	41%	67%	40%	60%	91%	13%	32%	38%
	Non connectée	93%	37%	72%	39%	70%	91%	11%	33%	62%

		Opérateur de transfert d'argent			Fournisseur d'argent mobile		
		Connaissent les services	Ont utilisé leurs services	Ont utilisé et ont été satisfaits	Connaissent les services	Ont utilisé leurs services	Ont utilisé et ont été satisfaits
Total	Total	87%	82%	59%	73%	20%	62%
Sexe	Femme	88%	82%	61%	75%	21%	62%
	Homme	85%	83%	56%	71%	20%	63%
Zone	Urbaine	93%	89%	53%	79%	30%	61%
	Rurale	80%	74%	67%	66%	8%	70%
Revenu du ménage	1er Quartile	79%	78%	64%	65%	5%	80%
	2ème Quartile	86%	77%	68%	69%	15%	68%
	3ème Quartile	85%	80%	60%	70%	19%	60%
	4ème Quartile	94%	88%	52%	81%	31%	60%
Zone	PAP	95%	91%	46%	87%	35%	62%
	Connectée	88%	78%	61%	72%	19%	60%
	Non connectée	82%	80%	66%	65%	10%	68%

		Compagnie d'assurance			Maison de courtage			Bureau de change		
		Connaissent les services	Ont utilisé leurs services	Ont utilisé et ont été satisfaits	Connaissent les services	Ont utilisé leurs services	Ont utilisé et ont été satisfaits	Connaissent les services	Ont utilisé leurs services	Ont utilisé et ont été satisfaits
Total	Total	20%	71%	89%	10%	36%	84%	61%	26%	93%
Sexe	Femme	21%	66%	91%	10%	17%	91%	62%	23%	92%
	Homme	20%	76%	87%	10%	54%	81%	61%	28%	94%
Zone	Urbaine	30%	77%	89%	13%	50%	84%	65%	27%	94%
	Rurale	9%	49%	91%	7%	8%	84%	58%	24%	92%
Revenu du ménage	1er Quartile	8%	49%	87%	7%	11%	100%	58%	22%	92%
	2ème Quartile	13%	50%	80%	7%	0%		56%	31%	94%
	3ème Quartile	17%	67%	89%	8%	5%	100%	59%	23%	96%
	4ème Quartile	33%	80%	90%	14%	60%	82%	68%	27%	92%
Zone	PAP	40%	83%	90%	16%	63%	84%	67%	27%	95%
	Connectée	17%	68%	90%	10%	20%	72%	65%	24%	91%
	Non connectée	10%	46%	83%	6%	13%	100%	55%	26%	93%

Source: Enquête sur la capacité et l'inclusion financière - WBG, Haïti 2017

C. Contexte de l'enquête sur l'inclusion financière en Haïti

Schéma 30 : Répartition estimée de la population par zone urbaine/rurale

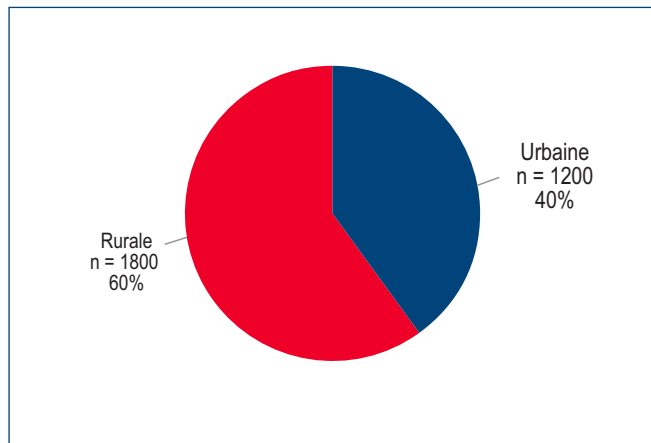


Schéma 31 : Répartition estimée de la population par province

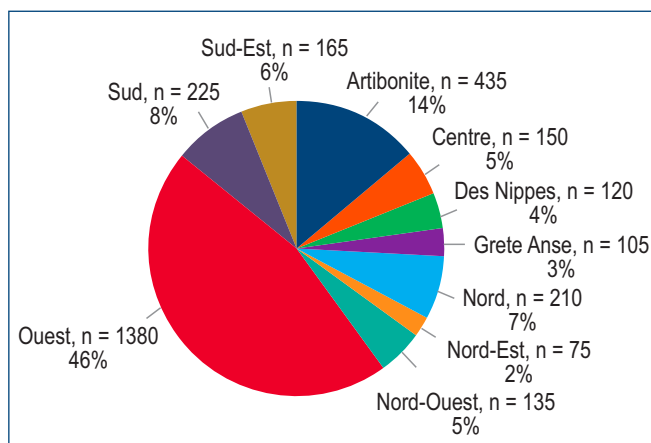


Schéma 32 : Répartition estimée de la population par sexe

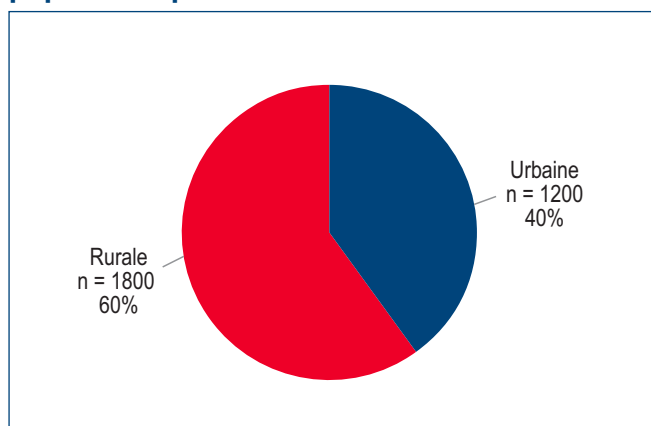


Schéma 33 : Répartition estimée de la population par groupe d'âge

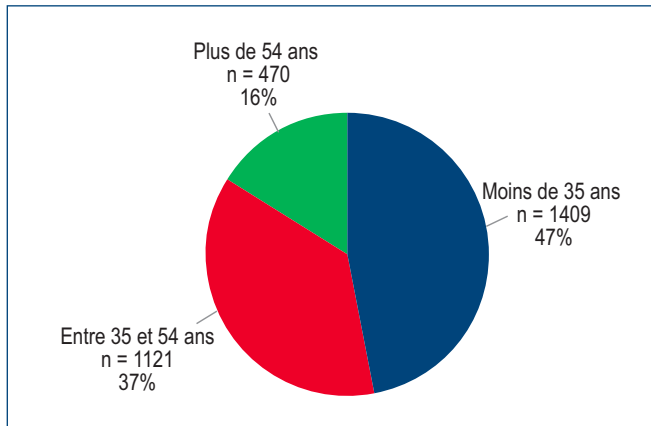


Schéma 34 : Répartition estimée de la population par taille de ménage

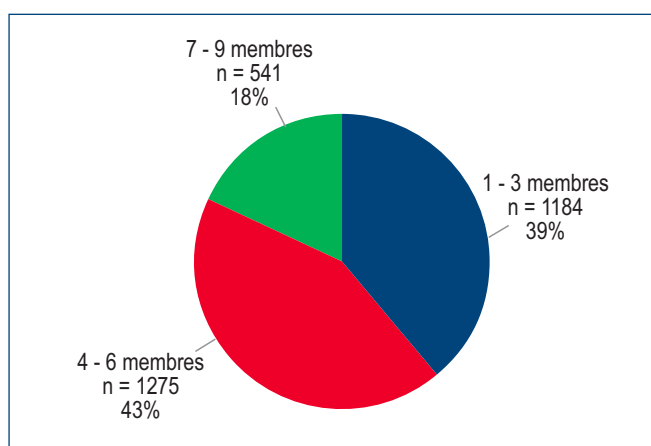


Schéma 35 : Répartition estimée de la population par groupe d'éducation

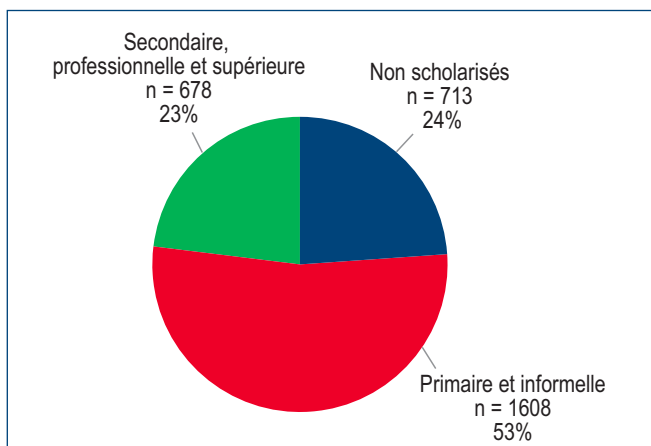


Schéma 36 : Répartition estimée de la population par groupe de revenu stable/ instable

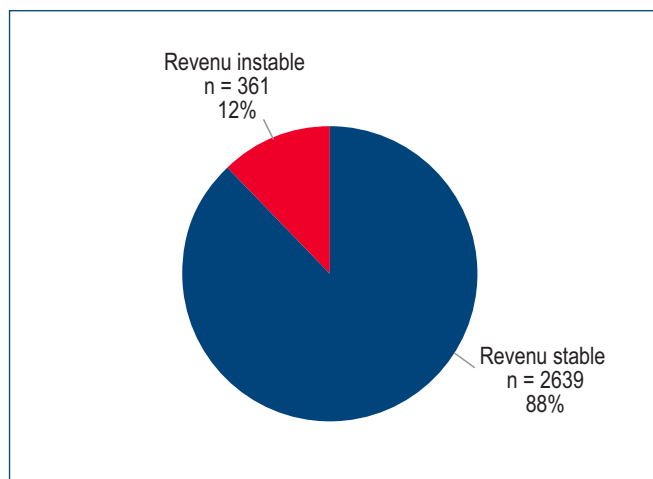


Schéma 37 : Répartition estimée de la population par groupe de revenu

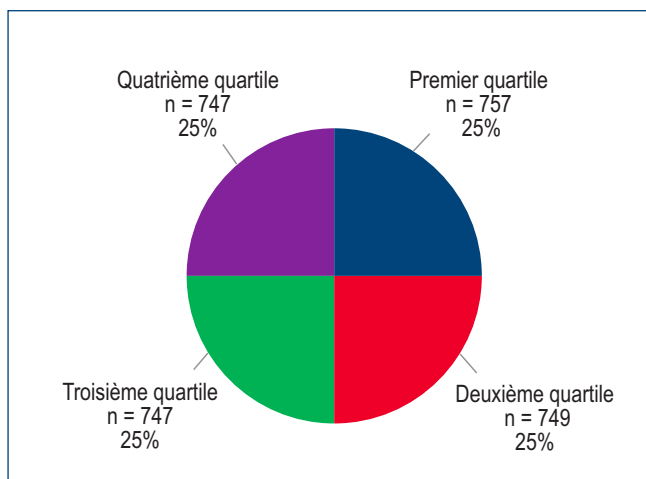


Schéma 38 : Répartition estimée de la population par zone

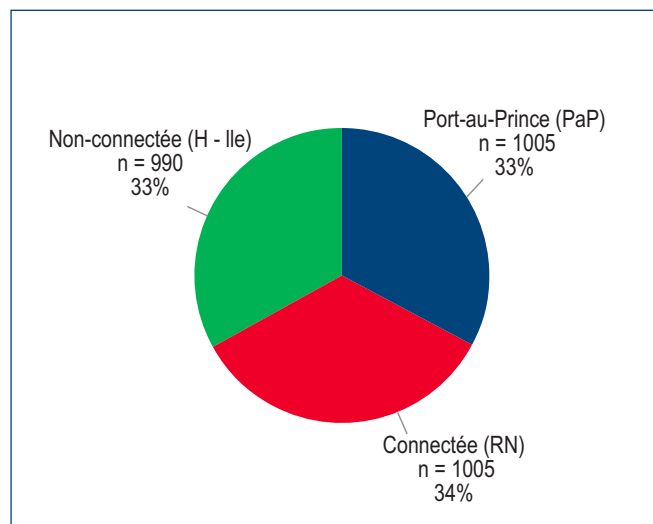
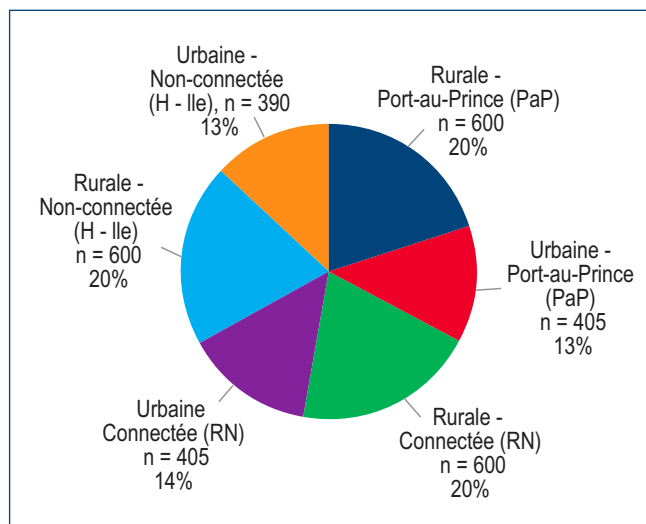


Schéma 39 : Répartition estimée de la population par strate





GROUPE DE LA BANQUE MONDIALE

