



المؤسسة المغربية للثقافة المالية
Fondation Marocaine pour l'Éducation Financière

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2024



RAPPORT
D'ACTIVITÉ
2024



SOMMAIRE

EDITO

**2024 : UNE AMBITION RENOUVELÉE AU SERVICE
DE LA CULTURE FINANCIÈRE DES POPULATIONS**

01

**NOUVEAU PLAN STRATÉGIQUE 2024-2028,
NOUVELLES AMBITIONS**

02

**FORMER ET OUTILLER POUR RENFORCER
L'ÉDUCATION FINANCIÈRE**

03

**RENFORCER LA CULTURE FINANCIÈRE
DES POPULATIONS CIBLES**

04

LES PARTENAIRES DE LA FMEF EN ACTION

05

**CONSOLIDER LA COMMUNICATION ET LA COOPÉRATION
AU NIVEAU NATIONAL ET INTERNATIONAL**

ANNEXE

BILAN DU PLAN STRATÉGIQUE 2019-2023



ÉDITO

ÉDITO

2024 : une ambition renouvelée au service de la culture financière des populations

La Fondation Marocaine pour l'Éducation Financière (FMEF), soutenue par un réseau actif de membres et de partenaires engagés, a su, à travers ses plans stratégiques quinquennaux et des programmes coordonnés, consolider son positionnement, renforcer les synergies avec ses parties prenantes et affirmer son rôle de catalyseur des efforts nationaux en matière d'éducation financière. En 2024, cette dynamique collective s'est intensifiée, traduisant une volonté partagée d'agir avec cohérence, efficacité et impact.

L'année 2024 a en effet marqué une étape charnière, symbolisant à la fois la clôture du plan stratégique 2019-2023 et l'amorce d'un nouveau cycle, à travers le lancement du plan 2024-2028. Ce nouveau cap, nourri par les acquis de ces cinq dernières années et par les défis identifiés, reflète une ambition renouvelée de renforcer la culture financière et de généraliser l'inclusion financière.

Fidèle à ses missions, la Fondation a poursuivi la conception et la coordination de programmes structurants en collaboration avec ses membres et partenaires, tout en enrichissant l'offre de contenus pédagogiques, en promouvant les bonnes pratiques et en réaffirmant l'importance de la neutralité des actions. Les efforts se sont intensifiés en direction des cibles prioritaires - jeunes, femmes, entrepreneurs et très petites entreprises - sans oublier la cible des enfants de moins de quinze ans, véritable vecteur d'une culture financière durable. Parallèlement, la reconnaissance du modèle marocain d'éducation financière a gagné en envergure à l'échelle internationale.

À travers sa participation à des événements, le partage d'expériences et l'intérêt grandissant d'institutions internationales, la Fondation a consolidé la visibilité de son action et affirmé son engagement en faveur du développement des compétences et la contribution à l'inclusion financière des populations.

Portée par l'engagement de ses membres et la confiance de ses partenaires, la FMEF entend poursuivre, avec constance et détermination, sa mission au service d'une éducation financière accessible, neutre et structurante, au bénéfice de tous.



NOUVEAU PLAN STRATÉGIQUE 2024-2028 NOUVELLES AMBITIONS

1. Nouveau plan stratégique 2024-2028 nouvelles ambitions

En adoptant son nouveau Plan stratégique, la Fondation Marocaine pour l'Éducation Financière a placé cette année 2024 sous le signe de la continuité et de la transformation. D'une part, en consolidant les acquis du plan stratégique 2019-2023, dont le bilan figure à la fin de ce rapport; d'autre part, en lançant les bases du Plan 2024-2028, fruit d'une démarche d'évaluation rigoureuse et d'une vision collective alignée sur les nouveaux défis.

Le Plan 2024-2028 constitue le troisième plan quinquennal de la Fondation depuis sa création en 2013. Fidèle à sa démarche structurée, la Fondation élabore en effet, tous les cinq ans, une nouvelle feuille de route définie en concertation avec ses membres et partenaires. Ce plan fixe les grandes orientations stratégiques de l'institution, en tenant tout particulièrement compte des priorités définies par la Stratégie Nationale de l'Inclusion Financière, avec laquelle il est pleinement aligné.

1.1. Analyser, écouter, anticiper : Une stratégie nourrie par l'expérience et les enjeux

Pour l'élaboration des orientations stratégiques, la Fondation s'appuie à la fois sur des benchmarks internationaux de référence et sur **deux piliers majeurs** :

- **Le bilan des réalisations** mené en interne et enrichi par la contribution des parties prenantes, permettant d'identifier les avancées en matière d'éducation financière, les bonnes pratiques à reconduire, ainsi que les axes d'amélioration;
- **Les orientations de la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière (SNIF)**, élaborée par le Ministère de l'Économie et des Finances et Bank Al-Maghrib, qui fixent les orientations et les priorités en termes de populations cibles et de leviers à activer.

Avant de définir leur vision 2024-2028, la Fondation, ses membres et ses partenaires ont également identifié plusieurs enjeux majeurs à prendre en compte :

- L'importance d'aborder l'éducation financière dès le plus jeune âge afin de favoriser une culture financière précoce et durable en s'appuyant sur un écosystème dédié aux enfants et aux juniors;
- **Le déploiement du programme de protection sociale**, qui requiert un accompagnement des bénéficiaires par les acteurs de l'éducation financière pour

en garantir la compréhension et l'appropriation;

- Le faible niveau de capacité financière observé, tel que révélé par les résultats du Baromètre de la Capacité Financière (Bank Al-Maghrib, 2023), soulignant **la nécessité de renforcer l'inclusion et les compétences financières des citoyens**;
- L'élargissement continu de l'offre de services financiers, notamment digitaux (finance verte, crowdfunding, micro et méso-finance...), qui appelle **une adaptation des programmes d'éducation financière aux nouveaux usages et produit** ;
- La recrudescence des fraudes liées aux moyens de paiement digitaux, qui impose de renforcer les programmes d'éducation financière digitale, en particulier auprès des publics vulnérables.

1.2. Une vision concertée et quatre axes stratégiques

« Renforcer la culture et la capacité financière des populations et contribuer à leur inclusion financière ainsi qu'à leur résilience et bien-être financier » :

Telle est la vision énoncée par les membres de la Fondation et ses partenaires à l'issue de ce processus approfondi d'analyse et de concertation. Cette ligne directrice orientera l'ensemble des actions engagées au cours des cinq prochaines années.

Cette ambition s'inscrit dans une approche intégrée de l'éducation et de l'inclusion financières, considérées comme des leviers structurants au service du développement économique et social. Elle se décline en **quatre axes prioritaires**, chacun traduit en plusieurs objectifs opérationnels concrets.

Axe 1 : Renforcer la culture financière des populations cibles

Ce premier axe constitue, par essence, la mission fondamentale de la Fondation. En étroite collaboration avec ses partenaires nationaux et internationaux, la FMEF déploie une gamme cohérente et ciblée de programmes d'éducation financière, conçus pour renforcer durablement les capacités financières des citoyens et promouvoir une culture financière inclusive, accessible à tous et adaptée aux enjeux émergents.

L'objectif poursuivi est double : contribuer à l'amélioration du bien-être financier des populations et renforcer leur résilience face aux aléas économiques. À ce titre, la Fondation s'inscrit dans les orientations

de la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière (SNIF), dont l'éducation financière constitue l'un des leviers structurants.

À travers cet axe stratégique, la FMEF réaffirme son rôle central de catalyseur et de coordinateur des programmes, actions et initiatives d'éducation financière de ses membres et partenaires. La Fondation veille également à ancrer l'éducation financière dans les politiques publiques, en érigeant notamment le système éducatif comme vecteur clé de diffusion et de pérennisation de la culture financière dès le plus jeune âge.

Repères terminologiques –Quelques concepts clés

Education financière : L'éducation financière est le processus qui contribue au développement des aptitudes financières des citoyens et à leur bien être financier au travers de:

- Une bonne gestion de leurs finances personnelles et professionnelles grâce à des décisions financières réfléchies et responsables;
- Un choix avisé des services financiers adaptés à leur situation;
- Une utilisation responsable des services financiers pour pouvoir saisir en toute confiance les opportunités économiques et financières qui se présentent à eux.

Culture financière : La culture financière est la combinaison des connaissances, des savoirs, des compétences, des attitudes et des comportements financiers indispensables pour l'individu en vue de prendre des décisions financières avisées et responsables et avancer vers le bien-être financier.

Capacité financière : La capacité financière d'une personne renvoie à son niveau de confiance et ses aptitudes (connaissances, compétences et comportements financiers) nécessaires pour prendre des décisions financières avisées et des actions pertinentes.



Axe 2 : développer la digitalisation des processus et des programmes

Dans un contexte de transformation numérique accélérée, le développement de solutions digitales s'impose comme un levier stratégique essentiel pour étendre la portée et maximiser l'impact des actions d'éducation financière. Aussi, ce deuxième axe du nouveau plan stratégique ambitionne de fédérer les efforts afin de structurer et enrichir l'offre digitale de la Fondation, à la fois à destination du grand public et de ses partenaires.

Il s'agit, d'une part, de renforcer l'accessibilité des contenus pédagogiques

en mettant en place une plateforme d'apprentissage en ligne, proposant des cursus et des programmes adaptés aux besoins spécifiques des différents segments prioritaires. D'autre part, l'objectif est d'optimiser la coordination entre les acteurs engagés dans l'éducation financière à travers la création d'une plateforme collaborative. Celle-ci facilitera le déploiement des actions, leur suivi, ainsi que leur évaluation, tout en favorisant le partage de bonnes pratiques et la capitalisation des expériences.

Axe 3 : Consolider des capacités d'études et d'évaluation d'impact

Après plus de dix années d'existence, le déploiement de nombreux programmes et la mobilisation croissante de partenaires, la Fondation entend désormais renforcer sa capacité à mesurer l'effet et l'impact des actions engagées. Ce troisième axe vise à structurer une approche méthodologique rigoureuse, reposant sur des données fiables et des outils d'analyse adaptés aux spécificités de l'éducation financière. L'objectif est d'éclairer les prises de décision, d'optimiser les interventions existantes et de concevoir

des programmes toujours plus efficaces et adaptés aux besoins des publics cibles.

Dans cette perspective, la Fondation peut s'appuyer sur des études existantes, telles que le Baromètre de la capacité financière, qui constitue un socle précieux pour orienter les analyses et nourrir une culture partagée de l'évaluation avec l'ensemble des parties prenantes.

Axe 4 : Intensifier les actions de communication

Le renforcement des actions de communication vise à donner un plus grand écho aux campagnes de sensibilisation et aux programmes d'éducation financière menés dans l'écosystème national, d'élargir et dynamiser le réseau des parties prenantes et de renforcer la marque Maliyati, future plateforme de référence pour l'offre numérique d'éducation financière. Il s'agit aussi de consolider les partenariats internationaux afin de favoriser le partage d'expertise et

le déploiement d'initiatives conjointes.

Ce nouveau Plan stratégique 2024-2028 introduit pour la première fois une distinction entre la communication orientée vers le grand public et la communication institutionnelle, l'objectif étant de renforcer la visibilité de la Fondation, garante de la pertinence des actions et des programmes.

Réalisations au titre de l'année 2024

Guidée par les orientations de son nouveau plan stratégique 2024-2028, la Fondation a intensifié son action en faveur d'une société plus informée, plus autonome et plus résiliente face aux enjeux financiers.

Tout au long de l'année 2024, la Fondation a structuré son intervention autour de trois priorités complémentaires: développer des ressources pédagogiques accessibles et de qualité; renforcer la culture financière des publics cibles – notamment les jeunes, les femmes et les entrepreneurs; et consolider ses coopérations à l'échelle nationale comme internationale.

Cette approche intégrée, ancrée dans l'écoute et l'agilité, a permis de mobiliser un large réseau de partenaires et de déployer des initiatives concrètes au service d'une éducation financière inclusive, pragmatique et durable.





FORMER ET OUTILLER POUR RENFORCER L'ÉDUCATION FINANCIÈRE

2. Former et outiller pour renforcer l'éducation financière

La formation des formateurs et la mise à disposition de ressources pédagogiques adaptées constituent des axes majeurs de l'action de la Fondation, de ses membres et ses partenaires.

Conçus pour être opérationnels sur le terrain, les programmes de formation et les outils visent à renforcer la culture et l'inclusion financières des publics cibles. En s'appuyant sur des contenus structurés, des supports variés et des relais compétents, la Fondation agit pour une éducation financière accessible, utile et ancrée dans les réalités locales.

2.1. Des ressources pédagogiques en évolution constante

En 2024, la Fondation a poursuivi le développement et la consolidation de son offre pédagogique. L'enrichissement des kits et outils mis à disposition s'est articulé autour de deux dynamiques complémentaires : d'une part, la création de nouveaux contenus et ressources en réponse aux besoins émergents observés sur le terrain; d'autre part, la révision et l'actualisation des modules existants, afin d'en garantir la pertinence, l'accessibilité et l'impact. Cette démarche continue permet à la Fondation de **mettre à disposition une palette d'outils toujours plus adaptés aux réalités et aux attentes de ses différents publics cibles.**

2.1.1 De nouveaux outils pédagogiques, de formats différents et autour de différents sujets

Nouveau module de formation : comprendre et bien utiliser un compte bancaire ou un compte de paiement

Ce nouveau module a été conçu pour s'adresser de manière claire et impactante à différents publics prioritaires notamment **les personnes récemment bancarisées ou accompagnées dans le cadre de dispositifs d'inclusion économique et financière.**

Construit à partir des besoins concrets et des interrogations identifiées à travers des études et expérimentations de terrain, il a pour objectif de promouvoir, à travers une pédagogie adaptée, une utilisation éclairée, sécurisée et responsable du compte bancaire ou de paiement, depuis son ouverture jusqu'à sa clôture.

Le chèque : mode d'emploi en 3 minutes vidéo

Une nouvelle capsule vidéo de 3 minutes dédiée au chèque a été produite en 2024. Cette ressource didactique présente le chèque comme moyen de paiement, en expliquant sa composition, ses différents types, ainsi que les bonnes pratiques pour l'utiliser en toute confiance. Intégrée à l'offre de contenus pédagogiques

digitaux de la FMEF, elle est utilisée aussi bien dans les sessions de formation sur les moyens de paiement que dans le cadre de campagnes thématiques sur les réseaux sociaux. **Sa première diffusion, lors de la campagne de sensibilisation de juin-juillet, a rencontré un vif succès, avec plus de 100 000 vues enregistrées.**



20 podcasts pour apprendre la finance en toute simplicité

Cette année, la FMEF a produit une série de 20 podcasts **à destination des jeunes, diffusés à la fois sur les ondes d'une radio spécialisée de cette cible ainsi que sur les réseaux sociaux.** Pensés dans un format court, dynamique et accessible, ces contenus audio délivrent des messages d'éducation financière essentiels pour accompagner les jeunes dans la gestion de leurs finances personnelles et, le cas échéant, dans leur parcours entrepreneurial. Chaque épisode aborde un sujet concret, en lien avec les réalités quotidiennes et les préoccupations des jeunes.

Les épisodes ont été structurés autour de six grandes thématiques :

- Le budget : Conseils pour construire et suivre un budget efficace afin d'atteindre ses objectifs financiers.
- L'épargne : L'importance d'anticiper, les bonnes pratiques pour sécuriser son épargne et des astuces pour économiser au quotidien.
- L'investissement : Du passage de l'épargne à l'investissement, en abordant les premières démarches et les supports adaptés

- Les moyens de paiement : Comparaison entre les principaux moyens de paiement pour un usage éclairé et responsable
- L'entrepreneuriat : Bonnes pratiques de gestion financière, solutions de financement et outils digitaux pour accompagner les porteurs de projet.
- Les relations avec les institutions financières & la protection des consommateurs : Informations clés sur les droits des consommateurs des services financiers, la prévention des fraudes, la sécurité des services financiers digitaux et les voies de recours possibles en cas de problème ou réclamation .

L'éducation financière au féminin, en version créative

Pour mieux accompagner **les femmes entrepreneures en zones rurales et périurbaines**, la GIZ a appuyé la FMEF pour le développement de nouveaux supports d'éducation financière qui soient particulièrement accessibles et inscrits dans la réalité de ces femmes. En effet, la conception des outils pédagogiques prévus dans le cadre de ce kit a suivi une démarche inédite et inspirante, à travers l'intervention, en plus des spécialistes de l'éducation financière, des spécialistes de métiers créatifs et artistiques ainsi que des jeunes à travers, le hackathon, qui a réuni des experts techniques, des spécialistes de l'entrepreneuriat et des jeunes créateurs autour d'un mot d'ordre : concevoir un ensemble d'outils mêlant pédagogie, dimensions ludiques et expression artistique.

Un hackathon au croisement des disciplines

Ce hackathon a rassemblé des jeunes issus de l'ESSEC Afrique, de l'ISADAC et d'une école de design graphique (flowmotion school), sous l'encadrement de la FMEF.

Durant deux journées intensives, ils ont co-conçu, avec des femmes entrepreneures rurales et périurbaines, **des outils pédagogiques inédits**. Ces productions viendront enrichir un kit novateur, appelé à devenir un puissant levier d'autonomie économique.



Une palette d'outils inédits pour favoriser l'autonomisation

- Une pièce de théâtre (45 minutes), intitulée « Chroniques de la coopérative », en arabe dialectal, qui met en scène avec humour la réalité de femmes entrepreneures confrontées aux enjeux du financement, de la gestion du crédit ou de l'assurance.
- Une série de podcasts (20 en darija, 5 en amazigh) pour diffuser les notions essentielles de manière orale, vivante et mobile.
- Le jeu éducatif et interactif « Bztami » (Mon portefeuille), conçu pour des sessions collectives animées par des formatrices ou des formateurs. .
- Deux histoires, « 7kaya », mettant en lumière des parcours féminins inspirants autour de l'épargne, de la bancarisation ou de la prise d'initiative.
- Deux bandes dessinées, illustrant les risques liés à la gestion financière quotidienne, en particulier l'épargne et l'utilisation des moyens de paiement (espèces).

2.1.2 Actualiser et innover pour mieux impacter

Parallèlement à la production de nouveaux contenus et ressources pédagogiques, la FMEF poursuit la révision et l'actualisation de ses modules de formation, en s'appuyant sur les retours du terrain ainsi que sur les besoins exprimés par ses partenaires et les bénéficiaires finaux.

L'année 2024 enregistre particulièrement **la révision et l'adaptation de modules d'éducation financière axés sur les finances personnelles et ceux destinés aux entrepreneurs**. La FMEF a également collaboré dans le développement d'outils pédagogiques dans le cadre de programmes d'accompagnement déployés par ses partenaires (Capsules vidéo du Programme Wafira), l'objet d'un processus particulièrement innovant, combinant co-construction, expérimentation sur le terrain et adaptation fine aux réalités locales.



2.2. Renforcer les relais de terrain : la formation des formateurs, un pilier stratégique

Cette année encore, la Fondation Marocaine pour l'Éducation Financière s'est fortement investie dans **la formation des formateurs (FdF), considérée comme un levier central du déploiement des programmes d'éducation financière**. Activité continue et structurante, elle vise à constituer et à renforcer des équipes de formateurs qualifiés au sein des institutions partenaires, qu'ils soient nouveaux ou déjà mobilisés.

Consciente du rôle clé joué par ses partenaires dans la diffusion des contenus pédagogiques auprès des publics cibles, la Fondation reste pleinement engagée à accompagner leurs équipes sur le terrain. À travers cette démarche, elle contribue à renforcer durablement les capacités financières des citoyens, au plus près de leurs réalités et de leurs besoins. De nombreuses initiatives ont ainsi été déployées à travers le Royaume, illustrant la diversité des actions menées et leur ancrage local.

 **146**
Formateurs formés

 **24** Journées de formation
10 parties prenantes

 **40**
Formateurs sur le kit
Finances personnelles

 **86**
Formateurs sur le kit
EF-Entrepreneur

 **20**
Formateurs sur le programme
"Get Ahead"

2.2.1 Avec le MIC et les Chambres de Commerce : extension du programme EF-Entrepreneur

Après le succès rencontré en 2023 dans la région pilote de Fès-Meknès, **le programme d'éducation financière dédié aux commerçants, EF-Commerçant, a été étendu à la Chambre de Commerce, d'Industrie et de Services de Béni Mellal-Khénifra.**

Un premier cycle de formation des formateurs (FdF) a été organisé en janvier et février 2024, autour de quatre modules clés du programme EF-Entrepreneur : Gestion de la trésorerie; Choix des financements adaptés; Utilisation des moyens de paiement et du Paiement mobile. Ce programme est mené en partenariat avec le Ministère de l'Industrie et du Commerce, la Fédération des Chambres Marocaines de Commerce, d'Industrie et de Services et la FMEF.

La formation a réuni une quinzaine de participants, dont des représentants d'associations professionnelles de commerçants affiliés à la Chambre, renforçant ainsi la dynamique locale de diffusion de la culture financière auprès des entrepreneurs et adaptation fine aux réalités locales.

2.1.2 Avec l'ANAPEC : intégrer l'éducation financière aux programmes d'accompagnement

Dans le cadre de son partenariat avec le Ministère de l'Inclusion Économique, de la Petite Entreprise, de l'Emploi et des Compétences, ainsi qu'avec l'Agence Nationale de Promotion de l'Emploi et des Compétences (ANAPEC), la FMEF est associée aux **programmes d'accompagnement au profit des entrepreneurs.**

Un plan d'action d'éducation financière a été mis en place afin de renforcer

les compétences des bénéficiaires en matière de gestion financière et de prise de décision. En février 2024, la FMEF a organisé un premier cycle de formation au profit d'une quinzaine de formateurs de l'ANAPEC, représentant les différentes régions du Royaume. Ce premier cycle a porté sur trois modules clés du kit EF-Entrepreneur : Gestion de trésorerie, Choix des financements adaptés et Utilisation des moyens de paiement.



2.1.3 Avec Attadamoune Micro-Finance : Renforcer les compétences des acteurs de la microfinance

Dans le cadre du dialogue engagé avec les acteurs du secteur, un plan d'action a été déployé en partenariat avec Attadamoune Micro-Finance. Celui-ci prévoit la montée en compétence des équipes terrain, la mise à disposition de ressources pédagogiques adaptées, ainsi qu'un accompagnement du déploiement des actions de formation.

Une session de formation des formateurs s'est tenue en juin à Fès, axée sur trois modules clés du programme EF-Entrepreneur : Gestion de la trésorerie, Choix des financements adaptés et

Utilisation des moyens de paiement. **Une quinzaine de collaborateurs d'horizons complémentaires, opérationnels du microcrédit, commerciaux, gestionnaires de risques et fonctions support, ont été formés. La diversité de profils a grandement participé à enrichir les échanges.**



2.2.4 Avec Bank Al-Maghrib :

Former pour entreprendre, accompagner pour réussir

Dans le cadre de ses programmes avec Bank Al-Maghrib, la FMEF a organisé en 2024, deux ateliers complémentaires visant à **renforcer les capacités des collaborateurs engagés dans le mécénat de compétences et ceux faisant partie du Réseau :**

- > Un premier cycle de formation autour du programme Get Ahead (développé par l'Organisation Internationale du Travail, partenaire de la Fondation) à destination des collaborateurs de Bank Al-Maghrib opérant dans le mécénat de compétences. L'objectif de cette initiative était de doter ces intervenants d'outils pédagogiques et de modules adaptés pour accompagner des femmes peu ou faiblement alphabétisées, porteuses de projets d'activités génératrices de revenus. L'objectif étant de les appuyer pour développer leurs compétences entrepreneuriales, de la formulation de l'idée jusqu'au lancement et à la gestion de l'activité, avec une attention particulière portée à l'intégration de notions de gestion financière accessibles et contextualisées.
- > Des sessions de formation ont été organisées en décembre 2024 au profit de 19 formateurs du Réseau Bank Al-Maghrib, autour de quatre modules clés du kit de formation "Finances Personnelles" : "Gérer son budget judicieusement", "Épargner pour son bien-être financier", "Choisir ses moyens de paiement et ses produits de transfert d'argent", "Bien utiliser les produits de crédit et se protéger contre le surendettement"

Ces actions visent à favoriser le déploiement de contenus adaptés auprès de publics cibles, en particulier les femmes entrepreneures, en intégrant des notions essentielles de gestion financière dans une approche accessible et concrète.



2.1.5 Avec Jadara Foundation² : préparer une nouvelle génération de formateurs en éducation financière

Dans le cadre de la collaboration entre la FMEF et la Fondation Jadara, des sessions de formation se sont tenues en début décembre 2024, dans le but de former une nouvelle cohorte de formateurs en éducation financière. Ces derniers auront pour mission d'animer des ateliers à destination des étudiants boursiers en 1^{er}, 2^e et 3^e année post- bac. La formation a porté sur trois modules clés : gestion de budget, épargne, et utilisation des moyens de paiement. Elle a réuni 11 participants, aux profils variés : lauréats du programme Jadara, étudiants

universitaires, formateurs bénévoles, stagiaires et membres de l'équipe Jadara. Tous sont **volontaires pour contribuer activement** à la diffusion de l'éducation financière auprès des jeunes bénéficiaires du programme.



2.1.6 Avec des acteurs de l'écosystème entrepreneurial : Former ceux qui accompagnent les entrepreneurs de demain

Dans le cadre de ses actions de déploiement du programme « Éducation Financière de l'Entrepreneur », la FMEF a organisé, en décembre 2024, deux sessions de formation ciblant **des acteurs de premier plan de l'accompagnement entrepreneurial au niveau régional.**

- Une première session s'est tenue en collaboration avec la succursale Bank Al-Maghrib de Marrakech, au profit de 13 formateurs de l'OFPP. Cette formation a porté sur les modules « Gestion de la trésorerie de mon entreprise/projet » et « Financements adaptés aux besoins de l'entreprise ». Elle visait à doter les formateurs d'outils pédagogiques concrets afin de leur permettre de déployer ces contenus auprès des stagiaires en formation professionnelle et, ponctuellement, auprès d'entrepreneurs déjà établis.



[2] Jadara Foundation est une association marocaine à but non lucratif reconnue d'utilité publique, créée en 2002 et dont la mission est de permettre à chaque jeune de choisir et de construire son avenir avec confiance et ambition, sans subir les déterminismes sociaux, territoriaux, de handicap ou de genre.

- Une seconde session s'est déroulée au siège de Bank Al-Maghrib à Oujda, en partenariat avec l'OFPPPT, l'ANAPEC, l'INDH. Elle a réuni des agents expérimentés en lien direct avec les jeunes porteurs de projets dans la région de l'Oriental. Les échanges ont porté sur deux modules clés : « Gestion de la trésorerie » et « Utilisation des Moyens de paiement ». L'objectif était triple : renforcer les connaissances de base, échanger sur les problématiques rencontrées sur le terrain et partager des méthodes d'animation pour favoriser l'adhésion des publics ciblés.

Ces formations, ancrées dans les réalités régionales, viennent renforcer les compétences des acteurs de terrain et leur offrir un cadre structuré pour accompagner efficacement les futurs entrepreneurs, une mission au cœur de l'engagement de la FMEF.

2.1.7 Avec Radio Aswat : sensibiliser les animateurs aux fondamentaux de l'éducation financière

Dans le cadre de sa collaboration avec Radio Aswat, la FMEF a organisé, en septembre et octobre 2024, **deux ateliers d'éducation financière destinés à un groupe d'animateurs et de responsables en communication** de cette radio. Ces sessions visaient à renforcer leurs connaissances des domaines et contenus d'éducation financière afin qu'ils puissent relayer, à travers leurs émissions, des messages clairs, pratiques et accessibles au public. Les thématiques abordées ont concerné l'élaboration et le suivi du budget ainsi que l'épargne. Les participants, engagés dans la sensibilisation de leur audience, ont bénéficié d'un format interactif favorisant leur appropriation des notions clés.





RENFORCER LA CULTURE FINANCIÈRE DES POPULATIONS CIBLES

3. Renforcer la culture financière des populations cibles

Une approche structurée et ciblée

Dès son premier plan stratégique, les membres de la FMEF ont structuré leurs actions en s'appuyant sur les enseignements de l'enquête relative à la capacité financière menée en 2014 par Bank Al-Maghrib et la Banque mondiale. **Cette étude a permis d'identifier les jeunes, les femmes et les populations rurales comme des cibles prioritaires des programmes d'éducation financière.** Cette orientation a été consolidée et approfondie dans les plans stratégiques successifs (2013-2018, 2019-2023, et aujourd'hui 2024-2028), en parfaite cohérence avec la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière (SNIF). **Les enfants et les juniors, quant à eux, constituent une cible transversale et permanente, intégrée dans l'ensemble des plans et orientations stratégiques.**

3.1. Préparer les enfants et les jeunes à faire face aux défis financiers de demain

Les enfants et les jeunes grandissent dans un environnement fortement digitalisé, marqué par une exposition constante aux sollicitations numériques et commerciales. Ce contexte tend à favoriser des comportements impulsifs, peu propices à l'adoption de pratiques financières responsables. Malgré une aspiration à l'autonomie, leur capacité à épargner reste limitée, notamment en raison d'un déficit en compétences financières.

Cette situation reflète un niveau globalement faible de culture financière, tant chez les jeunes que chez les adultes. À l'échelle nationale, bien que des progrès en matière d'inclusion financière soient observés, des écarts notables subsistent entre les générations, soulignant l'importance de renforcer l'éducation financière dès le plus jeune âge.

Pour atteindre efficacement les enfants et les jeunes, la FMEF s'appuie sur un réseau solide de partenariats stratégiques avec des institutions engagées dans leur éducation et leur insertion professionnelle. Parmi celles-ci figurent notamment le Ministère de l'Éducation Nationale, du Préscolaire et des Sports (MENPS), le Ministère en charge de l'Artisanat et de l'Économie Sociale et Solidaire, l'Agence Nationale de Lutte contre l'Analphabétisme et l'OFPPT. La Fondation mobilise également les acteurs du secteur financier, régulateurs (Bank Al-Maghrib, ACAPS, AMMC), banques, compagnies d'assurances, associations de microfinance, à travers leurs réseaux d'agences et

de succursales ainsi que la Bourse de Casablanca. Des partenariats actifs avec les organisations de la société civile viennent compléter ce dispositif.

3.1.1 L'éducation financière intégrée dans les programmes scolaires.

Comme tout apprentissage fondamental, l'éducation financière doit commencer tôt pour être efficace. **Une sensibilisation dès le primaire pose les bases, tandis qu'un enseignement structuré au collège et au lycée devient essentiel, notamment lorsque les jeunes commencent à gérer un budget.** Comprendre les notions de budget, d'épargne, de risque ou de taux d'intérêt est indispensable à cet âge.

Intégrer cette éducation dans les curricula scolaires permet de mieux préparer les jeunes aux réalités économiques. À travers des outils adaptés à chaque âge - jeux, contenus numériques, ateliers - et des canaux variés, ces apprentissages deviennent concrets, accessibles et moteurs d'autonomie. Tout au long de l'année, plusieurs actions ont favorisé l'ancrage de l'éducation financière dans les curricula.

Collaboration avec le MENPS : intégrer l'éducation financière dès le primaire

Depuis la rentrée scolaire 2021-2022, l'éducation financière est entrée dans les curricula du cycle primaire, intégrée au sein d'une activité globale intitulée Développement des compétences de vie. Cette initiative englobe plusieurs volets complémentaires : éducation financière, fiscale et entrepreneuriale, éducation à la sécurité routière, découverte des métiers et projet personnel.

Dans ce cadre, pour l'année scolaire 2023-2024, plus de 3,8 millions d'élèves, dont 48% de filles ont été sensibilisés aux bases de la gestion financière dans 8 280 établissements primaires, dont 62% en zones rurales. Les apprentissages ont été transmis de manière ludique et interactive, à travers des ateliers hebdomadaires animés en arabe et en français

Les sujets clés du programme pour le primaire :

Éducation financière :

- Connaître la monnaie et sa relation avec les achats
- Faire la différence entre besoins et envies : avoir un comportement responsable et consciencieux vis-à-vis de l'argent
- Connaître les différentes devises
- Deviner les prix des articles
- Connaître les opérations financières de base : achat, vente, etc
- Connaître les différentes formes de l'épargne : individuel, collectif, institutionnel
- Connaître les différentes sources de revenus et la bonne gestion des ressources financières, naturelles, etc

Éducation fiscale :

- Connaître le rôle des impôts
- Connaître le sens du mot investissement, projet...

Entrepreneuriat :

- Se servir de son esprit d'initiative et de prise de risques dans la conception d'un petit projet (création de sa petite entreprise, etc)
- S'initier à faire une étude ludique du marché : relever les besoins des consommateurs, faire un sondage, etc.

Nouvelle collaboration avec le MENPS : démarrage des travaux pour le collège

L'année 2024 enregistre le lancement des travaux pour l'intégration de l'éducation financière dans les curricula du collège. Dans ce cadre, la FMEF et la Direction des Programmes du MENPS ont organisé des ateliers réunissant une vingtaine de membres des comités de révision des curricula du collège et des inspecteurs du primaire, avec la participation de Bank Al-Maghrib, de l'AMMC et de l'ACAPS. Les inspecteurs ont souligné l'intérêt des enfants pour les activités pratiques liées à l'éducation financière, et l'importance d'aborder ces notions dès le plus jeune âge.

Les travaux de la commission ont permis d'identifier les thèmes et compétence spécifiques à chaque tranche d'âge, et de définir une méthodologie d'intégration progressive des notions financières dans les différentes disciplines du collège. Parallèlement, l'équipe du Ministère poursuit l'élaboration de fiches pédagogiques par discipline, en assurant la cohérence avec le programme déjà déployé au primaire.



L'éducation financière dans les curricula, une collaboration multipartite

En avril 2024, la FMEF, en partenariat avec Aflatoun, l'ONG internationale spécialisée dans l'éducation financière, a organisé **un atelier dédié à l'intégration** de ses programmes destinés aux enfants et jeunes de 3 à 24 ans dans le contexte marocain. Cet événement a permis d'évaluer les contenus, leurs impacts et les défis d'adaptation en s'inspirant des expériences internationales d'Aflatoun. L'atelier a réuni des représentants du MENPS, du département ministériel en charge de l'Artisanat, du MJCC, de l'OFPPPT, de l'**Université Hassan II**, des ONG marocaines spécialisées : **la Fondation Marocaine du Préscolaire et la Fondation Zakoura**, ainsi que des acteurs du secteur privé : **Al Barid Bank** et **VISA**.

Les activités et échanges lors de ces deux jours de l'atelier, ont amorcé l'élaboration d'un plan d'action pour adapter et intégrer les contenus et démarches de Aflatoun dans les différents programmes d'éducation, de formation et d'accompagnement des enfants et des jeunes, notamment auprès du MENPS pour l'intégration de l'Education financière dans les curricula du collège.



3.1.2 L'EF : une compétence clé en formation professionnelle

La formation professionnelle représente un levier stratégique pour diffuser l'éducation financière auprès des jeunes. C'est pourquoi des modules dédiés ont été intégrés dans les curricula de plusieurs établissements, notamment dans 56 centres relevant du Ministère de l'Artisanat, ainsi que dans les programmes d'alphabétisation de l'ANLCA.

Ces derniers ciblent les jeunes alphabétisés, les détenus et les bénéficiaires de l'alphabétisation fonctionnelle. Des initiatives similaires sont également mises en œuvre au sein de l'OFPPPT et des établissements de formation professionnelle (EFP) relevant du Ministère de l'Agriculture.

Ainsi, au titre de l'année scolaire 2023-2024, 3 170 stagiaires artisans ont bénéficié de formations en éducation financière tout au long de l'année au niveau des centres de formation aux métiers de de l'artisanat.

Parallèlement, des campagnes d'information et sensibilisation ont été menées à l'occasion de rendez-vous annuels tels que **“Global Money Week”** ou **“World Saving Day”** et ont bénéficié à un peu plus de 54 400 jeunes bénéficiaires.

3.1.3 Global Money Week 2024 : une mobilisation nationale pour une édition inclusive et ambitieuse, saluée à l'échelle internationale

Événement phare de l'année en matière d'éducation financière, la 12^e édition de la **Global Money Week** a une nouvelle fois confirmé son rôle structurant dans la sensibilisation des jeunes aux concepts financiers de base. Organisée du 18 au 31 mars 2024 sous le thème « Protégez votre argent, sécurisez votre avenir », cette édition a été marquée par un engagement national sans précédent. **Grâce à l'implication de 1 474 structures représentatives d'institutions publiques et privées, plus de 759 000 jeunes ont été directement couverts à travers l'ensemble du Royaume**, avec une forte mobilisation dans le secteur scolaire (697 000 élèves, soit plus de 90% des bénéficiaires), une représentation notable des jeunes en formation professionnelle (7%), des jeunes en milieu rural (35%), des filles (52%), ainsi que des enfants à besoins spécifiques (4 057 bénéficiaires).

La participation, pour la première fois, du ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication a permis d'élargir le rayonnement territorial des actions menées, en renforçant l'accès des jeunes aux ressources pédagogiques via les maisons de jeunes et les structures d'animation socioculturelle. Outre les formats classiques (ateliers, conférences, visites d'institutions financières), d'autres initiatives ont été déployées : agences mobiles, jeux en ligne, campagnes sur les réseaux sociaux et compétitions présentielle et digitales, contribuant à enrichir les contenus et à toucher un public toujours plus large.



Moment fort de cette édition, la Conférence régionale MENA sur l'éducation financière, organisée à Casablanca les 23 et 24 avril avec Aflatoun International et Visa, a positionné le Maroc comme un acteur de référence dans la région. Ce rôle a d'ailleurs été mis en lumière dans le rapport de l'OCDE sur l'évènement GMW à travers le monde, qui consacre un focus spécifique aux efforts du Royaume en faveur des populations cibles : enfants non scolarisés, jeunes en formation, enfants à besoins spécifiques et porteurs de projets.

3.1.4 Inédit : la finance s'invite en colonies de vacances

Durant l'été 2024, et dans le cadre de sa collaboration avec le Ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication, la FMEF a lancé le programme « Éducation financière dans les colonies de vacances ». Cette initiative inédite visait à initier enfants et adolescents aux notions financières de base dans un cadre ludique et détendu. Déployé dans les centres de colonies de vacances du Ministère à travers le Royaume, le programme a mobilisé les formateurs de la FMEF, le réseau de Bank Al-Maghrib, ainsi que des partenaires privés tels que **Visa Maroc** et plusieurs établissements bancaires.

Des ateliers ludo-éducatifs, animés à partir d'histoires, de jeux et de quiz, ont permis d'aborder des thèmes concrets comme les sources de revenus, la gestion du budget, l'épargne ou les moyens de paiement. Des supports pédagogiques ont été distribués pour prolonger l'apprentissage au-delà des ateliers. Le programme a été unanimement salué par les parties prenantes. À l'issue de la saison estivale, le Ministère a décerné des trophées de reconnaissance à la FMEF parmi les partenaires pédagogiques impliqués, dont **NARSA**, la **Fondation Mohammed VI** pour la protection de l'environnement, l'**UNICEF** et l'**Agence de Développement du Digital (ADD)**.



3.2. Cibler pour mieux inclure : Les publics prioritaires de la SNIF

Dans le prolongement des orientations de la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière (SNIF), la Fondation ajuste régulièrement ses plans d'action en fonction des priorités nationales, notamment en matière de ciblage. En 2024, elle a ainsi consolidé son engagement auprès des publics jugés prioritaires, tels que les entrepreneurs et les femmes. Cette année a également marqué l'**expérimentation d'une nouvelle catégorie particulièrement concernée par les enjeux d'éducation financière : les jeunes salariés**. Représentant une part importante de la population active, ces derniers représentent des enjeux particuliers. De nombreuses études internationales révèlent que leur faible niveau de culture financière nuit à leur capacité à faire face aux imprévus, avec des conséquences notables sur leur bien-être général.



57 526

Bénéficiaires de séances de formation directe sur
des modules adaptés d'éducation financière



44%

Femmes



38%

Ruraux



14%

Jeunes



76 070

Bénéficiaires
d'actions de sensibilisation

3.2.1 Les entrepreneurs : l'EF pour renforcer les capacités de gestionscolaires.

La SNIF identifie les entrepreneurs comme l'une des cibles prioritaires des actions menées par la Fondation Marocaine pour l'Éducation Financière (FMEF), en raison de leur rôle central dans le tissu productif national. Le terme « entrepreneur » englobe en réalité une grande diversité de profils : micro-entrepreneurs, porteurs de projets, artisans, commerçants, agriculteurs, membres de coopératives rurales, marins-pêcheurs, ou encore personnes exerçant des activités génératrices de revenus. Tous bénéficient d'un engagement commun de la FMEF et de ses partenaires en faveur du renforcement de leur culture financière.

En 2024, près de 37 174 entrepreneurs ont bénéficié de sessions de formation directe dans les différentes régions du Royaume, dont 46% de femmes, 10% de jeunes et 30% issus du milieu rural. Cette dynamique résulte d'une mobilisation étroite entre la FMEF et ses partenaires : Bank Al-Maghrib, à travers son réseau de succursales et d'agences, plusieurs banques de la place (Attijariwafa bank-Dar Al Moukawil, GCAM, Al Barid Bank), des associations de Microfinance (Al Amana Microfinance, Attawfiq Microfinance,

Fondation Arrawajj), ainsi que le Ministère en charge de l'Artisanat et les Chambres de Commerce, d'Industrie et de Services. Cet engagement collectif illustre la volonté partagée de favoriser l'autonomisation des très petites entreprises, en renforçant leur capacité à prendre des décisions financières éclairées et durables selon les différentes étapes de vie de leur projet ou entreprise. Tout au long de l'année, la FMEF et ses partenaires ont déployé ainsi des programmes d'éducation financière adaptés à la diversité des profils entrepreneuriaux :

Les artisans : Représentant une part essentielle de l'entrepreneuriat marocain, les artisans sont une cible prioritaire et constante. En 2024, 3 113 artisans ont été formés, principalement via le programme « Culture financière pour l'artisan » et d'autres initiatives menées par des membres et partenaires de la FMEF.

3^e édition du programme « Culture financière pour l'Artisan »

Lancée en septembre 2024, la troisième édition du programme « Culture financière pour l'Artisan » a été menée en partenariat avec le Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale et Solidaire. Elle a permis de former 1 050 artisans à travers le Royaume, dont 65% de femmes.



Les sessions de formation de deux jours, centrées sur des thématiques pratiques telles que la gestion du budget de l'entreprise et l'utilisation des moyens de paiement, ont été organisées dans une trentaine de villes. Le programme s'appuie sur un large réseau de partenaires : Attijariwafa bank via son réseau Dar Al Moukawil, le Groupe Banque Centrale Populaire via **la Fondation** Création d'Entreprises et Attawfiq Microfinance et Al Barid Bank via son Académie. Les formateurs mobilisés sont préalablement formés par **la Fondation** pour démultiplier ses contenus et outils pédagogiques dédiés.

- **Les commerçants :** Acteurs clés de l'économie de proximité, 1 242 commerçants ont bénéficié de formations en partenariat avec le Ministère de l'Industrie et du Commerce et les Chambres de Commerce. Les sessions visaient le développement des compétences des commerçants en matière de gestion de la trésorerie, d'utilisation des moyens de paiement, dont le paiement mobile, et de choix des solutions de financement. Parmi les bénéficiaires, 48% sont des femmes et 12% des jeunes. Cette réalisation est le fruit des efforts de place du réseau de Bank Al-Maghrib qui ont permis de toucher 866 commerçants à travers le pays , ainsi que l'ANLCA à travers son programme d'alphabétisation fonctionnelle des commerçants.



- **Les populations rurales (agriculteurs, coopératives rurales, ménages ruraux) :** Grâce au partenariat de longue date avec le Groupe Crédit Agricole du Maroc, 8.521 bénéficiaires ont été formés sur des compétences financières de base adaptées au contexte agricole et rural, et ce dans plusieurs régions, avec une participation féminine notable (66%). Ces formations ont été mises en œuvre grâce à la mobilisation conjointe du Centre d'Études et de Recherches du CAM (CERCAM) et de la Fondation Marocaine pour la Promotion de l'Enseignement Préscolaire, dans le cadre de leur partenariat. Le réseau de Bank Al-Maghrib a, pour sa part, touché des groupes d'agriculteurs supplémentaires.
- **Les marins-pêcheurs :** En 2024, les marins-pêcheurs ont bénéficié d'initiatives ciblées en éducation financière, portées notamment par BAM, le GCAM et l'ANLCA, avec un total de 2 572 bénéficiaires.

Dans le cadre de sa stratégie de Présence de place, Bank Al-Maghrib a intégré l'éducation financière parmi les principaux domaines de ses actions régionales au profit de différents publics, notamment les enfants, les jeunes, les femmes et les auto-entrepreneurs, et ce en alignement avec les orientations de la Stratégie Nationale de l'Inclusion Financière et en collaboration avec la FMEF. Ainsi, en 2024, le réseau des succursales et agences de Bank Al-Maghrib s'est mobilisé tout au long de l'année pour déployer des actions et initiatives d'éducation financière auprès de différentes cibles. Cet effort a été accompagné par la mise à disposition par la FMEF de ressources pédagogiques adaptées et l'organisation d'ateliers pédagogiques avec les animateurs du réseau.

3.2.2 Les femmes, l'EF pour plus d'autonomisation et d'inclusion économique

Les femmes constituent une cible prioritaire des actions de la FMEF depuis le premier plan stratégique de 2013-2018 et, par la suite, en alignement avec les priorités de la SNIF. Cette orientation s'appuie sur un constat persistant : malgré des avancées notables, **les écarts entre hommes et femmes restent marqués : 42% des femmes disposent d'un compte bancaire contre 67% des hommes, et seulement 7% des financements individuels leur sont accordés.** En milieu rural, 74% des femmes restent confrontées à une faible capacité de décision financière (Enquête Inclusion financière et autonomisation économique des femmes rurales, 2023), illustrant une forte dépendance économique et un accès restreint à l'assurance.

Pour répondre à ces enjeux, la FMEF a initié, en 2024, une nouvelle approche spécifique, avec **le lancement de la première édition du programme « Culture financière des femmes »**, une initiative combinant formations, sensibilisation et contenus digitaux ciblés, parallèlement, l'année 2024 enregistre le développement d'un tout nouveau kit pédagogique dédié aux femmes.

Par ailleurs, les femmes sont au cœur de multiples initiatives et formations menées tout au long de l'année par la Fondation et ses partenaires. Elles représentent 44% des bénéficiaires, soit 15 309 femmes sur un total de 34 987 personnes formées. Cette mobilisation réaffirme l'ambition de renforcer l'autonomie financière des femmes, vecteur essentiel d'inclusion et d'impact durable.



Lancement de : « Culture financière pour les femmes », une première édition prometteuse



À l'occasion de la Journée mondiale des droits de la femme, la Fondation a lancé un nouveau programme structurant consacré à la promotion de la culture financière auprès des femmes. Cette initiative s'inscrit dans une démarche active de contribuer aux efforts d'inclusion financière et d'autonomisation socio- économique des populations féminines.

Il s'agit d'un événement-programme annuel, conçu pour proposer des actions concrètes et ciblées. En 2024, cette première édition s'est tenue du 4 au 8 mars et a combiné des formations en présentiel avec une campagne digitale à large portée, afin de toucher des profils variés : étudiantes, artisanes, salariées, entrepreneures, femmes au foyer, etc.

Sur le terrain, près de 3 000 femmes à travers l'ensemble du Royaume ont bénéficié de séances d'information et de formation animées par les membres et partenaires de la FMEF, parmi lesquels Bank Al-Maghrib via son réseau, le Ministère de l'Artisanat, l'Agence Nationale de Lutte contre l'Analphabétisme et plusieurs Associations de microfinance. Les thématiques abordées ont porté sur la gestion budgétaire, l'épargne, le crédit, l'assurance et la gestion entrepreneuriale.

En parallèle, une campagne digitale a été déployée sur les réseaux sociaux, avec plus de 12 contenus originaux (témoignages de femmes, vidéos, carrousels, affiches, podcasts), spécifiquement pensés pour une audience féminine. Elle a touché plus de 508 000 personnes sur Facebook et 142 000 sur Instagram, contribuant à élargir l'impact du programme bien au-delà des sessions présentiels.

En préparation : un nouveau kit pédagogique pour les femmes entrepreneures

À la fin de l'année 2024, les préparatifs ont été lancés en vue du déploiement d'un nouveau kit pédagogique destiné aux femmes entrepreneures en milieux rural et périurbain (présenté plus haut). Pensé pour être pratique, accessible et adapté aux réalités locales, ce kit aborde les notions clés liées à la gestion d'activités génératrices de revenus, à la prise de décision financière et à l'autonomie économique.

La première phase inclut des tests de Bztami, le jeu éducatif centré sur la gestion budgétaire, auprès de femmes micro-entrepreneures dans plusieurs régions rurales. Sa distribution à grande échelle, prévue au début de l'année 2025, sera déployée selon un plan de lancement structuré intégrant des représentations d'une pièce de théâtre dans plusieurs villes du Royaume suivies de présentations d'outils pédagogiques. Cette dynamique vise à mobiliser l'ensemble des parties prenantes et à favoriser l'intégration de ce kit dans les programmes d'accompagnement dédiés aux femmes, notamment en zone rurale.

3.2.3 Bénéficiaires de programmes d'alphabétisation :

En collaboration avec plusieurs partenaires institutionnels, l'ANLCA a organisé des sessions de formation ciblées ayant permis de former 6 099 bénéficiaires, parmi lesquels des artisans, des pêcheurs et des personnes détenues. Une attention particulière a été portée aux groupes prioritaires, notamment les femmes, les jeunes et les populations rurales.

Cette action a été rendue possible grâce à l'intégration de modules d'éducation financière dans les programmes et contenus d'alphabétisation, visant une meilleure appropriation des compétences essentielles par les bénéficiaires.

Dans une perspective de pérennisation des acquis, 134 nouveaux alphabétiseurs ont également été formés durant la même période, renforçant ainsi les capacités du réseau de formateurs mobilisé.

3.2.4 Les salariés : une nouvelle cible stratégique pour l'éducation financière

En 2024, la Fondation a exploré les pistes vers une nouvelle cible à fort potentiel en matière d'éducation financière : les salariés. Dans cette perspective, des concertations ont été engagées avec plusieurs institutions afin de concevoir un programme adapté au contexte professionnel. Cette dynamique s'est concrétisée par une première collaboration avec AXA Services Maroc, dans le cadre de leur initiative « Invest In You ».

Une session de sensibilisation, animée en format hybride (présentiel et distanciel), a ainsi été proposée aux collaborateurs de l'entreprise. L'objectif était de faire prendre conscience de l'importance de développer une culture financière solide tout au long de la vie professionnelle, afin de mieux anticiper les aléas et s'adapter aux évolutions

socio-économiques. Les différentes étapes de la carrière ont été abordées, chacune associée aux compétences clés nécessaires à une gestion éclairée de ses ressources.

Le stress financier des salariés : un enjeu universel

L'éducation financière en milieu professionnel s'impose aujourd'hui comme un levier essentiel de bien-être et de performance. De nombreuses études internationales confirment en effet que les difficultés économiques personnelles constituent une source importante de stress pour les salariés. Cette anxiété est fréquemment liée à une mauvaise gestion budgétaire, à un endettement important ou à une incapacité à épargner.

3.3. Informer et sensibiliser, toute l'année : La mission grand public de la FMEF

Parallèlement aux programmes de formation, la Fondation a déployé **des actions d'information et de sensibilisation destinées à favoriser l'émergence d'un premier socle de culture financière auprès du grand public**. Ces actions s'inscrivent en appui aux dispositifs ciblés développés en faveur des enfants, des jeunes, ainsi que des publics prioritaires définis par la SNIF. Afin de renforcer l'accessibilité à une information fiable, pertinente et compréhensible en matière d'éducation financière, plusieurs leviers ont été activés : organisation d'événements, déploiement de campagnes d'information et de sensibilisation directes ou via médias de masse

Des actions de sensibilisation portées par les partenaires de la FMEF

Au-delà des formations, les plans d'action mis en œuvre par les partenaires de la FMEF prévoient également des activités de sensibilisation directe auprès des publics cibles. Ces actions s'appuient sur les contenus et outils pédagogiques développés par la FMEF, et sont animées par des formateurs et accompagnateurs spécifiquement formés à leur utilisation. L'année 2024 a été marquée par **une dynamique soutenue dans ce domaine, avec 74 680 bénéficiaires sensibilisés directement**. Voici un aperçu des principales initiatives conduites par ces partenaires sur le terrain :

- **CMS (Centre Mohammed VI de Soutien à la Microfinance Solidaire) :** 615 coopératives et personnes exerçant des activités génératrices de revenus (AGR), en milieu rural et urbain, ont bénéficié de sessions de sensibilisation en éducation financière. En parallèle, 447 bénéficiaires ont participé à des webinaires organisés tout au long de l'année.
- **ANLCA :** Dans le cadre de son programme annuel de post-alphabétisation, intégrant un module d'éducation financière, l'ANLCA a touché près de 101 000 bénéficiaires en 2023-2024. En parallèle, l'Agence a participé à plusieurs événements majeurs en matière d'éducation financière, tels que la "Global Money Week" et le "Greenback City Tour" en partenariat avec Bank Al-Maghrib, touchant au total 1390 participants.
- **Réseau BAM :** 6 107 personnes ont pris part à des séances de sensibilisation en éducation financière et la découverte des métiers de la Banque centrale.

Parmi les bénéficiaires se trouvaient des membres d'associations, des formateurs relais, des personnes à besoin spécifiques, des détenus ainsi que des membres d'associations locales.

- **Al Barid Bank (ABB) :** 280 jeunes étudiants et bénéficiaires de la formation professionnelle ont été sensibilisés à l'éducation financière lors de séances en présentiel. En complément, la Banque a mené une campagne sur ses réseaux sociaux, incluant des tutoriels explicatifs sur les produits et services bancaires, des messages de prévention contre la fraude et des conseils sur l'épargne. Des capsules radiophoniques intitulées Nassihat Al Barid Bank ont également été diffusées, en plus de la participation à des émissions telles que Lbanka Lkoul Lmgharba et Kidayer m3a lmasrouf.
- **Attawfiq Micro-finance :** 13 277 personnes ont été sensibilisées à la gestion des finances personnelles et professionnelles. Cette action s'est adressée à 12 261 entrepreneurs et porteurs d'AGR, 530 membres du grand public et 486 bénéficiaires de la formation professionnelle.
- **Collaborations multipartites et campagnes ponctuelles :** Plusieurs centaines de jeunes ont bénéficié de séances d'information et de sensibilisation dans le cadre des différents événements d'éducation financière organisés.

3.3.1 World Savings day: l'épargne au cœur du digital, une semaine pour sensibiliser autrement

Comme chaque année, la FMEF profite de la Journée Mondiale de l'Épargne pour déployer une vaste campagne d'information et de sensibilisation à l'attention du grand public. **L'édition 2024, célébrée le 31 octobre sous le thème « Un siècle d'épargne : de la tirelire aux portefeuilles digitaux », a également donné lieu à une campagne digitale d'envergure déployée du 28 octobre au 7 novembre 2024.** Coordinée par la FMEF, cette initiative a mobilisé un ensemble de partenaires qui ont activement contribué en organisant leurs propres actions ou en relayant les contenus pédagogiques diffusés par la Fondation.

Les principaux sujets abordés : L'importance de l'épargne, les étapes pour épargner, les méthodes d'épargne et les critères de choix de la méthode adaptée, les bases de l'épargne-investissement ...

3.3.2 À l'occasion de la journée IDFR : Une campagne pour des transferts plus sûrs

À l'occasion de la Journée Internationale des Envois de Fonds à la Famille, célébrée le 16 juin, la FMEF a lancé une campagne digitale ciblée sur les réseaux sociaux, déployée du 10 au 16 juin 2024. Cette opération de sensibilisation visait à informer les internautes sur les enjeux essentiels liés aux transferts d'argent entre particuliers, notamment dans le cadre du soutien familial. Les publications ont permis de vulgariser les notions clés associées à ce type d'opérations, de mieux comprendre le rôle et les spécificités des différents prestataires de services de transfert, ainsi que de souligner l'importance d'une comparaison rigoureuse des offres disponibles sur le marché.

En aidant les usagers à identifier les bons critères de choix – frais, délais, fiabilité, accessibilité – et à adopter les bons réflexes pour effectuer leurs envois en toute sécurité, cette initiative a contribué à mieux outiller les ménages face à un acte souvent régulier, mais rarement pleinement maîtrisé.

3.3.3 Poursuite des campagnes « Réseaux sociaux »

Les réseaux sociaux comme levier de sensibilisation digitale
Parallèlement aux actions et campagnes menées sur le terrain, la FMEF déploie une stratégie de sensibilisation digitale active, principalement à travers les réseaux sociaux, afin de diffuser des contenus ciblés auprès de ses différents publics. Tout au long de l'année 2024, **plusieurs campagnes ont ainsi été menées, sous forme de publications régulières - permanentes ou ponctuelles - alliant diversité des formats (posts, vidéos, quiz, reels, modèles de documents, guides pratiques...) et cohérence éditoriale.**

Ces campagnes abordent des sujets variés d'éducation financière, en lien avec les priorités de la Fondation. Le plan éditorial 2024 a notamment consacré une série à la microassurance, en réponse aux nombreuses interrogations exprimées par les internautes. Le plan éditorial a également couvert, dans le cadre des campagnes thématiques, des sujets de base en éducation financière, en lien particulièrement avec les moyens de paiement et le paiement mobile, l'utilisation des paiement digitaux, l'épargne-investissement et la protection contre les arnaques (digitales et autres comme les ventes pyramidales). Ces différentes campagnes ont généré une forte interaction, révélant un intérêt croissant du public pour des contenus pratiques, concrets et facilement transposables dans la vie quotidienne.

Performances des réseaux sociaux en 2024

Plateforme	Couverture	Impressions	Interactions
Instagram	1 535 482	2 053 223	144 257
Facebook	3 021 448	4 234 326	144 449

3.3.4 La radio au service de la culture financière

Cette année, la Fondation a lancé deux campagnes radiophoniques complémentaires. **La première campagne, de nature institutionnelle, visait à promouvoir l'éducation financière auprès du grand public, en valorisant les programmes de la FMEF, de ses membres et partenaires.**

La **seconde campagne, ciblée sur les jeunes, actifs, porteurs de projets ou entrepreneurs** a été diffusée sur une radio servant particulièrement cette cible, et ce pendant 7 semaines. Elle a abordé, à travers 20 spots diffusés 125 fois (3 passages par jour), des thématiques liées à la gestion des finances personnelles et professionnelles, ainsi qu'à l'usage responsable des services financiers. Résultat : plus de 16 millions de personnes touchées, une part d'audience de 189,4 % et un GRP³ (Gross Rating Point) de 317,82, indicateur d'une forte intensité d'exposition. La répartition de l'audience confirme la pertinence du ciblage : 34 % Génération Z, 36 % Millennials et 17 % Génération X.

[3] Indicateur de pression publicitaire qui mesure l'intensité d'exposition d'une campagne, en multipliant la couverture (pourcentage de la cible atteinte) par la fréquence moyenne de diffusion du message.



LES PARTENAIRES DE LA FMEF EN ACTIONS

4. Les partenaires de la FMEF en action

Unir les forces pour une éducation financière généralisée et durable

L'année 2024 a été marquée par la consolidation de la dynamique partenariale de la FMEF, avec le déploiement de multiples initiatives originales des membres de la FMEF et l'établissement de plusieurs nouvelles coopérations en matière d'éducation financière

Ce développement confirme une action collective de plus en plus ancrée, fondée sur la conviction que **l'union des forces est essentielle pour faire progresser durablement la culture financière au Maroc**. Ces partenariats offrent un effet de levier précieux, en conjuguant expertises, réseaux et ressources pour démultiplier l'impact des actions menées. Ils permettent d'aborder l'éducation financière sous différents prismes – économique, social, numérique, territorial – et d'agir de manière ciblée auprès des populations prioritaires. La coopération ouvre également la voie à l'intelligence collective, à l'innovation pédagogique et à l'enrichissement des contenus, tout en favorisant l'échange de bonnes pratiques. Enfin, elle renforce la légitimité et la pérennité des initiatives, en inscrivant chaque action dans une logique de confiance, d'engagement mutuel et de résultats partagés.

4.1. L'AMMC au service d'une épargne et d'investissements éclairés

En 2024, l'Autorité Marocaine du Marché des Capitaux (AMMC) a poursuivi activement son engagement en faveur de l'éducation financière des épargnants et futurs épargnants.



En mettant à leur disposition des ressources pédagogiques adaptées à différents niveaux de compréhension, dont une large part est accessible en ligne, l'AMMC vise à renforcer leur autonomie et à les accompagner dans la protection de leur épargne investie en instruments financiers, à travers une prise de décisions d'investissement plus éclairées et responsables.

L'action de l'AMMC s'est articulée autour de trois axes principaux :

- > **Lancement du portail éducatif** « Le marché des capitaux pour tous » : disponible en arabe et en français, ce site interactif propose des guides, simulateurs, quiz et vidéos pour démocratiser l'investissement.
- > **Diffusion de ressources pédagogiques** : l'AMMC a publié de nouveaux supports comme le guide « Comprendre les OPCVM », la brochure « Renforcer la protection de vos placements », une capsule sur la finance durable, et une série de contenus sur ses réseaux sociaux. Elle a également lancé une campagne radio nationale avec 4 capsules diffusées sur 9 stations.
- > **Actions sur le terrain** : l'AMMC a organisé des conférences et journées d'immersion pour plus de 500 étudiants, et mis en place des initiatives ludiques comme un concours de bande dessinée, un livret de jeux et la 4^e édition du « Quiz Finance », rassemblant 250 lycéens de 8 villes.

Ces actions témoignent d'une volonté constante de rendre la culture financière plus accessible, en particulier pour les jeunes et les investisseurs individuels.

Au cours de l'année, l'AMMC a réaffirmé son engagement envers deux événements d'envergure internationale dédiés à l'éducation financière : la World Investor Week (WIW) et la Global Money Week (GMW), en partenariat avec la FMEF.

4.2. BAM renforce ses actions pour une éducation financière élargie au service de l'inclusion

En 2024, Bank Al-Maghrib a renforcé ses actions en matière d'éducation financière, en particulier auprès des jeunes et du grand public. À l'occasion de la Global Money Week, **plus de 20 000 enfants et jeunes ont été accueillis dans ses sièges et succursales à travers le Royaume, avec la distribution de kits pédagogiques et le lancement d'une campagne digitale de sensibilisation.**

La Banque a également contribué aux actions du World Savings Day, promouvant les bonnes pratiques d'épargne. Par ailleurs, elle a enrichi sa série de guides « Infos utiles » avec une publication sur le comparateur des tarifs bancaires, accompagnée de contenus audiovisuels multilingues. Une série de podcasts éducatifs sur des thématiques économiques et financières a également été lancée, visant à simplifier l'accès à l'information pour le grand public. Cette première série a abordé six sujets d'actualité : histoire de la monnaie, ventes pyramidales, finance verte, RSE, droits des usagers bancaires et Morocco Fintech Center.

En 2024, Bank Al-Maghrib a également lancé, en partenariat avec la Banque Mondiale, Al Barid Bank et le Crédit Agricole du Maroc, l'initiative Douar Tour dans le cadre du programme Greenback-Maroc. Ce dispositif d'éducation financière, adapté aux spécificités rurales, a été déployé à Oued Zem, Larbaa Lagfaf, Tahanaout et Aït Ourir, au profit de publics vulnérables, notamment des femmes auto-entrepreneures, agriculteurs et éleveurs.

Par ailleurs, dans le cadre de son programme de mécénat de compétences, Bank Al-Maghrib a accompagné 60 femmes issues de 30 coopératives des régions de Marrakech, Essaouira et Ouarzazate à travers des formations en gestion financière et commercialisation, totalisant 280 heures.

Ces actions ont permis de renforcer les capacités des bénéficiaires et d'améliorer leur compréhension des services financiers.

4.3. ACAPS, au cœur de la sensibilisation financière en 2024

En 2024, l'Autorité de Contrôle des Assurances et de la Prévoyance Sociale (ACAPS) a renforcé son engagement en matière d'éducation financière, à travers un large éventail d'actions ciblées, multicanales et pédagogiques. Ces initiatives visaient à **mieux informer le public sur les mécanismes de l'assurance et de la prévoyance sociale, avec une attention particulière portée aux jeunes et aux populations peu sensibilisées.**

Parmi les actions phares figurent une campagne radiophonique nationale, la diffusion de podcasts pédagogiques, ainsi que la publication d'articles et de reportages vidéo en partenariat avec plusieurs médias. Des formats courts, clairs et adaptés ont permis de vulgariser des thématiques complexes telles que la retraite, l'AMO, l'indemnisation ou encore l'assistance voyage.

L'ACAPS a également développé des guides et kits pédagogiques pour divers publics, dont les collégiens, les étudiants et les conducteurs avec jeux et quiz à la clé. Le concours national de la meilleure vidéo sur l'assurance, mené en partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale, a permis d'impliquer les jeunes dans une dynamique participative.

Sur les réseaux sociaux, l'Autorité a mis en place une ligne éditoriale dédiée avec storytelling, quiz et campagnes interactives, atteignant des millions de personnes. Elle a également participé à la Global Money Week 2024, en organisant des actions dans les écoles, lycées et établissements de la seconde chance, avec projections, animations et diffusions de supports éducatifs.

À travers l'ensemble de ces dispositifs, l'ACAPS poursuit sa mission de proximité et de pédagogie financière, contribuant activement à la diffusion d'une culture de l'assurance accessible à tous.



CONSOLIDER LA COMMUNICATION ET LA COOPÉRATION AU NIVEAU NATIONAL ET INTERNATIONAL

5. Consolider la communication et la coopération au niveau national et international

La coopération, tant au niveau national qu'international, constitue un levier central dans la stratégie de la Fondation. En tant qu'instance de coordination de l'écosystème de l'éducation financière, la FMEF s'attache à renforcer les synergies avec ses partenaires pour favoriser un développement inclusif et cohérent de l'éducation financière au Maroc.

Elle veille également à **valoriser l'expérience marocaine à l'échelle internationale, tout en restant à l'écoute des initiatives étrangères et des meilleures pratiques pour continuer à apprendre et innover.**

En 2024, cet axe s'est particulièrement illustré par le renforcement de la communication institutionnelle et par l'intensification des échanges avec les acteurs nationaux et internationaux. Tout au long de l'année, la Fondation a initié et animé de nombreuses rencontres, ateliers, réunions de travail, forums, avec ses partenaires et des institutions prospectives. Ces démarches visent à faire connaître ses programmes et sa méthodologie, à intégrer l'éducation financière dans des dispositifs existants, et à favoriser la convergence d'actions autour de projets communs.

5.1. Communication institutionnelle renforcée pour plus de visibilité

Conformément au nouveau Plan stratégique 2024-2028, qui introduit pour la première fois **une distinction claire entre la communication institutionnelle et la communication à destination du grand public, dans le but de renforcer la visibilité de la Fondation et de garantir la pertinence de ses actions et de ses programmes**, l'année 2024 enregistre un tournant décisif en matière de communication. C'est ainsi que des actions ciblées à double portée ont été développées : d'une part, des outils d'information destinés à l'ensemble des membres et partenaires de l'écosystème, et d'autre part, des campagnes orientées vers le grand public afin de diffuser plus largement la culture financière.

5.1.1. Lancement de la newsletter « L'Info FMEF »

Dans cette optique, la FMEF a lancé sa newsletter électronique, L'Info FMEF, dont le premier numéro a été diffusé en juillet 2024. Cet outil a été bien accueilli par les partenaires, qui ont salué l'initiative comme **un levier essentiel de partage d'informations et de valorisation des actions d'éducation financière menées par la Fondation**. Le deuxième numéro, couvrant le second semestre de l'année 2024, est prévu pour début 2025, consolidant ainsi cet effort de communication régulière et structurée.



5.1.2. Une campagne radio à portée institutionnelle

Parallèlement, une campagne radio dédiée a été déployée pour renforcer la visibilité de la FMEF et de son réseau de partenaires auprès du grand public. De nature institutionnelle, cette campagne avait pour objectif de **sensibiliser les publics cibles à l'importance de la culture financière et de les inviter à découvrir les programmes portés par la Fondation ainsi que par ses membres et partenaires**. En complément de cette diffusion, des ateliers ont été organisés à l'attention des animateurs radio, afin de leur permettre d'intégrer des messages clés relatifs à l'éducation financière dans leurs contenus et émissions.

5.2. Bonnes pratiques, regards croisés : La FMEF dans un monde interconnecté

Cette année encore, la FMEF a activement pris part à plusieurs rendez-vous internationaux dédiés à l'éducation financière. Présente dans des forums de haut niveau, elle a partagé l'expérience marocaine, échangé sur les bonnes pratiques et enrichi sa réflexion au contact d'initiatives venues d'autres pays. Ces rencontres ont été marquées par la richesse des échanges et des enseignements mutuels.

5.2.1. Education financière des jeunes, Casablanca au centre du débat régional Mena»

Une conférence régionale consacrée à l'éducation financière des jeunes dans la région MENA s'est tenue à Casablanca les 23 et 24 avril 2024, en marge de la Global Money Week. Organisée en partenariat avec Aflatoun International, Visa et avec le soutien du Réseau International d'Éducation Financière de l'Organisation de Coopération et de Développement économique (OCDE-INFE), elle a réuni plus d'une centaine de participants, en présentiel et en ligne.



La conférence a mis en lumière l'importance de développer les compétences et la culture financières des jeunes générations. Des jeunes venus du Maroc et d'autres pays de la région MENA ont pris la parole pour partager leurs attentes, exprimer leurs besoins en matière de compétences financières, et interroger des experts sur des enjeux cruciaux tels que la protection de l'argent à l'ère numérique. L'événement a également permis un échange riche de bonnes pratiques entre acteurs nationaux et régionaux, et a abordé les enjeux liés à l'intégration de l'éducation financière dans les programmes scolaires et parascolaires.



5.2.2. La FMEF partage son expertise au Zimbabwe

En juillet 2024, la FMEF a pris part à un séminaire de formation organisé à Harare par l'Alliance pour l'Inclusion Financière (AFI), en collaboration avec la Banque centrale du Zimbabwe. Cette rencontre s'inscrivait dans le cadre des efforts internationaux visant **à renforcer l'éducation financière des TPME dirigées par des femmes et à promouvoir leur accès aux services financiers.**



La FMEF y a présenté l'expérience marocaine en matière de stratégies nationales inclusives, de développement de programmes adaptés aux besoins des femmes entrepreneures, ainsi que de dispositifs de suivi et d'évaluation.

5.2.3. La FMEF mobilisée au Forum MENA-OCDE pour les femmes entrepreneures

En novembre 2024, la FMEF a pris part au Forum MENA-OCDE sur l'autonomisation économique des femmes, organisé au Caire. Cette rencontre régionale de haut niveau



a permis d'aborder **les principaux obstacles à l'inclusion et à l'éducation financières auxquels sont confrontées les femmes entrepreneurs dans la région.**

À cette occasion, la Fondation a mis en avant sa stratégie visant à réduire les inégalités liées au genre, en s'appuyant sur des programmes ciblés, des partenariats multi-acteurs et une approche intégrée favorisant l'autonomisation économique des femmes. La FMEF a également insisté sur l'importance d'une action collective et coordonnée pour assurer l'impact et la durabilité des initiatives engagées.

5.2.4. Le Maroc brille à l'international avec son kit EF pour l'Entrepreneur

La FMEF a remporté la 2^e place aux MAIA Awards 2024 pour son kit de formation « Éducation financière pour l'Entrepreneur ». Décernée par la plateforme internationale The Money Awareness and Inclusion Awards, cette distinction, attribuée parmi près de 200 candidatures provenant de 35 pays, vient récompenser les projets les plus innovants et à fort impact en matière d'inclusion financière.

Le kit de la FMEF a été salué pour sa pertinence auprès des entrepreneurs et des porteurs d'activités génératrices de revenus, ainsi que pour la qualité de son contenu pédagogique. Ce prix vient confirmer l'engagement durable de la Fondation en faveur de la résilience financière des populations prioritaires au Maroc, grâce à des outils concrets, adaptés et co-construits avec ses partenaires.



5.3. Tisser des liens pour une mobilisation nationale autour de l'EF

La FMEF participe activement et de manière régulière à des rencontres, salons et événements nationaux, affirmant ainsi son engagement à promouvoir l'éducation financière comme un levier essentiel d'inclusion et de développement. À travers sa présence sur le terrain, la Fondation œuvre à **sensibiliser l'ensemble des catégories socio-professionnelles à l'importance de maîtriser les notions clés de la gestion financière au quotidien**. Ces rendez-vous sont également l'occasion de fédérer ses partenaires institutionnels, publics, privés et associatifs autour d'une vision partagée, et de renforcer la cohérence et l'impact de ses actions sur l'ensemble du territoire.

5.3.1. Bien-être au travail : la FMEF introduit la finance au cœur des RH

Lors du Colloque International sur le Management des Organisations consacré au bien-être des employés, la FMEF a mis en lumière l'importance du bien-être financier en milieu professionnel. Elle a présenté son approche visant à intégrer l'éducation financière comme levier de performance et de qualité de vie au travail.

La Fondation a souligné **le rôle stratégique que peuvent jouer les employeurs pour améliorer la culture financière de leurs collaborateurs, prévenir le stress financier et favoriser une meilleure inclusion économique**. Cette intervention a permis de positionner le bien-être financier comme un pilier essentiel des politiques RH modernes.

5.3.2. Tamayuz : valoriser les talents, renforcer l'inclusion financière des femmes

La FMEF a pris part au jury du Prix Tamayuz pour la Femme Marocaine, initié par le Ministère de la Solidarité, de l'Insertion sociale et de la Famille. L'édition 2024 portait sur le thème « Inclusion financière et intelligence artificielle », soulignant le rôle de la finance comme levier d'autonomisation des femmes. **Ce prix met en lumière les contributions innovantes des femmes entrepreneures et professionnelles au développement économique, social et culturel du Royaume.**

La participation de la FMEF illustre son engagement constant en faveur de l'éducation financière des femmes, une priorité stratégique au cœur de ses actions d'inclusion.

5.3.3. AUSIM-Marrakech : éduquer pour inclure, le message fort de la FMEF

Lors de l'événement AUSIM⁴ – Marrakech, consacré à l'inclusion financière et à la technologie digitale, la FMEF a participé à une table ronde dédiée aux synergies entre digitalisation, inclusion et éducation financières.

La Fondation y a souligné le rôle du numérique comme levier d'élargissement de l'accès aux services financiers, tout en insistant sur le défi majeur que représente la diffusion de la culture financière, notamment auprès des populations les plus vulnérables.

[3] L'Association des Utilisateurs des Systèmes d'Information au Maroc

La FMEF a rappelé que l'éducation financière, au cœur de sa mission, doit **accompagner toute démarche technologique pour garantir une inclusion durable, équitable et accessible à tous.**

5.3.4. Transferts de fonds entre particuliers : Éduquer pour mieux sécuriser

À l'occasion de la Journée Internationale des Envois de Fonds à la Famille, le 16 juin, la FMEF a pris part au séminaire « Les transferts d'argent, levier d'inclusion financière et de développement économique durable », organisé à Rabat par le Fonds International de Développement Agricole (IFAD).

À travers son intervention, la Fondation a souligné **le rôle clé de l'éducation financière pour encourager l'usage des moyens de paiement et de transfert, notamment digitaux.** Elle a insisté sur l'importance de renforcer les compétences en matière de gestion budgétaire et d'épargne auprès des familles. La FMEF a également présenté les dispositifs qu'elle met en œuvre, en collaboration avec ses partenaires, pour accompagner durablement ces pratiques et transmettre ces messages relatifs aux envois de fonds entre particuliers.





ANNEXE

ANNEXE

Retour sur le plan stratégique 2019 – 2023 : Bilan d'un engagement structurant

En 2024, la Fondation Marocaine pour l'Éducation Financière (FMEF) a procédé à l'évaluation de son Plan Stratégique 2019-2023, dans une volonté d'objectiver les résultats obtenus et de consolider les acquis pour mieux se projeter vers l'avenir. Cette démarche d'évaluation rigoureuse a mis en lumière des résultats significatifs et encourageants sur les deux axes majeurs qui ont structuré l'action de la Fondation durant cette période : le renforcement de son dispositif institutionnel et partenarial, et le déploiement de programmes d'éducation financière ciblés et adaptés aux besoins des publics prioritaires.

Sur le premier axe, la FMEF a engagé une dynamique de transformation institutionnelle profonde. Elle a revu ses statuts, affirmant une gouvernance modernisée et inclusive, et s'est dotée d'une nouvelle identité visuelle qui incarne son engagement renouvelé. La création d'un nom de marque dédié « Maliyati » ouvre la voie pour asseoir une communication cohérente et accessible autour des actions et initiatives d'éducation financière. Afin d'optimiser la mise en œuvre de ses missions, la Fondation a introduit une charte d'utilisation des ressources pédagogiques, instauré un modèle de coordination plus agile, et mis en place des conventions de partenariat standardisées. Cette professionnalisation du cadre opérationnel s'est accompagnée d'un élargissement stratégique de son Conseil d'administration, désormais renforcé par l'intégration de nouveaux membres et la collaboration avec des partenaires opérant dans des secteurs clés - bancaire, public, associatif - témoignant d'un engagement croissant et volontaire de ses partenaires. L'adhésion à ses actions s'est amplifiée de manière notable, en particulier à la suite d'initiatives fédératrices telles que la Global Money Week, où ce sont désormais les partenaires eux-mêmes qui sollicitent la collaboration de la FMEF.

Sur la scène internationale, la FMEF a consolidé sa position comme acteur reconnu et écouté. Membre du Board de l'INFE-OCDE, elle partage désormais son expertise avec de nombreux pays et intensifie ses coopérations régionales, notamment dans le monde arabe et en Afrique subsaharienne. Sa présence constante lors des grands rendez-vous internationaux en matière d'inclusion financière témoigne de la reconnaissance du modèle marocain qu'elle contribue activement à faire rayonner.

Le deuxième axe stratégique a porté sur l'amplification des actions d'éducation financière au bénéfice des publics cibles. La Fondation a conçu ou enrichi plusieurs kits pédagogiques dédiés aux thématiques essentielles telles que les finances personnelles et l'entrepreneuriat, tout en développant des modules e-learning pour toucher un public plus large, plus mobile et plus diversifié. Elle a ainsi su déployer des programmes structurants à fort impact, notamment en faveur des artisans,

commerçants, agriculteurs, femmes, jeunes et bénéficiaires de dispositifs publics tels que Intelka. Parmi les réalisations les plus emblématiques, figure l'intégration de l'éducation financière dans le cycle primaire, permettant de sensibiliser plus de 8 millions d'élèves à travers 8 000 établissements scolaires. Pour la Fondation, cet ancrage précoce des connaissances financières représente une avancée décisive pour garantir une appropriation durable des bons réflexes économiques, au service du bien-être financier des jeunes générations.

En chiffres, le bilan 2019-2023 atteste d'une montée en puissance notable : 129 228 bénéficiaires finaux formés, dont 60 % de femmes et 27 % issus du milieu rural. Ce déploiement a été rendu possible grâce à un processus de formation continue des formateurs – 583 d'entre eux ont été formés durant cette période – et à la mobilisation de dispositifs spécifiques en direction des populations en situation d'alphabétisation (40 619 bénéficiaires), ainsi que des jeunes, via des programmes de bourses, des compétitions pédagogiques ou encore des initiatives digitales innovantes. Parallèlement, plus de 250 000 personnes ont été sensibilisées à travers des campagnes de communication multicanales (réseaux sociaux, radios, événements...), renforçant ainsi l'ancrage de la culture financière dans la société.

Bilan 2019-2023

 **129 228**
Bénéficiaires finaux formés

 **60%**
Femmes

 **27%**
Ruraux

 **583**
Formateurs formés

 **250 000**
Personnes ont été sensibilisées

Forte de cette trajectoire structurante, la FMEF inscrit désormais, dans la continuité de son engagement, la mise en place d'une démarche d'évaluation de l'efficacité et de l'impact de ses actions. Consciente de l'enjeu que représente la mesure des effets à moyen et long termes, elle ambitionne de conduire ces évaluations en étroite collaboration avec ses partenaires, afin d'alimenter la réflexion stratégique, ajuster ses interventions, et garantir l'efficacité des prochaines phases de développement.





Accédez à notre site web.

Ouvrez votre application de lecture et visez le QR Code avec l'appareil photo de votre téléphone mobile.



www.fmef.ma | Suivez-nous sur FMEF     