



বাংলাদেশ কৃষি ব্যাংক

প্রধান কার্যালয় 'কৃষি ব্যাংক ভবন'

৮৩-৮৫, মতিঝিল বাণিজ্যিক এলাকা, ঢাকা-১০০০।

ক্রেডিট বিভাগ

ফোনঃ ০২২২৩৩-৫৮৬৮১

০২২২৩৩-৮৮৯৪৯

পিএবিএক্সঃ ০২২২৩৩-৮০০২১-২২

০২২২৩৩-৮০০২৪-২৫

০২২২৩৩-৮০০৩১-৩৫

ই-মেইলঃ dgmppd@krishibank.org.bd

সূত্রনং-প্রকা/ক্রেঃবিঃ/শাখা-৫/রুমাবি ৩৫২/২০২২-২৩/ ২৩৭২(১২৫০)

তারিখঃ ০৫/০৩/২০২৩ খ্রিঃ

মহাব্যবস্থাপক, বিভাগীয় কার্যালয়সমূহ/ স্থানীয় মুখ্য কার্যালয়, ঢাকা।

উপমহাব্যবস্থাপক, কর্পোরেট শাখাসমূহ।

সকল মুখ্য আঞ্চলিক/ আঞ্চলিক ব্যবস্থাপক।

সকল শাখাব্যবস্থাপক (মুখ্য আঞ্চলিক/আঞ্চলিক ব্যবস্থাপকের মাধ্যমে)

বাংলাদেশ কৃষি ব্যাংক।

বিষয়ঃ Financial Literacy Guidelines for Banks and Financial Institutions এর আওতায় ২০২৩ সালের অ্যাকশন প্লান বাস্তবায়ন প্রসঙ্গে।

প্রিয় মহোদয়,

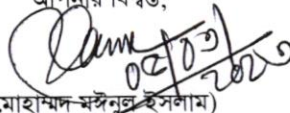
উপর্যুক্ত বিষয়ে বাংলাদেশ ব্যাংক, প্রধান কার্যালয়ের ফাইন্যান্সিয়াল ইনকুশন ডিপার্টমেন্ট এর ২৭ মার্চ ২০২২ তারিখে জারিকৃত এফআইডি সার্কুলার নং-০১ এর প্রতি সদয় দৃষ্টি আকর্ষণ করা যাচ্ছে (কপি সংযুক্ত)।

০২। বাংলাদেশের সার্বিক আর্থিক অন্তর্ভুক্তি সম্প্রসারণ ও বাংলাদেশ ব্যাংক এর ৩য় পঞ্চবার্ষিক (২০২০-২০২৪) কৌশলগত পরিকল্পনার এতদসংশ্লিষ্ট লক্ষ্যমাত্রা অর্জনে Striving for a Financially Literate Society শীর্ষক আর্থিক সাক্ষরতা কর্মসূচি ফাইন্যান্সিয়াল ইনকুশন ডিপার্টমেন্ট কর্তৃক বাস্তবায়ন করা হচ্ছে। উক্ত কর্মসূচির আওতায় ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানের জন্য **Financial Literacy Guidelines for Banks and Financial Institutions** জারি করা হয়। নীতিমালার অনুচ্ছেদ নং-৪.২ এ ১নং টায়ার এর টার্গেট গ্রুপকে ফাইন্যান্সিয়াল লিটারেসীর আওতায় আনার জন্য অনুচ্ছেদ নং-৫.৪ অনুযায়ী ০১(এক) বছরের জন্য প্রোগ্রাম পরিকল্পনাসূচি প্রস্তুত করা প্রয়োজন।

০৩। এতদপ্রেক্ষিতে, উক্ত নীতিমালার নির্দেশনা অনুযায়ী ১ম বছর ২০২৩ সালে প্রত্যেক বিভাগে প্রতি ত্রৈমাসিক ভিত্তিতে কমপক্ষে ১টি (বাৎসরিক ভিত্তিতে Annexure A এর ১নং অনুযায়ী প্রয়োজনীয় সংখ্যক) সম্প্রসারণমূলক কার্যক্রম এর সূচী এবং কর্মপরিকল্পনা ০৯/০৩/২০২৩ তারিখ এর মধ্যে বাংলাদেশ কৃষি ব্যাংক, ক্রেডিট বিভাগ, প্রধান কার্যালয়ে প্রেরণ করার জন্য বিভাগীয় কার্যালয়সমূহকে অনুরোধ করা হলো। তাছাড়া সূচী অনুযায়ী প্রতিটি প্রোগ্রাম এর রিপোর্ট(Annexure B) ও স্থিরচিত্র হার্ডকপি ও সফটকপি dgmppd@krishibank.org.bd ইমেইল মারফত অত্র বিভাগে প্রেরণ করার জন্য পরামর্শ প্রদান করা হলো। উল্লেখ্য প্রোগ্রাম সমূহ বিকেবি প্রধান কার্যালয় ও বাংলাদেশ ব্যাংক এর প্রতিনিধিদের দ্বারা মনিটরিং করা হবে।

অনুমোদনক্রমে-

সংযুক্তিঃ বর্ণনামতে।

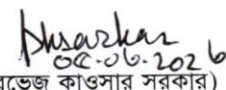
আপনার বিশ্বস্ত,

(মোহাম্মদ মঈনুল ইসলাম)
উপমহাব্যবস্থাপক
ফোনঃ ০২২২৩৩-৫৮৬৮১

সূত্রনং-প্রকা/ক্রেঃবিঃ/শাখা-৫/রুমাবি ৩৫২/২০২২-২৩/ ২৩৭২(১২৫০)

তারিখঃ ০৫/০৩/২০২৩ খ্রিঃ

সদয় অবগতি ও প্রয়োজনীয় ব্যবস্থা গ্রহণের জন্য অনুলিপি প্রেরণ করা হলোঃ

- ০১। চীফ স্টাফ অফিসার, ব্যবস্থাপনা পরিচালক মহোদয়ের সচিবালয়, বিকেবি, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
- ০২। স্টাফ অফিসার, উপব্যবস্থাপনা পরিচালক-১, ২, ৩ মহোদয়ের সচিবালয়, বিকেবি, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
- ০৩। স্টাফ অফিসার, সকল মহাব্যবস্থাপক মহোদয়ের দপ্তর, বিকেবি, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
- ০৪। অধ্যক্ষ, বিকেবি, স্টাফকলেজ, মিরপুর, ঢাকা।
- ০৫। সকল উপমহাব্যবস্থাপক/সচিব, বিকেবি, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
- ০৬। উপমহাব্যবস্থাপক, আইসিটিসিস্টেমস, কার্ড ও মোবাইল ব্যাংকিং বিভাগ, বিকেবি, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা। উপরোক্ত পত্রটি ব্যাংকের অফিসিয়াল ওয়েবসাইটে আপলোড করার প্রয়োজনীয় ব্যবস্থা গ্রহণের জন্য অনুরোধ করা হলো।
- ০৭। সকল বিভাগীয় নিরীক্ষা কর্মকর্তা, বিকেবি, বিভাগীয় নিরীক্ষা কার্যালয়সমূহ।
- ০৮। সকল আঞ্চলিক নিরীক্ষা কর্মকর্তা, বিকেবি, আঞ্চলিক নিরীক্ষা কার্যালয়সমূহ।
- ০৯। নথি/মহানথি।


(মোঃ পারভেজ কাওসার সরকার)
সহকারী মহাব্যবস্থাপক



বাংলাদেশ ব্যাংক
প্রধান কার্যালয়
মতিঝিল, ঢাকা-১০০০
বাংলাদেশ।



website: www.bb.org.bd

ফাইন্যান্সিয়াল ইনকুশন ডিপার্টমেন্ট

এফআইডি সার্কুলার নং-০১

২৭ মার্চ ২০২২

তারিখ: -----

ব্যবস্থাপনা পরিচালক/প্রধান নির্বাহী

১৩ চৈত্র ১৪২৮

বাংলাদেশে কার্যরত সকল তফসিলি ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠান।

প্রিয় মহোদয়,

Financial Literacy Guidelines for Banks and Financial Institutions

বাংলাদেশ সরকারের রূপকল্প ২০৪১ বাস্তবায়ন ও ২০৩০ সালের মধ্যে জাতিসংঘ ঘোষিত টেকসই উন্নয়ন লক্ষ্যমাত্রা অর্জন এবং জাতীয় আর্থিক অন্তর্ভুক্তি কৌশল (২০২১-২০২৬) বাস্তবায়নে সবার জন্য আর্থিক অন্তর্ভুক্তি নিশ্চিতকরণে আপামর জনগোষ্ঠীর মাঝে আর্থিক সাক্ষরতা বিস্তার অপরিহার্য। জনগণের মাঝে ব্যাংকিং ও আর্থিক পণ্য/সেবা সম্পর্কে সম্যক ধারণা পৌঁছে দেয়া হলে তারা আধুনিক ব্যাংকিং/আর্থিক ব্যবস্থা সম্পর্কে অবগত হয়ে প্রাতিষ্ঠানিক আর্থিক পণ্য/সেবা গ্রহণে আগ্রহী হবে যা বাংলাদেশের সার্বিক আর্থিক অন্তর্ভুক্তির লক্ষ্যমাত্রা অর্জনে বলিষ্ঠ ভূমিকা রাখবে।

২। এ প্রেক্ষিতে বাংলাদেশের সার্বিক আর্থিক অন্তর্ভুক্তি সম্প্রসারণ ও বাংলাদেশ ব্যাংক এর ৩য় পঞ্চবার্ষিক (২০২০-২০২৪) কৌশলগত পরিকল্পনার এতদসংশ্লিষ্ট লক্ষ্যমাত্রা অর্জনে Striving for a Financially Literate Society শীর্ষক আর্থিক সাক্ষরতা কর্মসূচি ফাইন্যান্সিয়াল ইনকুশন ডিপার্টমেন্ট কর্তৃক বাস্তবায়ন করা হচ্ছে। উক্ত কর্মসূচির আওতায় ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানের জন্য **Financial Literacy Guidelines for Banks and Financial Institutions** জারি করা হলো। গাইডলাইনটি প্রস্তুতকালে দেশ ও বিদেশের বিভিন্ন স্টেকহোল্ডারদের মতামত গ্রহণ ও তা পর্যালোচনাকরতঃ গাইডলাইনটি সমৃদ্ধ করা হয়েছে। এছাড়া, গাইডলাইনটি সফলভাবে বাস্তবায়নের লক্ষ্যে ভিন্ন ভিন্ন জনগোষ্ঠীর মাঝে পর্যায়ক্রমে আর্থিক সাক্ষরতা বিস্তারের রূপরেখাও নির্ধারণ করা হয়েছে।

৩। আর্থিক সাক্ষরতা কার্যক্রম সুষ্ঠুভাবে পরিচালনার লক্ষ্যে ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানের জন্য আর্থিক সাক্ষরতা সহায়ক পুস্তিকাও এতদসঙ্গে সংযোজন করা হলো। উক্ত গাইডলাইনের আলোকে পুস্তিকাটিতে প্রাথমিক ভাবে প্রান্তিক জনগোষ্ঠী, নারী ও ক্ষুদ্র উদ্যোক্তা, স্কুল শিক্ষার্থী প্রভৃতি জনগোষ্ঠীর জন্য প্রযোজ্য আর্থিক পণ্য/সেবা সংক্রান্ত তথ্য-উপাত্ত সংযোজন করা হয়েছে। ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠান তাদের আর্থিক সাক্ষরতা কার্যক্রম পরিচালনায় এই পুস্তিকাটি ব্যবহার করতে পারবে।

৪। এক্ষেত্রে, অন্তর্ভুক্তিমূলক অর্থনৈতিক উন্নয়নের ধারা অব্যাহত রেখে সার্বিক আর্থিক অন্তর্ভুক্তি সম্প্রসারণের লক্ষ্যে **Financial Literacy Guidelines for Banks and Financial Institutions** এ বর্ণিত নির্দেশনা এবং ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানের জন্য আর্থিক সাক্ষরতা সহায়ক পুস্তিকা অনুসরণের জন্য নির্দেশনা প্রদান করা হলো।

৫। এ নির্দেশনা অবিলম্বে কার্যকর হবে।

আপনাদের বিশ্বস্ত,

(জয়শ্রী বাগচী)

মহাব্যবস্থাপক

ফোন: ৯৫৩০৩৪৩

4.1. Key Focus Areas

The key focus areas are hereby considered as follows:

- 4.1.1. Savings, borrowing and financial planning;
- 4.1.2. Financial product and access to financial services;
- 4.1.3. Entrepreneurship;
- 4.1.4. Financial system and participants;
- 4.1.5. Payment system and digital transformation;
- 4.1.6. Grievances redress mechanism and consumer protection.

4.2. Target Group

BB acknowledges that all the community people should be equipped with appropriate financial knowledge so that everyone has the capacity to make prudent financial decision. But aiming all the target people simultaneously may disrupt the intended outcome. Hence these guidelines distinguish the target people on tier basis whereby each tier shall consist of a combination of several target groups.

The target groups hereby divided into three different tiers while delivering financial literacy. The target groups shall comprise cross-cutting community. Both the financially included and excluded populace of the target groups shall be covered through tier distribution. The excluded people are basically un-served or under-served segment, who are hereby expected to reap the uncovered potential of the available financial services after financial literacy. Those who are already included in the financial system are expected to keep pace with the evolution of financial ecosystem.

The Tier-wise target groups are illustrated below:

| Tier-wise Target Groups | | |
|---|---|---|
| Tier-1 | Tier-2 | Tier-3 |
| a) Farmers and low income marginalized/underprivileged people (eligible for 10/- TK account such as: day laborers, disaster affected people, social safety net beneficiaries, low wage earners, physically challenged people, third gender, itinerant community, working teens etc.); b) Students; c) Cottage & Micro entrepreneurs/ Micro merchants/Retailers; d) Women (Individual & Entrepreneur); e) Migrant workers. | a) Youths; b) SMEs; c) Other wage earners community, Salaried people; d) E-Commerce, F-Commerce, Home based entrepreneurs. | a) Teachers; b) Co-operative societies; c) Business associations; d) Other groups as identified and prioritized from time to time. |

5. Implementation Strategy

5.1. *Implementing Partners*

The following financial sector participants regulated by BB shall be regarded as key implementing partners, hereinafter the FLPs:

- a) Scheduled Banks;
- b) Non-Bank Financial Institutions.

However, authorized Payment Service Providers (PSPs), Payment System Operators (PSOs) and Mobile Financial Services (MFS) providers shall be treated as supporting implementing partners.

5.2. *Formation of Implementation Unit and work plan*

- 5.1.1 FLPs are required to establish specific Financial Literacy Wing (FLW) in their respective head offices and allocate sufficient employees to stream the financial literacy programs efficiently. The FLW shall be headed by a Senior Executive and work under the direct supervision of Deputy Head of the institution;
- 5.2.2 The FLW shall be responsible for administering the financial literacy programs and reporting to the supervising authority and BB;
- 5.2.3 FLW of respective FLPs shall make a yearly plan as per **Annexure-A** for conducting financial literacy programs and shall implement the same by engaging branches/sub-branches/agent banking outlets/unit offices;
- 5.2.4 FLW of respective FLPs shall prepare the literacy contents in convenient language(s) in light of these guidelines and *Financial Literacy Booklet* provided. The contents should be approved by the competent authority of respective FLPs;
- 5.2.5 FLW shall review and update financial literacy contents and strategies on a regular basis;
- 5.2.6 FLPs would highlight DFS and generic financial products/services while developing financial literacy contents/ materials;
- 5.2.7 FLPs shall take necessary steps to develop trainers/resource persons who shall conduct the financial literacy sessions/programs. FLPs shall develop one or more trainer(s)/resource person(s) at each branch/unit level;
- 5.2.8 FLW of FLPs or its local representative(s) shall be responsible to collaborate with local government and/or private sector agencies in the respective jurisdiction, if or when necessary;
- 5.2.9 FLPs shall develop digital platform for financial literacy in parallel to face-to-face program. A precise tab naming 'Financial Literacy' shall be allocated to respective website of FLPs where financial literacy contents shall be stored for citizens to explore. Use of artificial intelligence (AI) such as: live Chatbot can be more user-friendly tool to financial literacy and consumer empowerment;

- 5.2.10 FLPs shall persistently engage with social media, electronic media, and print media to spread financial literacy targeting different group of people;
- 5.2.11 FLPs shall place a dedicated notice board/corner containing financial literacy materials at every branch/sub-branch/unit office/agent outlet and update the notice board/corner on a regular basis;
- 5.2.12 The PSPs, PSOs and MFS providers authorized by BB are encouraged to distribute financial literacy materials, publicizing information or use digital platforms to carry out financial literacy programs.

5.3. Phases of Implementation

These guidelines shall be implemented within 7 years from its inception to reach the target groups identified in section 4.2. The first year shall be treated as piloting year among these 7 years. The financial literacy programs shall be conducted on the basis of the following schedule. However, the cross-cutting target groups shall be considered in any particular group:

- 5.3.1 **1st to 3rd Year** : Target groups in Tier-1;
- 5.3.2 **4th & 5th Year**: Special focus for Target groups in Tier-2. However target groups in Tier-1 shall also be considered;
- 5.3.3 **6th & 7th Year**: Special focus for Target groups in Tier-3 However target groups in Tier-1 and Tier-2 shall also be considered;
- 5.3.4 Nonetheless, the flow of financial literacy programs shall be continued beyond the phased period until and unless further instructions provided by Bangladesh Bank with a view to reaching all the people in the society including unserved/underserved as well as target groups identified here.

5.4. Implementation Measures

- 5.4.1 **Common action plans**: These actions include face-to-face training/workshop/conference/seminar that shall be arranged by the FLPs as per work plan recognized in section 5.2.2. These actions hereby aim to improve the knowledge on financial services and bring immediate changes in behavior of the individual towards personal financial management.

5.4.1.1 General Financial Literacy Program

FLPs shall conduct general financial literacy programs (in person/face-to-face) focusing on the topics specified in section 4.1 considering the frequency purview of Annexure-A in these guidelines. To ensure maximum attendance of the targeted people, FLPs are encouraged to arrange prior announcement in the intended area. The FLPs are advised to invite the celebrities/reputed persons such as: representative of the local people,

school/college/university teachers or respected professionals in their financial literacy programs.

5.4.1.2 *Target group-based Financial Literacy Program*

FLPs shall take tailored initiatives to address the specific financial literacy needs of individual target group set in section 4.2. Each program (in person/face-to-face) shall be arranged focusing on a particular target group, such as: women or youth or micro merchants etc. Financial Literacy providers can arrange particular literacy programs for the staffs/workers of their large client such as workers of the garments industry, workers of brick kilns etc. This action aims to serve the special purpose of financial literacy need for a particular target group. The FLPs are advised hereby to roll out the financial literacy contents as accordingly.

5.4.1.3 *Thematic campaign*

BB shall announce annual/semi-annual theme for financial literacy campaign (such as: digital payment, e-banking, password protection, money laundering, borrowing, saving, remittance etc.) and FLPs shall develop contents (banner, poster, leaflet, flyer, slogan etc.) and publicize the thematic message using various communication tools and channels specified in section 6.1 and 6.2.

5.4.1.4 *Financial Literacy Day*

FLPs are required to celebrate financial literacy day on First Monday of March in every year. FLW of respective FLP shall be responsible to arrange road shows or street plays in each branch/sub-branch/agent banking outlet/unit office area focusing on different thematic topics of financial literacy.

5.4.1.5 *Others*

Essay competition for students, street play, simulation game etc can be arranged as a part of common financial literacy programs.

5.4.2 *Specialized action plans:* BB assumed to play critical role in promoting financial literacy and financial education with a view to influencing lifelong skill for every citizen. These actions hereby aim to develop the necessary infrastructure to endorse financial literacy as an enduring ability for an individual to catalyze prudential financial management. Following are some, but not limited to, initiatives that are intended to be implemented in the longer term:

5.4.2.1 BB shall take necessary steps to include financial literacy contents in the National Curriculum of Primary and Secondary level;

- 5.4.2.2 BB shall take necessary steps to collaborate with teachers training institutes to incorporate financial literacy contents in their training courses so as to capacitate teachers for disseminating financial literacy among students and peers;
- 5.4.2.3 BB shall introduce Training of Trainers (ToT) program for the trainers of FLPs on a regular basis or as on when needed;
- 5.4.2.4 BB in association with BBTA/BIBM may introduce module-based certificate course on financial literacy on different platforms;
- 5.4.2.5 BB shall take necessary action to broadcast radio and television programs considering open question answer session on financial literacy;
- 5.4.2.6 BB shall introduce Financial Literacy Week with a view to institutionalizing financial literacy interventions.

6. Communication Strategy

Financial literacy initiatives require innovative tools and appropriate media (digital and/or material) to reach the target people efficiently. Both communication channels and tools are critical in reaching target groups considering their age, gender, level of education, geographical locations etc, .

The following are, but not limited to, some communication channels and tools that are suggested for FLPs to apply while communicating financial literacy amongst people:

6.1 Communication Channels

- i. Training, Workshop, Seminar, Conference, Symposium;
- ii. Website/web portal, Mobile Apps;
- iii. Electronic and print media;
- iv. Booth, Bill Board, Dashboard;
- v. Financial Literacy Corner;
- vi. Social Media such as: Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, Twitter etc;
- vii. Road show, fair, social gathering;
- viii. Others

6.2 Communication Tools

- i. Fly-leafs, Pamphlets, Leaflet, Brochure, Banner, Poster;
- ii. Booklet, Presentation, Info-graphics;
- iii. Advertisements (virtual/printed), Audio-visuals;
- iv. Simulation game of Financial Services;
- v. Quiz/essay competition;
- vi. Live chatbot;
- vii. Financial literacy game;

- viii. Financial diary, comics/stories;
- ix. Financial podcast, Newsletter;
- x. Street play, folk song;
- xi. Others

6.3 *Communication Approaches*

- 6.3.1 **Financial literacy contents:** FLPs are strongly advised to focus on generic issues of financial services and matters including DFS as well as consumer protection measures while developing financial literacy contents and disseminating financial literacy programs;
- 6.3.2 **Target group-based Module:** FLPs should develop target specific module for effective dissemination of financial literacy. While developing the module real life examples can be incorporated to sensitize audiences' preference. For example: presenting a successful women entrepreneur can be encouraging for others;
- 6.3.3 **Language of communication tools:** The language of financial literacy contents should be easy, clear and understandable to the target groups. Info graphics or pictorial can be used to attract audiences' interest;
- 6.3.4 **Preference in communication channel:** FLPs shall consider well-suited channel/multi-media to reach the target people. For example, social media, digital display, booth, chatbot etc. can be effective channels for youths, students, tech-savvy generations and/or entrepreneurs; newspaper/other print media/radio or TV advertisements can be viable channels to reach the elderly people; banner, festoon, local announcement, television advertisement, radio jingles, audio-visuals etc. can be effective channels for marginalized people, senior citizen as well as other category of population.
- 6.3.5 **Digital Learning:** FLPs are advised to emphasize on disseminating digital financial literacy since it is incredibly crucial in this changing financial services landscape. The effort should be focused on less cash/cashless banking, cashless payment and settlement, e-banking, e-wallet management, mobile financial services, FinTech, customer protection etc.
- 6.3.6 **Learning through Simulation:** FLPs are advised to use simulation system to familiarize participants with various banking services (such as: money transfer, e-banking, account opening/maintaining, digital payments, ATM operation, grievance redress etc.).
- 6.3.7 **Grievance Redress:** The FLPs shall take necessary measures to make the target audience aware of the grievance redress system. FLPs are encouraged to inform the audiences about their respective Customers Protection hotline as well as BB CIPC (customer interest protection centre) hotline (**16236**) and the email (**bb.cipc@bb.org.bd**) & mobile app options of BB for any complaints regarding financial services. FLPs are advised to make audiences aware and capacitate them on tackling fraudulent and forgery in relation to financial

Implementation Structure

1) For piloting year/commencement year/1st year:

- a) **Target group:** Tier-1 mentioned in section 4.2 of the Financial Literacy Guideline
- b) **Territory for program:** Division basis
- c) **Frequency purview:** When $N = \text{Total number of Branches} + \text{Sub-branches} + \text{Unit Offices}$ of the FLP
 - i) FLP shall conduct at least 06 programs if $1 < N < 120$;
 - ii) FLP shall conduct at least 12 programs If $120 \leq N < 240$;
 - iii) FLP shall conduct at least 24 programs If $N \geq 240$.

**Unit office includes local office/SME unit/regional office, cluster office etc as applicable.*

2) For 2nd to 7th year:

- a) $N = \text{Total number of Branches} + \text{Sub-branches} + \text{Agent Banking Outlets} + \text{Unit Offices}$ of the FLP as on 31st December of the immediate past year.
- b) **Target group:** Tier-1, Tier-2 & Tier-3 mentioned in section 4.2 of the Financial Literacy Guideline.
- c) **Territory for program:**
 - i) **Group one:** FLP shall conduct program on **division basis** when $1 < N < 150$;
 - ii) **Group two:** FLP shall conduct program on **district basis** when $150 \leq N < 1000$;
 - iii) **Group three:** FLP shall conduct program on **district and/or upazilla/thana** basis when $N \geq 1000$.
- d) **Frequency purview:**

The minimum number of programs shall be conducted by a FLP should go as per the tabular schedule:

| FLP based On 'N' in sl. 2) | Year(s) | | | | | | | | |
|-------------------------------|---------------------------------------|--------|--------|--------------------------------------|---------------------------------------|--------|--------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|
| | 2 nd & 3 rd | | | 4 th & 5 th | | | 6 th & 7 th | | |
| | Tier-1 | Tier-2 | Tier-3 | Tier-1 | Tier-2 | Tier-3 | Tier-1 | Tier-2 | Tier-3 |
| Group one | 1 [*] (8) ^{**} | - | - | 1 [*] (8) ^{**} | 1 [*] (8) ^{**} | - | 1 [*] (8) ^{**} | 1 [*] (8) ^{**} | 1 [*] (8) ^{**} |
| Group two | 1 [*] (64) ^{**} | - | - | 1 [*] (64) ^{**} | 1 [*] (64) ^{**} | - | 1 [*] (64) ^{**} | 1 [*] (64) ^{**} | 1 [*] (64) ^{**} |
| Group three | 2 [*] (128) ^{**} | - | - | 1 [*] (64) ^{**} | 2 [*] (128) ^{**} | - | 1 [*] (64) ^{**} | 1 [*] (64) ^{**} | 2 [*] (128) ^{**} |

** Indicates the number of program to be conducted in each division/district (as applicable) in a single year.*

*** Number in parenthesis indicates minimum number of programs to be conducted in a single year.*

- 3) For better understanding of the frequency purview table in section 2 d) please refer to the following examples:

Scenario 1 (applicable for 2nd and 3rd year): Suppose Bank X has N=145 (branches+sub-branches+agent banking outlets+ unit offices). So it falls under the category of **Group one**. Therefore, Bank X is required to perform at least 8 financial literacy programs for tier-1 (target groups set in section 4.2 of the FLGs) at division level for both 2nd and 3rd year whilst ensuring 1 program in each division in a year.

Thus, it implies Group one FLPs are required to perform at least 16 programs in these two consecutive years (year 2 and 3) in 8 divisions for target groups set in tier-1.

Scenario 2 (applicable for 4th and 5th year): Suppose Bank Y has N=655 (branches + sub-branches + agent banking outlets + unit offices). So it falls under the category of **Group two**. Therefore, Bank Y is required to perform at least 64 financial literacy programs for tier-1 and 64 financial literacy programs for tier-2 target groups (set in section 4.2 of the FLGs) at each year at district level for both the 4th and 5th year whilst ensuring 1 program in each district every year.

Thus, it implies at least $(64*2)+(64*2)=256$ programs are required to perform by the FLPs in Group two in these two consecutive years (year 4 and 5) in 64 districts for target groups set in tier-1 and tier-2.

- 4) To reach the target people FLPs shall cover maximum number of administrative units (Upazilla/Thana, wards of city corporation, unions, villages etc.);
- 5) Number of programs targeted for each year shall be equally distributed in each quarter;
- 6) Total number of programs in a calendar year shall be rationally distributed among all the target groups in a tier. Special focus shall be given to women, students and marginalized people;
- 7) The FLP (such as FI) which has no branch/sub-branch/agent outlet/office in division/district level can take supports form peer FLP to conduct the financial literacy program.

Financial Literacy Program Reporting/Monitoring Framework

Name of the FLP:

Total Number of Branches (Up to reporting time):

Total number of districts covered (On the basis of branch allocation):

Period: January-June/ July-December

1. Financial Literacy Programs:

| Sl | Program | Program Type ² | Division/ District | Upazilla/ Thana | Program Area ³ (Urban/Rural) | Target Group ⁴ | Participants | | | Trainers | | | Session Theme ⁵ | Communication Tools ⁶ |
|----|-----------------------------------|---------------------------|-----------------------|--------------------|--|---------------------------|--------------|--------|-------|----------|--------|-------|----------------------------|----------------------------------|
| | | | | | | | Male | Female | Total | Male | Female | Total | | |
| 1 | General Financial Literacy Progs. | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Target Group based FinLit Prog | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Others ⁷ | | | | | | | | | | | | | |
| | Total | | | | | | Total= | | | | | | | |

2. Financial Literacy Programs engineered through digital media:

| S | Media Used | Program Type ⁸ | No. of programs/Videos/ Any Other documents | Thematic Area ⁹ | Target Audience | No. of Views/likes/shares |
|---|--|---------------------------|--|----------------------------|-----------------|---------------------------|
| 1 | Social Media (Face book/twitter/LinkedIn/Instagram etc.) | | | | | |
| 2 | YouTube | | | | | |
| 3 | Print Media | | | | | |
| 4 | TV | | | | | |
| 5 | Radio | | | | | |
| 6 | Others (Please specify) | | | | | |

² Training/Workshop/Seminar/Conference/Symposium or other types specified in section 6.2 in these guidelines³ Program area can be determined based on the location of linked branch/sub branch/agent banking outlet/unit office of the respective FLP⁴ Target group as per section 4.2 in the Guidelines (target groups can be more than one)⁵ Session Theme can be determined on the basis of the key focus area specified in section 4.1 of the guidelines or generic financial literacy issues identified by the FLPs⁶ Communication tools as per section 6.1 in the guidelines or other types identified by the FLPs⁷ Additional measures taken by the FLP in excess of the measures prescribed in these guidelines⁸ Digital programs for financial literacy⁹ The key focus area mentioned in section 4.1 in these guidelines shall be treated as Thematic area