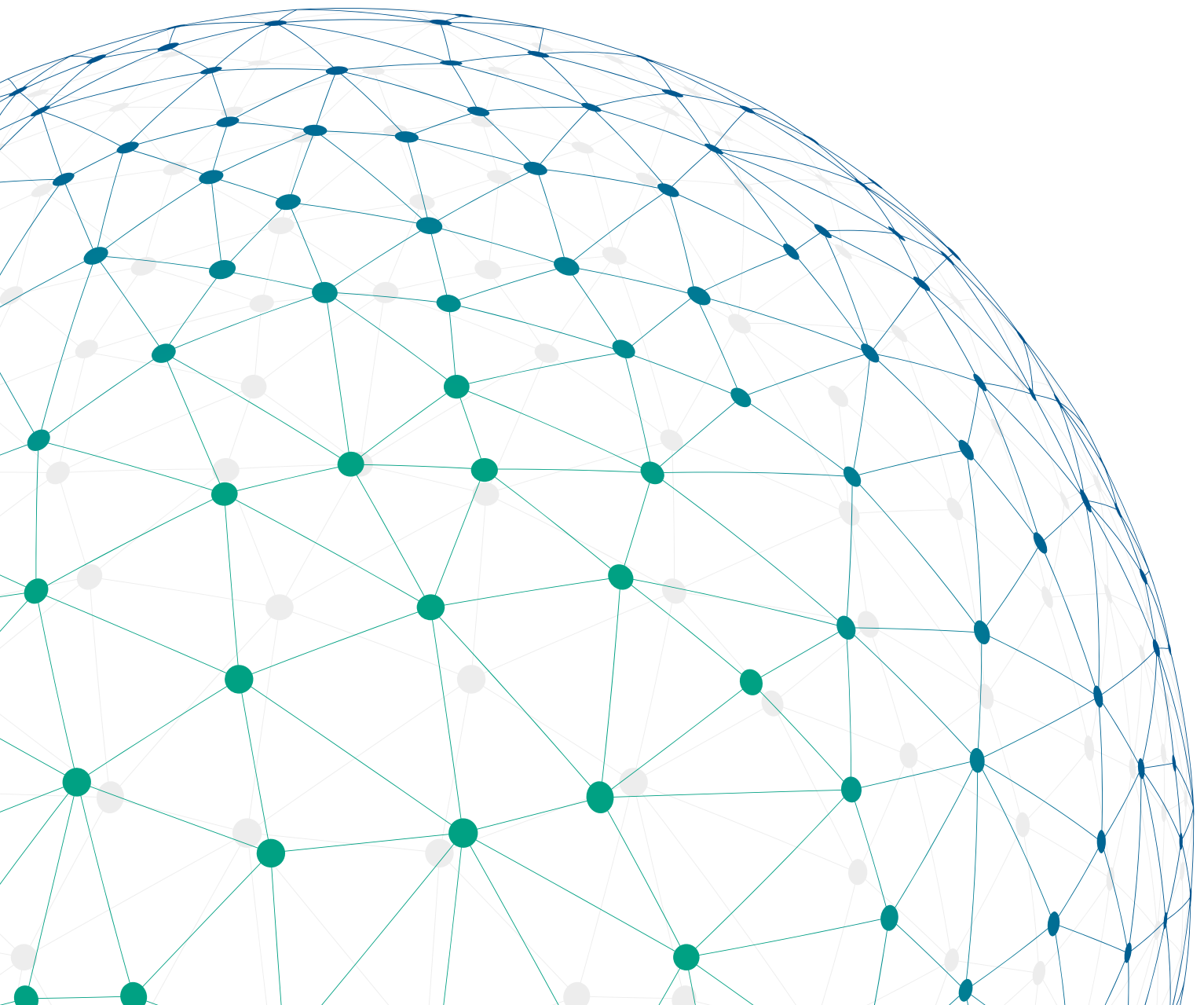




2015

Le point sur le secteur

Les services d'argent mobile





La GSMA représente les intérêts des opérateurs de téléphonie mobile dans le monde entier : elle rassemble près de 800 opérateurs et plus de 250 entreprises appartenant à l'écosystème mobile élargi, dont des fabricants de téléphones et d'appareils, des éditeurs de logiciels, des fournisseurs d'équipements, des sociétés Internet et compagnies œuvrant dans des secteurs d'activités connexes. La GSMA organise également les plus grands événements du secteur, tels que le Mobile World Congress, le Mobile World Congress Shanghai et les conférences Mobile 360 Series.

Pour plus d'information, veuillez visiter le site officiel de la GSMA à l'adresse suivante : www.gsma.com

Suivez la GSMA sur Twitter : [@GSMA](https://twitter.com/GSMA)



Mobile
Money

Le programme *Mobile Money* (Argent mobile) de la GSMA a pour but d'accélérer le développement de l'écosystème de l'argent mobile en faveur des personnes mal desservies.

Pour plus d'information, veuillez visiter notre site Internet : www.gsma.com/mobilemoney
Twitter: [@gsmammu](https://twitter.com/gsmammu)
Email: mobilemoney@gsma.com

LE PROGRAMME MOBILE MONEY BÉNÉFICIE DU SOUTIEN DE LA FONDATION BILL & MELINDA GATES, DE LA FONDATION MASTERCARD ET DE L'OMIDYAR NETWORK

BILL & MELINDA
GATES foundation



À propos du programme *Mobile Money* de la GSMA

À ce jour, deux milliards de personnes ne sont pas encore bancarisées et n'ont pas accès à des services financiers sûrs, fiables et abordables. Le programme *Mobile Money* de la GSMA collabore avec les opérateurs de téléphonie mobile et les autres acteurs du secteur en vue de créer un solide écosystème de l'argent mobile pour rendre ces services plus pertinents, plus adaptés et en assurer ainsi la viabilité.

Nous travaillons en étroite concertation avec les prestataires de services d'argent mobile, en offrant au secteur des outils et des informations permettant de développer ces services ainsi qu'en soutenant la mise en place d'un environnement réglementaire habilitant qui facilite l'inclusion financière numérique. Le programme soutient également les opérateurs d'argent mobile dans la mise en place de l'interopérabilité des services d'argent mobile et dans le développement de l'écosystème numérique en facilitant l'intégration d'acteurs extérieurs aux services d'argent mobile.

Pour en savoir davantage, visitez www.gsma.com/mobilemoney

Remerciements

Le programme *Mobile Money* de la GSMA adresse ses sincères remerciements à la Fondation Bill & Melinda Gates, à la Fondation MasterCard et à l'Omidyar Network pour leur soutien constant. Les auteurs souhaitent également remercier tous les prestataires de services d'argent mobile, d'assurance mobile, d'épargne mobile et de crédit mobile qui ont participé à notre étude mondiale annuelle sur les services financiers mobiles, sans laquelle les analyses du présent rapport n'auraient pas vu le jour.

SOMMAIRE

AVANT-PROPOS	5
APERÇU	6
INTRODUCTION	8
PRINCIPALES CONCLUSIONS	9
L'OFFRE DE SERVICES D'ARGENT MOBILE	10
L'ACCÈS AUX SERVICES D'ARGENT MOBILE	20
L'ADOPTION DES SERVICES D'ARGENT MOBILE	32
L'UTILISATION DES SERVICES D'ARGENT MOBILE	44
LES REVENUS ET LES INVESTISSEMENTS DE L'ARGENT MOBILE	58
ANNEXE A : CONTEXTE DU RAPPORT	68
ANNEXE B : GLOSSAIRE	71
ANNEXE C : LISTE DES FIGURES ET ENCADRÉS	80
ANNEXE D : LISTE DES PARTICIPANTS	82

Avant-propos

Nous sommes ravis de présenter notre rapport annuel : Le point sur le secteur, les services d'argent mobile. Dans ce rapport de référence, nous faisons ressortir les grandes tendances et les chiffres clés du secteur de l'argent mobile en 2015.

Dans le cadre de notre travail à la GSMA, nous suivons les efforts du secteur pour faire de l'argent mobile un élément plus central de la vie financière des clients. Le rapport de cette année contient de nouvelles données qui illustrent l'impact de l'argent mobile sur les utilisateurs des services et sur l'environnement général de l'inclusion financière. Trois observations illustrent plus particulièrement son impact positif :



- On observe une solide croissance dans de nouvelles régions, notamment en Asie du Sud, qui enregistre plus d'un tiers des nouvelles ouvertures de comptes d'argent mobile en 2015 ;
- Le secteur se développe pour mieux répondre aux besoins du commerce transfrontalier et des économies régionales. En 2015, on comptait 29 initiatives transfrontalières d'argent mobile reliant 19 pays. En volume, les transferts internationaux sont le produit qui enregistre la plus forte croissance, avec une hausse de 52 % par rapport à l'année précédente ;
- Les clients utilisent l'argent mobile plus que jamais : en décembre 2015, le secteur a traité plus d'un milliard de transactions.

Il reste cependant beaucoup à faire. Malgré une utilisation croissante des services, les clients se cantonnent toujours à un nombre limité de produits. Il est clair qu'à l'échelle du secteur, nous devons faire des efforts supplémentaires pour répondre à la promesse de l'argent mobile d'offrir un éventail complet et abordable de produits et services financiers destinés aux personnes peu ou pas bancarisées. Pour concrétiser l'impact commercial et social potentiel de l'argent mobile, les prestataires doivent investir dans la mise en place d'un écosystème plus large et encourager l'utilisation de nouveaux produits et services. Cette évolution rendra l'argent mobile plus durable, plus rentable et plus utile aux clients à long terme.

Pour soutenir cette ambition, la GSMA a lancé la troisième phase de son programme *Mobile Money* en 2015 avec le soutien financier de ses membres et une aide supplémentaire de 9,4 millions de dollars de la Fondation Bill & Melinda Gates, de la Fondation MasterCard et de l'Omidyar Network. Au cours des trois prochaines années, le programme se concentrera sur le développement d'un écosystème de l'argent mobile offrant un large éventail de transactions numériques pour faire de l'argent mobile un aspect plus central de la vie financière des clients, et en premier lieu celles des personnes financièrement exclues et mal desservies.

Nous espérons que ce rapport vous sera utile et vous invitons à visiter notre site www.gsma.com/mobilemoney et à nous suivre sur [@GSMAMMU](https://twitter.com/GSMAMMU).

Mats Granryd
Directeur général de la GSMA

APERÇU

L'argent mobile est maintenant disponible dans

93

PAYS

271

SERVICES



En 2015,

51

PAYS SUR

93

possèdent un cadre réglementaire habilitant.

Les prestataires d'argent mobile traitent

33 MILLIONS
D'OPÉRATIONS PAR JOUR EN MOYENNE



Les comptes enregistrés ont augmenté de



31% POUR ATTEINDRE
UN TOTAL DE 411M
EN DÉCEMBRE 2015

LA COLLABORATION SECTORIELLE S'ACCÉLÈRE AVEC PRÈS D'UN QUART

DES RÉPONDANTS
CONCERNÉS À CE
JOUR.

19 marchés au moins comptent



PLUS DE COMPTES
D'ARGENT MOBILE QUE DE
COMPTES BANCAIRES

37 marchés comptent



10

FOIS PLUS D'AGENTS
ENREGISTRÉS QUE DE
AGENCES BANCAIRES

134M

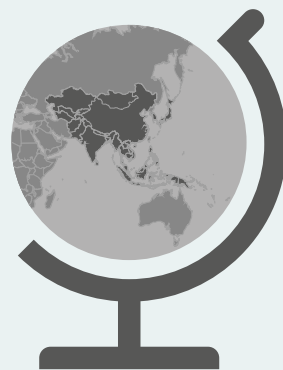


DE COMPTES ÉTAIENT ACTIFS
EN DÉCEMBRE 2015 (SUR 90 JOURS)

En Asie du Sud, où les services
au guichet sont particulièrement
utilisés, leur taux de croissance
(19 % sur 12 mois glissants) est
éclipsé par les

47%

DE CROISSANCE DES
COMPTES ENREGISTRÉS



Les services d'argent mobile
offrant des services de transferts
internationaux enregistrent une
augmentation de

52%

du montant de ces transferts



TROIS
QUARTS

des répondants ont maintenu ou
accru leurs investissements dans
l'argent mobile par rapport à
l'année précédente.

Quinze prestataires déclarent des
revenus supérieurs à

1M USD

SUR LE MOIS DE
JUIN 2015



Introduction

L'argent mobile a davantage contribué à élargir la portée des services financiers au cours de la décennie écoulée que les services bancaires traditionnels ne l'avaient fait au cours du siècle dernier.

On compte aujourd'hui 411 millions de comptes d'argent mobile dans le monde. De plus, l'argent mobile est disponible dans 85 % des pays où une grande majorité de la population n'a pas accès à un établissement financier formel. Il s'agit là d'une réussite extraordinaire, qui illustre la puissance des services mobiles et souligne le rôle crucial joué par les opérateurs de réseaux mobiles dans le développement du secteur.

S'il convient de célébrer les progrès accomplis jusqu'à présent, la réussite future de l'argent mobile dépend de sa capacité à s'adapter à l'évolution de son environnement. Les conclusions du rapport 2015 apportent des renseignements précieux sur les tendances actuelles et futures, offrant ainsi une meilleure visibilité sur ce qui est en train de changer et la manière de s'y adapter. Cette année, nous observons quatre tendances qui influenceront l'évolution future du secteur :

- Avec une base de clientèle de plus en plus active, la poursuite du développement de l'écosystème de l'argent mobile sera essentielle pour diversifier les cas d'utilisation ;
- Les bases opérationnelles et la gestion des agents restent cruciales pour la numérisation des espèces ;
- Une augmentation des investissements est indispensable pour permettre aux prestataires de rester concurrentiels dans un monde en ligne ;
- Bien que l'argent mobile soit plus répandu qu'il ne l'a jamais été, il existe encore un potentiel de développement des segments mal desservis, en particulier les femmes et la clientèle rurale.

Les conclusions complètes de ce rapport offrent une évaluation quantitative détaillée des services financiers mobiles reposant sur les données collectées dans le cadre de l'étude mondiale annuelle de la GSMA sur les services financiers mobiles. En 2015, 107 prestataires d'argent mobile de 67 pays ont participé à cette étude.

Cette publication a pour objectif de faire le point sur la situation et les tendances du secteur. Elle examine en particulier :

- L'offre et la diffusion des services d'argent mobile à l'échelle mondiale ;
- L'accès aux services d'argent mobile, qu'il s'agisse de l'accès physique par le biais des réseaux d'agents ou de l'accès technique par le biais de l'interface mobile ;
- L'adoption des services d'argent mobile et le niveau d'activité des clients, et notamment la manière dont les prestataires de service en assurent le développement ;
- L'utilisation des services d'argent mobile et la manière dont le secteur se concentre sur les cas d'utilisation à la base de l'écosystème ;
- Les revenus et les investissements de l'argent mobile.

L'analyse à paraître sur l'adoption des autres services financiers mobiles : assurance mobile, épargne mobile et crédit mobile, sera publiée au 2^{ème} trimestre 2016.

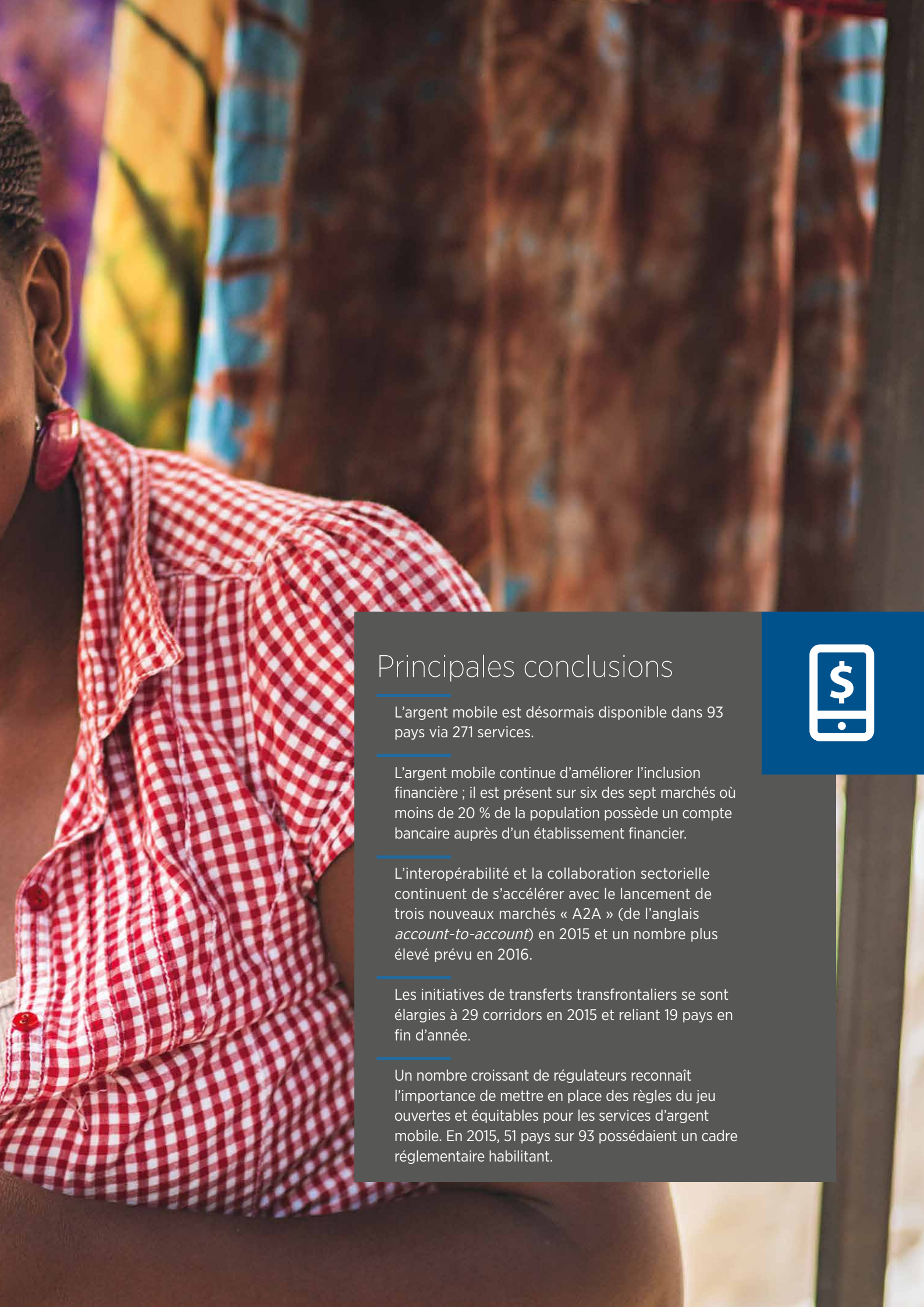
Principales conclusions

1. L'argent mobile est désormais disponible dans 93 pays via 271 services.
2. Un nombre croissant de régulateurs reconnaît l'importance de mettre en place des règles du jeu ouvertes et équitables pour les services d'argent mobile, bien qu'une amélioration des politiques soit encore nécessaire pour s'assurer que les services financiers mobiles touchent l'intégralité de leur marché potentiel et réalisent l'inclusion financière. En 2015, 51 pays sur 93 possédaient un cadre réglementaire habilitant.
3. La collaboration sectorielle continue de s'accélérer. Près d'un quart des répondants indiquent qu'ils collaborent avec d'autres services d'argent mobile, et un tiers qu'ils prévoient de le faire dans les 12 prochains mois.
4. Les agents restent l'ossature physique et le visage des services d'argent mobile pour la numérisation ou le retrait d'espèces (par rapport aux GAB, banques, etc.), et assurent plus de 90,5 % des opérations de dépôt et de retrait. Ils représentent également une charge d'exploitation importante, absorbant en moyenne 54,4 % des revenus des dix principaux prestataires d'argent mobile.
5. L'argent mobile est en train de changer les conditions de l'inclusion financière. En 2015, 37 marchés comptaient dix fois plus d'agents enregistrés que d'agences bancaires et le nombre de comptes enregistrés a augmenté de 31 % pour atteindre un chiffre total de 411 millions à l'échelle mondiale.
6. Les prestataires d'argent mobile ont traité un peu plus d'un milliard de transactions en décembre 2015, ce qui est plus du double de ce que PayPal a traité au niveau mondial. Les clients actifs de l'argent mobile effectuent en outre 11,2 opérations par mois en moyenne et conservent un solde médian de 4,70 USD sur leur compte, deux chiffres en augmentation par rapport à 2014.
7. Si les services aux guichets restent un aspect important de l'argent mobile, leur taux de croissance est en train de se ralentir par rapport à celui de l'adoption du porte-monnaie mobile. En Asie du Sud, où les services au guichet sont particulièrement utilisés, leur taux de croissance de 19 % (sur 12 mois glissants) est éclipsé par celui des comptes enregistrés, qui atteint 47 %. Cette tendance encourageante laisse à penser que les efforts des prestataires visant à faire migrer la clientèle des services au guichet sont en train de porter leurs fruits.
8. Les transactions transfrontalières sont le produit qui enregistre la plus forte croissance en 2015. Les services d'argent mobile offrant des services de transferts internationaux enregistrent une augmentation de 51,8 % du volume de ces transferts.
9. Quinze prestataires déclarent des revenus supérieurs à 1 M USD sur le mois de juin 2015, contre onze en juin 2014. À l'exception de trois d'entre eux, ils sont tous des ORM et 12 d'entre eux comptent plus d'un million de comptes actifs sur 90 jours.
10. Les prestataires d'argent mobile reconnaissent dans leur majorité la nécessité d'investir à long terme dans les services. En 2015, trois quarts des répondants avaient maintenu ou accru leurs investissements dans l'argent mobile par rapport à l'année précédente.

La disponibilité

de services d'argent mobile





Principales conclusions

L'argent mobile est désormais disponible dans 93 pays via 271 services.

L'argent mobile continue d'améliorer l'inclusion financière ; il est présent sur six des sept marchés où moins de 20 % de la population possède un compte bancaire auprès d'un établissement financier.

L'interopérabilité et la collaboration sectorielle continuent de s'accélérer avec le lancement de trois nouveaux marchés « A2A » (de l'anglais *account-to-account*) en 2015 et un nombre plus élevé prévu en 2016.

Les initiatives de transferts transfrontaliers se sont élargies à 29 corridors en 2015 et reliant 19 pays en fin d'année.

Un nombre croissant de régulateurs reconnaît l'importance de mettre en place des règles du jeu ouvertes et équitables pour les services d'argent mobile. En 2015, 51 pays sur 93 possédaient un cadre réglementaire habilitant.



La disponibilité de services d'argent mobile : un aperçu mondial

L'argent mobile continue d'améliorer l'inclusion financière. En 2015, le nombre de services d'argent mobile atteint le chiffre de 271 dans 93 pays. En outre, d'après les chiffres de la Banque mondiale sur l'inclusion financière dans le monde, les services d'argent mobile sont présents dans 85 % des pays où le nombre de personnes disposant d'un compte auprès d'un établissement financier est inférieur à 20 %.¹ Les analyses de ce chapitre s'appuient sur les données provenant de l'outil de suivi des services d'argent mobile de la GSMA.

Il existe des services d'argent mobile en activité dans 64 % des pays en développement (86 pays sur 135),² un chiffre en légère augmentation par rapport à 2014 (61 %). Lorsqu'on examine le classement de ces pays en fonction du niveau de revenu, l'argent mobile est plus répandu dans les économies à revenu faible (81 %) que dans les économies à revenu intermédiaire inférieur ou intermédiaire supérieur, où l'argent mobile est disponible dans respectivement 71 % et 47 % de ces pays (figure 2). En 2015, l'argent mobile a fait son apparition sur quatre nouveaux marchés : l'Albanie, le Myanmar,³ le Pérou et les Seychelles. Le Myanmar est classé dans les pays à revenu intermédiaire inférieur tandis que l'Albanie et le Pérou figurent parmi les pays à revenu intermédiaire supérieur.

Avec l'arrivée à maturité du secteur de l'argent mobile, le nombre de services lancés diminue chaque année. Treize nouveaux services ont été lancés en 2015, contre 30 services en 2014 et 58 en 2013.

L'Afrique sub-saharienne abrite toujours la majorité des services d'argent mobile en activité (52 %), mais plus de la moitié des nouveaux services lancés en 2015 l'ont été en dehors de cette région, principalement en Amérique latine et dans les Caraïbes. À l'avenir, les nouveaux services d'argent mobile devraient connaître une croissance d'au moins 50 % en Europe et en Asie centrale ainsi qu'au Moyen-Orient et en Afrique du Nord.

1. Banque mondiale, base de données mondiale sur l'inclusion financière (2015), comptes auprès d'un établissement financier (% âge 15+) [2014]. Source : <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=global-findex>

2. Sur la base de la classification des pays utilisée par la Banque mondiale. Il existe sept marchés suivis par le programme Mobile Money de la GSMA pour les personnes non bancarisées que la Banque mondiale ne classe pas parmi les pays « en développement » : l'Argentine, le Chili, le Qatar, les Seychelles, Singapour, les Émirats arabes unis et le Venezuela. Pour en savoir davantage sur la classification de la Banque mondiale : <http://data.worldbank.org/about/country-and-lending-groups>

3. Myanmar avait été considéré à tort comme un nouveau marché l'an dernier. Le service était encore en phase pilote et a été officiellement lancé en 2015.

FIGURE 1

Nombre de services d'argent mobile en activité par région (2001-2015, en fin d'année)

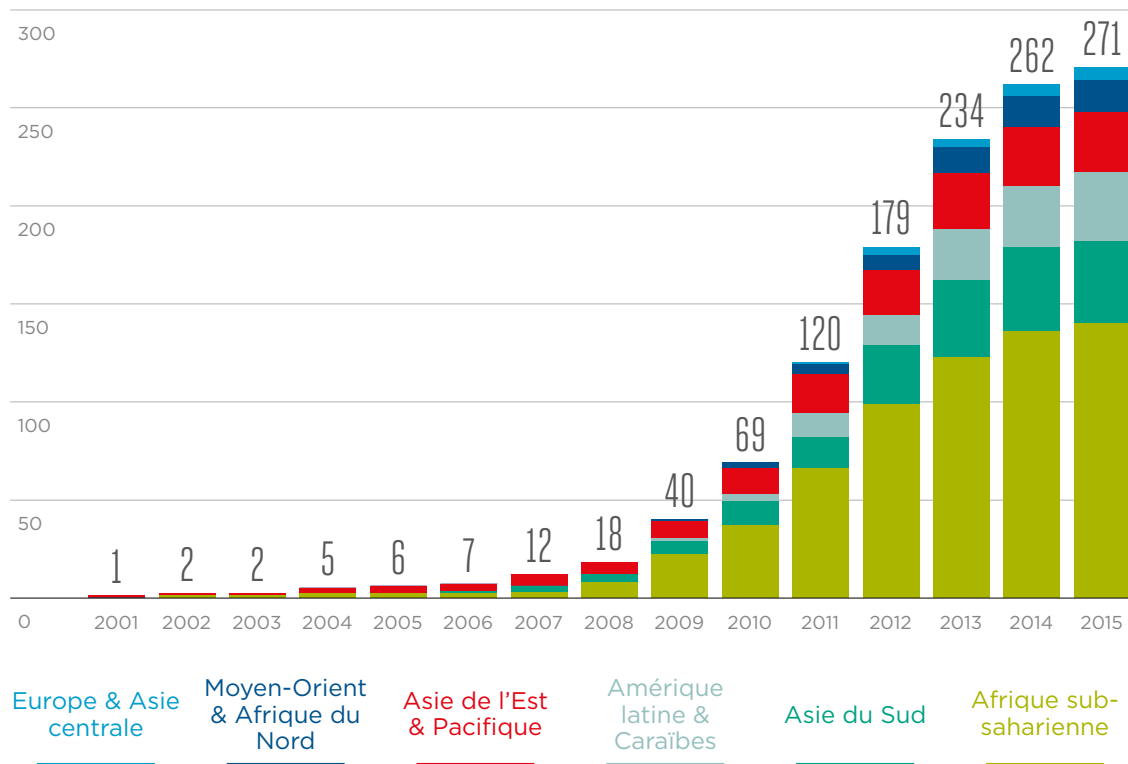
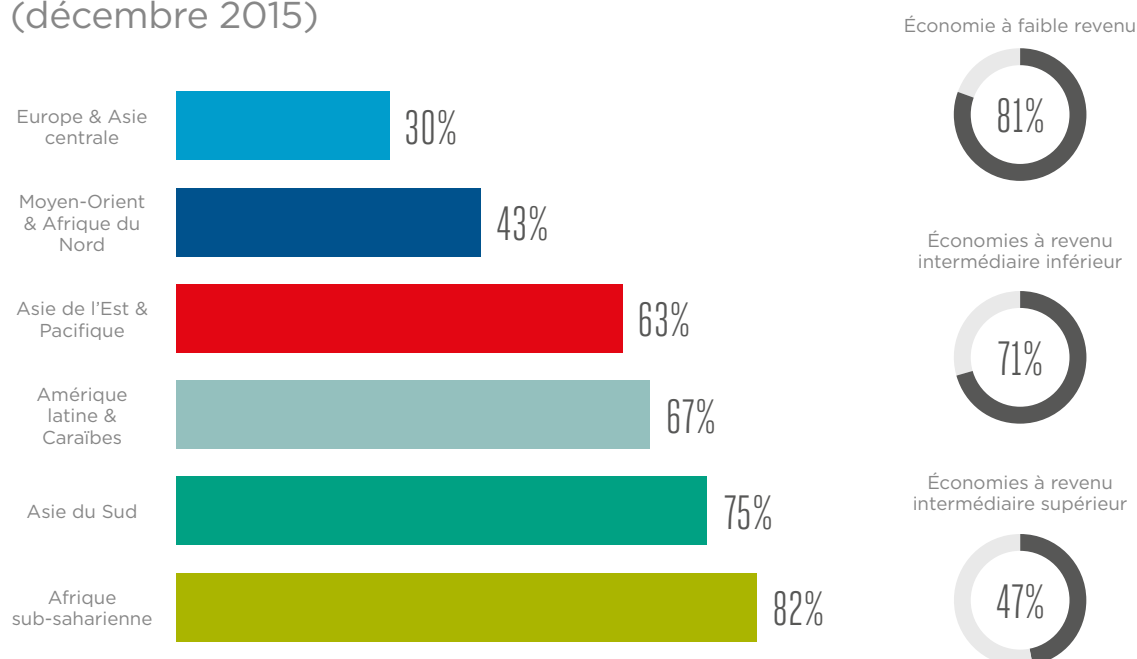


FIGURE 2

Pourcentage de marchés en développement ayant un service d'argent mobile, par région et par niveau de revenu (décembre 2015)



ENCADRÉ 1

Typologie des marchés d'Amérique latine et des Caraïbes

Cinq services ont été lancés cette année en Amérique latine et dans les Caraïbes, soit juste un de moins qu'en Afrique sub-saharienne. Le secteur des services financiers mobiles de la région se distingue par la diversité de ses modèles commerciaux. D'un côté, on trouve des modèles similaires à ceux de l'Afrique de l'Est, dans lesquels un opérateur mobile assume la plupart des fonctions de la chaîne de valeur. De l'autre, les banques sont à l'origine des services d'argent mobile et dans certains cas, achètent même des opérateurs de réseaux virtuels mobiles pour pouvoir offrir un jour des services financiers mobiles sans l'aide des opérateurs de téléphonie mobile.

Une analyse des caractéristiques communes de marché effectuée il y a quelques mois dans la région fait ressortir deux types de marché. Les **marchés de type I** présentent des caractéristiques qui rendent les populations mal desservies difficiles à toucher par le biais des modèles bancaires traditionnels. S'agissant des pays les plus pauvres de la région, 33 % seulement de la population adulte⁴ de ces marchés possède un compte auprès d'un établissement financier formel. Cependant, 57 % de la population totale a accès à un téléphone portable, ce qui en fait une cible idéale pour les services d'argent mobile offerts par les ORM. Les ORM sont d'ailleurs à l'origine du lancement de services d'argent mobile dans bon nombre de ces pays, et certains y observent des taux élevés d'adoption par les clients. Ces marchés comprennent la Bolivie, le Salvador, le Guatemala, le Honduras et le Paraguay.

Les **marchés de type II** présentent généralement deux grandes caractéristiques communes. En premier lieu, les banques y sont profondément enracinées dans l'économie et sont de sérieuses candidates au rôle de leaders des services financiers mobiles sur leurs marchés respectifs. En second lieu, les opérateurs de téléphonie mobile et les détaillants y connaissent des taux de pénétration élevés et ont établi de solides relations commerciales dans leur activité de base. Plusieurs acteurs sérieux ont ainsi émergé dans l'offre de services financiers et sur certains marchés, les opérateurs de téléphonie mobile, les banques et les détaillants ont mis en place des partenariats pour exploiter leurs actifs réciproques. Sur d'autres, les intérêts établis ou les restrictions réglementaires ont pour résultat des modèles de partenariat qui ne font pas l'unanimité des parties concernées. Quelle que soit leur dynamique interne, les marchés de type II ont tendance à être mieux intégrés aux infrastructures existantes de services financiers et de commerce de détail, y compris pour l'accès aux systèmes nationaux de compensation et de règlement. Ces marchés comprennent le Brésil, le Mexique et le Panama.

D'autres marchés de la région peuvent être des hybrides de ces deux archétypes ou présentent une approche radicalement différente de l'argent mobile. Au Pérou par exemple, un groupe de plus de 30 émetteurs de monnaie électronique a lancé une plateforme ouverte et interopérable d'argent électronique. Ce service financier interopérable lancé à l'initiative de multiples acteurs du secteur est le premier de son genre.

Cet encadré est tiré du document « Mobile financial services in Latin America & the Caribbean: State of play, commercial models, and regulatory approaches » [Les services financiers mobiles en Amérique latine et dans les Caraïbes : état des lieux, modèles commerciaux et approches réglementaires] de Mireya Almazán et Jennifer Frydrych (2015), disponible ici : http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2015/09/2015_GSMA_Mobile-financial-services-in-Latin-America-the-Caribbean.pdf

4. Moyenne pondérée pour les marchés de type I.

L'interopérabilité et la collaboration sectorielle continuent de s'accélérer

En date de décembre 2015, presque deux tiers des marchés d'argent mobile comptaient au moins deux services en activité (60 sur 93) et plus d'un tiers en comptaient trois ou plus (35 marchés, avec une moyenne de cinq services par marché). Plus la concurrence s'intensifie sur ces marchés et plus l'interopérabilité suscite l'intérêt.

65%
des marchés
comptent au moins
deux services
d'argent mobile en
activité.

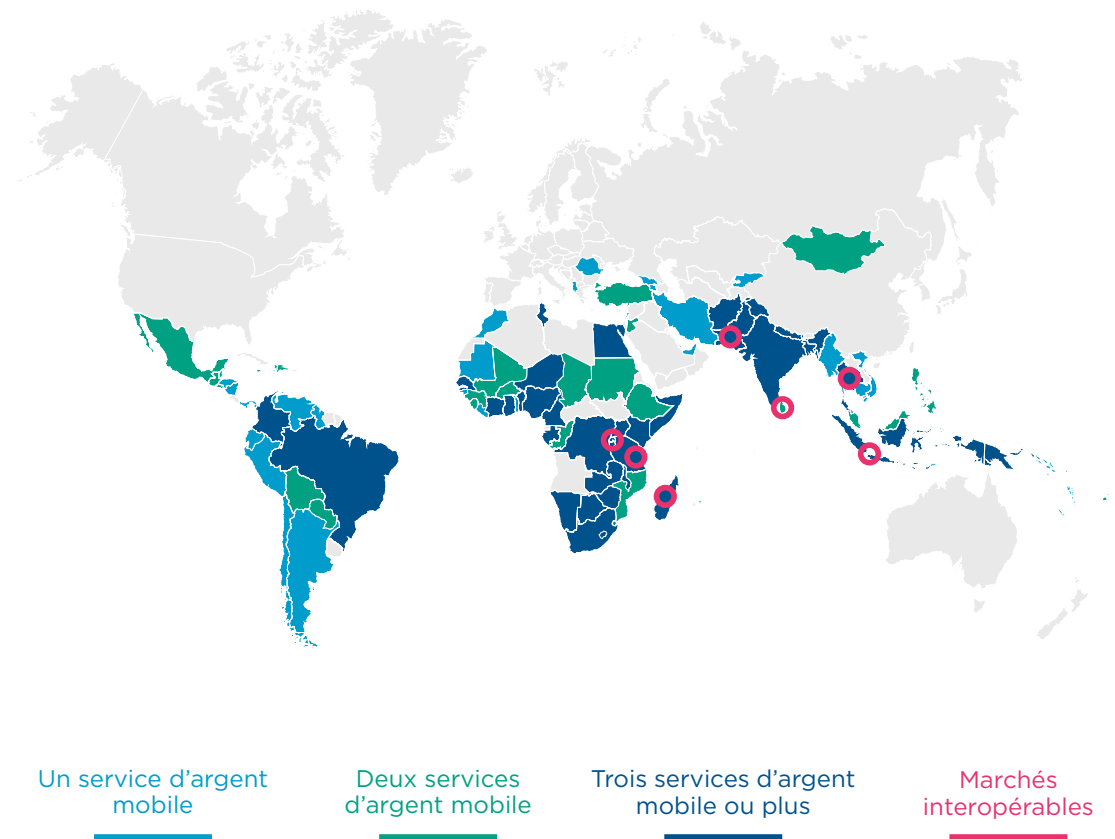
Cette année, les ORM ont interconnecté leurs services sur trois nouveaux marchés : au Madagascar, au Rwanda et en Thaïlande. Ce mouvement fait suite à la mise en œuvre de l'interopérabilité en Indonésie, au Pakistan, au Sri Lanka et en Tanzanie en 2013 et en 2014 (figure 3). Les prestataires des Philippines préparent également le lancement de l'interopérabilité en 2016. Les services d'argent mobile de la Bolivie, du Pérou et du Mexique - qui sont déjà interopérables avec le secteur bancaire - s'apprêtent aussi à offrir une interopérabilité complète A2A. En offrant aux clients la possibilité d'effectuer des transactions entre différents services d'argent mobile, l'interopérabilité A2A vise à accroître la valeur de l'argent mobile pour les prestataires comme pour les clients, en élargissant son marché potentiel et en améliorant l'expérience des clients.

La collaboration sectorielle est indispensable à la mise en place de l'interopérabilité au niveau national ainsi qu'au lancement de nouveaux produits avec d'autres prestataires d'argent mobile. Un exemple récent de lancement de nouveau produit accéléré par une collaboration sectorielle est la réussite d'une initiative de paiement des frais de scolarité en Côte d'Ivoire.⁵ Cette année, les participants à l'étude ont dû indiquer si ils collaboraient ou non avec d'autres services d'argent mobile de leur marché sur un produit spécifique. Près d'un quart des répondants ont indiqué qu'ils collaboraient déjà avec d'autres services d'argent mobile, et 31 % ont indiqué qu'ils prévoyaient de le faire au cours des 12 prochains mois.

5. Jennifer Frydrych, Claire Scharwatt et Nicolas Vonthron (2015), *Le paiement des frais d'inscription scolaire via argent mobile en Côte d'Ivoire : un partenariat public-privé réussi*. Disponible ici : http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2015/10/2015_GSMA_Paying-school-fees-with-mobile-money-in-Cote-dIvoire.pdf

FIGURE 3

Nombre de services d'argent mobile en activité et interopérables par pays (décembre 2015)



Les transferts transfrontaliers élargissent la disponibilité de l'argent mobile

En plus de l'intensification de la collaboration sectorielle à l'échelle nationale, on observe également un développement de la collaboration transfrontalière entre prestataires d'argent mobile. Les transferts internationaux d'argent mobile, dans lesquels l'argent mobile constitue à la fois le canal d'envoi et de réception de fonds, ont pris de l'élan en 2015.⁶ Fin décembre, la GSMA répertoriait au moins 29 corridors de transferts transfrontaliers d'argent mobile reliant 19 pays (figure 4). Un large éventail de cas d'utilisation motive l'adhésion des clients, qu'il s'agisse de transferts d'argent réguliers ou saisonniers en provenance des migrants économiques ou du commerce transfrontalier.

Une majorité de ces initiatives se situe en Afrique de l'Ouest, bien que de plus en plus de prestataires d'Afrique de l'Est soient en train de s'engager dans cette voie. L'Afrique de l'Ouest offre un terrain propice au développement des transferts d'argent transfrontaliers car les États membres de l'Union Économique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA) y sont intégrés socio-économiquement et l'argent mobile y connaît un développement rapide depuis quelques années.⁷ Des initiatives sont présentes également aux Philippines et à Singapour, ainsi qu'au Qatar (où les migrants étrangers représentent 74 %⁸ de la population). Les volumes et les comportements d'utilisation des transferts d'argent mobile transfrontaliers sont évoqués plus en détail dans la section du rapport consacrée à l'utilisation des services d'argent mobile.



En décembre 2015, la GSMA répertoriait au moins 29 corridors de transferts transfrontaliers d'argent mobile reliant 19 pays

6. Ces initiatives de transferts d'argent mobile transfrontaliers sont uniquement des partenariats entre prestataires d'argent mobile. Dans ce modèle, les fonds sont transférés directement du compte d'argent mobile de l'émetteur au compte d'argent mobile du bénéficiaire, sans assistance d'un opérateur de transferts de fonds (OTF) traditionnel pour retirer l'argent.
7. Claire Scharwatt et Chris Williamson (2015), *L'argent mobile franchit les frontières : nouveaux modèles de transferts en Afrique de l'Ouest*, programme MMU de la GSMA. Disponible ici : http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2015/04/2015_MMU_Mobile-money-crosses-borders_New-remittance-models-in-West-Africa.pdf
8. ONU (2013), *International Migration 2013*. Source : <http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/wallchart/docs/wallchart2013.pdf>

FIGURE 4

Corridors actifs pour les initiatives de transferts transfrontaliers d'argent mobile (décembre 2015)



La disponibilité de services : le point de vue réglementaire

Afin que les prestataires d'argent mobile puissent continuer à offrir des services utiles et contribuer à l'inclusion financière, un environnement réglementaire habilitant est indispensable. Un tel environnement a un impact considérable à la fois sur le développement du marché de l'argent mobile et sur l'inclusion financière en général.

Les opérateurs de réseau mobile continuent de jouer un rôle majeur dans l'offre d'argent mobile et l'amélioration de l'inclusion financière : 69 % des services lancés en 2015 sont exploités par des ORM et 58 % de tous les services en activité ont été créés par des ORM.⁹ Il est donc crucial que les autorités réglementaires continuent de mettre en place des règles du jeu ouvertes et équitables pour les services d'argent mobile, qui permettent à la fois aux acteurs bancaires et non bancaires d'offrir de tels services. Les ORM sont particulièrement bien placés pour mettre en place des services viables et élargir rapidement la portée du secteur financier formel.¹⁰ Une réglementation habilitante est également indispensable à la concrétisation du potentiel de marché, parce qu'elle permet à la fois au prestataire de mettre en place un réseau de distribution fonctionnel pour élargir l'accès aux services financiers et aux clients d'adopter et d'utiliser ces services.¹¹

En décembre 2015, une approche réglementaire habilitante¹² existait dans 51 des 93 pays où l'argent mobile est présent, ce qui représente une augmentation par rapport à 2014 (où 47 des 89 pays concernés avaient une réglementation habilitante). L'année 2015 a vu des changements de réglementation dans 10 pays (Colombie, Salvador, Ghana, Guinée, Kirghizstan, Maroc, Mozambique, Nigéria, Sierra Leone et Tanzanie) ainsi qu'au sein de l'UEMOA.

9. Un service d'argent mobile est géré opérationnellement par un ORM lorsque celui-ci a la responsabilité finale de la définition et de la mise en œuvre de la plus grande partie de la stratégie opérationnelle, en matière notamment de distribution, de marketing et d'assistance à la clientèle.

10. Simon di Castri (2015), *Is regulation holding back financial inclusion? A look at the evidence* [La réglementation est-elle un frein à l'inclusion financière ? Un examen des faits], GSMA Mobile Money. Disponible ici : <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programme/mobile-money/is-regulation-holding-back-financial-inclusion-a-look-at-the-evidence/>

11. *Ibid.*

12. Par « approche réglementaire habilitante », nous entendons que les règles formulées par le régulateur :

- autorisent l'émission de monnaie électronique (ou de son équivalent) par des prestataires non bancaires en autorisant ceux-ci à :
 - o obtenir un agrément direct, OU
 - o à créer une filiale pour cette activité, OU
 - o souscrire à un agrément pour paiement bancaire (ou équivalent), OU
 - o à offrir leur service d'argent mobile au titre d'une lettre d'absence d'objection adressée au prestataire non bancaire ou à sa banque partenaire,

dans l'attente de l'adoption d'une réglementation spécifique

- ET imposent des exigences de capital initiales et permanentes proportionnées aux risques présentés par l'activité d'argent électronique ;
- ET les autorisent à utiliser des agents pour les opérations de dépôt et retrait d'espèces ;
- ET n'imposent pas la mise en œuvre de modèles spécifiques d'interopérabilité sans autoriser une approche issue du marché.

Voir Simon di Castri (2013), *Argent mobile : les solutions réglementaires*, programme Mobile Money de la GSMA. Disponible ici :

<http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2013/02/MMU-Enabling-Regulatory-Solutions-di-Castri-2013.pdf>

L'accès

aux services d'argent mobile





Principales conclusions

La distribution physique de l'argent mobile continue de se développer, avec 3,2 millions d'agents enregistrés, mais les agents actifs restent malgré tout difficiles à acquérir pour de nombreux prestataires. Le taux d'activité des agents s'élève en moyenne à 51,4 %, ce qui représente 1,6 million d'agents actifs à l'échelle mondiale.

Le défi de l'activation des agents reste crucial car les agents continuent d'être l'ossature physique de l'argent mobile, effectuant 90,5 % des opérations de retrait.

Le développement des téléphones intelligents et de l'accès à Internet pourrait améliorer l'accès des clients à l'argent mobile, mais peu de prestataires exploitent déjà cette opportunité.



L'accès physique et technique reste crucial

L'argent mobile a transformé l'environnement des services financiers sur de nombreux marchés en développement, venant à la fois compléter et bousculer les infrastructures bancaires traditionnelles. En s'appuyant sur la pénétration quasi omniprésente des services mobiles et en créant l'infrastructure des agents, l'argent mobile a introduit un modèle économique de gros volume et de faible marge, adapté à un marché de masse.

Cette section analyse les deux canaux d'accès de la clientèle à l'argent mobile. Le premier est le réseau des points d'accès physique où les clients peuvent généralement déposer ou retirer des espèces sur leur compte d'argent mobile. Ces points d'accès sont représentés principalement par les agents de l'argent mobile. Le second est le canal d'accès technique - l'interface que les clients utilisent pour effectuer des transferts et des paiements directement à partir de leur téléphone portable.

La facilité d'accès à l'argent mobile reste un facteur décisif pour l'adoption des services. L'interface d'utilisation de l'argent mobile devrait évoluer considérablement dans les trois à cinq prochaines années à mesure que les téléphones intelligents et le haut-débit mobile se répandent au sein de la clientèle non bancarisée. Il n'existe toutefois pas encore d'alternative à grande échelle aux agents, qui restent le principal mécanisme de numérisation et de décaissement de l'argent liquide.

Le nombre d'agents enregistrés continue d'augmenter, mais les agents actifs restent souvent plus difficiles à acquérir

En décembre 2015, il y avait 3,2 millions d'agents enregistrés dans le monde, ce qui représente une hausse de 25,2 % par rapport à l'année précédente, en net recul par rapport à la croissance de 53,1 % enregistrée en 2014.¹³ En termes d'activité, le nombre total d'agents de l'argent mobile ayant facilité au moins une transaction en décembre 2015 a augmenté de 23,5 % pour atteindre 1,6 million d'agents, ce qui représente un taux d'activité moyen de 51,4 % à l'échelle mondiale, en légère baisse par rapport au taux de 52,1 % enregistré en 2014. Ces chiffres montrent que dans l'ensemble, le nombre d'agents enregistrés et d'agents actifs augmente à peu près au même rythme, avec une légère décélération au niveau mondial.

37
marchés comptent

10
fois plus d'agents
enregistrés
que d'agences
de banques
commerciales

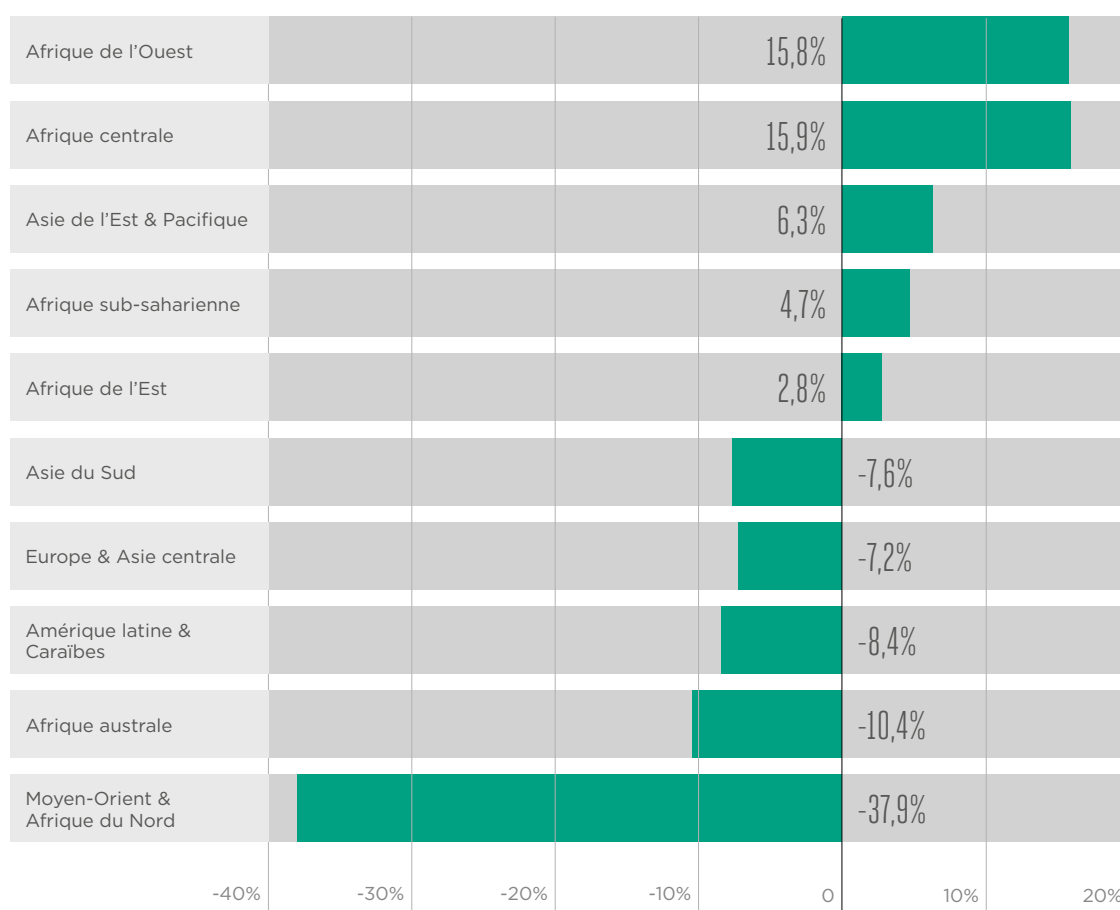
Le nombre d'agents dépasse cependant largement le nombre d'agences bancaires sur un nombre croissant de marchés. En 2015, 37 marchés comptaient 10 fois plus d'agents enregistrés que d'agences de banques commerciales, contre 25 en 2014. 30 de ces marchés comptaient en outre 10 fois plus d'agents actifs que d'agences de banques commerciales, illustrant la diffusion régulière de l'argent mobile à l'échelle mondiale. À mesure que cette liste s'allonge, elle continue de se diversifier au-delà de l'Afrique de l'Est pour inclure plusieurs nouveaux entrants en Asie, dont notamment le Bangladesh, le Pakistan et la Thaïlande.

13. Le rapport « Le point sur le secteur » de 2014 estimait le nombre d'agents enregistrés à 2,3 millions en décembre 2014. Ce chiffre a été ensuite actualisé sur la base des données collectées dans le cadre de l'Étude mondiale de 2015 sur l'adoption des services, pour être porté à 2,5 millions d'agents enregistrés.

Bien que la prolifération des agents se poursuive, l'activation de ces agents reste un défi pour la plupart des prestataires. En décembre 2015, 5 régions enregistraient un taux de croissance annualisé plus faible chez les agents actifs que chez les agents enregistrés (figure 5). Cet écart peut en partie s'expliquer par un décalage naturel au sein des régions en phase de démarrage, comme au Moyen-Orient/Afrique du Nord où un changement réglementaire récent assouplit les règles d'enregistrement des agents pour les prestataires. Dans d'autres régions, telles que l'Afrique australe, l'Amérique latine ou les Caraïbes, l'activation des agents reste difficile pour un ensemble de raisons, dont notamment un cadre réglementaire restrictif, une insuffisance d'investissements commerciaux ou un contexte de marché particulièrement complexe. Dans certains cas, les prestataires d'argent mobile s'associent avec de grandes chaînes de commerce de détail, ce qui a pour effet d'ajouter un grand nombre de points de service à la base des agents enregistrés avant que beaucoup d'entre eux ne soient formés ou activés.

FIGURE 5

Différence de taux de croissance annuel entre agents actifs et agents enregistrés, par région (décembre 2015)



Le graphique ci-dessus illustre le décalage positif ou négatif du taux de croissance des agents actifs par rapport aux agents enregistrés. On obtient un bon indicateur de santé de l'argent mobile lorsque le taux de croissance des agents actifs est égal ou supérieur au taux de croissance des agents enregistrés. L'Afrique sub-saharienne est divisée en deux sous-régions en raison d'une offre plus dense et d'une plus grande diversité régionale au sein de ce continent.

Il existe toutefois des régions où les réseaux d'agents ne cessent de se renforcer. En 2014, le programme *Mobile Money* avait publié une étude de cas sur le revirement de situation de l'argent mobile en Côte d'Ivoire.¹⁴ En 2015, l'Afrique de l'Ouest enregistre une croissance spectaculaire, le Burkina Faso, le Mali, le Ghana, et la Côte d'Ivoire contribuant tous à la progression substantielle de la région. Le taux de croissance d'une année à l'autre du nombre d'agents actifs y est de 60,1 % en 2015, le double du taux de croissance de toute autre région.

La croissance du nombre d'agents actifs en Afrique de l'Ouest est

2

fois plus forte que dans toute autre région du monde

Le défi de l'activation des agents reste crucial car les agents restent l'ossature physique de l'argent mobile. Cette activation reste difficile, avec un décalage persistant entre les agents enregistrés et les agents actifs dans les chiffres collectés depuis la première étude mondiale de la GSMA en 2011. Les agents continuent toutefois d'occuper une place centrale au sein du système d'argent mobile - assurant les entrées et sorties d'argent liquide - et nécessitent une gestion opérationnelle et des investissements continus.

En juin 2015, les agents enregistrés représentaient 90,5 % des opérations de dépôt et de retrait d'argent, alors que les GAB n'en représentaient que 7,8 % et les banques 1,7 %. Si les banques continuent de jouer un rôle important dans l'argent mobile - 56,3 % des prestataires indiquent utiliser des banques dans le cadre de leur réseau - les agents en restent la pierre angulaire. Les autres mécanismes de dépôt et retrait d'espèces, et notamment la pénétration des GAB, peuvent varier considérablement d'un marché à l'autre. Les GAB jouent par exemple un rôle plus important sur les marchés à revenus plus élevés, comme au Qatar, au Mexique, au Brésil ou en Indonésie, où il existe entre 5 et 25 GAB par agent actif. Mais pour une majorité de prestataires, le défi de l'activation des agents perdurera jusqu'à ce que le taux d'activation mondial se rapproche de celui observé en Afrique de l'Est (où quasiment 70 % du réseau était actif en décembre 2015) ou qu'une alternative valable aux opérations de dépôt ou retraits d'espèces apparaisse.

14. Claire Scharwatt (2014), L'argent mobile en Côte d'Ivoire : histoire d'un revirement de situation, programme *Mobile Money* de la GSMA. Disponible ici : <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programme/mobile-money/mobile-money-in-cote-divoire-a-turnaround-story>

De nouvelles approches de l'activation tirées de l'examen des recrutements

Si le seul indicateur prévisionnel constant d'un taux d'activité supérieur à la moyenne est l'investissement à long terme,¹⁵ un nombre croissant de prestataires est en train d'expérimenter de nouvelles tactiques pour améliorer l'activation des agents, en se concentrant notamment sur qui et où recruter. Ces tactiques ne visent pas à ignorer les bonnes pratiques opérationnelles, mais plutôt à toucher une clientèle précédemment exclue ou mal desservie.

Quelques prestataires avant-gardistes sont en train de renouveler leur approche du profil des agents qu'ils recrutent et examinent les avantages de réseau que pourraient apporter des agents féminins. La GSMA a publié début 2015 une nouvelle étude mesurant les disparités hommes/femmes en matière d'accès aux services mobiles et de leur utilisation. Cette étude montre que la résorption du décalage entre les sexes en matière de possession et d'utilisation des téléphones portables pourrait générer 170 milliards de dollars de revenus supplémentaires pour le secteur d'ici 2020. Un facteur majeur de ces disparités en matière d'argent mobile est le manque de confiance au niveau des agents. D'après le rapport, « les normes sociales autour de la manière dont les femmes et les hommes prennent des décisions financières au sein des ménages, la « convenance » des interactions des hommes et des femmes avec des agents commerciaux du sexe opposé et les perceptions communautaires du rôle des femmes et des hommes sont autant de facteurs pesant sur la possession et l'usage des téléphones portables ».¹⁶ Cette année, 18 prestataires précisent la répartition par sexe de leur base d'agents, qui se compose d'après leurs réponses de 23,9 % de femmes en moyenne. Ces répondants sont encore minoritaires au sein du secteur, mais comptent au moins un prestataire dans chaque région, et un tiers d'entre eux font état de plus d'un million de clients actifs.

Les prestataires sont également en train de réexaminer où développer leurs réseaux et d'étudier les opportunités et les défis d'une expansion en milieu rural. En 2015, 36 prestataires déclaraient connaître le pourcentage d'agents ruraux au sein de leur réseau : 45,8 % en moyenne. Ce chiffre n'est pas représentatif de l'ensemble du secteur, notamment parce qu'il n'existe pas de définition standard du terme « rural ». Il représente toutefois une déclaration constante des prestataires d'une année sur l'autre sur des types de marché similaires. Près de 90 % de ces prestataires sont implantés sur des marchés principalement « ruraux »¹⁷ et pour d'entre eux, leur viabilité commerciale passe par un développement en milieu rural. En 2015, la GSMA a publié en partenariat avec Orange et Millicom une étude consacrée aux agents ruraux afin de documenter comment établir un réseau viable d'agents actifs dans des régions dépourvues d'infrastructures de base (voir encadré 2).

15. Mireya Almazán et Nicolas Vonhron (2014), *Mobile money profitability: A digital ecosystem to drive healthy margins* [Rentabilité de l'argent mobile : un écosystème numérique pour des marges solides], programme *Mobile Money* de la GSMA. Disponible ici : http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2015/11/2014_Mobile-money-profitability-A-digital-ecosystem-to-drive-healthy-margins.pdf

16. Shireen Santosham, Dominica Lindsey et Altai Consulting (2015), *Bridging the gender gap: Mobile access and usage in low- and middle-income countries* [Comblant le fossé entre les sexes : accès et utilisation des services mobiles dans les pays à revenu faible ou intermédiaire], GSMA *Connected Women* [Les femmes connectées]. Disponible ici : http://www.gsma.com/connectedwomen/wp-content/uploads/2015/02/GSM0001_02252015_GSMAReport_FINAL-WEB-spreads.pdf

17. Définition adaptée de l'étude de la GSMA intitulée *Spotlight on rural supply: Critical factors to create successful mobile money agents* [« L'offre en milieu rural : Les clés de la réussite pour le recrutement des agents de l'argent mobile »] par Lara Gilman, Janet Shulist et Altai Consulting (2015) : « Au niveau macro, il existe d'importantes variations dans la définition du terme « rural ». Dans le cadre de la présente analyse, les « marchés ruraux » désignent les marchés en développement à faibles revenus dans lesquels plus de 30 % du PIB provient de l'agriculture. Afin de neutraliser l'impact de la réglementation, les marchés sans approche réglementaire dite « habilitante » ont été écartés de l'analyse. » Étude disponible ici : http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2015/10/2015_GSMA_Spotlight-on-Rural-Supply-Critical-factors-to-create-successful-mobile-money-agents.pdf

Coup de projecteur sur l'offre en milieu rural : les enseignements du Mali et du Tchad

La capacité de l'argent mobile à toucher les communautés rurales dépend de la capacité des prestataires à mettre en place, gérer et entretenir un réseau d'agents au sein de ces communautés. Une étude de la GSMA au Mali et au Tchad montre que des agents ruraux arrivent à fonctionner en l'absence d'infrastructures, mais également que les prestataires ont seulement besoin d'adapter, et non d'abandonner, leurs bonnes pratiques pour accroître les chances de succès des agents ruraux. Les points suivants résument les principales conclusions de cette étude :

- **Le contexte local est important et les données peuvent aider à définir les zones de développement prioritaires :** Au Mali comme au Tchad, l'environnement économique local s'avère un facteur important de réussite des agents ruraux, montrant qu'il est plus rentable de définir des priorités de développement par région que de se développer de façon spontanée.
- **Concentrer les investissements sur un éventail plus restreint de profils ruraux spécifiques :** Au Mali comme au Tchad, les agents ruraux performants présentent des caractéristiques différentes de celles de leurs homologues urbains. Malgré certaines différences liées au contexte de marché, ils ont tendance à être plus âgés, avec une activité plus établie et un portefeuille plus large de produits, et, au Mali, sont généralement les premiers arrivés sur le marché. Cette dichotomie entre milieu urbain et milieu rural s'explique par des profils différents de demande et des contraintes opérationnelles spécifiques.
- **Des agents maîtres de qualité peuvent combler le fossé de la liquidité :** L'accès à l'argent liquide et à l'argent électronique sous-tend la plupart des difficultés opérationnelles dans les zones rurales ou éloignées. En l'absence de services bancaires traditionnels, les agents maîtres et les réseaux informels deviennent la source indispensable de liquidité pour des agents qui seront sinon déconnectés. Une mauvaise gestion, des investissements insuffisants ou des incitatifs inadéquats de la part des prestataires auront pour résultat des agents maîtres médiocres gérant des agents médiocres.
- **Evaluer l'intérêt d'une collaboration entre opérateurs en milieu rural :** Le partage des frais d'infrastructures en milieu rural constitue pour les prestataires une voie possible d'élargissement de la portée des services d'argent mobile dans les zones rurales. Au Tchad, l'un des principaux facteurs de réussite est l'offre par les agents ruraux d'Airtel Money en plus de Tigo Cash. L'interopérabilité des agents reste toutefois encore largement hypothétique en raison d'un manque de visibilité persistant sur ses implications opérationnelles, son modèle commercial et sa logique stratégique. Le milieu rural pourrait-il offrir un contexte approprié pour tester de nouvelles approches de collaboration sectorielle ?

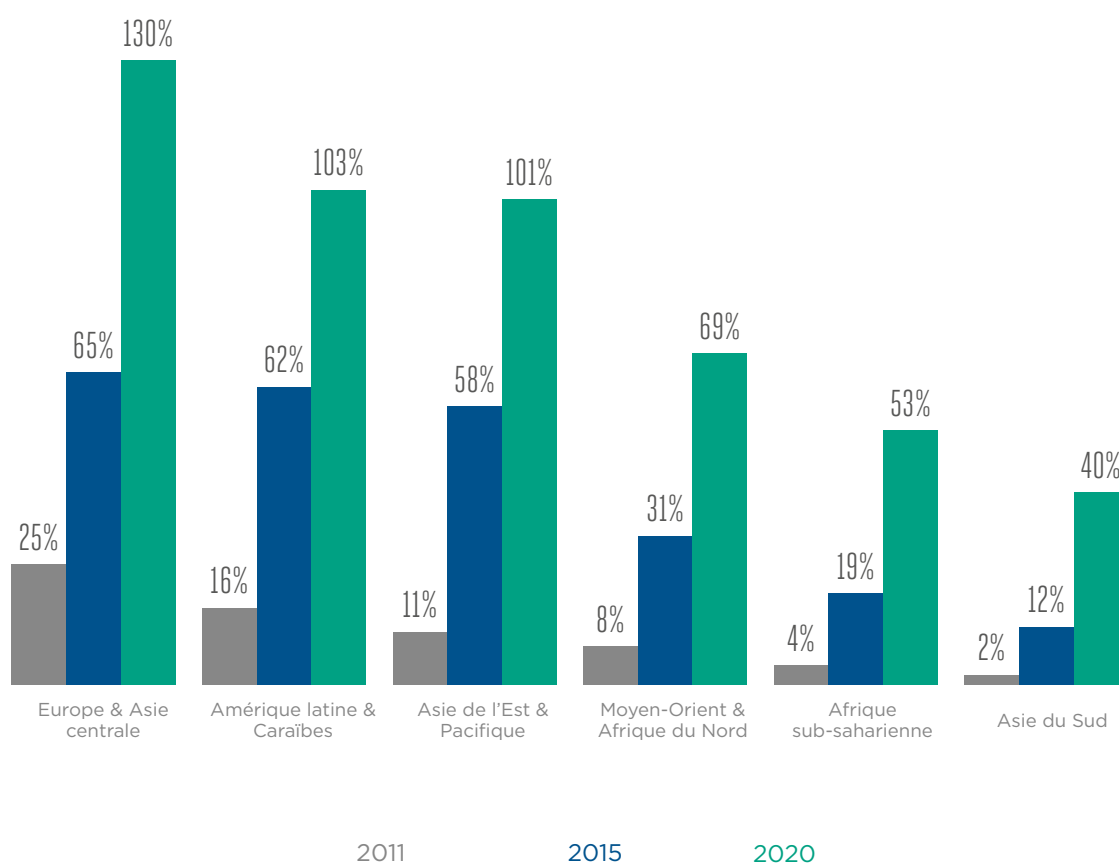
Cet encadré est tiré de Spotlight on rural supply: Critical factors to create successful mobile money agents [L'offre en milieu rural : Les clés de la réussite pour le recrutement des agents de l'argent mobile] (2015). Rapport complet disponible ici : http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2015/10/2015_GSMA_Spotlight-on-Rural-Supply-Critical-factors-to-create-successful-mobile-money-agents.pdf

Le développement des téléphones intelligents et de l'accès Internet pourrait élargir l'accès à l'argent mobile, mais peu de prestataires exploitent déjà cette opportunité

Bien que le secteur de l'argent mobile recherche encore une alternative viable au modèle de distribution reposant sur les agents, l'interface technique est sur le point d'être radicalement transformée par la montée des téléphones intelligents et le développement de l'accès au haut-débit mobile.

FIGURE 6

Accès au haut-débit mobile sur les marchés émergents¹⁸



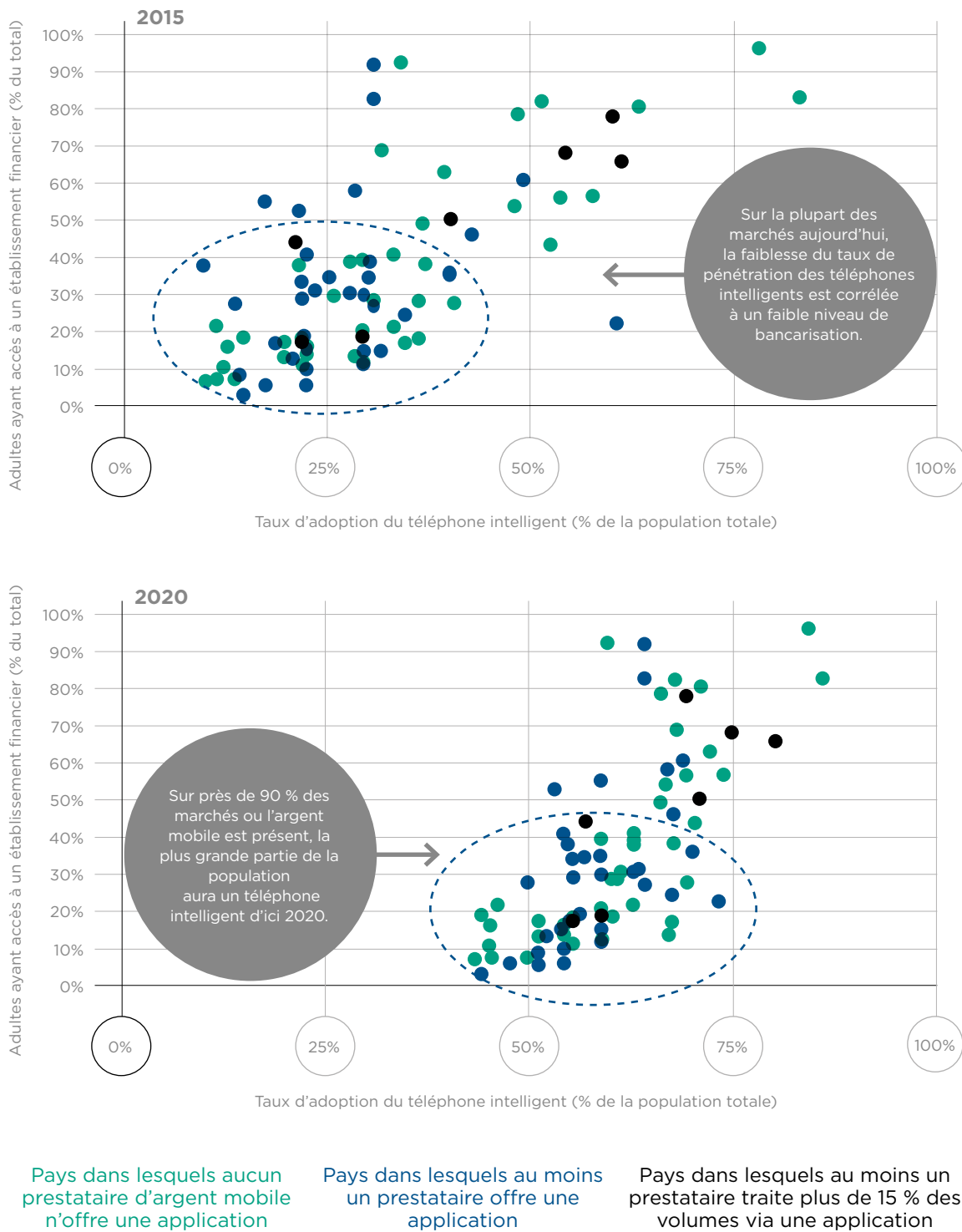
18. Source : GSMA Intelligence

Le développement de l'utilisation des téléphones intelligents et du haut débit mobile ne sera bientôt plus un phénomène limité aux marchés développés, si l'on en croit les taux de croissance observés sur les marchés émergents grâce à la baisse du prix de revient des téléphones intelligents. En Inde par exemple, on comptait 185 millions de connexions de téléphones intelligents mi-2015 et un demi-milliard de connexions supplémentaires sont attendues d'ici 2020.¹⁹ Nous anticipons également une croissance des téléphones intelligents supérieure à celle des comptes bancaires traditionnels. En 2015, peu de marchés ayant un pourcentage élevé d'adultes non bancarisés affichaient une forte pénétration des téléphones intelligents ou du haut-débit mobile. Cette dynamique devrait toutefois se modifier d'ici 2020, avec l'augmentation du nombre de marchés sur lesquels la population non bancarisée aura plus largement accès au haut-débit mobile, ou tout du moins à un téléphone intelligent (figure 7). Dans ce contexte, les applications deviendront la norme.

19. GSMA Intelligence (2015), *The Mobile Economy, India*. [L'économie mobile, Inde]. Disponible ici : <https://gsmaintelligence.com/research/?file=4113a57d43a9e93968e7ed00123ba4b2&download>

FIGURE 7

Comparaison de l'accès aux services bancaires et l'adoption des téléphones intelligents, par pays (2015 par rapport à 2020)²⁰



20. GSMA Intelligence, données de la Banque mondiale sur l'inclusion financière, Étude mondiale de la GSMA sur l'adoption des services financiers mobiles en 2015.

Si le développement d'applications est de plus en plus courant, leur utilisation reste faible. D'après les résultats de l'Étude 2015, les applications sont le deuxième canal le plus couramment offert par les prestataires de services d'argent mobile après le canal USSD (de l'anglais *Unstructured Supplementary Service Data* : Service supplémentaire pour données non structurées), mais seulement 8 prestataires déclarent avoir plus de 1,000 comptes actifs (sur 90 jours) et enregistrer plus de 15 % du volume total d'opérations via leur application.

Même si les applications se répandent en tant qu'option à la disposition des clients, le faible niveau d'utilisation illustré par ces chiffres fait ressortir le risque d'une situation dans laquelle l'adage « bâtissez et ils viendront » ne s'appliquerait pas. Pour exploiter l'opportunité offerte par les applications, les prestataires doivent continuer d'investir dans une stratégie robuste et pertinente de dialogue avec leurs clients. C'est dans le cadre d'une telle stratégie que les applications pourront s'avérer un mécanisme puissant d'interaction avec une base de clientèle évolutive en plein développement.

ENCADRÉ 3

UX et sécurité : les clés pour exploiter le potentiel des applications

Les téléphones intelligents joueront un rôle de plus en plus important dans l'avenir de l'inclusion financière numérique. La baisse du prix des appareils, les innovations tarifaires et le développement des réseaux mobiles avec données sont autant de facteurs contribuant à l'accélération de l'adoption de ces téléphones. La tendance sous-jacente montre que pour les utilisateurs, les applications sont en train de devenir une nécessité, et pas seulement une option supplémentaire d'accès.

Comme le note le GCAP dans son étude intitulée *Doing Digital Finance Right*,²¹ un des principaux obstacles à l'adoption des services d'argent mobile reste la qualité de l'expérience des utilisateurs. Lorsqu'ils conçoivent leurs applications, les prestataires d'argent mobile doivent respecter les bonnes pratiques en matière d'expérience utilisateur sur des écrans tactiles de petite dimension. D'autres aspects doivent également être pris en compte, comme par exemple l'optimisation de l'accès aux données. Comme point de départ, les développeurs peuvent se référer au document de référence TS.20 de la GSMA intitulé *Smarter Apps for Smarter Phones*²² qui les aide à créer des applications adaptées et optimisées pour tenir compte des contraintes de réseau et de la durée d'autonomie des batteries.

Un autre aspect important du développement d'applications adaptées est la sécurité. Les applications obligent à faire un arbitrage dans ce domaine, avec le passage d'un canal « muré » appartenant à l'opérateur (USSD par exemple) à des applications sur téléphones intelligents dotés d'un accès Internet, où les données des utilisateurs peuvent être attaquées par des logiciels malveillants via Internet ou le système d'exploitation.

La région Amérique latine & Caraïbes est en train de prendre de l'avance en matière de création d'applications sûres et conviviales. L'application du service d'argent mobile brésilien Zuum a récemment été citée pour avoir passé avec succès des tests de sécurité. Zuum a lourdement investi dans le développement de son application et bénéficie de solides systèmes bancaires et financiers utilisant déjà les canaux Internet, ainsi que d'un ensemble de règles strictes, notamment en matière d'application.

Les prestataires d'argent mobile du monde entier attachent la plus grande importance à la sécurité des clients. Les discussions relatives au développement d'applications passent par la recherche d'un compromis entre expérience utilisateur, sécurité et coûts de développement.

Cet encadré est tiré d'une note de blog publiée par Tiago Novais : Mobile money smartphone apps: Trends from Latin America [Applications d'argent mobile pour téléphones intelligents : les tendances d'Amérique latine], (2016). Disponible ici : <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programme/mobile-money/mobile-money-smartphone-apps-trends-from-latin-america/>

21. McKee, K., Kaffenberger, M et Zimmerman, J. (2015), *Doing Digital Right: The Case for Stronger Mitigation of Customer Risks* [Pour une numérisation de qualité : le bien-fondé d'une meilleure prévention des risques clients], disponible ici : <http://www.gcap.org/sites/default/files/Focus-Note-Doing-Digital-Finance-Right-Jun-2015.pdf>
22. GSMA (2014), *Smarter Apps for Smarter Phones* [Des applications plus intelligentes pour des téléphones plus intelligents] Disponible ici : <http://gsmaterminals.github.io/Developer-Guidelines-Public/>

L'adoption

des services d'argent mobile





Principales conclusions



L'argent mobile a contribué à une transformation substantielle des conditions de l'inclusion financière, notamment en Afrique subsaharienne, où 19 marchés comptent plus de comptes d'argent mobile que de comptes bancaires.

En hausse de 31 % en 2015, le nombre de comptes enregistrés a continué d'augmenter au même rythme qu'en 2014 pour atteindre un total de 411 millions de comptes à l'échelle mondiale. Près de 100 millions de nouveaux comptes ont été ouverts en 2015, principalement en Afrique sub-saharienne et en Asie du Sud.

Avec 134 millions de comptes actifs sur 90 jours, l'argent mobile se rapproche du niveau d'adoption de PayPal, qui affiche 173 millions d'utilisateurs actifs au niveau mondial. Bien que le taux d'activité des comptes d'argent mobile reste stable à 32,6 %, le pourcentage de comptes ayant un solde positif atteint 46 % en juin 2015, ce qui atteste d'un niveau croissant de confiance parmi les utilisateurs de l'argent mobile.

Au moins 37 millions de clients non enregistrés ont réalisé des transactions d'argent mobile au guichet en juin 2015, marquant une décélération du taux de croissance de la clientèle OTC formelle par rapport à 2014.

Mesurer la portée de l'argent mobile est une démarche certes prometteuse, mais qui reste difficile. Un nombre limité (mais croissant) de prestataires disposent de données par sexe ou par zones rurales/urbaines ; l'adoption de l'argent mobile au sein de ces populations mal desservies est restée stable en 2015.

Un environnement de l'inclusion financière en pleine évolution

L'argent mobile affiche une couverture importante, avec 271 services en activité dans la plus grande partie du monde en développement. S'y ajoute sa capacité à transformer le paysage de l'inclusion financière pour les populations non bancarisées ou mal desservies. D'après les données de la Banque mondiale sur l'inclusion financière,²³ le nombre d'adultes non bancarisés a diminué, passant de 2,5 milliards en 2011 à 2 milliards en 2014. L'impact de l'argent mobile est particulièrement évident en Afrique sub-saharienne, où le nombre d'adultes possédant un compte d'argent mobile a augmenté de dix points de pourcentage, passant de 24 % en 2011 à 34 % en 2014.²⁴

La portée de l'argent mobile se manifeste également dans les résultats de l'Étude annuelle mondiale de la GSMA sur l'adoption des services. En 2015, 19 marchés comptaient plus de comptes d'argent mobile que de comptes bancaires. Le Tchad, le Ghana et le Liberia ont rejoint cette liste en 2015, qui compte également le Burundi, le Cameroun, la République démocratique du Congo, le Gabon, la Guinée, le Kenya, le Lesotho, Madagascar, le Paraguay, le Rwanda, le Swaziland, la Tanzanie, l'Ouganda, la Zambie et le Zimbabwe.²⁵

Ce chapitre présente une analyse de l'adoption des comptes et fait ressortir les grandes tendances et différences régionales. La répartition des utilisateurs entre les sexes et les zones rurales et urbaines est également examinée.

Les chiffres sont sortis : de nouvelles régions sont en hausse

En hausse de 31 % en 2015, le nombre de comptes enregistrés a continué d'augmenter à peu près au même rythme qu'en 2014 (33 %) pour atteindre un total de 411 millions de comptes à l'échelle mondiale. Cela représente presque 100 millions de nouveaux comptes en 2015.²⁶ L'Asie du Sud et l'Afrique sub-saharienne sont à l'origine de la plus grande partie de cette croissance avec 85 % des comptes ouverts en 2015. En Afrique sub-saharienne, le gros de la croissance est extérieure aux marchés de l'argent mobile arrivés à maturité en Afrique de l'Est : 63 % des comptes ouverts en 2015 en Afrique subsaharienne se trouvent en Afrique centrale, Afrique de l'Ouest et Afrique australe.

23. Banque mondiale, base de données mondiale sur l'inclusion financière (2015), comptes auprès d'un établissement financier (% âge 15+) [2014].
Source : <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=global-findex>

24. *Ibid.*

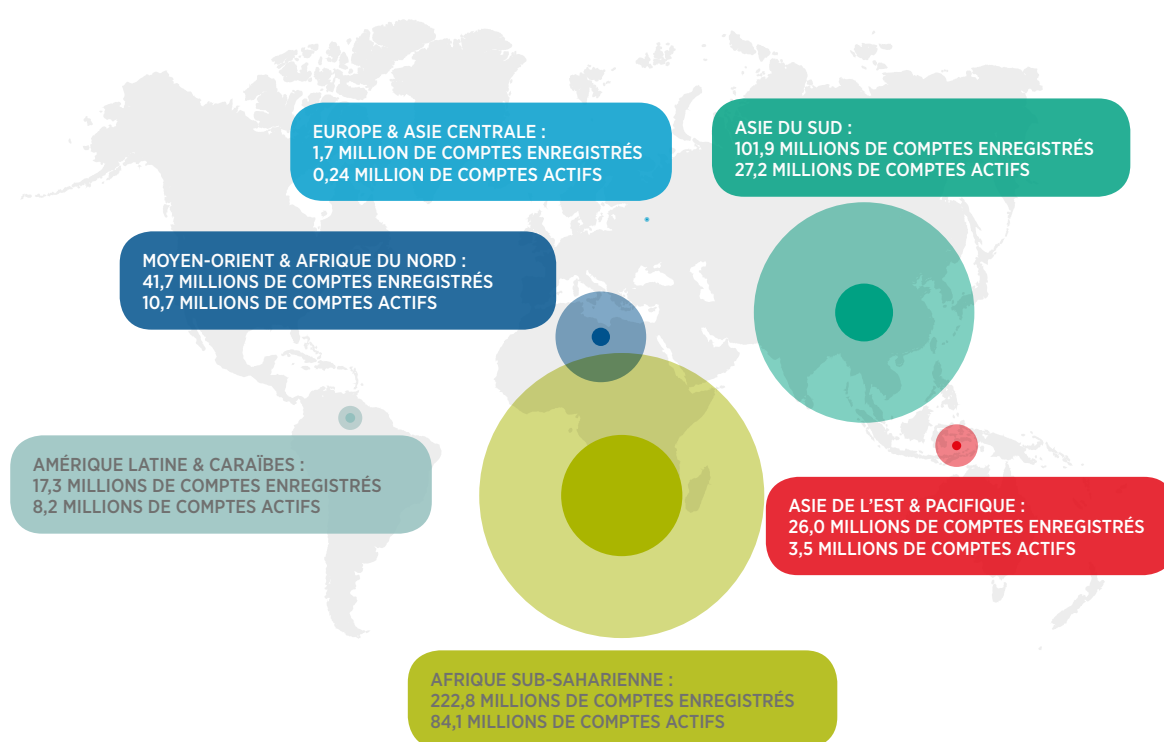
25. Ce chiffre pourrait même être plus élevé car les statistiques relatives au nombre de comptes bancaires ne sont pas disponibles pour tous les pays. Les chiffres concernant les comptes bancaires proviennent des données de l'enquête du FMI sur l'accès aux services financiers et des banques centrales en l'absence de données au niveau du FMI. Les statistiques ne sont pas disponibles pour les pays suivants : Albanie, Benin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Éthiopie, Guinée-Bissau, Iran, Kirghizstan, Mali, Niger, Nigeria, Qatar, Roumanie, Sénégal, Sierra Leone, Singapour, Somalie, Sri Lanka, Soudan, Timor-Leste, Togo, Tunisie et Vietnam.

26. Le rapport « Le point sur le secteur » de 2014 estimait qu'il y avait 299 millions de comptes en décembre 2014. Ce chiffre a été ensuite actualisé sur la base des données collectées dans le cadre de l'Étude mondiale de 2015 sur l'adoption des services, pour être porté à 315 millions de comptes enregistrés.

La pénétration de l'argent mobile augmente également par rapport au nombre de connexions mobiles. Sur les marchés où l'argent mobile est présent, 10 % des connexions mobiles sont désormais liées à un compte d'argent mobile, contre 8 % en décembre 2014.²⁷ Dans l'Afrique sub-saharienne, une connexion mobile sur trois était liée à un compte d'argent mobile en date de décembre 2015. Au sein de la région, c'est l'Afrique de l'Est qui enregistre le plus fort taux de pénétration de l'argent mobile (55 %), deux fois supérieur au taux de pénétration des téléphones intelligents (19,4 %). La croissance la plus impressionnante s'observe en Afrique de l'Ouest, où le pourcentage de connexions mobiles liées à un compte d'argent mobile a gagné presque 6 points de pourcentage en 2015 pour atteindre 19,6 %. Même s'il existe encore une marge de croissance, le nombre de comptes d'argent mobile augmente plus vite que le nombre de connexions mobiles dans les pays où l'argent mobile est présent.

FIGURE 8

Nombre de comptes clients enregistrés et actifs (sur 90 jours) par région (décembre 2015)



27. Calcul basé sur les données de GSMA Intelligence pour les marchés où l'argent mobile est présent.

ENCADRÉ 4

Accélérer l'inclusion financière au moyen de l'argent mobile : les données Global Findex 2014 de la Banque mondiale

Depuis cinq ans, l'Étude annuelle mondiale de la GSMA sur l'adoption des services d'argent mobile collecte des données concernant l'offre auprès des prestataires de services d'argent mobile afin de mesurer la pénétration de l'argent mobile tant au niveau régional qu'au niveau mondial. De son côté, la base de données Global Findex fournit des informations liées à la demande sur la manière dont les personnes non bancarisées du monde entier gèrent leurs finances et font des projets d'avenir en recourant à différents types de services financiers formels et informels. Le rapprochement des conclusions de ces deux études fournit une vision d'ensemble de la manière dont le secteur des services mobiles a contribué à transformer le paysage de l'inclusion financière en touchant les populations non bancarisées par le biais de l'argent mobile.

Qu'est-ce qui a changé dans le paysage de l'inclusion financière entre 2011 et 2014 ?

D'après Global Findex, le pourcentage d'adultes titulaires d'un compte a augmenté de 11 points de pourcentage, passant de 51 % en 2011 à 62 % en 2014. Plus spécifiquement, 60 % des adultes du monde entier avaient un compte auprès d'un établissement financier classique, 1 % avaient uniquement un compte d'argent mobile et 1 % avaient les deux. Le nombre de personnes non bancarisées a diminué en conséquence, passant de 2,5 milliards en 2011 à 2 milliards en 2014. Dans les économies en développement, le décalage entre les sexes perdure, avec 9 points de différence : 59 % des hommes déclaraient avoir un compte en 2014 contre seulement 50 % des femmes.

Quel est le rôle de l'argent mobile dans le développement de l'inclusion financière ?

Si le développement de la bancarisation s'effectue principalement par le biais des établissements financiers, l'Afrique sub-saharienne constitue l'exception : les comptes d'argent mobile y sont à l'origine de l'amélioration globale de la détention de comptes. Le nombre d'adultes possédant un compte d'argent mobile a augmenté de 10 points de pourcentage dans la région pour atteindre 34 % en 2015. En Afrique de l'Est, où les comptes d'argent mobile sont les plus répandus, la détention de comptes a augmenté de 9 points de pourcentage pour atteindre 35 % de la pénétration globale des comptes dans la région. Ces 9 points de croissance sont impressionnants lorsque l'on sait que le pourcentage d'adultes titulaires d'un compte auprès d'un établissement financier formel est resté inchangé à 26 % depuis 2011.

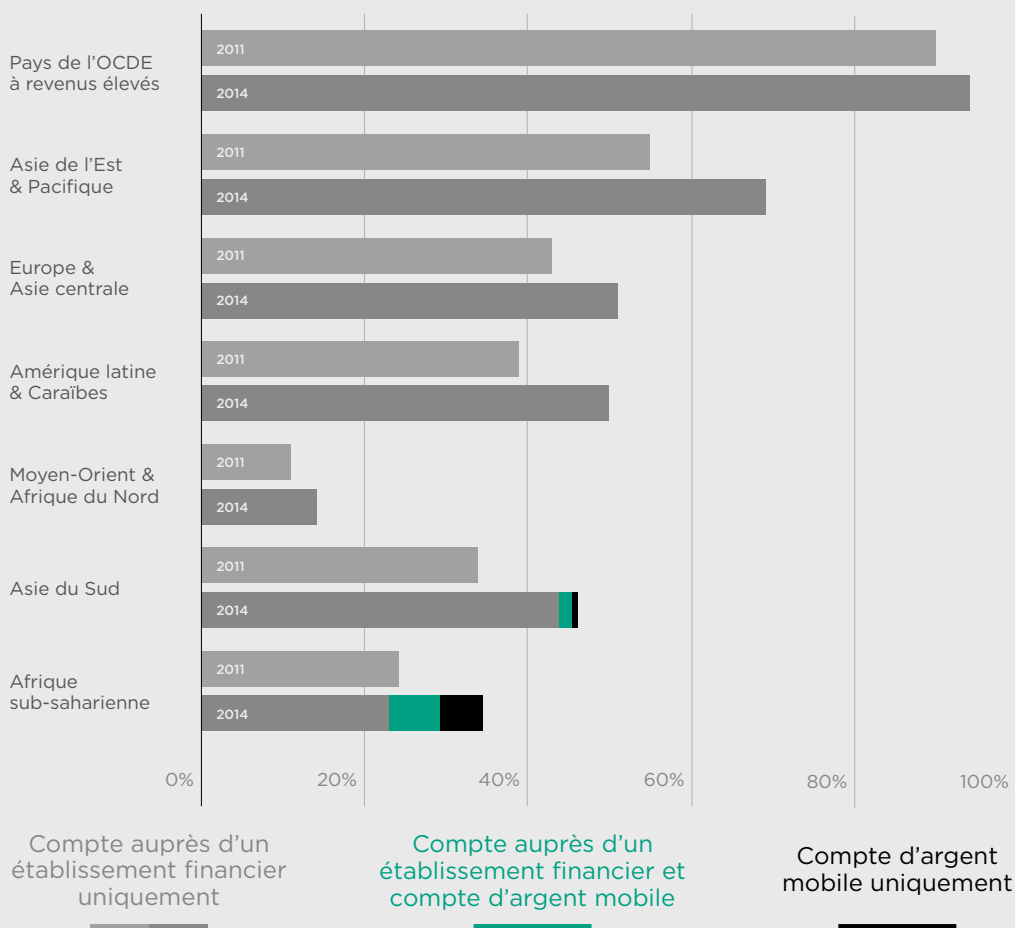
Que nous apprennent les données Global Findex sur l'environnement de l'argent mobile ?

Bien que 2 % seulement de la population adulte du monde déclare avoir un compte d'argent mobile, les données Global Findex montrent que ce chiffre atteint 12 % en 2014 en Afrique sub-saharienne. Il est intéressant de noter que la moitié seulement des titulaires de comptes d'argent mobile de la région possèdent également un compte auprès d'un établissement financier formel, ce qui montre que l'argent mobile est devenu un point de passage crucial sur la voie de l'inclusion financière pour un grand nombre de personnes de la région.

Les données Global Findex révèlent également qu'il existe 13 pays dans le monde où 10 % au moins des adultes utilisent l'argent mobile. Ces pays se trouvent tous en Afrique sub-saharienne, avec le Kenya affichant le taux de pénétration le plus élevé à 58 %. Dans 5 de ces 13 pays (Côte d'Ivoire, Somalie, Tanzanie, Ouganda et Zimbabwe), il y a plus d'adultes déclarant avoir un compte d'argent mobile que d'adultes déclarant avoir un compte auprès d'un établissement financier formel. L'Afrique sub-saharienne se positionne donc une fois de plus comme l'épicentre mondial de l'argent mobile.

En dehors de l'Afrique sub-saharienne, la pénétration des comptes d'argent mobile reste faible. Le pourcentage d'adultes titulaires d'un compte d'argent mobile n'est que de 3 % en Asie du Sud, 2 % en Amérique latine/Caraïbes et inférieur à 1 % dans les autres régions du monde.

Taux de détention de compte d'après Global Findex (2011 et 2014)



Pour plus de renseignements sur les données Global Findex de la Banque mondiale :
<http://www.worldbank.org/en/programs/globalfindex>

Une confiance accrue de la part des utilisateurs actifs

En 2015, on comptait 134 millions de comptes d'argent mobile actifs sur 90 jours dans 93 pays.²⁸ Ce chiffre représente 2/3 environ des 173 millions d'utilisateurs déclarés par PayPal sur 203 marchés.²⁹ De plus, 30 services comptent plus d'un million de comptes actifs sur 90 jours et 5 services en comptent plus de 5 millions.

Bien que le taux d'activité des comptes d'argent mobile reste stable à 32,6 % (sur 90 jours), le pourcentage de comptes ayant un solde positif atteint 46 % en juin 2015, ce qui atteste d'un degré croissant de confiance au sein des utilisateurs de l'argent mobile. Dans la région Asie de l'Est & Pacifique, le nombre de comptes ayant un solde positif a doublé entre septembre 2014 et juin 2015, ce qui représente le plus fort taux de croissance régionale sur la période. Parmi l'ensemble des comptes ayant un solde positif, une majorité se trouve en Asie du Sud (55,6 %).

Le solde moyen des comptes a augmenté pour 3/4 des répondants et s'élève à 4,70 USD en juin 2015. Parmi les 38 répondants fournissant des données sur les soldes en compte, 7 enregistrent une augmentation de plus de 10 USD du solde moyen entre septembre 2014 et juin 2015. 4 d'entre eux se trouvent en Asie et offrent des services dispensés principalement au guichet, ce qui montre que la conservation de valeur pourrait faire partie d'une proposition de valeur attrayante pour encourager les clients à ouvrir des comptes d'argent mobile.

Atteindre les femmes et la clientèle rurale

De plus en plus de prestataires d'argent mobile font un suivi statistique de la répartition de leur clientèle en fonction du sexe et des zones rurales afin d'exploiter les opportunités sociales et commerciales offertes par ces segments mal desservis. Bien que cette démarche ne se traduise pas encore par une meilleure pénétration des services d'argent mobile, le fait que les prestataires d'argent mobile s'intéressent à ces segments de marché peu exploités est encourageant :

- **Clientèle féminine** : 39,2 % des participants à l'étude fournissent la répartition par sexe de leur clientèle. Ce chiffre est en nette augmentation par rapport aux années passées,³⁰ ce qui montre qu'un nombre croissant de prestataires effectuent un suivi statistique par sexe. Parmi les répondants indiquant le pourcentage de femmes dans leur clientèle, le chiffre moyen est de 37 % en juin 2015, sans changement notable par rapport aux années antérieures (39 % en 2014 et 37 % en 2013).

28. 89 millions de comptes d'argent mobile étaient actifs en base mensuelle en décembre 2015.

29. Source : données PayPal disponible sur <https://www.paypal.com/us/webapps/mpp/about>

30. En 2014, 23 % des répondants avaient fourni cette information.

- **Clientèle rurale**³¹ : 40,2 % des participants à l'étude fournissent la répartition de leur clientèle entre zones rurales et zones urbaines, un chiffre également en hausse par rapport aux années précédentes.³² Parmi ces répondants, le chiffre moyen s'élève à 47,3 % en juin 2015, un chiffre inférieur à celui obtenu en 2014 (53 %), et similaire à celui indiqué en 2013 (47 %).

ÉLARGIR LA PORTÉE DE L'ARGENT MOBILE : LES DONNÉES DE L'ENQUÊTE MONDIALE 2015

CLIENTÈLE FÉMININE



39,2% DES PRESTATAIRES ENREGISTRENT LE SEXE DES CLIENTS



37% DE LA CLIENTÈLE EST FÉMININE

CLIENTÈLE RURALE



40,2% DES PRESTATAIRES ENREGISTRENT LA RÉPARTITION DES CLIENTS ENTRE ZONES RURALES ET ZONES URBAINES



47,3% DES CLIENTS VIVENT EN ZONE RURALE

31. Généralement définis par les répondants comme les clients ayant ouvert un compte auprès d'un point de service situé en dehors des principales villes du pays. Se référer à la note 17 pour plus de renseignements concernant la définition du terme « rural ».

32. En 2014, 24 % des répondants avaient fourni cette information.

ENCADRÉ 5

Assurer des politiques et réglementations plus favorables aux femmes

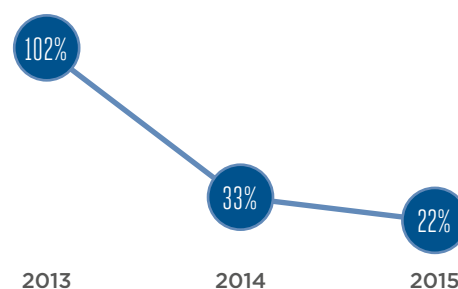
Les femmes et les jeunes filles des pays émergents ont tendance à être touchées de façon disproportionnée par l'absence de documents d'identité officiels. Faute de certificat de naissance, souvent nécessaire à l'obtention d'une pièce d'identité, elles sont limitées dans de nombreuses activités quotidiennes, et souvent privées d'opportunités de formation, de soins de santé, de droits juridiques ou d'accès aux outils financiers, entre autres.³³ En matière d'argent mobile, le fait de ne pas avoir les pièces d'identité nécessaires à l'ouverture d'un compte d'argent mobile est généralement considéré comme l'une des principales entraves à l'augmentation de la pénétration des services d'argent mobile auprès des femmes. Celles-ci sont en effet plus souvent dépourvues que les hommes de pièces d'identités et des documents nécessaires aux formalités habituelles de vérification de l'identité des clients. Les formalités par paliers représentent par conséquent une opportunité importante de développer l'adoption des services d'argent mobile par les femmes.

Cet encadré est tiré d'une note de blog de Mayada El-Zoghbi publiée par la GSMA : False neutrality: Ensuring policies and regulations fit women [Fausse neutralité : veiller à ce que les politiques et réglementation soient adaptées aux femmes], disponible ici : <http://www.cgap.org/blog/false-neutrality-ensuring-policies-and-regulations-benefit-women>

Les utilisateurs non enregistrés de services au guichet : des chiffres élevés mais une croissance qui se ralentit

Au moins 37,4 millions de clients non enregistrés ont effectué une transaction d'argent mobile au guichet en juin 2015. Bien qu'élevé, ce chiffre signale un ralentissement de la croissance de la clientèle OTC (de l'anglais *over the counter* : au guichet) : le taux de croissance annualisé du nombre d'utilisateurs non enregistrés de l'argent mobile effectuant des opérations au guichet ressort à 22 % pour 2015, contre 33 % en 2014 et 102 % en 2013. Le nombre total de clients OTC de l'argent mobile pourrait toutefois être beaucoup plus élevé en réalité, car ces chiffres représentent uniquement l'usage OTC formel que les prestataires d'argent mobile sont en mesure de suivre.

Variation du taux de croissance des services OTC de 2013 à 2015

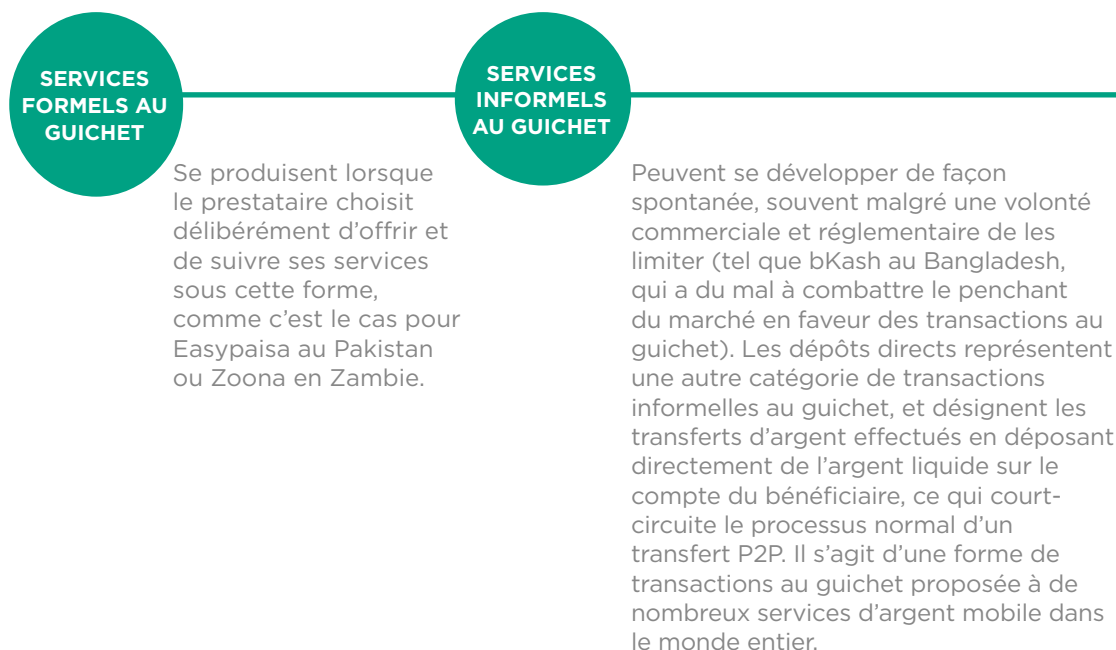


33. Source : Forum économique mondial, Why official identification can help close the gender gap [Comment la vérification officielle de l'identité peut contribuer à combler le fossé entre les sexes], (2015). Disponible ici : <https://agenda.weforum.org/2015/12/why-official-identification-can-help-close-the-gender-gap/>

À ce jour, 29 prestataires indiquent que la plus grande partie des transactions de leur service d'argent mobile a été effectuée au guichet en juin 2015. Une grande partie de ces services se trouvent en Asie du Sud (45 %) et 28 % sont situés en Afrique subsaharienne. Les services au guichet représentent 14,4 % du montant total des transactions à l'échelle mondiale et les transferts P2P (de l'anglais *person-to-person*) restent le cas d'utilisation prédominant. Le paiement de factures est également un cas d'utilisation courant, les paiements effectués au guichet représentant 57,5 % du montant total des paiements de factures en juin 2015.

DÉFINITION DES SERVICES « AU GUICHET »

Les transactions dites « au guichet » (ou OTC de l'anglais *over the counter*) désignent les transactions effectuées par le biais d'un compte d'agent pour le compte des clients. Les services au guichet peuvent se développer de deux manières :



Chaque type de comportement de service au guichet s'accompagne d'un ensemble particulier de motivations profondes et de profils de risque et exige une stratégie spécifique pour réussir la transition vers le porte-monnaie mobile.

Cette définition est tirée d'une note de blog de Mireya Almazán et Lynn Eisenhart publiée par la GSMA le 22 janvier 2015 : OTC & mobile money: Making sense of the data [Services au guichet et argent mobile : comprendre les chiffres]

Les services au guichet affichent un retard par rapport à l'adoption des comptes

Si les services au guichet restent un aspect important de l'argent mobile, leur taux de croissance est en train de se ralentir, notamment par rapport au rythme de progression de l'adoption des comptes individuels. En Asie du Sud, où les services au guichet sont particulièrement utilisés, leur taux de croissance de 19 % (sur 12 mois glissants) est éclipsé par celui des comptes enregistrés, qui atteint 46,6 %. Cette tendance encourageante laisse à penser que les efforts des prestataires visant à faire migrer la clientèle de services au guichet sont en train de porter leurs fruits. Au Pakistan par exemple, les évolutions tant réglementaires que commerciales ont contribué à accélérer l'adoption des comptes. En matière réglementaire, l'enregistrement biométrique de cartes SIM pourrait encourager le développement des comptes bancaires sans agence en facilitant les procédures d'ouverture de compte à distance.³⁴ La vérification biométrique de l'identité des clients n'est toutefois pas une solution miracle et les prestataires devront également investir de façon significative dans l'écosystème et les initiatives d'interopérabilité pour rendre ces comptes plus attrayants aux yeux des clients.³⁵

Jusqu'à présent, le développement rapide des services formels au guichet en avait fait un outil puissant pour attirer les clients vers une nouvelle forme de services transactionnels. Il existe cependant des preuves croissantes que les services au guichet pourraient faciliter dans certain cas le passage aux comptes d'argent mobile, comme dans l'exemple pakistanais ci-dessus. D'après les données du rapport *Financial Inclusion Insights* d'InterMedia, il apparaît que ces services constituent également un point d'entrée vers des comptes au Bangladesh, où 56 % des utilisateurs de compte bKash indiquent avoir réalisé une transaction avant d'ouvrir un compte. Associées au ralentissement de la croissance des services au guichet, ces données reflètent une évolution encourageante et montrent que le moment est venu de mettre l'accent sur l'ouverture de comptes. Cette migration est importante car plus propice au développement d'un écosystème complet et à l'amélioration de l'inclusion financière.

34. Lara Gidvani (2015), *The promise of biometric KYC and remote account opening for branchless banking in Pakistan* [Les promesses de la vérification biométrique de l'identité des clients et de l'ouverture de compte à distance pour les services bancaires sans agence au Pakistan]. Disponible ici : <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programme/mobile-money/the-promise-of-biometric-kyc-and-remote-account-opening-for-branchless-banking-in-pakistan/>

35. Barbara Arese Lucini et Sophia Hasnain (2015), *Building digital societies in Asia: Making commerce smarter* [Le développement de sociétés numériques en Asie : rendre le commerce plus intelligent]. Disponible ici : <https://www.gsmaintelligence.com/research/2015/11/building-digital-societies-in-asia-making-commerce-smarter/531/>

ENCADRÉ 6

Services au guichet, téléphones intelligents et l'avenir de l'argent mobile

Dans un monde de plus en plus tourné vers les téléphones intelligents, les services principalement accessibles au guichet, qu'ils soient ou non délibérément commercialisés de cette manière par le prestataire, se heurtent à une dynamique de plus en plus contraire. Les services au guichet sont attrayants à l'heure actuelle pour certains prestataires, car ils sont plus faciles à mettre en œuvre que des services reposant sur des comptes, et sont indéniablement plus faciles à expliquer. Mais avec l'expansion du secteur de l'argent mobile, les prestataires d'argent mobile offrant des services au guichet se trouvent particulièrement exposés au risque de se retrouver exclus de la chaîne de valeur.

Les services au guichet sont par définition fortement tributaires du réseau d'agents pour les volumes d'opérations. Toute transaction exigeant l'intervention d'un agent est par nature peu productive, car coûteuse en temps et en argent pour le client et pour le prestataire, et bénéficie de façon disproportionnée au réseau d'agents. Au Pakistan par exemple, cette dynamique a abouti à une guerre des commissions. Les clients de services au guichet n'ayant pas de préférence particulière pour un service donné, les agents effectuent les transactions avec le prestataire offrant les commissions les plus élevées. À la différence d'autres marchés concurrentiels où les promotions tarifaires représentent une stratégie relativement courante pour attirer de nouveaux clients, les prestataires du Pakistan se trouvent enfermés dans une bataille où « l'agent est roi ».

Faute de bénéficier de l'aspect fidélisant des comptes, les prestataires de services au guichet restent exposés à la menace de nouveaux entrants offrant des services sur applications tout en construisant ou en s'associant avec des réseaux de distribution. L'Inde fournit un exemple frappant de cette évolution : un certain nombre d'acteurs Internet locaux soutenus par d'importants investissements de capital-risque, dont notamment Paytm et Oxigen, ont fait la demande de licences de banque de paiement pour avoir la possibilité d'offrir des comptes. Le 19 août 2015, la banque centrale indienne a annoncé l'octroi, en principe, d'une licence de banque de paiement à onze demandeurs, dont cinq ORM et Paytm.

Quelle est la signification de tout cela ? Il serait réducteur d'affirmer que les services au guichet n'ont pas leur place dans l'avenir de l'argent mobile. La simplicité de l'expérience client fait leur force, notamment pour atteindre la clientèle pauvre et analphabète de la périphérie. Mais faute de pouvoir développer un modèle d'écosystème fondé sur des comptes, les services d'argent mobile purement au guichet risquent de passer à côté du potentiel de rentabilité de l'argent mobile. Les prestataires de services au guichet ont réussi à atteindre une notoriété et un développement de masse sur de nombreux marchés. La question reste de savoir s'ils sauront s'adapter à l'évolution du marché ou s'ils laisseront la porte ouverte pour que d'autres en profitent.

Cet encadré est tiré de la quatrième note de blog d'une série consacrée à l'étude des services au guichet dans le monde, publiée par la Fondation Bill & Melinda Gates et la GSMA. Note originale rédigée par Lara Gilman, avec l'assistance de Mireya Almazán de la GSMA : <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programme/mobile-money/otc-smartphones-and-the-future-of-mobile-money/>

L'utilisation

des services d'argent mobile



ত্রিভাঙ্গা পান্স ট্রান্সমিটন এন্ড ডিও
আর্থনিক পান্স কিল সার্ভিসেস
পান্স নং: ১১৮-১১৮১
পান্স ১: (১১৮) ১১৮১ (১১৮১)
পান্স ২: (১১৮) ১১৮১ (১১৮১)
পান্স ৩: (১১৮) ১১৮১ (১১৮১)

পান্স নং	পান্স	পান্স	পান্স নং		
			পান্স	পান্স	পান্স
১	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
২	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
৩	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
৪	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
৫	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
৬	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
৭	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
৯	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
১০	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
১১	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
১২	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
১৩	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
১৪	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
১৫	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
১৬	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
১৭	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
১৯	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
২০	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
২১	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
২২	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
২৩	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
২৪	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
২৫	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
২৬	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
২৭	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
২৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
২৯	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮
৩০	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮	১১৮

সর্বমোট টাকা: _____ মাত্র

ব্যাংক কর্মকর্তার



Principales conclusions

En 2015, l'argent mobile a connu une croissance constante en volume (+27,3 %) aussi bien qu'en montant (+31,5 %).

Cela se traduit par près d'un milliard de transactions traitées en décembre 2015, soit plus de 32,3 millions de transactions par jour en moyenne, ce qui représente plus du double des volumes traités par PayPal à l'échelle mondiale.

Les clients utilisent plus souvent les services d'argent mobile. Les clients actifs effectuent ainsi 11,2 opérations par mois en moyenne, un chiffre supérieur à la moyenne de 2014.

Les transferts transfrontaliers d'argent mobile affichent une croissance supérieure à celle de tout autre produit de l'écosystème en termes deancements et de volumes d'opérations. Les prestataires offrant ce service enregistrent une croissance de 51,8 % des volumes.



L'utilisation accrue des services témoigne d'une confiance croissante à leur égard...

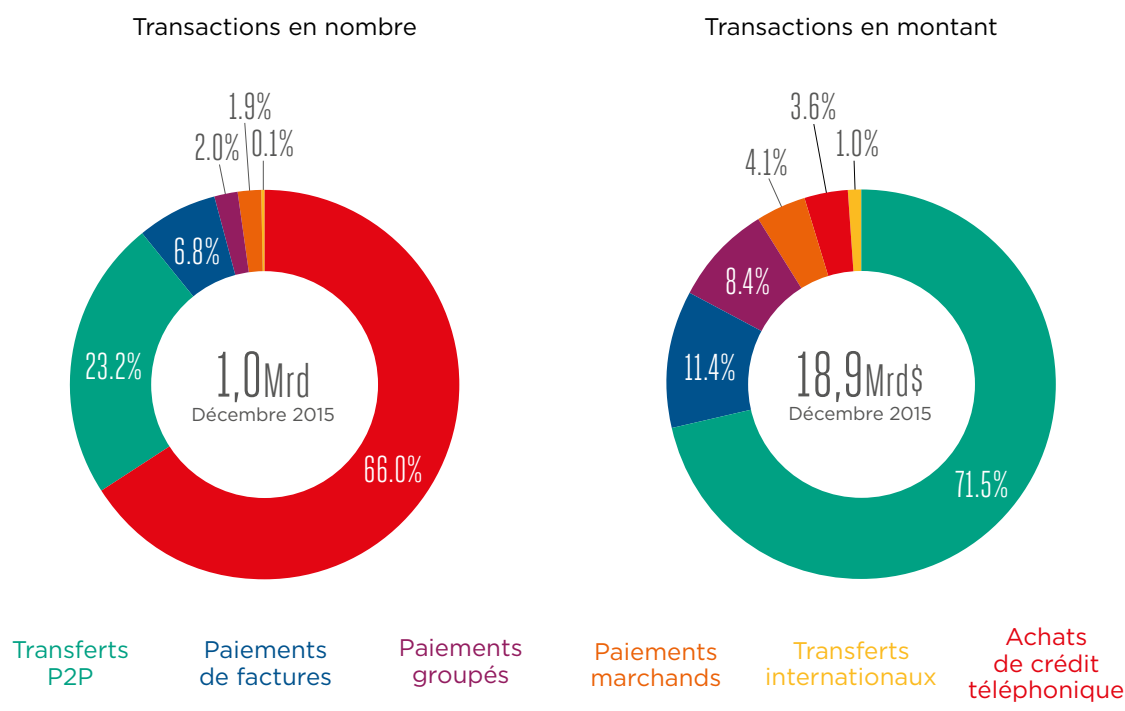
Les tendances d'utilisation sont le meilleur reflet de l'évolution du secteur vers un écosystème de paiements reposant sur l'argent mobile. Cette évolution se manifeste à la fois au niveau du client moyen et de l'ensemble du secteur à l'échelle mondiale.

Sur les 12 derniers mois, les clients ont fait une utilisation plus intensive de l'argent mobile. Si les volumes d'opérations sont globalement en hausse de 27,3 %, le nombre moyen de transactions par client est également en augmentation. En 2015, les clients ont effectué en moyenne 11,2 opérations par mois contre 10,3 en 2014.

Les volumes de l'argent mobile sont encore plus substantiels. En 2015, le secteur a traité plus de 12 milliards de transactions, ce qui est le double du nombre de paiements traités par PayPal dans le monde en 2015.³⁶ L'argent mobile se développe également à un rythme nettement supérieur à celui des acteurs traditionnels du secteur des paiements. Son taux de croissance mondial en montant atteint 31,5 % alors que MasterCard affiche une croissance de 14 %.³⁷ Ces chiffres sont autant d'indicateurs positifs pour le secteur car ils attestent d'une confiance accrue de la part des clients et de la capacité du secteur à numériser des volumes de capitaux croissants.

FIGURE 9

Mix produit global en volume et en montant (décembre 2015)



36. Source : <https://www.paypal.com/us/webapps/mpp/about>

37. Source : <https://www.mastercard.com/us/company/en/docs/092408MasterCardFAQ.pdf>

...mais les efforts doivent porter en 2016 sur le développement de l'écosystème

Bien que les clients deviennent plus actifs et que les volumes augmentent, les prestataires ne sont pas encore arrivés à convaincre les utilisateurs de diversifier leurs comportements d'utilisation, ce qui fait que le secteur reste dominé par les transferts P2P et les achats de crédit téléphonique. Ces deux cas d'utilisation constituent la base de l'activité du secteur : en décembre 2015, les transferts P2P représentaient 71,5 % du mix total en montant et les achats de crédit téléphonique 66 % du nombre total d'opérations (mais seulement 3,6 % du montant total). Ces deux cas d'utilisation ont vu leurs volumes augmenter de respectivement 27 et 24 % en 2015.

Bien que le secteur reste défini par ces deux cas d'utilisation, le développement de l'écosystème de l'argent mobile est en train de prendre une importance croissante. Un nombre sans précédent de prestataires a commencé à investir dans de nouveaux modèles de partenariat et de nouvelles approches de diversification allant au-delà des transferts P2P. Cette section se concentre sur les cas d'utilisation générateurs d'effets de réseau, et notamment :

- Les paiements groupés
- Les paiements marchands
- L'interopérabilité
- Les transferts d'argent mobile transfrontaliers
- Les paiements de transport

Les informations en provenance de l'étude mondiale de la GSMA sur l'adoption des services et des études de cas de prestataires d'argent mobile montrent que ces cas d'utilisation ont le pouvoir d'accélérer les effets de réseau et de transformer l'argent mobile en écosystème de paiements.

FIGURE 10

Un mois dans la vie du client actif moyen

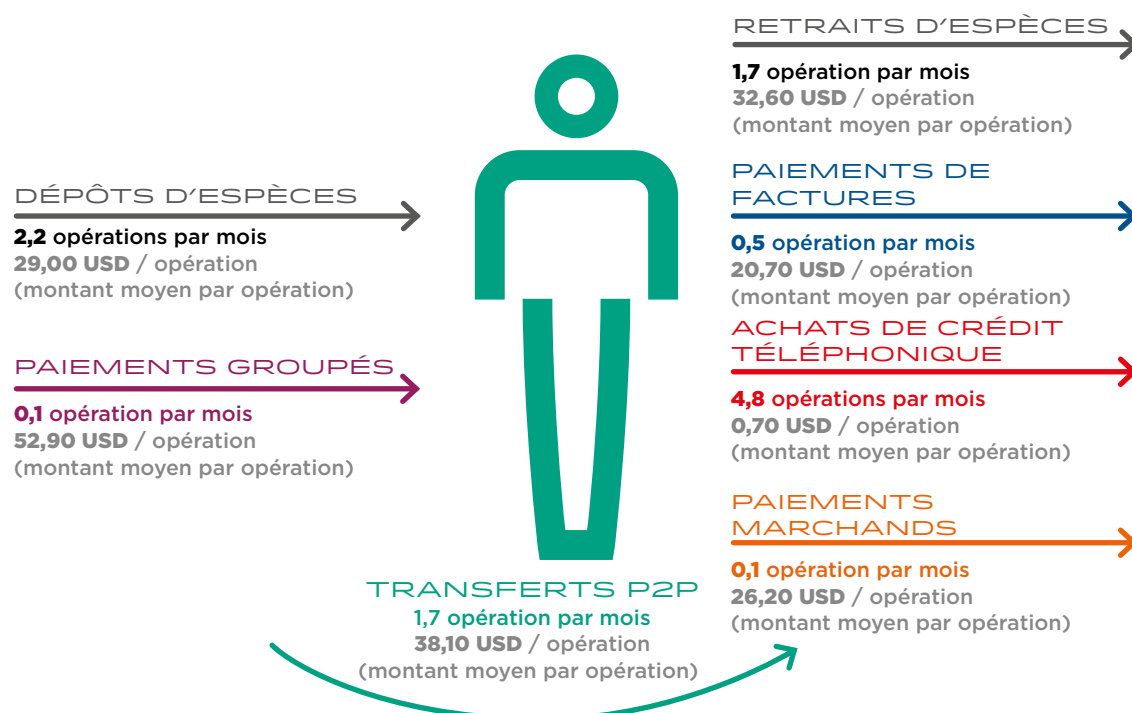
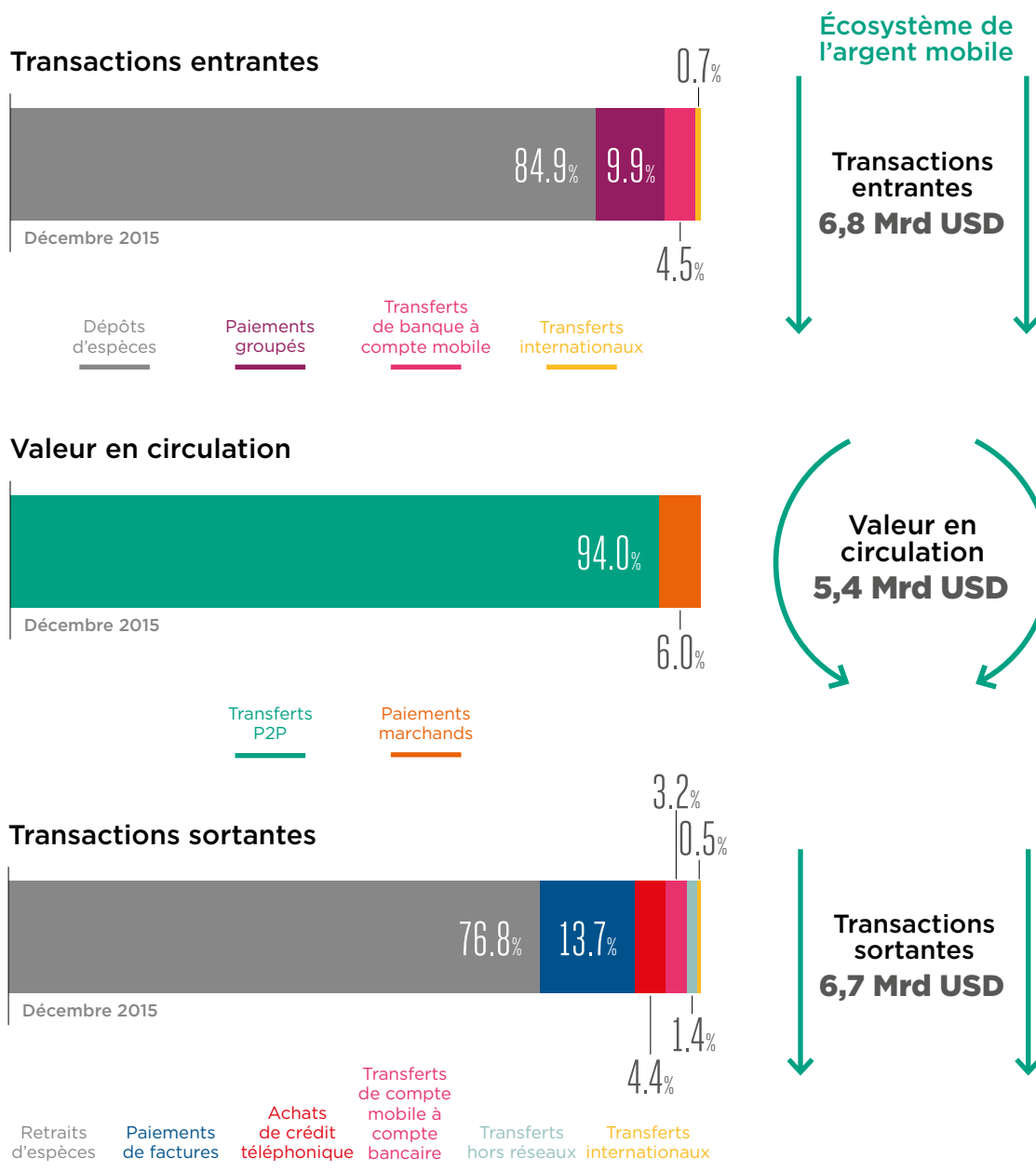


FIGURE 11

Aperçu de l'écosystème de l'argent mobile (décembre 2015)



Le développement rapide des paiements groupés met en évidence une façon efficace de numériser les espèces

Les paiements groupés enregistrent l'une des plus fortes croissances en montant, avec une hausse de 48,4 % en 2015, ce qui correspond à des flux de capitaux totalisant 670 millions USD en décembre 2015. Les paiements de source publique (G2P de l'anglais *government to person*) constituent la principale catégorie, représentant 64,7 % des paiements groupés, suivis des paiements en provenance des entreprises (B2P de l'anglais *business to person*) à hauteur de 32,1 % et de ceux correspondant à des donations (D2P de l'anglais *donor to person*) à hauteur de 3,2 %.

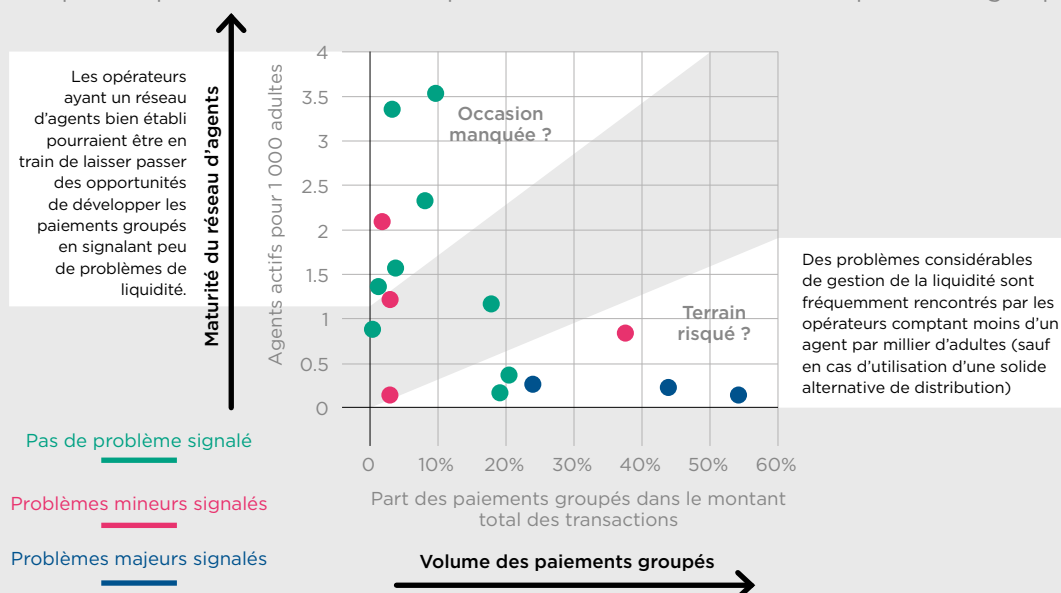
Les pouvoirs publics jouent un rôle important dans la numérisation des paiements, qu'il s'agisse de salaires des fonctionnaires, des retraites ou des prestations sociales. Les avantages de la numérisation des paiements d'origine gouvernementale vont au-delà de l'inclusion financière et s'appliquent aux gouvernements, aux banques et aux utilisateurs finaux. Une étude de McKinsey réalisée en 2014 sur les paiements G2P au Nigeria montre que ces avantages pourraient représenter 600 à 800 millions USD de recettes fiscales supplémentaires annuelles pour les États, 150 à 160 millions USD de revenus pour les banques et 10 à 20 millions USD d'avantages supplémentaires pour 20 millions d'utilisateurs finaux. Les paiements G2P sont plus largement répandus en Asie du Sud et dans la région Amérique latine & Caraïbes. La part la plus importante du total des versements G2P provient d'Asie du Sud pour 70,1 %, suivie de la région LAC à hauteur de 29,3 %.

Bien que les paiements groupés constituent un moyen efficace d'injecter de l'argent dans l'écosystème, une grande majorité de ces versements est simplement retirée en espèces. Pour accroître leurs revenus, les prestataires doivent veiller à ce que ces fonds circulent plus longtemps au sein de l'écosystème, et doivent pour cela créer une proposition de valeur attrayante pour d'autres services transactionnels d'usage plus fréquent, dont notamment les paiements marchands.

ENCADRÉ 7

Paielements groupés : les conditions préalables au lancement

Enquête auprès d'un échantillon d'opérateurs offrant des solutions de paiements groupés



Jusqu'à présent, les services d'argent mobile se sont concentrés principalement sur les besoins des consommateurs. Il existe toutefois un potentiel important d'expansion encore inexploité par ces services en matière de développement de solutions destinées aux entreprises, aux gouvernements et aux ONG pour la numérisation de leurs encaissements et versements. Nous estimons que la numérisation de ces paiements pourrait générer un revenu potentiel de 16 milliards USD ou plus pour les opérateurs de téléphonie mobile des pays en développement. Ces solutions contribueraient en outre au développement d'un écosystème dynamique de l'argent mobile avec de nouvelles propositions attrayantes pour les clients, sécurisant ainsi la place de ces services dans la vie financière des personnes et des économies dans leur ensemble. La numérisation de ces paiements constitue également une voie logique vers la rentabilité et la taille critique : en réduisant la dépendance des services à l'égard d'un réseau coûteux de dépôts et retraits d'espèces, elle favorise des cas d'utilisation plus tournés vers le numérique.

Le graphique ci-dessus examine la relation entre le développement des paiements groupés et la maturité des réseaux d'agents. Il montre que les problèmes de gestion de la liquidité sont plus fréquents au sein des réseaux ayant poussé le développement des paiements groupés sans disposer au préalable d'un réseau bien établi d'agents (moins d'un agent pour 1 000 adultes).

Des bases solides, comprenant un réseau robuste d'agents et un bon niveau d'éducation des clients, sont indispensables au lancement réussi d'une initiative de paiements groupés. Dans le cadre d'une boîte à outils publiée en octobre 2015, la GSMA recense également comme autres conditions préalables l'investissement, les capacités commerciales et de solution et les initiatives de collaboration.

Cet encadré est adapté d'une note de blog de Chris Williamson et Francesco Pasti (2015) intitulée : *Launching a new toolkit:*

Digitising payments for businesses, governments and NGO [Une nouvelle boîte à outils : la numérisation des paiements pour les entreprises, les gouvernements et les ONG]. Disponible ici : <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programme/mobile-money/launching-a-new-toolkit-digitising-payments-for-businesses-governments-and-ngos/>

Pour vous procurer un exemplaire de la boîte à outils, veuillez contacter mobilemoney@gsma.com.

Les paiements marchands exigent une collaboration sectorielle et une intégration plus rapide

Avec douze millions environ de transactions par mois totalisant plus de 325 millions USD, les paiements marchands représentent 1,9 % du nombre total de transactions d'argent mobile et 4,1 % du montant total de ces transactions. En 2015, les paiements marchands ont connu une croissance de 28,2 % en montant et de 14,6 % en volume. Ces paiements n'ont toutefois une valeur significative que pour une petite minorité de services. Quatre prestataires d'argent mobile traitent 79,6 % du volume total de ces paiements. Ces quatre prestataires ont également une part de marché dominante sur leurs marchés d'argent mobile et de GSM (de l'anglais *Global System for Mobile Communications* : système mondial de communication mobile).

Malgré le potentiel important du commerce en ligne,

0,5%

seulement du nombre total de paiements marchands est effectué en ligne.

Cette tendance persistante³⁸ souligne la complexité de ces paiements et conforte l'idée selon laquelle une collaboration sectorielle pourrait jouer un rôle décisif pour atteindre la portée nécessaire au développement des paiements marchands (voir encadré 8). Les chiffres de 2015 montrent en outre qu'en valeur absolue, le nombre total de paiements marchands est peu corrélé au nombre de paiements marchands par client actif, ce qui signifie que même les services qui arrivent à générer des volumes relativement élevés de paiements marchands ne sont pas parvenus à atteindre la totalité de leur base de clientèle.

Les paiements marchands peuvent être abordés à la fois en termes de paiements de proximité (en magasin par ex.) ou de paiements sur Internet dans le cadre du commerce en ligne. Compte-tenu de la croissance du commerce en ligne au niveau mondial, l'association de l'argent mobile et du commerce en ligne suscite un intérêt croissant. Mais alors que l'argent mobile devrait être le principal moyen de paiement en ligne sur les marchés où il est bien établi, le paiement à la livraison reste la méthode privilégiée. Les prestataires d'argent mobile font état d'un nombre très faible de paiements en ligne, représentant 0,5 % seulement du nombre total de paiements marchands (qui est inférieur à 60 000 transactions). Les prestataires d'argent mobile d'Afrique sub-saharienne et d'autres pays émergents ont une position privilégiée sachant que les comptes d'argent mobile sont déjà intégrés au téléphone.

Des entretiens avec d'importants acteurs du commerce en ligne révèlent cependant que les difficultés d'intégration avec les prestataires d'argent mobile constituent un obstacle majeur à l'acceptation de l'argent mobile comme mode de paiement principal. Avec le développement continu du commerce en ligne, les prestataires doivent s'adapter rapidement pour résister à la concurrence d'acteurs innovants qui pourraient bouleverser rapidement le paiement à la livraison, comme c'est déjà le cas en Chine et en Inde avec Alipay, WeChat et Paytm.

38. Le rapport « Le point sur le secteur » de 2014 soulignait également cette tendance, les cinq principaux services de paiements marchands représentant alors 77,1 % de l'ensemble de ces transactions.

ENCADRÉ 8

Palements marchands : études de cas au Pakistan et au Ghana

Sur des marchés comme le Pakistan et le Ghana, de nouveaux modèles de partenariats sont en train d'émerger dans le but de développer des paiements marchands et d'accélérer la transition de l'argent à des formes de paiement numériques. Au Pakistan, pays dans lequel existent plus de deux millions de commerces de détail, dont 800 000 distribuent des biens de consommation courante,³⁹ la pénétration des Terminaux Points de Vente (TPV) reste faible. Les prestataires ont compris que pour développer l'écosystème des paiements marchands au Pakistan, ils devaient sortir du modèle traditionnel des cartes en circuit fermé, et ont récemment lancé un certain nombre d'initiatives collaboratives de paiements marchands :

- Le service d'argent mobile Easypaisa de Telenor & Tameer Bank et le service Mobicash de Mobilink se sont associés à un troisième partenaire, Wemsol, qui exerce son activité sous l'enseigne Keenu. Easypaisa est déjà en activité et Mobicash s'apprête à faire de même. Keenu continue de recruter les commerçants et compte à ce jour plusieurs centaines équipés de systèmes complets TPV/mTPV (Terminaux Points de Vente mobile) acceptant les paiements par carte (à puce ou bande magnétique) et CCP (communication en champ proche). Le coût du terminal est entièrement pris en charge par Keenu, tandis que le taux d'escompte du marchand (TEM) est partagée entre Keenu et les opérateurs ;
- L'opérateur mobile Ufone (Upaisa) a lancé un nouveau TPVm qui accepte les paiements par carte à puce ou à bande magnétique, mais pas les paiements CCP. Bien que le TPVm d'Ufone (appelé Ucashier) soit actuellement en réseau fermé, l'opérateur travaille actuellement au lancement d'une solution ouverte acceptant l'ensemble des cartes bancaires et paiements CCP. La solution envisagée sera lancée avec des TPVm capables de lire les cartes à puce, à bande magnétique et CCP. Elle permettra également aux commerçants de vérifier et suivre leurs transactions journalières via un portail en ligne.

Au Ghana, Ecobank Ghana et Kopo Kopo, une société axée sur le développement de réseaux commerçants pour les paiements mobiles, ont lancé une nouvelle initiative appelée *PayWith*, un service qui permet aux commerçants d'accepter les paiements d'argent mobile au niveau des points de vente par le biais d'un compte unique d'argent mobile. MTN est actuellement en phase pilote et la solution est ouverte aux autres prestataires qui souhaiteraient rejoindre le service.

Dans ce modèle, Kopo Kopo est le partenaire technique qui met en relation les émetteurs avec les acquéreurs. Son rôle consiste à aider les PME à accepter les paiements numériques pour leurs produits et à exploiter les services à valeur ajoutée tels que l'analyse des données, les statistiques commerciales et les outils de marketing SMS. Ecobank joue le rôle traditionnel d'acquéreur et assume la responsabilité de la prospection et du recrutement des points de vente, de l'ouverture des comptes et de la gestion d'une base active de commerçants, ainsi que de l'offre d'autres services à valeur ajoutée, comme par exemple l'accès au crédit dans une phase ultérieure. Les prestataires d'argent mobile, qui sont les émetteurs, fournissent le canal d'accès à leurs clients et gèrent la communication pour connaître le service, susciter l'intérêt et encourager son usage chez les commerçants.

39. Source: <http://www.brecorder.com/supplements/36th-fpcci-export-awards-2011-2012/1269391/future-of-retailing-in-pakistan/>

Interopérabilité entre comptes bancaires et comptes d'argent mobile : combler le fossé entre personnes bancarisées et non bancarisées

L'interopérabilité banque-argent mobile devient de plus en plus importante. Pour les services ayant déjà mis en place cette fonctionnalité, les transactions de compte bancaire à compte d'argent mobile (B2M, de l'anglais *bank to mobile*) représentent 4,5 % du montant des sommes entrant dans l'écosystème.

En 2015, 56 % des participants à l'Étude mondiale de la GSMA sur l'adoption des services déclarent être connectés à des banques et offrir des transferts B2M ou M2B (de l'anglais *mobile to bank*). Le nombre de banques connectées à des services d'argent mobile a augmenté de 66 % entre 2013 et 2015 et a atteint 520 établissements en 2015 (pour 120 services).

Si l'on examine le lien entre les transactions en aval de l'écosystème (telles que les paiements de factures ou les paiements marchands) et les volumes B2M, il s'avère que les clients bancarisés qui transfèrent de l'argent d'un compte bancaire à un compte d'argent mobile utilisent ce dernier principalement pour retirer de l'argent liquide auprès d'un agent. Nous pouvons donc en déduire que :

- L'argent mobile joue un rôle important et précieux dans l'accès des clients bancarisés à leurs avoirs bancaires ;
- Les clients bancarisés de l'argent mobile envoient également de l'argent à des clients précédemment non bancarisés via les transferts P2P, comblant ainsi le fossé entre ces deux mondes.

L'interopérabilité A2A : les leçons de 2015

En 2015, le nombre de marchés sur lesquels les clients de l'argent mobile peuvent envoyer ou recevoir de l'argent entre différents services d'argent mobile est passé de quatre à sept. En plus de ce chiffre, une importante dynamique s'est mise en place sur d'autres marchés qui sont maintenant en voie d'offrir aux clients la possibilité de réaliser des transactions P2P entre services, conférant à cette catégorie de marchés une représentation réellement mondiale.

Bien que l'interopérabilité reste un aspect relativement récent du secteur, on observe quelques similarités et tendances générales :

- **Les solutions techniques et les partenaires varient selon les marchés.** Les banques centrales, les interfaces bancaires locales, les réseaux de cartes de paiements et les prestataires d'argent mobile sont autant d'intervenants capables de faire fonctionner l'interopérabilité. On observe à la fois l'utilisation d'interfaces bancaires (*switches*) et de solutions bilatérales, et une récente étude de cas de la GSMA sur les enseignements de la Tanzanie et du Pakistan met en lumière les avantages et les inconvénients de chacune.⁴⁰ Cet examen approfondi des interfaces bancaires existantes montre que leur mode de gouvernance, leurs capacités techniques et leurs modèles commerciaux ont besoin d'être adaptés pour permettre l'intégration du secteur de l'argent mobile.
- **Les modèles commerciaux varient également en fonction des marchés.** En théorie, il faudrait que les frais d'opération pour les clients soient les plus bas possible pour encourager une adoption maximale et toucher les segments à faibles revenus, idéalement les mêmes que pour les transactions inter-réseaux. Un des modèles commerciaux émergents prévoit une rémunération mutuelle des opérateurs pour les flux d'argent électronique entrant dans leur système (similaire à la rémunération des agents pour les opérations de dépôt d'espèces des clients), qui crée une incitation commerciale à conserver l'argent sous forme numérique et à le faire circuler entre les plateformes. Cette tendance est représentée en Tanzanie et au Rwanda. D'autres marchés ont adopté le modèle commercial des infrastructures bancaires existantes ou ne prévoient pas de rémunération entre les parties.
- **Les transactions des clients doivent s'effectuer en temps réel.** Toute solution d'interopérabilité a besoin de fonctionner de cette manière pour les utilisateurs de l'argent mobile et jusqu'à présent, toutes les mises en œuvre respectent cette règle.

L'interopérabilité n'en est encore qu'à ses débuts ; ses avantages à long terme restent donc à démontrer. Le marché qui semble bénéficier le plus de l'interopérabilité A2A parmi les prestataires d'argent mobile est la Tanzanie, montrant que la maturité du marché et la qualité des partenaires sont des éléments essentiels pour en récolter les fruits.

40. Sophia Hasnain et Renata Bindo (2015), *Choosing a technical model for A2A interoperability : Lessons from Tanzania and Pakistan* [Le choix d'un modèle technique pour l'interopérabilité A2A : les leçons de la Tanzanie et du Pakistan]. Disponible ici : <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programme/mobile-money/choosing-a-technical-model-for-a2a-interoperability-lessons-from-tanzania-and-pakistan>

La révolution des transferts transfrontaliers avec l'argent mobile

Pour les services d'argent mobile offrant des transferts internationaux, ces opérations enregistrent le plus fort taux de croissance en volume sur 2015 à 51,8 %. En tant que canal d'envoi et de réception, l'argent mobile permet de toucher une clientèle plus large, de réduire les frais d'opération et d'encourager le commerce régional et la croissance économique. Avec l'augmentation du nombre de services, le coût moyen d'envoi d'une somme de 100 USD au moyen de l'argent mobile a diminué de moitié, passant de 4 USD en 2014 à 2 USD en 2015. Bien que ce chiffre risque de fluctuer avec l'ouverture de nouveaux services et corridors, l'argent mobile devrait continuer d'exercer une pression à la baisse sur les frais de transferts internationaux.

Rien qu'en Afrique, le potentiel est considérable : 120 millions d'Africains reçoivent des rapatriements d'argent représentant un montant total de 60 milliards USD, et parmi les régions du monde, cette migration est principalement intra-régionale.⁴¹ Malgré cela, les 10 corridors les plus coûteux en matière de rapatriements d'argent se situent tous en Afrique. Les habitants de ce continent paient les frais d'opération les plus élevés au monde : 12,4 % en moyenne par rapport à une moyenne mondiale de 8,6 %. Une réduction de 5 % de ces frais ferait passer 4 milliards USD supplémentaires à la population. Ces frais élevés ont favorisé le développement de transferts transfrontaliers informels (via les sociétés de transport ou les systèmes *Hawala*).⁴²

Étant donné la capacité de l'argent mobile à répondre à cette demande, il n'est pas surprenant qu'un nombre croissant de prestataires soient en train d'investir dans des services de transferts transfrontaliers. Cependant, les risques et les aspects réglementaires s'avèrent encore plus compliqués à gérer dans un contexte international. Les obligations de vigilance à l'égard des clients, les plafonds d'opération, l'exposition au risque de change et les coûts supplémentaires d'agrément sont autant d'éléments affectant la capacité du prestataire à offrir ce produit efficacement. Mais avec la volonté croissante du secteur de faire face à cette complexité, les services d'argent mobile transfrontaliers joueront un rôle de plus en plus important, à la fois en matière d'inclusion financière et dans le développement de l'écosystème.

41. Source: <http://www.ifad.org/remittances/maps/africa.htm>

42. Source: <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programme/mobile-money/new-publication-on-cross-border-mobile-money-remittance-models-in-west-africa/>

Perspectives d'avenir : les transports comme cas d'utilisation émergent pour le développement de l'écosystème

Au cours de l'année écoulée, les services d'argent mobile ont commencé à s'intéresser à de nouveaux cas d'utilisation au sein de l'écosystème en vue d'accroître l'activité des clients. Le paiement des services de transport représente une catégorie de transactions susceptible d'encourager un usage au quotidien, mais il présente des contraintes particulières. Bien que faisant partie de l'écosystème des paiements, le paiement des transports peut être considéré comme une activité connexe de l'activité de base de l'argent mobile, car il s'agit souvent d'un service (en ligne ou non) indépendant de l'argent mobile mais pouvant se rattacher à un compte d'argent mobile de base. En 2015, les prestataires d'argent mobile ont testé cette activité comme un moyen de développer un écosystème, avec ou sans connexion directe à un compte d'argent mobile. Les Philippines et le Nicaragua offrent deux exemples de la manière dont les transports peuvent contribuer au développement d'un écosystème numérique.

Aux Philippines, AF Payments Incorporated (AFPI) a été lancé en 2014 sous forme d'une joint-venture entre deux des principaux opérateurs de téléphonie mobile du pays, Globe et Smart, et leurs sociétés-mères respectives, Ayala Group et First Pacific Group,⁴³ en vue d'offrir un système unifié de vente automatique de billets (AFCS, de l'anglais *Automated Fare Collection System*) pour le réseau ferroviaire de Manille.

Pour ce faire, AFPI a créé beep™, un programme de cartes prépayées devant servir initialement au paiement des billets sur le réseau ferroviaire de Manille. La carte CCP faisant office de porte-monnaie est émise par beep™, Globe et Smart émettant leurs propres cartes fonctionnant avec beep™. Si les cartes beep™ standards ne nécessitent aucune formalité de vérification de l'identité des clients (KYC, de l'anglais : *Know Your Customers*) et sont facilement accessibles à tout le monde, les utilisateurs de cartes beep™ émises par Globe ou Smart auront bientôt la possibilité de réalimenter leur carte à partir d'un compte d'argent mobile. Après le lancement du programme ferroviaire, les clients pourront également utiliser leur carte après d'un certain nombre d'établissements commerciaux B2C à proximité des lignes ferroviaires d'ici mi-2016. Si la joint-venture entre Globe et Smart a pour mission l'émission et le *branding* des cartes et le recrutement des commerçants, beep™ a également un impact social significatif, sachant qu'il est estimé que 70 % environ des 1,5 million de passagers concernés ne sont pas bancarisés et que 50 % des passagers disposant d'un compte bancaire ont uniquement accès à des cartes de débit.

43. La participation de 50 % d'Ayala Group associe BPI (20 %), Globe (20 %) et Ayala Infra (10 %). La participation de 50 % de First Pacific Group associe Metro Pacific Investments Corp (20 %), Smart (20 %) et Meralco Finance (10 %).

Une initiative similaire a été lancée en 2013 au Nicaragua. MPeso, un service d'argent mobile ne dépendant pas d'un ORM, a développé la carte TUC (de l'espagnol *transporte urbano colectivo*), une carte CCP sans contact qui permet à ses utilisateurs d'acheter des billets de bus dans la capitale du pays Managua. Les cartes TUC sont directement connectées aux comptes d'argent mobile de MPeso et bien que les clients puissent également payer certains trajets de bus en espèces, elles ont rencontré un énorme succès avec plus de 90 % des trajets de bus payés au moyen de la carte. Cela correspond à plus de 800 000 transactions par jour. L'intégration aux services de transport a également eu pour conséquence une augmentation du taux d'activité des clients de MPeso (en dehors du paiement des transports), qui illustre l'impact potentiel de ces services. Depuis l'introduction de la carte TUC, MPeso compte 70 % de clients actifs sur 90 jours et 60 % sur 30 jours.

Les transports, en tant que cas d'utilisation connexe, sont susceptibles d'encourager un usage quotidien des comptes d'argent mobile. Pour les prestataires qui ne peuvent pas s'appuyer sur une activité P2P de base pour développer les effets de réseau nécessaires à la croissance de l'argent mobile, les cas d'utilisation connexes présentent un intérêt croissant. Les transports, le commerce en ligne ou le crédit représentent autant de domaines de plus en plus propices à l'utilisation de l'argent mobile sur les marchés où les services financiers traditionnels sont plus répandus et où les opérateurs se heurtent à une concurrence accrue.

Les revenus et les investissements de l'argent mobile





Principales conclusions



Une majorité de prestataires d'argent mobile reconnaît la nécessité de continuer à investir à long terme dans l'argent mobile. 3/4 des répondants ont ainsi maintenu ou augmenté leurs investissements dans le service en 2015 par rapport à l'année précédente.

L'évolution du modèle commercial de l'argent mobile s'avère de plus en plus cruciale dans l'environnement plus large des paiements et technologies financières, un domaine dans lequel les investissements ont triplé pour atteindre 12,21 milliards USD en 2014.

Les revenus en provenance de l'argent mobile ont augmenté de 40,3 % (TCAC, taux de croissance annuel composé) sur les 12 mois se terminant en juin 2015. Un nombre croissant de répondants ORM indiquent en outre que l'argent mobile représente une part significative de leur chiffre d'affaires total par rapport à 2014. En 2015, plus de 70 % des services d'argent mobile créés par des ORM ont réalisé au moins 1 % de leurs revenus dans l'argent mobile contre 50 % un an auparavant.

Pour la plupart des répondants (76,5 %), la plus grande partie des revenus de l'argent mobile provient encore des commissions payées par les clients. Cette tendance est toutefois moins prononcée en Amérique latine et en Asie, où une plus grande partie des répondants déclarent tirer la majeure partie de leurs revenus de commissions payées par des entreprises.

Les commissions versées aux agents représentent toujours le principal poste de charges pour les prestataires. En 2015, les dix principaux prestataires d'argent mobile (sur la base du nombre de comptes actifs sur 90 jours) ont reversé en moyenne 54,4 % de leurs revenus sous forme de commissions aux agents.

Revenus directs, bénéfices indirects et évolution des investissements

À mesure que les prestataires d'argent mobile développent leur base de clientèle active et leur offre de produits, leur capacité à générer des revenus directs sur les transactions augmente également. L'interopérabilité et l'intégration avec des tierces parties permettent également d'élargir l'écosystème des services financiers mobiles et la proposition de valeur du service. Dans un écosystème parvenu à maturité, une part plus importante des fonds pénètre et circule dans le système sous forme numérique, ce qui augmente le potentiel de revenus tout en réduisant les coûts. Des investissements volontaristes dans les fondations de l'argent mobile et le développement ultérieur d'un écosystème peuvent ainsi accélérer le passage à la rentabilité.⁴⁴

L'évolution du modèle commercial de l'argent mobile s'avère de plus en plus cruciale dans l'environnement plus large des paiements et technologies financières. Bien que ces dernières représentent une catégorie de produits et services allant bien au-delà de l'argent mobile, la croissance des investissements dans ce domaine aura un impact certain, notamment sur l'environnement concurrentiel. À l'échelle mondiale, les investissements dans les technologies financières ont triplé en l'espace d'un an, passant de 4,05 milliards USD en 2013 à 12,21 milliards en 2014.⁴⁵ Bien qu'une grande partie de ces investissements se concentrent sur les marchés développés pour viser les consommateurs bancarisés, on observe un intérêt croissant sur les marchés internationaux. Le montant de ces investissements montre que la cible et les marchés susceptibles d'être touchés par l'argent mobile sont en train de changer.

Dans cette section, les données relatives aux revenus et aux investissements de l'argent mobile proviennent des informations fournies par les 85 participants à l'Étude mondiale 2015 de la GSMA sur l'adoption des services d'argent mobile. Cette section analyse les revenus directs générés par l'argent mobile, les bénéfices indirects résultant de la distribution de crédit téléphonique, l'évolution des investissements dans l'argent mobile, notamment en ce qui concerne les commissions versées aux agents.⁴⁶

44. Mireya Almazán et Nicolas Vonthron (2014), *Mobile money profitability: A digital ecosystem to drive healthy margins* [Rentabilité de l'argent mobile : un écosystème numérique pour des marges solides], programme *Mobile Money* de la GSMA. Disponible ici : <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programme/mobile-money/mobile-money-profitability-a-digital-ecosystem-to-drive-healthy-margins/>

45. Source : <http://www.fintechinnovationlabnyc.com/media/830595/FinTech-New-York-Partnerships-Platforms-Open-Innovation.pdf>

46. Cette sous-section s'appuie sur les informations fournies par les participants à l'étude de la GSMA, en plus des informations publiées par d'importants prestataires d'argent mobile, dont notamment MTN, Safaricom, Vodacom, Millicom.

Des revenus directs en croissance régulière

L'argent mobile continue d'afficher une solide contribution en termes de revenus directs pour les prestataires d'argent mobile. Au moins 15 prestataires font état d'un chiffre d'affaires supérieur à 1 million USD pour juin 2015 contre 11 en juin 2014. Les 15 services concernés sont en exploitation depuis plus de 18 mois, et 12 d'entre eux comptent plus d'1 million de clients actifs sur 90 jours. On note également qu'à l'exception de trois d'entre eux, tous ces prestataires sont des ORM. Les opérateurs de réseaux mobiles continuent donc d'apporter leur couverture, leur distribution et leurs investissements au secteur des services financiers.

Les revenus en provenance de l'argent mobile ont augmenté de 40,3 % (TCAC) sur les douze mois se terminant en juin 2015, un chiffre comparable au taux de croissance annualisé du montant total des transactions d'argent mobile sur la même période. Douze répondants indiquent que leurs revenus ont plus que doublé entre septembre 2014 et juin 2015. Plus de la moitié de ces services (58,3 %) se situent en Afrique de l'Ouest et en Afrique centrale, deux régions où l'adoption et l'utilisation de l'argent mobile sont en train de connaître un développement rapide.

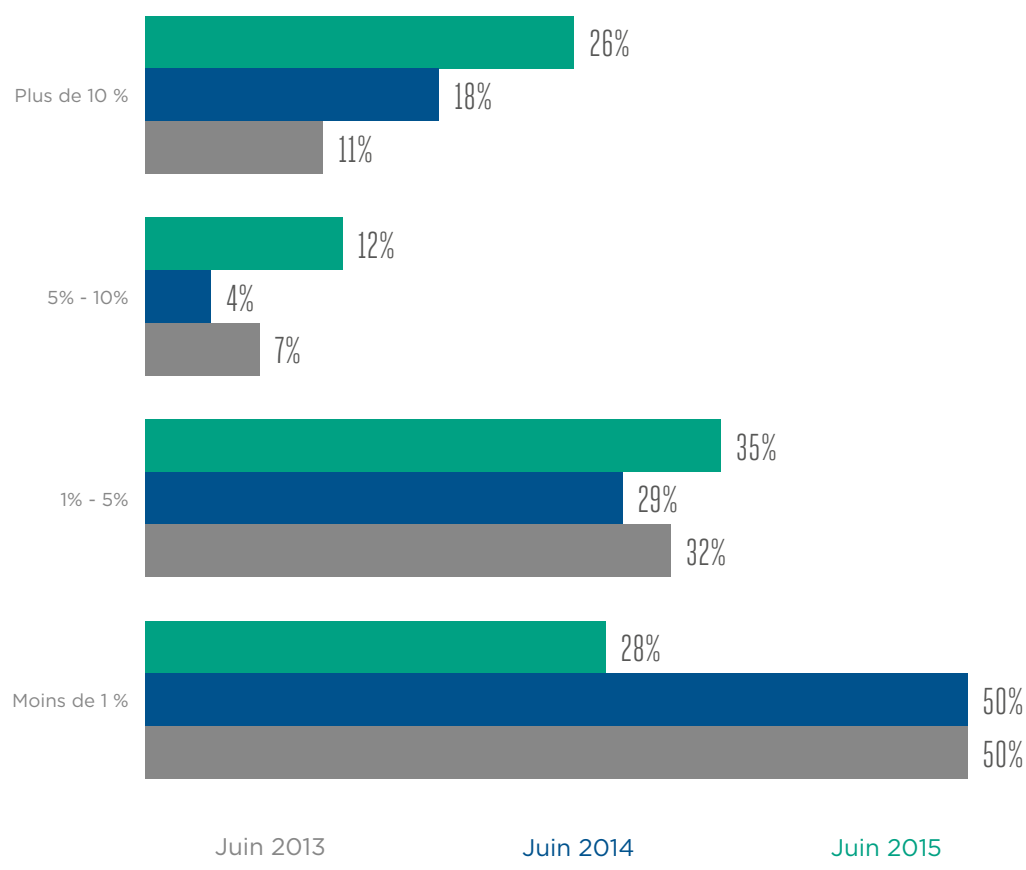
Si l'on examine de plus près les 43 opérateurs de réseaux mobiles qui ont fourni des chiffres de revenus, il est manifeste que la part de l'argent mobile dans le chiffre d'affaires de ces entreprises connaît une progression régulière. Un nombre croissant de services créés par des ORM indiquent en outre que l'argent mobile représente une part significative de leur chiffre d'affaires total par rapport à 2014. En 2015, 72,1 % de ces services (31 sur 43) indiquent que l'argent mobile représente plus de 1 % de leur chiffre d'affaires total. Le pourcentage de répondants pour lesquels l'argent mobile représente moins de 1 % du chiffre d'affaires total a nettement diminué depuis 2013 (passant de 50 % en 2013 et 2014 à 28 % en 2015). Il est encourageant de noter que pour 25,6 % des services créés par des ORM (11 services), l'argent mobile représente plus de 10 % du chiffre d'affaires total.

À titre de comparaison, l'offre de services à valeur ajoutée (SVA) des sociétés de télécommunication, tels que les sonneries ou les contenus d'actualité ou météorologiques, représentent généralement entre 2 et 5 %, voire 8 %, de leur chiffre d'affaires.⁴⁷ L'argent mobile est donc en train de détrôner l'offre de SAV chez un nombre croissant d'ORM.

47. Revenus (de services) récurrents provenant des services à valeur ajoutée (SVA) sur la période, exprimés en pourcentage des revenus (de services) récurrents, données GSMA Intelligence, 3^{ème} trimestre 2013 - 2^{ème} trimestre 2014.

FIGURE 12

Part de l'argent mobile dans le chiffre d'affaires des ORM (2013 - 2015)



LES POURCENTAGES SONT BASÉS SUR LES RÉPONSES DES PARTICIPANTS DANS L'ÉTUDE ANNUELLE DE LA GSMA ENTRE 2013 ET 2015. BIEN QUE IL Y AIT UN PEU DE VARIATION EN PARTICIPATION CHAQUE ANNÉE, LES RÉSULTATS RESTENT COMPARABLE.

Un nombre croissant d'opérateurs de téléphonie mobile mentionnent la contribution de l'argent mobile dans leurs rapports financiers publics. La plupart des chiffres publiés dans ces rapports confirment les tendances financières positives communiquées par les participants à notre étude :

- Le service M-PESA du Kenya représente désormais 20 % du chiffre d'affaires de Safaricom, contre 19,6 % en septembre 2014. Les revenus de M-PESA ont augmenté de 22,8 % pour atteindre 320 millions USD. Cette croissance est liée à une augmentation de 14 % du nombre de clients actifs sur 30 jours, qui atteint 13,9 millions, ainsi qu'à l'augmentation du nombre moyen de transactions par client.⁴⁸

48. Source: http://www.safaricom.co.ke/images/Downloads/Resources_Downloads/annual_report_2015.pdf

- Millicom Group indique que le chiffre d'affaires total des services financiers mobiles sur ses neuf marchés en Afrique subsaharienne et dans la région Amérique latine & Caraïbes a augmenté de 23,1 % entre le 3^{ème} trimestre 2014 et le 3^{ème} trimestre 2015. Les revenus de cette activité ont augmenté de 30,4 % en Tanzanie et de 6,9 % au Paraguay.⁴⁹ En Afrique, les services financiers mobiles représentaient 9 % du chiffre d'affaires total de l'entreprise au 3^{ème} trimestre 2015.

Il existe toutefois des entreprises pour lesquelles les revenus de l'argent mobile ont diminué d'une année sur l'autre. Les conditions macroéconomiques difficiles et les dévaluations monétaires de nombreux marchés émergents ont eu un impact négatif sur les états financiers de nombreuses entités commerciales.⁵⁰ Onze prestataires d'argent mobile de notre échantillon font état d'une baisse de leurs revenus en USD en date de juin 2015 par rapport à septembre 2014. Ces prestataires sont très divers en termes de localisation géographique, d'ancienneté et de modèle commercial.

Les sources de revenus directs

Pour une majorité de répondants (76,5 %), la plus grande partie des revenus de l'argent mobile provient encore des commissions payées par les clients. Cette tendance est toutefois moins prononcée en Amérique latine et en Asie, où une plus grande partie des répondants déclarent tirer la majeure partie de leurs revenus de commissions payées par des entreprises. Sur 85 prestataires, 12 (soit 14,1 %) indiquent que leurs revenus proviennent principalement de commissions payées par des entreprises. Six d'entre eux sont situés en Asie du Sud, quatre en Amérique latine & Caraïbes et deux en Asie de l'Est & Pacifique. Un seul service indique tirer la majeure partie de ses revenus de commissions payées par un gouvernement.

Ces différences régionales dans les sources de revenus s'expliquent en partie par les différences d'utilisation de l'argent mobile entre les régions. Comme évoqué dans le chapitre consacré à l'utilisation des services, le mix produit en montant et en volume affiche une part relativement plus importante de transactions d'écosystème impliquant des tierces parties en Amérique latine & Caraïbes et en Asie : paiements de factures, paiements marchands, paiements groupés et transferts internationaux. Avec la poursuite du développement de l'argent mobile, les sources de revenus continueront de se diversifier et les utilisateurs institutionnels de l'argent mobile y occuperont une place de plus en plus importante.

Les autres aspects affectant les revenus comprennent les décisions commerciales sur la tarification ainsi que les dispositions réglementaires relatives aux prix et à la rémunération du *float*.

Les modèles de tarification de l'argent mobile varient considérablement en fonction des services et des périodes. Certains services peuvent par exemple décider d'offrir gratuitement des services d'argent mobile aux consommateurs, comme ZAAD de Telesom au Somaliland, WePay en Afrique du Sud ou DaviPlata de Davivienda en Colombie. Dans le cas de DaviPlata, un service offert par un établissement financier, c'est le modèle *freemium* qui a été retenu pour générer de la valeur auprès des clients qui font des opérations plus fréquentes ou utilisent des services payants - dont notamment la clientèle plus commerciale, institutionnelle ou utilisant les paiements groupés - tout en permettant aux utilisateurs à faibles montants quotidiens d'effectuer des opérations gratuitement en dessous d'un plafond journalier.

49. Source: <http://www.millicom.com/media/3817995/q3-2015-results-presentation.pdf>

50. Les variations de change entre le 3^{ème} trimestre 2014 et le 3^{ème} trimestre 2015 sont significatives : baisse de 18,6 à 25,7% au Tchad, au Ghana, au Sénégal et en Tanzanie et baisse de 51,6 % en Colombie. D'après le rapport trimestriel de Millicom pour le 3^{ème} trimestre 2015.

La réglementation influence également le potentiel de revenus des services d'argent mobile. En particulier, les dispositions relatives aux revenus générés par les encaisses d'argent mobile *float* ou perçus sur les engagements correspondant à l'encours d'argent mobile en circulation ont une influence sur la rentabilité globale de l'argent mobile. La réglementation impose fréquemment des restrictions sur l'utilisation des revenus perçus sur le *float*, ce qui se traduit par un impact net sur la rentabilité globale très variable selon les marchés.

ENCADRÉ 9

Le traitement réglementaire des intérêts perçus sur le *float* ou sur les comptes en fiducie

Il existe un certain nombre d'approches réglementaires concernant les revenus perçus sur le *float* ou les comptes en fiducie, qui vont des plus restrictives aux plus souples :

1. Les intérêts perçus sur le *float* peuvent uniquement être utilisés à des fins caritatives publiques, comme au Kenya par exemple, où les intérêts gagnés sur les fonds en fiducie sont reversés par le fiduciaire à des organisations caritatives.
2. Les intérêts perçus sur le *float* ne peuvent être utilisés que d'une manière bénéficiant directement aux clients de l'argent mobile, comme au Liberia par exemple, où la banque centrale doit approuver le mode d'utilisation des fonds proposé par le prestataire pour qu'il bénéficie directement aux clients.
3. Les intérêts perçus sur le *float* ne peuvent être utilisés que d'une manière bénéficiant indirectement aux clients, comme par exemple au Lesotho, où les fonds doivent être consacrés à des campagnes d'alphabétisation et de sensibilisation du public choisies par le prestataire d'argent mobile.
4. La plus grande partie des intérêts perçus sur le *float* doit être reversée aux clients, comme par exemple au Ghana, où les prestataires doivent reverser 80 % des intérêts (après déduction des frais de gestion des comptes en fiducie).
5. Les intérêts perçus sur le *float* ne peuvent pas être reversés aux clients, comme par exemple en Afghanistan et en Namibie, où les prestataires ont l'interdiction de verser des intérêts aux clients mais peuvent conserver les intérêts perçus.
6. Les intérêts perçus sur le *float* peuvent être utilisés à la discrétion des prestataires d'argent mobile, comme par exemple en Inde, où les banques de paiement peuvent percevoir des intérêts sur les titres d'État et les fonds déposés auprès des banques, mais n'ont pas l'obligation de les reverser aux consommateurs.

Revenus indirects

Pour les opérateurs de réseau mobile, les bénéfices indirects de l'argent mobile - réduction de taux de désabonnement, augmentation du revenu moyen par utilisateur sur l'activité GSM business et économies sur la distribution de crédit téléphonique - sont conséquents et peuvent contribuer à renforcer de façon significative la rentabilité globale des services d'argent mobile.

Quarante-huit opérateurs de réseau mobile de notre échantillon mentionnent le pourcentage de crédit téléphonique vendu par le biais de l'argent mobile. Une majorité d'entre eux (79 %) déclarent vendre plus de 1 % de crédit téléphonique via l'argent mobile et 31 % déclarent en vendre plus de 10 % par ce canal. En 2014, une majorité de répondants ORM déclaraient vendre moins de 1 % de leur crédit téléphonique total via les services d'argent mobile (figure 13).

64M USD

Avec 38 % de son crédit téléphonique vendu via M-PESA sur l'exercice 2014, nous estimons que Safaricom a réduit de 64 millions USD les commissions versées à ses distributeurs traditionnels de temps d'appel.

La vente de crédit téléphonique par le biais de l'argent mobile peut avoir pour résultat d'importantes réductions de coût pour les opérateurs de réseaux mobiles, qui économisent en premier lieu les commissions habituellement versées aux distributeurs traditionnels de crédit téléphonique. Dans son rapport annuel 2015, Safaricom Kenya déclarait vendre 38 % de son crédit téléphonique via M-PESA.⁵¹ Sur la fraction restante de ses ventes de crédit téléphonique (62 %), l'opérateur avait reversé plus de 100 millions USD en commissions à ses distributeurs de crédit téléphonique. En l'absence de M-PESA, nous estimons que la distribution traditionnelle de crédit téléphonique aurait coûté 64 millions USD de plus à Safaricom sur l'exercice 2014.^{52 53 54} Ces chiffres constituent une bonne indication du potentiel d'économie de coûts résultant du passage au canal de l'argent mobile pour la distribution de crédit téléphonique, indépendamment des charges d'exploitation significatives liées à ce canal.

51. Source : http://www.safaricom.co.ke/images/Downloads/Resources_Downloads/annual_report_2015.pdf

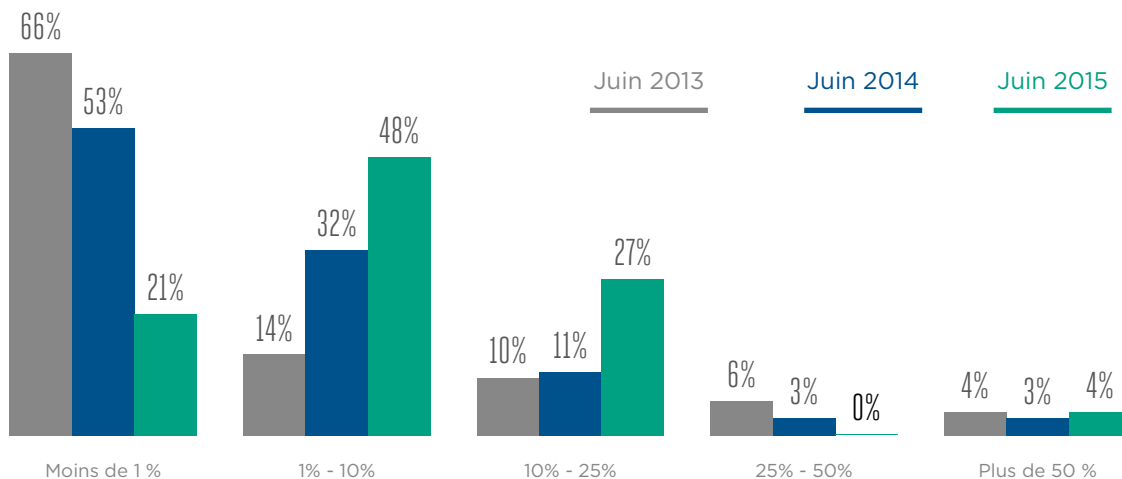
52. Au niveau mondial, le nombre moyen de dépôts d'espèces par rapport au nombre de transactions est de 1 pour 4. Sur ces 4 transactions, 2,5 sont des achats de crédit téléphonique.

53. En 2015, Safaricom a dépensé un total de 10 627 538 000 KSH (103,8 millions USD) en commissions aux revendeurs de crédit téléphonique (en supposant que Safaricom ne paie ces commissions que sur les 62 % de crédit téléphonique non vendu via M-PESA). Nous estimons que chaque pourcent de crédit téléphonique vendu coûte 171 411 903 KSH (1,7 million USD) à Safaricom.

54. Pour déterminer l'économie réelle totale de Safaricom, il faudrait déduire les commissions versées aux agents sur les dépôts d'espèces ainsi que la part correspondante des frais généraux liés à l'activité d'argent mobile.

FIGURE 13

Pourcentage de crédit téléphone vendu via l'argent mobile (2013 - 2015)



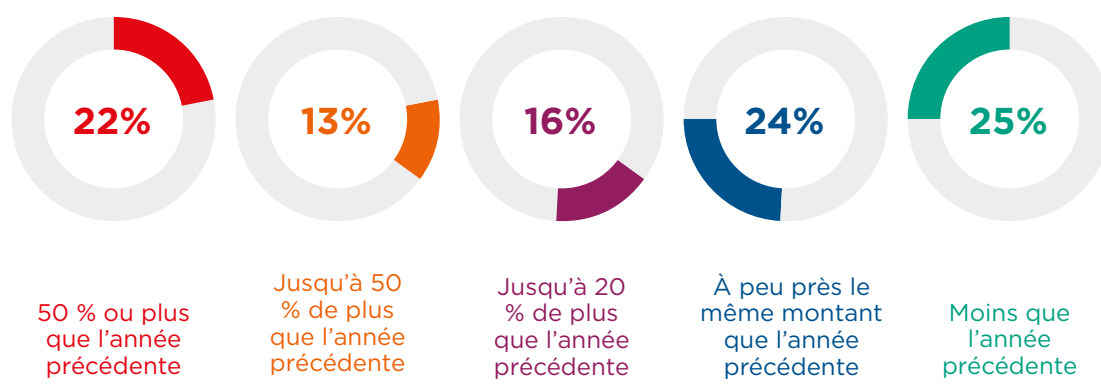
REMARQUE : CES CHIFFRES SONT TIRÉS DES RÉPONSES À L'ÉTUDE MONDIALE DE LA GSMA SUR L'ADOPTION DES SERVICES DE 2013 À 2015. BIEN QUE LES RÉPONDANTS PUISSENT CHANGER D'UNE ANNÉE À L'AUTRE, LES CONCLUSIONS RESTENT COMPARABLES.

Les investissements dans l'argent mobile

Une majorité de prestataires d'argent mobile reconnaît la nécessité de continuer à investir à long terme dans l'argent mobile. Trois-quarts des répondants ont ainsi maintenu ou augmenté leurs investissements dans le service en 2015 par rapport à l'année précédente.

FIGURE 14

Investissements des prestataires dans l'argent mobile en 2015



Les investissements dans l'argent mobile sont constitués en grande partie de charges d'exploitation, et comprennent notamment les commissions versées aux agents, les dépenses de marketing et les frais de personnel.⁵⁵ Les commissions aux agents représentent un poste de charges particulièrement important. Les prestataires d'argent mobile rémunèrent en effet leurs agents pour chaque opération de dépôt d'espèce, retrait d'espèce et enregistrement de client. En 2015, les dix principaux prestataires d'argent mobile (sur la base du nombre de comptes actifs sur 90 jours) ont reversé en moyenne 54,4 % de leurs revenus sous forme de commissions aux agents. Si la part de ces commissions dans le chiffre d'affaires total de l'argent mobile devrait diminuer avec le développement de l'écosystème, les agents continuent de jouer un rôle essentiel dans la réalisation des transactions d'argent mobile.

En plus des commissions aux agents, la GSMA estime que les ORM doivent prévoir d'investir six à huit fois le montant des revenus générés par l'argent mobile en phase de démarrage. Si le service parvient à transformer au moins 15 % de la base de clientèle GSM en clients actifs de l'argent mobile, il est possible d'espérer de légères marges positives. Seuls les services arrivés à maturité dans le cadre d'un écosystème élargi peuvent espérer de solides marges bénéficiaires supérieures à 20 %, qui rendent alors l'argent mobile attrayant par rapport à l'activité GSM de base des ORM.⁵⁶

Bien que le modèle de rentabilité de l'argent mobile puisse varier selon la nature du prestataire et les modèles commerciaux utilisés, il est toujours nécessaire de maintenir un niveau significatif d'investissements. L'argent mobile n'est pas une proposition facile, quel que soit le profil du prestataire. Dans son ensemble, le secteur montre toutefois une amélioration des perspectives de rentabilité. Les revenus continuent d'augmenter et la plupart des prestataires ont la volonté de continuer à investir dans cette activité.

55. Mireya Almazán et Nicolas Vonthron (2014), *Mobile money profitability: A digital ecosystem to drive healthy margins* [Rentabilité de l'argent mobile : un écosystème numérique pour des marges solides], programme Mobile Money de la GSMA. Disponible ici : <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programme/mobile-money/mobile-money-profitability-a-digital-ecosystem-to-drive-healthy-margins/>

56. *Ibid.*

Annexe A – Contexte du rapport

À propos du rapport « Le point sur le secteur » de la GSMA sur les services financiers mobiles

Le programme *Mobile Money* de la GSMA publie chaque année un rapport intitulé « Le point sur le secteur », consacré aux services financiers mobiles. Ce rapport permet à ses lecteurs de suivre l'évolution de ce secteur d'activité.

Il a pour objectif de fournir aux professionnels du secteur des informations utiles sur les principales évolutions concernant l'argent mobile, l'assurance mobile, l'épargne mobile et le crédit mobile (voir tableau A à la page 62 pour les définitions). Il vise également à fournir aux autres parties prenantes du secteur, et notamment aux autorités réglementaires, aux dirigeants du secteur des télécommunications et du secteur bancaire et aux organismes internationaux de développement, une vue d'ensemble documentée du secteur et de son impact sur la vie financière des personnes non bancarisées ou mal desservies.

Désormais présent dans une majorité d'économies émergentes, l'argent mobile est un secteur en train d'arriver à maturité, qui dessert de nouveaux pans de l'économie en offrant un éventail élargi de paiements numériques. Il fait désormais partie de l'offre de base d'un grand nombre d'ORM, lesquels ont des atouts et des motivations spécifiques pour offrir ces services de façon viable et évolutive, à savoir des enseignes réputées, d'importants réseaux de distribution et l'accès à des canaux sécurisés.

Méthodologie

Ce rapport fournit une évaluation quantitative de la situation actuelle du secteur des services financiers mobiles sur la base de données de la GSMA issues de l'outil de suivi des services de l'Étude mondiale 2015 sur l'adoption des services financiers mobiles et d'estimations et projections du programme *Mobile Money*.

Il utilise également des informations qualitatives sur la performance des services financiers mobiles tirées des échanges du programme *Mobile Money* de la GSMA avec le secteur au cours de l'année écoulée.

Outil de suivi des services de la GSMA

L'outil de suivi des services d'argent mobile, géré par la GSMA, est une base de données en ligne qui suit le nombre de services d'argent mobile en activité ou prévus destinés aux personnes non bancarisées dans le monde entier. Il contient également des informations concernant chaque service en activité, telles que le nom du prestataire et celui du service d'argent mobile, la date de lancement de celui-ci, les produits financiers offerts et les partenaires impliqués dans la distribution de chaque service. Il a été élargi en 2014 pour inclure des informations relatives aux services d'assurance mobile, de crédit mobile et d'épargne mobile.

Étude mondiale de la GSMA sur l'adoption des services financiers mobiles

L'Étude mondiale de la GSMA sur l'adoption des services financiers mobiles est une enquête annuelle qui a pour objectif de collecter des renseignements quantitatifs sur la performance des services financiers mobiles dans le monde entier. Tous les prestataires de service représentés dans l'outil de suivi des services de la GSMA ont été invités à participer à l'étude 2015. Les répondants ont fourni de façon confidentielle des statistiques standardisées concernant leur service pour les mois de septembre 2014, décembre 2014, mars 2015 et juin 2015.

Au total, 107 prestataires de service implantés dans 67 pays ont participé à l'Étude mondiale 2015, 48 prestataires supplémentaires ont répondu à l'enquête sur l'assurance mobile et 17 à l'enquête sur l'épargne et le crédit mobiles. La liste complète des participants à l'étude figure à l'annexe A.

Estimations et projections du programme *Mobile Money* de la GSMA

Pour certains indicateurs, le programme *Mobile Money* de la GSMA utilise des outils de modélisation des données pour estimer et extrapoler certains chiffres en vue d'obtenir des informations portant sur l'ensemble du secteur plutôt que sur les seuls participants à l'étude. La méthodologie utilisée s'appuie sur la combinaison d'une approche ascendante, au niveau de chaque service et d'une approche descendante, au niveau global et national. Elle utilise un certain nombre de sources statistiques, dont notamment l'Étude mondiale annuelle de la GSMA sur l'adoption des services financiers mobiles, l'outil de suivi de ces services par la GSMA, les rapports des banques centrales et l'Étude annuelle sur l'accès aux services financiers (FAS, de l'anglais *Financial Access Survey*) du Fonds monétaire international (FMI).

Les estimations et projections relatives à l'argent mobile sont d'abord effectuées au niveau de chaque service pour être ensuite agrégées au niveau national et régional. Pour les services d'argent mobile disposant de données historiques, nous avons extrapolé la croissance jusqu'en décembre 2015 sur la base de ces données, de l'analyse des tendances et du jugement de l'analyste. Pour les services d'argent mobile sans données historiques, nous avons estimé la performance de chaque indicateur sur la base de références nationales et régionales, ainsi que de l'expertise interne de la GSMA sur ces marchés et d'hypothèses personnalisées concernant leur croissance future.

Ces estimations et projections seront périodiquement actualisées pour refléter l'évolution du secteur, et notamment le lancement de nouveaux services, les changements de réglementation et l'évolution de la dynamique de marché.

La principale mise à jour est effectuée une fois par an, sur la base de chiffres provenant de l'Étude mondiale de la GSMA sur l'adoption des services financiers mobiles. Les chiffres de décembre 2014 publiés dans le rapport « Le point sur le secteur » de 2014 ont ainsi été actualisés sur la base des données de l'Étude 2015.

Avertissement

Ce rapport s'appuie sur les informations collectées dans le cadre de l'Étude mondiale sur l'adoption des services financiers mobiles réalisée chaque année par la GSMA, sur l'outil de suivi des services, sur des estimations et projections du programme *Mobile Money* et des analyses internes réalisées par l'équipe.

Données de l'enquête : les données de l'Étude mondiale sont communiquées par les participants eux-mêmes et ne font pas l'objet d'une vérification indépendante par la GSMA. Avant leur enregistrement, les chiffres font l'objet d'une vérification approfondie pour valider leur périmètre et la définition utilisée par le participant. Un rapprochement de contrôle est également effectué avec les statistiques régionales de référence et d'autres sources de données.

Confidentialité : les informations publiées dans ce rapport sont présentées afin de toujours préserver la confidentialité de chaque service. La mention de certains services est faite avec l'autorisation des prestataires concernés.

TABLEAU A

Définition des services financiers mobiles

Argent mobile	Épargne mobile
L'argent mobile utilise la téléphonie mobile pour offrir des services de transferts d'argent ou de paiement aux personnes peu ou pas bancarisées. Le programme <i>Mobile Money</i> de la GSMA suit les services d'argent mobile qui répondent aux critères suivants : • Le service doit offrir au moins un des produits suivants : transferts nationaux ou internationaux, paiements de facture, paiements groupés ou paiements marchands ; • Le service doit s'appuyer en grande partie sur un réseau de points de service hors agences bancaires ou GAB, qui rendent le service accessible aux personnes non bancarisées ou sous-bancarisées. Les clients doivent pouvoir utiliser le service sans disposer au préalable d'un compte bancaire. Les services bancaires mobiles qui utilisent la téléphonie mobile comme un simple canal d'accès supplémentaire à des produits bancaires traditionnels ou les services de paiement liés à un compte bancaire existant ou à une carte de crédit, comme Apple Pay ou Google Wallet, ne sont pas inclus. Le service doit offrir une interface permettant aux clients ou aux agents d'effectuer des transactions à partir de téléphones portables basiques.	L'épargne mobile utilise la téléphonie mobile pour offrir des services d'épargne aux personnes peu ou pas bancarisées. Le programme <i>Mobile Money</i> de la GSMA suit les services d'épargne mobile qui répondent aux critères suivants : • Le service permet à ses souscripteurs d'épargner de l'argent sur un compte garantissant la sécurité du principal, et dans certains cas, le versement d'intérêts ; • Le service doit également permettre aux personnes peu ou pas bancarisées d'épargner de l'argent au moyen d'un téléphone portable. Les services qui utilisent le téléphone portable comme simple canal d'accès supplémentaire à un compte d'épargne traditionnel ne sont pas inclus. Le service doit être accessible à partir de téléphones portables basiques.
Assurance mobile	Crédit mobile
L'assurance mobile utilise la téléphonie mobile pour offrir des services d'assurance aux personnes peu ou pas bancarisées. Le programme <i>Mobile Money</i> de la GSMA suit les services d'assurance mobile qui répondent aux critères suivants : • Le service doit permettre aux souscripteurs de gérer leurs risques en offrant la garantie d'une indemnisation dans les cas spécifiés de perte, dommage, maladie ou décès ; • Le service doit permettre aux personnes peu ou pas bancarisées de souscrire facilement des contrats d'assurance au moyen d'un téléphone portable. Les services qui utilisent le téléphone portable comme simple canal d'accès supplémentaire aux clients d'une compagnie d'assurance pour accéder à des produits d'assurance traditionnels ne sont pas inclus. Le service doit être accessible à partir de téléphones portables basiques.	Le crédit mobile utilise la téléphonie mobile pour offrir des services de crédit aux personnes peu ou pas bancarisées. Le programme <i>Mobile Money</i> de la GSMA suit les services de crédit mobile qui répondent aux critères suivants : • Le service permet à ses souscripteurs d'emprunter une certaine somme d'argent qu'ils s'engagent à rembourser dans un délai déterminé ; • Le service doit permettre aux personnes peu ou pas bancarisées de solliciter un prêt et de le rembourser plus facilement au moyen d'un téléphone portable. Les produits ou services de crédit téléphonique qui utilisent le téléphone portable comme un simple canal d'accès supplémentaire à un produit de crédit traditionnel ne sont pas inclus. Le service doit être accessible à partir de téléphones portables basiques.

Annexe B – Glossaire

Certaines définitions proviennent de la [Guideline Note on Mobile Financial Services: Basic Terminology, by the AFI Mobile Financial Services Working Group](#) [Note de recommandation sur les services financiers mobiles: terminologie de base] publiée par le Groupe de travail sur les services financiers mobiles de l'Alliance pour l'inclusion financière (AFI).

Achat de crédit téléphonique

Achat de crédit téléphonique au moyen de l'argent mobile, à partir de fonds déposés sur un compte d'argent mobile.

Argent électronique (E-money)

Sommes d'argent conservées sur les comptes des utilisateurs, des agents ou du prestataire du service d'argent mobile. L'encours total d'argent électronique a généralement sa contrepartie sur un ou plusieurs comptes bancaires, de façon à ce que même en cas de défaillance du prestataire d'argent mobile, les utilisateurs puissent récupérer la totalité des sommes conservées sur leurs comptes. Cela étant dit, les dépôts bancaires peuvent recevoir des intérêts, alors que ce n'est généralement pas le cas pour l'argent électronique.

Argent mobile

L'argent mobile est un service qui permet aux personnes peu ou pas bancarisées d'effectuer ou de recevoir des paiements au moyen d'un téléphone portable. Le programme *Mobile Money* de la GSMA suit les services d'argent mobile qui répondent aux critères suivants :

- Le service doit offrir au moins un des produits suivants : transferts P2P, paiements de facture, paiements groupés, paiements marchands ou transferts internationaux ;
- Le service doit s'appuyer en grande partie sur un réseau de points de service hors agences bancaires, qui rendent le service accessible aux personnes non bancarisées ou sous-bancarisées. Les clients doivent pouvoir utiliser le service sans disposer au préalable d'un compte bancaire. Les services bancaires mobiles qui utilisent le téléphone portable comme un simple canal d'accès supplémentaire à des produits bancaires traditionnels ou les services de paiement liés à un compte bancaire existant ou à une carte de crédit, comme Apple Pay ou Google Wallet, ne sont pas inclus ;
- Le service doit offrir une interface permettant aux clients ou aux agents d'effectuer des transactions à partir de téléphones portables basiques.

Assurance mobile

L'assurance mobile utilise la téléphonie mobile pour offrir des services de micro-assurance aux personnes peu ou pas bancarisées. Le programme Mobile Money de la GSMA suit les services d'assurance mobile qui répondent aux critères suivants :

- Le service doit permettre aux souscripteurs de gérer leurs risques en offrant la garantie d'une indemnisation dans les cas spécifiés de perte, dommage, maladie ou décès ;
 - Le service doit permettre aux personnes non bancarisées de souscrire facilement des contrats d'assurance au moyen d'un téléphone portable. Les services qui utilisent le téléphone portable comme simple canal d'accès supplémentaire aux clients d'une compagnie d'assurance pour accéder à un produit traditionnel d'assurance ne sont pas inclus.
 - Le service doit offrir une interface permettant aux clients ou aux agents d'initier des transactions à partir de téléphones portables basiques.
-

Compte d'argent mobile

Un compte d'argent électronique ouvert auprès d'un émetteur d'argent électronique et principalement accessible au moyen d'un téléphone portable. Dans certains pays, les comptes d'argent électroniques peuvent ressembler à des comptes bancaires classiques, mais relèvent d'un cadre réglementaire différent car ils sont utilisés à d'autres fins (en remplacement par exemple de l'argent liquide ou d'une valeur conservée pour faciliter des services transactionnels).

Un compte d'argent mobile actif est un compte qui a été utilisé pour réaliser au moins une transaction sur une période donnée (généralement 30 ou 90 jours).

**Compte séquestre
(ou en fiducie)**

Pour s'assurer que l'argent des clients reste disponible lorsqu'ils veulent le retirer, les autorités réglementaires exigent généralement que les prestataires non bancaires d'argent mobile conservent sur un compte bancaire des liquidités d'un montant égal à celui de l'argent émis sous forme électronique. Ces fonds sont généralement regroupés et conservés par une ou plusieurs banques au nom de l'émetteur (ou du fiduciaire nommé par l'émetteur). Le ou les comptes sur lesquels les fonds sont regroupés sont appelés comptes séquestres (ou compte en fiducie lorsque l'émetteur a désigné un fiduciaire). Dans les pays dont la tradition juridique s'inspire du droit coutumier, les fonds sont généralement conservés en fiducie pour le compte des utilisateurs de l'argent mobile. Dans les pays où le concept de fiducie n'existe pas, les utilisateurs de l'argent mobile ont généralement un droit de revendication de ces fonds au titre du droit des contrats.

Coupon Argent envoyé sous forme de transfert hors-réseau à partir d'un compte d'argent mobile vers un bénéficiaire non enregistré, accompagné d'un code permettant à celui-ci de retirer les fonds auprès d'un agent. Parfois également appelé jeton.

Crédit mobile Le crédit mobile utilise la téléphonie mobile pour offrir des services de crédit aux personnes peu ou pas bancarisées. Le programme *Mobile Money* de la GSMA suit les services de crédit mobile qui répondent aux critères suivants :

- Le service permet à ses souscripteurs d'emprunter une certaine somme d'argent qu'ils s'engagent à rembourser dans un délai déterminé ;
 - Le service doit permettre aux personnes non bancarisées de solliciter un prêt et de le rembourser plus facilement au moyen d'un téléphone portable. Les produits ou services de crédit téléphonique qui utilisent le téléphone portable comme un simple canal d'accès supplémentaire à un produit de crédit traditionnel ne sont pas inclus ;
 - Le service doit offrir une interface permettant aux clients ou aux agents d'initier des transactions à partir de téléphones portables basiques.
-

Dépôt d'espèces Processus par lequel un client alimente son compte d'argent mobile en espèces. Cette transaction est généralement effectuée par l'intermédiaire d'un agent qui encaisse l'argent liquide et crédite le compte d'argent mobile du client du même montant sous forme d'argent électronique.

Écosystème de l'argent mobile L'écosystème de l'argent mobile comprend les prestataires de services d'argent mobile et toutes les autres organisations susceptibles de bénéficier de ces services, que ce soit en tant que moyen de paiement ou pour utiliser les comptes d'argent mobile. Il facilite les transactions en provenance de différents secteurs tels que le commerce de détail, les services aux collectivités, la santé, l'éducation, l'agriculture et les transports, ainsi que l'assurance, l'épargne et le crédit.

Épargne mobile

L'épargne mobile utilise la téléphonie mobile pour offrir des services d'épargne aux personnes peu ou pas bancarisées. Le programme *Mobile Money* de la GSMA suit les services d'épargne mobile qui répondent aux critères suivants :

- Le service permet à ses souscripteurs d'épargner de l'argent sur un compte garantissant la sécurité du principal, et dans certains cas, le versement d'intérêts ;
- Le service doit permettre aux personnes non bancarisées d'épargner de l'argent au moyen d'un téléphone portable. Les services qui utilisent le téléphone portable comme simple canal d'accès supplémentaire à un compte d'épargne classique ne sont pas inclus ;
- Le service doit offrir une interface permettant aux clients ou aux agents d'effectuer des transactions à partir de téléphones portables basiques.

Encaisse (*float*)

L'encours d'argent électronique, d'argent liquide ou de dépôts sur un compte bancaire auquel un agent a immédiatement accès pour répondre aux demandes d'achat ou de vente d'argent électronique (correspondant respectivement à des dépôts ou retraits d'espèces).

Gestion de la liquidité

La gestion des encours d'argent liquide et d'argent électronique détenus par un agent de l'argent mobile en vue de répondre aux demandes d'achat et de vente d'argent électronique des clients (correspondant respectivement à des dépôts ou retraits d'espèces). Le principal indicateur de mesure de la liquidité d'un agent est le total de son encours d'argent électronique et de ses encaisses d'argent liquide.

Interopérabilité

La possibilité pour les clients d'effectuer des transferts d'argent entre deux comptes d'argent mobile appartenant à des services différents, ou de transférer de l'argent entre des comptes d'argent mobile et des comptes bancaires. À ce jour, on compte sept marchés sur lesquels les ORM ont réalisé l'interopérabilité de leurs services d'argent mobile.

Lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme (AML/CFT: *Anti-money Laundering/Combating the Financing of Terrorism*)

Un ensemble de règles, généralement promulguées par les banques centrales, qui visent à empêcher ou à détecter l'utilisation des services financiers à des fins de blanchiment de capitaux ou de financement du terrorisme. L'organe mondial de définition des normes d'AML/CFT est le Groupe d'action financière internationale (GAFI).

Obligations de vigilance à l'égard des clients (ou KYC, de l'anglais <i>Know-Your-Customer</i>)	Les établissements financiers et les prestataires de services financiers réglementés ont l'obligation réglementaire de respecter des formalités de vérification de l'identité de leurs clients. Ce terme désigne également les réglementations régissant ces formalités. Le GAFI recommande une approche adaptée au niveau du risque des formalités de lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme (AML/CFT). En raison de l'absence sur certains marchés de pièces d'identité formelles, des formalités adaptées en fonction des montants en jeu ou l'adaptation des documents d'identité jugés acceptables peuvent faciliter l'adoption de l'argent mobile par les clients et améliorer l'inclusion financière, notamment dans les zones rurales.
Opérateur de réseau mobile (ORM)	Une société titulaire d'une licence délivrée par un gouvernement lui conférant le droit d'offrir des services de télécommunication au moyen d'appareils portables.
Opérateur de transferts de fonds (OTF)	Une société titulaire d'une licence délivrée par un gouvernement lui conférant le droit d'offrir des services de transfert d'argent.
Paie ment de facture	Un paiement réalisé par une personne à partir de son compte d'argent mobile ou au guichet d'un agent en faveur d'un facturier par le biais d'une plateforme d'argent mobile en contrepartie de services fournis.
Paie ment groupé	Un paiement réalisé par une organisation en faveur d'un groupe de personnes directement sur leurs comptes d'argent mobile par le biais d'une plateforme d'argent mobile. Exemple : versements de salaires sur les comptes d'argent mobile des salariés d'une organisation (B2P: <i>business to person</i> – entreprise à particulier), versements fait par un gouvernement sur le compte d'argent mobile des bénéficiaires (G2P : <i>government to person</i>), ou versements réalisés par des organismes de développement vers leurs bénéficiaires (D2P : <i>donor to person</i>).
Paie ment G2P (de l'anglais <i>government to person</i>)	Un versement en provenance d'un gouvernement sur le compte d'argent mobile d'une personne.
Paie ment marchand	Un paiement effectué à partir d'un compte d'argent mobile vers un commerce de détail ou un commerce en ligne pour l'achat de biens ou services.
Personne non bancarisée	Une personne non titulaire d'un compte bancaire ou d'un compte transactionnel auprès d'un établissement financier formel.

Personne sous bancarisée

Une personne pouvant être titulaire d'un compte transactionnel de base auprès d'un établissement financier formel, mais dont les besoins financiers ne sont pas complètement ou adéquatement satisfaits.

Plateforme

Les équipements et les logiciels qui permettent d'offrir un service d'argent mobile.

Point de service

En matière d'argent mobile, les points de service sont les lieux où un ou plusieurs agents de l'argent mobile sont sous contrat pour faciliter les transactions des utilisateurs. Parmi celles-ci, les plus importantes sont les dépôts et retraits d'espèces (afin de convertir de l'argent liquide en argent électronique, et vice-versa) ; les agents sont également souvent chargés d'enregistrer les nouveaux clients. Ils perçoivent généralement des commissions pour la réalisation de ces services. Étant le point de contact humain du service d'argent mobile, ils fournissent aussi souvent des services d'accueil de la clientèle, comme par exemple la formation des nouveaux clients sur la façon de réaliser des opérations à partir de leur téléphone. Les agents exercent en général d'autres activités en parallèle de l'argent mobile. La nature des personnes physiques ou morales pouvant exercer la fonction d'agent est parfois réglementée, mais des petits commerçants, des institutions de micro-finance, des magasins de chaîne ou des agences bancaires exercent cette fonction sur certains marchés. Certains acteurs du secteur préfèrent employer le terme « détaillant » ou « revendeur » pour décrire la fonction afin d'éviter certaines connotations juridiques attachées au terme « agent » dans d'autres secteurs.

Un agent actif est un agent ayant réalisé au moins une transaction d'argent mobile au cours des 30 jours précédents.

Point de vente (PDV)

Un commerce de détail où des paiements sont effectués pour l'achat de biens ou de services. Un TPV (terminal de point de vente) désigne l'équipement spécialisé utilisé pour accepter des paiements, comme par exemple un lecteur de cartes.

**Réglementation
habilitante**

Une « approche réglementaire habilitante » de l'argent mobile est une approche dans laquelle les règles établies par le régulateur⁵⁷:

- autorisent l'émission de monnaie électronique (ou de son équivalent)⁵⁸ par des prestataires non bancaires en autorisant ceux-ci à :
 - obtenir un agrément direct, OU
 - à créer une filiale pour cette activité, OU
 - faire la demande d'une licence bancaire de paiements (ou équivalent), OU
 - à offrir leur service d'argent mobile au titre d'une lettre d'absence d'objection adressée au prestataire non bancaire ou à sa banque partenaire, dans l'attente de l'adoption d'une réglementation spécifique
- ET imposent des exigences de capital initiales et permanentes proportionnées aux risques présentés par l'activité d'argent électronique
- ET les autorisent à utiliser des agents pour les opérations de dépôt et retrait d'espèces
- ET ne prescrivent pas la mise en œuvre de modèles spécifiques d'interopérabilité sans autoriser une approche issue du marché.

Régulateur

Dans le contexte de l'argent mobile, ce terme désigne généralement l'autorité de tutelle des établissements financiers au sein d'un pays donné – généralement la banque centrale ou une autre autorité financière.

Retrait d'espèces

Le processus par lequel un client retire de l'argent liquide à partir de son compte d'argent mobile. Cette transaction est généralement effectuée par l'intermédiaire d'un agent qui remet l'argent liquide au client en échange d'un transfert d'argent mobile en provenance du compte d'argent mobile du client.

Services au guichet

Certains services d'argent mobile sont offerts principalement sous forme d'opérations au guichet (ou OTC, de l'anglais *over-the-counter*). Dans ce cas, c'est un agent de l'argent mobile qui réalise les opérations pour le compte des clients, qui n'ont pas besoin d'être titulaires d'un compte d'argent mobile pour utiliser le service.

57. Ces règles peuvent être codifiées ou énoncées dans des « lettres d'absence d'objection » individuelles.

58. Dans certains cas, les autorités réglementaires peuvent autoriser les prestataires à offrir ces services sous un autre nom, comme par exemple « argent mobile », « paiement mobile » ou « dépôt électronique ».

Services financiers informels	Les services financiers offerts par des entités non réglementées, comme par exemple les collectes <i>susu</i> au Ghana, les prêts usuraires, les groupements d'épargne, etc.
Services financiers mobiles	L'utilisation d'un téléphone portable pour accéder à des services financiers et réaliser des opérations financières. L'argent mobile, l'assurance mobile, le crédit mobile et l'épargne mobile sont des services financiers mobiles.
TPV	Voir « Point de vente ».
Transfert (ou virement) d'un compte d'argent mobile vers un compte bancaire	Un transfert d'argent réalisé du compte d'argent mobile d'un client directement vers un compte bancaire. Cette transaction nécessite habituellement une entente commerciale et une intégration technique entre la banque et le prestataire d'argent mobile pour permettre les transferts A2A (de l'anglais <i>account-to-account</i> : de compte à compte).
Transfert (ou virement) d'un compte bancaire vers un compte d'argent mobile	Un transfert d'argent réalisé du compte bancaire d'un client directement vers son compte d'argent mobile. Cette transaction nécessite habituellement une entente commerciale et une intégration technique entre la banque et le prestataire d'argent mobile pour permettre les transferts A2A.
Transfert hors réseau	Les transferts effectués par des utilisateurs enregistrés de l'argent mobile en faveur d'utilisateurs non enregistrés sont généralement appelés des transferts hors réseau. Certains services peuvent appeler ces transferts des bons, des coupons ou des jetons. L'argent électronique reçu doit alors être retiré en espèces auprès d'un agent du réseau de l'émetteur (en contrepartie du bon/coupon). Les transferts entre comptes appartenant à deux services d'argent mobile différents, mais interconnectés, sont également parfois appelés « transferts hors réseau », bien que dans ce rapport, ils soient identifiés par le terme « transferts A2A inter-réseaux ».
Transfert international	Un transfert d'argent transfrontalier entre deux personnes. Cette transaction peut prendre la forme d'un virement direct d'argent mobile ou être effectuée par le biais d'un organisme intermédiaire comme Western Union par exemple.

Transfert P2P
(person-to-person)

Un transfert d'argent réalisé par une personne en faveur d'une autre personne.

Utilisateurs non
enregistrés

Les utilisateurs non enregistrés comprennent à la fois les personnes effectuant des opérations au guichet dans le cas de services OTC et les bénéficiaires non enregistrés de transferts P2P hors réseau dans le cas de services reposant sur des comptes individuels.



Annexe C – Figures & encadrés



FIGURES

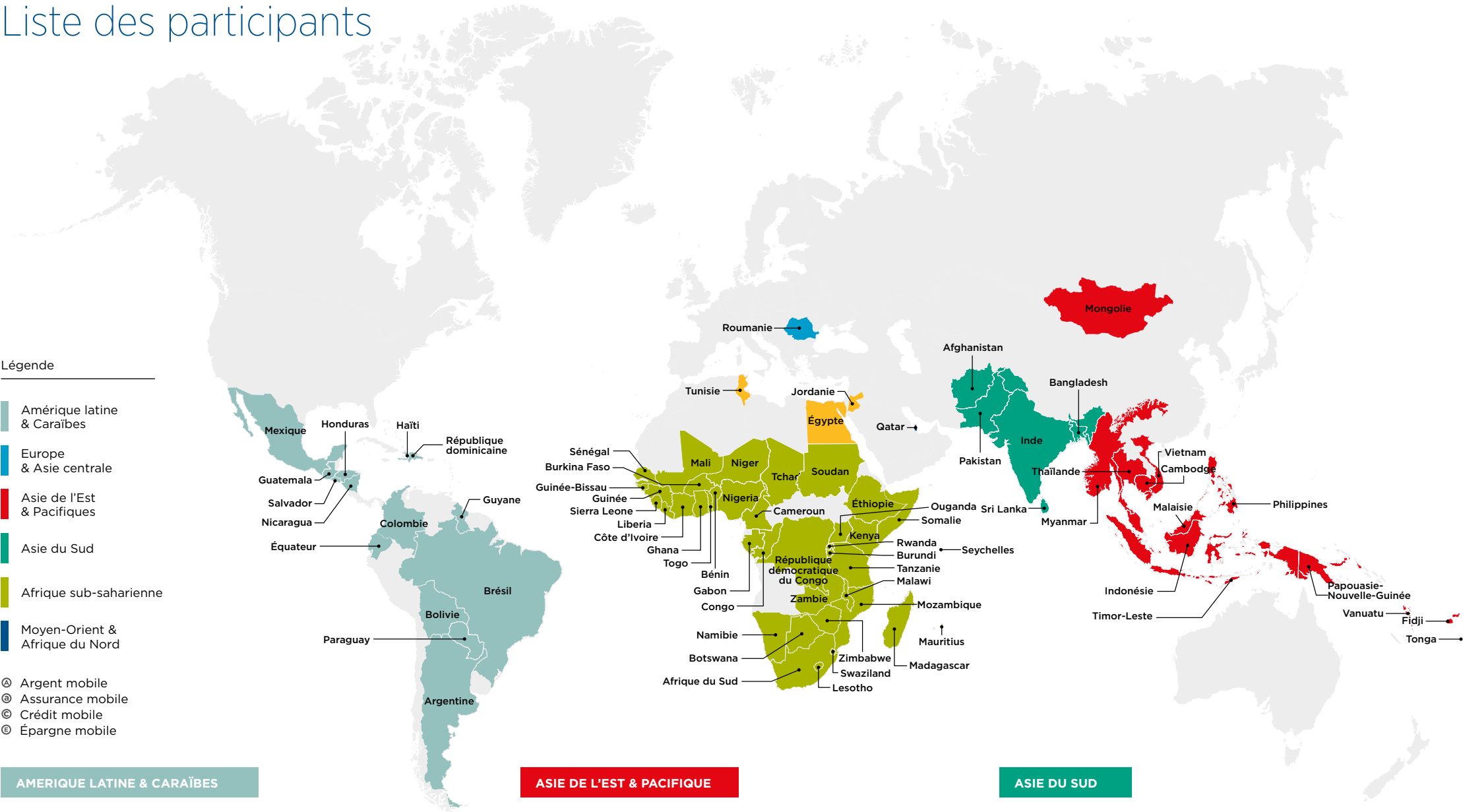
- Figure 1** Nombre de services d'argent mobile en activité par région (2001-2015, en fin d'année), page 13
- Figure 2** Pourcentage de marchés en développement ayant au moins un service d'argent mobile, par région et par niveau de revenu (décembre 2015), page 13
- Figure 3** Nombre de services d'argent mobile en activité et interopérables par pays (décembre 2015), page 16
- Figure 4** Corridors en activité pour les initiatives de transferts transfrontaliers d'argent mobile (décembre 2015), page 18
- Figure 5** Différence de taux de croissance annuel entre agents actifs et agents enregistrés, par région (décembre 2015), page 23
- Figure 6** Accès au haut-débit mobile sur les marchés émergents, page 27
- Figure 7** Accès aux services bancaires et adoption des téléphones intelligents, par pays (2015 par rapport à 2020), page 29
- Figure 8** Nombre de comptes clients enregistrés et actifs (sur 90 jours) par région (décembre 2015), page 35
- Figure 9** Mix produit mondial en volume et en montant (décembre 2015), page 46
- Figure 10** Un mois dans la vie d'un client actif moyen, page 47
- Figure 11** Aperçu de l'écosystème de l'argent mobile (décembre 2015), page 48
- Figure 12** Part de l'argent mobile dans le chiffre d'affaires des ORM (2013 – 2015), page 62
- Figure 13** Pourcentage de crédit téléphone vendu via l'argent mobile (2013 – 2015), page 66
- Figure 14** Investissements des prestataires dans l'argent mobile en 2015, page 66



ENCADRÉS

- Encadré 1** Typologie des marchés d'Amérique latine et des Caraïbes, page 14
- Encadré 2** Coup de projecteur sur l'offre en milieu rural : les enseignements du Mali et du Tchad, page 26
- Encadré 3** UX et sécurité : les clés pour exploiter le potentiel des applications, page 31
- Encadré 4** Accélérer l'inclusion financière au moyen de l'argent mobile : les données Global Findex 2014 de la Banque mondiale, page 36
- Encadré 5** Rendre les politiques et réglementations plus favorables aux femmes, page 40
- Encadré 6** Services au guichet, téléphones intelligents et l'avenir de l'argent mobile, page 43
- Encadré 7** Paiements groupés : les conditions préalables au lancement, page 50
- Encadré 8** Paiements marchands : études de cas au Pakistan et au Ghana, page 52
- Encadré 9** Le traitement réglementaire des intérêts perçus sur le *float* ou sur les comptes en fiducie, page 64

Annexe D –
Liste des participants



Légende

- Amérique latine & Caraïbes
- Europe & Asie centrale
- Asie de l'Est & Pacifiques
- Asie du Sud
- Afrique sub-saharienne
- Moyen-Orient & Afrique du Nord

Ⓐ Argent mobile
Ⓑ Assurance mobile
Ⓒ Crédit mobile
Ⓓ Épargne mobile

AMERIQUE LATINE & CARAÏBES

- ARGENTINE**
Sicom Ⓐ

BOLIVIE
Tigo (Millicom) Ⓐ

BRÉSIL
TIM Ⓐ Vivo (Telefónica) Ⓐ Oi Ⓐ
Olha Conta Ⓐ

COLOMBIE
DaviPlata Ⓐ

RÉPUBLIQUE DOMINCAINE
Orange Ⓐ

ÉQUATEUR
Banco Central de Ecuador Ⓐ

SALVADOR
Tigo (Millicom) Ⓐ

GUATEMALA
Tigo (Millicom) Ⓐ
- GUYANE**
Guyana Telephone and Telegraph Company (GT&T) Ⓐ

HAÏTI
Digicel Ⓐ Haitipay Ⓐ BIMA Ⓐ

HONDURAS
Tigo (Millicom) Ⓐ BIMA Ⓐ

MEXIQUE
eZuza Ⓐ
Telcel (América Móvil) Ⓐ

NICARAGUA
mPeso Ⓐ

PARAGUAY
Tigo (Millicom) ⒶⒷ BIMA Ⓐ

ASIE DE L'EST & PACIFIQUE

- CAMBODGE**
WING Ⓐ BIMA Ⓐ

FIDJI
Digicel Ⓐ

INDONÉSIE
Indosat (Ooredoo) Ⓐ BIMA Ⓐ

MALAISIE
Digi Telecommunications Ⓐ
Telenor Ⓐ

MYANMAR
myKyat Ⓐ

MONGOLIE
MobiCom Ⓐ

PAPOUSIE-NOUVELLE-GUINÉE
Nationwide Microbank ⒶⒷ
BIMA Ⓐ
- PHILIPPINES**
Smart (PLDT) Ⓐ

THAÏLANDE
AIS Ⓐ

TIMOR-LESTE
BNU (Banco Nacional Ultramarino) Ⓐ

TONGA
Digicel Ⓐ

VANUATU
Digicel Ⓐ

VIETNAM
mService Ⓐ

ASIE DU SUD

- AFGHANISTAN**
Roshan (TDCA) Ⓐ MSDA Ltd. Ⓐ

BANGLADESH
banglalink (Global Telecom) Ⓐ
Dutch-Bangla Bank Limited Ⓐ
Trust Bank Ⓐ Grameenphone (Telenor) ⒶⒷ Robi (Axiata) ⒶⒷ bKash ⒶⒷⒷ BIMA Ⓐ
MicroEnsure Ⓐ

INDE
My Mobile Payments Ltd (MMPL) Ⓐ Eko ⒶⒷ
- PAKISTAN**
Habib Bank Limited Ⓐ Telenor Ⓐ
Ⓑ Mobilink (Global Telecom) Ⓐ
UBL Bank ⒶⒷ Ufone (PTCL) Ⓐ
United Bank Limited Ⓐ
MicroEnsure Ⓐ Easypaisa Ⓐ
Mobilink Ⓐ

SRI LANKA
Dialog (Axiata) Ⓐ BIMA Ⓐ
Mobitel (Sri Lanka Telecom) Ⓐ

AFRIQUE SUB-SAHARIENNE

- AFRIQUE DU SUD**
MTN Ⓐ Vodacom Ⓐ

BENIN
Moov (Etisalat) Ⓐ

BOTSWANA
Orange Ⓐ

BURKINA FASO
Airtel (Bharti Airtel) Ⓐ
MicroEnsure Ⓐ

CAMEROUN
MTN Ⓐ Orange Ⓐ

CONGO
Airtel (Bharti Airtel) Ⓐ

CONGO (RÉPUBLIQUE DÉMOCRATIQUE DU)
Tigo (Millicom) Ⓐ
Airtel (Bharti Airtel) Ⓐ

CÔTE D'IVOIRE
Qash Services Ⓐ
Orange Ⓐ MTN Ⓐ

GHANA
MTN Ⓐ Tigo (Millicom) Ⓐ
Airtel (Bharti Airtel) ⒶⒷⒷⒷ
BIMA Ⓐ MicroEnsure Ⓐ

GUINÉE
MTN Ⓐ Orange (Sonatel) Ⓐ

GUINÉE-BISSAU
MTN Ⓐ

KENYA
Safaricom ⒶⒷⒷ MicroEnsure Ⓐ
Airtel (Bharti Airtel) Ⓐ
MobiKash Afrika ⒶⒷ Airtel Networks Kenya Limited ⒷⒷ

LESOTHO
Vodafone Ⓐ

LIBERIA
Lonestar (MTN) Ⓐ

MADAGASCAR
Orange Ⓐ
Airtel (Bharti Airtel) ⒶⒷ
MicroEnsure Ⓐ

MALAWI
Airtel (Bharti Airtel) Ⓐ
MicroEnsure Ⓐ
- MALI**
Orange (Sonatel) Ⓐ

MAURICE
BIMA Ⓐ

NIGER
Orange Ⓐ MicroEnsure Ⓐ

NIGERIA
Cellulant Ltd ⒶⒷⒷ
Teasy Mobile Ⓐ MicroEnsure Ⓐ
MTN Ⓐ

OUGANDA
Airtel (Bharti Airtel) Ⓐ MTN ⒶⒷ
UT Mobile (Uganda Telecom) Ⓐ
Uganda Telecom Limited Ⓐ

RWANDA
Tigo (Millicom) Ⓐ MTN ⒶⒷ
Airtel (Bharti Airtel) ⒶⒷ Tigo Ⓐ

TCHAD
Tigo (Millicom) Ⓐ
Airtel (Bharti Airtel) Ⓐ

SÉNÉGAL
Orange (Sonatel) Ⓐ BIMA Ⓐ
Tigo (Millicom) Ⓐ

SEYCHELLES
Airtel (Bharti Airtel) Ⓐ

SOMALIE
Telesom, Somaliland Ⓐ

SOUDAN
Bank of Khartoum Ⓐ MTN Ⓐ

SWAZILAND
MTN Ⓐ

TANZANIE
Tigo (Millicom) Ⓐ
Vodacom ⒶⒷⒷ
Airtel (Bharti Airtel) Ⓐ BIMA Ⓐ

ZAMBIE
Zoon Ⓐ MTN Ⓐ Airtel (Bharti Airtel) Ⓐ MicroEnsure Ⓐ

ZIMBABWE
Telecel Zimbabwe ⒶⒷ
NetOne Ⓐ

MOYEN-ORIENT & AFRIQUE DU NORD

- ÉGYPTE**
Mobinil Ⓐ

JORDANIE
Zain Ⓐ
- QATAR**
Ooredoo Ⓐ

TUNISIE
Tunisiana (Wataniya) Ⓐ
Ooredoo Ⓐ

EUROPE & ASIE CENTRALE

- ROUMANIE**
Vodafone Ⓐ



Pour l'intégralité du rapport, visitez le site GSMA
Mobile Money à www.gsma.com/mobilemoney

SIÈGE DE LA GSMA

Floor 2
The Walbrook Building
25 Walbrook
London EC4N 8AF
United Kingdom
Tel: +44 (0)20 7356 0600
Fax: +44 (0)20 7356 0601

