

GSMA



**LE POINT SUR LE SECTEUR :
LES SERVICES DE MOBILE
MONEY DANS LE MONDE
RAPPORT
2023**

GSMA

La GSMA est une organisation mondiale qui rassemble l'écosystème de la téléphonie mobile afin de découvrir, de développer et d'offrir des innovations fondamentales qui favorisent des conditions commerciales et des changements sociétaux positifs. Notre vision consiste à exploiter toute la puissance de la connectivité pour le bien des consommateurs, du secteur et de la collectivité. Représentant les opérateurs de téléphonie mobile et des entreprises de l'ensemble de l'écosystème du mobile et des secteurs connexes, la GSMA travaille pour ses membres dans le cadre de trois grands piliers : Connectivité pour le bien, Services et solutions pour le secteur et Sensibilisation. Son action consiste ainsi à faire évoluer les politiques publiques, à s'attaquer aux grands défis sociétaux d'aujourd'hui, à soutenir la technologie et l'interopérabilité qui font fonctionner la téléphonie mobile et à offrir la principale plateforme mondiale de rassemblement de l'écosystème mobile à l'occasion des événements MWC et M360.

Pour en savoir davantage, veuillez visiter le site officiel de la GSMA à l'adresse suivante : gsma.com

Suivez la GSMA sur Twitter : @GSMA

Mobile Money

Le programme Mobile Money de la GSMA collabore avec le secteur pour mettre la finance numérique au service de tous.

Pour en savoir davantage, veuillez nous contacter :

Site web : www.gsma.com/mobilemoney

Twitter : @GSMAMobileMoney

E-mail : mobilemoney@gsma.com

BILL & MELINDA GATES *foundation*

LE PROGRAMME MOBILE MONEY BÉNÉFICIE DU SOUTIEN DE LA FONDATION BILL & MELINDA GATES.

Auteurs

Le rapport Le point sur le secteur : les services de mobile money – 2023 a été préparé par l'équipe Data & Insights du programme Mobile Money de la GSMA. L'équipe était composée d'Aramé Awanis, Christopher Lowe, Devyn Holliday et Gianluca Storchi, sous la direction de Rishi Raithatha.

Le soutien marketing a été apporté par Ana Forjaz et Vincent Keung. La gestion de projet a été assurée par Duncan Ramsbotham.

Contributeurs

Abbie Phatty-Jobe, Ashley Olson Onyango, Brenda Cheyech, Dominica Lindsey, Isabelle Carboni, Kennedy Kipkemboi Sawe, Leila Guici, Mary Gichuki, Matthew Downer, Max Cuvellier, Nigham Shahid, Saad Farooq, Winnie Wambugu et Zach White.

Contributeurs externes

Ipsos, Leora Klapper (Banque mondiale) et Vibhor Jain (consultant indépendant).

Pour en savoir davantage, visitez le site gsma.com/sotir



Avant-propos de Mats Granryd

Directeur général de la GSMA et membre du conseil d'administration.

Les services de mobile money se développent dans le monde entier, et ils le font rapidement. S'il a fallu 17 ans au secteur pour atteindre 800 millions de clients, il ne lui en a fallu que cinq de plus pour en atteindre le double, dont la moitié qui se sont ajoutés pendant la pandémie. On compte aujourd'hui près de 1,6 milliard de comptes enregistrés, ce qui est absolument remarquable.

L'année 2022 a permis de faire ressortir clairement l'importance des services de mobile money lors de la pandémie de Covid-19, pendant laquelle ils ont permis à des millions d'habitants des pays à revenu faible ou intermédiaire d'accéder à des services financiers numériques. Dans bien des cas, il s'agissait de nouveaux utilisateurs qui se servent désormais de ces services pour leurs besoins quotidiens.

Nos données montrent que l'usage des paiements numériques imposé par la pandémie est resté une habitude, qui se traduit dans de nombreux pays par une croissance des opérations de mobile money supérieure à celle des nouveaux comptes. Cette tendance est très encourageante alors que nous poursuivons nos efforts pour faire progresser l'inclusion financière dans le monde entier.

Les changements réglementaires intervenus sur plusieurs grands marchés ont été l'un des principaux facteurs de croissance du mobile money au cours des dernières années. Au Nigeria par exemple, les nouvelles licences ont permis l'émergence de nombreux nouveaux acteurs sur ce marché, qui s'est accompagnée d'une augmentation de 41 % du nombre d'agents enregistrés. En plus de créer des emplois pour des millions de nouveaux agents, les services de mobile money sont désormais plus largement accessibles à la population de la plus grande économie d'Afrique.

Il est également encourageant de constater que le mobile money continue de favoriser une plus grande égalité entre hommes et femmes en matière d'inclusion financière. D'après les

statistiques de la Banque mondiale, les femmes sont désormais plus nombreuses que les hommes à posséder un compte de mobile money dans au moins sept pays d'Afrique subsaharienne. Bien qu'il reste encore beaucoup à faire dans ce domaine, il s'agit d'une avancée extrêmement positive : l'accès à la téléphonie mobile et aux services de mobile money permet aux femmes d'accroître leur indépendance économique et leur pouvoir de décision sur le plan financier.

Le mobile money contribue clairement à faire progresser l'inclusion financière dans le monde. À mesure que le secteur poursuit son développement, il offre à près de 1,4 milliard de personnes non bancarisées la possibilité d'accéder enfin à des services financiers formels.

Dans un environnement mondial de plus en plus complexe, marqué par des chocs naturels, humanitaires et financiers sans précédent, il est plus important que jamais de renforcer la résilience. Nos données montrent que les personnes équipées d'un compte de mobile money ont un taux d'épargne comparable à celui des titulaires de comptes bancaires, ce qui leur permet de mieux résister aux chocs lorsque ceux-ci surviennent.

En un peu plus de 17 ans, le secteur du mobile money est passé d'une offre de niche à un service financier largement répandu qui a transformé le quotidien de plus d'un milliard de personnes. L'ampleur et la profondeur de cet impact ne sauraient être sous-estimées. Alors que nous nous efforçons de bâtir un avenir durable et résilient dans lequel chacun est connecté, il est absolument vital que nous continuions à concevoir des services financiers sûrs et sécurisés qui s'adressent à tous.

Mats Granryd

Directeur général de la GSMA et membre du conseil d'administration.



SOMMAIRE

Résumé	5
Les services de mobile money en 2022	8
Aperçu mondial	9
Croissance par région	10
Les services de mobile money dans un monde post-COVID	13
Les événements marquants du secteur en 2022	24
Les moteurs du développement de l'écosystème et de la viabilité commerciale	25
Données Global Findex 2021 sur les services de mobile money	38
Les tendances réglementaires et politiques de 2022	42
Comblant les écarts entre hommes et femmes	52
Les bases d'un impact socio-économique durable	65
Annexes	74

Résumé

Le mobile money est désormais considéré comme un service financier courant dans un grand nombre de pays

Pendant la pandémie de COVID-19, le mobile money (à savoir les services financiers basés sur la téléphonie mobile) a permis à des millions d'habitants des pays à revenu faible ou intermédiaire (PRFI) d'accéder à des services financiers numériques qui répondent à leurs besoins quotidiens. Même si l'impact de la pandémie s'est désormais atténué, la croissance des services de mobile money en 2022 est restée supérieure aux niveaux observés avant la pandémie. L'usage des paiements numériques initialement imposé par la pandémie est resté une habitude pour beaucoup. Dans de nombreux pays, il affiche désormais un taux de croissance supérieur à celui des nouveaux enregistrements, ce qui montre que le marché du mobile money arrive à maturité dans un nombre croissant de pays.

La pandémie elle-même a entraîné un développement significatif des services et des comptes de mobile money dans le monde. Les données de l'enquête annuelle de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money e montrent ainsi que les comptes enregistrés et les comptes actifs sur 30 jours ont augmenté plus rapidement que prévu en 2019. La pandémie est ainsi responsable en partie des 400 millions de comptes supplémentaires enregistrés entre 2019 et 2022. Ce chiffre est supérieur d'au moins 30 % aux prévisions de 2019. Les mesures de confinement et les restrictions de déplacement liées à la pandémie ont stimulé l'usage des paiements numériques, y compris les services de mobile money, dans le monde entier.

Le rapport Le point sur le secteur : les services de mobile money - 2023 s'intéresse à la croissance du mobile money dans le monde de l'après-pandémie. Il en présente les implications pour les prestataires de services de mobile

money, les réseaux d'agents et les millions de clients nouveaux ou existants qui ont choisi d'utiliser ces services en 2022.

L'adoption et l'usage actif des services continuent d'augmenter

Le nombre de comptes enregistrés a augmenté de 13 % sur un an, passant de 1,4 milliard en 2021 à 1,6 milliard en 2022. Cette croissance s'explique en partie par des changements réglementaires en Afrique subsaharienne, notamment au Nigeria et en Éthiopie, qui ont entraîné un développement rapide des services de mobile money. Les comptes actifs sur 30 jours affichent un taux de croissance annuel équivalent, alimenté principalement par l'Afrique subsaharienne. Les clients sont de plus en plus nombreux à faire un usage plus fréquent des services de mobile money sur l'ensemble des cas d'utilisation.

Les transactions numériques augmentent tandis que la part des espèces diminue

Le montant total des transactions a augmenté de 22 % sur un an, passant de 1 000 milliards de dollars en 2021 à près de 1 260 milliards de dollars en 2022. La part des transactions ayant une contrepartie en espèces a toutefois diminué, les opérations de remise ou de retrait d'espèces reculant de près de deux points de pourcentage dans le mix global. Cette évolution s'explique par l'augmentation significative des transactions numériques, notamment les opérations de virement avec des banques et les paiements de factures.

Les montants journaliers de transactions sont supérieurs aux prévisions

En 2020, le montant journalier des opérations de mobile money avait dépassé les deux milliards de dollars. Le rapport Le point sur le secteur : les services de mobile money de 2021 (couvrant les données de 2020) prévoyait que ce chiffre atteindrait 3 milliards de dollars à la fin de 2022. Cette prévision été dépassée,

avec 3,45 milliards de dollars de transactions réalisées quotidiennement au moyen du mobile money en 2022.

Le développement des réseaux d'agents continue de stimuler l'expansion du secteur

Le nombre d'agents est passé de 12 millions en 2021 à près de 17 millions en 2022, ce qui représente une augmentation considérable de 41 % sur un an. Cette augmentation provient en grande partie du Nigeria, où la libéralisation du cadre réglementaire a entraîné une forte croissance du nombre de prestataires de services de mobile money. Ces agents jouent un rôle important dans les services de mobile money et ont traité deux tiers de l'ensemble des opérations de remises en espèces en 2022.

Les femmes dans les PRFI sont 28 % moins susceptibles que les hommes de posséder un compte d'argent mobile

Les femmes sont plus nombreuses que jamais à avoir un compte de mobile money et à l'utiliser dans les mêmes proportions que les hommes sur 30 jours. Cependant, il existe toujours un décalage entre hommes et femmes en ce qui concerne le taux de possession d'un compte de mobile money, qui s'est même récemment creusé dans des pays comme le Nigeria et le Pakistan. L'un des principaux obstacles à la réduction de cet écart est l'accès à la téléphonie mobile : l'augmentation des taux de possession d'un téléphone portable permettrait de stimuler l'adoption des services de mobile money chez les femmes. Parmi les autres mesures susceptibles de réduire les écarts entre hommes et femmes dans le mobile money, on peut citer le renforcement des compétences numériques des femmes, la sensibilisation aux avantages du mobile money et la lutte contre les normes sociales et autres barrières qui les empêchent d'en profiter.

Le paiement de factures se développe plus rapidement que d'autres cas d'utilisation

En 2022, les paiements de factures ont augmenté de 36 % par rapport à l'année précédente, se classant ainsi au troisième rang des opérations les plus courantes après les

transferts de personne à personne (P2P) et les opérations de remises et retraits en espèces.

Près de 97 % des prestataires de services de mobile money interrogés en 2022 proposaient ce service. Cette croissance s'explique en partie par une plus grande intégration entre ces prestataires et les émetteurs de factures, notamment les distributeurs d'électricité. L'augmentation actuelle des prix de l'énergie dans de nombreux pays a conduit plusieurs destinataires des paiements de factures réalisés au moyen du mobile money.

Les transferts internationaux restent portés par la croissance induite par la pandémie

En 2022, les envois de fonds internationaux effectués au moyen du mobile money ont augmenté de 28 % par rapport à l'année précédente. Pendant la pandémie, les diasporas du monde entier ont envoyé plus d'argent que jamais à leurs proches au moyen du mobile money, ce qui s'était traduit par une forte augmentation des envois de fonds internationaux en 2020 et 2021, les utilisateurs appréciant l'efficacité, la rapidité, la sécurité et, surtout, le rapport qualité/prix de ce service. Cette tendance s'est poursuivie en 2022, mais à un rythme plus lent.

Le mobile money ouvre la voie à la réalisation de la cible 10c. des Objectifs de développement durable (ODD) de l'ONU, à savoir des coûts de transaction inférieurs à 3 % pour les envois de fonds effectués par les migrants. La publication Remittances Price Worldwide de la Banque mondiale indique que le coût moyen d'un transfert de 200 dollars effectué au moyen du mobile money est actuellement de 3,73 %, ce qui représente approximativement la moitié de la moyenne mondiale.

Le développement rapide des transactions interopérables stimule également le secteur

Les prestataires de services de mobile money sont connectés à un nombre croissant de banques locales - 18 en moyenne. **Les transferts du système bancaire vers les**

réseaux de mobile money figurent parmi les cas d'utilisation qui affichent la plus forte croissance en 2022, en augmentation de 36 % d'une année sur l'autre, tandis que les transferts dans l'autre sens enregistrent une progression de 47 %.

Le mobile money reste un canal d'épargne important

En 2022, 60 % environ des prestataires de services de mobile money proposaient un produit d'épargne à leurs clients, alors que la moitié d'entre eux ne le faisaient pas en 2021. Les statistiques Global Findex 2021 de la Banque mondiale montrent que 15 % de la population adulte de l'Afrique subsaharienne a déjà épargné au moyen d'un compte de mobile money, ce qui représente 39 % des titulaires de comptes.

Le secteur s'oriente de nouveau vers une diversification de ses revenus

Les prestataires de services de mobile money restent largement tributaires des frais payés par leurs clients, qui représentaient 79 % de leur chiffre d'affaires total en date de juin 2022. Ce chiffre marque toutefois une amélioration par rapport au chiffre de 87 % en date de juin 2020, qui était influencé par le fait que beaucoup de transactions avait été exonérées de frais par les pouvoirs publics. Les prestataires de services de mobile money ont la possibilité de développer leur chiffre d'affaires auprès des entreprises et des organismes publics, qui représentaient 33 % de leurs recettes en 2019.

La réglementation est soumise aux enjeux de la fiscalité et de la fraude

La réglementation s'est attachée à garantir la sécurité et l'efficacité des systèmes de paiement tout en encourageant l'innovation. Le secteur du mobile money reste toutefois confronté à différents défis réglementaires. Certains pays ont mis en place des taxes sur les transactions de mobile money ou des redevances qui ne sont pas conformes à leurs objectifs d'inclusion financière. La fraude reste également un problème à l'échelle du secteur, que beaucoup de régulateurs s'efforcent de résoudre par la sensibilisation des consommateurs et le renforcement des capacités.

Les services de mobile money en 2022

1,6 Md

Comptes enregistrés



+ 13 %

TAUX DE CROISSANCE D'UNE ANNÉE SUR L'AUTRE



+ 13 %

TAUX DE CROISSANCE D'UNE ANNÉE SUR L'AUTRE

401 M

Comptes actifs sur 30 jours

586 M

Comptes actifs sur 90 jours

+ 22 %

1 260 Md\$

TAUX DE CROISSANCE D'UNE ANNÉE SUR L'AUTRE

Montant total des opérations

17,4 N

Agents enregistrés



+ 41 %

TAUX DE CROISSANCE D'UNE ANNÉE SUR L'AUTRE



7,2 M

Agents actifs

+ 25 %

TAUX DE CROISSANCE D'UNE ANNÉE SUR L'AUTRE

22 Md\$

Montant annuel des envois de fonds internationaux



+ 28 %

TAUX DE CROISSANCE D'UNE ANNÉE SUR L'AUTRE



78 Md\$

Montant annuel des paiements marchands

+ 17 %

TAUX DE CROISSANCE D'UNE ANNÉE SUR L'AUTRE

315

Nombre de services de mobile money en activité



Aperçu mondial

Comptes

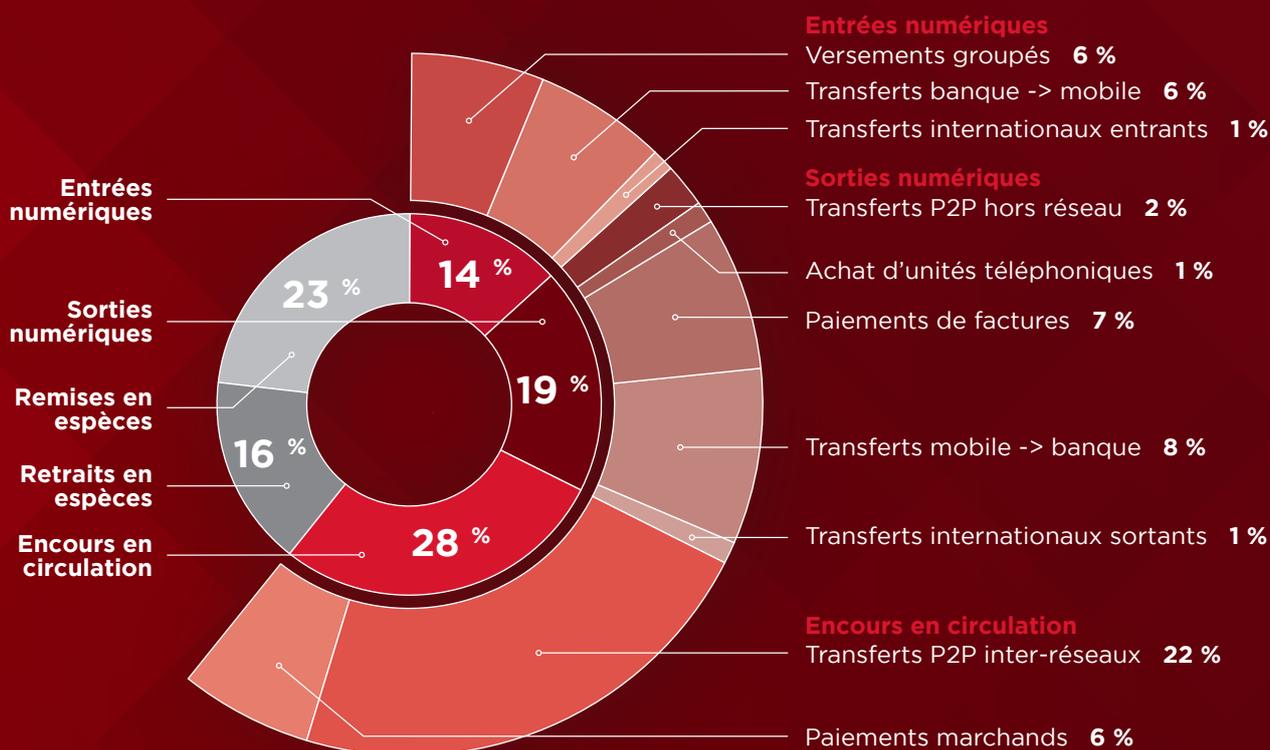


Transactions

Agents



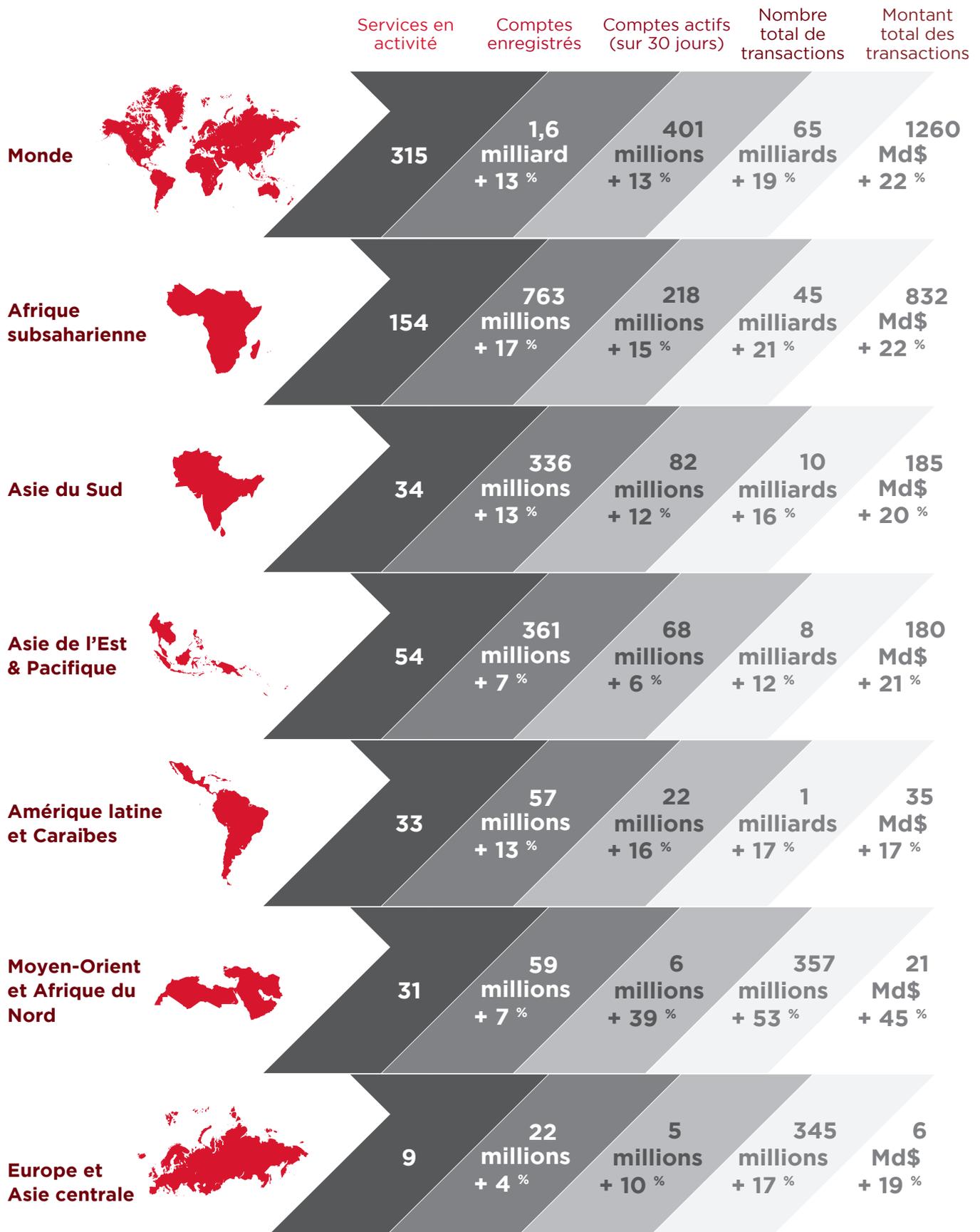
Instantané de la valeur mensuelle - Décembre 2022



* Les pourcentages ont été arrondis au nombre entier le plus proche.

La somme de certaines ventilations peut ne pas être égale au sous-total correspondant en raison des erreurs d'arrondi.

Croissance par région en 2022



Croissance en Afrique en 2022

Afrique

Services en activité	Comptes enregistrés	Comptes actifs (sur 30 jours)	Nombre total de transactions	Montant total des transactions
166	781 millions + 17 %	219 millions + 15 %	44,9 milliards + 21 %	836,5 Md\$ + 22 %

Afrique du Nord

Services en activité	12	
Comptes enregistrés	18 millions	15 %
Comptes actifs (sur 30 jours)	1 millions	13 %
Nombre total de transactions	97 millions	21 %
Montant total des transactions	4,7 milliards	28 %

Afrique de l'Ouest

Services en activité	66	
Comptes enregistrés	290 millions	27 %
Comptes actifs (sur 30 jours)	76 millions	30 %
Nombre total de transactions	12 milliards	29 %
Montant total des transactions	277 milliards	22 %

Afrique centrale

Services en activité	18	
Comptes enregistrés	65 millions	6 %
Comptes actifs (sur 30 jours)	22 millions	9 %
Nombre total de transactions	3,7 milliards	20 %
Montant total des transactions	57,6 milliards	10 %

Afrique de l'Est

Services en activité	56	
Comptes enregistrés	390 millions	12 %
Comptes actifs (sur 30 jours)	115 millions	8 %
Nombre total de transactions	28 milliards	18 %
Montant total des transactions	491,8 milliards	23 %

Afrique australe

Services en activité	14	
Comptes enregistrés	18 millions	16 %
Comptes actifs (sur 30 jours)	5 millions	24 %
Nombre total de transactions	490 millions	28 %
Montant total des transactions	5,3 milliards	14 %



Les services de mobile money dans un monde post-COVID



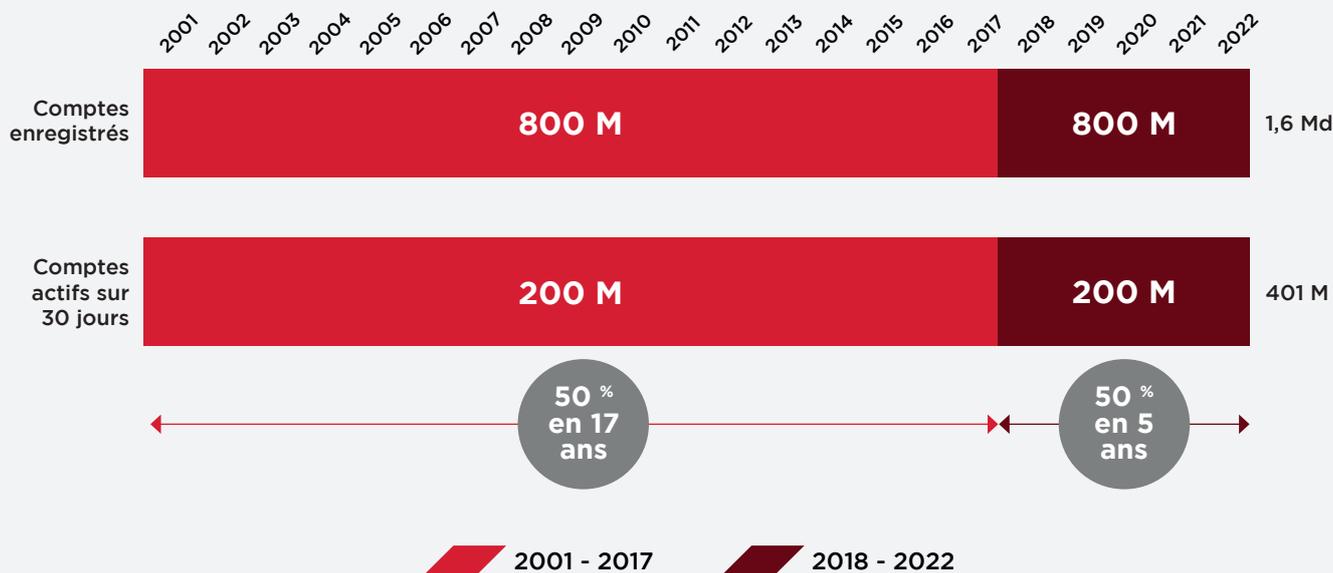
Longtemps considéré comme une offre de niche réservée à quelques marchés, le mobile money est aujourd’hui devenu une composante importante des services financiers courants dans de nombreux pays à revenu faible ou intermédiaire (PRFI). Au plus fort de la pandémie de COVID-19, il a permis à des millions de personnes d’utiliser les paiements numériques pour leurs besoins quotidiens, souvent pour la première fois. Lorsque l’impact de la pandémie a commencé à s’estomper, les services de mobile money ont continué à se développer plus rapidement qu’avant la pandémie. Dans plusieurs pays, ils affichent une croissance des opérations qui dépasse celle des nouveaux enregistrements, ce qui est le

signe d’un secteur qui arrive progressivement à maturité.

Les comptes enregistrés et actifs continuent d’afficher une croissance régulière

Alors que nous entrons dans l’ère de l’après-COVID, les services de mobile money continuent d’afficher une croissance robuste. En 2022, on comptait près de 1,6 milliard de comptes enregistrés dans le monde, soit deux fois plus qu’en 2017 (772 millions) en 2017. S’il a fallu au secteur près de 16 ans pour atteindre 750 millions de clients enregistrés, il ne lui en a fallu que cinq de plus pour doubler ce chiffre (figure 1).

Figure 1 - Temps nécessaire pour atteindre 50 % du nombre total de comptes, 2001 à 2022



Source: Enquête 2022 de la GSMA sur l’adoption des services de mobile money dans le monde - Diagramme créé avec Datawrapper

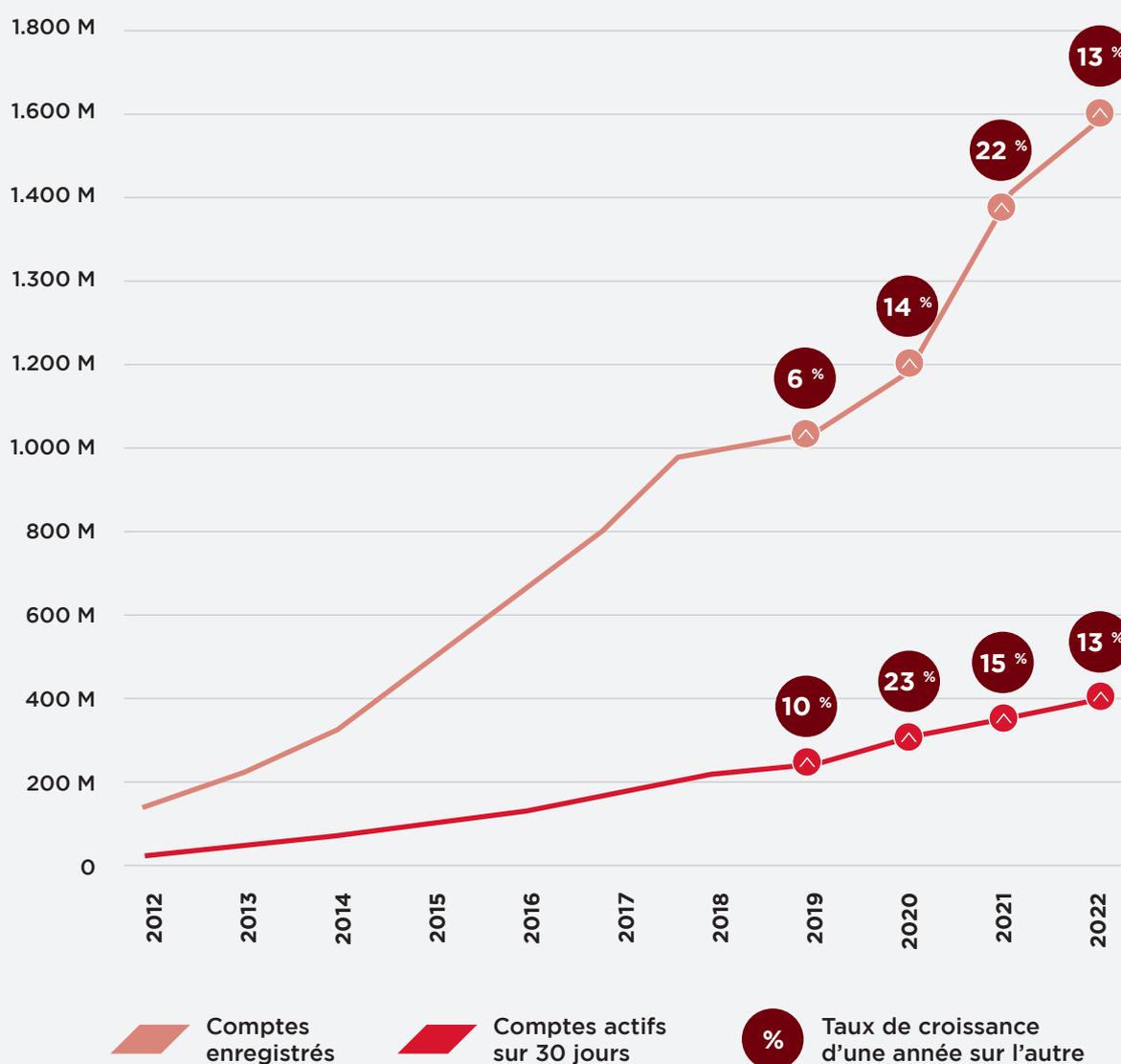
Le nombre de comptes enregistrés a augmenté de 13 % en 2022 par rapport à 2021

Bien que ce chiffre ait augmenté plus fortement en 2020 et 2021 pendant la pandémie de COVID-19, sa croissance reste deux fois supérieure à celle enregistrée en 2018 avant la pandémie (figure 2). Près des deux tiers de cette croissance provient de l'Afrique subsaharienne et un cinquième de l'Asie du Sud.

Le nombre de comptes actifs sur 30 jours a également augmenté de 13 % sur un an

Comme pour les comptes enregistrés, ce taux de croissance est inférieur à ceux observés en 2020 et 2021, mais supérieur au taux de croissance prépandémique de 2019. La croissance provient également de l'Afrique subsaharienne et de l'Asie du Sud, dans des proportions similaires à celles des comptes enregistrés (respectivement 62 % et 19 %).

Figure 2 - Taux de croissance des comptes enregistrés et des comptes actifs sur 30 jours, (2018-2022)



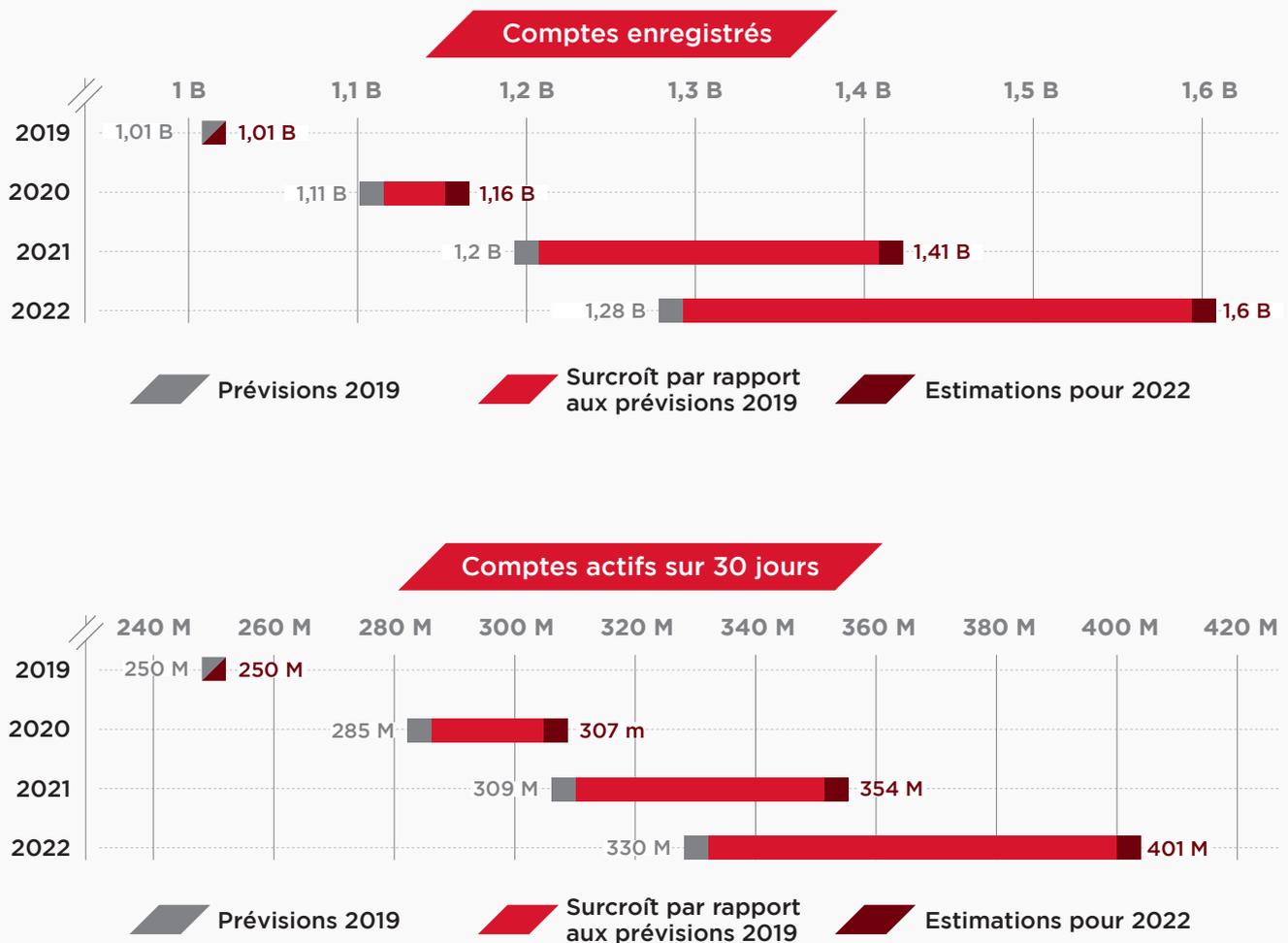
Source: Enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde

Encadré 1 : L'impact de la COVID-19 sur le mobile money

L'équipe Mobile Money de la GSMA a comparé ses prévisions de 2019 (avant la pandémie) et de 2022 (lorsque de nombreux pays ont commencé à lever ou avaient déjà levé les restrictions liées à la COVID-19) pour analyser l'impact de la pandémie sur le secteur du mobile money. Les tendances ainsi observées (figure 3) montrent que la pandémie a permis

un développement accéléré des comptes de mobile money. En 2020, les comptes enregistrés étaient supérieurs de 4 % aux prévisions d'avant la pandémie. Les comptes actifs sur 30 jours ont également dépassé les prévisions de 8 % en 2020. Ces deux chiffres ont augmenté plus rapidement que ce qui était prévu en 2019.

Figure 3 - Prévisions et estimations pour les comptes de mobile money (2019-2022)



Source: Enquêtes de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde et prévisions de la GSMA

Les taux d'activité mensuels sont restés stables, aux alentours de 25 % d'une année sur l'autre

Bien que ce chiffre soit inférieur au taux de 26,6 % relevé en 2020 (figure 4), le taux d'activité sur 30 jours a augmenté par rapport aux niveaux d'avant la pandémie. Cette tendance s'observe dans toutes les régions, à l'exception

de l'Asie, où les taux d'activité sont en baisse depuis 2019. Les services de mobile money ont enregistré une nette augmentation de l'activité entre 2019 et 2022 en Amérique latine et dans les Caraïbes, ce qui est cohérent avec le fait que cette région affiche traditionnellement les taux d'activité les plus élevés au niveau mondial.

Figure 4 - Taux d'activité sur 30 jours par région (2019-2022)

	2019	2020	2021	2022
Asie de l'Est & Pacifique	21,7 %	21,1 %	19,1 %	18,9 %
Amérique latine & Caraïbes	33,3 %	36,2 %	38,0 %	38,7 %
Asie du Sud	24,9 %	26,3 %	24,4 %	24,3 %
Afrique subsaharienne	27,5 %	31,1 %	28,9 %	28,5 %
Monde	24,7 %	26,6 %	25,0 %	25,1 %

Source: Enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde

Les agents restent la pierre angulaire du secteur du mobile money

En 2022, les agents du mobile money ont permis de numériser 294 millions de dollars (montant total des remises en espèces), un chiffre en augmentation de 17 % par rapport à 2021. Les remises en espèces représentent près des deux tiers de l'ensemble des flux entrants, ce qui fait des agents la principale passerelle vers l'inclusion financière numérique sur les marchés encore dominés par les transactions en espèces. Ils sont le visage du secteur au niveau mondial et assurent l'accueil et l'éducation de centaines de millions de clients. Pour beaucoup, les agents restent un point d'accès rassurant à l'écosystème du mobile money, car ils offrent un moyen pratique de numériser l'argent liquide et une assistance de proximité pour les clients.

Le nombre d'agents enregistrés a atteint 17 millions en 2022, ce qui représente une

augmentation de 41 % sur un an par rapport aux 12 millions de 2021. Cette forte croissance a porté le nombre d'agents actifs à 7,2 millions en 2022, ce qui représente une augmentation de 25 % sur un an. Cette croissance provient pour l'essentiel de l'Afrique subsaharienne, où le nombre d'agents a presque doublé d'une année sur l'autre en raison d'une forte augmentation du nombre d'agents en Afrique de l'Ouest (figure 5) suite au lancement de plusieurs nouveaux services de mobile money.

17 M
AGENTS
ENREGISTRÉS EN 2022

Figure 5 - Agents enregistrés (2019-2022)

	Agents enregistrés		Agents actifs	
	2021	2022	2021	2022
Afrique subsaharienne	5 652 000	10 001 000	3 123 000	4 339 000
Afrique de l'Ouest	2 457 000	6 493 000	1 215 000	2 128 000
Afrique de l'Est	2 269 000	2 481 000	1 469 200	1 664 000
Afrique centrale	836 000	913 000	402 000	499 000
Afrique du Sud	89 000	114 000	36 000	49 000

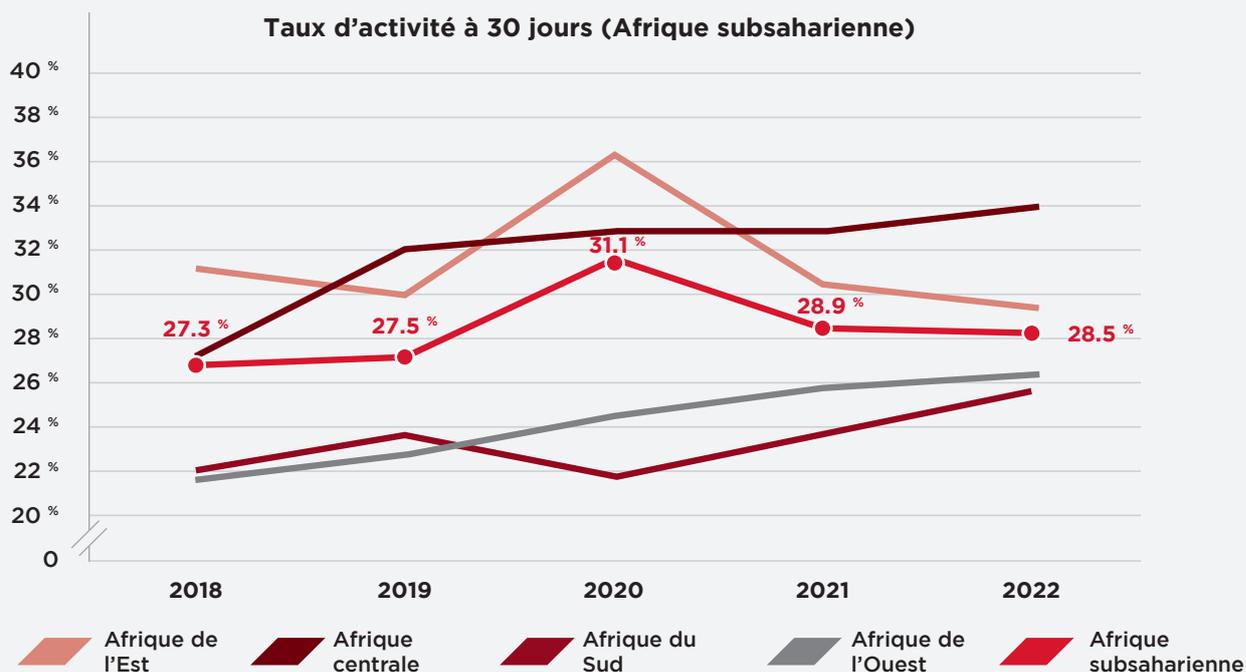
Source: Enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde

Analyse au niveau régional : l'Afrique de l'Ouest est désormais le moteur de la croissance en Afrique subsaharienne

Dans les premières années du développement des services de mobile money, l'Afrique de l'Est a joué le rôle de locomotive, d'année en année. En 2020, la région avait le taux d'activité le plus

élevé au sein de l'Afrique subsaharienne, mais depuis deux ans, ce chiffre est en baisse (figure 6). En parallèle, les taux d'activité de l'Afrique de l'Ouest ont augmenté de façon régulière entre 2018 et 2022 et se rapprochent des taux d'activité de l'Afrique subsaharienne.

Figure 6 - Taux d'activité sur 30 jours en Afrique subsaharienne (2018 - 2022)

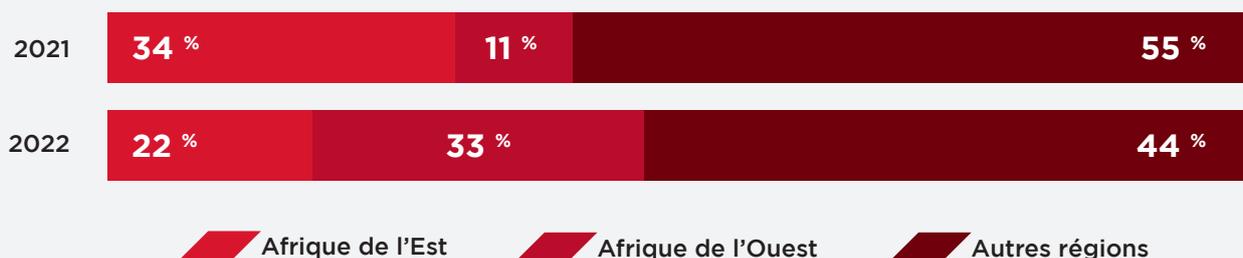


Source: Enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde

Le taux de croissance des comptes actifs en Afrique de l'Ouest a augmenté presque chaque année depuis 2018. D'une année sur l'autre, les comptes actifs ont augmenté plus rapidement que les comptes enregistrés. En Afrique de l'Ouest, le nombre de comptes actifs a augmenté de 25 % entre 2021 et 2022, tandis que le nombre de comptes enregistrés augmentait de 21 %. Il y a non seulement davantage de personnes qui ouvrent un compte, mais en plus, beaucoup de ceux qui ont un compte l'utilisent davantage que par le passé pour répondre à leurs besoins quotidiens.

L'adoption et l'utilisation des services de mobile money sont en hausse en Afrique de l'Ouest. En 2022, la région affichait le plus grand nombre de nouveaux comptes parmi l'ensemble des « sous-régions » du monde (figure 7). Au sein de la région, la Côte d'Ivoire, le Ghana et le Sénégal se classent en tête, suivis de près par le Bénin, le Burkina Faso et le Mali. Entre 2020 et 2022, ces pays ont été les principaux moteurs de la croissance du mobile money dans la région. L'introduction de la licence de banque de services de paiement (PSB) a eu un impact significatif au Nigeria, où l'usage des services de mobile money affiche une croissance soutenue.

Figure 7 - Répartition des comptes de mobile money enregistrés dans le monde (2021-2022)



Source: Enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde - Diagramme créé avec Datawrapper

Le nombre de services en activité a baissé pour la première fois

En décembre 2022, on comptait 315 services de mobile money répartis dans 102 pays. Ce chiffre marque une baisse par rapport au nombre de services disponibles dans le monde en décembre 2021 (319) (figure 8). Après plus d'une décennie de croissance régulière, le secteur du mobile money commence à afficher des signes de maturité.

Cette diminution du nombre de services en activité en 2022 provient principalement de l'Afrique subsaharienne : onze services de mobile money non gérés par des opérateurs de

réseaux mobiles (ORM) ont cessé leur activité en 2022, tandis que trois nouveaux services gérés par des ORM ont été lancés au Nigeria, au Soudan du Sud et en Tanzanie. Quatre nouveaux services ont été lancés au Moyen-Orient et dans la région Asie de l'Est & Pacifique. En conséquence, le nombre de pays disposant de services de mobile money est passé de 98 à 102. Avec le lancement en 2022 de nouveaux services à Bahreïn, à la Barbade, à Oman et en Arabie saoudite, ces trois derniers pays disposent pour la première fois d'un services de mobile money.

Figure 8 - Nombre de services de mobile money par région (2019-2022)

Région	2019	2020	2021	2022	Variation 2022/2021
Afrique subsaharienne	144	156	161	153	-8
Asie de l'Est & Pacifique	52	52	54	54	0
Asie du Sud	38	36	34	34	0
Amérique latine & Caraïbes	27	29	32	33	1
Moyen-Orient & Afrique du Nord	23	30	29	32	3
Europe & Asie centrale	9	9	9	9	0
Monde	293	312	319	315	-4

Source: GSMA Mobile Money Deployment Tracker, décembre 2022

L'année 2022 a été marquée par plusieurs sorties, fusions et acquisitions

Plusieurs marchés ont connu une consolidation en 2022. La pression concurrentielle et réglementaire croissante sur les coûts et les prix a donné lieu à des changements :

- Yup, un service de mobile money lancé par la banque française Société Générale a cessé son activité dans sept pays : Burkina Faso, Cameroun, Côte d'Ivoire, Ghana, Guinée, Madagascar et Sénégal.
- Un consortium dirigé par Axian Group et l'entrepreneur tanzanien Rostam Aziz a racheté MIC Tanzania PLC, qui possède à la fois Tigo et Zantel.¹
- Telenor s'est désengagé de Wave (Myanmar) en cédant sa participation à son co-investisseur Yoma Bank.
- Africell a vendu ses actifs ougandais à Seacom,² tout en se préparant à lancer des services de mobile money en Angola au début de 2023.³

¹ The Citizen Reporter. (6 mai 2022). "[Rostam, Axian Group to invest Sh1 trillion to expand Tigo and Zantel](#)". The Citizen.

² Odendaal, N. (10 février 2022). "[Seacom acquires Africell Uganda assets](#)". Engineering News.

³ Paul, E. (17 janvier 2023). "[UK's Africell receives mobile money licence in Angola](#)". Techpoint Africa.

Encadré 2

Mise à jour de l'indice de diffusion du mobile money

Lancé en 2021, l'indice de diffusion du mobile money (Mobile Money Prevalence Index - MMPI) a été mis au point dans le but d'évaluer le niveau d'inclusion financière par la téléphonie mobile dans les différents pays (figure 9).

Il mesure la diffusion des comptes actifs et l'accessibilité des réseaux d'agents, mais ne tient pas compte du nombre de prestataires de services de mobile money sur un marché donné.

Le MMPI comporte trois grandes dimensions :¹

Adoption

Nombre de comptes de mobile money par adulte

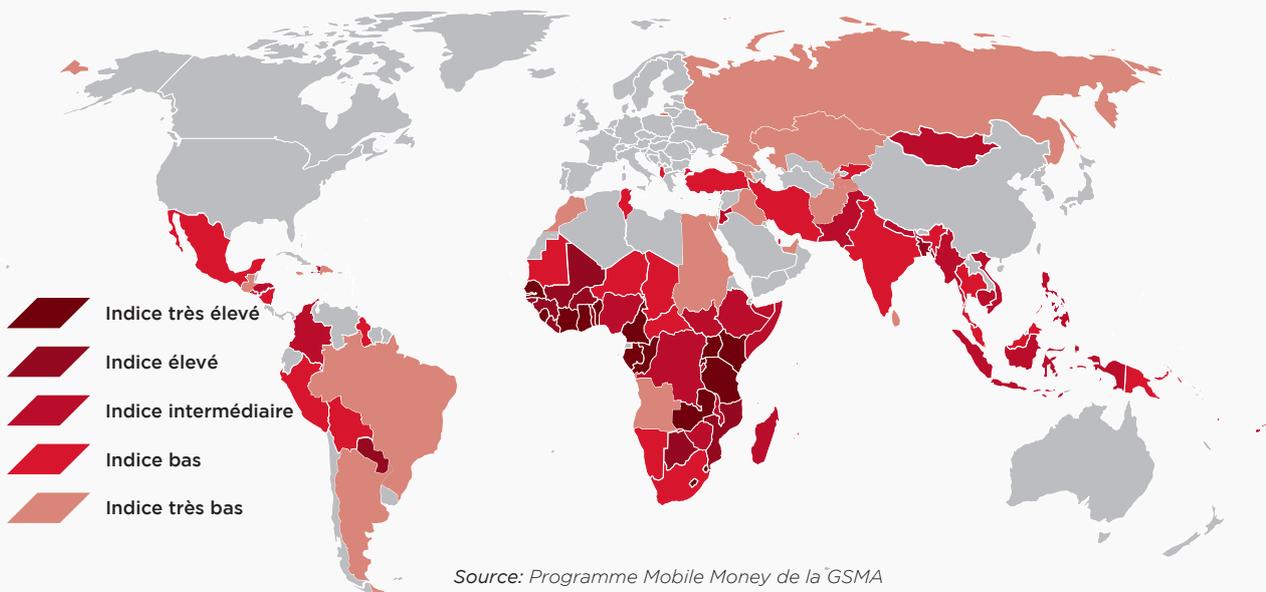
Activité

Pourcentage de comptes actifs sur 90 jours

Accessibilité

Nombre d'agents pour 100 000 habitants adultes

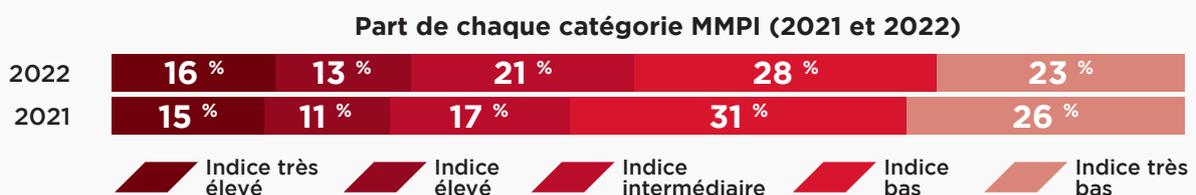
Figure 9 - Carte 2022 de l'Indice de diffusion du mobile money (MMPI)



Certains pays ont changé de position dans l'indice en 2022. C'est le cas du Zimbabwe, qui est passé de la catégorie « très faible » à la catégorie « intermédiaire », et du Nigeria, qui est passé de la catégorie « faible » à la catégorie « intermédiaire ». Ces deux pays ont connu une forte croissance du marché en raison d'un

changement de réglementation. Entre 2021 et 2022, le pourcentage de pays ayant un score MMPI faible ou très faible a baissé de 6 points (figure 10), tandis que celui des pays ayant un score intermédiaire, élevé ou très élevé a progressé d'autant.

Figure 10 - Évolution des catégories MMPI (2021-2022)



Encadré 3**Le mobile money en Éthiopie et au Nigeria : croissance sur des marchés récemment libéralisés****L'éveil de deux géants**

L'Éthiopie et le Nigeria sont les pays les plus peuplés d'Afrique, avec une population totale de plus de 340 millions d'habitants. Ces deux marchés ont des services de mobile money et des services financiers numériques, mais leur couverture reste limitée. Ils se classent dans les marchés à diffusion « intermédiaire » dans l'indice MMPI de la GSMA.⁴

Une réglementation plus favorable

Les deux pays ont récemment introduit des réglementations autorisant les prestataires de services de mobile money à lancer des services. La Banque centrale du Nigeria a introduit la licence de banque de services de paiement (PSB) en 2018, qui permet aux ORM d'offrir des services financiers sous licence.⁵ Ce cadre assouplit les formalités de vérification de l'identité des clients (KYC) pour les comptes de dépôt de petit montant et permet aux banques de services de paiement d'ouvrir des comptes plus rapidement. Deux banques de cette nature ont été lancées en 2020 (9 et Hope)

et trois autres le seront en 2022 : Smartcash (Airtel), MoMo (MTN) et MoneyMaster (Glo).⁶

La Banque nationale d'Éthiopie a introduit une réglementation autorisant les ORM et d'autres entités à proposer des services de mobile money en 2018,⁷ amenant Ethio Telecom à lancer Telebirr en 2021.

Le développement du mobile money au Nigeria

Les données par pays de l'enquête de consommation 2022 de la GSMA montrent que l'accès aux services de mobile money et leur utilisation se sont nettement développés au Nigeria depuis le lancement des banques de services de paiement (figure 11). Au sein de la population adulte qui a connaissance du mobile money et qui a déjà utilisé un téléphone portable, le taux de possession d'un compte de mobile money est passé de 16 % à 22 % l'an dernier. Parmi l'ensemble des titulaires de compte d'âge adulte, 88 % sont enregistrés à leur nom (soit une augmentation de neuf points de pourcentage sur un an).

⁴ Voir : [GSMA Mobile Money Metrics](#).

⁵ Banque centrale du Nigeria. (26 octobre 2018). [Circular to all Stakeholders on Guidelines for Licensing and Regulation of Payment Service Banks in Nigeria](#).

⁶ Okeleke, K. and Shahid, N. (2022). [Payment Service Banks in Nigeria: Opportunities and Challenges](#). GSMA.

⁷ Banque nationale d'Éthiopie. (2020). [Licensing and Authorization of Payment Instrument Issuers Directive No. ONPS/01/2020](#).

Le développement du mobile money en Éthiopie⁸

Bien que le taux de possession d'un téléphone portable et la connaissance du mobile money soient relativement faibles en Éthiopie, 18 % des adultes qui connaissent le mobile money et ont déjà utilisé un téléphone portable sont titulaires d'un compte. Alors qu'il s'agit d'un marché

récent et en pleine croissance, ce chiffre est presque équivalent à celui du Pakistan (20 %), un marché établi de plus longue date. La plupart des titulaires de comptes de mobile money sont enregistrés à leur nom. Parmi les adultes titulaires d'un compte, 51 % l'ont utilisé sur les 30 derniers jours et 30 % sur les sept derniers jours.

Figure 11 - Usage et impact du mobile money en Éthiopie et au Nigeria

	Éthiopie	Nigeria
J'ai utilisé le mobile money au cours des 30 derniers jours	51 % des titulaires de comptes de mobile money	80 % des titulaires de comptes de mobile money
Cas d'utilisation le plus fréquent et cas suivants ⁹ chez les utilisateurs du mobile money ¹⁰ sur les 30 derniers jours	1/ Paiement par un client 2/ Paiement de factures 3/ Épargne	1/ Épargne 2/ Paiement par un client 3/ Paiement de facture
Impact du mobile money	66 % des utilisateurs déclarent que « le mobile money m'aide à mieux gérer mes affaires quotidiennes ».	81 % des utilisateurs déclarent que « le mobile money me permet de gagner du temps ».

Source: Enquête de consommation 2022 de la GSMA

⁸ L'échantillon de l'Éthiopie exclut les régions touchées par le conflit du Tigré et les problèmes de sécurité. Se référer à la méthodologie de l'enquête auprès des consommateurs en annexe.

⁹ Cas d'utilisation plus avancés, à l'exclusion des remises/retraits en espèces, des transferts P2P et des achats d'unités téléphoniques.

¹⁰ Adultes titulaires d'un compte de mobile ou ayant déjà utilisé les services d'un agent ou d'un détaillant.

Événements marquants du secteur en 2022

Le secteur du mobile money a connu plusieurs changements en 2022, avec le lancement de nouveaux services et partenariats stratégiques et l'arrivée de nouveaux cas d'utilisation. Il

y a également eu des acteurs qui se sont désengagés de leur activité de mobile money et des politiques fiscales qui ont changé sur certains marchés.

CATÉGORIE	DESCRIPTION
JAV	Désinvestissement Telenor accepte de céder sa participation majoritaire dans Wave Money au groupe Yoma et se retire du Myanmar.
	Nouveau service Africell obtient une licence pour lancer son service Afrimoney en Angola.
FÉV	Partenariat stratégique MTN MoMo et Orange Money permettent à leurs clients camerounais de recevoir des envois de fonds en provenance d'Europe par l'intermédiaire d'Orange Bank.
MARS	Protection des consommateurs L'opérateur somalien Hormuud Telecom obtient la certification GSMA Mobile Money.
AVRIL	Nouveau service La Banque centrale du Nigeria délivre des licences de banque de services de paiement (PSB) à MTN MoMo et Airtel Money Commerce Nigeria.
	Nouveau service Wave Digital Finance obtient une licence pour lancer des services de mobile money au Bénin, au Burkina Faso, en Côte d'Ivoire, en Guinée Bissau, au Mali, au Niger, au Sénégal et au Togo.
	Interopérabilité Le service M-Pesa de Safaricom commence à accepter les paiements marchands en provenance d'Airtel Money au Kenya.
MAI	Fiscalité Le Ghana introduit une taxe sur les transferts électroniques qui concerne l'ensemble des transactions électroniques (1,5 % du montant de l'opération).
JUIN	Nouveau cas d'utilisation Visa et Safaricom M-Pesa lancent la carte virtuelle Visa M-Pesa Global Pay, qui permet aux millions d'utilisateurs de M-Pesa d'effectuer des paiements numériques dans le monde entier.
	Fiscalité Le gouvernement tanzanien réduit les droits applicables aux opérations de mobile money de 3 à 1,72 dollars, ce qui représente une réduction de 43 %.
JUIL	Changement stratégique Le ministère des finances du Cameroun autorise Orange Cameroun à lancer une filiale spécialisée dans les services financiers pour élargir l'offre existante d'Orange Money.
SEPT	Nouveau cas d'utilisation MTN Mobile Money Uganda annonce que tous les clients recevront des intérêts sur leurs soldes de mobile money détenus entre avril et juin 2022.
OCT	Changement stratégique Airtel Kenya sépare ses activités de télécommunications et de mobile money entre deux entités juridiques distinctes.
NOV	Politique tarifaire Airtel Money et MTN Mobile Money harmonisent leurs frais de transfert P2P inter-réseaux en Ouganda.
	Fiscalité Le ministère des finances du Ghana réduit la taxe sur les transactions électroniques introduite en mai 2022 à 1 % du montant des opérations.

Les moteurs du développement de l'écosystème et de la viabilité commerciale

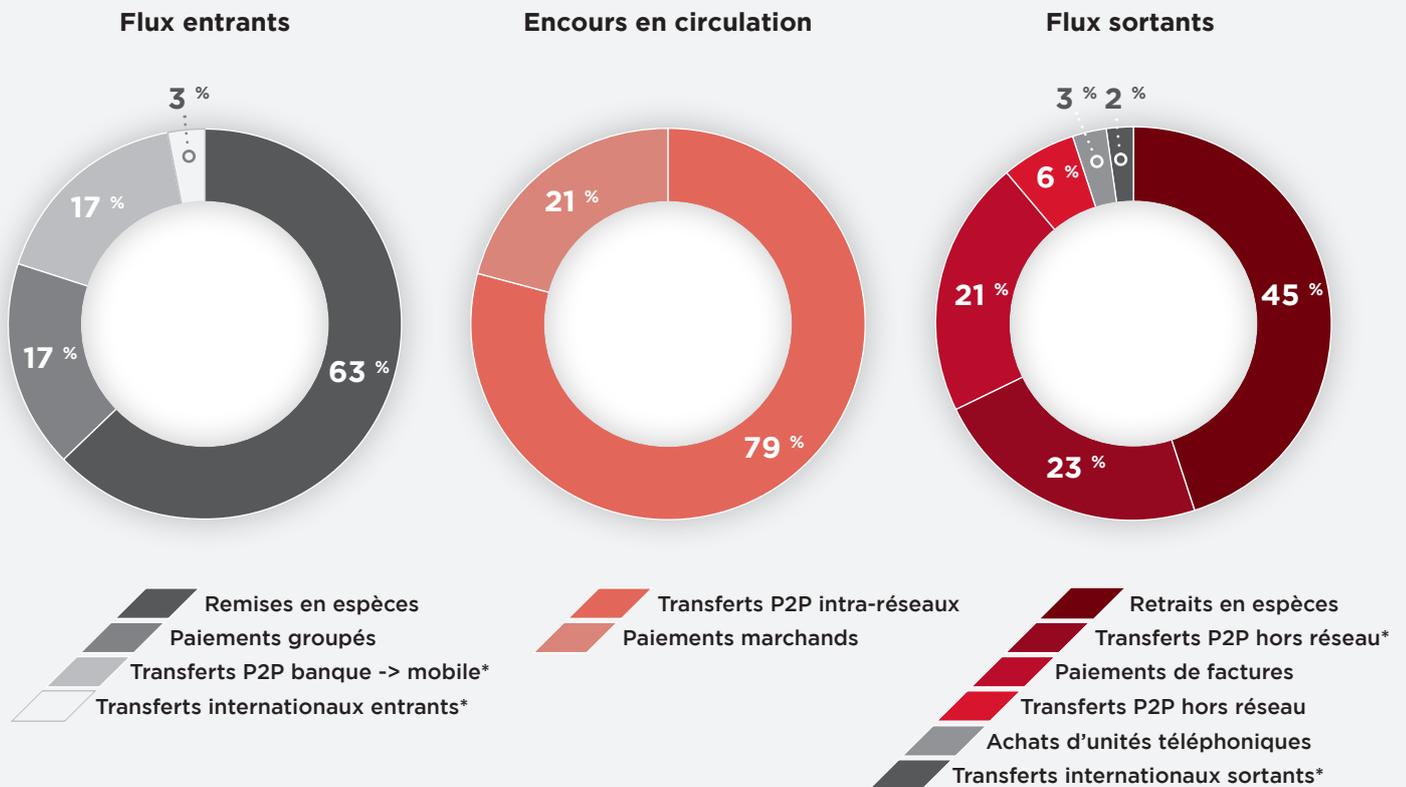


Le secteur du mobile money est à la fois davantage intégré à l'écosystème financier plus large et de plus en plus numérique, la part des transactions ayant une contrepartie en espèces diminuant d'année en année. Par rapport à 2021, la part des remises et retraits en espèces dans l'ensemble des transactions de mobile money a baissé de près de deux points de pourcentage, leur valeur respective ayant augmenté plus

lentement que la valeur totale des transactions. Alimentées en partie par les transferts bancaires interopérables et les paiements de factures, les transactions numériques représentent aujourd'hui 61% de l'ensemble des transactions de mobile money. On notera également que 45 % seulement des sorties de l'écosystème du mobile money s'effectuent sous forme de retraits en espèces (figure 12).

En décembre 2022, on comptait 0,66 dollar retiré en espèces pour chaque dollar déposé en espèces. En 2021, il y avait 3 % de moins retiré en espèces pour chaque dollar déposé.

Figure 12 - Entrées et sorties de l'écosystème du mobile money (décembre 2022, % du montant total)



Source: Enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde

Les transactions effectuées avec des partenaires, ou « transactions d'écosystème », ¹¹ permettent aux utilisateurs du mobile money d'accéder à une gamme plus large de produits et de services. Pour les prestataires de services de mobile money, le développement de ces transactions joue un essentiel dans la

diversification de leurs sources de revenus. Conformément aux tendances récentes, les transactions d'écosystème affichent une croissance plus rapide que d'autres types de transactions, avec une augmentation de 25 % en montant par rapport à 2021.

Croissance des cas d'utilisation

Paiement de factures

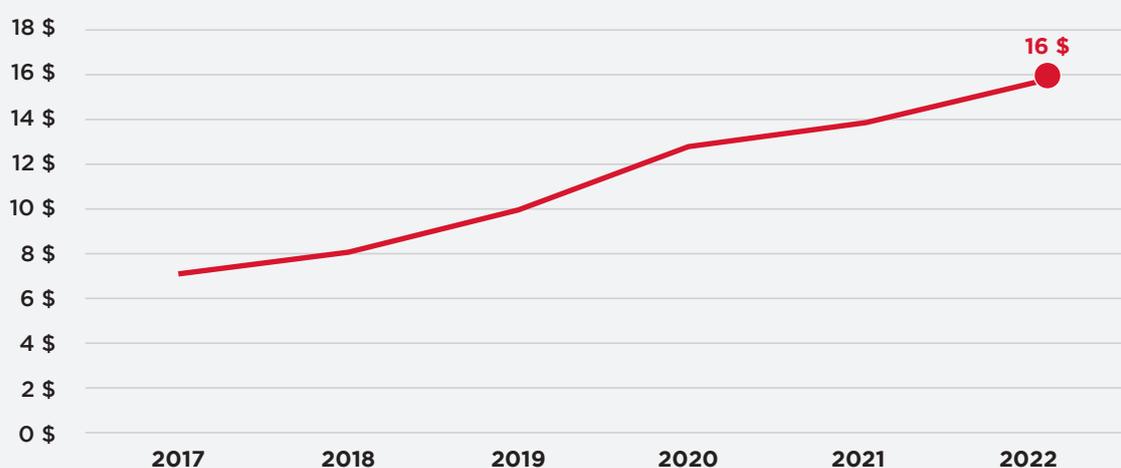
En croissance de 36 % en 2022, le paiement de factures est la catégorie d'opérations qui affiche la plus forte croissance en montant, atteignant près de 88 milliards de dollars. Représentant 7 % du montant total des opérations traitées par le secteur, il s'agit du cas d'utilisation le plus répandu après les transferts P2P et les opérations de remise et retrait en espèces. Pour les prestataires de services de mobile money, le paiement de factures est devenu un produit incontournable, proposé par 97 % des prestataires interrogés dans le cadre de l'enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde. En ce qui concerne les utilisateurs,¹² il s'agit d'un produit largement adopté : 46 % des utilisateurs du mobile money déclarent avoir effectué un paiement de facture au cours des 30 derniers jours au Kenya, 36 % en Indonésie, 27 % au

Sénégal et 25 % au Pakistan.

En moyenne, les prestataires de services de mobile money sont intégrés avec 176 émetteurs de factures, dont 42 organismes gouvernementaux ou entreprises publiques (hors entreprises de services collectifs).

Le montant des opérations de paiement de factures a augmenté plus rapidement que le nombre d'opérations, ce qui se traduit par une augmentation du montant moyen par opération (figure 13). Cette tendance a plusieurs explications, notamment l'augmentation de la consommation de certains services (eau ou électricité, par exemple). La hausse des prix de l'énergie au niveau mondial est également susceptible d'y avoir contribué : 43 % des prestataires interrogés dans le cadre de l'enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption

Figure 13 - Montant moyen des opérations de paiement de facture au moyen du mobile money (2022, en USD)



Source: Enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde

¹¹ Paiements marchands, paiements de factures, paiements groupés et transferts internationaux.

¹² Données relatives à la demande recueillies dans le cadre de l'enquête de consommation 2022 de la GSMA représentative au niveau national.

des services de mobile money dans le monde indiquent que les distributeurs d'électricité sont leurs principaux émetteurs de factures.

Bien qu'ils soient largement répandus dans le système bancaire, les systèmes de paiements périodiques, tels que les prélèvements ou les virements automatiques, ne sont pas une fonctionnalité courante des services de mobile money. Pour les utilisateurs qui peuvent se permettre de payer leurs factures régulièrement, ces paiements périodiques permettent de simplifier leurs paiements mensuels et de faciliter l'accès à des produits tels que l'assurance. Dans le cadre de l'enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money, il a été demandé pour la première fois aux participants s'ils offraient un cas d'utilisation des paiements périodiques : 31 % seulement proposaient un service de ce genre et ils étaient encore plus nombreux à ne l'avoir pas encore mis en place.

Envois de fonds internationaux

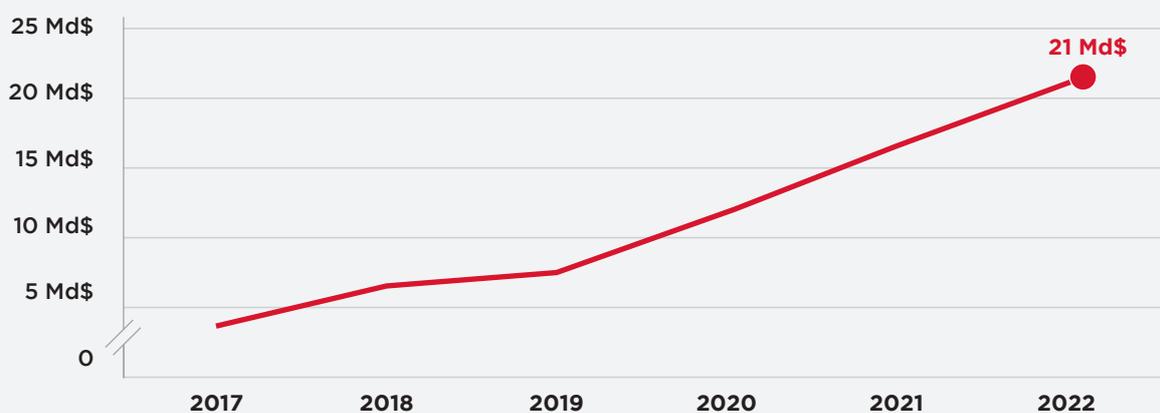
En 2022, les envois de fonds internationaux réalisés au moyen du mobile money ont augmenté de 28 % pour atteindre 21 milliards de dollars (figure 14). Pendant la pandémie de COVID-19, les diasporas ont été nombreuses à se tourner vers le mobile money pour envoyer de l'argent dans leur pays d'origine, ce qui s'est

traduit par une forte croissance des transferts internationaux en 2020 (59 %) et en 2021 (38 %). Bien que le taux de croissance actuel soit en baisse par rapport aux deux dernières années, il est presque identique à celui de 2019 (avant la pandémie).

Du côté de l'offre, près de 74 % des prestataires interrogés dans le cadre de l'enquête 2022 sur l'adoption des services de mobile money dans le monde proposaient des transferts internationaux. Parmi eux, près de 18 % avaient commencé à offrir ce service en 2022, ce qui montre que le secteur le considère comme une proposition de valeur essentielle. Selon l'enquête 2022 de la GSMA sur le coût des envois de fonds,¹³ 45 prestataires de services de mobile money proposaient des transferts de fonds internationaux couvrant 161 « corridors » de pays à pays, comprenant 23 pays émetteurs et 37 pays destinataires.

On continue d'observer des différences au niveau national ou régional dans l'utilisation du mobile money pour l'envoi ou la réception de transferts internationaux. Selon l'enquête de consommation 2022 de la GSMA, 20 % des utilisateurs du mobile money au Sénégal et au Bangladesh déclaraient avoir reçu de l'argent envoyé par un parent ou un ami résidant à l'étranger au cours des 30 derniers jours, mais

Figure 14 - Montant annuel total des envois de fonds internationaux réalisés au moyen du mobile money (USD)



Source: Enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde

¹³ Enquête Cost of Sending Survey de la GSMA, réalisée par DMA Global.

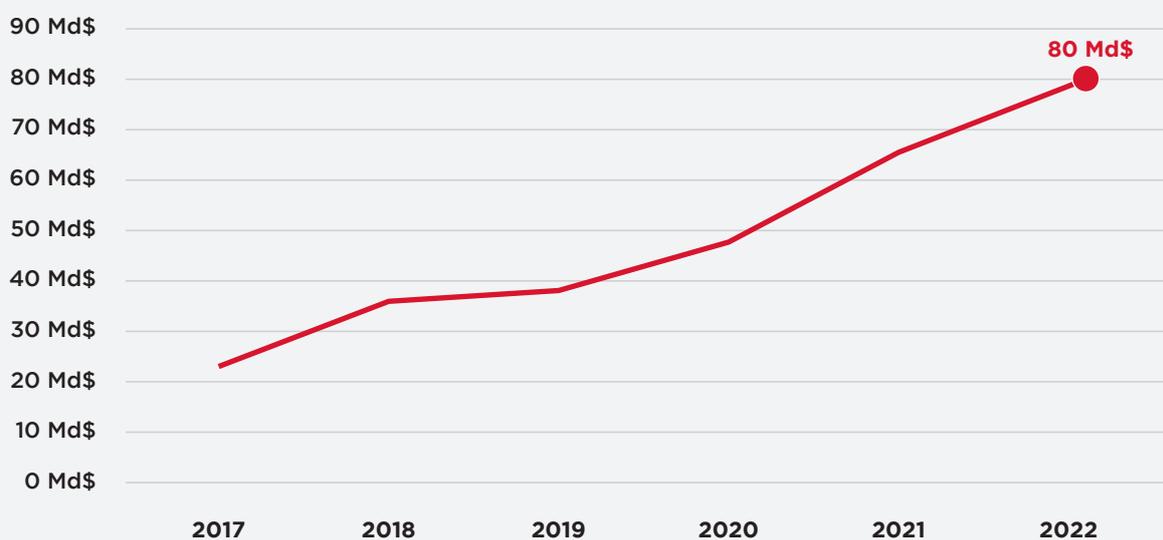
ce chiffre est beaucoup plus bas au Pakistan (6 %), au Kenya (7 %) et au Ghana (9 %).

Ayant largement bénéficié du développement de la numérisation pendant la pandémie, le mobile money est en train de devenir une option courante pour l'envoi de fonds à l'étranger. Il s'agit en effet de l'option la moins chère pour les envois de fonds, avec des frais moyens de 3,73 % pour l'envoi de 200 dollars.¹⁴

Paiements groupés

Comprenant par exemple les versements de salaires ou de prestations sociales et les transferts monétaires à des fins humanitaires, les paiements groupés ont augmenté de 23 % en 2022, dépassant 80 milliards de dollars (figure 15). Même s'il s'agit d'une augmentation un peu plus lente qu'en 2020 (27 %) ou 2021 (35 %), elle reste supérieure aux niveaux observés avant la pandémie (14 % en 2019).

Figure 15 - Montant annuel total des paiements groupés effectués au moyen du mobile money (USD)



Source: Enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde

La croissance enregistrée en 2020 et 2021 pouvait être attribuée aux mesures politiques et réglementaires liées à la pandémie, comme par exemple les transferts monétaires et le paiement numérique des salaires. L'augmentation régulière du montant total des paiements groupés montre toutefois que cette utilisation des services de mobile money s'est maintenue bien au-delà de la pandémie. Beaucoup d'organisations ont définitivement adopté les paiements groupés en raison de leur caractère pratique et abordable.

En juin 2022, les prestataires de services de mobile money interrogés dans le cadre de l'enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde étaient intégrés en moyenne

avec 264 émetteurs de paiements groupés.¹⁵ Il existe un potentiel encore inexploité, car plus d'un tiers des prestataires interrogés déclaraient ne pas offrir de service de paiements groupés

Le nombre total de paiements groupés a augmenté de 22 % pour atteindre près de trois milliards, ce qui représente un taux de croissance similaire à celui de 2020 et légèrement inférieur à celui de 2021 (28 %). Le nombre de destinataires a également augmenté : le nombre total de comptes uniques destinataires de paiements groupés a augmenté de 54 % entre septembre 2021 et juin 2022. Ce chiffre passe à 66 % en ce qui concerne les comptes détenus par des femmes, ce qui laisse à penser que les paiements groupés peuvent

¹⁴ Enquête Cost of Sending Survey 2022 de la GSMA.

¹⁵ Ce chiffre ne tient pas compte d'un cas isolé exceptionnel qui est connecté à 8 000-10 000 organisations.

leur apporter des avantages significatifs, en leur permettant notamment de recevoir directement des salaires et des transferts monétaires sociaux ou humanitaires.

Si les transferts monétaires à but humanitaire ou social ont été de plus en plus largement numérisés depuis le début de la pandémie de COVID-19, il y a encore beaucoup d'utilisateurs qui ne reçoivent pas de paiements par le biais du mobile money. À l'exception du Bangladesh, moins de 10 % des utilisateurs interrogés déclarent avoir reçu des paiements en provenance d'un organisme public (« G2P ») au cours des trois derniers mois.¹⁶ Sur la même période, les versements de salaire au moyen du mobile money sont plus courants dans plusieurs pays, concernant 27 % des utilisateurs au Kenya, 18 % au Bangladesh et 17 % au Ghana.

Paiements marchands

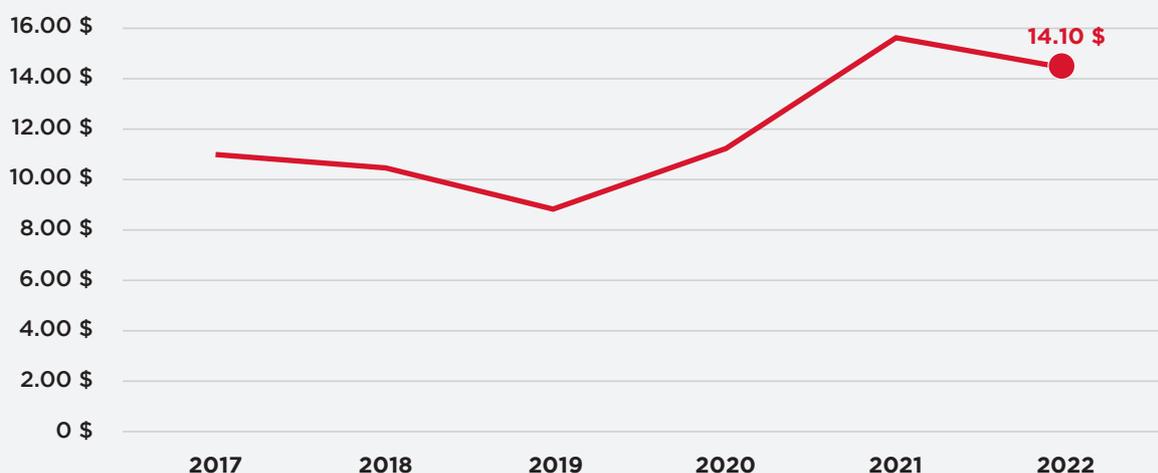
Après avoir presque doublé en 2021, le montant total des paiements marchands réalisés au moyen du mobile money a augmenté de 17 % en 2022 pour atteindre près de 78 milliards de dollars. Le nombre d'opérations a augmenté de 26 %, plus lentement qu'en 2021 (43 %). Avec cette augmentation plus rapide en volume qu'en montant, le montant moyen par opération a baissé en 2022 (figure 16). Cette tendance avait été anticipée à la fin de 2021, lorsque le montant moyen des opérations avait commencé

à se stabiliser après la croissance enregistrée pendant la pandémie. Avec des transactions plus fréquentes, les paiements marchands font désormais partie intégrante des transactions quotidiennes des utilisateurs du mobile money.

Selon l'enquête de consommation 2022 de la GSMA, la plupart des paiements marchands effectués au moyen du mobile money sont des paiements de proximité (achats en magasin, par exemple) plutôt que des paiements en ligne. Au Ghana par exemple, 20 % des utilisateurs interrogés déclaraient avoir réglé un achat dans un magasin au cours des 30 jours précédents, tandis que 11 % avaient fait un achat en ligne. Au Kenya, l'écart est encore plus important : 51 % des utilisateurs avaient effectué un paiement dans un magasin contre seulement 12 % en ligne. Parmi les pays couverts par l'enquête, il n'y a que l'Indonésie qui compte un pourcentage plus important d'utilisateurs effectuant des paiements en ligne (38 %) que des paiements de proximité (34 %).

Le développement des paiements marchands ne se mesure pas seulement par le montant et le nombre des d'opérations. Le nombre d'entreprises acceptant les paiements via mobile money a lui aussi augmenté, le nombre de commerçants actifs sur le mois progressant de 48 % entre septembre 2021 et juin 2022.

Figure 16 - Montant moyen des paiements marchands (2017- 2022, en USD)



Source: Enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde

¹⁶ Enquête de consommation 2022 de la GSMA.

Encadré 4

Mobile money et cartes de paiement

Les nouveaux partenariats entre des prestataires de services de mobiles money et des systèmes mondiaux de traitement des paiements comme Visa ou Mastercard ont favorisé l'intégration du secteur au sein de l'écosystème financier plus large. Ces partenariats ont permis aux utilisateurs du mobile money d'accéder à des cartes de paiement virtuelles ou physiques qui répondent à différents besoins.

Les cartes virtuelles permettent généralement aux utilisateurs d'acheter des produits et des services à l'étranger en utilisant les fonds de leur compte de mobile money, que ce soit en ligne ou lors d'un voyage à l'étranger. Le fonctionnement est similaire à celui d'une carte de débit. Les exemples actuels sont limités à des acteurs plus établis, qui n'ont que récemment mis en place ce type d'offre. Il s'agit notamment de :



MTN MoMo, qui a conclu un partenariat avec Mastercard pour proposer **des cartes virtuelles en 2021 dans les 16 pays où l'entreprise est implantée**¹⁷



La solution GlobalPay de Safaricom M-Pesa avec Visa sera lancée au Kenya en 2022¹⁸

Ces services sont intéressants pour les utilisateurs bancarisés et non bancarisés. Par exemple, les micro-entrepreneurs qui ne possèdent pas de compte bancaire peuvent désormais utiliser des cartes virtuelles pour faire des achats sur des plateformes mondiales comme Alibaba. Les utilisateurs bancarisés peuvent utiliser leurs cartes de paiement liées au mobile money pour bénéficier de taux de change plus favorables.

Les cartes physiques liées à un compte de mobile money, comme celles proposées au

Pakistan par JazzCash et EasyPaisa de Telenor Bank, permettent aux utilisateurs de payer des achats en ligne et en magasin et de retirer de l'argent aux distributeurs automatiques (DAB).¹⁹ Sur les marchés où l'accès à un compte bancaire peut être difficile pour les populations rurales ou à faibles revenus, ces cartes peuvent favoriser l'inclusion financière en leur permettant d'accéder plus facilement à des moyens de paiement normalement réservés aux personnes bancarisées.

¹⁷ Mastercard. (16 février 2021). « [Mastercard and MTN empower millions of consumers in Africa to make payments on global platforms, advancing digital financial inclusion](#) ». Communiqué de presse.

¹⁸ Ndege, A. (5 juillet 2022). « [M-Pesa Visa undercuts banks on forex charges](#) ». Business Daily Africa.

¹⁹ The Paypers. (18 octobre 2021). « [JazzCash and Mastercard offer financial solutions in Pakistan](#) ».

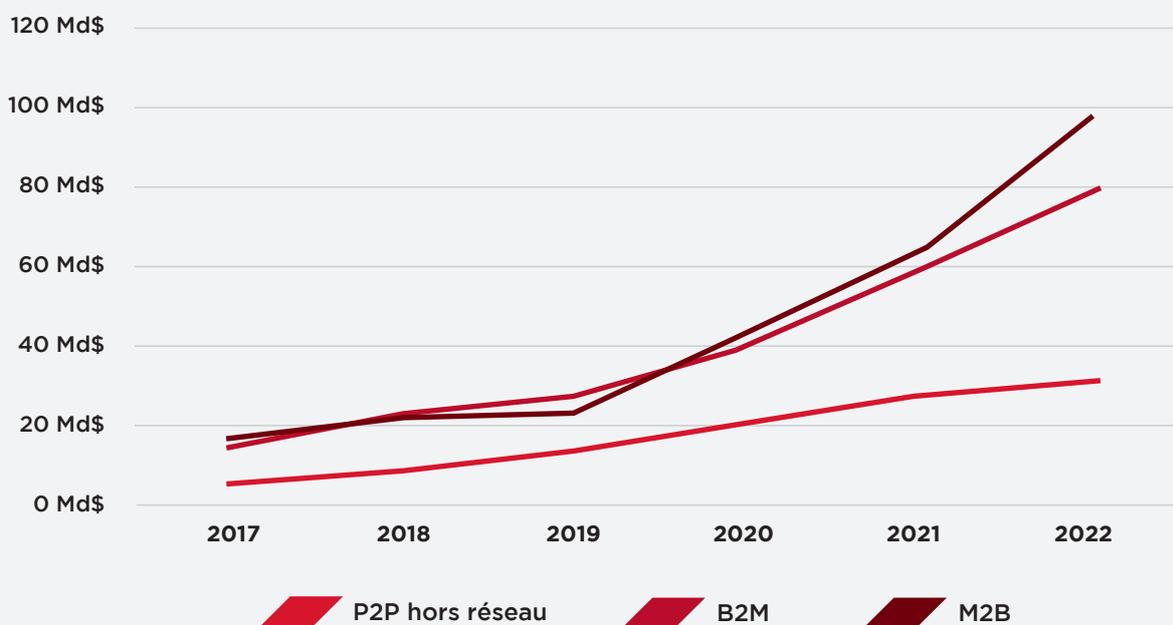
Interopérabilité

L'utilisation croissante du mobile money sur l'ensemble des catégories d'opérations montre que ces services font de plus en plus partie intégrante de l'écosystème financier plus large, y compris les transferts internationaux réalisés au moyen du mobile money et les connexions avec les banques locales. Les prestataires de

services de mobile money sont aujourd'hui connectés en moyenne à 18 établissements bancaires.

En ce qui concerne les transactions, les transferts bancaires interopérables figurent parmi les catégories qui enregistrent la plus forte croissance en 2022 (figure 17).

Figure 17 - Montant annuel total des transferts interopérables entre le système bancaire et les réseaux de mobile money



Source: Enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde

Les transferts du système bancaire vers les réseaux de mobile money ont atteint près de 78 milliards de dollars, en croissance de 36 %, ce qui représente le même taux qu'en 2020, mais moins que celui de 2021 (48 %). Les transferts dans l'autre sens ont augmenté plus fortement, en croissance de 47 % pour atteindre 98 milliards de dollars, ce qui est comparable à 2021 (53 %), mais inférieur à 2020 (85 %).

Crédit, épargne et assurance

Épargne, investissements et régimes de retraite

Le mobile money est devenu un véhicule d'épargne important, notamment en Afrique subsaharienne. Les statistiques Global Findex 2021 montrent que 5 % de la population adulte des PRFI a déjà épargné au moyen d'un compte de mobile money. En Afrique subsaharienne, 15 % de la population adulte, soit 39 % de l'ensemble des titulaires de comptes de mobile money, a déjà épargné au moyen de l'un de ces comptes. Ce chiffre est égal au pourcentage d'adultes ayant déjà épargné par le biais d'un établissement financier formel, une banque par exemple.

Selon l'enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde, 60 % environ des prestataires interrogés proposent un produit d'épargne. Parmi eux, 23 % indiquent qu'ils ne proposaient pas de produit de ce genre l'année précédente.²⁰ Lancé en 2021 en partenariat avec la Bank of Africa, le compte d'épargne Kibubu de Tigo Pesa en Tanzanie a ainsi été rapidement adopté par des centaines de milliers d'utilisateurs dans l'année qui a suivi son introduction. Si les prestataires sont de plus en plus nombreux à proposer des comptes d'épargne, ils proposent beaucoup plus rarement des produits apparentés : il ne sont que 7 % à proposer un produit d'investissement et 14 % un plan retraite.

Du côté des consommateurs, l'enquête de consommation 2022 de la GSMA montre que l'usage des comptes d'épargne reste inégal sur les différents marchés du mobile money mobile. Au Kenya, 30 % des utilisateurs interrogés déclarent avoir transféré de l'argent sur un compte d'épargne au cours des 30 jours précédents. Au Nigeria, c'est le cas de plus de 51 % des personnes interrogées, mais de seulement 4 % au Sénégal et 8 % au Pakistan.

Crédit

Lorsqu'il est distribué de manière responsable,

le crédit permet de résoudre des problèmes à court terme et à long terme. Il permet aux TPE/PME d'investir dans leur avenir et aux ménages de surmonter des chocs financiers imprévus. Hors services de paiement, le crédit est le service financier le plus couramment proposé par les prestataires de services de mobile money. Selon l'enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde, 61 % des prestataires offraient au moins une solution de crédit à leurs utilisateurs. Plus de la moitié le font en collaboration avec une banque ou un autre établissement financier, 29 % avec une fintech et 27 % avec les deux.

Déjà populaire sur de nombreux marchés, le crédit lié au mobile money continue de connaître une adoption rapide. Entre septembre 2021 et juin 2022, le nombre de clients uniques ayant souscrit un prêt par le biais de leur compte de mobile money a augmenté de 18 %. Sur la même période, le nombre cumulé de prêts décaissés (depuis le lancement du produit de chaque prestataire interrogé) a augmenté de 29 %. Les chiffres de l'enquête de consommation 2022 de la GSMA montrent qu'il existe encore un potentiel de croissance significatif. Kenya mis à part, moins de 10 % des utilisateurs du mobile money de chacun des pays étudiés avaient contracté un prêt mobile au cours des 30 jours précédents.

Assurance

Trente pour cent environ des prestataires de services de mobile money proposent un produit d'assurance lié au mobile money. Dans beaucoup de PRFI, il existe toutefois des lacunes importantes en matière de protection sociale dans le domaine de la santé, de l'aide aux personnes handicapées, du grand âge et des chocs climatiques et catastrophes naturelles. En 2020, l'Organisation internationale du travail (OIT)²¹ notait que les pays à faible revenu avaient une couverture de protection sociale très limitée, qui concernait seulement

²⁰ Hors produit de retraite ou d'investissement.

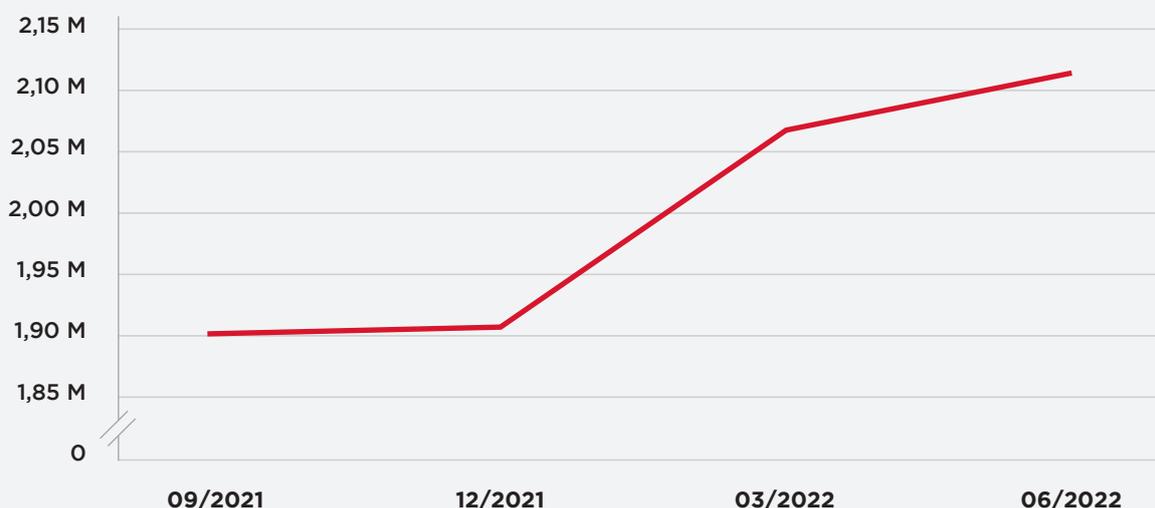
²¹ OIT. (2020). [Financing Gaps in Social Protection: Global estimates and strategies for developing countries in light of the COVID-19 crisis and beyond](#). Document de travail 14 de l'OIT.

quatre personnes sur dix pour l'accès aux soins médicaux et 1 % seulement pour la protection contre l'invalidité.

L'assurance maladie et l'assurance vie sont les catégories de produits les plus populaires, suivies par l'assurance invalidité. L'assurance agricole (récolte et bétail) n'est proposée que

par quelques prestataires. Bien que l'assurance liée au mobile money n'en soit encore qu'à ses débuts, on observe des signes de croissance encourageants. Selon l'enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde, le nombre de polices d'assurance en place a augmenté de 11 % entre septembre 2021 et juin 2022 (figure 18).

Figure 18 - Nombre de polices d'assurance en vigueur liées au mobile money (déclarées)

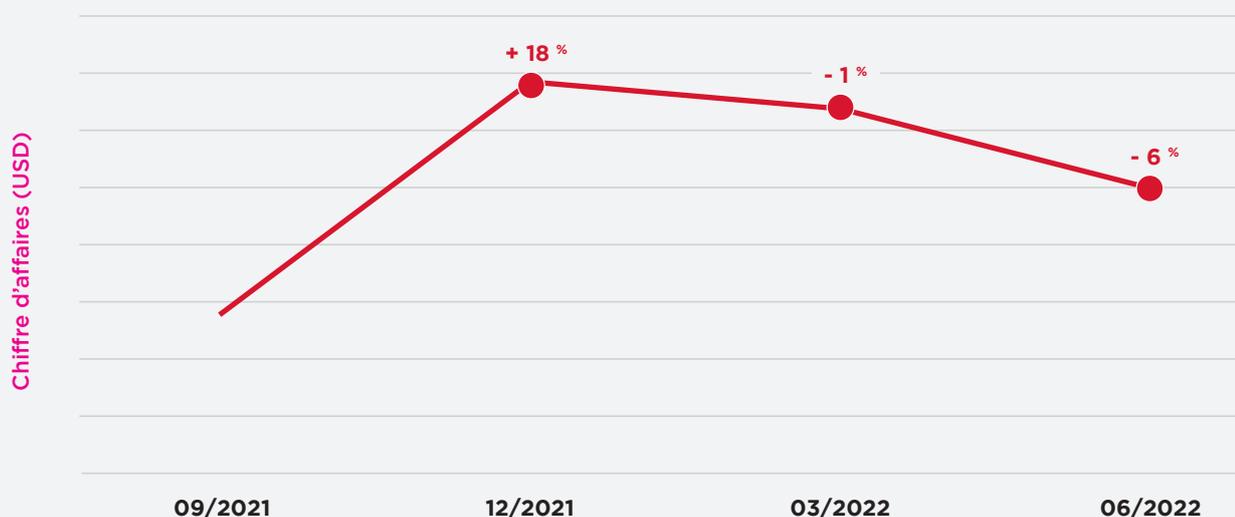


Source: Enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde

Modèle économique, rentabilité et investissement

Pour que la croissance soutenue des transactions de mobile money enregistrée pendant l'année 2022 se traduise en revenus, il faut que les frais d'opérations restent constants d'une année sur l'autre. Entre l'intensification de la concurrence et les nouvelles mesures réglementaires (taxation/taux zéro), la pression croissante sur les prix pourrait avoir une

incidence négative sur les marges bénéficiaires des prestataires de services de mobile money. La comparaison des chiffres d'affaires mensuels entre septembre 2021 et juin 2022 fait ressortir des tendances comparables à celles de 2021. Ils ont augmenté de manière significative en décembre 2021 pour se tasser ensuite jusqu'en juin 2022 (figure 19).

Figure 19 - Chiffre d'affaires mensuel des prestataires de services de mobile money (septembre 2021 - juin 2022)

Source: Enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde

La forte croissance observée en décembre peut s'expliquer par le niveau élevé des dépenses de fin d'année sur de nombreux marchés du mobile money. La légère baisse observée en mars 2022 s'est produite malgré une augmentation du montant des opérations dans chaque catégorie, ce qui pourrait signaler une diminution des marges et/ou des frais d'opération. L'intensification de la concurrence pourrait également avoir eu une incidence, car elle a entraîné des pressions sur les prix pour de nombreux prestataires au cours du premier semestre 2022.

Les résultats du secteur en 2022 montrent que la diversification des revenus au-delà des frais d'opération permet aux prestataires de services de mobile money de mieux résister à la pression concurrentielle et réglementaire sur les tarifs. Les frais payés par les consommateurs (par opposition à ceux payés par les entreprises ou les organismes publics, comme par exemple, les taux de remise des commerçants) continuent

toutefois de représenter la majeure partie du chiffre d'affaires annoncé : 79 %²² en date de juin 2022. Ce chiffre est inférieur aux 87 % indiqués en 2020, mais supérieur à celui de 2019 (67 %).

Au niveau des produits, l'enquête de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde fait ressortir un profil de revenus plus diversifié que les années précédentes. En juin 2022, les commissions perçues sur les retraits en espèces et les transferts P2P nationaux représentaient 56 % du chiffre d'affaires total des prestataires.²³ Si ces frais constituent encore la majeure partie du chiffre d'affaires du secteur, d'autres sources de revenus se développent, notamment les commissions liées aux paiements de factures, aux paiements marchands, aux transferts internationaux et au crédit numérique. Cette tendance montre qu'il existe encore un potentiel significatif de croissance du chiffre d'affaires du mobile money lié au développement des transactions d'écosystème.

²² GSMA Global Adoption Survey 2022.

²³ L'échantillon comprend des services avec plus d'un million de comptes actifs.

Encadré 5

La voie de la rentabilité pour les banques de services de paiement au Nigeria²⁴

Pour se développer rapidement, les banques de services de paiement (Payment Service Banks - PSB) du Nigeria ont adopté différentes stratégies d'entrée sur le marché. Smartcash PSB a ainsi lancé son activité dans les grandes villes du pays, en prévoyant de s'implanter dans les autres régions lorsque sa notoriété et l'adoption de ses produits se seront développés. 9PSB a mis en place des partenariats avec des fintechs pour intégrer leurs solutions et leur donner accès à un public plus large. MoneyMaster PSB permet à ses clients d'utiliser leur numéro de téléphone comme numéro de compte pour faciliter l'ouverture des comptes, dans le cadre d'une approche axée sur un volume élevé de comptes et de transactions.

La réglementation actuelle limite les produits et services pouvant être offerts par les PSB. Ces

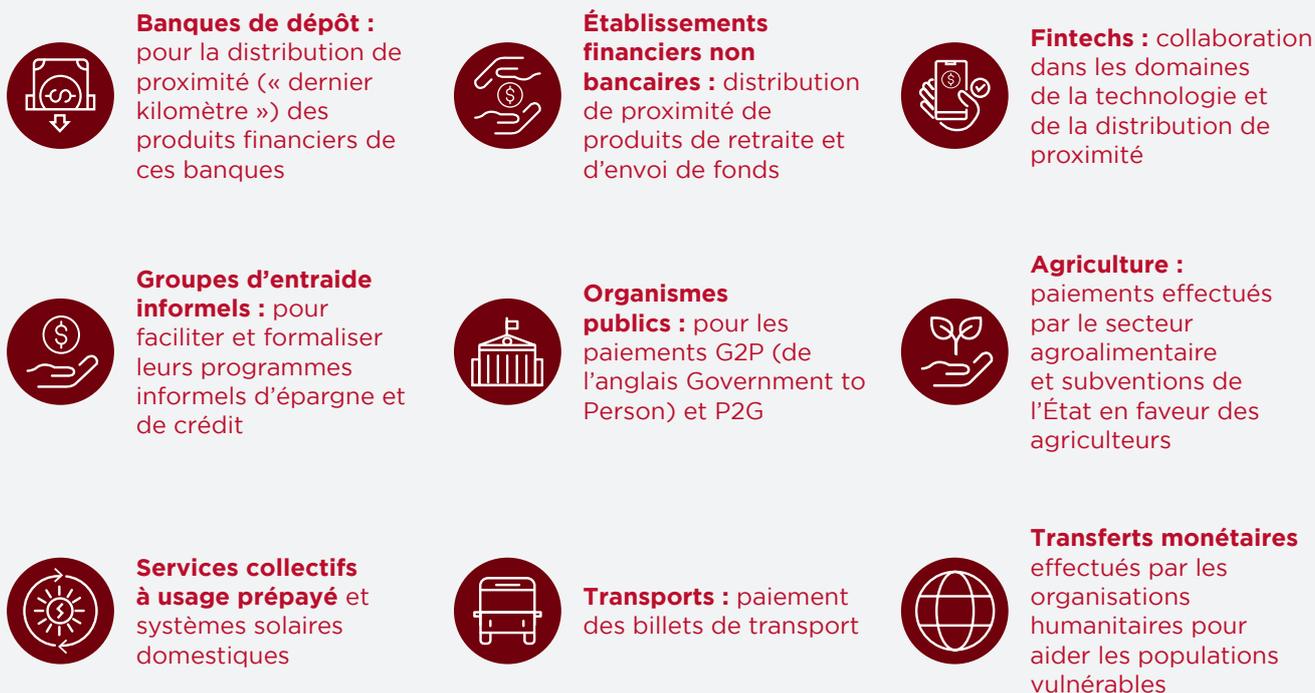
établissements ne peuvent pas, par exemple, offrir des produits d'assurance ou de crédit, y compris dans le cadre de partenariat avec d'autres institutions financières. Ces restrictions limitent leurs efforts de diversification et pourraient compromettre leur viabilité commerciale à long terme. Bien que les frais d'opération constituent la majeure partie des revenus des PSB, il est nécessaire qu'elles aient d'autres sources de revenus pour réduire leur dépendance envers les opérations de remise et retrait d'espèces et assurer la rentabilité de leur activité.

La GSMA a répertorié plusieurs types de partenariats pouvant être mis en œuvre par les PSB pour assurer plus rapidement leur viabilité commerciale, dans le domaine des produits, de la distribution et de la technologie (figure 20).

²⁴ Okeleke, K. and Shahid, N. (2022). [Payment Service Banks in Nigeria: Opportunities and Challenges](#). GSMA.

Figure 20 - Opportunités de partenariat pour les banques de services de paiement (PSB)

Les PSB peuvent développer des partenariats mutuellement avantageux en matière de produits, de distribution ou de technologie pour augmenter leurs chances de réussite dans les domaines suivants :



Source: GSMA

Les PSB ont la possibilité de mettre en place un large éventail de partenariats à forte valeur ajoutée et mutuellement bénéfiques pour numériser différents cas d'utilisation. Il s'agit notamment des paiements G2P pour les subventions et les régimes de protection sociale, des paiements aux agriculteurs pour les produits agricoles, des transactions liées aux transports et des services de gestion de trésorerie pour les entreprises du e-commerce.

Le modèle du Nigeria est inspiré de l'approche de la banque de paiement (BP) de l'Inde. Les

banques de paiement indiennes ont bénéficié d'une évolution réglementaire fondée sur les données du marché qui a permis d'assurer leur viabilité commerciale. Une approche similaire pourrait être bénéfique pour les PSB nigérianes. En octobre 2022, la Banque centrale du Nigeria a révisé sa réglementation pour autoriser les PSB à vendre les dollars américains reçus dans le cadre de transferts de fonds transfrontaliers à des cambistes agréés, ce qui pourrait constituer une source de revenus supplémentaire pour ces banques.

Données Global Findex 2021 sur le mobile money²⁵

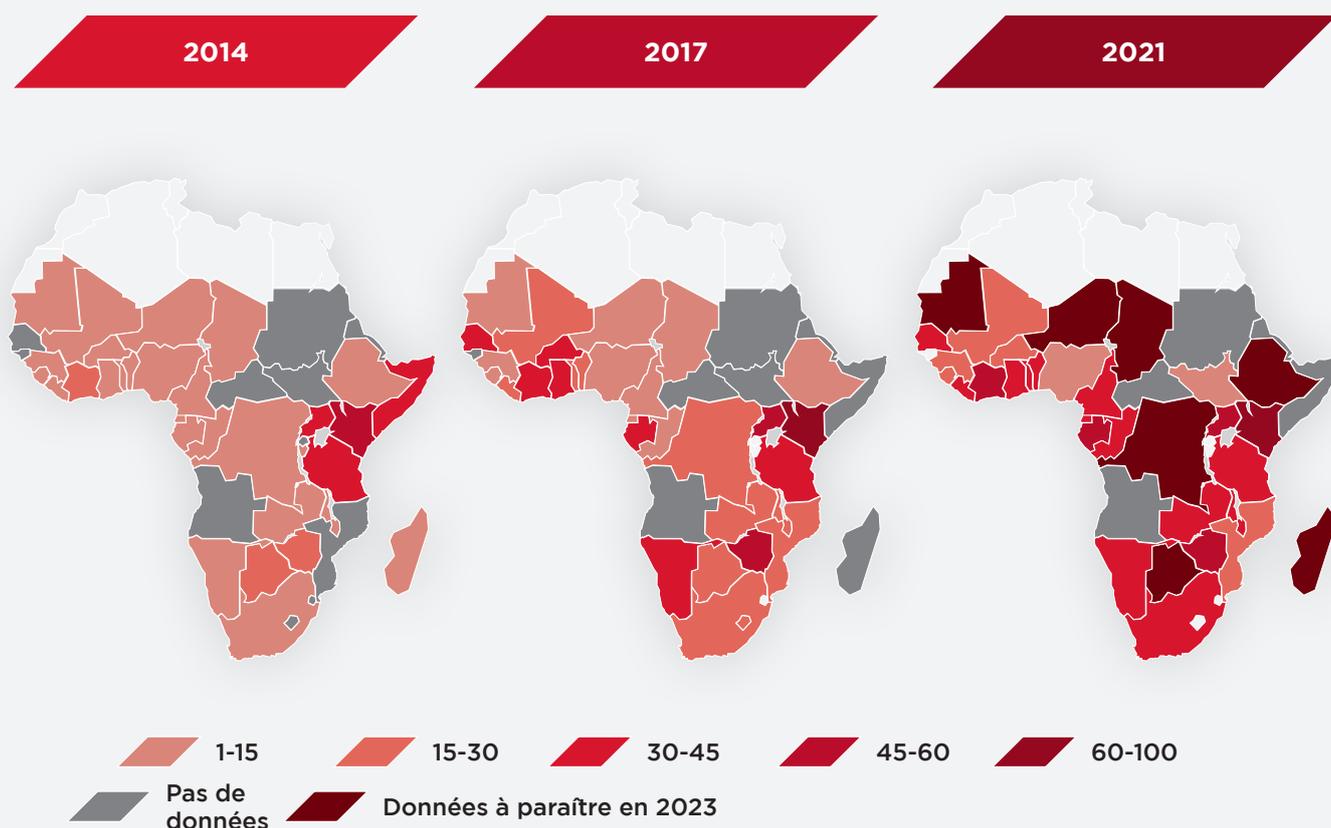


Au cours de la dernière décennie, les comptes de mobile money sont devenus une composante essentielle du système financier de l'Afrique subsaharienne (figure 21). Les chiffres de la base de données Global Findex 2021 montrent que 33 % de la population adulte de la région possède un compte de mobile money, ce qui est significatif quand on sait que 55 % seulement des habitants de la région possèdent un compte financier de quelque nature que ce soit. Le mobile money semble être l'unique moteur de l'augmentation de 12 points de pourcentage du

taux de possession d'un compte enregistrée dans la région depuis 2017.

Les comptes de mobile money favorisent également l'égalité entre hommes et femmes en matière d'inclusion financière. En moyenne, les femmes sont autant susceptibles que les hommes d'utiliser uniquement un compte de mobile money en Afrique subsaharienne, alors les hommes sont 12 % plus susceptibles que les femmes d'utiliser un compte bancaire ou un compte d'une autre institution financière.

Figure 21 - Titulaires d'un compte de mobile money par pays en 2014, 2017 et 2021 (en % de la population adulte)



Source: base de données Global Findex 2021

²⁵ Depuis 2011, la base de données Global Findex de la Banque mondiale est la principale source de données de référence sur l'utilisation des services financiers dans le monde et la gestion des événements financiers défavorables. La base de données et les données économiques sous-jacentes sont disponibles à l'adresse suivante : <http://www.worldbank.org/globalfindex>.

Les paiements P2P ont laissé la place à d'autres types de paiements.

Conçus à l'origine par des ORM, les premiers produits de mobile money facilitaient les transferts P2P vers des proches vivant dans d'autres régions au sein d'un même pays. Ce cas d'utilisation a défini l'espace du mobile money pendant des années, mais il ne représente plus qu'une partie du tableau d'ensemble à l'heure actuelle. En 2021, 74 % environ des titulaires de comptes utilisaient leur compte de mobile money pour effectuer ou recevoir des paiements autres que des transferts P2P.

En ce qui concerne les paiements reçus, 68 % des titulaires de comptes de mobile money de l'Afrique subsaharienne avaient reçu un paiement sur leur compte (tout type confondu) et 52 % avaient reçu un envoi de fonds. Outre ces envois de fonds, 22 % avaient reçu un salaire du secteur privé, 13 % un paiement pour la vente de produits agricoles et 8 % un versement émanant d'un organisme public.

La quasi-totalité des titulaires de comptes de mobile money (98 %) avaient également effectué un paiement direct à partir de leur compte : transfert P2P national, paiement de facture, paiement marchand ou paiement de service public. En plus des paiements, 39 % environ des titulaires de comptes de mobile money s'étaient servi de leur compte pour épargner et 20 % avaient eu recours au crédit numérique.

L'accès à la téléphonie mobile pourrait permettre d'accroître les taux de possession d'un compte en Afrique subsaharienne.

Malgré l'impact du mobile money sur l'inclusion financière en Afrique subsaharienne, 55 % seulement de la population adulte de la région dispose d'un compte financier, ce qui est nettement inférieur à la moyenne des PRFI, qui s'établit à 71 %. La seconde raison la plus couramment mentionnée par les personnes

qui ne possèdent pas de compte de mobile money est le fait qu'elles ne possèdent pas de téléphone portable. Les femmes non bancarisées sont 7 % plus susceptibles que les hommes non bancarisés de mentionner cette raison.

La numérisation des paiements par les pouvoirs publics, les employeurs du secteur privé et les acheteurs de produits agricoles permet d'inciter les personnes non bancarisées à ouvrir un compte. Le nombre d'adultes non bancarisés qui reçoivent des paiements en espèces pour la vente de produits agricoles en Afrique subsaharienne est par exemple estimé à 70 millions. La numérisation d'une partie de ces paiements pourrait permettre d'accroître de 10 points le pourcentage d'adultes bancarisés dans la région.

Les efforts d'amélioration de l'inclusion financière au moyen du mobile money doivent tenir compte à la fois des capacités des utilisateurs et des risques du marché. En plus d'exiger certaines compétences numériques, les comptes de mobile money peuvent présenter des risques pour les consommateurs, qu'il s'agisse du manque de transparence concernant les frais et les autres conditions d'utilisation, d'un marketing agressif, d'une mauvaise résolution des litiges, du vol de données ou des fraudes liées à l'usage des applications mobiles. Les titulaires existants de comptes de mobile money sont eux aussi vulnérables à la fraude : 31 % des titulaires de comptes de mobile money de l'Afrique subsaharienne ne sont pas capables d'utiliser leur compte sans se faire aider.



Tendances réglementaires et politiques de 2022

La numérisation rapide des services financiers à la suite de la pandémie de COVID-19 continue d'influencer les politiques et les réglementations qui s'appliquent au mobile money. La réglementation s'est attachée à garantir la sécurité et l'efficacité des systèmes de paiement tout en encourageant l'innovation. Certains chevauchements réglementaires sont malgré tout apparus lorsque différents organes gouvernementaux se sont tournés vers le mobile money pour réaliser des objectifs parfois contradictoires. Il est donc nécessaire d'aligner les politiques émergentes relatives aux services financiers numériques sur les objectifs d'inclusion financière, notamment en ce qui concerne le « dernier kilomètre ».

Le développement d'un écosystème financier numérique inclusif est un objectif fondamental de nombreux cadres réglementaires et politiques.

Il vise principalement à s'assurer que personne ne soit laissé pour compte et que les citoyens puissent accéder à des services financiers sûrs, fiables et abordables. La numérisation et l'interconnexion accrues du secteur financier engendrent des risques spécifiques qui exigent des efforts de prévention collaboratifs et coordonnés. Le secteur du mobile money contribue à préserver l'intégrité du système financier en appliquant des mesures adaptées de prévention des risques, qui respectent les bonnes pratiques internationales et la conformité réglementaire. Cette responsabilité doit être partagée avec les autres acteurs de l'écosystème.

Les politiques fiscales risquent d'aggraver l'exclusion financière et la situation économique lorsqu'elles ne sont pas conçues dans un souci d'inclusion financière.

Des politiques de cette nature ont été mises en

place dans plusieurs pays en 2022, démontrant la nécessité d'un dialogue public-privé pour privilégier un cadre plus favorable. Par exemple, la taxe sur le mobile money introduite au Ghana montre que les politiques fiscales du pays ne sont pas alignées sur ses objectifs d'inclusion financière.

La fraude reste un problème majeur pour le secteur. Elle est combattue par des initiatives nationales d'éducation financière, par la normalisation et par la législation sur la protection des données et la cybersécurité.

Les régulateurs, les responsables politiques et les prestataires de services de mobile money travaillent de concert pour lutter contre la fraude en élaborant des politiques et des stratégies nationales d'éducation financière qui visent à sensibiliser et former les consommateurs. C'est le cas par exemple de l'initiative Digi#ances Partnership entre l'agence allemande de coopération internationale pour le développement (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit -GIZ) et la Banque de Jordanie. Cette collaboration est axée sur la sensibilisation aux enjeux financiers et la conception de campagnes visant à promouvoir un usage responsable des services financiers numériques.

1

Promotion d'un cadre réglementaire et politique durable

A

Point sur les licences de mobile money

Les cadres politiques et réglementaires du mobile money ont connu une évolution rapide au cours des quinze dernières années. La plupart des marchés sont en phase de croissance proche de la maturité et les banques centrales y privilégient le modèle de l'établissement de paiement à mesure que le mobile money « s'intègre » aux systèmes de paiement de chaque pays. Les banques centrales ont continué en parallèle à promouvoir la stabilité des systèmes financiers et la protection des consommateurs.

Au Kenya, les services de mobile money ont été en grande partie développés par les opérateurs de télécommunications. En 2022, Airtel Kenya Networks a toutefois scindé son activité de mobile money sous la forme d'une entité distincte qui est désormais réglementée par la Banque centrale du Kenya en tant qu'activité indépendante. Le cas du Kenya est particulier, puisqu'il s'agit d'une scission imposée par le parlement du pays. Les régulateurs des marchés dotés d'un cadre réglementaire issu des télécommunications pourraient toutefois adopter une approche similaire lorsque les résultats en seront connus. Ce modèle contraste avec celui de l'Éthiopie et du Nigeria, où les ORM et les établissements non bancaires doivent créer une entité juridique distincte pour obtenir une licence de mobile money. Dans la Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale (CEMAC), les services de paiement sont proposés par des établissements de paiement agréés par la Banque des États de l'Afrique centrale (BEAC).

Les nouvelles licences de 2022

Les prestataires de services de mobile money ont été plus nombreux à obtenir des licences en

2022 qu'en 2021 et 2020. Au Nigeria, MTN²⁶ et Airtel²⁷ ont obtenu une licence de PSB qui leur permet d'offrir des services de mobile money. La Banque centrale du Nigeria a également accordé une licence de super-agent à Airtel Mobile Commerce Nigeria Limited, une filiale d'Airtel Africa, qui lui permettra de mettre en place un réseau au service des clients des banques et des autres prestataires de services de mobile money. Ces deux décisions pourraient contribuer à combler le fossé entre la population bancarisée et non bancarisée au Nigeria.

En Éthiopie, la banque centrale a modifié la législation relative aux systèmes de paiement pour permettre à de nouveaux entrants d'offrir des services de mobile money. Les réformes en cours dans le secteur financier pourrait permettre de créer un écosystème florissant de services financiers numériques soutenu par les taux d'adoption élevés enregistrés par les prestataires existants, comme par exemple Ethio Telecom.

En Ouganda, suite à l'introduction d'un nouveau cadre réglementaire, MTN et Airtel ont obtenu de nouvelles licences en 2022 qui ont modifié leur modèle de fonctionnement pour en faire un modèle de type bancaire.

L'écosystème fintech

Les partenariats entre les prestataires de services de mobile money et les acteurs émergents de la fintech connaissent un développement régulier. La plupart des banques centrales doivent toutefois élaborer une politique globale et un cadre réglementaire pour soutenir les modèles commerciaux émergents de la fintech, ainsi que pour éviter les complications pouvant découler des réglementations existantes, des délais

²⁶ MTN. (11 avril 2022). « [The Central Bank of Nigeria Grants Final Approval for MoMo Payment Service Bank Limited to Commence Operations](#) ». Communiqué de presse.

²⁷ Airtel Afrique. (19 mai 2022). « [Nigeria PSB commencement of operations](#) ».

d'autorisation des produits et services et des évaluations des risques nécessaires à toute collaboration. La Banque centrale des États de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO) et la Banque de l'Ouganda figurent parmi les quelques régulateurs qui ont accordé des licences à des fintechs émergentes en 2022. Au Sénégal, Wave est devenue la première entreprise non bancaire et non ORM à recevoir un agrément d'Établissement Émetteur de Monnaie Électronique (EME) au sein de l'Union monétaire ouest-africaine (UMOA). La Banque d'Ouganda a également accordé des licences à plusieurs acteurs similaires, dont notamment Chipper Cash et Wave.

B

Vérification de l'identité des clients (KYC)

Selon l'enquête 2022 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde, plus d'un tiers des prestataires interrogés indiquaient que la réglementation en matière de vérification de l'identité des clients était devenue plus favorable. L'indice « Mobile Money Regulatory Index » (MMRI) de la GSMA montre par ailleurs que 52 pays ne disposent pas de carte nationale d'identité ou d'autres pièces d'identité délivrées à l'échelle nationale par les pouvoirs publics.²⁸ Cependant, dans beaucoup de ces pays, la réglementation ne reconnaît pas d'autres documents comme justificatifs d'identité pour accéder aux services de mobile money. La flexibilité dans les justificatifs d'identité utilisés pour vérifier l'identité des clients (Know-Your-Customer - KYC) et se conformer aux obligations de vigilance à l'égard des clients (Customer Due Diligence - CDD) a favorisé l'adoption du mobile money, dans des pays comme le Lesotho ou le Rwanda,²⁹ notamment pour les catégories de population vulnérables qui n'ont pas toujours un accès immédiat à des pièces d'identité nationales.

Malgré la numérisation croissante du secteur des paiements, il existe encore plusieurs pays dans lesquels la vérification de l'identité des clients n'est pas encore automatisée, comme par exemple la République démocratique du Congo (RDC), l'Éthiopie, la Mongolie, le Nicaragua, les Samoa et les pays de l'Union économique et monétaire ouest-africaine (UEMOA).³⁰ La vérification de l'identité des clients y est toujours un processus manuel long et coûteux. Selon la Banque mondiale, la numérisation de ce processus par le biais d'une vérification électronique permet d'économiser entre 0,50 et 15 dollars par client.³¹

Certains pays ont lancé de nouvelles campagnes d'enregistrement de la population et de numérisation des vérifications d'identité, ce qui a entraîné une révision complète des formalités de KYC pour les services de mobile money. La Banque du Ghana a ainsi annoncé qu'à partir de juillet 2022, la carte du Ghana serait le seul justificatif d'identité accepté pour l'ensemble des opérations financières autorisées et réglementées par la banque, y compris les services de mobile money. Cette directive n'a toutefois pas tenu compte des difficultés d'enregistrement auxquelles les utilisateurs de services de mobile money risquaient d'être confrontés pour respecter les délais fixés par la banque centrale. Avant cette décision, la Banque du Ghana acceptait différentes pièces d'identité fonctionnelles comme justificatif d'identité, dont notamment les cartes d'électeur, les permis de conduire, les passeports et les cartes du régime national d'assurance maladie.

²⁸ Bahia, K., Kipkemboi Sawe, K. et Wambugu, W. (2022). [Three years of the Mobile Money Regulatory Index: Insights, opportunities and challenges](#). GSMA.

²⁹ Bahia, K., Sanchez, M. and Taberner, P.A. (2020). [Exploring the relationship between mobile money regulation and usage](#). GSMA Intelligence.

³⁰ Les pays de l'UEMOA sont le Bénin, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, la Guinée-Bissau, le Mali, le Niger, le Sénégal et le Togo.

³¹ Gelb, A. et Castrillon, D. (2019). [Identifying and Verifying Customers: When are KYC Requirements Likely to Become Constraints on Financial Inclusion?](#) Centre pour le développement mondial.



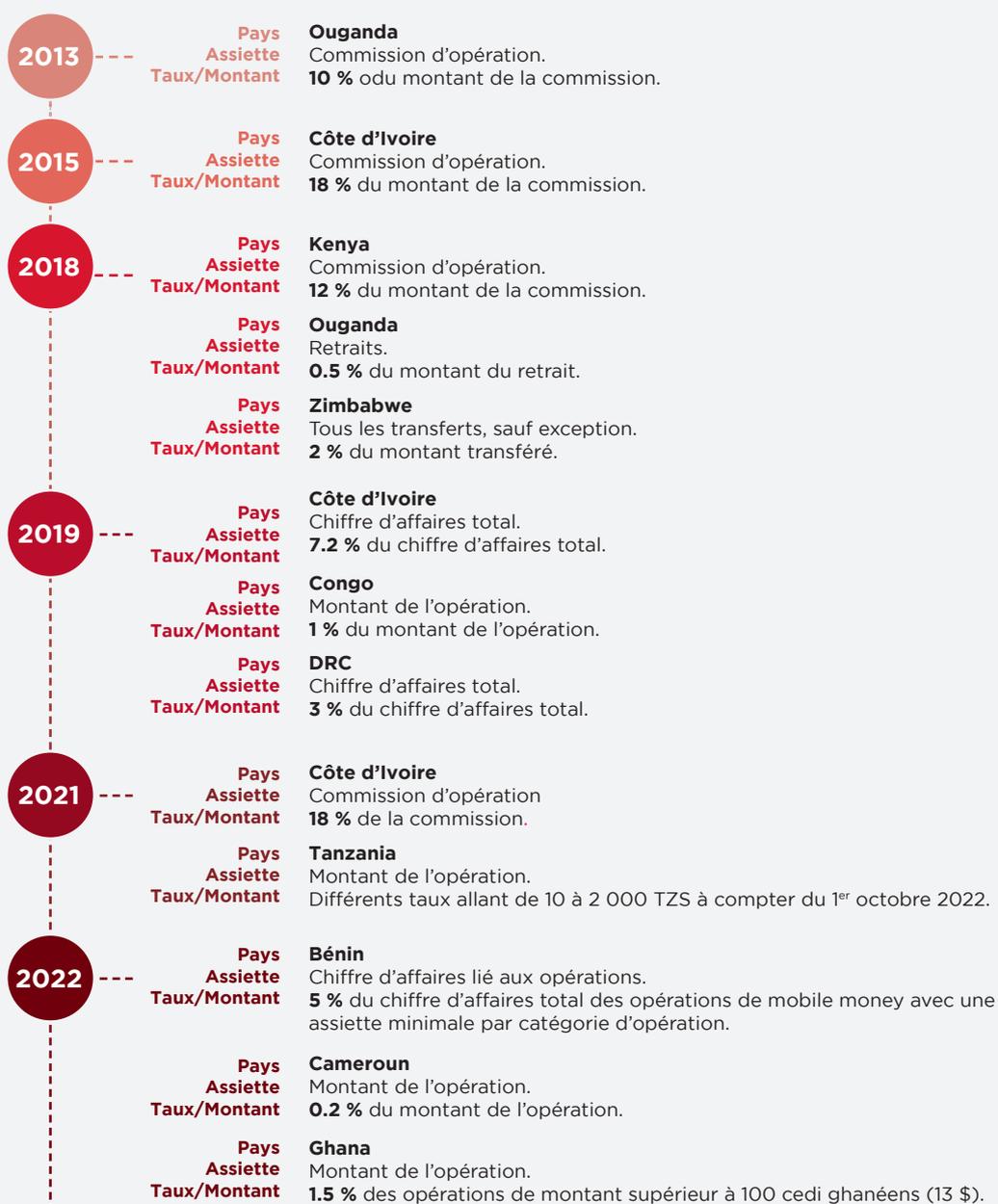
C

Taxation du mobile money

Alors que de nombreux pays sont confrontés aux répercussions économiques de la pandémie et à une récession imminente, plusieurs gouvernements africains ont décidé d'imposer de nouvelles taxes sur les services de mobile money (figure 22). C'est le cas du Ghana, de la Tanzanie et du Cameroun, qui ont ainsi

rejoint en 2022 la liste croissante des pays qui se servent du mobile money pour générer des recettes fiscales. Ces nouvelles taxes illustrent les lacunes qui peuvent exister dans l'élaboration des lois et politiques fiscales, car en plus d'augmenter la charge fiscale des prestataires de services de mobile money, elles augmentent aussi celle des consommateurs.

Figure 22 - Politiques de taxation du money mobile en Afrique, par pays et année



Source: Code des impôts des différents pays

Le secteur du mobile money soutient de nombreuses économies en leur apportant des services financiers essentiels, comme par exemple les paiements en faveur des organismes publics (P2G). Les politiques fiscales qui s'appliquent au secteur doivent donc tenir compte des effets indésirables de la taxation, en ce qui concerne notamment les segments peu ou pas bancarisés. L'obligation pour les prestataires de services de mobile money de collecter des taxes risque de fausser la perception du secteur par le public et d'alimenter des idées fausses sur l'augmentation des coûts de transaction du mobile money.

Il est possible de faire un meilleur usage du

D Transferts internationaux

Le mobile money est le moyen le plus pratique et le plus abordable d'envoyer de l'argent à l'étranger. Selon l'enquête de la GSMA sur le coût des envois de fonds (GSMA Mobile Money Remittance Price Survey), les transferts internationaux réalisés au moyen du mobile money coûtent en moyenne 3,73 % du montant de l'opération. Malgré la forte croissance affichée par ces opérations, elles ont encore un potentiel considérable de développement sur les marchés soumis à des restrictions réglementaires. Applicable à l'ensemble des services financiers, le contrôle des changes est un obstacle majeur au développement des envois de fonds internationaux au moyen du mobile money. Les marchés concernés comprennent notamment l'Éthiopie, les pays de l'Union économique et monétaire ouest-africaine (UEMOA) et la Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale (CEMAC). Sur la plupart de ces marchés, les transferts entrants sont les seuls transferts internationaux autorisés, ce qui entrave le développement de ces opérations.

Si les transferts internationaux effectués au moyen du mobile money occupent une place de plus en plus importante dans les moyens de subsistance de nombreuses

mobile money pour la collecte de recettes fiscales. En élargissant l'assiette fiscale du secteur informel au lieu d'accroître la charge fiscale des utilisateurs et prestataires, le mobile money pourra continuer à stimuler le développement socio-économique. Pour y parvenir, les gouvernements doivent aligner leurs politiques fiscales sur leurs objectifs d'inclusion financière, d'autonomisation des jeunes et des femmes et de réduction de la pauvreté, entre autres objectifs nationaux. Si les recettes fiscales sont cruciales pour le développement économique, elles ne doivent pas décourager l'investissement ni réduire la demande de biens et de services, qui sont deux piliers importants de la croissance économique.

familles, ils constituent également un facteur de développement important du commerce international. De nombreux gouvernements reconnaissent l'importance de favoriser ces transferts pour faciliter le commerce bilatéral et multilatéral, notamment au sein des PRFI. L'absence d'harmonisation des réglementations régionales en matière de vérification de l'identité des clients en fonction des montants en jeu continue également d'entraver la croissance des transferts internationaux réalisés au moyen du mobile money. D'autres problèmes, tels que les aspects juridiques et réglementaires, les contraintes liées à l'infrastructure des systèmes de paiement, l'informalité et les obstacles au commerce international, font qu'une approche multisectorielle sera indispensable pour exploiter pleinement les avantages de ces transferts.

E

Indice d'évaluation de la réglementation du mobile money

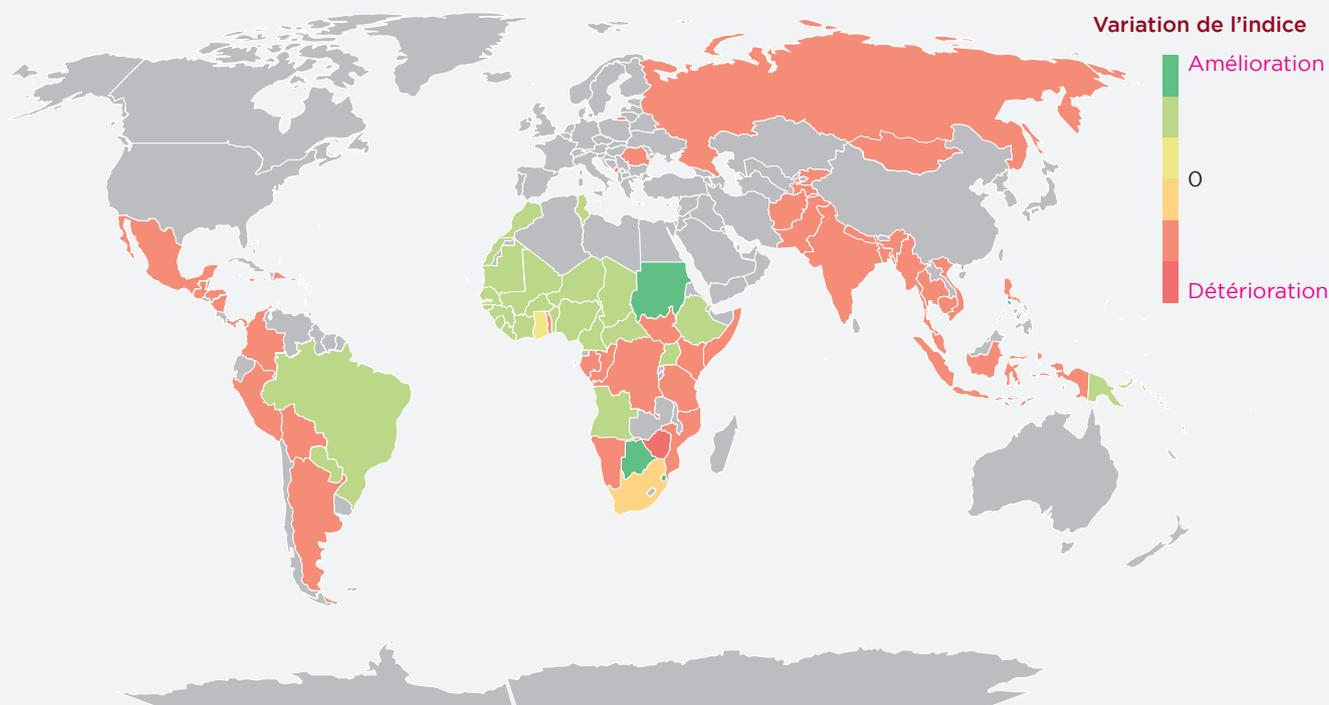
Selon le Mobile Money Regulatory Index (MMRI) de la GSMA pour 2022, 48 pays ont amélioré leur score depuis le lancement de l'indice en 2018 (figure 23). Les cadres réglementaires du mobile money continuent de créer des conditions de fonctionnement plus sûres et plus efficaces pour les services de mobile money et, surtout, pour les consommateurs.

Le MMRI a joué un rôle crucial pour influencer les discussions réglementaires qui ont débouché sur ces améliorations. En décembre

2021, la plupart des pays disposaient de réglementations efficaces et favorables dans de nombreux domaines, dont notamment les règles de concurrence, la protection des consommateurs, la protection des dépôts, les réseaux d'agents, les envois de fonds internationaux, l'accessibilité financière, les formalités de KYC, le paiement d'intérêts sur les comptes en fiducie, les plafonds d'opération et les stratégies d'inclusion financière. Beaucoup de pays ont des progrès à faire en matière d'automatisation des vérifications d'identité, de garantie des dépôts et d'indicateurs d'accès aux systèmes de règlement.

Figure 23 - Amélioration des scores MMRI entre 2018 et 2021

Variation de l'indice MMRI entre 2018 et 2021



Source: Mobile Money Regulatory Index (indice d'évaluation de la réglementation du mobile money) de la GSMA

2

Protection et sécurité des consommateurs

A Santé financière

Malgré l'usage croissant du mobile money, la situation financière des consommateurs s'est dégradée, en particulier dans les PRFI. Au Kenya, l'inclusion financière concerne désormais 83 % de la population adulte, mais 24 % seulement est jugée en bonne santé financière.³² L'inclusion financière ne se traduit pas nécessairement par une amélioration immédiate de la santé financière.

Ces tendances ont imposé des interventions politiques visant à améliorer la santé financière des consommateurs. Le groupe de travail de l'UNSGSA sur la santé financière a notamment publié deux notes d'orientation pour guider les travaux futurs sur la santé financière.

B Fraude

Avec l'augmentation rapide des volumes de transactions d'une année sur l'autre, les prestataires de services de mobile money doivent veiller à ce que leurs systèmes de sécurité soient capables de gérer les scénarios de fraude actuels et futurs, ainsi que les autres risques de l'écosystème des services financiers, qui comprennent notamment les fraudes et escroqueries basées sur les applications mobiles, l'identité biométrique ou l'ingénierie sociale.

La fraude peut porter atteinte à la confiance des consommateurs et avoir une incidence négative sur l'usage des services de mobile money et l'inclusion financière des utilisateurs vulnérables. Sachant que la confiance est un facteur clé de l'adoption des services, la lutte contre la fraude est devenue une préoccupation importante du secteur. Les responsables politiques et les régulateurs poussent

Les gouvernements et les régulateurs des Philippines, du Kenya et d'autres pays ont fait de la santé financière un objectif affiché de leurs stratégies nationales d'inclusion financière.

La santé financière étant désormais un sujet d'intérêt majeur, les prestataires de services de mobile money pourront être amenés à concevoir des produits qui répondent aux besoins financiers des consommateurs en leur permettant de maintenir leur santé financière. Cet objectif pourra être réalisé dans le cadre d'une approche fondée sur le partenariat qui vise à améliorer les connaissances et compétences financières des consommateurs au moyen de formations adaptées.

désormais les prestataires de services de mobile money à adopter des cadres de protection des consommateurs centrés sur le client, à promouvoir la sensibilisation et l'éducation des consommateurs, ainsi que la transparence des produits, et à améliorer le traitement des réclamations.

³² Gubbins, P. et Heyer, A. (2022). [The state of financial health In Kenya: Trends, drivers and implications](#). FSD Kenya.

Encadré 6**Programme de certification Mobile Money de la GSMA**

La GSMA a travaillé avec les ORM pour promouvoir des pratiques responsables dans le cadre de son programme de certification du mobile money. Ce programme vise à promouvoir la sécurité, la fiabilité et la résilience des services de mobile money. Le processus de certification impose le respect de plus de 300 exigences détaillées en matière de protection des consommateurs, de lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme (LCB-FT), de gestion de la fraude, de cybersécurité et de sécurité des systèmes.

Le parcours d'Hormuud Telcom vers la certification

En Somalie, le secteur du mobile money joue un rôle important dans l'économie du pays. Plus de 80 % de la population utilise le mobile money, alors que 6 % seulement utilise toujours l'argent liquide. Les prestataires de mobile money y traitent près de 2,7 milliards de dollars d'opérations par mois et près de 80 % des clients font un usage régulier du mobile money. Les services de mobile money soutiennent un secteur entrepreneurial dynamique et en pleine croissance qui stimule l'économie et facilitent l'accès aux services financiers, ce qui favorise l'inclusion financière.

Comme dans beaucoup d'autres pays, le secteur du mobile money s'est développé avec une longueur d'avance sur la législation. L'absence de justificatifs d'identité nationaux (il n'y a pas eu de cartes nationales d'identité ou d'actes de naissance délivrés pendant plus de trente ans)

fait de la Somalie un environnement difficile pour le secteur privé.

Hormuud Telecom est le premier ORM et prestataire de services de mobile money du pays. L'entreprise a connu une forte croissance depuis vingt ans et a mis en place des partenariats stratégiques avec des banques, des prestataires de services de transfert de fonds et d'autres partenaires. Hormuud Telecom s'est servi du processus de certification Mobile Money de la GSMA pour se conformer aux normes internationales, mettre en place des bonnes pratiques et améliorer ses politiques, ses procédures et ses pratiques commerciales. Cette démarche a permis à l'entreprise d'améliorer la gestion de ses risques, de renforcer son image de marque, de favoriser la protection des consommateurs et de se positionner en vue de futurs partenariats commerciaux.

La certification Mobile Money est avantageuse pour Hormuud Telecom et donc, par ricochet, pour l'économie somalienne. L'entreprise peut désormais s'appuyer sur un système de gestion des risques plus robuste et des bases commerciales plus solides. Elle est plus résiliente et plus fiable. L'identification des cas de BC/FT et de fraude a augmenté de 15 %, l'assistance à la clientèle s'est améliorée, la satisfaction des clients a augmenté de 20 % et les tests de pénétration se sont considérablement améliorés.

3

Inclusion

A

Croissance du secteur

L'innovation technologique a conduit à une augmentation du nombre de nouveaux entrants dans l'écosystème du mobile money, dont notamment de nombreuses fintechs. Cette évolution est motivée par la nécessité de rendre les paiements plus accessibles et plus abordables pour l'ensemble de la population. Les « sandbox » réglementaires sont un outil qui permet aux nouveaux entrants et aux acteurs existants de tester leurs produits avant leur lancement. Bien qu'elles ne soient pas une nouveauté, les régulateurs ont été plus nombreux à les adopter pour soutenir le développement du secteur.

Les régulateurs qui souhaitent favoriser l'innovation et la concurrence dans les services financiers s'intéressent de plus en plus à cet outil. En août 2022, Bangko Sentral ng Pilipinas, la banque centrale des Philippines, a lancé son premier cadre de sandbox, tout comme la Banque du Ghana le même mois. Ces outils peuvent jouer un rôle important pour ouvrir l'écosystème aux petits acteurs fintech tout en permettant aux régulateurs de mieux évaluer les risques.

Les sujets à suivre en 2023

Les banques centrales s'interrogent sur l'intérêt d'adopter des monnaies numériques de banque centrale (MNBC), leurs hésitations étant souvent liées à différentes motivations ou préoccupations. Les MNBC sont un nouveau concept, dont le rôle au sein du système monétaire est encore à l'étude. Des données complémentaires seront nécessaires pour déterminer dans quelle mesure ces monnaies pourraient faire progresser l'inclusion financière plus efficacement que les technologies existantes. Il est également nécessaire de mieux comprendre la valeur ajoutée qu'elles pourraient apporter aux systèmes de paiement existants dans le cadre de modèles de partenariat public-

public et public-privé, ainsi que les incitations économiques dont les participants pourraient avoir besoin.

Avec la croissance exponentielle du mobile money, l'interopérabilité revêt une importance croissante dans les écosystèmes de paiement nationaux et internationaux. Contrairement aux approches initiées par le marché, les approches qui imposent l'interopérabilité se sont avérées plus complexes à développer et à mettre en œuvre. En 2023, les régulateurs pourraient adopter une approche plus participative pour promouvoir un écosystème financier davantage interconnecté.

Comblar les écarts entre hommes et femmes dans le mobile money



Malgré les progrès considérables réalisés ces dernières années en matière d'inclusion financière liée à la téléphonie mobile, les femmes sont toujours moins susceptibles que les hommes d'utiliser les services de mobile money. Parmi les raisons de cette situation, il y a le fait de ne pas posséder de téléphone portable, de ne pas connaître l'existence du mobile money ou son utilité, le manque d'alphabétisation et l'absence de compétences numériques et financières. La crise économique actuelle résultant de la pandémie de COVID-19 frappe également les femmes de manière disproportionnée,³³ ce qui exacerbe les obstacles à l'accès et à l'utilisation du mobile money.

L'écart entre hommes et femmes en matière de possession et d'utilisation des comptes de mobile money pénalise les femmes comme les prestataires de services de mobile money. Les femmes qui utilisent le mobile money ont la possibilité d'être mieux intégrées sur le plan financier, de bénéficier d'une plus grande autonomie économique et de jouer un rôle plus important dans les décisions financières, ce qui peut avoir des retombées positives sur leurs communautés et sur l'économie dans son ensemble.

Pour mieux comprendre le mobile money du point de vue des utilisateurs finaux, la GSMA réalise une enquête annuelle auprès des consommateurs. Cette enquête en face

à face est représentative au niveau national et permet de recueillir des données relatives à la demande³⁴ dans neuf PRFI : Bangladesh, Éthiopie, Ghana, Inde, Indonésie, Kenya, Nigeria, Pakistan et Sénégal.

Les données de l'enquête de consommation 2022 de la GSMA³⁵ montrent que le mobile money a des retombées positives dans la vie quotidienne des utilisatrices. Dans la plupart des neuf pays étudiés, plus de la moitié d'entre elles déclarent que ces services les aident à mieux gérer leurs finances et leurs affaires courantes, comme par exemple leurs achats et le règlement de leurs factures. Dans l'ensemble des pays étudiés, elles sont une majorité à indiquer que les services de mobile money leur permettent aussi de gagner du temps.

Les organisations internationales, les responsables politiques et les prestataires de services de mobile money sont de plus en plus nombreux à agir pour lutter contre les inégalités entre hommes et femmes dans le domaine du mobile money.³⁶ Les données ventilées par sexe sont essentielles pour promouvoir l'inclusion financière et l'autonomisation des femmes. Cet aspect revêt une importance particulière sur les marchés du mobile money récemment libéralisés, tels que l'Éthiopie ou le Nigeria, où ces chiffres permettent de suivre l'évolution de l'utilisation des services en vue d'encourager un développement plus équitable.

Figure 24 - Parcours de l'utilisateur du mobile money



Source: GSMA

³³ ONU Femmes. (16 septembre 2020). « [COVID-19 and its economic toll on women: The story behind the numbers](#) ».

³⁴ Données sur la demande : données concernant les consommateurs qui sont recueillies auprès de ces derniers.

³⁵ L'enquête de terrain a été réalisée au cours du troisième et du quatrième trimestre de l'année 2022.

³⁶ Par exemple, depuis 2016, 26 ORM d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine se sont formellement engagés à réduire les écarts entre hommes et femmes au sein de leur clientèle dans le cadre de l'initiative [GSMA Connected Women Commitment Initiative](#) de la GSMA.

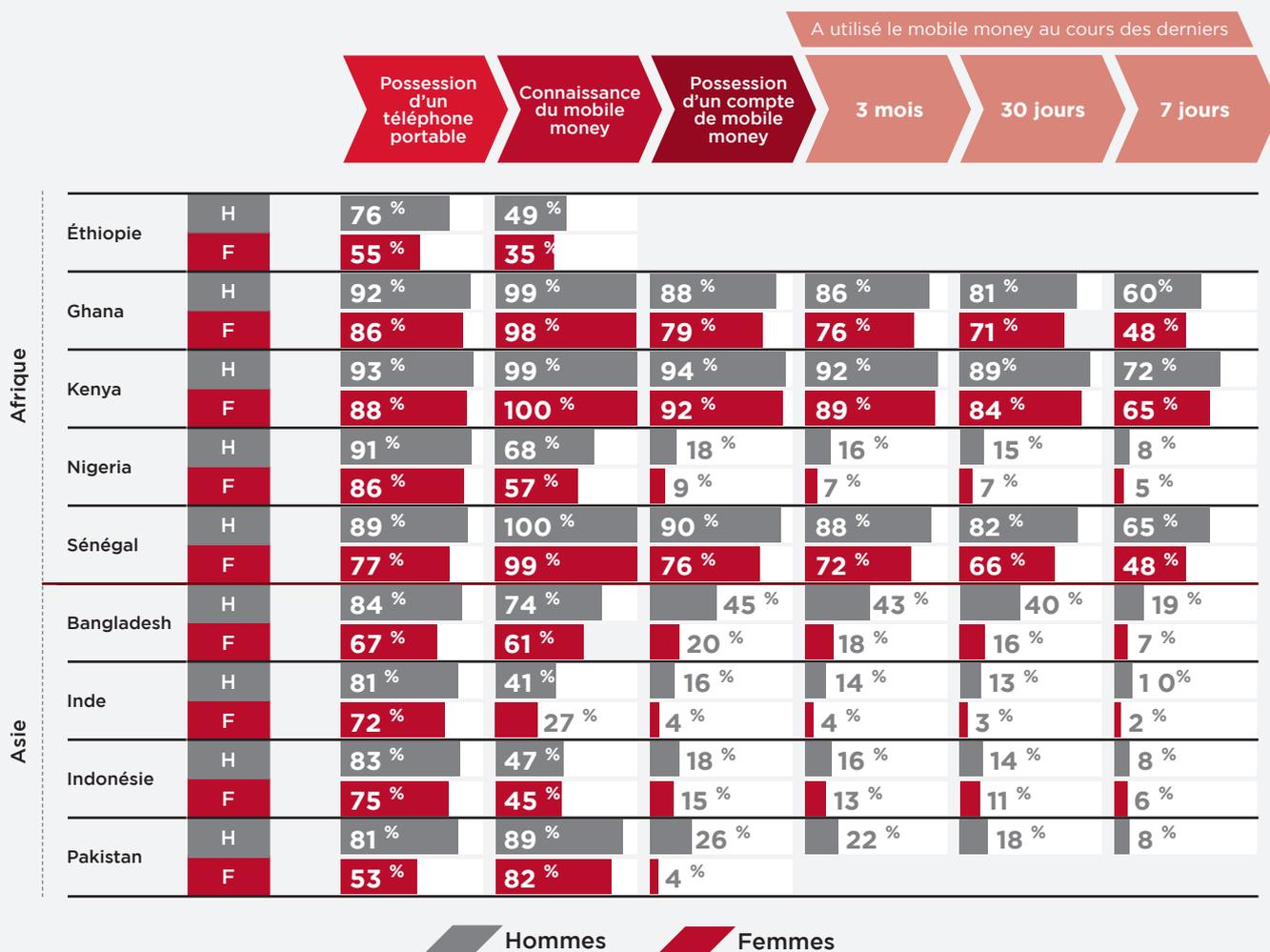
Le parcours de l'utilisateur du mobile money

Ce chapitre présente les différentes étapes du parcours de l'utilisateur du mobile money, examinées sous l'angle du genre : possession d'un téléphone portable, connaissance du mobile money, possession d'un compte de mobile money et usage régulier et diversifié des services de mobile money (figure 24). Pour agir de manière efficace, il est essentiel d'analyser les écarts entre hommes et femmes à chaque étape de ce parcours pour mieux comprendre les obstacles auxquels les femmes sont plus particulièrement confrontées.

Le niveau de progression des hommes et des femmes dans le parcours de l'utilisateur du mobile money varie selon les pays (figure 25), en fonction de la maturité du marché, des normes sociales et d'autres facteurs. Il existe toutefois des tendances communes :

- Dans la plupart des pays, le fait que les femmes soient **moins nombreuses à posséder un téléphone portable** contribue à alimenter les écarts entre hommes et femmes dans le domaine du mobile money, y compris sur les marchés plus matures où la connaissance du mobile money est quasi universelle.
- Sur certains marchés, comme le Bangladesh, l'Éthiopie, l'Inde ou le Nigeria, les femmes **connaissent moins le mobile money** que les hommes, ce qui constitue un obstacle important à surmonter.
- Lorsque les femmes connaissent l'existence du mobile money, des obstacles autres que l'absence de téléphone portable alimentent un **écart relativement important entre hommes et femmes concernant la possession d'un compte de mobile money** (sauf au Kenya).
- Une fois que les femmes ont un compte de mobile money, elles ont des **niveaux d'utilisation comparables à ceux des hommes sur 30 jours**, bien que l'écart entre les sexes ait tendance à se creuser pour une utilisation plus fréquente.

Figure 25 - Pourcentage d’hommes et de femmes à chaque étape du parcours de l’utilisateur du mobile money en 2022, par pays³⁷ (en % de la population adulte totale)



Source : Enquête de consommation 2022 de la GSMA

Possession d’un téléphone portable

L’accès à un téléphone portable est une condition préalable à l’utilisation du mobile

money. Il existe toutefois un écart persistant entre hommes et femmes au sein des PRFI en ce qui concerne la possession d’un téléphone

³⁷ Source: enquête de consommation 2022 de la GSMA. Les « propriétaires de téléphone portable » sont les personnes qui ont l’usage unique ou principal d’une carte SIM ou d’un téléphone portable ne nécessitant pas de carte SIM et qui l’utilisent au moins une fois par mois. Base : tous les adultes. N = 500-983 pour les femmes et 481-1176 pour les hommes. Question : « Quelles sont les enseignes [nationales] de mobile money que vous connaissez, le cas échéant ? ». Base : tous les adultes. N = 500-983 pour les femmes et 481-1176 pour les hommes. Question : « Et auprès de quelle(s) enseigne(s) avez-vous un compte de mobile money, le cas échéant ? ». Base : tous les adultes qui connaissent au moins une enseigne [nationale] de mobile money et qui ont déjà utilisé un téléphone portable. N = 209-532 pour les femmes et 221-573 pour les hommes. Question : « Avez-vous déjà utilisé un compte de mobile money pour envoyer de l’argent, faire un paiement, recevoir de l’argent, ou déposer ou retirer de l’argent ? » Il a été demandé aux titulaires de comptes de mobile money à quelle fréquence ils utilisaient leur compte. Base : tous les adultes possédant un compte de mobile money. N = 41-500 pour les femmes et 70-523 pour les hommes. Échantillon : représentatif au niveau national. Remarques : les données relatives à l’usage du mobile money par les femmes en Éthiopie et au Pakistan ont été exclues en raison de la taille insuffisante de l’échantillon. L’échantillon de l’Éthiopie exclut les régions touchées par le conflit du Tigré et les problèmes de sécurité (voir la méthodologie de l’enquête de consommation en annexe). Pour les questions relatives à la possession et à l’utilisation d’un compte de mobile money, les résultats sont recalculés pour être exprimés en pourcentage de la population adulte totale de chaque pays.

portable : les femmes y sont 7 % moins susceptibles que les hommes de posséder un téléphone portable.³⁸ Ce chiffre peut varier considérablement d'un pays à l'autre. Au Kenya par exemple, un pays qui affiche des taux de possession élevés, 88 % des femmes possèdent un téléphone portable, contre 93 % des hommes. Au Pakistan en revanche, la moitié seulement des femmes possèdent un téléphone portable, contre 81 % des hommes. En l'absence d'efforts concertés, les taux de possession des femmes continueront d'accuser du retard, ce qui les empêchera de progresser dans leur parcours d'utilisatrices du mobile money.

Connaissance du mobile money

Il existe plusieurs facteurs favorisant la connaissance du mobile money chez les utilisatrices potentielles.³⁹ Les principaux sont la maturité et la compétitivité du marché local, l'existence de réseaux d'agents ayant une large couverture et la robustesse des infrastructures de téléphonie mobile et de mobile money. Sur les trois marchés de mobile money les plus matures parmi ceux couverts par l'enquête (Ghana, Kenya et Sénégal) la connaissance du mobile money est quasi universelle chez les femmes comme chez les hommes. Dans les autres pays étudiés, les femmes connaissent moins le mobile money que les hommes. Cela est particulièrement vrai en Inde et en Éthiopie, où les femmes sont respectivement 35 % et 29 % moins susceptibles que les hommes de connaître des services de mobile money.

Possession d'un compte de mobile money

Le fait de posséder un téléphone et d'avoir connaissance du mobile money ne se traduit pas nécessairement par la possession d'un compte de mobile money, surtout chez les femmes. Au Ghana, malgré des taux de possession élevés pour les téléphones portables et une connaissance largement répandue du mobile money (99 % des hommes et 98 % des

femmes), 88 % des hommes et 79 % seulement des femmes possèdent un compte de mobile money. On observe une tendance similaire au Pakistan, où malgré une large connaissance du mobile money, les taux de possession d'un compte restent peu élevés.

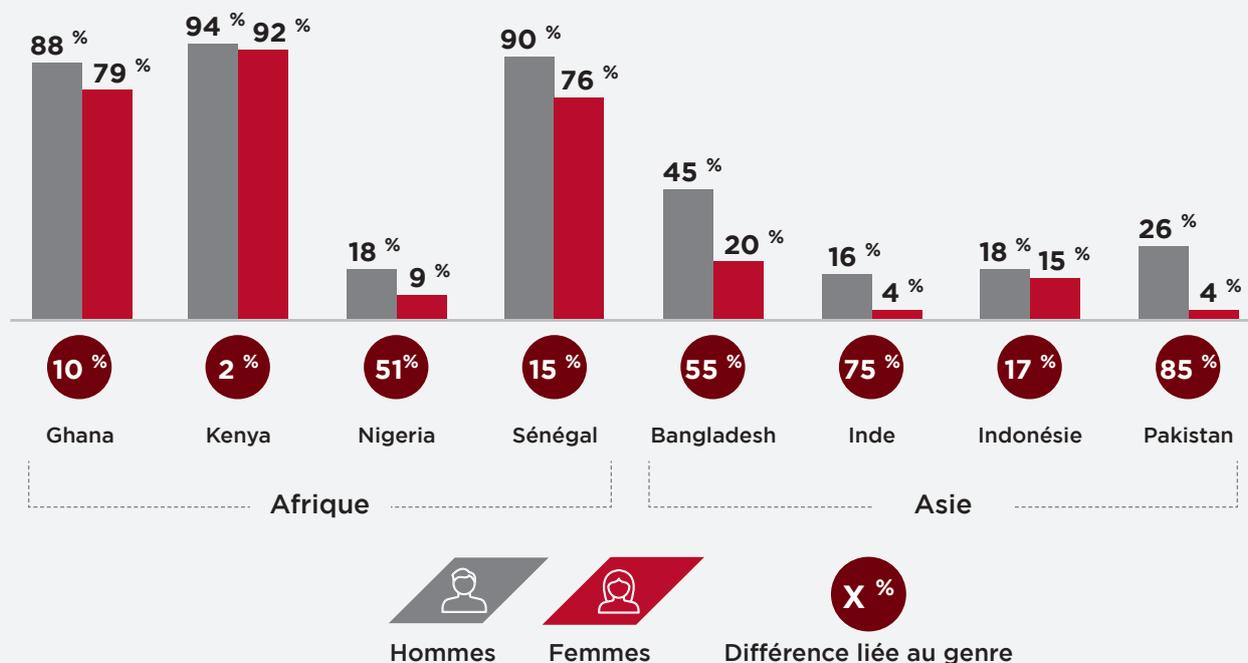
Malgré l'augmentation globale des taux de possession d'un compte de mobile money au sein des PRFI, on continue d'observer un décalage important entre hommes et femmes. D'après l'analyse des données Global Findex 2021 par la GSMA, les femmes des PRFI sont 28 % moins susceptibles que les hommes de posséder un compte de mobile money. Des données plus récentes issues de l'enquête de consommation de la GSMA montrent qu'en dehors du Kenya, qui le marché le plus mature de l'enquête, il existe toujours des écarts significatifs entre hommes et femmes en ce qui concerne la possession d'un compte de mobile money (figure 26). Le Sénégal et le Ghana affichent des taux de possession élevés pour les comptes de mobile money, mais les femmes y sont respectivement 15 % et 10 % moins susceptibles que les hommes d'en avoir un. En Éthiopie, les taux de possession sont faibles et concernent seulement 11 % des hommes et 4 % des femmes. L'Inde et le Pakistan sont les pays de l'enquête qui présentent les écarts les plus importants entre hommes et femmes sur ce point, ce qui s'explique par différents facteurs, dont notamment les normes sociales et le taux peu élevé de possession d'un téléphone portable chez les femmes.

³⁸ GSMA. (2022). [The Mobile Gender Gap Report 2022](#).

³⁹ L'enquête de consommation de la GSMA demande aux personnes interrogées si elles connaissent au moins une enseigne de mobile money dans leur pays. Il est important de noter que le fait de connaître une enseigne de mobile money ne signifie pas forcément que la personne concernée sait à quoi sert le mobile money, comment s'en servir ou quelle peut être son utilité dans sa vie quotidienne.

⁴⁰ Awanis, A. et Shanahan, M. (7 novembre 2022). « [Findings from Findex: Mobile money is driving financial inclusion for women, but more work needs to be done](#) ». Blog du programme Mobile for Development de la GSMA.

Figure 26 - Taux de possession d'un compte de mobile money chez les hommes et chez les femmes en 2022, par pays⁴¹ (en % de la population adulte totale)



Source: Enquête de consommation 2022 de la GSMA

Dans cinq des sept pays couverts par l'enquête pour lesquels des données sont disponibles (Bangladesh, Inde, Indonésie, Nigeria et Pakistan), l'écart entre hommes et femmes concernant la possession d'un compte de mobile money s'est creusé au cours de l'année écoulée, en raison notamment d'une augmentation plus rapide du taux de possession d'un téléphone portable chez les hommes que chez les femmes. Au Pakistan, le taux de possession d'un compte de mobile money est passé de 19 % à 26 % chez les hommes au cours de l'année écoulée, alors que celui des femmes est resté stable à 4 %. Au Bangladesh, le taux de possession d'un compte de mobile money est resté le même chez les femmes alors qu'il est passé de 41 % à 45 % chez les hommes.

Ces différences entre hommes et femmes ont tendance à être plus prononcées au sein de certaines catégories démographiques. Par exemple, dans huit des neuf pays couverts par l'enquête, l'écart entre hommes et femmes en matière de possession d'un compte de mobile money est plus prononcé au sein des populations rurales. Celles-ci sont généralement plus concernées que les populations urbaines par les obstacles à la possession d'un compte de mobile money, en termes notamment de connaissance des services, d'accès à un téléphone portable, de compétences numériques et de normes sociales, et plus encore quand il s'agit des femmes.

⁴¹ Source: enquête de consommation 2022 de la GSMA. Question : « Et auprès de quelle(s) enseigne(s) avez-vous un compte de mobile money, le cas échéant ? ». Base : tous les adultes qui connaissent au moins un service [national] de mobile money et qui ont déjà utilisé un téléphone portable. N = 209-532 pour les femmes et 221-573 pour les hommes. Échantillon : représentatif au niveau national. Remarques : l'échantillon de l'Éthiopie exclut les régions touchées par le conflit du Tigré et les problèmes de sécurité (voir la méthodologie de l'enquête de consommation en annexe). Les résultats sont recalculés pour être exprimés en pourcentage de la population adulte totale de chaque pays.

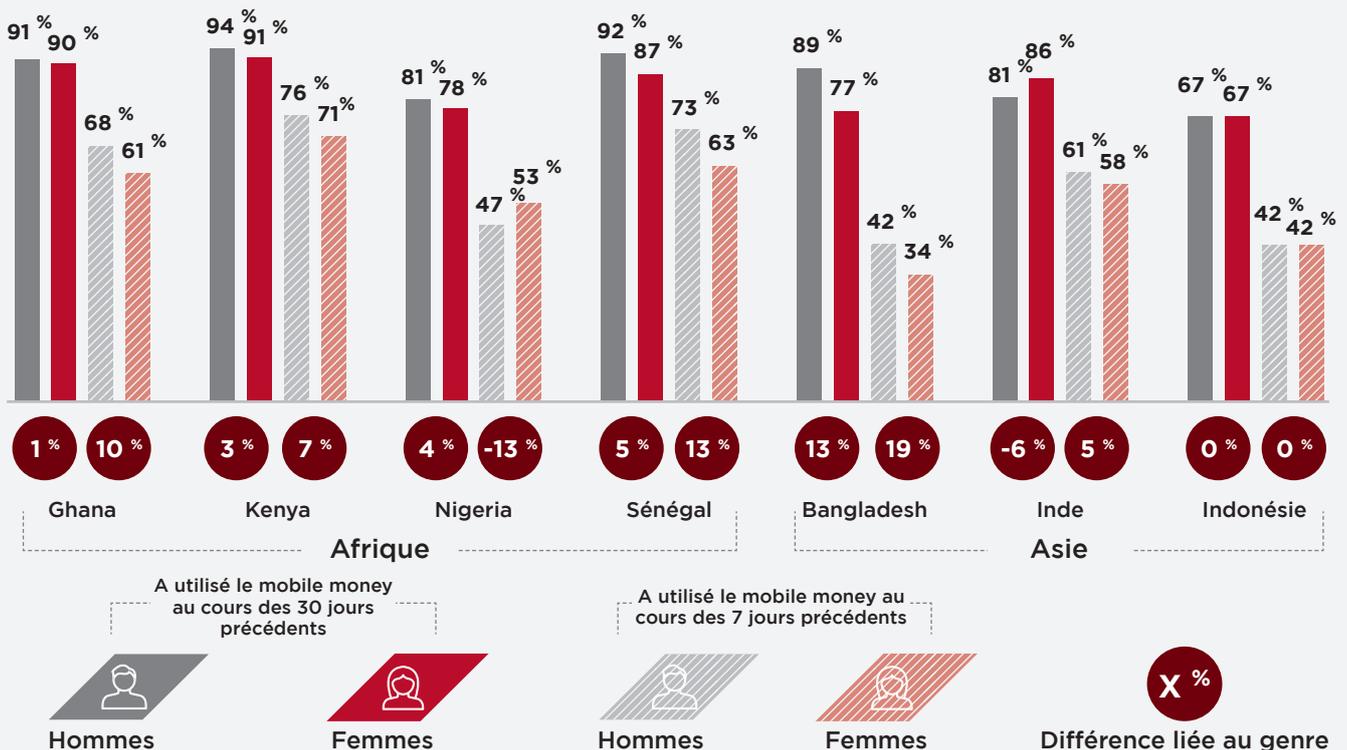
Utilisation des services de mobile money

Au-delà des taux de possession d'un compte, la fréquence d'utilisation du mobile money et son mode d'utilisation constituent une autre mesure de l'inclusion financière.⁴² Lorsque les femmes possèdent un compte de mobile money, elles affichent des taux d'activité sur 30 jours comparables à ceux des hommes. Au niveau national, leur taux d'activité sur 30 jours est plus faible au Sénégal et au Bangladesh, mais comparable à celui des hommes au Ghana, au Kenya, au Nigeria et en Indonésie, voire plus élevé en Inde.⁴³ Ces résultats sont cohérents avec d'autres données de l'enquête, selon lesquelles 59 % à 87 % des utilisatrices

du mobile money de chacun de ces pays considèrent que le mobile money leur est utile.

Les données de l'enquête se rapportant à un usage plus fréquent des services de mobile money font ressortir un net décalage entre hommes et femmes (figure 27).⁴⁴ Les femmes titulaires d'un compte de mobile money sont moins susceptibles que leurs homologues masculins de l'utiliser au moins une fois par semaine dans la moitié des pays pour lesquels ces données sont disponibles dans le cadre de l'enquête (Ghana, Kenya, Sénégal et Bangladesh). Elles sont en revanche plus susceptibles de le faire au Nigeria.

Figure 27 - Taux d'activité sur 30 jours et 7 jours, par pays, chez les titulaires⁴⁵
(en % des titulaires adultes d'un compte de mobile money en 2022)



Source : Enquête de consommation 2022 de la GSMA

⁴² Pour mesurer cet indicateur, l'enquête de consommation 2022 de la GSMA interrogeait les titulaires de comptes de mobile money sur la fréquence d'utilisation de leur compte et les utilisateurs des services de mobile money (titulaires de comptes ou utilisateurs de services au guichet) sur la fréquence de réalisation de certains cas d'utilisation, le cas échéant, tels que l'envoi d'argent à des proches, l'épargne ou le paiement d'achats alimentaires au moyen du mobile money. Les périodes de référence étaient les suivantes : plus de 12 mois, au cours des 12 derniers mois, au cours des 3 derniers mois, au cours des 30 derniers jours et au cours des 7 derniers jours.

⁴³ Hors Éthiopie et Pakistan en raison de la taille insuffisante de l'échantillon dans ces pays.

⁴⁴ Ce constat fait écho à des études réalisées par la GSMA en Côte d'Ivoire et au Mali, qui montraient que les femmes étaient moins susceptibles que les hommes d'être des utilisatrices « intensives » du mobile money (l'utilisant moins fréquemment et pour des montants moins élevés).

⁴⁵ Source : enquête de consommation 2022 de la GSMA. Question : « Avez-vous déjà utilisé un compte de mobile money pour envoyer ou recevoir de l'argent, faire un paiement, déposer ou retirer de l'argent liquide ? ». Il était demandé aux titulaires de compte quelle était la fréquence d'utilisation de leur compte. Base : toutes les personnes interrogées qui possédaient un compte de mobile money, n = 41-500 pour les femmes et 89-523 pour les hommes. Échantillon : représentatif au niveau national. Remarque : l'Éthiopie et le Pakistan sont exclus en raison de la taille insuffisante de l'échantillon dans ces pays.

Ces écarts entre hommes et femmes s'observent également dans les différents cas d'utilisation du mobile money. Les utilisatrices des services de mobile money⁴⁶ en font un usage plus limité que les hommes (figure 28), quelle que soit la période considérée (7 jours, 30 jours ou 12 mois). Ce décalage persiste sur les trois marchés les plus avancés de l'enquête (Ghana, Kenya et Sénégal), notamment en ce

qui concerne les transactions d'écosystème et les services financiers connexes.⁴⁷ Il existe toutefois dans certains pays des cas d'utilisation plus courants chez les femmes. Au Pakistan, à la différence des autres cas d'utilisation, elles sont plus susceptibles que les hommes d'utiliser le mobile money pour envoyer et recevoir des transferts, au niveau national comme au niveau international.

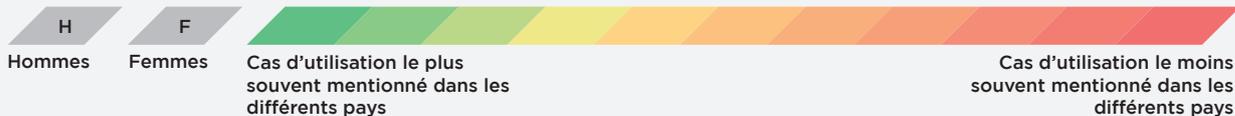


⁴⁶ Les « utilisateurs de mobile money » sont définis comme les titulaires d'un compte de mobile money et les utilisateurs des services offerts au guichet des agents (OTC).

⁴⁷ Les « transactions d'écosystème » désignent les cas d'utilisation plus avancés du mobile money, tels que le paiement de factures ou d'achats (paiements marchands). Les « services financiers connexes » désignent le crédit, l'épargne et l'assurance, entre autres.

Figure 28 - Utilisation du mobile money chez les hommes et les femmes au cours des 30 jours précédents, par pays et par cas d'utilisation⁴⁸ (en % des utilisateurs adultes du mobile money en 2022)

		Afrique								Asie							
		Ghana		Kenya		Nigeria		Sénégal		Bangladesh		Inde		Indonésie		Pakistan	
		H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F
Services de base	Déposent des espèces	67 %	51 %	76 %	63 %	36 %	39 %	62 %	39 %	36 %	29 %	20 %	16 %	34 %	27 %	15 %	8 %
	Retirent des espèces	76 %	69 %	82 %	75 %	46 %	45 %	69 %	59 %	48 %	42 %	21 %	22 %	28 %	36 %	20 %	8 %
	Envoient de l'argent à l'intérieur du pays (P2P)	63 %	50 %	79 %	71 %	45 %	35 %	57 %	42 %	49 %	37 %	31 %	17 %	25 %	28 %	16 %	22 %
	Reçoivent de l'argent de l'intérieur du pays (P2P)	63 %	59 %	82 %	80 %	32 %	28 %	66 %	55 %	48 %	39 %	38 %	28 %	29 %	14 %	16 %	21 %
	Achètent des unités téléphoniques	71 %	60 %	85 %	76 %	38 %	28 %	54 %	34 %	26 %	18 %	28 %	23 %	63 %	51 %	16 %	0 %
Services de l'écosystème	Reçoivent des versements de l'État, des autorités locales ou d'une organisation caritative (paiements groupés)	5 %	6 %	6 %	3 %	10 %	4 %	6 %	4 %	8 %	10 %	5 %	1 %	3 %	0 %	3 %	0 %
	Reçoivent un salaire ou des émoluments (paiements groupés)	15 %	10 %	26 %	13 %	14 %	6 %	11 %	5 %	15 %	8 %	12 %	6 %	11 %	13 %	7 %	2 %
	Sont payés par un client (paiements marchands)	38 %	27 %	52 %	41 %	27 %	15 %	30 %	14 %	16 %	9 %	14 %	15 %	23 %	20 %	11 %	3 %
	Paient des services (paiements marchands)	21 %	12 %	45 %	31 %	14 %	10 %	16 %	6 %	8 %	5 %	14 %	20 %	16 %	18 %	6 %	2 %
	Paient dans un magasin physique ou en personne (paiements marchands)	24 %	16 %	56 %	46 %	20 %	14 %	16 %	10 %	12 %	12 %	38 %	38 %	35 %	34 %	4 %	5 %
	Paient en ligne (via un site web ou une application) (paiements marchands)	13 %	9 %	14 %	10 %	16 %	11 %	9 %	5 %	11 %	10 %	21 %	17 %	42 %	34 %	3 %	2 %
	Paient des factures	14 %	8 %	53 %	40 %	22 %	19 %	35 %	19 %	22 %	13 %	21 %	21 %	35 %	38 %	25 %	27 %
	Envoient de l'argent à destination d'un autre pays (transfert de fonds international)	5 %	5 %	4 %	3 %	12 %	3 %	14 %	6 %	14 %	9 %	11 %	6 %	6 %	3 %	5 %	11 %
	Reçoivent de l'argent en provenance d'un autre pays (transfert de fonds international)	11 %	7 %	7 %	7 %	10 %	9 %	21 %	19 %	23 %	16 %	8 %	10 %	2 %	7 %	5 %	10 %
Services adjacents	Contractent un emprunt (crédit)	7 %	5 %	30 %	22 %	5 %	2 %	12 %	7 %	8 %	10 %	6 %	2 %	1 %	5 %	6 %	2 %
	Transfèrent de l'argent sur un compte d'épargne	16 %	11 %	37 %	24 %	51 %	51 %	5 %	2 %	22 %	13 %	23 %	18 %	37 %	34 %	8 %	4 %
	Paient un produit d'assurance	12 %	5 %	12 %	8 %	7 %	4 %	4 %	2 %	8 %	7 %	5 %	2 %	4 %	6 %	4 %	0 %



Source: Enquête de consommation 2022 de la GSMA

⁴⁸ Source: enquête de consommation 2022 de la GSMA. Question : « Parmi les opérations suivantes, quelles sont celles que vous avez déjà réalisées au moyen du mobile money ? ». Il était demandé aux utilisateurs du mobile money à quelle fréquence ils réalisaient chacune de ces opérations. Base : tous les titulaires d'un compte de mobile money ou utilisateurs de services au guichet (OTC), n = 60-502 pour les femmes et 86-568 pour les hommes. Échantillon : représentatif au niveau national. Remarque : l'Éthiopie a été exclue en raison de la taille insuffisante de l'échantillon dans ce pays.

Les obstacles à la possession d'un compte de mobile money et à l'utilisation des services

Le fait de posséder un téléphone portable et d'avoir connaissance des services de mobile money ne se traduit pas nécessairement par la possession ou l'utilisation d'un compte. L'enquête de consommation 2022 de la GSMA interrogeait les personnes qui n'avaient pas de compte de mobile money alors qu'elles en

connaissaient l'existence et qu'elles possédaient un téléphone portable sur les obstacles particuliers qui les empêchaient d'en avoir un (figure 29). L'importance accordée par les consommateurs à ces différents obstacles varie selon les pays et, dans une moindre mesure, selon le genre. Ces chiffres font ainsi ressortir toute l'importance de tenir compte du contexte local.

Figure 29 - Obstacles à la possession d'un compte de mobile money chez les hommes et les femmes qui possédaient un téléphone portable en 2022, par pays⁴⁹. (en % des personnes qui possèdent un téléphone portable et qui connaissent au moins un service de mobile money, mais qui n'ont pas de compte de mobile money)

		Afrique				Asie							
		Éthiopie		Nigeria		Bangladesh		Inde		Indonésie		Pakistan	
		H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F
Utilité	Préfèrent l'argent liquide	41 %	49 %	48 %	50 %	52 %	44 %	60 %	66 %	69 %	64 %	60 %	70 %
	Ont d'autres solutions pour transférer de l'argent	28 %	36 %	43 %	52 %	23 %	14 %	47 %	40 %	43 %	38 %	31 %	18 %
	Un proche a un compte de MM qu'ils/elles peuvent utiliser	3 %	8 %	11 %	8 %	30 %	28 %	24 %	28 %	10 %	14 %	24 %	26 %
	Utilisent des services au guichet d'un agent	14 %	9 %	35 %	43 %	36 %	29 %	26 %	23 %	20 %	13 %	29 %	16 %
	N'ont pas d'argent	50 %	50 %	23 %	28 %	23 %	17 %	40 %	41 %	25 %	29 %	46 %	46 %
Connaissances/compétences	Ne savent pas utiliser le mobile money	53 %	48 %	29 %	31 %	28 %	33 %	39 %	50 %	35 %	42 %	39 %	33 %
	Ont du mal à se servir d'un téléphone/peur de se tromper	36 %	41 %	26 %	26 %	28 %	22 %	43 %	50 %	31 %	31 %	29 %	30 %
	Alphabétisation	19 %	23 %	20 %	24 %	37 %	27 %	25 %	24 %	4 %	5 %	36 %	39 %
Accessibilité financière	Obstacle du coût	23 %	22 %	11 %	22 %	22 %	15 %	33 %	35 %	24 %	15 %	26 %	20 %
Accès/conditions	Ne disposent pas d'un réseau fiable	25 %	15 %	10 %	9 %	10 %	5 %	20 %	25 %	11 %	11 %	13 %	11 %
	N'ont pas accès à des agents	33 %	26 %	5 %	6 %	7 %	9 %	22 %	26 %	19 %	18 %	14 %	11 %
	N'ont pas accès à l'électricité	27 %	18 %	5 %	7 %	7 %	5 %	9 %	14 %	2 %	6 %	9 %	8 %
	N'ont pas les justificatifs nécessaires	5 %	6 %	11 %	17 %	13 %	7 %	20 %	21 %	10 %	11 %	10 %	6 %
Sûreté/sécurité	Sécurité et confiance	17 %	9 %	26 %	33 %	26 %	21 %	41 %	38 %	29 %	34 %	19 %	16 %
	Ne font pas confiance aux agents	10 %	6 %	27 %	24 %	29 %	21 %	30 %	27 %	11 %	18 %	13 %	11 %
Autres	Les agents MM n'ont pas de liquidités	14 %	8 %	3 %	5 %	11 %	5 %	19 %	17 %	11 %	11 %	12 %	10 %
	La famille n'approuve pas	2 %	2 %	3 %	7 %	9 %	19 %	22 %	28 %	8 %	23 %	8 %	23 %
	Autres	5 %	2 %	8 %	9 %	20 %	21 %	11 %	14 %	6 %	8 %	9 %	9 %

H
Hommes

F
Femmes

Cas d'utilisation le plus souvent mentionné dans les différents pays

Cas d'utilisation le moins souvent mentionné dans les différents pays

Source: Enquête de consommation 2022 de la GSMA

⁴⁹ Source: enquête de consommation 2022 de la GSMA. Question : « Vous avez indiqué que vous connaissiez au moins une enseigne [nationale] de mobile money mais que vous n'aviez pas de compte de mobile money. Pour chacune des raisons potentielles que je vous ai lues, veuillez indiquer si c'est quelque chose qui vous empêche d'avoir un compte de mobile money ». Les pourcentages représentent le pourcentage de personnes interrogées qui ont répondu. Base : tous les adultes détenteurs d'un téléphone portable qui connaissent au moins un service [national] de mobile money mais qui n'ont pas de compte de mobile money. N = 131-229 pour les femmes et 120-257 pour les hommes. Note : le Ghana, le Kenya et le Sénégal ont été exclus en raison de la taille insuffisante de l'échantillon dans ces pays qui s'explique par des taux très élevés de possession d'un compte de mobile money.

Obstacles à la possession d'un compte de mobile money

Chez les hommes et les femmes qui possèdent un téléphone portable et ont connaissance du mobile money, l'obstacle le plus important à la possession d'un compte est le sentiment que le mobile money ne leur est pas utile. Ils peuvent par exemple préférer l'argent liquide, ne pas avoir d'argent ou avoir accès à d'autres moyens de faire des paiements. Le deuxième obstacle le plus courant est le manque de connaissances ou de compétences. Par exemple, ils ne savent pas comment utiliser le mobile money, ont du mal à utiliser leur téléphone ou ne savent pas lire. Il s'agit des obstacles les plus fréquemment mentionnés par les hommes comme par les femmes dans les six pays couverts par l'enquête.⁵⁰ En Éthiopie, parmi les personnes qui possédaient un téléphone portable, connaissaient le mobile money mais n'avaient pas de compte, plus de 40 % des hommes et des femmes préféraient l'argent liquide et 50 % déclaraient ne pas avoir assez d'argent pour que les services de mobile money leur soient utiles. Près de 50 % des hommes et des femmes interrogés dans ce pays indiquent en outre qu'ils ne savent pas se servir du mobile money.

Certains obstacles concernent davantage les femmes que les hommes dans certains pays. Sachant qu'elles sont également plus nombreuses à ne pas avoir de compte de mobile money, la réduction ou l'élimination de ces obstacles pourrait avoir un impact positif d'autant plus important. En Inde par exemple, les femmes sont plus nombreuses que les hommes à indiquer que le fait de ne pas savoir comment se servir du mobile money et les difficultés d'utilisation d'un téléphone les empêchent de posséder un compte de mobile money.

Au Nigeria et en Indonésie, les femmes sont

plus nombreuses que les hommes à invoquer les soucis de sécurité et de confiance. Au Nigeria, un tiers des femmes qui n'ont pas de compte alors qu'elles possèdent un téléphone portable et connaissent le mobile money déclarent que les soucis de sécurité en sont la principale raison, contre 26 % des hommes. En Asie du Sud, la désapprobation familiale peut constituer un obstacle important à l'ouverture d'un compte. Les normes sociales et les inégalités structurelles sous-jacentes limitent souvent l'accès des femmes à la téléphonie mobile, et cela concerne aussi le mobile money.⁵¹

Obstacles à un usage plus fréquent du mobile money

Les obstacles à un usage plus fréquent des comptes de mobile money sont souvent les mêmes que ceux qui empêchent les personnes qui ont un téléphone portable et qui connaissent le mobile money d'avoir un compte.⁵² Au Ghana et au Sénégal, les obstacles les plus fréquemment cités par les hommes et les femmes qui possèdent un compte de mobile sont le manque d'utilité et le manque de connaissances et de compétences.

Conclusion

Les femmes sont beaucoup plus nombreuses qu'en 2021 à posséder un compte de mobile money et l'utilisent dans les mêmes proportions que les hommes sur 30 jours. Les écarts entre hommes et femmes perdurent malgré tout, et se sont même creusés au cours de l'année écoulée en Inde, en Indonésie, au Nigeria et au Pakistan. Pour encourager davantage de femmes à adopter le mobile money, il est indispensable de s'attaquer aux inégalités persistantes entre hommes et femmes concernant l'accès à la téléphonie mobile. L'utilité perçue, les normes sociales, le déficit de compétences numériques et les autres obstacles doivent également être pris

⁵⁰ Le Ghana, le Kenya et le Sénégal ont été exclus en raison de la taille insuffisante de l'échantillon dans ces pays, qui s'explique par des taux élevés de possession d'un compte de mobile money.

⁵¹ Crosson, H. et Rowntree, O. (2017). [Triggering mobile internet use among men and women in South Asia](#). GSMA.

⁵² Il était demandé aux titulaires de comptes de mobile money qui n'avaient pas utilisé leur compte depuis 30 jours s'il existait des obstacles qui les empêchaient de le faire.

en compte pour permettre aux femmes de profiter pleinement des avantages du mobile money. Différentes actions seront nécessaires pour y parvenir, dont notamment la mise en place d'un cadre politique et réglementaire favorable et la création d'une infrastructure de services de mobile money adaptée aux besoins des femmes, à leur situation et aux difficultés qu'elles rencontrent.

Malgré les progrès déjà réalisés, il reste encore beaucoup à faire pour combler les écarts entre hommes et femmes dans les PRFI en ce qui concerne le mobile money. Cet enjeu revêt une importance particulière sur les marchés émergents du mobile money, sur lesquels il faudrait tenir compte des besoins des femmes dès la conception et le lancement des services. Une action concertée est nécessaire entre les responsables politiques, le secteur privé, la communauté du développement et les autres parties prenantes concernées pour tirer les leçons des réussites, s'attaquer aux problèmes et veiller à ce que les inégalités existantes entre hommes et femmes ne se creusent pas davantage. Cet enjeu est plus important que jamais dans le contexte de la crise économique actuelle.



Les bases d'un impact socio-économique durable

Le mobile money a amélioré le quotidien d'un grand nombre de personnes peu ou pas bancarisées et il continue de jouer un rôle essentiel pour faire progresser l'inclusion financière. Les utilisateurs ressentent son impact de plusieurs manières. Dans l'enquête de consommation 2022 de la GSMA, les utilisateurs

de neuf pays expliquent de quelle manière le mobile money répond à leurs besoins quotidiens (figure 30). Dans l'ensemble, les utilisateurs d'âge adulte estiment que le mobile money a un impact positif sur leur statut économique. Les résultats de l'enquête montrent que :

Figure 30: Pourcentage d'utilisateurs du mobile money dans les neuf pays couverts par l'enquête qui considèrent que le mobile money les aide à répondre aux besoins suivants du quotidien⁵³

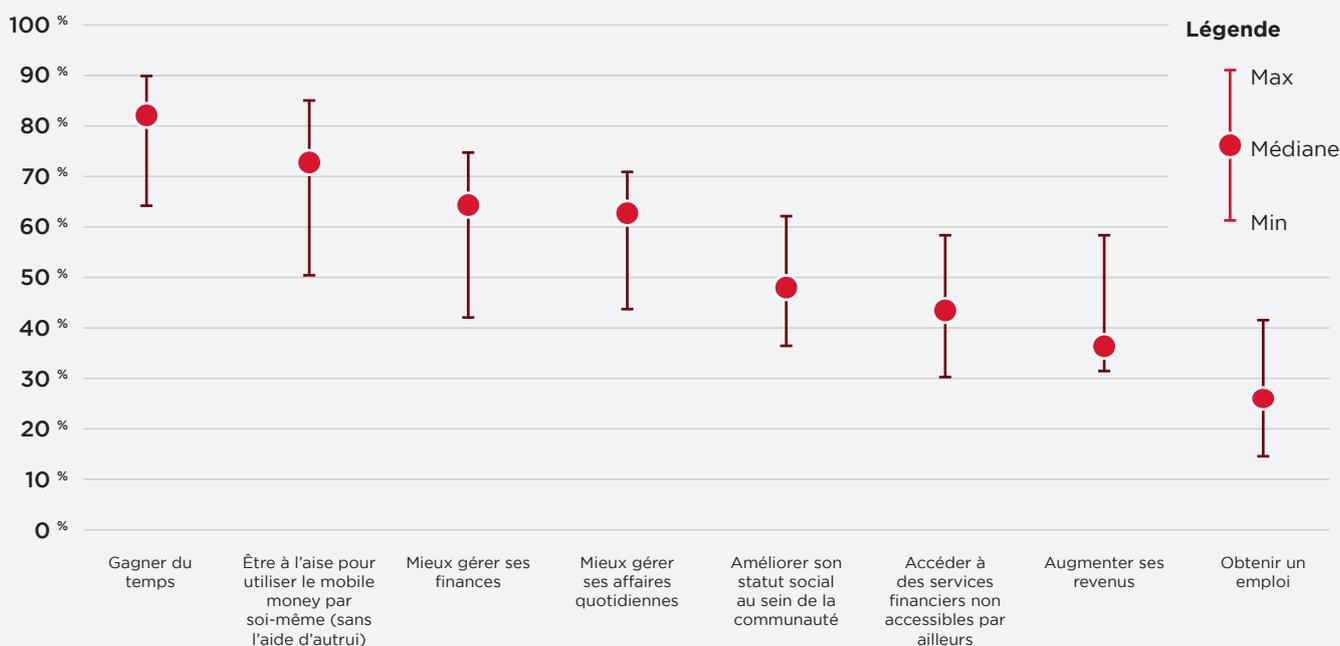
66 à 90 %
des utilisateurs adultes considèrent que le mobile money leur permet de gagner du temps

43 à 74 %
considèrent que le mobile money leur permet de mieux gérer leurs

44 à 71 %
considèrent que le mobile money leur permet de mieux gérer leurs activités quotidiennes

30 à 58 %
considèrent que le mobile money leur permet d'accéder à des services financiers auxquels ils n'auraient pas accès autrement.

32 à 58 %
considèrent que le mobile money leur permet d'augmenter leurs revenus



Source: enquête de consommation 2022 de la GSMA

⁵³ Source: enquête de consommation 2022 de la GSMA. Question : « En pensant maintenant au mobile money dans votre vie quotidienne, veuillez m'indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ». Il était demandé aux utilisateurs du mobile money s'ils étaient tout à fait d'accord, plutôt d'accord, ni d'accord ni en désaccord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord avec une série d'affirmations. Base : tous les adultes titulaires d'un compte de mobile money ou ayant déjà utilisé des services au guichet (OTC). N = 79-931. Remarque : les pourcentages correspondent aux personnes qui ont indiqué qu'elles étaient tout à fait d'accord ou plutôt d'accord avec le fait que le mobile money les aidait à faire face aux besoins de leur vie quotidienne. Les pays couverts par l'enquête sont le Bangladesh, l'Éthiopie, le Ghana, l'Inde, l'Indonésie, le Kenya, le Nigeria, le Pakistan et le Sénégal.

Le mobile money permet d'offrir un large éventail d'autres services qui aident les utilisateurs à faire face aux besoins de la vie quotidienne et aux chocs financiers imprévus. Des millions de personnes bénéficient ainsi d'une plus grande autonomie économique, d'une meilleure résilience face aux effets du changement climatique et d'un accès plus large aux services collectifs de base, en matière notamment d'énergie propre. Le mobile money permet aux petits exploitants agricoles

d'améliorer leurs moyens de subsistance. Il permet aussi à d'importantes populations dispersées de bénéficier d'une aide financière rapide en cas de crise. Ces cas d'utilisation représentent autant d'opportunités pour les prestataires de services de mobile money de se diversifier et de développer des modèles d'exploitation économiquement viables qui s'accompagnent de retombées sociales positives.

La numérisation des chaînes de valeur agricoles en Tanzanie

Les petits exploitants agricoles exercent en grande partie leur activité au sein de l'économie informelle. La plupart d'entre eux n'ont pas accès aux services financiers formels et se heurtent à des difficultés considérables pour accéder à l'information, aux marchés et aux actifs, tels que les équipements de mécanisation et d'automatisation. La numérisation des chaînes de valeur agricoles présente de nombreux avantages pour les petits exploitants, en améliorant notamment leur accès aux services financiers, aux conseils agronomiques, aux acheteurs, aux fournisseurs d'intrants et aux transports.

La GSMA a aidé Vodacom Tanzania à améliorer et développer son service M-Kulima

En 2020, Vodacom Tanzania a reçu une subvention du fonds AgriTech Innovation de la GSMA⁵⁴ pour numériser les chaînes de valeur du coton, des produits laitiers et du maïs en Tanzanie. Grâce à la numérisation des registres d'achat des récoltes, les agriculteurs peuvent

passer de l'argent liquide aux paiements numériques et se créer ainsi une empreinte numérique qui leur ouvre les portes de l'inclusion financière. L'intérêt de Vodacom pour l'agriculture entre dans le cadre de son objectif de soutien du programme de développement Vision 2025 de la Tanzanie.⁵⁵

L'agriculture joue un rôle important dans l'économie tanzanienne (figure 31). Ce secteur offre aux prestataires de services de mobile money la possibilité de diversifier leurs revenus au-delà de leur offre de base et de répondre aux besoins d'un segment de population peu ou pas bancarisé. Il pourrait ainsi permettre à Vodacom d'augmenter sa part de marché et le chiffre d'affaires de ses services de mobile money. Du côté des agriculteurs, l'utilisation simultanée de différentes technologies numériques devrait permettre d'améliorer l'inclusion financière, les revenus et la résilience climatique des utilisateurs.

Figure 31 - L'agriculture en Tanzanie



Représente près de 26 % du PIB



Emploie 65 % de la population active



Près de 80 % des exploitations agricoles appartiennent à de petits exploitants



Les petits exploitants représentent près de 75 % de la production agricole totale

Source: GSMA

⁵⁴ Le programme GSMA AgriTech, financé par le Foreign, Commonwealth & Development Office (FCDO) du Royaume-Uni et le ministère australien des affaires étrangères et du commerce, a mis en place un [fonds d'innovation](#) pour soutenir la numérisation des chaînes de valeur agricoles, améliorer l'inclusion financière et renforcer la résilience climatique des petits exploitants agricoles.

⁵⁵ Commission de planification de la République unie de Tanzanie. (n.d.). [The Tanzania Development Vision 2025](#).

La GSMA a aidé Vodacom à développer l'application M-Kulima, qui recueille des données sur les agriculteurs et leur exploitation au moment de l'enregistrement : empreintes digitales, photos, localisation, etc. Elle lui a apporté une assistance technique pendant deux ans en matière de conception centrée sur l'utilisateur et de développement de solutions. Cette assistance s'est appuyée sur l'expérience utilisateur (UX), l'analyse des renseignements économique et l'analyse des données de suivi, d'évaluation et d'apprentissage (MEL).⁵⁶

M-Kulima permet aux acheteurs de récoltes (entreprises agroalimentaires et coopératives agricoles⁵⁷) de fournir des conseils agronomiques aux agriculteurs et d'utiliser la plateforme de mobile money de Vodacom (M-Pesa) pour numériser le paiement des récoltes. M-Kulima propose également d'autres produits et services aux agriculteurs dans le cadre de différents partenariats, comme par exemple des avances de trésorerie (avec FINCA International), des conseils numériques (avec Pula Advisors), une assurance contre les aléas climatiques (avec ACRE Africa) et l'accès aux marchés, à l'équipement et aux intrants. Grâce à ce service, le ministère de l'agriculture s'est servi d'un système de profilage numérique des agriculteurs pour distribuer des subventions pour l'achat d'engrais.

Impact de M-Kulima sur l'inclusion financière des agriculteurs

Pour de nombreux agriculteurs tanzaniens, M-Kulima a joué un rôle crucial dans leurs premiers pas vers l'inclusion financière. Le service a permis de numériser plus de 600 000 profils d'agriculteurs, de traiter plus de 10 000 paiements par mobile money et de générer plus de 10 000 transactions d'achat numérisées. La plateforme a permis de distribuer près de 17 500 avances de trésorerie et 290 indemnités d'assurance.

Le projet initial de Vodacom prévoyait une association avec un prestataire de services

financiers en vue de la distribution de prêts personnalisés destinés à l'achat d'intrants sur la base des empreintes numériques enregistrées par M-Kulima. Cependant, lorsque ces prestataires se sont montrés réticents à accorder des prêts aux agriculteurs, Vodacom s'est tourné vers son service de découvert de trésorerie destiné au grand public, M-Pesa Songesha, en l'intégrant à la plateforme USSD de M-Kulima. Ce service est ainsi devenu plus accessible aux agriculteurs.

Perspectives

Les empreintes numériques générées par M-Kulima, la numérisation des achats de récoltes et les paiements par mobile money sont susceptibles d'aider les agriculteurs à accéder au crédit. Vodacom est en train de faire un essai pilote avec FINCA sur un nouveau produit de prêt agricole numérique qui utilisera les données de M-Kulima pour analyser la solvabilité des agriculteurs. Vodacom prévoit de numériser davantage de valeur au moyen de M-Kulima, en lançant des solutions de financement pour améliorer la pénétration des smartphones dans les zones rurales, en adaptant l'application pour répondre aux besoins de l'élevage et de l'horticulture et en continuant à développer le modèle SaaS (Software-as-a-Service) de la plateforme.

⁵⁶ GSMA. (2022). *Rapport mondial à paraître******

⁵⁷ AMCOS (Agricultural Marketing Cooperative Society) est une petite société coopérative locale qui facilite l'achat local d'intrants agricoles et aide les agriculteurs à commercialiser leurs récoltes. Voir <https://iringahope.org/how-iringa-hope-works/amcos/>

Améliorer l'inclusion financière des réfugiés

En 2022, on estimait à 103 millions le nombre de personnes déplacées de force dans le monde, dont un tiers de réfugiés.⁵⁸ Pour les réfugiés, un accès abordable à des services financiers utiles dans les pays d'accueil peut offrir une protection et des résultats positifs à long terme.⁵⁹ Les recherches menées par la GSMA montrent que dans de nombreux contextes, les réfugiés présentent des taux élevés d'accès à la téléphonie mobile et de possession d'un téléphone portable,⁶⁰ ce qui constitue une opportunité⁶¹ pour le mobile money d'améliorer leur inclusion financière. En ce qui concerne toutefois les personnes déplacées de force, il est nécessaire d'avoir un certain nombre de facteurs en place pour que le mobile money puisse conduire à l'inclusion financière.

Réglementation

Il existe plusieurs leviers politiques affectant l'inclusion financière des réfugiés, en particulier des obstacles réglementaires qui leur sont propres, comme par exemple l'accès de droit aux services. En 2019, six pays seulement parmi les 18 pays d'accueil évalués par le Haut-Commissariat des Nations unies pour les réfugiés (HCR) garantissaient aux réfugiés un accès sans restriction à un portefeuille mobile à leur nom, ou avec des restrictions faciles à surmonter.⁶² La réglementation peut également limiter leur accès aux réseaux d'agents ou à la santé financière quand il existe des politiques qui les empêchent de travailler ou qui restreignent les emplois qu'ils peuvent occuper. Lorsqu'il existe des obstacles de cette nature, les parties prenantes doivent plaider en faveur de cadres et de réglementations plus favorables, comme par exemple un cadre de vérification de l'identité des clients (KYC) à plusieurs niveaux

qui tienne compte de la situation particulière des réfugiés.^{64, 65}

Agents et réseaux mobiles

La connectivité mobile et les réseaux d'agents jouent un rôle crucial pour permettre une véritable inclusion financière au moyen du mobile money. Il est toutefois fréquent que les réfugiés aient plus de mal que les communautés d'accueil d'accéder à l'un ou l'autre de ces éléments, voire aux deux, notamment quand ils vivent dans des camps ou des environnements équivalents. Les acteurs humanitaires peuvent intervenir auprès des ORM et des prestataires de services de mobile money pour qu'ils étendent leurs réseaux, dans le cadre par exemple d'une prise en charge des risques, d'un partage des coûts de construction des infrastructures ou de la mise en place de programmes de subsistance qui encouragent les réfugiés à travailler comme agents de mobile money. Les régimes réglementaires plus flexibles concernant le profil des agents sont les plus susceptibles d'autoriser des réfugiés à offrir des services d'agent pour le mobile money.

Culture numérique et financière

L'utilisation efficace et sûre du mobile money exige différentes connaissances et compétences, faute de quoi l'accès à la téléphonie mobile et l'utilisation du mobile money peuvent conduire les utilisateurs à être victimes d'informations erronées et d'escroqueries. Cet aspect constitue un enjeu majeur pour certaines catégories de réfugiés. Une étude de la GSMA révèle ainsi que 37 % des réfugiés syriens dans le nord du Liban avaient été victimes d'escroqueries liées à l'aide monétaire ou aux finances personnelles.⁶⁶ Les

⁵⁸ [UNHCR Refugee Data Finder](#), consulté le 1^{er} novembre 2022

⁵⁹ AFI. (2018). [Advancing the Financial Inclusion of Refugees through an Inclusive Market System Approach](#).

⁶⁰ GSMA et HCR. (2022). [The Digital Worlds of Displacement Affected Communities](#) ; Caswell, P. et Downer, M. (2022). [Digital Access and Barriers in Displacement-affected Communities in White Nile, Sudan](#). GSMA et Conseil norvégien pour les réfugiés.

⁶¹ Si l'on exclut les pays européens où le mobile money est relativement peu répandu, ces services sont disponibles dans neuf des dix pays qui accueillent le plus de réfugiés.

⁶² HCR. (2019). [Displaced and Disconnected](#).

⁶³ AFI. (2022). [Towards Inclusive Financial Services, Financial Capability and Financial Health for All: A Policy Framework for the Financial Inclusion of Forcibly Displaced Persons](#).

⁶⁴ Kipkemboi Sawe, K. (2019). [Overcoming the Know-Your-Customer Hurdle: Innovative Solutions for the Mobile Money Sector](#). GSMA.

⁶⁵ Okong'o, K. (2020). [Proportionate Regulation in Uganda: A Gateway for Refugees Accessing Mobile Services in their own Name](#). GSMA.

⁶⁶ GSMA et HCR. (2022). [The Digital Worlds of Displacement Affected Communities](#).

parties prenantes devraient associer de manière proactive les populations de réfugiés aux initiatives de développement des compétences numériques et mettre en place des campagnes de sensibilisation adaptées à leurs besoins.

Pertinence et confiance

Les réfugiés et autres personnes déplacées de force ont souvent des besoins financiers différents. Par exemple, certains réfugiés de Papouasie occidentale en Papouasie-Nouvelle-Guinée ont principalement besoin de recevoir une aide monétaire d'urgence,⁶⁷ tandis que certains Congolais réfugiés au Rwanda utilisent le mobile money pour gérer des entreprises prospères.⁶⁸ En considérant les réfugiés comme un segment de clientèle à part entière, les organisations peuvent concevoir des produits et des services qui répondent aux besoins de leur vie quotidienne. Les réfugiés seront ainsi plus enclins à utiliser des services de mobile money qui leur inspirent confiance et leur semblent adaptés à leur situation.

Santé financière

Pour que l'inclusion financière ait un impact, les réfugiés doivent avoir accès à des fonds et avoir une santé financière satisfaisante. Le mobile money leur offre un moyen pratique de recevoir de l'argent en provenance d'organisations humanitaires ou de transferts réalisés à titre personnel et d'encaisser des salaires ou les revenus d'une entreprise. Il peut ainsi contribuer à améliorer leur santé financière, bien que les transferts monétaires humanitaires ne permettent pas forcément à eux seuls d'améliorer l'inclusion financière et la santé financière à long terme.

⁶⁷ Ibid.

⁶⁸ Casswell, J. (2019). [La vie numérique des réfugiés](#). GSMA.

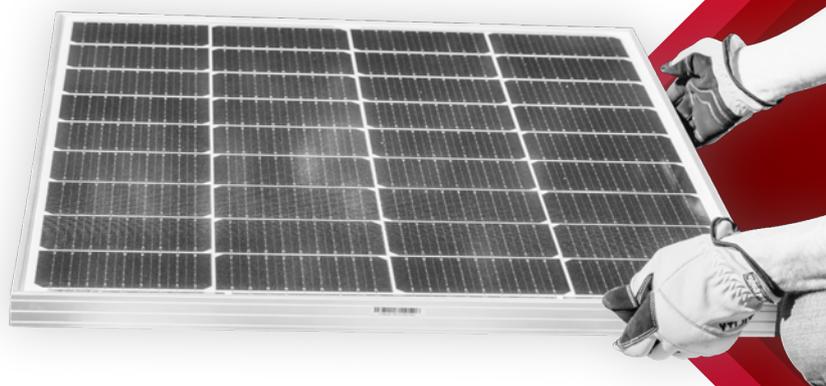
Accès aux services collectifs et à l'énergie propre : du PAYG solaire au PAYG tous produits

La collaboration entre les prestataires de services de mobile money et les fournisseurs de systèmes solaires à usage prépayé (ou « PAYG », de l'anglais pay-as-you-go) remonte à l'arrivée de ces services sur le marché. Les ORM et les prestataires de services de mobile money offrent les conditions nécessaires au fonctionnement des services PAYG (connectivité et paiements mobiles), tandis que les services PAYG leur offre en retour la possibilité d'augmenter leurs revenus grâce au développement des transactions de mobile money.

Tout a commencé avec le solaire

Depuis une dizaine d'années, les systèmes solaires à usage prépayé se sont imposés comme un cas d'utilisation dominant. Composés à l'origine de quelques start-ups, ce secteur est devenu une industrie mondiale qui équipe des millions de clients et attire des milliards de dollars en investissements commerciaux. Entre 2010 et 2021, près de 270 millions de systèmes solaires ont été vendus, fournissant de l'énergie à plus de 490 millions de personnes. Le marché total de l'électricité hors réseau est actuellement estimé à 2,8 milliards de dollars par an,⁶⁹ les systèmes PAYG représentant un catalyseur de premier plan pour l'investissement direct à l'étranger.

Malgré ces progrès, plus de 730 millions de personnes dans le monde étaient encore privées d'accès à l'énergie en 2020, dont 300 millions dans des pays où le secteur de l'énergie solaire hors réseau est peu développé. Des pays comme la RDC, l'Éthiopie ou le Nigeria ne disposent pas encore d'un écosystème mature de mobile money, lequel constitue une condition préalable au développement de l'énergie solaire PAYG. Les changements réglementaires



récents en Éthiopie et au Nigeria, ainsi que l'adoption croissante du mobile money en RDC, sont toutefois susceptibles de faire évoluer la situation. De 2020 à 2030, l'énergie hors réseau sera probablement l'option d'électrification la plus abordable pour 41 % des nouveaux raccordements.⁷⁰

PAYG pour tout ?

Le modèle commercial de l'énergie solaire PAYG peut s'appliquer à un large éventail de cas d'utilisation. Dans le cadre de la distribution de systèmes solaires à usage domestique utilisant le modèle PAYG, beaucoup d'entreprises ont développé une expertise dans le financement d'actifs pour les consommateurs à faibles revenus. Des utilisateurs auparavant non bancarisés ont pu se constituer un historique de crédit. Cette combinaison de facteurs permet aujourd'hui aux entreprises d'offrir une large gamme de produits et de services financiers. Beaucoup d'entreprises solaires PAYG de la première heure se repositionnent aujourd'hui en tant que plateformes de financement d'actifs. Les distributeurs d'appareils électroménagers et les entreprises agritech utilisent également le modèle PAYG pour commercialiser leurs produits auprès de la clientèle à faibles revenus.

Plusieurs produits de consommation sont désormais proposés de cette manière. On peut notamment citer les smartphones, les appareils de cuisson propres, les réfrigérateurs, les véhicules électriques et des équipements de production (figure 32). Ces produits représentent une énorme opportunité commerciale : le marché des ventilateurs, téléviseurs et réfrigérateurs fonctionnant à l'électricité solaire est estimé à lui seul à plus de 25 milliards de dollars d'ici à 2030.⁷¹

⁶⁹ Banque mondiale. (2022). [Off-Grid Solar Market Trends Report 2022: State of the Sector.](#)

⁷⁰ *Ibid.*

⁷¹ Efficiency for Access. (2019). [2019 State of the Off-Grid Appliance Market Report.](#)

Figure 32 - Maturité de la technologie et du marché des appareils solaires hors réseau

	1 Concept	2 Horizon	3 Émergent	4 Commercialisation proche	5 Marché commercial
Niveau technologique	Existence d'un prototype	Essai pilote en cours	Existence de produits ayant un minimum de viabilité	Niveau élevé d'innovation dans la conception et la fabrication et réduction des coûts	Améliorations graduelles du coût, de la performance et de l'efficacité
Niveau commercial	Marché naissant	Essai pilote du modèle d'exploitation	Premières ventes auprès d'adopteurs précoces	Croissance des ventes et arrivée de nouveaux entrants	Ventes en quantité par de nombreux acteurs ; existence d'un « écosystème » de marché pour les
	 Équipements médicaux (autres que les réfrigérateurs à vaccins)	 Autocuiseurs électriques (fonctionnant à l'énergie solaire)	 Chambres froides (pour les produits agricoles)	 Pompes solaires	 Téléviseurs
	 Fers à repasser	 Refroidisseurs à lait	 Ordinateurs et tablettes	 Réfrigérateurs	 Ventilateurs
	 Lave-linges	 Équipements agro-alimentaires (ex. moulins)	 Wi-fi / routeurs Internet	 Smartphones PAYG	 Radios
		 Séchoir alimentaires	 Haut-parleurs/ Amplis		 Tondeuses à cheveux
			 Incubateurs à œufs		 Onduleurs
			 E-mobilité		

Plateformes/composants habilitants – Technologie PAYG (capteurs IdO, réseaux de télécommunications, utilitaires, logiciels, etc.). Batteries intelligentes. Moteurs à aimant permanent. Matériaux à changement de phase.

Propriétés technologiques émergentes : numérique, personnalisable, interopérable, modulaire, circulaire.

Source: Propriétés technologiques émergentes : numérique, personnalisable, interopérable, modulaire, circulaire.⁷²

L'opportunité du PAYG pour les prestataires de services de mobile money

Les prestataires de services de mobile money ont tout à gagner de leur collaboration avec les distributeurs de systèmes PAYG. Le secteur PAYG est toujours en croissance sur de nombreux marchés, ce qui représente un potentiel important de collaboration pour les deux secteurs. La GSMA a observé que sur cinq marchés africains, le revenu moyen par utilisateur (ARPU) des prestataires de services de mobile money avait augmenté de 9 % en moyenne après l'adoption de systèmes solaires PAYG.⁷³ Plusieurs services de mobile money et distributeurs de systèmes PAYG ont déjà des

partenariats profitables sur certains marchés,⁷⁴ qui pourraient être renforcés par le lancement de nouveaux produits et services PAYG.⁷⁵

Certains prestataires de services de mobile money envisagent également la possibilité de devenir eux-mêmes des distributeurs de produits PAYG. Orange et Safaricom ont ainsi commencé à commercialiser des smartphones en utilisant ce modèle de financement.^{76,77} D'autres produits présentent également un intérêt stratégique : Safaricom a ainsi racheté KopaGas, un distributeur d'appareils de cuisson propre PAYG,⁷⁸ qui avait bénéficié par le passé du soutien du Fonds d'innovation de la GSMA.



Donner aux femmes les moyens de gérer les effets du changement climatique

Les femmes des PRFI sont touchées de manière disproportionnée par les changements climatiques. Pour leur permettre d'en gérer les conséquences, il est crucial qu'elles aient la possibilité d'accéder à des financements. Elles représentent néanmoins 55 % de la population non bancarisée au niveau mondial⁷⁹ et sont particulièrement désavantagées lorsqu'il s'agit d'accéder au financement du changement climatique. Dans les secteurs tributaires du climat, comme par exemple l'agriculture, les femmes représentent 43 % de la main-d'œuvre⁽⁸⁰⁾ mais se heurtent à de nombreux obstacles pour accéder aux services financiers liés aux risques climatiques, ce qui limite leur capacité à se procurer des intrants agricoles, des engrais et des équipements qui leur permettraient d'améliorer les rendements.

⁷³ GSMA. (2020). [La valeur des solutions solaires à usage prépayé pour les opérateurs de téléphonie mobile](#).

⁷⁴ [Site web de la plateforme de partenariat pour les services collectifs numériques](#).

⁷⁵ Delaporte, A. (2022). [Making internet-enabled phones more affordable in low- and middle-income countries](#). GSMA.

⁷⁶ Gilbert, P. (29 septembre 2020). « [Orange, Google launch \\$30 smartphone for Africa](#) ». Connecting Africa.

⁷⁷ Safaricom. (15 décembre 2021). « [Safaricom expands lipa mdogo mdogo product range](#) ». Communiqué de presse.

⁷⁸ Sarin, R. (29 janvier 2020). « [Circle Gas has acquired clean cooking PAYG technology and are launching it in Kenya](#) ». Blog du programme Mobile for Development de la GSMA.

⁷⁹ Thompson, J. (22 janvier 2021). « [Tech can reach the world's unbanked women – but only if they tell us how it should work](#) ». The Davos Agenda.

⁸⁰ FAO. (2022). [Femmes dans l'agriculture](#).

La téléphonie mobile peut faciliter l'accès des femmes à la finance du climat

La finance du climat (« climate finance » en anglais) est un terme général qui désigne les flux de capitaux locaux, nationaux ou transnationaux destinés aux stratégies d'atténuation et d'adaptation au changement climatique. La téléphonie mobile a un rôle

important à jouer pour que ces financements atteignent ceux qui en ont le plus besoin, en premier lieu les femmes. Le mobile money peut permettre de distribuer des financements climatiques, comme par exemple des prêts ou des assurances, aux sein des communautés touchées par le changement climatique.⁸¹

Encadré 7

Étude de cas : les conseillers Pula



Pula est une assurtech qui propose des produits d'assurance liés à des indices agricoles qui sont destinés aux petits exploitants agricoles d'Asie et d'Afrique. Les agriculteurs reçoivent une indemnité lorsque la plupart des exploitants de leur zone agro-écologique enregistrent des précipitations insuffisantes ou excessives, de la grêle ou une infestation de parasites. Lorsque les niveaux de végétation chutent en dessous d'un niveau prédéterminé, les éleveurs reçoivent une indemnité pour l'achat de fourrage afin que leur bétail puisse rester productif. Au Kenya et en Zambie, les agriculteurs touchent leurs indemnités par le biais du mobile money, ce qui rend l'assurance accessible aux agricultrices qui n'ont pas accès à d'autres services financiers.

Bien que les produits d'assurance de Pula soient de plus en plus utilisés par les agricultrices de l'Afrique subsaharienne,⁸² il est possible d'en faire davantage pour réduire les barrières rencontrées par les femmes. Le manque de capital et de pouvoir de décision, ainsi qu'une mobilité sociale plus limitée, ont ainsi été identifiés comme les principaux obstacles à l'accès à l'assurance au Kenya, au Nigeria et en Zambie.⁸³ Ce constat a incité Pula à lancer des produits d'assurance, des canaux de distribution et des formations spécialement destinés aux femmes.

Des efforts restent nécessaires pour mieux comprendre les obstacles rencontrés par les femmes

Malgré le potentiel offert par le mobile money pour améliorer l'accès des femmes à la finance du climat, il y a encore des efforts à faire pour améliorer leur accès à l'assurance. Les femmes des PRFI sont 7 % moins susceptibles que les hommes de posséder un téléphone portable⁸⁴ et 28 % moins susceptibles que les hommes de posséder un compte de mobile money.⁸⁵ Il y a

différentes explications à cette situation, comme par exemple les problèmes d'accessibilité financière, l'absence d'utilité perçue ou le déficit de connaissances et de compétences. Pour lever ces obstacles, il est nécessaire de poursuivre les efforts dans le cadre de projets pilotes axés sur les femmes, de l'élaboration de produits spécialisés, et de la mise en place d'un écosystème de financement climatique plus accessible aux femmes.

⁸¹ [Lien vers le rapport de ClimateTech - date de publication : mars 23].

⁸² Raithatha, R. (8 juillet 2022). « [Empowering women one credit at a time with the W+ Standard](#) ». Medium.

⁸³ Banque africaine de développement. (2022). [Empowering women smallholder farmers through digital microinsurance](#).

⁸⁴ GSMA. (2022). [The Mobile Gender Gap Report 2022](#).

⁸⁵ Awanis, A. et Shanahan, M. (7 novembre 2022). « [Findings from Findex: Mobile money is driving financial inclusion for women, but more work needs to be done](#) ». Blog du programme Mobile for Development de la GSMA.

Annexes

Ce rapport présente une évaluation qualitative du secteur du mobile money basée sur les données de la GSMA issues de son outil de suivi des services de mobile money dans le monde (Mobile Money Deployment Tracker), de son enquête 2022 sur l'adoption des services de mobile money dans le monde (GSMA Global Adoption Survey) et de ses estimations et prévisions relatives au mobile money. Ces données relatives à l'offre sont complétées par des études quantitatives primaires représentatives au niveau national provenant de l'enquête de consommation 2022 de la GSMA réalisées dans dix PRFI.

Le rapport s'appuie également sur des informations qualitatives concernant l'activité des services de mobile money tirées des échanges du programme Mobile Money de la GSMA avec le secteur au cours de l'année écoulée.

Mobile Money Deployment Tracker¹

Cet outil suit le nombre de services de mobile money en activité dans le monde, sur la base de données mensuelles collectées à partir de sources primaires et secondaires. Il contient des informations sur chacun de ces services, telles que le nom de l'entreprise et l'enseigne du service, sa date de lancement, les produits financiers proposés et les partenaires impliqués dans la fourniture de chaque service.

GSMA Global Adoption Survey

Cette enquête annuelle a pour but de recueillir des informations quantitatives sur l'activité des services de mobile money dans le monde. Tous les prestataires de services figurant dans le Mobile Money Deployment Tracker de la GSMA ont été invités à répondre à l'enquête 2022. Il leur été demandé de fournir des métriques opérationnelles standardisées sur leurs services pour les mois de septembre 2021, décembre 2021, mars 2022 et juin 2022, sur une base confidentielle. Au total, 77 prestataires de 52 pays ont participé à l'enquête 2022. La liste complète des participants à l'enquête figure dans les annexes ci-dessous.

¹ Outil « Mobile Money Deployment Tracker » de la GSMA : www.gsma.com/mobilemoneymetrics/#deployment-tracker.

Méthodologie de l'enquête annuelle sur l'adoption des services de mobile money dans le monde (GSMA Global Adoption Survey)

Le programme Mobile Money de la GSMA s'appuie sur une méthode exclusive de modélisation pour évaluer les indicateurs du mobile money au niveau mondial, régional et national. Cette méthode nous permet de pallier les lacunes de l'enquête annuelle sur l'adoption des services de mobile money dans le monde en vue de produire des chiffres mondiaux pour les rapports « Le point sur le secteur ». La méthodologie suivie a été élaborée en collaboration avec l'équipe GSMA Intelligence, en combinant son expertise des télécommunications et de l'analyse des données avec la connaissance du secteur accumulée par le programme Mobile Money.

Les données analysées couvrent 21 indicateurs répartis en trois grandes catégories pour l'ensemble des prestataires qui offrent ou ont offert des services de mobile money : comptes de mobile money (comptes enregistrés, actifs sur 90 jours, actifs sur 30 jours), agents de mobile money (agents enregistrés, agents actifs, agents uniques) et transactions de mobile money (nombre et montant des opérations traitées au titre des produits suivants : achat d'unités téléphoniques, paiement de factures, versements groupés, remises d'espèces, retraits d'espèces, transferts internationaux, paiements marchands, virements banque -> mobile, virement mobile -> banque, transferts P2P intra-réseau et hors réseau). Notre méthodologie combine plusieurs méthodes d'évaluation de la taille du marché, selon les cinq étapes décrites ci-dessous :

1

Consolidation des données sectorielles

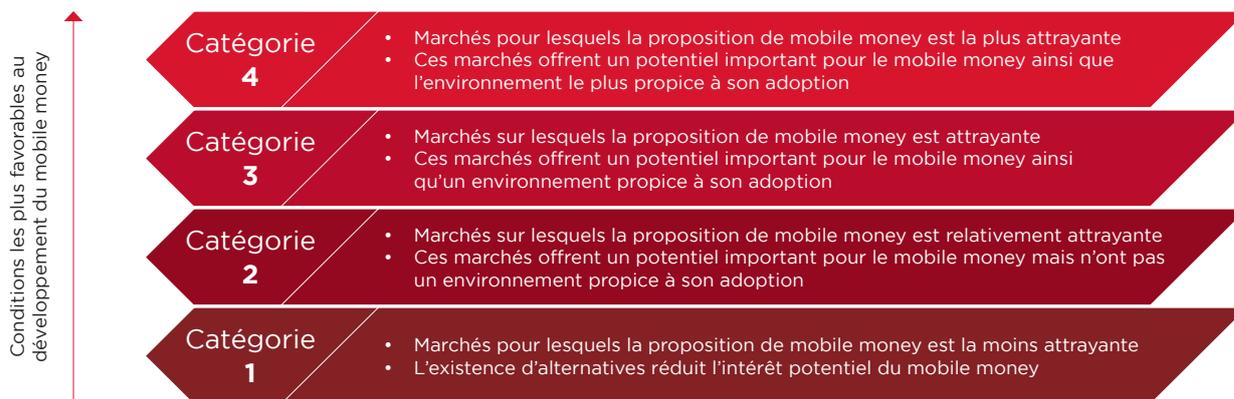
Cette étape consiste à créer une base de données du secteur à partir de données accessibles au public, telles que les rapports des opérateurs et des régulateurs, afin de compléter les données collectées dans le cadre de notre enquête annuelle sur l'adoption des services de mobile money dans le monde. Après harmonisation avec nos définitions, nous avons ainsi créé un historique complet de données reflétant la croissance du secteur du mobile money.

2

Regroupement des pays

Les pays ont été regroupés par catégorie en fonction des conditions fondamentales de l'adoption de la téléphonie mobile et des services bancaires dans chaque pays, ainsi que des critères de réussite du mobile money identifiés dans le cadre d'une étude réalisée conjointement avec la Harvard Business School.² Ces catégories ont été précisées sur la base de la connaissance du marché du programme Mobile Money. Nous avons ainsi classé les pays en quatre catégories selon l'attrait de la proposition du mobile money pour chacune de ces catégories.

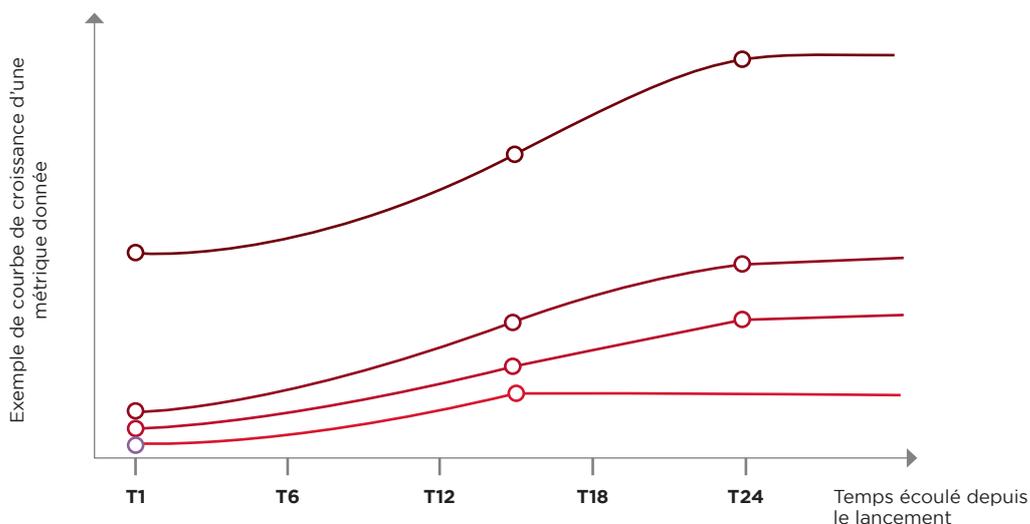
² Naghavi, N., Shulist, J., Cole, S., Kendall, J. et Xiong, W. (2016). *Success factors for mobile money services: A quantitative assessment of success factors*. Programme Mobile Money de la GSMA.



3

Formulation de principes directeurs

Nous avons élaboré des principes directeurs pour déterminer comment une métrique donnée est appelée à évoluer. Voici un exemple des principes directeurs de croissance d'une métrique donnée :



Catégorie 1
 Catégorie 2
 Catégorie 3
 Catégorie 4

4

Modélisation

La quatrième étape consiste à produire des estimations par pays, qui sont calculées selon une approche « bottom-up », c'est-à-dire en partant de chaque service pour les agréer ensuite à un niveau plus global. Un modèle Microsoft Excel a été préparé pour chaque pays en utilisant les données sectorielles (compilées à l'étape 1 de la méthodologie) et pour chaque service du marché (actualisées à partir de l'outil Mobile Money Deployment Tracker). Les hypothèses de modélisation qui permettent d'estimer les données historiques manquantes et de formuler des prévisions reposant sur les principes directeurs, les recherches secondaires les plus récentes et la connaissance du marché accumulée par le programme Mobile Money de la GSMA.

² Naghavi, N., Shulist, J., Cole, S., Kendall, J. and Xiong, W. (2016). [Success factors for mobile money services: A quantitative assessment of success factors](#). GSMA Mobile Money.

5

Validation

Une fois la modélisation terminée, nous examinons les résultats au niveau de chaque service et pays et au niveau mondial. Cela nous permet notamment d'identifier les valeurs aberrantes et de vérifier s'il existe des explications. Ce processus de validation se déroule en étroite collaboration avec GSMA Intelligence et les spécialistes de marché du programme Mobile Money.

Méthodologie de l'indice de diffusion du mobile money (GSMA Mobile Money Prevalence Index)³

Le MMPI repose sur des estimations de la GSMA établies au niveau de chaque pays à partir des données publiées par les régulateurs et les services de mobile money et collectées par la GSMA depuis 2011. En tant qu'indice

composite, le MMPI se compose de trois éléments : le taux de pénétration au sein de la population adulte, l'indice du taux d'activité et l'indice de répartition des agents.

Le MMPI utilise la **moyenne géométrique** pour éviter qu'une mauvaise performance sur une composante de l'indice ne soit compensée par un mouvement dans une autre.

$$MMPI = \sqrt[3]{APR * ARI * ADI}$$

APR

Adult Penetration Rate
(taux de pénétration au sein de la population adulte)

ARI

Activity Rate Index
(indice du taux d'activité)

ADI

Agent Distribution Index
(indice de répartition des agents)

La composante centrale du MMPI est le **taux de pénétration au sein de la population adulte (APR - voir ci-dessus)** qui est calculé en divisant le nombre de comptes de mobile money actifs (sur 90 jours) dans un pays ou une région par le nombre d'habitants d'âge adulte dans ce pays ou cette région.

$$APR = \frac{\text{Comptes actifs}}{\text{Population adulte}}$$

³ GSMA. (2021). *The GSMA Mobile Money Prevalence Index (MMPI): A Country-Level Indicator for Assessing the Adoption, Activity and Accessibility of Mobile Money.*

L'indice MMPI a pour but d'évaluer le niveau de diffusion du mobile money en tant qu'indicateur du niveau d'inclusion financière au moyen de la téléphonie mobile dans un pays. À ce titre, l'indice est destiné à être utilisé dans les pays où il y a moins de comptes de mobile money actifs que d'habitants d'âge adulte.⁴ C'est la raison pour laquelle l'APR est une variable liée et plafonnée à 1, car les augmentations au-dessus d'une pénétration complète de la population adulte totale sont considérées comme sans objet au regard de la progression de l'inclusion financière. Cela

signifie que tout pays ayant un APR supérieur à 1 doit être considéré comme ayant un APR de 1.

Le MMPI se base sur les comptes actifs sur une période de 90 jours plutôt que sur les comptes actifs mensuellement ou sur une base de 30 jours. Ce choix s'explique par la volonté d'évaluer quelle est la part de la population qui reste à toucher par le mobile money. L'indice ne s'efforce donc pas d'établir une distinction entre les comptes dont l'utilisation est très fréquente et ceux dont l'utilisation est plus rare.

L'APR est complété par deux autres composantes :

L'indice du taux d'activité (ARI – voir plus haut), qui est calculé en divisant les logarithmes naturels du nombre de comptes actifs (sur 90 jours) et du nombre de comptes enregistrés.

$$APR = \frac{\ln(\text{comptes actifs})}{\ln(\text{comptes enregistrés})}$$

L'indice de répartition des agents (ADI – voir plus haut), qui est calculé en divisant les logarithmes naturels du nombre d'agents actifs pour 100 000 adultes et la constante de 3 000. Le chiffre de 3 000 a été choisi pour indiquer la limite supérieure du nombre d'agents pour 100 = 000 adultes. Ce chiffre correspond à la situation des pays dans lesquels les réseaux d'agents sont les plus développés. Si les bases du marché évoluaient de manière significative à l'avenir, ce chiffre pourrait être ajusté.

$$ADI = \frac{\ln(\text{agents actifs pour 100 000 habitants)adults})}{\ln(3\ 000)}$$

Le MMPI utilise les logarithmes naturels pour refléter la diminution de l'importance relative des augmentations des indices ARI et ADI à mesure qu'ils augmentent.

Dans le cas de l'ARI, l'utilisation des logarithmes naturels a pour but d'augmenter la binarité de la composante. L'argument est qu'une fois que les services d'un pays donné

⁴ At the time of writing this applies to all mobile money markets globally.

ont atteint un pourcentage significatif de comptes enregistrés actifs sur une base de 90 jours, ces services doivent simplement être considérés comme « actifs ». L'augmentation du pourcentage de comptes actifs par rapport aux comptes enregistrés au-delà de ce point n'a donc plus qu'un effet marginal sur l'augmentation de l'ARI.

En ce qui concerne l'indice de répartition des agents (ADI), les logarithmes naturels ont été introduits pour tenir compte du double comptage inévitable des agents sur les marchés comptant plusieurs prestataires de

mobile money. En effet, plus le nombre de prestataires est élevé sur un marché, plus il est probable que les agents travailleront pour plusieurs d'entre eux. Si le MMPI n'utilisait pas les logarithmes naturels pour l'ADI, un marché pourrait plus facilement atteindre un score élevé simplement parce qu'il compte un plus grand nombre de prestataires de mobile money. L'indice MMPI s'efforce donc d'atténuer l'impact de la concurrence et de la structure du marché, car ce ne sont pas des mesures indicatives de la diffusion du mobile money sur un marché donné.

Méthodologie de l'enquête de consommation de la GSMA

Les informations relatives aux consommateurs qui sont présentées dans ce rapport sont tirées d'une enquête représentative au niveau national menée dans 10 PRFI (Bangladesh, Éthiopie, Ghana, Inde, Indonésie, Kenya, Nigeria, Pakistan et Sénégal) qui faisaient partie de l'enquête de consommation plus générale réalisée chaque année par la GSMA. Le travail de terrain a été réalisé entre le troisième et le quatrième trimestre de 2022. L'enquête avait pour but d'analyser de façon plus approfondie l'usage du mobile money et des services liés au mobile money par les consommateurs.

Dans chaque pays (à l'exception de l'Éthiopie⁵), un échantillon représentatif au niveau national de la population adulte âgée de 18 ans et plus a été interrogé. Un minimum de 1 000 entretiens ont été réalisés dans chaque pays, avec 2 000 entretiens réalisés en Inde.

Pour obtenir un échantillon représentatif au niveau national, des quotas ont été appliqués en fonction des données du recensement (ou d'autres sources appropriées) sur les critères suivants :

- Tranche d'âge par sexe
- Répartition urbaine et rurale par sexe
- Région/État
- Catégorie socio-économique (CSE) pour garantir l'inclusion d'un segment représentatif des répondants à faibles revenus.

Bien qu'aucun quota n'ait été appliqué concernant le niveau d'études (en dehors de sa contribution à la classification CSE), il a fait l'objet d'un suivi régional et national pendant et après le travail de terrain en tant qu'indicateur important d'un échantillon représentatif.

Les points d'échantillonnage où les entretiens ont été menés ont été répartis proportionnellement entre les zones urbaines et rurales, conformément aux données de recensement et aux bureaux nationaux de la statistique. Pour obtenir une large couverture géographique et réduire les effets de regroupement, un minimum de 100 points d'échantillonnage ont été utilisés dans chaque pays (200 en Inde).

L'étude a utilisé une combinaison d'échantillonnages intentionnels et aléatoires.

⁵ En Éthiopie, aucun entretien n'a été réalisé dans la région du Tigré, au nord du pays, en raison de problèmes de sécurité et de conflits locaux. Pour des raisons similaires, les zones suivantes ont également été exclues de la base de sondage en Éthiopie : Metekel (Benishangul Gumz), zone 2 (Afar), West Wellega (Oromia), Guji (Oromia), Kelem Wellega (Oromia) et Horo Gudru Wellega (Oromia). Le Tigré et les autres zones mentionnées représentent environ 12 % de la population de l'Éthiopie.

Selon le pays, les points d'échantillonnage ont été répartis de manière aléatoire - la probabilité de sélection d'une zone administrative étant proportionnelle à la taille de sa population (échantillonnage aléatoire) - ou sélectionnés pour refléter la diversité linguistique, culturelle et économique de chaque pays (échantillonnage intentionnel). Les bases d'échantillon ont été contrôlées par des spécialistes locaux et les bureaux nationaux de la statistique pour vérifier qu'elles étaient valides et représentatives. L'enquête a été réalisée par le biais d'entretiens personnels assistés par ordinateur (CAPI) administrés par un enquêteur. Les entretiens ont été menés dans la ou les langues locales par des enquêteurs des deux sexes. Les entretiens ont été réalisés au domicile des personnes interrogées. Dans les points d'échantillonnage, des trajets aléatoires systématiques ont été utilisés pour la sélection des résidences.

Des pondérations ont été appliquées aux données à l'aide d'une méthode itérative aléatoire (RIM), dans laquelle plusieurs quotas non imbriqués ont été appliqués dans une séquence itérative et répétés autant de fois que nécessaire pour que les quotas convergent. Cette méthode a permis de corriger tout déséquilibre dans les profils, bien que les pondérations (et l'impact qui en résulte sur la taille effective des échantillons) aient été minimisées autant que possible en contrôlant les paramètres clés des quotas au cours du travail de terrain.

La méthode d'échantillonnage a été conçue dans le but d'obtenir dans toute la mesure du possible une représentativité nationale complète. Certaines zones rurales plus éloignées ou régions présentant des troubles permanents ou des problèmes de sécurité ont toutefois été exclues, ce qui a pu avoir une incidence sur les résultats, notamment parce que la couverture, l'accès et l'utilisation de la téléphonie mobile y sont certainement différents, et probablement plus limités, notamment pour les femmes.

Méthodologie de calcul des écarts entre hommes et femmes

Les écarts ou disparités entre hommes et femmes mentionnés dans ce rapport (concernant par exemple la possession d'un compte de mobile money ou la connaissance/utilisation des services de mobile money) sont calculés selon la formule suivante :

Écart en matière de possession, d'utilisation ou de connaissance (%)

$$\begin{array}{c} \text{Hommes propriétaires/} \\ \text{utilisateurs/sensibilisés} \\ \text{(en \% de la population} \\ \text{masculine)} \end{array} - \begin{array}{c} \text{Femmes propriétaires/} \\ \text{utilisatrices/sensibilisées} \\ \text{(en \% de la population} \\ \text{féminine)} \end{array} = \begin{array}{c} \text{Hommes propriétaires/utilisateurs/} \\ \text{sensibilisés (en \% de la population} \\ \text{masculine)} \end{array}$$



Lexique

Achat d'unités téléphoniques	<p>Achat d'unités téléphoniques (ou crédit téléphonique) au moyen du mobile money, à partir de fonds déposés sur un compte de mobile money.</p>
Agents (ou points de service)	<p>En matière de mobile money, les points de service des agents de mobile money sont des lieux où une ou plusieurs « caisses » à l'enseigne des prestataires de services de mobile money sont à la disposition des clients du mobile money pour leur permettre d'effectuer des transactions. Parmi celles-ci, les plus importantes sont les dépôts et retraits d'espèces, qui permettent de convertir de l'argent liquide en valeur électronique dans le système de mobile money, et inversement. Les agents sont également souvent chargés d'enregistrer les nouveaux clients.</p> <p>Sur certains marchés, un même agent peut exploiter plusieurs caisses à l'enseigne de différents prestataires. Il s'agit alors d'un point de service « non exclusif » ou « partagé ». Les agents perçoivent généralement des commissions pour la réalisation de ces services. Étant le point de contact humain du service de mobile money, ils fournissent aussi souvent des services d'accueil de la clientèle, en formant par exemple les nouveaux clients à la réalisation des opérations sur leur téléphone.</p> <p>Les agents exercent en général d'autres activités en parallèle du mobile money. La nature des personnes physiques ou morales pouvant exercer la fonction d'agent est parfois réglementée, mais des petits commerçants, des institutions de microfinance, des chaînes de magasins ou des agences bancaires peuvent exercer cette fonction sur certains marchés. Certains acteurs du secteur préfèrent utiliser le terme « détaillant » ou « revendeur » pour décrire la fonction afin d'éviter certaines connotations juridiques attachées au terme « agent » dans d'autres secteurs.</p> <p>Un point de service actif est un point de service dont l'une des caisses a servi à réaliser au moins une transaction de mobile money au cours des 30 jours précédents. Les « caisses » sont des « lignes » fournies par les prestataires de services de mobile money sous forme d'une carte SIM ou d'un terminal de point de vente (TPV) agréé qui permet d'effectuer des transactions de mobile money.</p>
API	<p>Pour le secteur du mobile money, une interface de programmation d'applications (ou API, de l'anglais Application Programming Interface) est l'ensemble des principes de conception, des objets et des comportements destinés aux développeurs de logiciels qui permettent les interactions entre les plateformes de mobile money et les prestataires extérieurs.</p>
Assurance sur mobile (utilisant le mobile money)	<p>L'assurance sur mobile utilise la téléphonie mobile pour offrir des services de micro-assurance. Le programme Mobile Money de la GSMA suit les services d'assurance sur mobile qui répondent aux critères suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • pour utiliser le service, le client doit avoir un compte de mobile money qui lui permet de payer ses cotisations et de recevoir ses remboursements (les services permettent de payer les cotisations en unités téléphoniques mais versent les indemnités au moyen du mobile money sont également inclus) ; • le service doit permettre aux clients de gérer leurs risques en leur offrant une couverture en cas de perte, dommage, maladie ou décès, comme spécifié au contrat ; • le produit d'assurance doit être techniquement intégré au compte de mobile money et reposer en grande partie sur la téléphonie mobile tout au long du parcours client ; • les services qui utilisent la téléphonie mobile comme simple canal d'accès supplémentaire à un produit d'assurance traditionnel ne sont pas inclus ; • le service doit offrir aux clients une interface de gestion du produit disponible sur les téléphones portables (SMS, USSD, centre d'appel, application pour smartphone).
Bon (ou coupon)	<p>Somme d'argent envoyée sous forme de transfert hors réseau à partir d'un compte de mobile money vers un bénéficiaire non enregistré, accompagnée d'un code qui permet à celui-ci de retirer les fonds auprès d'un agent de mobile money. Parfois également appelé jeton.</p>

Compte de mobile money (enregistré/actif)	Compte de monnaie électronique ouvert auprès d'un émetteur de monnaie 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 de mobile money actif est un compte qui a été utilisé pour effectuer au moins une transaction sur une période donnée (généralement 30 ou 90 jours).
Compte séquestre (ou en fiducie)	Pour garantir que l'argent des clients reste disponible lorsqu'ils veulent le retirer, les autorités réglementaires exigent généralement que les prestataires non bancaires de services de mobile money conservent sur un compte bancaire des liquidités d'un montant égal à celui des sommes émises sous forme électronique. Ces fonds sont généralement regroupés et conservés par un ou plusieurs établissements bancaires 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 relève de la common law, les fonds sont généralement conservés en fiducie pour le compte des utilisateurs du mobile money. Dans les pays où le concept de fiducie n'existe pas, les utilisateurs du mobile money ont généralement un droit de revendication de ces fonds au titre du droit des contrats.
Corridor pays	En matière de transferts de fonds internationaux, un corridor pays désigne une combinaison unique composée d'un pays émetteur et d'un pays destinataire. Par exemple, le Kenya vers la Tanzanie et la Tanzanie vers le Kenya sont deux corridors pays distincts.
Crédit mobile (utilisant le mobile money)	<p>Le crédit mobile utilise la téléphonie mobile pour offrir des services de microcrédit aux utilisateurs. Pour la GSMA, les services de crédit mobile doivent répondre aux critères suivants:</p> <ul style="list-style-type: none"> • le client doit avoir un compte de mobile money pour pouvoir utiliser le service ; • le service permet à ses utilisateurs d'emprunter une certaine somme d'argent qu'ils s'engagent à rembourser dans un délai déterminé ; • les clients peuvent être des agents de mobile money, des utilisateurs de services de mobile money ou des commerçants qui acceptent le mobile money ; • les prêts doivent être décaissés et remboursés par voie électronique directement sur le compte de mobile money de l'emprunteur ; les services qui commercialisent des équipements en location-vente (installations solaires domestiques, par exemple) ne sont pas inclus ; • le service de crédit doit être techniquement intégré au compte de mobile money et reposer en grande partie sur la téléphonie mobile tout au long du parcours client ; • les services qui utilisent la téléphonie mobile comme simple canal d'accès supplémentaire à un produit de crédit traditionnel ne sont pas inclus ; • les clients doivent pouvoir accéder au service sur n'importe quel type de téléphone portable (applications pour smartphone comprises).
Dépôt (ou remise) d'espèces	Processus par lequel un client alimente son compte de mobile money au moyen d'espèces (« cash-in » en anglais). Cette transaction est généralement effectuée par l'intermédiaire d'un agent qui encaisse l'argent liquide et crédite le compte de mobile money du client du montant correspondant en monnaie électronique.
Diaspora	Migrants ou descendants de migrants dont l'identité et le sentiment d'appartenance, réel ou symbolique, ont été façonnés par leur expérience de migration et leur parcours migratoire. Ils maintiennent des liens avec leur pays d'origine et entre eux sur la base d'une communauté d'identité, d'histoire et d'expérience au sein du pays de destination.

**Épargne mobile
(utilisant le mobile
money)**

L'épargne mobile utilise la téléphonie mobile pour offrir des services d'épargne spécialisés. Pour la GSMA, les services d'épargne mobile doivent répondre aux critères suivants:

- le client doit avoir un compte de mobile money pour pouvoir utiliser le service ;
- le service permet à ses utilisateurs d'épargner de l'argent sur un compte dédié garantissant le principal avec, dans certains cas, le versement d'intérêts ;
- la définition englobe également :
 - les placements mobiles qui utilisent la téléphonie mobile pour offrir des services de placement (en emprunts d'État par exemple) ;
 - les régimes de retraite mobile qui utilisent la téléphonie mobile pour offrir des produits de retraite ;
- le client doit avoir la possibilité de conserver ses fonds sous forme électronique sur le compte d'épargne et de les transférer vers ou en provenance d'un compte de mobile money ;
- le produit d'épargne ou de placement doit être techniquement intégré au compte de mobile money et reposer en grande partie sur la téléphonie mobile tout au long du parcours client ;
- les services qui utilisent la téléphonie mobile comme simple canal d'accès supplémentaire à un compte d'épargne traditionnel ne sont pas inclus ;
- les clients doivent pouvoir accéder au service sur n'importe quel type de téléphone portable (y compris les smartphones).

Float (encaisse)

L'encours de monnaie électronique ou 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 de monnaie électronique des clients (correspondant respectivement à des dépôts ou retraits d'espèces).

Gestion de la liquidité

Gestion des encours d'argent liquide et de monnaie électronique détenus par un agent de mobile money en vue de répondre aux demandes d'achat et de vente de monnaie électronique. Gestion des encours d'argent liquide et de monnaie électronique détenus par un agent de mobile money en vue de répondre aux demandes d'achat et de vente de monnaie électronique des clients (correspondant respectivement à des dépôts ou des retraits d'espèces). Le principal indicateur de mesure de la liquidité d'un agent est le montant total de son encaisse d'argent liquide et de monnaie électronique (également appelée « float »). que des clients (correspondant respectivement à des dépôts ou des retraits d'espèces). Le principal indicateur de mesure de la liquidité d'un agent est le montant total de son encaisse d'argent liquide et de monnaie électronique (également appelée « float »).

Interopérabilité

L'interopérabilité est la possibilité pour les clients d'effectuer des transferts d'argent entre deux comptes de mobile money appartenant à des services différents, ou de transférer de l'argent entre des comptes de mobile money et des comptes bancaires.

**KYC
(de l'anglais *Know Your
Customer*)**

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 (Groupe d'action financière internationale) recommande une approche adaptée au niveau du risque des obligations de lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme (AML/CFT en anglais).

En raison de l'absence de pièces d'identité officielles sur certains marchés, des formalités adaptées aux montants concernés ou une certaine souplesse dans les documents d'identité jugés acceptables peuvent faciliter l'adoption du mobile money par les clients et améliorer l'inclusion financière, notamment dans les zones rurales.

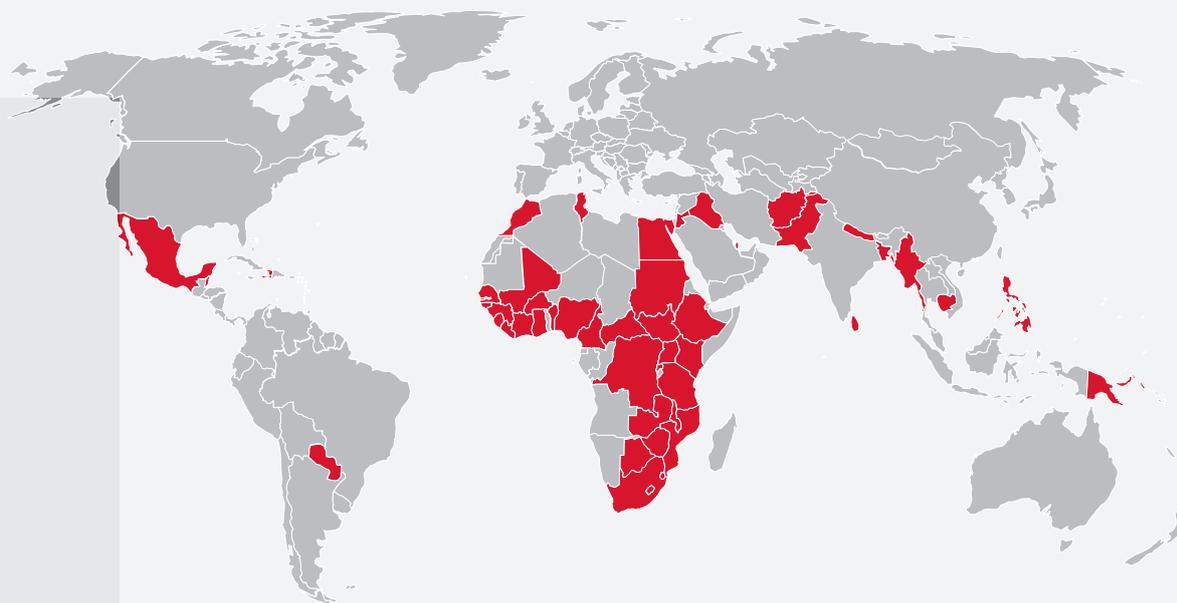
**Lutte contre le
blanchiment de capitaux
et le financement du
terrorisme (LBC/FT)**

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 de LBC/FT est le Groupe d'action financière internationale (GAFI).

Mobile money	<p>Les services de mobile money (parfois appelés « argent mobile » ou « paiements mobiles ») désignent les services qui répondent aux critères suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • le service doit permettre de transférer de l'argent et de recevoir ou faire des paiements au moyen d'un téléphone portable ; • le service doit être accessible aux personnes non bancarisées, comme par exemple les personnes qui n'ont pas accès à un compte formel auprès d'un établissement financier ; • le service doit offrir un réseau de points de service permettant de réaliser des transactions, hors DAB/GAB et guichets bancaires, qui permettent à l'ensemble de la population d'accéder au service. Le réseau d'agents doit être plus important que les points de vente formels du service ; • les services bancaires mobiles ou les services de paiement comme Apple Pay ou Google Pay qui proposent la téléphonie mobile comme simple canal d'accès supplémentaire à un produit bancaire traditionnel ne sont pas inclus ; • les services de paiement liés à un produit bancaire traditionnel ou à une carte de crédit, comme Apple Pay, Google Pay et Samsung Pay, ne sont pas inclus.
Monnaie électronique (« e-money »)	<p>Sommes d'argent conservées sous forme numérique sur les comptes des utilisateurs, des agents et du prestataire de services de mobile money. L'encours total de monnaie électronique a généralement sa contrepartie sur un ou plusieurs comptes bancaires, de façon à ce que même en cas de défaillance du prestataire de mobile money, 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 la monnaie électronique.</p>
Obligations de vigilance à l'égard des clients (ou KYC, de l'anglais <i>Know Your Customer</i>)	<p>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 (Groupe d'action financière internationale) recommande une approche adaptée au niveau du risque des obligations de lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme (AML/CFT en anglais).</p> <p>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 du mobile money par les clients et améliorer l'inclusion financière, notamment dans les zones rurales.</p>
ORM	Opérateur de réseau mobile/opérateur de téléphonie mobile
Paiement de facture	Paiement réalisé par une personne à partir de son compte de mobile money ou au guichet d'un agent en faveur d'une entreprise ou d'un organisme émetteur de factures par le biais d'une plateforme de mobile money en contrepartie de services fournis.
Paiement groupé	Versement effectué par une organisation en faveur d'un groupe de personnes directement sur leurs comptes de mobile money par le biais d'une plateforme de mobile money. Exemples : versement de salaires sur les comptes de mobile money des salariés d'une organisation, versement de prestations sociales sur les comptes de mobile money des bénéficiaires ou versements réalisés par des organismes de développement sur les comptes de mobile money de bénéficiaires des programmes.
Paiement G2P	De l'anglais government-to-person (du gouvernement aux personnes) : versement effectué par un organisme public sur le compte de mobile money d'une personne physique ou morale.
Paiement marchand	Paiement effectué à partir d'un compte de mobile money par le biais d'une plateforme de mobile money en faveur d'un détaillant physique ou en ligne pour l'achat de biens ou services.
PAYG	De l'anglais pay as you goles systèmes PAYG sont des services à utilisation/consommation prépayée, qui ne peuvent pas être utilisés au-delà du montant payé par avance.
Personne sous-bancarisée	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

Point de vente (PDV)	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.
Prestataire de services technologiques (PST)	Une organisation qui fournit à ses clients des solutions basées sur la technologie. Dans le contexte du mobile money, un PST est une entreprise de technologie financière (fintech) qui développe, fournit et soutient les systèmes technologiques utilisés pour fournir des services de mobile money.
Propriétaire de mobile	Dans le contexte de l'enquête de consommation de la GSMA, un « propriétaire de mobile » ou « propriétaire de téléphone portable » désigne une personne qui a l'usage unique ou principal d'une carte SIM (ou d'un téléphone portable qui ne nécessite pas de SIM) et qui l'utilise au moins une fois par mois.
Régulateur/Autorité réglementaire	Dans le contexte du mobile money, 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	Processus par lequel un client retire de l'argent liquide à partir de son compte de mobile money (« cash-out » en anglais). Cette transaction est généralement effectuée par l'intermédiaire d'un agent qui remet les espèces au client en échange d'un transfert de monnaie électronique en provenance du compte de mobile money du client.
Services au guichet (ou « OTC », de l'anglais <i>over the counter</i>)	Certains services de mobile money sont offerts principalement sous forme d'opérations au guichet (ou « OTC », de l'anglais <i>over the counter</i>). Dans ce cas, c'est un agent de mobile money qui réalise les opérations pour le compte des clients, qui n'ont pas besoin d'être titulaires d'un compte de mobile money pour utiliser le service.
Services financiers mobiles	Utilisation d'un téléphone portable pour accéder à des services financiers et réaliser des opérations financières. Il peut s'agir de services transactionnels ou non transactionnels, comme la consultation d'informations financières sur le téléphone portable d'un utilisateur. Le mobile money, l'assurance sur mobile, le crédit mobile et l'épargne mobile sont des services financiers mobiles.
Transfert banque -> mobile	Transfert d'argent (ou virement) réalisé du compte bancaire d'un client vers un compte de mobile money. Cette transaction nécessite habituellement un contrat commercial et une intégration technique entre la banque et le prestataire de mobile money pour permettre des transferts directs.
Transfert mobile -> banque	Transfert d'argent (ou virement) réalisé du compte de mobile money d'un client vers un compte bancaire. Cette transaction nécessite habituellement un contrat commercial et une intégration technique entre la banque et le prestataire de mobile money pour permettre des transferts directs.
Transfert hors réseau	Les transferts effectués par des utilisateurs enregistrés du mobile money en faveur d'utilisateurs non enregistrés sont généralement appelés des transferts hors réseau. Certains services peuvent leur donner le nom de « bons », « coupons » ou « jetons ». La monnaie électronique reçue de cette manière doit alors être retirée en espèces auprès d'un agent du réseau de l'émetteur (en échange du bon/coupon/jeton). Les transferts entre comptes appartenant à deux services de mobile money différents, mais interconnectés, sont également parfois appelés « transferts hors réseau ».
Transfert international mobile (utilisant le mobile money)	Transfert d'argent transfrontalier entre deux personnes. Cette transaction peut prendre la forme d'un virement direct de mobile money ou être effectuée par le biais d'un intermédiaire comme Western Union par exemple.
Transfert P2P (person-to-person : de personne à personne)	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.

Participants à l'enquête 2023 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde



(2023 GSMA Global Adoption Survey)

Asie de l'Est & Pacifique	
Cambodge	AMK MFI, Wing
Myanmar	Wave Money
Papouasie-Nouvelle-Guinée	Nationwide Microbank
Philippines	PayMaya

Amérique latine & Caraïbes	
Barbade	Zeemoney
Belize	E-Kyash
Haïti	Digicel, Haitipay
Mexique	Transfer
Paraguay	Claro, Personal

Moyen-Orient & Afrique du Nord	
Égypte	Orange
Irak	Zain
Jordanie	Orange
Maroc	Al Barid Bank, Orange
Qatar	Ooredoo
Tunisie	Orange

Asie du Sud	
Afghanistan	mHawala, MTN MoMo
Bangladesh	Grameenphone
Maldives	DhiraaguPay, Ooredoo
Népal	eSewa
Pakistan	Jazz, Telenor
Sri Lanka	Mobitel

Afrique subsaharienne	
Afrique du Sud	MTN
Bénin	MTN
Botswana	Orange
Burkina Faso	Orange, Wizall
Cameroun	MTN, Orange
Congo (République démocratique du)	Africell, Orange, Vodacom
Côte d'Ivoire	MTN, Orange, Wizall
Éthiopie	Ethio Telecom
Gambie	Afrimoney Gambia
Ghana	MTN, Vodafone, Zeepay
Guinée	MTN, Orange
Guinée-Bissau	MTN, Orange
Kenya	Safaricom Ltd
Lesotho	Vodacom
Liberia	Orange
Madagascar	Mvola, Orange
Malawi	TNM Mpamba
Mali	Orange, Wizall
Mozambique	Vodafone
Nigeria	Fortis Mobile Money, MTN MoMo, NowNow
Ouganda	MTN
République centrafricaine	Orange
Rwanda	MTN Rwandacell
Sénégal	Orange, Wizall
Sierra Leone	Afrimoney, Orange
Soudan	MTN
Soudan du Sud	mGURUSH
Swaziland	MTN
Tanzanie	Tigo, Vodacom
Zambie	MTN, Zeepay
Zimbabwe	Ecocash

« Le mobile money a connu une croissance fulgurante depuis une vingtaine d'années, s'imposant comme un service financier destiné au plus grand nombre. Il pénètre de nouveaux marchés, forge de nouveaux partenariats sectoriels et offre une gamme de produits et de services novateurs qui aident des millions de personnes à payer leurs factures, à envoyer de l'argent à l'étranger, à augmenter leurs revenus, à gérer leur épargne et à accéder à l'aide sociale. Nous devons veiller à ce que ces services restent accessibles, abordables et sûrs pour l'ensemble des utilisateurs afin de faire progresser l'inclusion financière, de développer les économies et même de lutter contre les inégalités entre hommes et femmes.

En contribuant à la finance numérique pour tous, le mobile money continue de transformer notre monde et notre avenir. »



Ashley Olson Onyango

responsable de l'inclusion
financière et d'AgriTech



GSMA

Pour plus d'informations,
veuillez visiter le site Web de la
GSMA à l'adresse

www.gsma.com/sotir

SIÈGE SOCIAL DE LA GSMA

1 Angel Lane
London
EC4R 3AB
United Kingdom
info@gsma.com