

Focus :

INNOVATION

CONFERENCE

[AP5]

Salle Amartya Sen  
Palais Brongniart

Jeudi 20 Septembre  
2012

## LES TIC, UN NOUVEL OUTIL AU SERVICE DES PLUS PAUVRES L'EXEMPLE DES SERVICES FINANCIERS

### PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Tout en analysant les principales limites de la technologie, il convient de rappeler que la technologie n'est qu'un outil, un moyen qui doit être réfléchi avant d'être appliqué. La technologie n'est pas neutre : elle provoque des changements de comportement chez les travailleurs et les clients. Un coût de mise en œuvre élevé peut être considéré comme une des principales barrières. S'ils sont appliqués avec succès, les progrès technologiques peuvent aboutir à la réduction de coûts et à un gain de temps tant pour les clients que pour les IMF. Actuellement, le taux d'innovation des progrès technologiques connaît une croissance fulgurante ; la banque mobile et « sans agence » est devenue une réalité tangible. Cela crée de nouvelles opportunités pour les IMF, les opérateurs et les banques, mais le risque est d'arriver à une situation dans laquelle plusieurs technologies non compatibles sont développées dans un même endroit. Cela peut-il devenir un problème ?

### INTERVENANTS

**Frédéric Bléhaut**

Responsable Business Orange Money, Orange

**Carol Caruso**

Directrice, Triple Jump Advisory Services

**Yves Eonnet**

Président et directeur général, Tagattitude

**Cameron Goldie-Scot**

Co-fondateur et directeur des opérations, Musoni

### MODERATEUR

**Shailendra Robin Patel**

Co-fondateur et directeur des opérations, Musoni

## RESUME DES INTERVENTIONS

### Banque mobile vs. banque sans agence

La banque sans agence fonctionne via des guichets automatiques, le téléphone, internet et/ou un réseau spécialisé d'agents (petites boutiques), contrairement à la banque mobile qui consiste en l'offre de services via la téléphonie mobile. Différents services sont actuellement disponibles via la banque mobile tels que les déboursements de prêts/remboursements, l'épargne, le paiement des micro-assurances, la vérification du solde bancaire et la communication avec les clients.

**Carol Caruso** affirme que ces technologies qui se développent rapidement ont un impact important sur la réduction des coûts. Aujourd'hui, le taux de pénétration des téléphones portables est de 50 à 70% de la population mondiale. Un des atouts de la banque mobile est qu'elle permet un gain de temps et d'argent, tant pour les IMF que pour les clients. Les principaux facteurs de réussite sont : le marché, la recherche, le soutien humain, le *business plan*, la réglementation, les réseaux d'agents (profondeur et étendue) et les acteurs de l'écosystème ; cependant, il existe plusieurs risques et contraintes à prendre en compte lors de l'étude des questions suivantes : i) le taux d'adoption n'est pas en phase avec le taux d'investissement ; ii) des tarifs inaccessibles : parfois les opérateurs de télécommunications ont des tarifs trop élevés, ne correspondant pas au prix du marché ; iii) la surabondance de choix crée de la confusion sur les marchés. Le marketing donc est crucial ; iv) la réglementation des banques centrales peut constituer une barrière.

### Un exemple de technologie simple et économe pour la banque mobile

Comme l'explique **Yves Eonnet**, la classe moyenne émergente est la nouvelle cible (environ 1 milliard de personnes) et correspond au centre de la pyramide, dont un des principaux problèmes est la gestion de la trésorerie. Gérer les liquidités prend du temps (par exemple lors de transferts internationaux) et présente un risque élevé de vol. Tagpay est un service conçu pour distribuer de l'argent via un service internet. Un terminal est installé chez un réseau d'agents, qui communique avec le téléphone portable du client grâce à une technologie basée sur le son : lorsqu'un client souhaite effectuer un paiement, retirer de l'argent, etc... dans une boutique équipée, il/elle a simplement

besoin de taper son numéro de téléphone et son code secret sur le terminal. Quelques secondes plus tard le téléphone sonne, il doit alors être placé à côté du terminal. Peu après, le paiement/retrait est effectué. Pour utiliser ce service, il suffit au client de créer un compte Tagpay. Tagpay est actuellement distribué par 31 entreprises locales sur différents marchés. Les principales innovations sont : (1) un système très simple d'utilisation et très économe ; le terminal étant simplement un téléphone avec un logiciel spécifique et une base ; (2) des données transférées via les serveurs de Tagpay, qui sont eux-mêmes très versatiles ; et (3) aucun besoin d'équipes de vente puisque les compagnies internet locales peuvent déployer le service. En général, ce sont les salaires qui sont versés dans le portemonnaie électronique.

Sur ce point, **Carol Caruso** ajoute que grâce à la banque sans agence, les femmes peuvent cacher de l'argent à leurs maris, et s'en servir pour répondre aux besoins du foyer. Le principal avantage de ce transfert est qu'il est indépendant des opérateurs téléphoniques. C'est aussi une technologie très simple et donc bon marché. Il est intéressant de constater comment les différents acteurs peuvent faire leur choix entre les différentes technologies. Comme le souligne **Yves Eonnet**, plusieurs clients du système ne sont pas des IMF. En outre, ces technologies entraîneront la réduction du nombre d'employés ; il s'agit donc d'une décision sensible. Enfin, les clients finiront par les adopter car elles permettent de faire baisser les prix.

**Carol Caruso** souligne également qu'il est parfois difficile, sinon impossible, de faire adopter ces technologies par l'ensemble des opérateurs téléphoniques. Ainsi, du point de vue des affaires, il est indispensable de prendre d'importantes décisions avant d'appliquer une nouvelle technologie.

### Banque mobile : l'exemple d'Orange money

**Frédéric Bléhaut** explique que les principaux obstacles au développement de ces technologies sont la faible pénétration des comptes bancaires et le manque de sécurité, de rapidité et de simplicité inhérentes aux mécanismes de transfert d'argent traditionnels. Il ajoute que les économies où les transactions se font principalement en espèces constituent un obstacle au développement. Orange Money propose un service de portemonnaie électronique lié au numéro de téléphone du client pouvant être utilisé pour effectuer des transferts d'argent, payer des factures ou effectuer des paiements, exactement comme avec un compte bancaire

ordinaire. Les principaux avantages sont d'être un service sûr, rapide et simple et qu'il ne faut pas payer un abonnement. Actuellement, Orange Money est disponible dans 11 pays africains. Il s'agit du service de banque mobile leader à Madagascar et, au cours des derniers mois, la croissance a décollé en Côte d'Ivoire. Des partenariats solides sont nécessaires afin de garantir l'écosystème adéquat pour le développement de cette technologie. Du point de vue de la distribution, il est essentiel d'établir des réseaux de points de vente les plus étendus possibles. De plus, des partenariats multiples sont nécessaires tant avec les fournisseurs de services qu'avec les détaillants afin de développer une gamme de services incluant le paiement à distance, le paiement des factures et les achats chez les détaillants. Enfin, et surtout, il est essentiel d'établir un partenariat solide avec la banque pour garantir la conformité financière avec la banque centrale et fournir une source de monnaie électronique. Les retours sur investissement des solutions de paiement mobile sont en général très longs ; de ce fait, l'offre de ces services implique un engagement fort et stratégique de la part de l'opérateur.

### La première IMF sans agence du monde

En remontant aux origines des IMF, **Cameron Goldie-Scot** explique que la principale cible était les personnes exclues du système bancaire en raison des coûts élevés, du manque d'accès ou des documents. Traditionnellement, les IMF sont inefficaces, présentent trop de procédures bureaucratiques et ont des difficultés à gérer des systèmes informatiques. Parallèlement, le marché de la téléphonie mobile et de la banque mobile ont connu une croissance rapide.

Musoni a été fondé suite au constat selon lequel il était possible de réduire les coûts et d'améliorer l'efficacité en profitant de la pénétration élevée des systèmes de transfert d'argent par téléphone portable, pour permettre aux clients d'effectuer leurs transactions. Musoni est une micro-entreprise dont la plateforme informatique est totalement intégrée dans les services téléphoniques. Actuellement, Musoni a 10 000 clients, la part de portefeuille à risque est inférieure à 3% et 5 branches ont été développées. L'objectif actuel est d'ouvrir une deuxième IMF Musoni en Ouganda ainsi que de proposer une plateforme informatique à d'autres IMF.

## RESUME DES ECHANGES AVEC LA SALLE

### Quels sont les principaux problèmes rencontrés par Musoni concernant les remboursements ?

**Cameron Goldie-Scot** souligne l'importance d'avoir des procédures rigoureuses opérationnelles ainsi qu'un système qui permette d'obtenir des informations de très bonne qualité pour, à titre d'exemple, envoyer des SMS automatisés le lendemain de la date d'échéance du remboursement.

### Comment pouvons-nous installer avec succès ces systèmes informatiques dans une IMF, spécialement dans celles situées en zones rurales ?

**Carol Caruso** explique qu'il est très important de commander une étude de marché extérieure (afin d'avoir un aperçu des succès, des échecs et des partenaires potentiels) et d'effectuer en même temps une étude de faisabilité en interne (en se concentrant sur le système informatique, la pertinence des produits et les compétences du personnel).

### La technologie est de plus en plus complexe et variée (des acteurs trop nombreux : opérateurs téléphoniques, IMF, banques, etc.). Comment pouvons-nous en garantir la réussite de la mise en œuvre ? Quelle sera l'évolution de toutes ces technologies ?

**Cameron Goldie-Scot** explique que les IMF ont toujours eu du mal à mettre en place les TIC. C'est pour cette raison que nous œuvrons à séparer les TIC de la gestion des IMF afin que les IMF puissent se concentrer sur les opérations de microfinance, tout en ayant à disposition un système informatique qui fonctionne correctement.

### N'est-il pas triste de voir disparaître le côté humain avec le développement de toutes ces nouvelles technologies ?

**Shailendra Robin Patel** maintient que le côté humain n'est pas en train de disparaître avec le développement de toutes ces technologies. Au contraire, grâce aux innovations informatiques, le personnel ne doit plus gérer toute la trésorerie et a plus de temps à consacrer aux clients.

### Quels sont les taux d'intérêt de Musoni ?

**Cameron Goldie-Scot** soutient que, selon la dernière étude de marché interne effectuée par Musoni (avec des

clients mystère afin d'avoir les taux effectifs), le taux d'intérêt moyen est d'environ 50% au Kenya, contre 40% environ pour Musoni. La technologie réduit effectivement les coûts.

## RAPPORTEUR

Laurent Chéreau  
Administrative and communication manager, SIDI

## POUR ALLER PLUS LOIN

- Musoni: [www.musoni.eu](http://www.musoni.eu)
- Orange Money: [www.orange-money.sn](http://www.orange-money.sn)
- Tagpay: [www.tagpay.fr](http://www.tagpay.fr)
- Triple Jump : [www.triplejump.eu](http://www.triplejump.eu)