



Le point sur le secteur : Les services de mobile money dans le monde Rapport 2022



Mobile Money

La GSMA (association GSM) est une organisation mondiale qui rassemble l'écosystème 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](https://www.gsma.com)

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

Le programme Mobile Money de la GSMA a pour but d'accélérer le développement de l'écosystème du mobile money en faveur des personnes peu ou pas bancarisées.

Pour en savoir davantage, veuillez nous contacter :

Site Web : www.gsma.com/mobilemoney

Twitter : [@GSMA Mobile Money](https://twitter.com/GSMA Mobile Money)

E-mail : mobilemoney@gsma.com

Authors

Aramé Awanis

Christopher Lowe

Simon K. Andersson-Manjang

Dominica Lindsey (co-auteur du chapitre « Lutter contre les inégalités entre hommes et femmes dans le mobile money »)

Le rapport *Le point sur le secteur : les services de mobile money dans le monde – 2022* a été préparé par l'équipe Data du programme Mobile Money de la GSMA, avec l'assistance d'Ana Forjaz et d'Olu Omobitan. L'équipe Data est dirigée par Simon K. Andersson-Manjang et comprend Tapiwa Jakachira, Kavita Tailor et Stéphanie Mwaniki.

Contributeurs du programme Mobile for Development (M4D) de la GSMA

Anant Nautiyal, Ashley Olson Onyango, Bart-Jan Pors, Brian Muthiora, Claire Sibthorpe, Daniele Tricarico, George Kibala Bauer, Jenny Casswell, Joanne Kumire, Julianne Mweheire, Kennedy Kipkemboi, Matthew Downer, Matt Shanahan, Max Cuvelier, Nadia Jeffrie, Nicolas Snel, Zach White, Zoe Hamilton

External Contributors

aYo, Basis Research, Ipsos, Mon Cash, Safaricom

Le rapport *Le point sur le secteur : les services de mobile money dans le monde – 2022* est basé sur les données recueillies dans le cadre de l'enquête 2021 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde (GSMA Global Adoption Survey 2021).

Pour accéder à davantage de contenu
et données, visitez [gsma.com/sotir](https://www.gsma.com/sotir)



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

BILL & MELINDA
GATES foundation

Avant-propos de S.M. la Reine Màxima des Pays-Bas

Avocate spéciale du Secrétaire général des Nations Unies pour la finance inclusive pour le développement (UNSGSA)

Au cours de la dernière décennie, nous avons pu observer le pouvoir transformateur des services de mobile money pour offrir un accès à l'inclusion financière. Cependant, notre travail est loin d'être terminé. Alors que les économies se remettent de la pandémie de COVID-19, nous devons nous assurer que le mobile money permette à chacun d'accéder aux outils nécessaires pour résister aux tempêtes économiques, se construire une santé financière et participer à une reprise inclusive.

En 2012, lorsque la GSMA a publié pour la première fois son rapport *Le point sur le marché : Les services de mobile money dans le monde*, le mobile money était à l'époque un service naissant de transfert d'argent fonctionnant sur un nombre limité de marchés. Il offrait un moyen sûr d'envoyer de l'argent à des proches situés dans des zones rurales sans avoir à parcourir de longues distances en transportant de l'argent liquide. En offrant une alternative accessible aux comptes bancaires, le mobile money a permis d'offrir un accès aux services financiers à des personnes jusque-là exclues des services bancaires traditionnels, comme les pauvres, les ruraux, les femmes, les petits exploitants agricoles ou les micro, petites et moyennes entreprises des pays à revenu faible ou intermédiaire.

Au fil des ans, tous les regards se sont concentrés sur la croissance du secteur : augmentation du nombre de transactions et d'utilisateurs actifs, développement des points de vente des agents et expansion des services. Les résultats ont été impressionnants. En 2021, le secteur a traité mille milliards de dollars d'opérations de mobile money, permettant à ses utilisateurs d'envoyer et de recevoir des sommes toujours plus importantes, de payer leurs achats et leurs frais de scolarité, de recevoir leurs salaires, de contracter des prêts ou d'envoyer de l'argent de l'étranger.

Comme nous le savons maintenant, les transactions ne sont pas la seule mesure de la réussite du mobile money. Pour être une véritable source d'autonomisation financière, les services de paiements mobiles doivent être sûrs, abordables, utiles et capables de renforcer la résilience financière. Cela n'a jamais été aussi clair que pendant la pandémie de COVID-19. Qu'il s'agisse de distribuer rapidement des prestations sociales ou d'offrir un moyen sûr et pratique d'acheter des produits de première nécessité, les services de mobile money ont permis à leurs utilisateurs de faire face aux chocs financiers liés aux mesures de confinement et à la perte de travail, ainsi qu'au choc prolongé d'une crise sanitaire.

D'autres services liés au mobile money ont ouvert l'accès à des produits susceptibles de renforcer la résilience, tels que l'épargne, le crédit et l'assurance. Le secteur du mobile money peut également faciliter l'achat de produits agricoles comme les semences et les engrais qui améliorent les rendements, l'accès à une énergie abordable et propre ou le paiement numérique des récoltes pour les petits exploitants agricoles.

Pour que ces solutions soient plus largement accessibles, il faudra investir dans l'infrastructure numérique, négocier des partenariats, mettre en place des politiques favorables et améliorer la culture numérique et financière. Nous devons poursuivre nos efforts conjoints pour combler l'écart persistant entre hommes et femmes en matière de détention d'un compte de mobile money, lutter contre les fractures actuelles, encourager une utilisation active et maintenir la sécurité et la confiance à l'égard d'un écosystème de services financiers numériques en pleine évolution. Je souhaite féliciter la GSMA pour cette étape importante et je me réjouis de la poursuite des contributions importantes du secteur du mobile



S.M. la Reine Màxima des Pays-Bas
Avocate spéciale du Secrétaire général des Nations Unies pour la finance inclusive pour le développement (UNSGSA)

Avant-propos de Mats Granryd

Directeur général de la GSMA

Dixième anniversaire du rapport « Le point sur le secteur : Les services de mobile money dans le monde »

Le mobile money a transformé la vie de millions de personnes dans le monde. On compte aujourd'hui 1,35 milliard de comptes enregistrés qui traitent 1 000 milliards de dollars par an d'opérations. Cela représente près de 2 millions de dollars par minute de transactions, 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, 365 jours par an.

Nous célébrons cette année les dix ans de notre rapport annuel sur les services de mobile money, produit avec le généreux soutien de la Fondation Bill et Melinda Gates. Il est impressionnant de revenir en arrière pour mesurer la vitesse à laquelle le secteur s'est développé, mais aussi d'imaginer tout ce qu'il peut encore accomplir.

Le mobile money n'est pas seulement une activité économiquement rentable. C'est également un moyen clé de faire progresser l'inclusion financière et de contribuer à la réalisation des objectifs de développement durable des Nations unies. Des millions de familles auparavant non bancarisées ont désormais accès à des services financiers sûrs et sécurisés qui transforment leur vie, et nombre de ces initiatives transformatrices ont été soutenues par le fonds d'innovation de la GSMA.

L'un de mes exemples favoris est le développement rapide des systèmes solaires domestiques à usage prépayé (ou « PAYG », de l'anglais pay-as-you-go) dans les régions non connectées au réseau électrique. Ces systèmes permettent à des millions de personnes d'accéder pour la première fois à une énergie propre et abordable. En Ouganda, cet accès abordable à l'électricité signifie que des utilisateurs comme Robinah peuvent garder leur magasin ouvert plus longtemps le soir, et que Fortineo peut garder sa clinique ouverte, aidant ainsi beaucoup plus de patients.

Des exemples comme celui-ci illustrent le pouvoir de transformation des services de mobile money au sein des communautés.

Les revenus supplémentaires de Robinah lui permettent d'envoyer ses enfants à l'école et d'épargner pour l'avenir. Imaginez maintenant cet impact multiplié par des millions de personnes dans le monde. Qu'il s'agisse de systèmes solaires PAYG, de transferts de fonds humanitaires numérisés ou du crédit agricole numérique, les services de mobile money permettent à leurs utilisateurs d'épargner et d'investir, de se remettre des chocs et des crises et d'améliorer leur résilience face aux changements climatiques.

La pandémie de COVID-19 a rendu le mobile money encore plus indispensable et cela se retrouve dans les chiffres. Les clients paient de plus en plus souvent leurs achats quotidiens au moyen de leur compte de mobile money et les paiements marchands ont augmenté en flèche.

Les paiements groupés sont également en nette augmentation, car un nombre croissant d'entreprises se sont mises à verser les salaires directement sur le compte de leurs employés tandis que les gouvernements ont conclu des accords de partenariat avec des prestataires de services de mobile money pour distribuer des aides aux victimes de la pandémie. Fait remarquable, malgré l'incertitude économique, les envois de fonds internationaux ont également augmenté de 48 % en 2021, car les diasporas du monde entier ont continué à envoyer de l'argent dans leur pays d'origine.

Si nous nous tournons vers l'avenir, dans lequel tout le monde est connecté et a accès à des services financiers sûrs et sécurisés, la voie à suivre est évidente. Nous devons continuer à élaborer des cadres réglementaires et des stratégies d'entreprise qui modernisent l'écosystème du mobile money. Nous devons continuer à lutter contre les inégalités entre hommes et femmes dans l'usage des services et renforcer la protection des consommateurs grâce à la certification GSMA Mobile Money. Et nous devons continuer de renforcer la sécurité, la viabilité commerciale, l'innovation et la réactivité du secteur pour qu'il puisse continuer de répondre aux différents besoins de ses clients dans le monde entier.

À en juger par les dix dernières années, je ne peux que me réjouir de ce qui nous attend pour les dix prochaines.



Mats Granryd
(Directeur général de la GSMA)





Sommaire

Synthèse	6
Dix ans de rapports « Le point sur le secteur »	12
L'adoption du mobile money poursuit sa courbe ascendante	14
De 2012 à 2022, un environnement de l'inclusion financière en pleine évolution	19
Le cap des mille milliards de dollars	22
Les réseaux d'agents continuent de se développer malgré la pandémie	25
Les cadres politiques et réglementaires favorisent l'inclusion financière de millions de personnes	27
Diversification et viabilité commerciale	34
Diversifier les cas clients du mobile money	35
Modèles économiques et rentabilité	42
Crédit, épargne et assurance	47
Lutter contre les inégalités entre hommes et femmes dans le mobile money	60
Faire progresser l'inclusion numérique des femmes	61
Possession d'un mobile, connaissance du mobile money et détention d'un compte en fonction du genre	62
Obstacles à la détention d'un compte et à l'usage du mobile money, différences d'utilisation entre hommes et femmes	68
Le mobile money au service du développement	80
Assistance humanitaire : le mobile money dans les contextes humanitaires	82
Services essentiels et énergie propre : les services reposant sur le mobile money dans les PRFI	86
Agriculture et résilience climatique : les solutions agricoles liées au mobile money dans les PRFI	90
Conclusion	95
Annexes	96

Synthèse

Dix ans de suivi d'un secteur transformateur

Au cours de la dernière décennie, le mobile money est passé d'une offre de niche sur un nombre limité de marchés à un service financier largement répandu. Grâce au mobile money, des millions de ménages des pays à revenu faible ou intermédiaire (PRFI) sont passés d'une économie informelle uniquement en espèces à une économie numérique plus inclusive. En 2012, on comptait 169 services de mobile money dans 71 pays. Dix ans plus tard, ce nombre a quasiment doublé, atteignant 316 services en activité dans 98 pays du monde.

Dans l'ensemble des PRFI, la vie quotidienne des habitants s'est numérisée grâce au mobile money : les gens font plus souvent des opérations de mobile money pour des raisons toujours plus nombreuses. La pandémie de COVID-19 a accéléré cette évolution, incitant les consommateurs à se tourner vers des moyens de paiement sans contact

pour régler leurs achats quotidiens, payer leurs factures, recevoir des aides publiques et envoyer de l'argent à leur famille. En 2021, cette croissance constante a contribué à faire passer le montant total des opérations réalisées à plus de mille milliards de dollars pour l'année, un cap franchi plus rapidement que personne ne l'espérait dans le secteur.

Ce dixième rapport annuel sur les services de mobile money dans le monde revient sur cette année mémorable pour un secteur en pleine croissance et plus diversifié que jamais.

Nous y faisons le point sur dix ans de développement et analysons ses effets transformateurs sur la vie financière de personnes qui étaient encore laissées pour compte il y a dix ans.

Ce rapport analyse les grandes tendances du secteur en 2021

Plus de mille milliards de dollars échangés alors que le secteur se diversifie

En 2021, le secteur du mobile money a traité plus de mille milliards de dollars d'opérations. L'augmentation d'une année sur l'autre des montants échangés a été stimulée par l'arrivée de nouveaux clients et le développement de nouveaux cas d'utilisation. En 2012 par exemple, les opérations d'écosystème, telles que les paiements de factures, les paiements groupés, les paiements marchands ou les transferts de fonds internationaux, représentaient moins de 10 % de l'ensemble des opérations. Dix ans plus tard, ce chiffre est passé à 20 %, signe évident que les prestataires de mobile money ont la volonté de diversifier leur activité.

L'adoption du mobile money et les volumes d'opérations poursuivent leur trajectoire ascendante

En 2021, le nombre de comptes enregistrés a atteint 1,35 milliard dans le monde, ce qui représente une augmentation de 18 % par rapport à l'année précédente et un chiffre dix fois supérieur à celui de 2012 (134 millions). Parmi ces comptes, 518 millions étaient actifs sur une base de 90 jours et 346 millions sur une base de 30 jours, des chiffres respectivement 15 fois et 13 fois supérieurs à ceux de 2012 (approximativement). Les volumes et la fréquence des opérations sont également en forte augmentation. En 2021, le nombre moyen d'opérations P2P (de personne à personne) réalisées en l'espace d'une heure est supérieur à 1,5 million contre moins de 68 000 en 2012, tandis que les comptes enregistrent en moyenne 3,5 transactions P2P par mois

Les réseaux d'agents continuent de se développer

En l'espace de dix ans, le nombre d'agents actifs a plus que décuplé, passant de 534 000 en 2012 à 5,6 millions en 2021 et ouvrant un nouveau moyen d'accès aux services financiers pour les clients les plus mal desservis. Malgré les mesures de confinement et de restriction des déplacements pendant la pandémie de COVID-19, les montants encaissés et numérisés par les agents du mobile money ont augmenté de 18 % en 2021 pour atteindre 261 milliards de dollars, ce qui représente plus de 715 millions de dollars par jour. Les réseaux d'agents déjà bien établis n'ont pas été en reste, les 25 principaux réseaux enregistrant une forte croissance de plus de 25 % en moyenne entre 2020 et 2021.

Les obstacles réglementaires perdurent

Malgré le succès considérable rencontré par les services de mobile money dans de nombreux pays, leur pérennité pourrait être remise en cause par des interventions politiques ou réglementaires, qu'il s'agisse de la taxation de certaines opérations, de la mise en œuvre imposée de solutions de paiement instantané ou d'obligations coûteuses de localisation des données. Les coûts élevés de conformité sont assumés à la fois par les prestataires de mobile money et par les clients, avec des répercussions potentiellement négatives sur les investissements futurs dans ces services et sur leur utilisation par les clients. Le dialogue entre les responsables politiques, les régulateurs et les leaders du secteur revêt une importance capitale pour éviter que les politiques et les réglementations n'aient des effets néfastes sur le développement du mobile money.

Les paiements marchands ont presque doublé

Après une année déjà exceptionnelle en 2020, les paiements marchands ont presque doublé en 2021, atteignant près de 5,5 milliards de dollars par mois en moyenne et représentant 21 % des montants en circulation dans le système du mobile money (P2P + paiements marchands), contre 10 % environ au cours des deux années précédentes. Ce développement rapide découle en grande partie de l'augmentation du nombre d'entreprises qui acceptent de recevoir des paiements mobiles.

Les flux de transferts internationaux restent élevés

Deux ans après le début de la pandémie de COVID-19, les diasporas du monde entier envoient de plus en plus d'argent dans leur pays d'origine au moyen du mobile money. Le nombre de transferts internationaux envoyés et reçus de cette manière a augmenté de 48 % en 2021, pour atteindre 16 milliards de dollars. Le mobile money représente toutefois moins de 3 % du total des envois de fonds internationaux dans le monde, ce qui signifie qu'il existe un potentiel important de numérisation de ces transferts pour offrir un moyen plus rapide et plus abordable d'envoyer de l'argent dans le monde entier.

Les paiements de factures ont fait un nouveau bond en 2021

Comme les autres transactions de l'écosystème, le nombre de paiements de factures réalisés au moyen du mobile money a fait un bond en 2021, augmentant de 37 % en moyenne pour dépasser 5 milliards de dollars par mois. Pour les clients, l'utilisation du mobile money pour le paiement de leurs factures leur permet d'accéder à tout un éventail de nouveaux services, tels que l'énergie hors réseau, tout en aidant les utilisateurs à faibles à se construire leur identité économique. Pour les organismes publics et les entreprises de services aux collectivités, le mobile money constitue un moyen plus efficace et plus économique de collecter les paiements. Il permet également de renforcer la transparence financière et d'éviter la fraude.

Les paiements groupés enregistrent une croissance remarquable

Après avoir enregistré une croissance de 28 % en 2020, les paiements groupés effectués au moyen du mobile money ont augmenté d'un autre tiers en 2021, atteignant 65,8 milliards de dollars. Cette croissance est probablement due à une augmentation des versements de salaires, car les employeurs sont de plus en plus nombreux à se tourner vers le mobile money pour payer leurs salariés. Le nombre de comptes uniques recevant des salaires via le mobile money a ainsi augmenté. Le nombre de comptes uniques recevant des versements G2P (du gouvernement aux personnes) a également augmenté, les gouvernements ayant mis en place de nouveaux partenariats avec les prestataires de mobile money pour distribuer des aides liées à la pandémie et d'autres formes d'aide sociale.

L'épargne, le crédit et l'assurance permettent de renforcer la résilience financière

Selon notre enquête sur l'adoption des services de mobile money dans le monde, près de deux prestataires de mobile money sur cinq (44 %) offrent des produits d'épargne, de crédit ou d'assurance. L'adoption de ces services en 2021 a été encourageante sur l'ensemble des marchés plus matures tout en s'accéléralant également sur les marchés moins avancés, sur lesquels les clients recherchent des produits pour protéger leur famille et leur activité professionnelle des incertitudes et des crises, pour investir dans leurs moyens de subsistance et pour améliorer leurs conditions de vie.

Les partenariats font avancer l'interopérabilité

Après avoir enregistré une croissance exceptionnelle en 2020, les flux d'opérations entre banques et plateformes de mobile money affichent de nouveau une forte croissance en 2021. En augmentation de 46 %, ils ont plus que doublé depuis 2019. L'accélération continue de ces opérations vient confirmer les relations de complémentarité qui se sont manifestées ces dernières années entre le système bancaire et le secteur du mobile money et conforte le rôle clé du mobile money au sein de l'écosystème financier.

Les inégalités entre hommes et femmes pèsent sur ces dernières et sur les économies

Dans l'ensemble des PRFI, les femmes restent moins susceptibles que les hommes de posséder un compte de mobile money. Il existe différentes raisons à cette situation, notamment le fait de ne pas posséder un téléphone portable, le manque de connaissance du mobile money et le sentiment d'un manque de pertinence, de connaissances et de compétences. Il est toutefois encourageant de constater que lorsque les femmes disposent d'un compte de mobile money, la probabilité qu'elles l'utilisent est quasiment égale à celle des hommes. Dans le cadre de l'initiative *GSMA Connected Women Commitment*, 26 opérateurs mobiles d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine se sont formellement engagés depuis 2016 à réduire les disparités entre hommes et femmes au sein de leur clientèle du mobile money.

Le mobile money facilite d'accès à l'aide humanitaire, aux services de première nécessité et aux solutions agricoles.

Le mobile money joue le rôle de catalyseur pour un large éventail d'autres services qui pourraient contribuer à résoudre des problèmes socio-économiques et environnementaux majeurs, comme l'accès aux services de première nécessité, le maintien des moyens de subsistance des petits exploitants agricoles et la distribution rapide d'une aide monétaire aux populations vulnérables. Pour les prestataires de mobile money, ces cas d'utilisation représentent des opportunités précieuses de diversification qui sont déjà exploitées par bon nombre d'entre eux.



1,35 Md

de comptes de mobile money enregistrés

Plus de

518 M

de comptes actifs sur 90 jours



1 000 milliards de dollars

traités annuellement par les services de mobile money

31% ↑

d'augmentation d'une année sur l'autre



5.6 M

d'agents actifs dans le monde

Plus de

16 Md\$



de transferts internationaux traités pendant l'année

↑ 48%

d'augmentation d'une année sur l'autre

316

services de mobile money



en activité dans 98 pays

66 Md\$

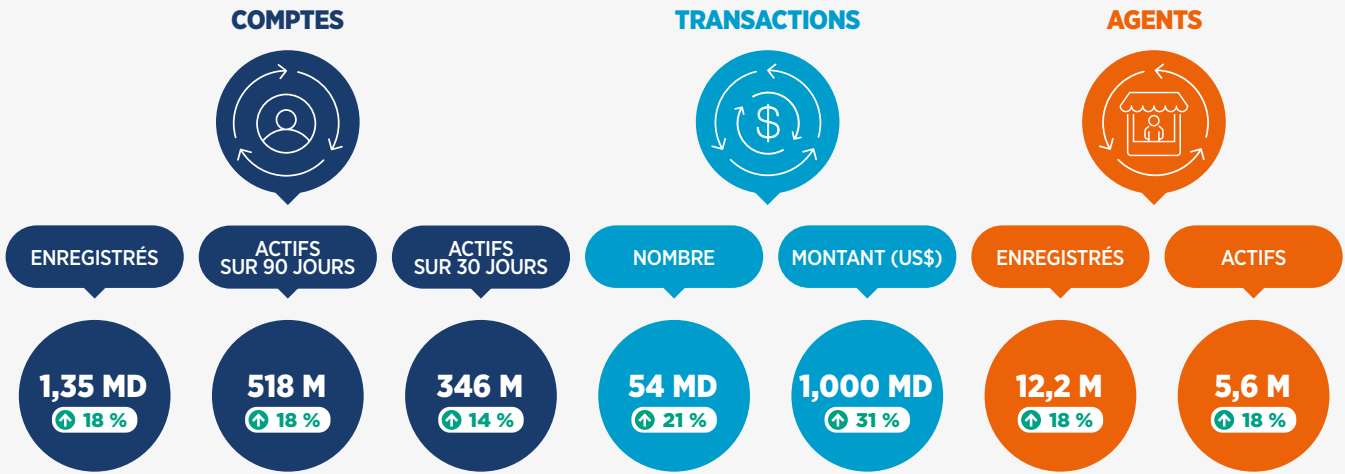
de paiements marchands traités pendant l'année



↑ 94%

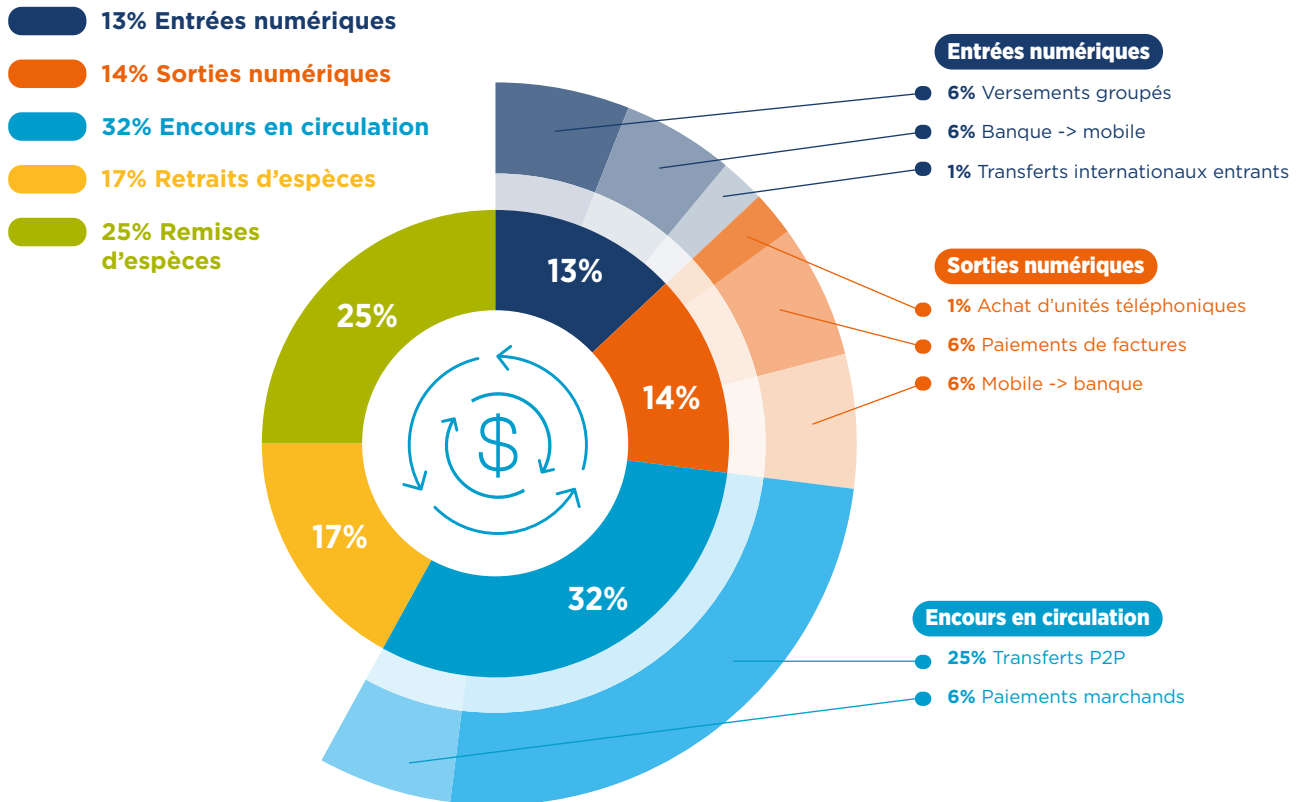
d'augmentation d'une année sur l'autre

APERÇU MONDIAL 2021

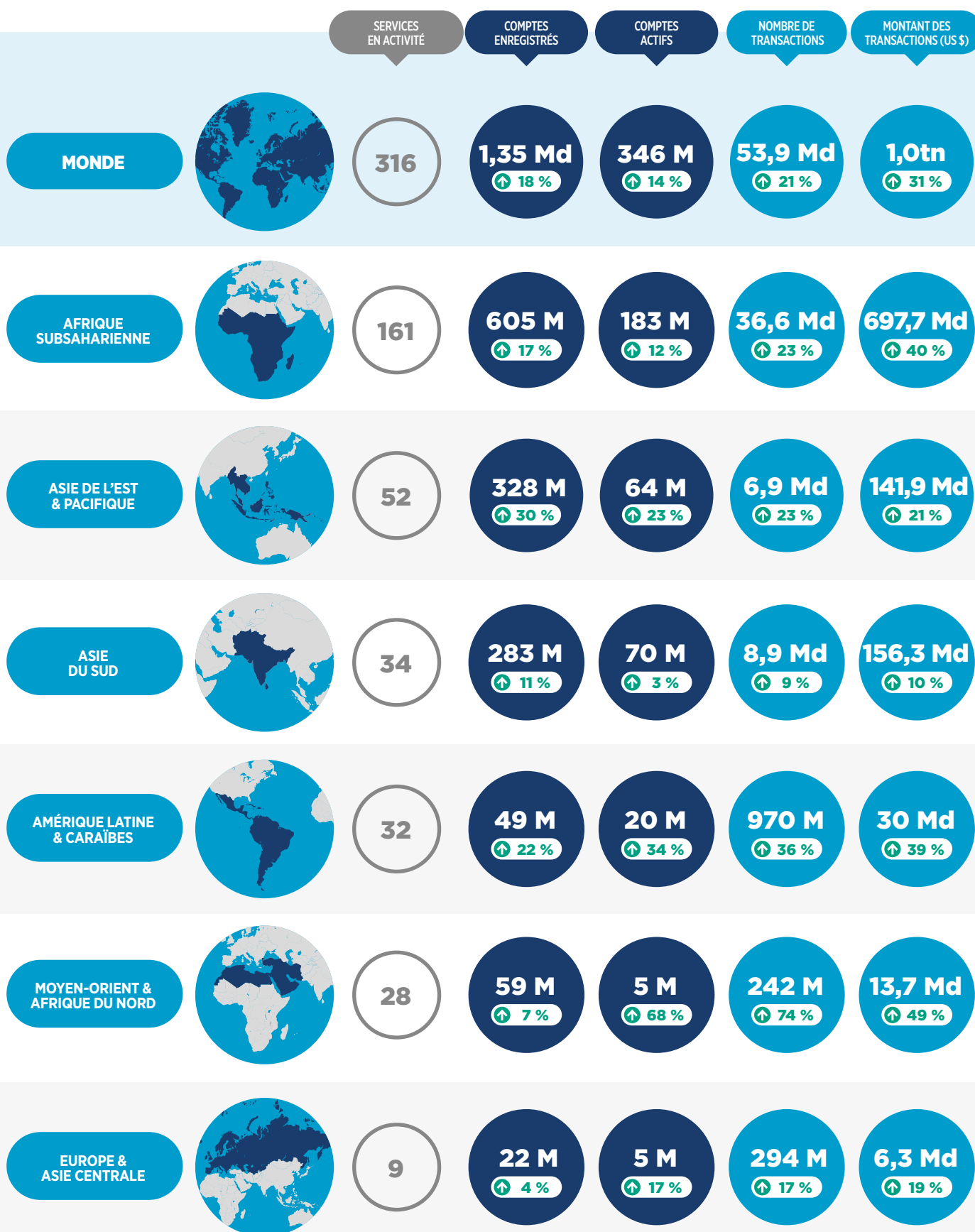


VENTILATION DES MONTANTS

Décembre 2021

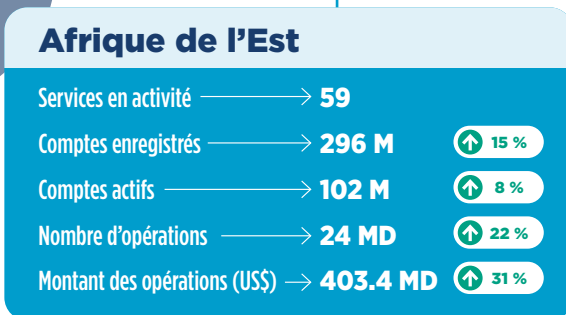
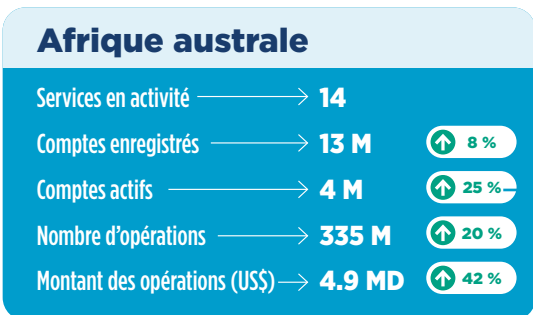
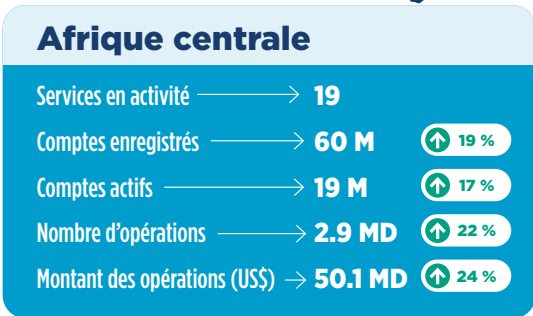
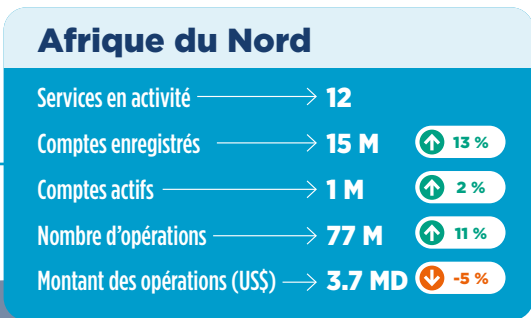
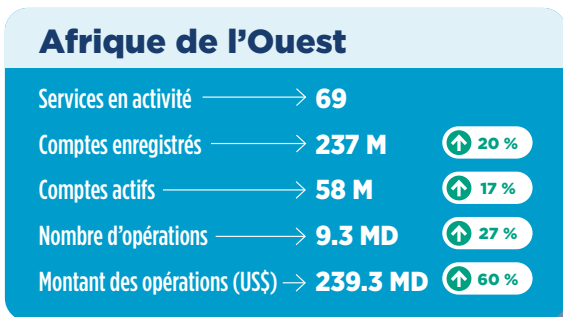
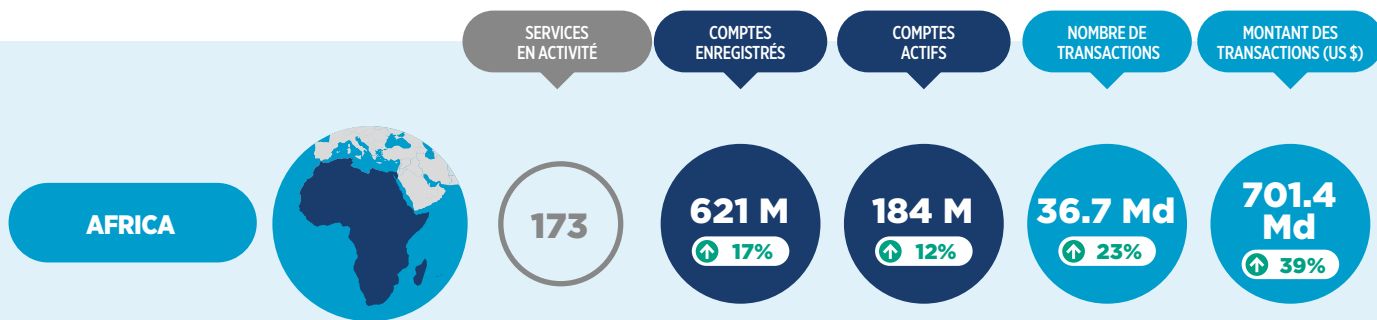


CROISSANCE PAR RÉGION EN 2021





CROISSANCE EN AFRIQUE EN 2021¹



Carte fournie à titre purement indicatif

¹ La GSMA utilise le géoschéma des Nations Unies, qui divise les pays du monde en groupes régionaux et sous-régionaux. Il a été développé par la Division des statistiques des Nations Unies (UNSD) sur la base de la classification de codage M49.

A photograph of a man with a grey beard and glasses, wearing a blue surgical mask and a black cap. He is holding a mobile phone to his ear. The background shows shelves stocked with various goods, suggesting a shop or a market. The image is partially obscured by a large blue circular graphic on the left side.

Dix ans de rapports « Le point sur le secteur »

Dix ans de rapports « Le point sur le secteur »

Chaque année depuis dix ans, la GSMA publie son rapport *Le point sur le secteur : les services de mobile money dans le monde*, qui analyse les grandes tendances du secteur et se penche sur la manière dont le mobile money influence les vies et les résultats socio-économiques des habitants du monde entier, notamment ceux des pays à revenu faible ou intermédiaire (PRFI).² Les sujets abordés vont de la taille du marché à des aspects plus techniques, en ayant toujours à l'esprit un large public : les acteurs de la téléphonie mobile et des secteurs connexes, les organisations multilatérales mondiales, le secteur technologique et financier, le secteur à but non lucratif, les pouvoirs publics, le monde universitaire, etc.

Ce rapport est désormais le guide de référence de l'inclusion financière reposant sur la téléphonie mobile. Il continue d'illustrer non seulement le pouvoir transformateur de cette technologie, mais également le rôle crucial du secteur privé dans la réalisation des Objectifs de développement durable des Nations unies, et la GSMA ne saurait être plus fière.



² Les rapports 2022 et 2021 sont basés sur des recherches et des données collectées respectivement en 2021 et 2020. Le titre du rapport a été modifié en 2021 pour concorder avec son année de publication, conformément aux nouvelles normes de la GSMA. Pour accéder à l'historique complet des rapports « le point sur le secteur », visitez www.gsma.com/SOTIR.

L'adoption du mobile money poursuit sa courbe ascendante

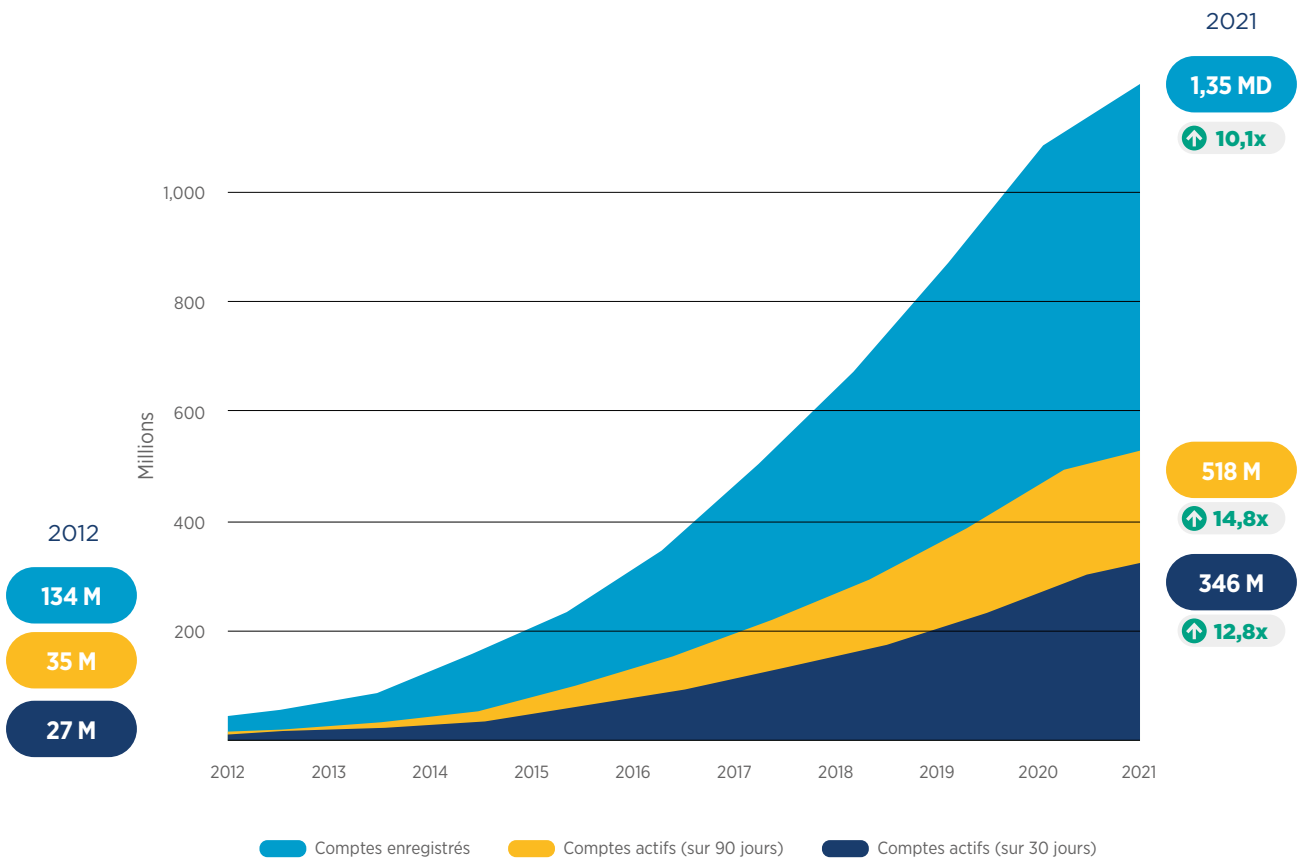
En 2021, on comptait plus de **1,35 milliard de comptes de mobile money enregistrés** dans le monde, soit dix fois plus qu'en 2012 (134 millions). Le nombre de nouveaux comptes continue d'augmenter d'une année sur l'autre, venant démentir les prévisions d'un ralentissement de la croissance.

Les clients du mobile money en deviennent des utilisateurs plus actifs. Le pourcentage de comptes actifs sur une période de 90 jours est passé de 26 % à 38 % entre 2012 et 2021, et de 20 % à 26 % pour les comptes actifs sur une période de 30 jours.

Source: GSMA Global Adoption Survey

Figure 1:

Nombre de comptes de mobile money enregistrés et actifs, 2012-2021





Compte tenu de la forte croissance démographique enregistrée dans la plupart des PRFI, les marchés du mobile money sont loin d'être saturés, et la demande de services financiers mobiles devrait rester élevée au sein des populations financièrement exclues, qui sont souvent marginalisées. Malgré les progrès réalisés dans l'adoption du mobile money, des centaines de millions d'habitants des PRFI se heurtent à des obstacles à chaque étape du parcours client du mobile money, à commencer par la possession d'un téléphone portable (notamment chez les femmes).³ Même chez les titulaires d'un compte enregistré, près d'un milliard ne sont pas actifs sur une base de 30 jours, ce qui représente pour le secteur une opportunité importante d'améliorer l'inclusion financière et la participation économique.

Selon l'enquête annuelle de consommation réalisée en 2021 par la GSMA dans 10 PRFI, les adultes détenteurs d'un téléphone portable qui connaissent l'existence du mobile money mais n'ont pas de compte sont généralement confrontés aux obstacles suivants : manque de culture numérique, manque de fiabilité du réseau mobile, difficultés à lire ou à écrire, préférence pour l'argent liquide, manque de confiance dans le système, absence de justificatifs d'identité nécessaires et manque de fiabilité du réseau électrique. Le manque de connaissance des services de mobile money constitue également un obstacle important sur un certain nombre de marchés.

Source : enquête de consommation 2021 de la GSMA, n = 48 à 507

Figure 2:

Obstacles à la détention d'un compte de mobile money, par pays⁴

		Afrique			Asie				Amérique latine	
		Égypte	Nigeria	Sénégal	Bangladesh	Inde	Indonésie	Pakistan	Guatemala	Mexique
Pertinence	Préfère l'argent liquide	62 %	47 %	56 %	32 %	65 %	79 %	53 %	52 %	37 %
	A d'autres moyens de transférer de l'argent	29 %	46 %	32 %	28 %	51 %	67 %	30 %	33 %	40 %
	Peut utiliser le compte de MM de quelqu'un d'autre (amis/famille)	24 %	7 %	58 %	31 %	39 %	22 %	27 %	21 %	16 %
	Utilise des services au guichet	25 %	39 %	43 %	30 %	40 %	25 %	25 %	23 %	25 %
	N'a pas d'argent	34 %	23 %	49 %	25 %	46 %	42 %	38 %	37 %	39 %
Connaissances / Compétences	Ne sait pas se servir du MM	30 %	26 %	41 %	34 %	44 %	47 %	34 %	39 %	22 %
	A du mal à utiliser un portable/A peur de se tromper	28 %	18 %	44 %	31 %	51 %	40 %	34 %	36 %	22 %
	Alphabétisation	22 %	20 %	49 %	27 %	26 %	5 %	39 %	11 %	4 %
Accessibilité financière	Coût	33 %	13 %	15 %	19 %	43 %	30 %	28 %	37 %	23 %
Accès/ Catalyseurs	Réseau peu fiable	25 %	7 %	18 %	21 %	38 %	19 %	14 %	28 %	20 %
	N'a pas accès à des agents	18 %	7 %	19 %	18 %	35 %	29 %	14 %	39 %	16 %
	N'a pas accès à l'électricité	18 %	4 %	17 %	18 %	27 %	9 %	14 %	22 %	14 %
	N'a pas les justificatifs nécessaires	22 %	14 %	13 %	20 %	30 %	13 %	17 %	26 %	36 %
Sécurité/ Sûreté	Sécurité et confiance	33 %	19 %	23 %	27 %	50 %	38 %	26 %	46 %	36 %
	Ne fait pas confiance aux agents	26 %	19 %	21 %	20 %	41 %	20 %	19 %	38 %	44 %
Autres	Les agents de MM n'ont pas de liquidités	22 %	3 %	8 %	19 %	30 %	13 %	16 %	27 %	20 %
	La famille n'est pas d'accord	17 %	3 %	1 %	13 %	39 %	23 %	17 %	21 %	19 %
	Autres	18 %	12 %	21 %	18 %	26 %	12 %	16 %	10 %	4 %



3 GSMA (2021), [The Mobile Gender Gap Report 2021](#)

4 Source : Enquête de consommation 2021 de la GSMA. Question : Vous avez indiqué que vous connaissiez au moins un service [national] de mobile money, mais que vous n'aviez pas de compte de mobile money. Pour chacune des raisons possibles que je vous ai lues, veuillez indiquer si c'est quelque chose qui vous empêche absolument d'avoir un compte de mobile money. Les pourcentages correspondent aux personnes interrogées qui ont répondu « Oui » par rapport au total. Base : tous les adultes équipés d'un téléphone portable qui connaissent au moins un service de mobile money, mais qui n'ont pas de compte de mobile money, n = 48 à 507. Note : le Kenya est exclu en raison d'une taille d'échantillon insuffisante.



Ces obstacles divers et complexes à l'adoption du mobile money montrent que l'égalité d'accès à ces services ne relève pas seulement de la responsabilité des prestataires de mobile money, mais aussi d'une multitude d'autres acteurs. Qu'il s'agisse de dispenser une formation suffisante aux consommateurs ou d'améliorer l'accès à l'énergie, toutes les parties prenantes du processus d'inclusion financière ont un rôle à jouer.

En tant que moyen de paiement plus accessible et plus facile à utiliser, le mobile money a permis de surmonter certains des obstacles rencontrés dans le secteur financier traditionnel. Au Sénégal par exemple, 71 % des adultes déclarent avoir utilisé le mobile money au cours des 30 jours précédents, alors même que la moitié d'entre eux déclarent avoir du mal à lire et à écrire, voire être incapables de le faire.⁵ Cela montre qu'avec une conception et une formation adaptées, le mobile money peut aider les utilisateurs à surmonter des obstacles complexes à l'inclusion financière.

Dans les années à venir, la GSMA s'attend à ce que la croissance du nombre de comptes provienne à la fois

de marchés bien établis et de marchés sur lesquels les services de mobile money n'en sont qu'à leurs débuts, notamment en **Asie du Sud** et dans des pays africains comme le **Nigeria**, l'**Éthiopie** et l'**Angola**. En 2021 par exemple, l'Éthiopie a enregistré le lancement d'un service de mobile money exploité par un opérateur de réseau mobile (ORM), tandis que la Banque centrale du Nigeria a donné son accord de principe à plusieurs ORM de premier plan pour l'exploitation de services de mobile money dans le pays.

Comme les années précédentes, la grande majorité des nouveaux comptes actifs (sur 30 jours) enregistrés en 2021 provient d'Afrique et d'Asie, et plus précisément de l'Afrique subsaharienne, de l'Asie de l'Est et du Pacifique. C'est toutefois la région Moyen-Orient/Afrique du Nord qui affiche le taux de croissance le plus élevé en raison d'une croissance particulièrement rapide au Moyen-Orient. Bien que cette région ne représente que 4 % du secteur, les nouveaux comptes actifs y ont augmenté de 68 %, suivie par les régions Amérique latine & Caraïbes (34 %) et Asie de l'Est & Pacifique (23 %).

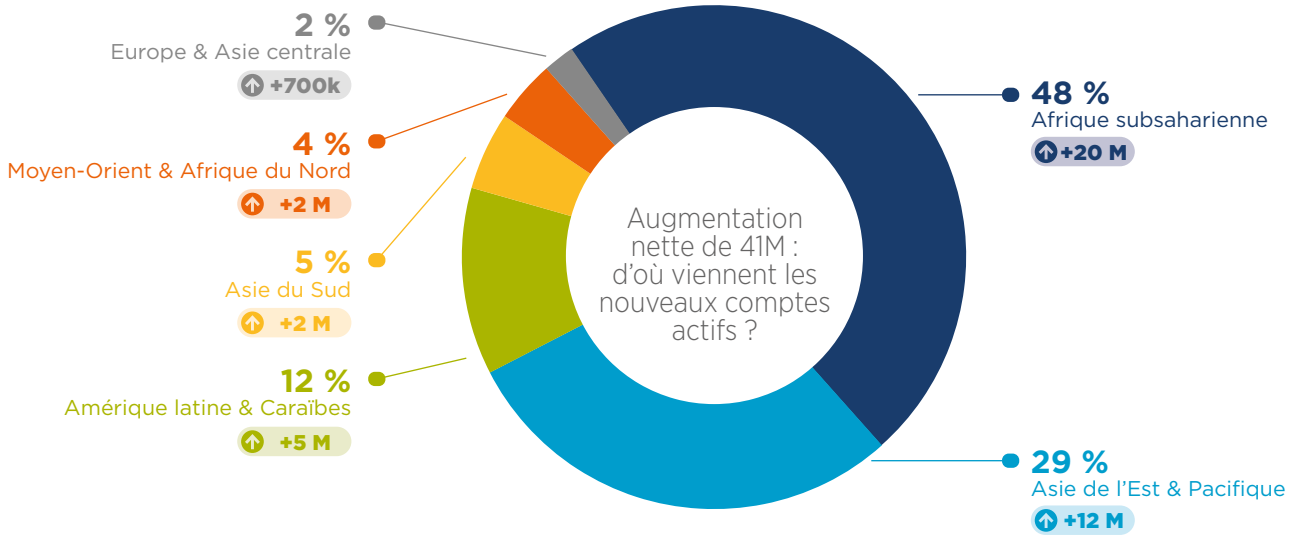
5 Source : Enquête de consommation 2021 de la GSMA



Source : GSMA Global Adoption Survey

Figure 3:

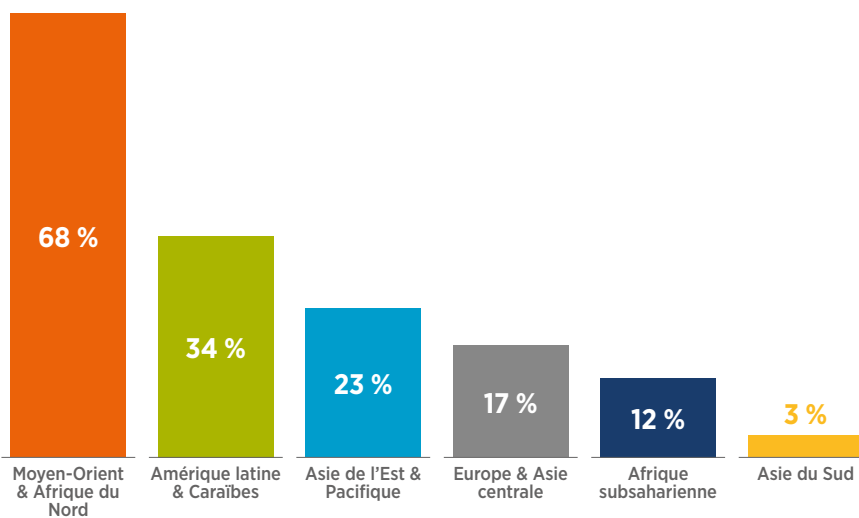
Augmentation nette (en pourcentage) des comptes actifs (sur 30 jours) par région, 2021



Source : GSMA Global Adoption Survey

Figure 4:

Taux de croissance des comptes actifs (sur 30 jours) par région, 2021



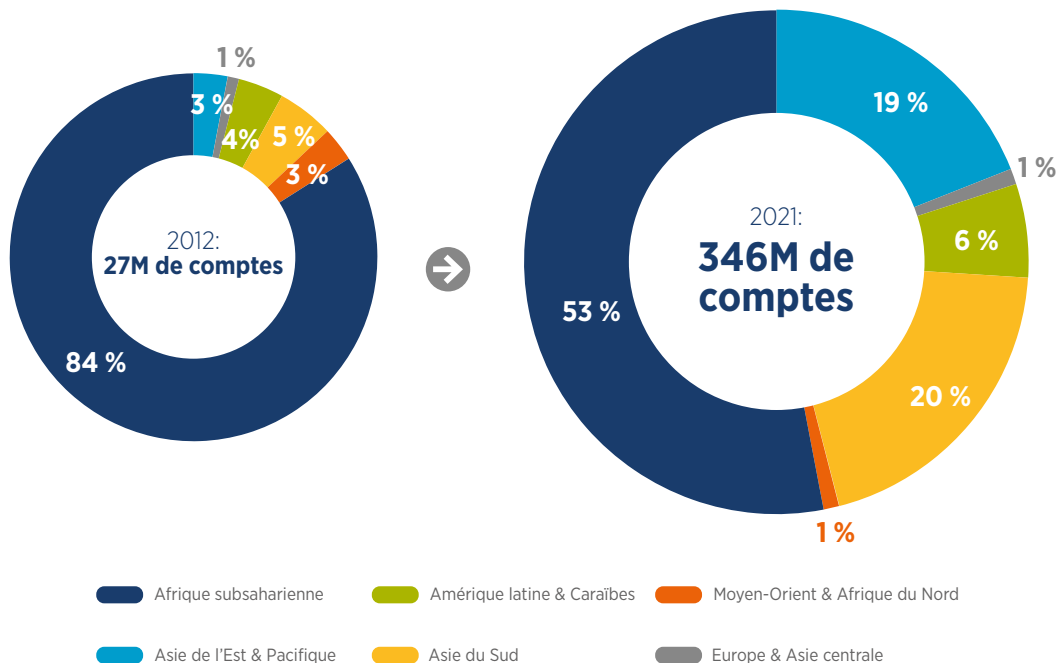
Aujourd'hui, le secteur est plus mondial que jamais. En 2012, le mobile money était en grande partie un phénomène est-africain, l'Afrique subsaharienne représentant 84 % de l'ensemble des comptes actifs sur 30 jours. En 2021, la carte du mobile money a été redessinée, l'Afrique subsaharienne représentant un peu plus de la moitié des comptes actifs, contre 20 % pour l'Asie du Sud, qui dépasse l'Asie de l'Est et le Pacifique (19 %).

Les autres régions du monde (Europe & Asie centrale, Moyen-Orient & Afrique du Nord, Amérique latine & Caraïbes) ne représentent à elles trois que 8,4 % de l'ensemble des comptes actifs, ce qui ne représente qu'une légère augmentation par rapport à 2012 (8,3 %). L'Amérique latine et les Caraïbes dominent désormais ce segment plus restreint.

Source: GSMA Global Adoption Survey

Figure 5:

Répartition en pourcentage des comptes actifs (sur 30 jours) par région, 2021



De 2012 à 2022, un environnement de l'inclusion financière en pleine évolution

Depuis le premier rapport « *Le point sur le secteur* » de 2012, le secteur du mobile money est passé d'un service de transfert d'argent disponible dans quelques régions à l'autonomisation financière de centaines de millions de

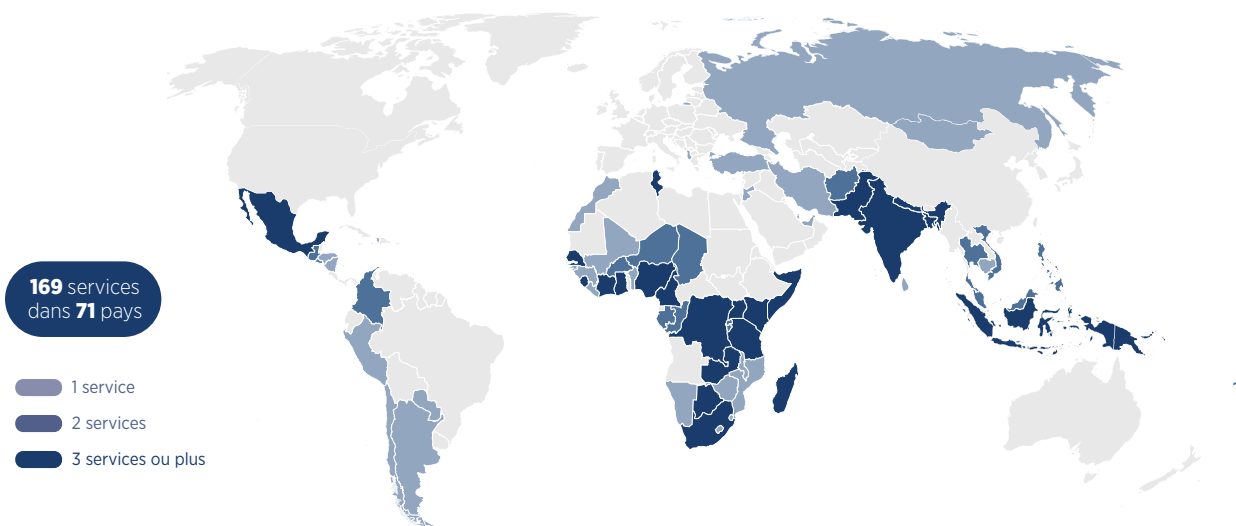
personnes dans le monde.

En décembre 2021, on comptait **316 services dans 98 pays**, contre seulement 169 services dans 71 pays en 2012.⁶

Source : GSMA

Figure 6:

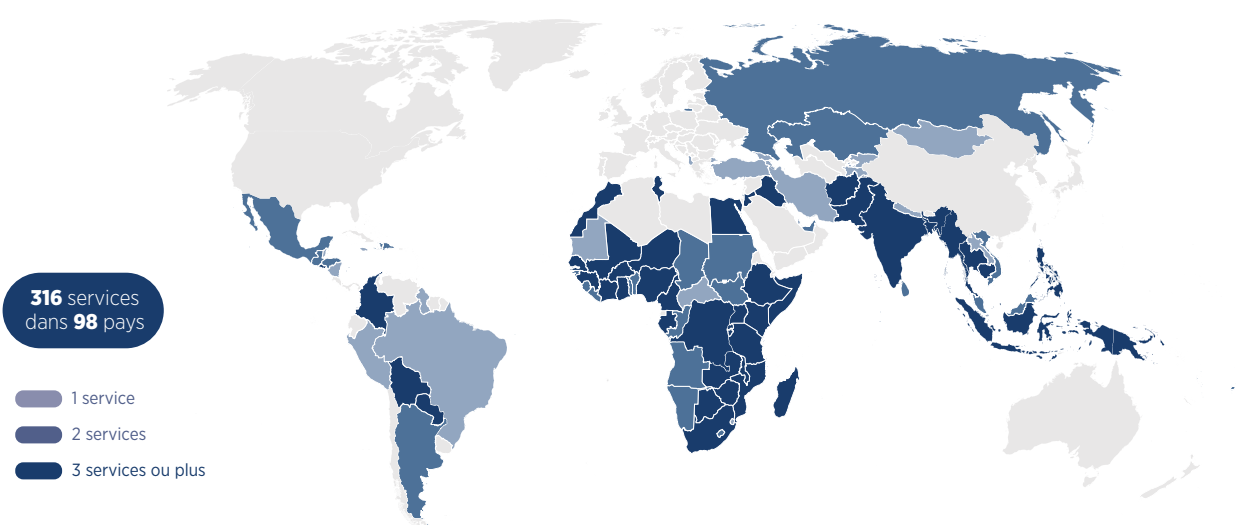
Nombre de services de mobile money en activité par pays, 2012⁷



Source : GSMA

Figure 7:

Nombre de services de mobile money en activité par pays, 2021



Carte fournie à titre purement indicatif

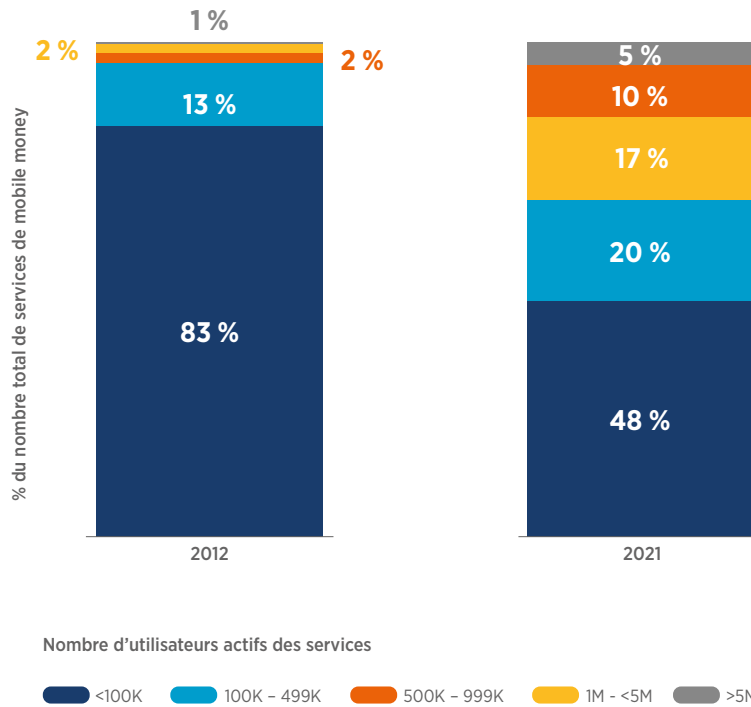
6 Pour en savoir davantage sur le Mobile Money Deployment Tracker (outil de suivi des services de mobile money), consultez le site : <https://www.gsma.com/mobilemoneymetrics/#deployment-tracker>

7 Remarque : le nombre de services disponibles dans un pays ne doit pas être interprété ou utilisé comme un indicateur de la pénétration du mobile money au sein de la population.

Source: GSMA Global Adoption Survey

Figure 8:

Ventilation des services de mobile money en fonction du nombre d'utilisateurs actifs (sur 30 jours)



En l'espace d'une décennie, le nombre de prestataires de mobile money a presque doublé et leur couverture s'est considérablement élargie. En 2012, la plupart des services (83 %) comptaient moins de 100 000 comptes actifs et quatre services seulement (2 %) comptaient plus d'un million d'utilisateurs actifs. En 2021, ce chiffre est passé à 67 services (22 %) dans un environnement beaucoup plus complexe comptant des services de toutes tailles.

Dans un secteur plus vaste et plus mondialisé, le mobile money a dû s'adapter à différents contextes culturels et socio-économiques. Les besoins de plus en plus divers et complexes des clients appellent un éventail plus large de

cas d'utilisation pertinents et utiles. Cette évolution appelle et stimule l'innovation : les marchés et les prestataires apprennent les uns des autres, s'empruntent des idées et nouent des partenariats avec des tiers. Cette diversité atteste non seulement de l'importance et de la maturité du secteur, mais aussi de la force de sa proposition de valeur pour répondre aux besoins financiers fondamentaux des clients de l'ensemble des PRFI.

Le chapitre suivant examine de plus près la manière dont le secteur continue de se réinventer et les partenariats qui sont en train d'émerger dans différentes régions.

Source: GSMA

Encadré 1

Indice de diffusion du mobile money (MMPI – Mobile Money Prevalence Index)⁸

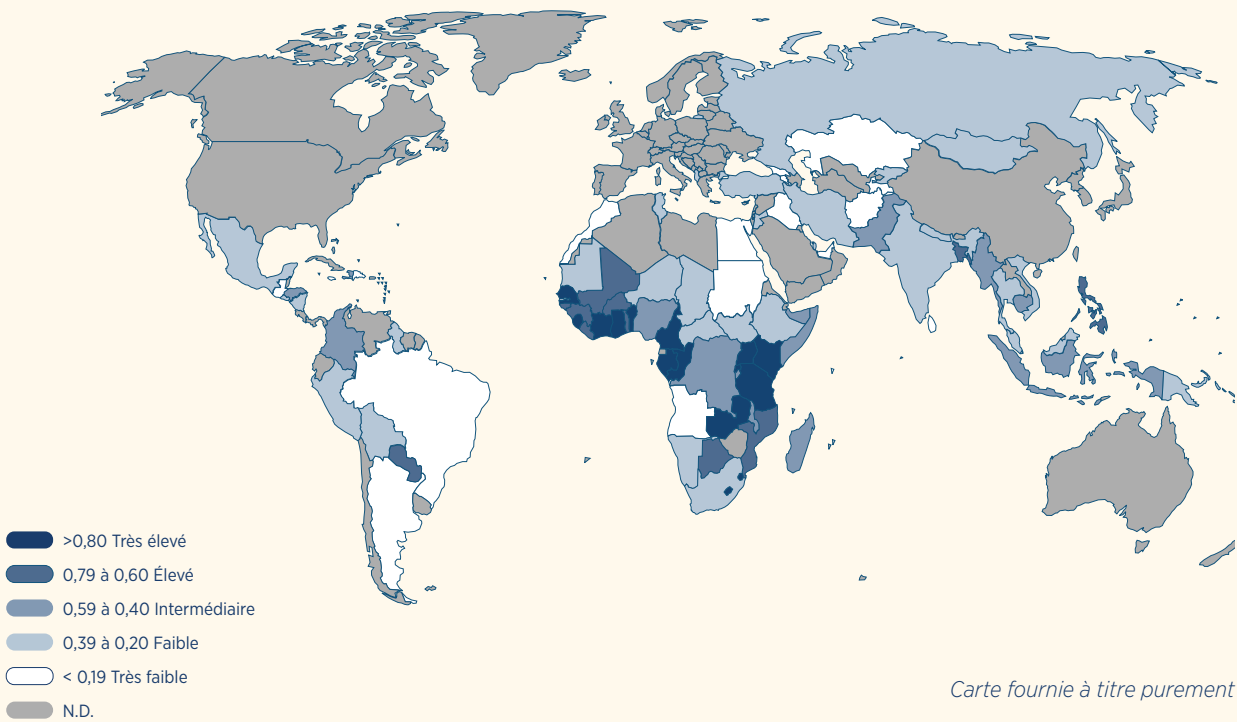
Le mode d'utilisation des services de mobile money varie considérablement en fonction des régions, des sous-régions et des pays. Depuis 2012, le programme Mobile Money de la GSMA collecte et analyse des données sur les services de mobile money du monde entier. Compte tenu d'une dynamique de marché de plus en plus complexe et de la demande croissante d'informations au niveau des pays, la GSMA a mis au point un indice de diffusion du mobile money, le *Mobile Money Prevalence Index* (MMPI)

afin de pouvoir fournir des informations complémentaires sur la situation du mobile money aux industries du mobile money et de la technologie, aux universités et aux organisations internationales, tout en protégeant les données du secteur.

Depuis 2020, les principaux changements dans la diffusion du mobile money ont été enregistrés au Sénégal, au Sierra Leone, aux Philippines et au Nicaragua.

Figure 9:

Prevalence of mobile money, by country



Carte fournie à titre purement indicatif

**L'indice de diffusion des services de mobile money du Zimbabwe n'a pas pu être calculé pour 2021. En 2020, le score du pays était dans la tranche « très élevé ».*

8 Pour en savoir davantage sur le MMPI, consultez <https://www.gsma.com/mobilemoneymetrics/#prevalence-index>

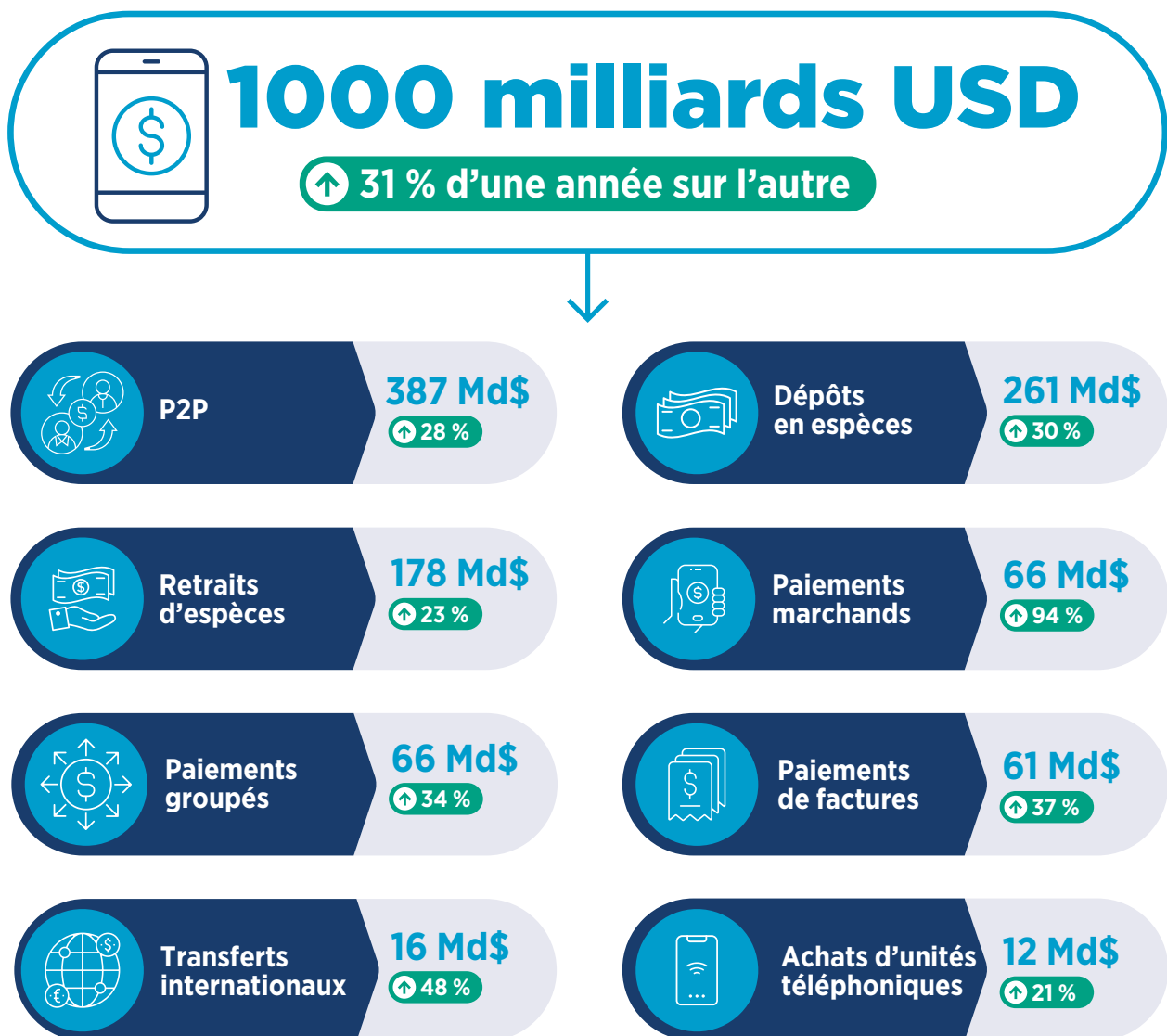
Le cap des mille milliards de dollars

En 2021, le secteur du mobile money a franchi un cap significatif, dépassant les mille milliards de dollars d'opérations traitées sur l'année.

Source: GSMA Global Adoption Survey

Figure 9:

Le secteur du mobile money en montant, par type d'opération (2021)

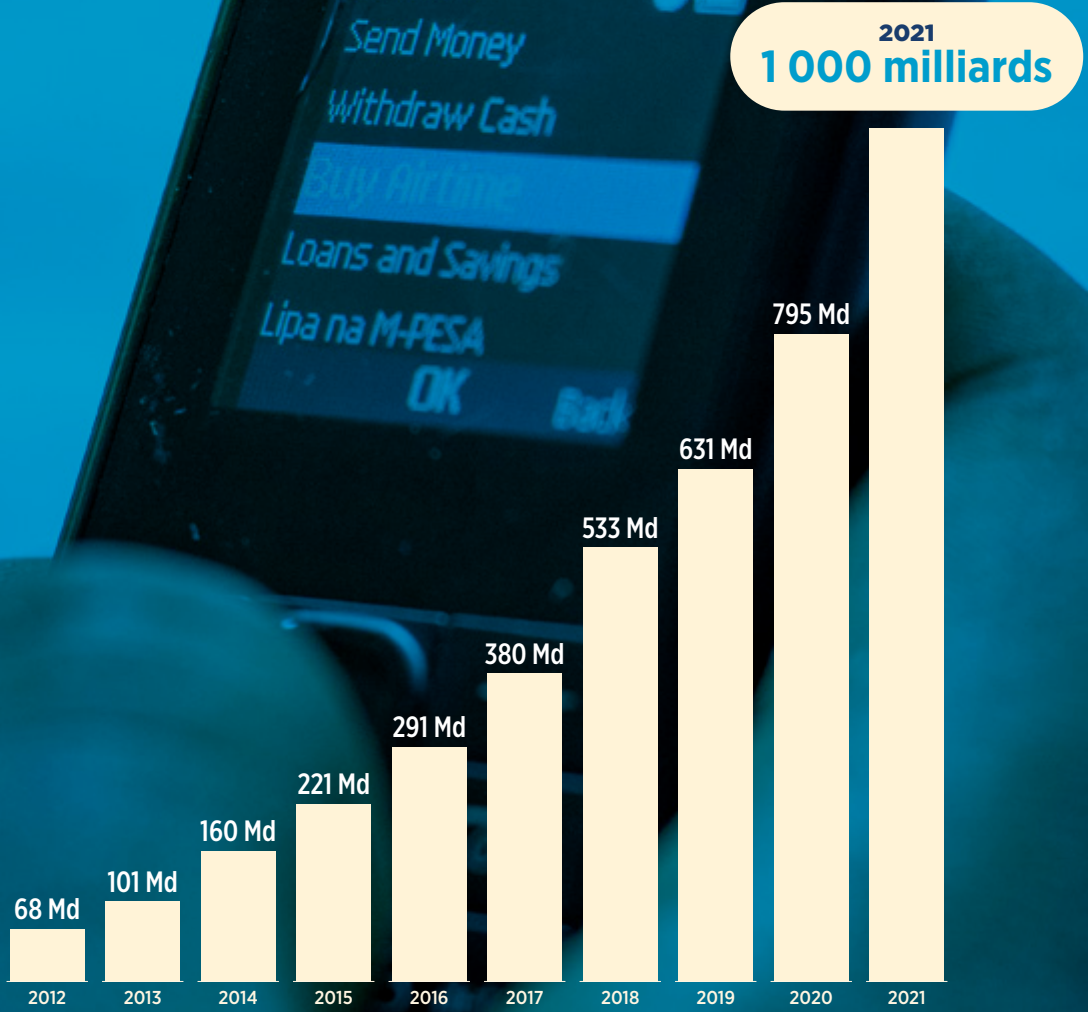




Source: GSMA Global Adoption Survey

Figure 10:

Montant annuel total des transactions, 2012-2021 (USD)



Le montant total des opérations réalisées au moyen du mobile money s'est à 1 045 milliards de dollars en 2021, ce qui représente une **augmentation de 31 % par rapport à 2020**. Si le cap des mille milliards de dollars était un objectif visé de longue date par le secteur, la GSMA avait initialement prévu qu'il ne serait pas atteint avant 2023.⁹ À la suite de plusieurs années de forte croissance, ces prévisions ont été révisées à plusieurs reprises, en raison notamment des progrès enregistrés par la numérisation pendant la pandémie de COVID-19.

L'augmentation du montant total des opérations d'une année sur l'autre est alimentée par l'arrivée de nouveaux clients et par des taux d'activité plus élevés, en raison notamment du développement des transactions réalisées dans le cadre de partenariats (voir figure 10). Les remises d'espèces, les retraits d'espèces et les transferts P2P représentent toujours la majeure partie du montant total des opérations, mais le quotidien des habitants des PRFI est de plus en plus numérisé grâce au mobile money, qui leur permet de payer leurs factures, les frais de scolarité et divers commerçants en ligne et hors ligne. Ces différents cas d'utilisation seront examinés plus en détail dans le prochain chapitre.

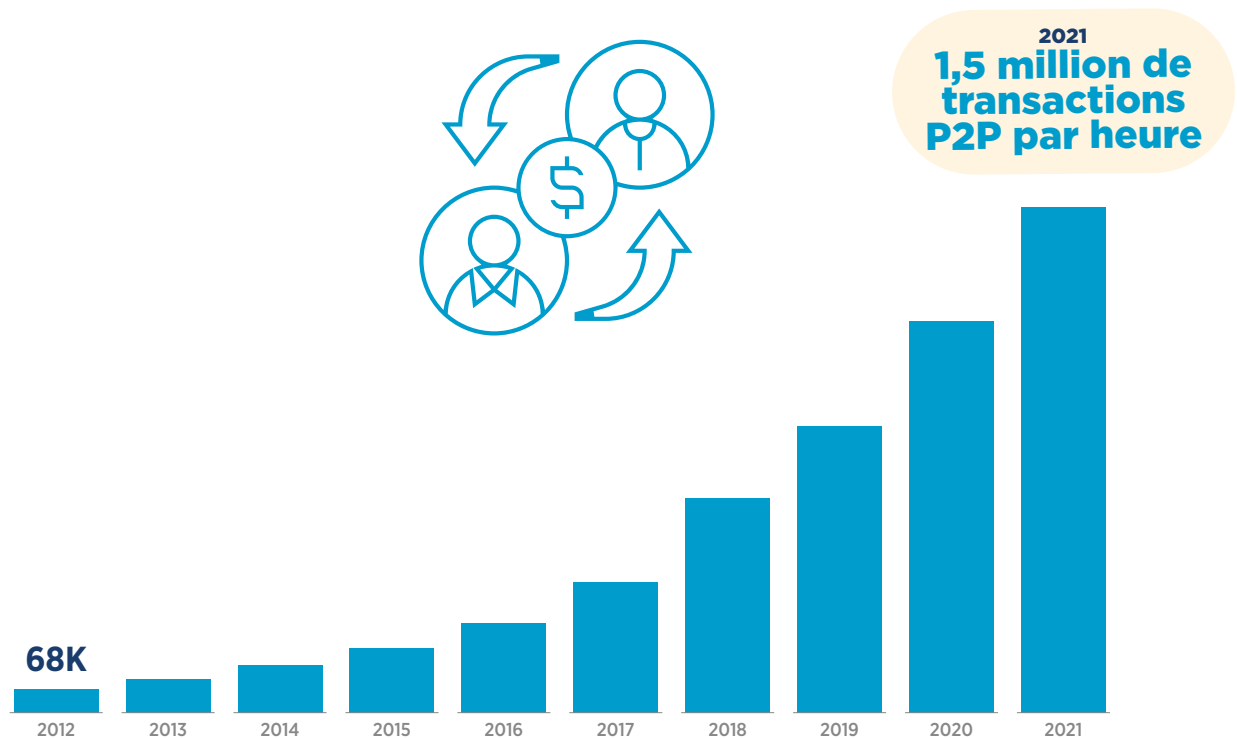
Autre événement marquant pour le secteur : pour la première fois en 2021, les transactions P2P ont dépassé 386 milliards de dollars, soit plus d'un **milliard de dollars par jour**. Constituant un moyen souvent plus accessible et plus abordable de transférer des fonds, le mobile money permet aux personnes non bancarisées d'envoyer et de recevoir de l'argent facilement et en toute sécurité et de participer à l'économie numérique. C'est dans la région Moyen-Orient & Afrique du Nord que les montants d'opérations enregistrent la plus forte croissance (49 %), suivie de l'Afrique subsaharienne (40 %) et de l'Amérique latine & Caraïbes (39 %).

Les évolutions enregistrées depuis dix ans dans le secteur doivent être appréciées non seulement en montant, mais également en nombre et en fréquence des opérations. En 2021, plus de **1,5 million de transactions P2P ont été effectuées chaque heure** en moyenne, soit 22 fois plus qu'en 2012. Les comptes de mobile money enregistrent en moyenne **3,5 transactions P2P par mois**.

Source: GSMA Global Adoption Survey

Figure 11:

Nombre total de transactions P2P par heure, 2012-2021



9 GSMA (2020), [State of the Industry Report on Mobile Money 2019](#), p.18



Les réseaux d'agents continuent de se développer malgré la pandémie

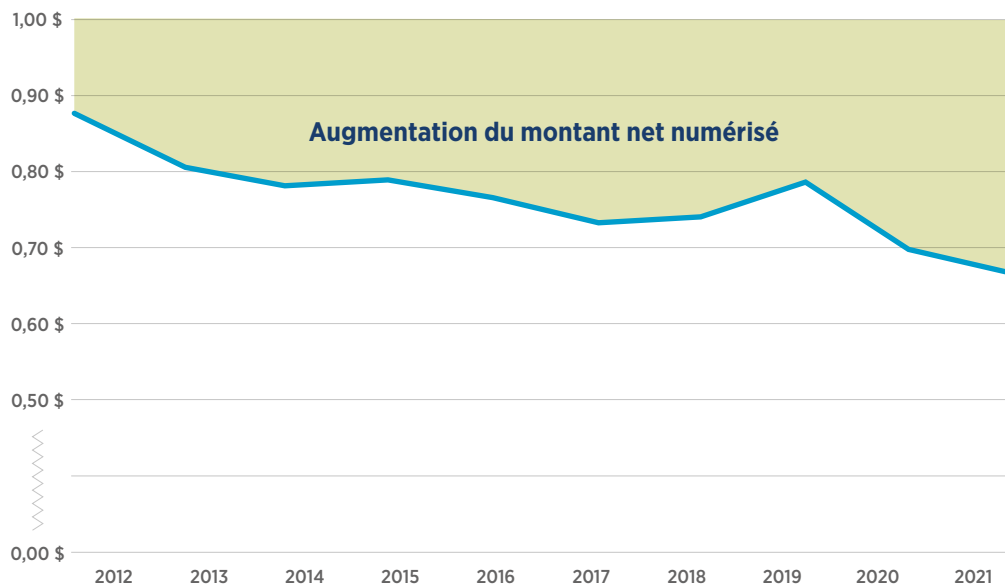
Bien que la pandémie de COVID-19 ait eu un impact négatif sur la plupart des secteurs d'activité qui exigent des interactions en personne, le nombre d'agents de mobile money a continué d'augmenter. Entre 2012 et 2021, le nombre d'agents actifs a plus que décuplé, passant de 534 000 à **5,6 millions**. Les montants d'espèces numérisés par les réseaux d'agent **ont augmenté de 18 % en 2021** pour atteindre 261 milliards de dollars, ce qui représente plus de **715 millions de dollars par jour**. Les réseaux d'agents déjà bien établis n'ont pas été en reste, les 25 principaux réseaux enregistrant une croissance impressionnante de **26 %** en moyenne par rapport à 2020.

La tendance est clairement à la numérisation de l'écosystème du mobile money, avec une augmentation des montants convertis en monnaie électronique qui continuent de circuler ou sont dépensés sous cette forme au lieu d'être retirés en espèces. En 2012, pour chaque dollar numérisé, 0,88 dollar était retiré en espèces. En 2021, ce chiffre a baissé de **24 %** à 0,67 dollar, ce qui signifie que **pour trois dollars numérisés, deux seulement sont retirés en espèces**. Ces chiffres montrent que les utilisateurs du mobile money deviennent de plus en plus des citoyens numériques.

Source: GSMA Global Adoption Survey

Figure 12:

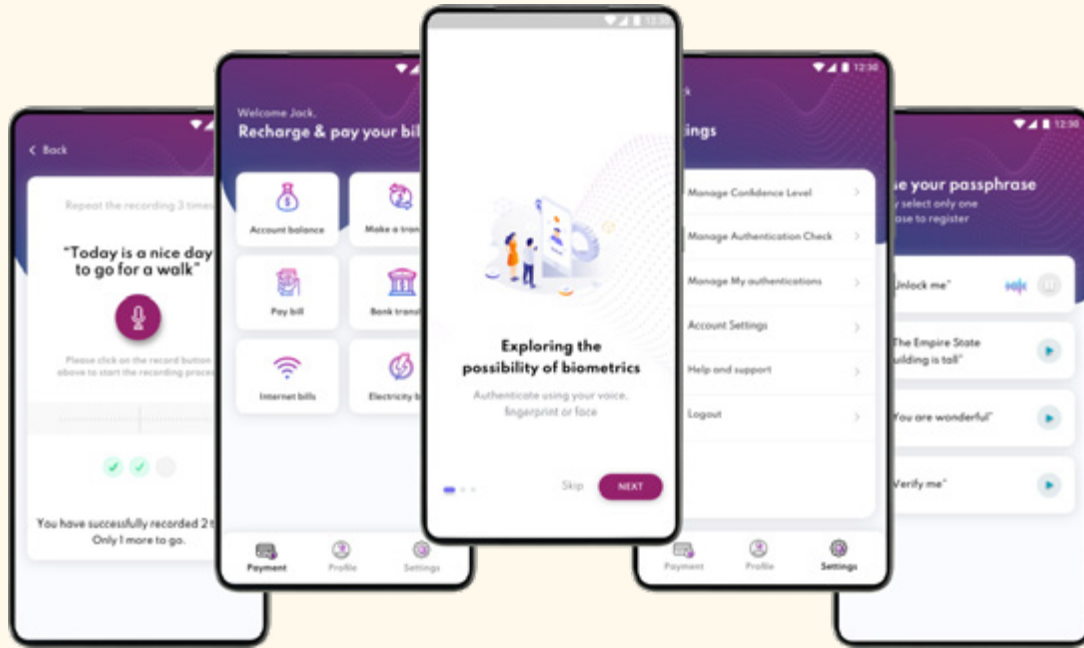
Net digitisation (dollars cashed out per dollar cashed in)



Source: GSMA Mobile Money Inclusive Tech Lab, 2021

Encadré 2

Développer une identité numérique pour chacun



Près de 40 % de la population adulte des pays à revenu faible (PRF) ne possède pas de pièce d'identité, ce qui limite sa capacité à utiliser les services numériques. Pour relever ce défi, le GSMA Inclusive Tech Lab a développé [Biometrics for All \(B4LL\)](#), une solution biométrique multimodale (reconnaissance vocale, faciale et d'empreintes digitales) polyvalente qui permet aux prestataires de services numériques des marchés émergents de tester différentes solutions pour leur clientèle dans un environnement sûr.

B4LL a initialement été testé au Pakistan avec le premier prestataire de mobile money du pays, Easypaisa, afin de simuler l'expérience d'un centre d'appel IVR à commande vocale (en urdu) pour ses clients. L'objectif était d'aider Easypaisa à évaluer si la technologie serait utile à ses clients et, le cas échéant, à l'adopter plus largement dans son activité. Les réactions au projet pilote ont été favorables et Easypaisa étudie les prochaines étapes de l'utilisation de l'authentification par la voix dans ses services dans tout le Pakistan.

« B4LL nous a été très utile pour évaluer l'utilité des techniques de vérification biométrique vocale pour nos clients et nous sommes ravis de travailler avec le GSMA Inclusive Tech Lab dans le cadre de ce partenariat. »

– **Omar Moeen Malik**, responsable Easypaisa - Business, Telenor Microfinance Bank

À la suite de l'essai pilote réalisé au Pakistan, B4LL a été lancée comme une application mobile avec des capacités de reconnaissance vocale, faciale et d'empreintes digitales et son code a été publié en open source. Malgré l'éventail d'options d'authentification biométrique disponibles, les solutions B4LL sont spécialement conçues pour les PRFI en vue d'une utilisation sur des téléphones numériques ou des smartphones rudimentaires.

B4LL n'est pas un service commercial. Le projet vise simplement à combler le fossé entre prestataires de services numériques et fournisseurs de produits biométriques et à accélérer l'adoption de méthodes d'authentification biométrique sur les marchés émergents.

Les cadres politiques et réglementaires favorisent l'inclusion financière de millions de personnes

Les progrès réalisés dans l'adoption et l'utilisation des services de mobile money, qui contribuent à combler le fossé de l'inclusion financière dans le monde, n'auraient pas pu l'être sans une réglementation favorable.

Qu'il s'agisse de stimuler l'investissement, de faciliter le développement de nouveaux services ou de réduire les coûts pour les consommateurs, les régulateurs ont joué un rôle essentiel pour permettre à des millions d'habitants des PRFI d'accéder à des services qui améliorent leurs conditions de vie grâce aux paiements numériques.

C'est la raison pour laquelle le programme Mobile Money de la GSMA suit de près les réglementations nationales qui ont un impact sur les utilisateurs et les prestataires dans le cadre de son indice public d'évaluation de la réglementation du mobile money, le **Mobile Money Regulatory Index** (MMRI).¹⁰ Cet indice évalue dans quelle mesure la réglementation de chaque pays constitue un cadre propice à des services de mobile money durables

et permet au secteur de définir ses priorités en matière de sensibilisation, d'investissement, etc.

Le programme formule régulièrement des considérations clés à l'attention des régulateurs financiers et des autres parties prenantes du secteur, dans le cadre plus récemment de la publication du **Mobile Money Policy and Regulatory Handbook**.¹¹ Ce guide des politiques publiques relatives au mobile money rassemble en un seul endroit des considérations clés pour les régulateurs financiers et les autres parties prenantes du secteur qui s'appuient sur les connaissances particulières de la GSMA en matière de téléphonie mobile et de mobile money.

Au cours de la dernière décennie, les réformes réglementaires ont permis aux services de mobile money de sortir d'une offre de niche pour se transformer en services financiers grand public. Nous revenons sur cette évolution des politiques publiques et de la réglementation au cours des dix dernières années

Une décennie de cadres réglementaires : qu'est-ce qui a changé ?

Les débuts

Réglementation « light »

Les premières années de la réglementation du mobile money ont été dominées par l'incertitude. Si certains pays l'ont d'abord considéré comme un service de télécommunications soumis à la réglementation des télécommunications, la grande majorité d'entre eux ont considéré, de manière plus appropriée, que le mobile money était un service financier soumis dès le départ à la réglementation du secteur financier. Dans de nombreux pays, les cadres réglementaires étaient inadaptés à des services financiers aussi révolutionnaires. services

financiers révolutionnaires. Certains régulateurs ont adopté une approche « *test and learn* » (anticipant d'une certaine manière les *sandboxes* réglementaires d'aujourd'hui) et ont pris le temps de bien comprendre tous les risques associés au mobile money avant d'élaborer une réglementation appropriée. Le Kenya a ainsi promulgué pour la première fois une réglementation en 2014, sept ans après le lancement du premier produit de mobile money, M-PESA.

¹⁰ Pour en savoir davantage sur le MMRI, consultez <https://www.gsma.com/mobilemoneymetrics/#regulatory-index>

¹¹ GSMA (2021), [Mobile Money Policy and Regulatory Handbook](#)

Encadré 3**L'approche « test and learn » du Kenya**

« Lorsque les régulateurs jouent un rôle de leader dans le développement du marché, ils deviennent innovants et prennent des risques raisonnables inhérents à la réalisation des changements nécessaires pour créer un secteur financier plus inclusif.

Bien que la principale préoccupation des régulateurs soit toujours la sécurité et la solidité des systèmes financiers, ceux qui ont le plus progressé ont eu la volonté d'explorer de nouvelles voies ou d'utiliser de nouveaux outils pour améliorer les activités financières traditionnelles. »

– Prof. Njuguna Ndung'u, gouverneur de la banque centrale du Kenya de 2007 à 2015¹²

Lorsque les ORM ont commencé à offrir des services de paiement, les acteurs traditionnels du secteur financier, tels que les banques par exemple, les ont considérés comme de la concurrence pour leurs produits bancaires. Beaucoup ont pensé à tort qu'il existait un risque de désintermédiation et ont demandé que les prestataires de mobile money soient réglementés par les banques centrales de manière aussi rigoureuse qu'ils l'étaient.

À mesure que les pratiques réglementaires se sont confirmées, certaines caractéristiques communes ont été codifiées dans de nombreux cadres réglementaires :

- **Autorisation** : qui peut fournir des services de mobile money (banques/acteurs non bancaires)
- **Lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme (LBC/FT)** : a coïncidé avec la mise en place d'une législation dans ce domaine et s'est concentrée sur le respect des bonnes pratiques de LBC/FT par les acteurs non bancaires. Les décideurs politiques ont voulu réduire les risques de blanchiment de capitaux et de financement du terrorisme tout en saisissant l'opportunité de faire progresser l'inclusion financière.
- **KYC¹³** : les disparités entre les règles de KYC relativement souples des ORM et les obligations plus strictes des prestataires de services financiers ont conduit à la mise en place d'une approche basée sur le niveau de risque et d'une inclusion financière reposant sur le mobile money.
- **Agents** : recours à des agents pour assurer les services de remise/retrait d'espèces avec engagement de la responsabilité des prestataires en cas d'action/inaction des agents.
- **Externalisation des fonctions non essentielles** : les différences entre fonctions essentielles et non essentielles ont été définies, les régulateurs autorisant l'externalisation des secondes auprès de sous-traitants.
- **Plafonnement des transactions** : des plafonds de solde et d'opérations ont été mis en place pour permettre au mobile money de rester un service axé sur des opérations de faible montant à faible risque.
- **Protection des fonds des clients** : le cantonnement des fonds des clients permet de garantir leur protection en cas de faillite des prestataires de mobile money.

¹² di Castri, S. (2013), « Conversation avec le professeur Njuguna Ndung'u, gouverneur de la Banque centrale du Kenya, sur les aspects politiques cruciaux du mobile money », blog Mobile for Development de la GSMA : <https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/country/kenya/a-conversation-with-professor-njuguna-ndungu-governor-of-the-central-bank-of-kenya-on-the-critical-policy-issues-around-mobile-money/>

¹³ De l'anglais *Know Your Customer*, désigne les obligations de vérification de l'identité des clients.

Trouver le point d'équilibre entre inclusion financière et intégrité financière

Alors qu'un nombre croissant d'ORM lançaient des services de mobile money dans le monde, ces services sont devenus un moyen efficace de réaliser les objectifs nationaux d'inclusion financière. Soutenu par des cadres réglementaires favorables, le mobile money a également stimulé l'innovation dans un secteur en plein développement. À mesure que la population adoptait les services de mobile money, les régulateurs se sont efforcés de réduire les risques que cette nouvelle technologie pouvait faire peser sur l'intégrité du système financier tout en s'efforçant d'encourager l'inclusion financière.

Les cadres existants d'intégrité financière accompagnés d'obligations strictes n'étaient pas adaptés à des services à faible risque comme le mobile money. Ils étaient en partie la raison pour laquelle les services financiers

traditionnels avaient des taux d'adoption extrêmement faibles et laissaient pour compte une grande partie de la population des PRFI. L'exclusion financière découlant d'une application stricte des obligations de KYC a été reconnue comme un risque important de BC/FT par les organismes internationaux de normalisation, ce qui a conduit en 2012 à la révision des normes internationales du Groupe d'action financière (GAFI) sur la lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme et de la prolifération. Ces recommandations ont servi de base à l'adoption progressive d'approches fondées sur le risque en matière de KYC et de LBC/FT au niveau national, et au développement correspondant de l'adoption par les clients des services de mobile money grâce à des solutions innovantes, telles que le KYC à plusieurs niveaux ou le KYC électronique (eKYC), qui ont le soutien de la GSMA.

Encadré 3

L'approche basée sur le risque du Groupe d'action financière (GAFI)

En février 2012, le groupe d'action financière a publié¹⁴ les **Recommandations du GAFI**, un ensemble de normes révisées sur la lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme (LBC/FT) qui fournit un cadre mondial pour les obligations de vigilance à l'égard de la clientèle (CDD) et de connaissance du client (KYC) pour les institutions financières, y compris les prestataires de mobile money.

Les Recommandations de 2012 introduisent une approche de LBC/FT basée sur le risque, qui est désormais au cœur de l'application de l'ensemble des normes du GAFI. Dans le cadre de cette approche, les pays fondent les éléments clés de leur régime de LBC/FT sur une évaluation des risques spécifiques de LBC/FT dans les différents secteurs, produits, canaux de distribution et conditions nationales. Le GAFI autorise des dérogations aux obligations de LBC/FT dans les cas avérés de faible risque et l'utilisation de mesures simplifiées de vigilance à l'égard des clients dans

les cas de risque plus faible - deux options basées sur l'évaluation du niveau de risque.¹⁵

Le GAFI a souligné à plusieurs reprises qu'une approche excessivement prudente de l'application des mesures de LBC/FT peut avoir pour conséquence involontaire l'exclusion d'entreprises et de consommateurs légitimes du système financier. Une réglementation ou des systèmes de contrôle inefficaces peuvent permettre aux acteurs du blanchiment de capitaux et du financement du terrorisme d'exploiter les services de mobile money à des fins criminelles, mais les systèmes de LBC/FT ne doivent pas pour autant empêcher les personnes à faibles revenus, les habitants des zones rurales, les sans-papiers ou les autres catégories de population défavorisées ou financièrement exclues d'accéder à des services financiers formels. défavorisées ou financièrement exclues d'accéder à des services financiers formels.¹⁶

¹⁴ GAFI (2012), [Recommandations du GAFI](#)

¹⁵ GSMA (2015), [Proportional risk-based AML/CFT regimes for mobile money: A framework for assessing risk factors and mitigation measures](#)

¹⁶ GAFI (2017), [FATF Guidance on AML/CFT measures and financial inclusion, with a supplement on customer due diligence](#). Voir également GAFI (2012), [Mitigating the Unintended Consequences of the FATF Standards](#).



Politiques actuelles et préoccupations réglementaires

En 2018, la GSMA a introduit l'indice de la réglementation du mobile money (*Mobile Money Regulatory Index - MMRI*).¹⁷ Cet indice analyse six facteurs de réussite des services de mobile money : autorisation, protection des consommateurs, plafonds d'opérations, KYC, réseaux d'agents et investissement, infrastructures. Chacun de ces facteurs est pondéré en fonction de sa contribution au développement du mobile money.

Le MMRI couvre actuellement 90 pays, la plupart étant également couverts par l'enquête de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde. Il est actualisé chaque année pour refléter les cadres réglementaires en vigueur concernant le mobile money.

Taxation

À mesure que le mobile money se popularise et que cette activité devient plus rentable pour les prestataires, les autorités fiscales introduisent de nouveaux régimes fiscaux. C'est ainsi que la Côte d'Ivoire, la Tanzanie et l'Ouganda ont introduit une taxe sur certaines transactions qui rend les services de mobile money moins abordables pour les consommateurs. Le Ghana et le Cameroun envisagent de mettre en place des taxes similaires.

En 2020, 14 pays ont enregistré une amélioration de leur environnement réglementaire (1 % ou plus) : l'Angola, l'Égypte, l'Eswatini, l'Éthiopie, le Népal, le Pakistan et les huit pays de l'Union monétaire ouest-africaine (UMOA).

Malgré le succès rencontré par les services de mobile money dans de nombreux pays, leur pérennité pourrait être remise en cause par des interventions politiques ou réglementaires, qu'il s'agisse de la taxation de certaines opérations ou d'obligations coûteuses de localisation des données. Pour les prestataires de mobile money, l'évolution rapide de l'environnement politique et réglementaire engendre de nouveaux défis.

Les taxes sectorielles de cette nature renchérissent les frais d'opération et alimentent l'économie informelle (basée sur les espèces) en incitant les consommateurs à éviter le mobile money. Elles ont un impact disproportionné sur les pauvres et alourdissent également la charge fiscale des prestataires de mobile money, ce qui décourage d'investissement dans le secteur.

17 GSMA (2021), [Mobile Money Regulatory Index 2021](#)

Source: GSMA

Encadré 5

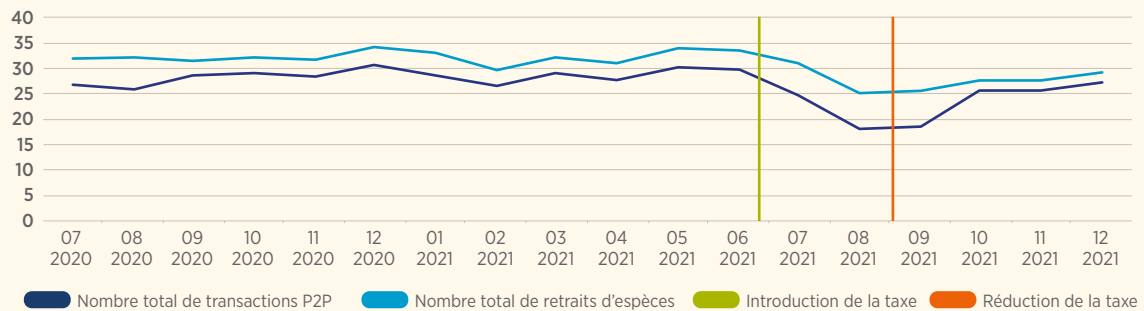
Impact de la taxe sur les transactions de mobile money en Tanzanie

Source : Analyse GSMA et données des opérateurs

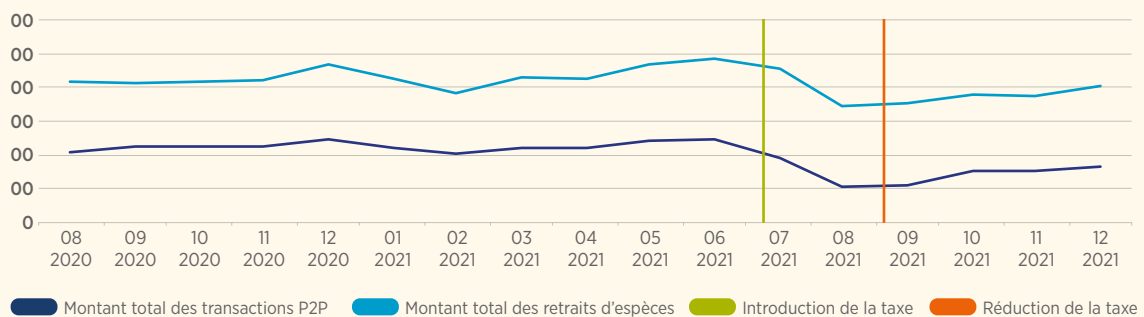
Figure 13:

Montant et nombre total d'opérations, par type d'opération

e total d'opérations



it total des opérations



En juillet 2021, la Tanzanie a introduit une nouvelle taxe sur les opérations de transfert et de retrait d'espèces réalisées sur les comptes de mobile money.¹⁸ À la suite de cette mesure, la commission moyenne d'opération payée par les consommateurs a augmenté de 3 à 369 % (selon le montant des opérations) dans le mois qui a suivi. Cette décision de politique fiscale du gouvernement a rendu les services de mobile money moins abordables en raison de son incidence directe sur les frais d'opération. Confrontés à des opérations plus coûteuses à cause de la nouvelle taxe, les utilisateurs du mobile money ont rapidement réduit leur utilisation des services en faveur d'autres moyens de paiement tels que l'argent liquide, comme en témoigne la forte baisse du nombre total d'opérations P2P (- 38 %). Les prestataires de mobile money en ont ressenti l'effet à la fois dans la baisse de leurs commissions d'opération et dans celle des volumes d'opérations.

En septembre 2021, les frais d'opération ont légèrement baissé, de 15 % en moyenne par rapport à ceux enregistrés en juillet et en août, en raison de la réduction de la taxe gouvernementale et des tarifs appliqués par les opérateurs de mobile money. À partir de septembre 2021, les opérateurs de mobile money ont baissé leurs commissions pour rendre les services de mobile money plus abordables et compenser l'impact négatif du prélèvement gouvernemental. Les frais d'opérations restent malgré tout nettement plus élevés que ceux facturés en juin 2021, avec une augmentation des tarifs allant de 3 % à 258 % selon le montant des opérations.

Les changements de comportement des consommateurs se traduisent par un usage accru des espèces, annulant ainsi une partie des progrès réalisés par la Tanzanie en matière de numérisation des transactions. La transition vers une économie sans espèces améliore son fonctionnement et son efficacité tout en réduisant le coût de l'argent liquide pour l'État.¹⁹

18 Comprenant les transferts P2P hors réseau et intra-réseau et les frais de retrait d'espèces, en excluant les paiements marchands et les transactions commerciales et gouvernementales.

19 GSMA (2021), [Tanzania Mobile Money levy Impact Analysis](#)

Des solutions de paiement instantané dont la conception et la mise en œuvre laissent à désirer

Il existe de nombreux moyens d'arriver à l'interopérabilité des services de mobile money, ce qui atteste de la complexité du sujet. La GSMA soutient les mécanismes issus du secteur pour améliorer la sûreté, la sécurité et l'efficacité des systèmes de paiement, y compris les initiatives sectorielles d'interopérabilité bilatérale.²⁰ Les régulateurs ont toutefois de plus en plus tendance à pousser le secteur à se connecter à des « switch » ou autres systèmes de paiement instantané centralisés (voir figure 14), avec peu ou pas de consultation des acteurs concernés. L'architecture technique, les règles de fonctionnement, les modèles commerciaux et les structures de gouvernance de ces infrastructures publiques peuvent s'avérer inadaptés au mobile money et introduire par conséquent de nouveaux risques, au détriment des utilisateurs de ces services.

Une consultation du secteur permettrait par exemple de veiller à ce que des mécanismes appropriés de recours des clients et des plans de continuité de l'activité soient mis en place pour pallier d'éventuelles défaillances du système. Ces mécanismes ne doivent pas être imposés aux

participants. De même, les participants peuvent avoir des structures de coûts différentes qui influenceront le coût des transactions réalisées sur la plateforme de paiement instantané. Ces accords commerciaux doivent faire l'objet d'une délibération et d'un accord avec tous les participants au système. Les régulateurs et les acteurs du secteur doivent donc engager un dialogue pour s'assurer que les projets d'infrastructure de paiement publique réalisent les objectifs politiques visés sans compromettre la confiance des investisseurs ou des consommateurs.

S'il existe différentes approches de l'interopérabilité, rien ne prouve que les plateformes centralisées de paiement instantané soient plus avantageuses que les systèmes bilatéraux. Il n'existe pas non plus de données factuelles montrant que les systèmes de paiement instantané mis en place à l'heure actuelle accélèrent l'inclusion financière ou améliorent l'efficacité opérationnelle. Des études complémentaires sont donc nécessaires pour analyser de manière critique les différentes approches de l'interopérabilité dans le cadre du développement des services de mobile money.

Des obligations coûteuses de localisation des données

L'utilisation de services hébergés dans le cloud présente plusieurs avantages pour les prestataires de mobile money, dont notamment une réduction des coûts pour les utilisateurs finaux. Il est toutefois relativement fréquent que les autorités de réglementation insistent sur un hébergement local pour des raisons de surveillance, de protection des données et de sécurité nationale. Ces obligations ont pour conséquence des coûts d'investissement plus élevés pour le matériel d'hébergement, les logiciels et l'infrastructure connexe, sans compter les coûts récurrents d'entretien. Il est important que les régulateurs encouragent l'utilisation de

services hébergés dans le cloud pour favoriser l'évolutivité des services de mobile money et combler de manière économiquement viable le fossé de l'inclusion financière.²¹

Alors que nous célébrons les 10 ans du programme Mobile Money de la GSMA, il est clair que les cadres politiques et réglementaires qui favorisent la modernisation, la sécurité et la viabilité de l'écosystème des services financiers numériques, qui encouragent l'innovation et qui engendrent de nouveaux partenariats seront indispensables pour s'assurer que les clients restent financièrement connectés dans un environnement en constante évolution.

20 GSMA (2020), [The many paths to mobile money interoperability](#)

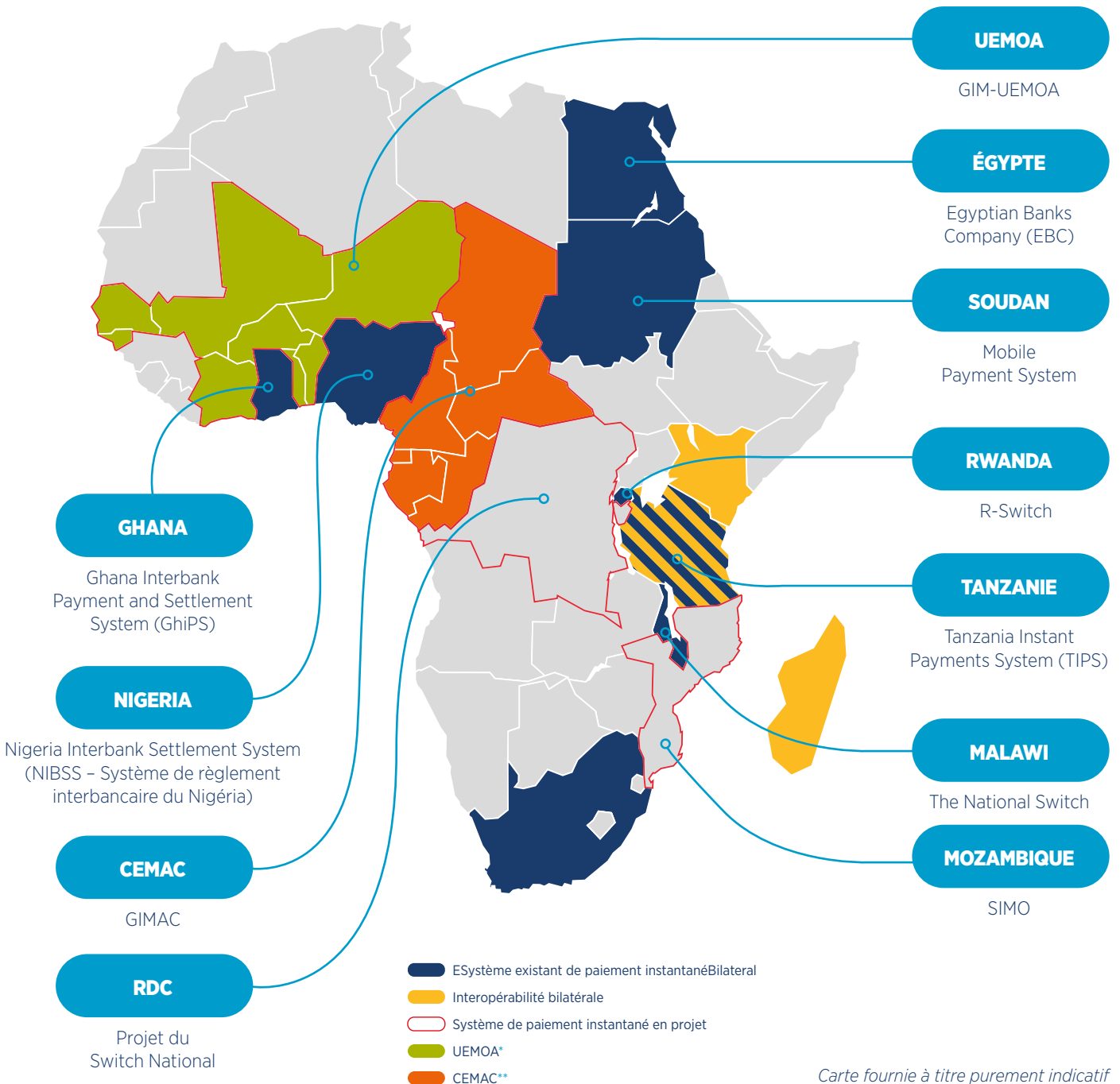
21 GSMA (2020), [Demystifying regulatory concerns for the use of cloud services in mobile money](#)



Source: GSMA

Figure 14:

Développement des systèmes de paiement instantané en Afrique



Carte fournie à titre purement indicatif

* Union Économique et Monétaire Ouest-Africaine. Les États membres 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.

** Communauté Économique et Monétaire de l'Afrique Centrale. Les États membres de la CEMAC sont le Cameroun, la République centrafricaine, le Tchad, la République du Congo, la Guinée équatoriale et le Gabon.



Diversification et viabilité commerciale

Diversification et viabilité commerciale

L'augmentation du nombre de comptes actifs et des montants d'opérations au cours des dix dernières années montre que le mobile money occupe une place de plus en plus importante dans la vie quotidienne des habitants des PRFI. **Il diversifie également sa proposition de valeur.** Au-delà des transferts P2P et des opérations de remise/retrait d'espèces, les transactions dites « d'écosystème »²² qui reposent sur des partenariats, telles que les paiements de factures, les paiements groupés, les paiements marchands et les transferts internationaux, ainsi que les transactions reposant sur l'interopérabilité, représentent une part toujours croissante de l'ensemble des transactions de mobile money dans le monde.

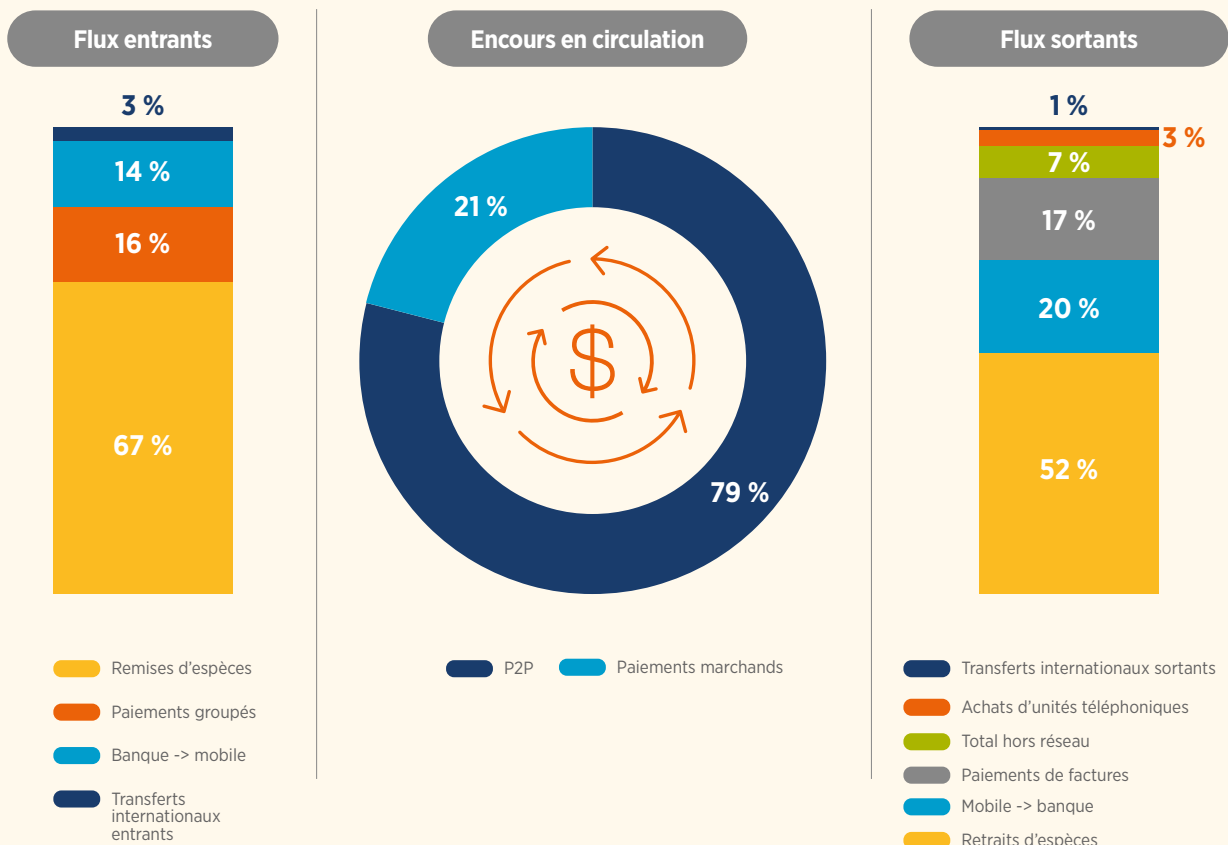
Alors que l'argent sort traditionnellement des systèmes de mobile money dans le cadre de retraits d'espèces, **les transactions numériques telles que les transferts mobile vers banque (M2B) ou les paiements de factures représentent désormais près de la moitié des flux sortants.** Un autre changement notable concerne les

transactions correspondant à l'encours en circulation (transferts P2P et paiements marchands). Après avoir oscillé aux alentours de 10 % au cours des deux années antérieures, **les paiements marchands ont bondi pour atteindre désormais 21 % de l'encours en circulation.**

Source: GSMA Global Adoption Survey

Figure 15:

Flux entrants et sortants du mobile money, décembre 2021



22 Les opérations d'écosystème comprennent les paiements de factures, les paiements groupés, les paiements marchands et les transferts internationaux.

Paievements marchands

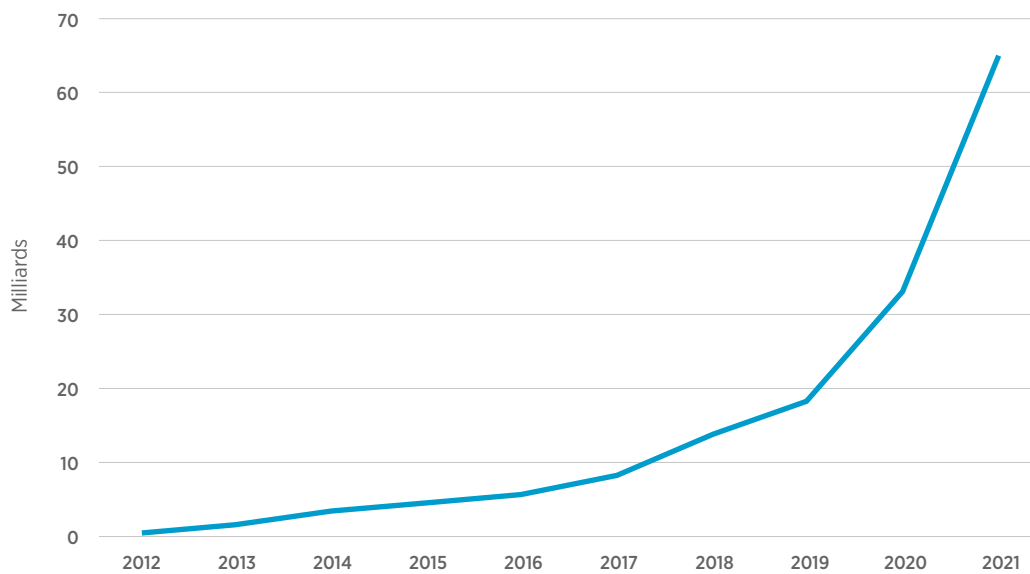
Après une année déjà exceptionnelle en 2020, la forte augmentation des paiements marchands s'est poursuivie en 2021, atteignant ce qui pourrait être considéré comme un cap majeur. **Comprenant les paiements de proximité**

et les paiements en ligne, le montant des paiements marchands a quasiment doublé pour atteindre une moyenne de 5,5 milliards de dollars par mois, contre 2,8 milliards de dollars en moyenne en 2020.

Source: GSMA Global Adoption Survey

Figure 16:

Montant annuel total des paiements marchands (USD)



Cette tendance s'accompagne d'une **augmentation considérable du nombre d'entreprises qui acceptent et utilisent le mobile money comme moyen de paiement**. Selon l'enquête sur l'adoption des services de mobile money dans le monde, le nombre de commerçants actifs ayant accepté un paiement par mobile money au cours des 30 jours précédents a augmenté de 47 % entre septembre 2020 et juin 2021. Cette croissance peut s'expliquer en partie par le fait qu'un pourcentage significatif de TPE/PME est passé du canal P2P aux paiements marchands.²³

Il convient également de noter qu'à fin 2021, le montant moyen des paiements marchands a commencé à se stabiliser après plusieurs années d'augmentation régulière, les volumes d'opérations ayant rattrapé l'augmentation des montants. Cette évolution pourrait refléter les tendances observées dans le secteur des cartes de paiement sur les marchés à revenu élevé,²⁴ les paiements marchands étant susceptibles d'être davantage utilisés

pour des achats courants de plus faible montant et à jouer ainsi un rôle plus important dans le quotidien des utilisateurs de mobile money sur les marchés des PRFI.

Les prestataires de mobile money sont en train de montrer qu'ils ont la capacité d'attirer les entreprises sur leur plateforme grâce des incitatifs plus attrayants, comme par exemple un processus efficace d'entrée en relation à distance. Depuis que le service M-PESA de Safaricom a permis aux entreprises d'ouvrir un compte en ligne au Kenya, plus de 18 % des nouveaux clients commerciaux le font de cette manière par le biais du portail Lipa Na M-PESA. L'enquête sur l'adoption des services de mobile money dans le monde montre toutefois qu'il y a moins de 10 % des prestataires de mobile money qui permettent aux entreprises de s'inscrire à distance sur leurs plateformes.

23 Pour des données montrant que les TPE et petites entreprises de deux pays d'Afrique subsaharienne utilisent leurs comptes personnels de mobile money pour leurs besoins professionnels, voir Pasti, F. et Nautiyal, A. (2019), [Mobile Money for Enterprise Customers: Addressing the financial services needs of MSMEs in Sub-Saharan Africa](#), GSMA.

24 Royaume-Uni : <https://blog.spendsk.com/en/credit-card-statistics> ; Europe : <https://www.paymentscardsandmobile.com/payment-card-yearbooks-european-payments-continue-torise-quickly/> ; Australie : <https://www.rba.gov.au/publications/bulletin/2019/mar/new-payments-insights-from-the-updated-retail-payments-statistics-collection.html> ; Autriche : <https://www.statista.com/statistics/874483/average-value-of-credit-and-debit-card-transactions-in-austria/>



Les mesures politiques et réglementaires peuvent également encourager les entreprises, et notamment les TPE/PME, à adopter le mobile money comme moyen de paiement ou à utiliser des comptes d'entreprise plutôt que des comptes personnels. La Banque du Ghana a ainsi introduit une réglementation visant à faciliter l'ouverture de compte pour les petits commerçants qui ne respectent pas nécessairement les exigences minimales de KYC définies dans la loi sur les systèmes de paiement et le règlement (*Payment Systems and Settlement Act*) pour accéder à des comptes commerçants.²⁵

Malgré la croissance exceptionnelle affichée par les paiements marchands, il existe encore une marge importante de développement des paiements mobiles en ligne, notamment en Afrique subsaharienne. D'après les réponses à notre enquête sur l'adoption des services de mobile money dans le monde, **la grande majorité des paiements marchands de la région sont encore des paiements offline.** De nouveaux partenariats ont toutefois émergé en 2021 entre des prestataires de mobile money et des entreprises de technologie de paiement comme Flutterwave, qui permettent à un plus grand nombre d'utilisateurs du mobile money de payer leurs achats en ligne.

25 Banque du Ghana (2 décembre 2020), « [Merchant Account Categories](#). »



Transferts internationaux

Au début de la pandémie de COVID-19 en 2020, la récession mondiale qui en avait découlé et les craintes d'un chômage de masse avaient fait craindre une forte baisse des envois de fonds internationaux vers les PRFI. Au lieu de cela, les diasporas du monde entier ont continué à soutenir leurs proches restés dans leur pays d'origine et en dépit d'une année difficile, les envois de fonds n'ont baissé que de 1,7 % en 2020.²⁶ Sur la même période, le nombre de transferts internationaux envoyés et reçus au moyen du mobile money a fortement augmenté, en raison notamment d'une transition généralisée et accélérée vers les transactions numériques.

Alors qu'on prévoyait une augmentation de 7,3 % des envois de fonds vers les PRFI en 2021, **les envois de fonds réalisés au moyen du mobile money ont progressé plus rapidement, en augmentation de 48 % pour atteindre 15,9 milliards de dollars.** Malgré cette croissance impressionnante, le montant total des envois de fonds effectués par ce canal ne représente encore que 2,7 % du montant total des flux attendus vers les PRFI, qui sont estimés à 589 milliards de dollars pour 2021.²⁷ Cela montre que même après une croissance exceptionnelle, le canal du mobile money offre encore un potentiel considérable de développement.

On ne sait pas encore si le rythme accéléré de la numérisation et de la croissance des transferts internationaux reposant sur le mobile money se maintiendra après la pandémie. Sachant que les opérations de transferts internationaux numériques sont plus rapides à exécuter et ont tendance à être plus abordables (voir figure 15), il est probable que la numérisation se poursuivra. **L'enquête 2021 sur l'adoption des services de mobile money dans le monde montre toutefois que plus de 40 % des prestataires de mobile money n'offrent pas encore pas de services de transferts internationaux à leurs clients.** Cela concerne notamment 30 % des prestataires interrogés en Afrique subsaharienne, une région dans laquelle le coût des virements transfrontaliers est le plus élevé au monde, à 8 % du montant en moyenne.²⁸ Il existe néanmoins des signes encourageants montrant que les principaux acteurs du secteur des transferts de fonds internationaux sont en train d'accélérer leur transition vers le numérique, comme en atteste l'engagement de Western Union d'intensifier son intégration avec les prestataires de mobile money.²⁹

26 24 KNOMAD et Groupe de la Banque mondiale (novembre 2021), [Recovery: COVID-19 Crisis through a Migration Lens](#), Migration and Development Brief 35.

27 Hors Chine. Ibid.

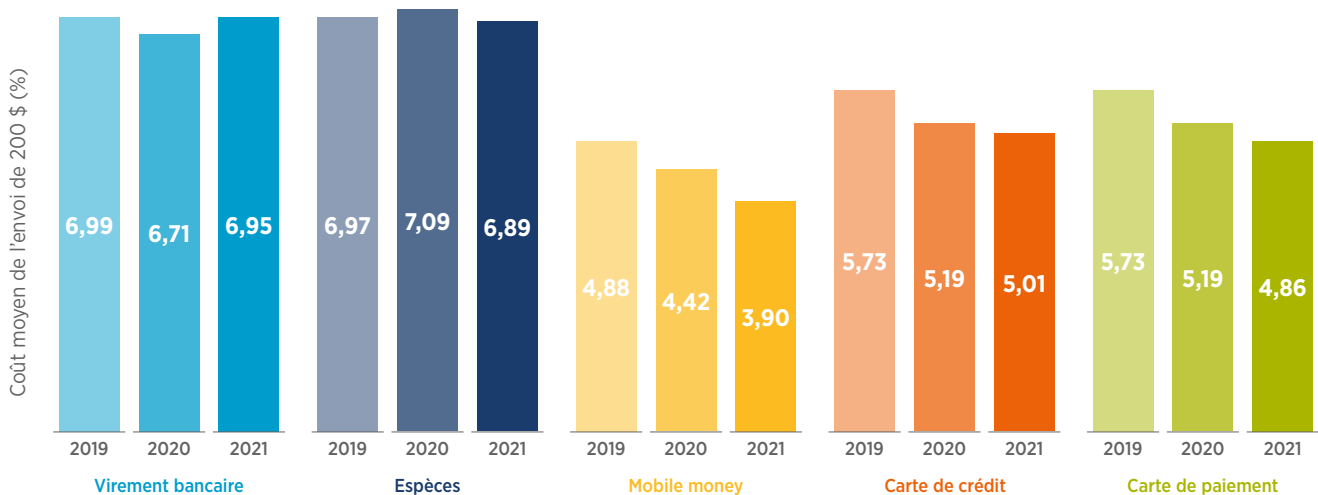
28 Ibid.

29 Cet engagement a été pris dans le cadre de l'Alliance Edison, dont la GSMA fait partie. Voir : <https://www.westernunion.com/blog/improve-1-billion-lives-through-digital-inclusion/>

Source: World Bank

Figure 17:

Coût moyen des envois de fonds à l'étranger (en % du montant de l'opération)³⁰



Paiements groupés

Après avoir enregistré une croissance de 28 % en 2020, **les paiements groupés utilisant le mobile money ont de nouveau augmenté de près d'un tiers pour atteindre 65,8 milliards de dollars en 2021**. Cette croissance est en grande partie imputable au développement des versements de salaires, car les employeurs des PRFI sont de plus en plus nombreux à se tourner vers le numérique pour payer leur personnel. Les prestataires de mobile money participant à l'enquête de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde indiquent ainsi que **le nombre de titulaires de compte qui reçoivent leur salaire au moyen du mobile money a augmenté de près de 150 %** entre septembre 2020 et juin 2021.

Les transferts monétaires sociaux et humanitaires, au titre notamment des mesures d'assistance face à la pandémie,

ont également joué un rôle important dans cette croissance. Si certains gouvernements et organisations non gouvernementales (ONG) ont réduit ces transferts une fois que les mesures les plus restrictives face à la pandémie ont été levées, d'autres les ont repris et même augmentés, y compris par le biais du mobile money. **Dans le cadre de l'enquête de la GSMA, plus de la moitié des prestataires de mobile money déclarent avoir participé à la distribution d'aides au titre de la COVID-19** et, entre septembre 2020 et juin 2021, **le nombre de comptes clients uniques recevant des paiements G2P a augmenté de plus de 50 %**. Ces chiffres laissent à penser que les gouvernements et les ONG souhaitent pérenniser leurs nouveaux partenariats avec les prestataires de mobile money afin de continuer à bénéficier des avantages du mobile money pour eux et pour leurs bénéficiaires.

30 Groupe de la Banque mondiale (juin 2021), [Remittance Prices Worldwide Quarterly](#), Issue 38.

Paielements de factures

Comme d'autres transactions de l'écosystème, **le nombre de paiements de factures traités via le mobile money a bondi en 2021, augmentant de 37 % pour dépasser 5 milliards de dollars de transactions par mois.** Pour les clients, l'attrait de la numérisation se fait plus évident. En plus d'offrir un moyen plus pratique de payer les services qu'ils utilisent, le paiement de factures au moyen du mobile money leur permet d'accéder à un large éventail de nouveaux services, comme par exemple l'énergie hors réseau, tout en aidant les utilisateurs à faibles revenus à se construire une identité économique. Pour les organismes publics et les entreprises de services aux collectivités, le

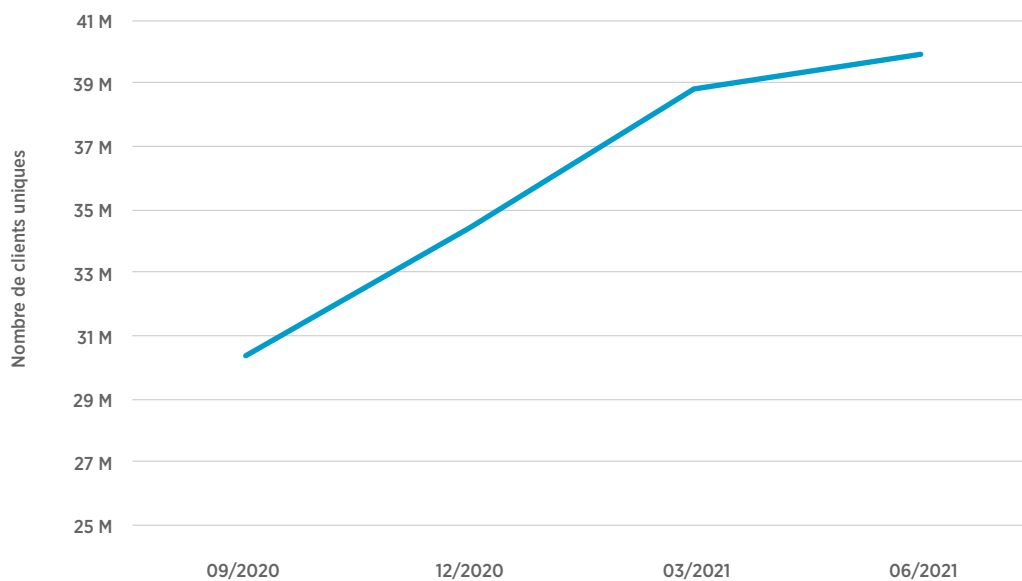
mobile money permet d'encaisser les factures de manière plus efficace et économique, d'améliorer la transparence financière et de lutter contre la fraude.

Les clients du mobile money s'en servent également plus régulièrement pour payer leurs factures. Selon l'enquête 2021 sur l'adoption des services de mobile money dans le monde, le nombre de clients uniques ayant effectué des paiements de factures au cours des 30 jours précédents a augmenté d'environ un tiers entre septembre 2020 et juin 2021.

Source: GSMA Global Adoption Survey

Figure 18:

Nombre de comptes clients uniques ayant effectué un paiement de facture au cours 30 jours précédents



Le paiement des services d'énergie continuent de représenter une partie importante des paiements de factures effectués au moyen du mobile money : 68 % des prestataires de mobile money indiquent que leurs principaux émetteurs de factures (en montant) sont des compagnies d'électricité. Des progrès considérables ont toutefois été réalisés en matière de numérisation des

paiements dans d'autres secteurs, en particulier dans les administrations publiques et le secteur de l'enseignement. En Côte d'Ivoire par exemple, les frais de scolarité du secondaire sont désormais majoritairement réglés via mobile money en raison des efforts du gouvernement visant à rendre les paiements numériques obligatoires.³¹

31 GSMA (2015), [Le paiement des frais d'inscription scolaire via argent mobile en Côte d'Ivoire : un partenariat public-privé réussi](#)



x2

Les flux d'opérations entre banques et plateformes de mobile money ont **plus que doublé** depuis 2019

Interopérabilité

Après avoir enregistré une croissance exceptionnelle en 2020, **les flux d'opérations entre banques et plateformes de mobile money affichent de nouveau une forte croissance en 2021. En augmentation de 46 %, ils ont plus que doublé depuis 2019.**

L'accélération constante de ces opérations confirme les

relations de complémentarité qui existent entre le système bancaire et le secteur du mobile money, telles qu'elles ont pu être observées au cours des dernières années, et conforte le rôle clé des services de mobile money au sein de l'écosystème financier.

Modèles économiques et rentabilité

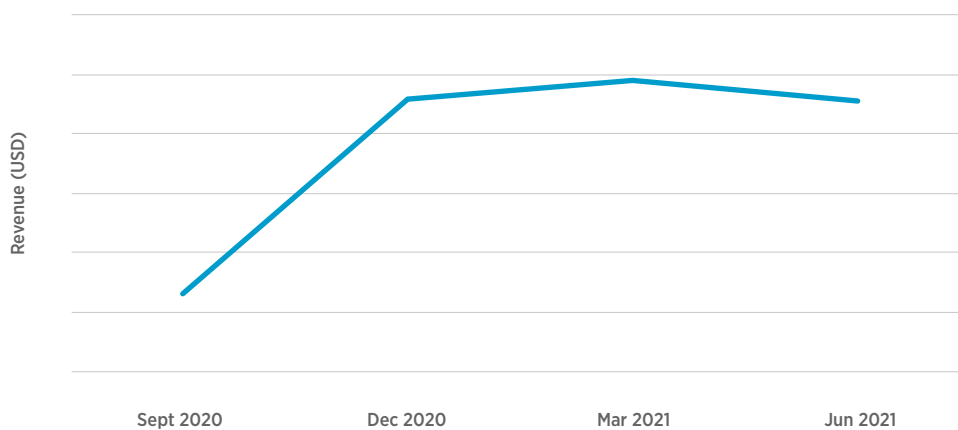
En 2020, les restrictions et les mesures de confinements liées à la COVID-19 ont fait bondir les transactions réalisées au moyen du mobile money, car les clients ont été nombreux à se tourner vers les opérations numériques qui représentaient une option plus sûre et plus accessible. Cependant, les dépenses de consommation ont chuté et de nombreux marchés ont introduit des exonérations de frais temporaires, ce qui fait que les prestataires de mobile money n'ont pas été en mesure de profiter des retombées économiques découlant de cette utilisation

accrue du mobile money. À partir de juin 2020, les revenus de nombreux prestataires se sont malgré tout redressés. Selon l'enquête de 2021 sur l'adoption des services de mobile money dans le monde, la reprise économique en cours sur de nombreux marchés et l'élimination des exonérations de frais sur plusieurs marchés ont permis au chiffre d'affaires des prestataires de repartir à la hausse jusqu'à fin 2020, pour ensuite se stabiliser de décembre 2020 à juin 2021.

Source: GSMA Global Adoption Survey

Figure 19:

Chiffre d'affaires mensuel (septembre 2020 à juin 2021)



Bien qu'il puisse être difficile d'expliquer précisément pourquoi les revenus se sont stabilisés, **la dépendance excessive à l'égard des commissions payées par les clients a clairement vulnérabilisé les prestataires de mobile money face aux perturbations.** Selon l'enquête de 2021 sur l'adoption des services de mobile money dans le monde, **79 % du chiffre d'affaires total des prestataires de mobile money en juin 2021 provenait des commissions sur les retraits d'espèces et les transferts P2P.** L'intensification de la concurrence sur plusieurs marchés s'est traduite par de fortes pressions sur les prix

qui ont entraîné une nette diminution des commissions sur les retraits d'espèces, lesquelles représentent encore un pourcentage significatif du chiffre d'affaires des prestataires. De plus, si la plupart des exonérations de frais d'opération introduites par les régulateurs pendant la pandémie de COVID-19 ont été éliminées, certaines transactions restent exemptées de frais. Dans son dernier rapport semestriel (avril à septembre 2021), Safaricom indique par exemple que les opérations M2B et B2M, qui représentent 18 % du montant total des opérations traitées par M-PESA, restent exonérées.³²

32 Safaricom PLC (10 novembre 2021), « [HI FY22 Investor Presentation](#) »



Selon l'enquête de 2021 sur l'adoption des services de mobile money dans le monde, 79 % du chiffre d'affaires total des prestataires de mobile money en juin 2021 provenait des commissions sur les retraits d'espèces et les transferts P2P.

Que les frais d'opération soient assumés directement ou non par les clients, la dépendance envers ces frais peut constituer un risque important, notamment lorsque les prestataires n'ont pas pleinement exploité le potentiel des paiements en ligne. Selon une modélisation réalisée conjointement par la GSMA et BFA Global, **le modèle fondé sur les frais d'opération a permis aux prestataires de mobile money de passer de la phase de démarrage à la phase de maturité, mais ceux qui arrivent à la « phase de maturité transactionnelle »³³ risquent d'être confrontés à des difficultés**, notamment sur les marchés saturés, avec une baisse du revenu moyen par utilisateur (ARPU) et une stagnation de leur rentabilité (marge brute, résultat brut d'exploitation et flux de trésorerie disponible).

Pour rester commercialement viables, les prestataires de mobile money ont la possibilité d'élargir leur modèle économique au-delà des frais d'opération pour préparer leur transition vers un modèle de « paiements en tant que plateforme ». Il s'agirait pour eux d'un changement de cap stratégique, reposant sur une augmentation de la valeur conservée sous forme numérique tout en diversifiant les sources de revenus. Les revenus supplémentaires pourraient être consacrés au financement des efforts actuels d'inclusion financière pour élargir leur couverture vers des segments de clientèle auparavant exclus.

S'appuyant sur les tendances du mobile money et des fintechs, la modélisation de la GSMA fait ressortir deux niveaux supplémentaires de rentabilité adoptés par de nombreux prestataires de mobile money (le **niveau 1** correspond au modèle fondé sur les frais d'opération) :

les produits et services de **niveau 2** permettent aux prestataires de diversifier leur offre et d'inverser la baisse de l'ARPU. Considérés comme une diversification facilement atteignable par le secteur, ces produits et services comprennent :

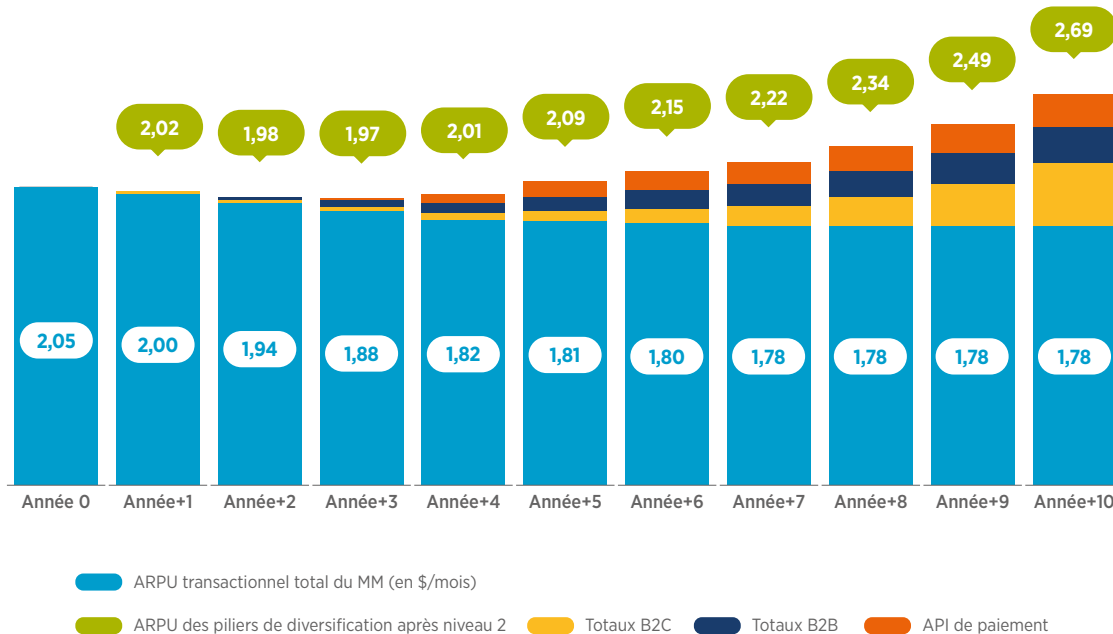
- les **services financiers reposant sur le mobile money** à l'intention des consommateurs (crédit, épargne, assurance et gestion de patrimoine) ;
- les **produits B2B**, comprenant les paiements et les comptes, ainsi que des services financiers adaptés aux entreprises ;
- les **API de paiement**, comme l'API Mobile Money de la GSMA, qui permettent une intégration « clé en main » avec les tiers et ouvrent la possibilité de nouvelles opérations (paiements groupés, paiements marchands et paiements de factures, par exemple).

33 Selon le terme utilisé par la GSMA et BFA Global dans [Profitability 2.0: Ecosystem-driven business modelling & the future of mobile money margins](#)

Source : GSMA 2021

Figure 20:

Évolution sur les 10 prochaines années des contributions du niveau 1 (basé sur les frais d'opération) et du niveau 2 (piliers de diversification) du mobile money au revenu moyen par utilisateur (ARPU)



- les produits et services de **niveau 3** sont des innovations liées à l'écosystème :
 - API de données et analyse de données en tant que service
 - Agents en tant que service (AaaS)
 - Super-applications et fonctions intégrées dans des applications extérieures
 - Finance en tant que service (FaaS)
 - Infrastructure en tant que service (IaaS)

Les prestataires de mobile money diversifient de plus en plus leur activité pour assurer leur viabilité commerciale, tout en permettant ainsi aux consommateurs d'accéder à des produits et services qui améliorent leur qualité de vie. **L'enquête 2021 sur l'adoption des services de**

mobile money dans le monde révèle que x pour cent des fournisseurs ont déjà ouvert leur API au public, une étape importante pour faciliter l'intégration avec des tiers.

Les recherches menées par le GSMA Inclusive Tech Lab auprès d'une centaine d'organisations montrent qu'**en parallèle de l'ouverture des API, d'autres solutions permettent de lever les barrières à l'intégration : normalisation, outils de développement améliorés et éventail élargi de cas d'utilisation des API.**³⁴ Depuis le lancement de son programme d'API ouverte, qui comprend la documentation, un sandbox et des produits complémentaires, MTN MoMo a par exemple attiré plus de 900 partenaires qui fournissent des services qui améliorent la qualité de la vie, comme par exemple des systèmes solaires à usage prépayé (PAYG) et d'autres services financiers.³⁵

34 GSMA Inclusive Tech Lab (2021), [Mobile Money API Industry report: The Challenges of Seamless Integrations](#)

35 McKay, C. et Hanouch, M. (28 octobre 2021), « [MTN Mobile Money Opened APIs – Was it Worth it?](#) », article de blog du CGAP

Source: GSMA 2021

Encadré 6

Contribution des API Mobile Money de la GSMA à la réalisation des Objectifs de développement durable

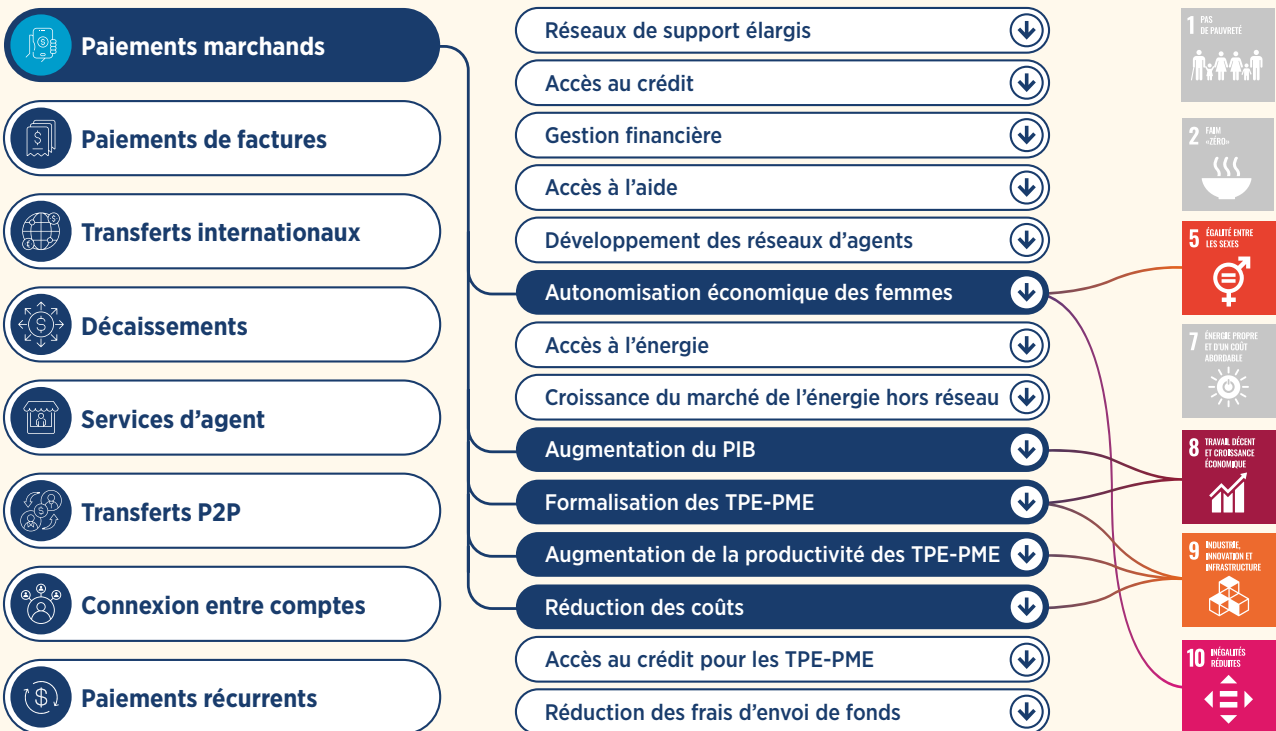
The GSMA Mobile Money API, developed in collaboration with the mobile money industry, seeks to simplify and accelerate third-party integrations with mobile money providers, alleviating costs and difficulties of integration. This in turn helps extend access to services and products to users in LMICs, thereby contributing to the SDGs in

multiple ways.³⁶ The contributions to SDGs are identified for each of the use cases that the GSMA Mobile Money API enables, using a mapping approach which can also be visualised using a dynamic infographic (see example below).³⁷

Source: GSMA 2021

Figure 21:

L'API Mobile Money de la GSMA en tant que catalyseur des Objectifs de développement durable (ODD) - infographie dynamique (en utilisant les paiements marchands à titre d'exemple)



36 GSMA. (2021). *The GSMA Mobile Money API as an Enabler for Sustainable Development Goals: Mapping GSMA Mobile Money API use cases to the SDGs.*

37 GSMA. (2021). *GSMA Mobile Money API and the UN Sustainable Development Goals.*

Source: Interview with Safaricom executives

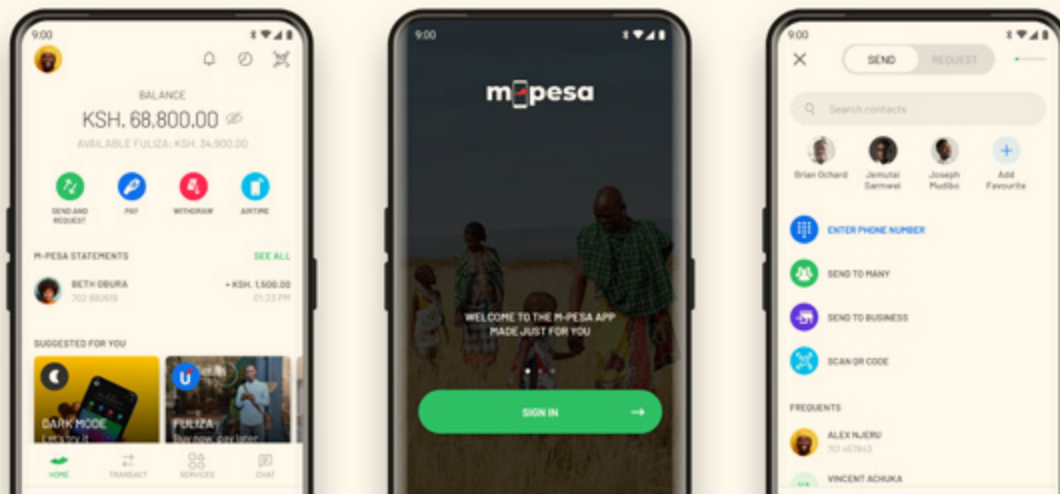
Encadré 7

La « super-appli » M-PESA de Safaricom permet la découverte de services de tiers

Faisant partie des services de mobile money les plus populaires, M-PESA de Safaricom a transformé la vie financière de millions de personnes. En 2021, après le lancement de son application pour les entreprises, Safaricom a lancé une super application³⁸ destinée aux particuliers, qui s'appuie sur la croissance rapide du nombre de smartphones pour offrir à ses utilisateurs une expérience de mobile money plus avancée.

L'application utilise des méthodes sophistiquées de vérification de l'identité au moyen de la reconnaissance faciale et des empreintes digitales et contient

des fonctionnalités pour « envoyer [de l'argent] à plusieurs personnes » et « demander de l'argent ». Elle permet aux clients de suivre leurs dépenses grâce à des relevés détaillés, un peu comme une application de banque numérique. C'est toutefois la fonctionnalité « Découvrir » qui pourrait constituer une première en Afrique subsaharienne : il s'agit de mini-applications au sein de l'application M-PESA qui permettent aux utilisateurs d'accéder à des produits et services de prestataires extérieurs.



Comme l'expliquent des études de la GSMA,³⁹ la mise à disposition de services tiers dans l'interface de mobile money présente plusieurs avantages :

- Les utilisateurs peuvent découvrir et utiliser des services dont ils n'auraient pas eu connaissance autrement, et trouver d'autres prestataires de services (meilleurs ou plus abordables) ;
- La sensibilisation des clients grâce aux mini-applications permet aux prestataires extérieurs de développer leur activité, ce qui stimule l'entrepreneuriat et l'innovation⁴⁰ ;
- Les prestataires de mobile money peuvent conserver les interactions avec les tiers sur leur plateforme, ce qui permet de fidéliser davantage les clients et de percevoir des commissions de découverte.

En décembre 2021, l'application M-PESA a été téléchargée par plus de 4,2 millions d'utilisateurs. Elle donne accès à plus de 18 mini-applications (70 sont en préparation), telles que le National Hospital Insurance Fund (assurance maladie publique), BuuPass (transports publics) et mGas (GPL pour la cuisson et le chauffage). Ces applications ont été utilisées par plus de 730 000 utilisateurs au cours du 4e trimestre 2021, ce qui témoigne du succès précoce et du potentiel offert par cette stratégie de diversification.

38 Désigne une application mobile « qui offre différents services par le biais d'une seule application ». Voir : <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2021/09/16/is-your-business-ready-to-build-a-super-app/>

39 Désigne une application mobile « qui offre différents services par le biais d'une seule application ». Voir : <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2021/09/16/is-your-business-ready-to-build-a-super-app/>

40 Bump, P. (22 September 2020). « [What Are Mini-Apps & Why Marketers Should Care](#) ». HubSpot.

Crédit, épargne et assurance

Avec seulement **26 %** de clients enregistrés actuellement actifs sur une base mensuelle,⁴¹ la diversification des portefeuilles de mobile money et des cas d'utilisation adaptés aux besoins des clients sera essentielle pour faire progresser l'inclusion financière des catégories de population peu ou pas bancarisées au sein des PRFI et renforcer la proposition de valeur des nouveaux cas d'utilisation.⁴² Parmi les services que les prestataires de mobile money peuvent offrir à leurs abonnés (en plus des paiements), le crédit, l'épargne et l'assurance figurent parmi ceux qui sont les plus prometteurs.

Selon l'enquête 2021 sur l'adoption des services de mobile money dans le monde, 44 % des prestataires de mobile money proposent des produits de crédit, d'épargne ou

d'assurance utilisant le mobile money. Ces prestataires ont tendance à afficher un excédent brut d'exploitation (EBITDA) et des taux d'activité de la clientèle plus élevés que ceux des autres prestataires.

Pour les travailleurs informels, les TPE/PME et les communautés à faibles revenus des PRFI, le crédit, l'épargne et l'assurance peuvent représenter une planche de salut dans les situations de crise. La possibilité d'accéder au crédit par le biais d'un compte de mobile money peut par exemple aider les TPE/PME à se développer en leur apportant un fonds de roulement indispensable, en les aidant à investir dans les actifs nécessaires et à se constituer un historique de crédit pour leurs futurs financements.

Source: GSMA Global Adoption Survey

Figure 22:

Prestataires de mobile money offrant des produits de crédit, d'épargne et d'assurance

Parmi l'ensemble des participants à l'enquête 2021 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde :



Produits de crédit, d'épargne ou d'assurance utilisant la téléphonie mobile

Offre existante

44 %

EBITDA

Plus de la **moitié** des prestataires de mobile money qui offrent un produit de crédit, d'épargne ou d'assurance ont une marge EBITDA supérieure à 15 %.

Parmi ceux qui ne proposent pas ces produits, **moins de 20 %** ont une marge EBITDA supérieure à 15 %.

Taux d'activité de la clientèle

Le taux d'activité des clients⁴³ des prestataires qui offrent un produit de crédit, d'épargne ou d'assurance est de **37 %** (contre **20 %** chez les prestataires qui ne proposent pas ces produits).

41 Selon l'enquête de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde, un compte actif est un compte de mobile money qui a été utilisé pour effectuer au moins une transaction au cours d'une période de 30 jours.

42 Zetterli, P. (novembre 2012), [The Great Unbundling: How Technology Is Making Financial Services Modular and What It Means for Inclusion](#)

43 Pourcentage de clients enregistrés dont le compte de mobile money est actif sur une période de 30 jours.

Crédit mobile

Selon l'enquête 2021 sur l'adoption des services de mobile money dans le monde, environ trois prestataires de mobile money sur cinq offrent, ou prévoient d'offrir, des facilités de crédit⁴⁴ aux clients du mobile money. Un quart des prestataires offrent des crédits aux petits exploitants agricoles. Ces chiffres montrent que le secteur reconnaît l'intérêt du crédit mobile et son potentiel de développement. Selon une autre étude consacrée à l'utilisation effective du crédit mobile, l'analyse de données transactionnelles anonymes de M-PESA au Kenya montrent que 50 % des comptes clients utilisent des services financiers tels que le crédit.⁴⁵

Malgré les avantages du crédit lié au mobile money, les prêteurs numériques et les prestataires de mobile money

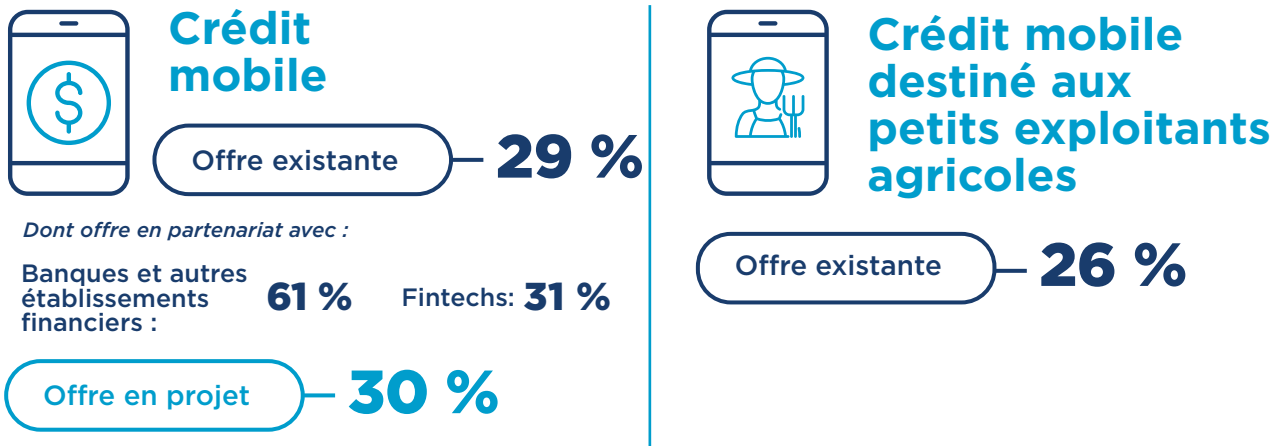
ont la responsabilité de prévenir le surendettement et les autres risques qui pourraient avoir une incidence économique négative sur les consommateurs ou porter atteinte à la réputation et à la rentabilité des prestataires, comme par exemple les violations de la confidentialité des données. Pour s'assurer de proposer des produits de crédit responsables, les prestataires peuvent mener des campagnes d'éducation financière, assurer un suivi étroit des déterminants financier, avoir une communication claire sur les conditions d'emprunt et de remboursement et mettre à disposition des canaux efficaces d'assistance à la clientèle.⁴⁶ Une coopération public-privé pourra être nécessaire pour la mise en œuvre de certaines de ces mesures.

Source : GSMA Global Adoption Survey

Figure 23:

Prestataires de mobile money offrant des produits de crédit

Parmi l'ensemble des participants à l'enquête 2021 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde :



Parmi les participants offrant des produits de crédit :

≥9

prestataires de mobile money ont lancé des produits de crédit en 2020-2021, dont 8 pour la première fois

1-5

nombre de produits de crédit offerts par chaque prestataire de mobile money

44 P Parmi les exemples de PSF qui s'associent ou s'intègrent à des prestataires de mobile money pour offrir du crédit, on peut citer la Commercial Bank of Africa (Safaricom/ Vodacom), qui développe des scores de crédit basés sur l'utilisation du mobile money. Safaricom Kenya propose également son propre service de microcrédit, M-Shwari, et une forme de facilité de découvert appelée Fuliza pour les clients de M-PESA, tandis que Vodafone Tanzania propose un service de microcrédit similaire, M-Pawa.

45 Shirono, K. et al. (2021). *Is Mobile Money Part of Money? Understanding the Trends and Measurement*. FMI.

46 GSMA (2019), *Digital credit for mobile money providers: A guide to addressing the risks associated with digital credit services*

Source: GSMA

Encadré 8

MTN Rwanda : produits de crédit agricole numérique



Au Rwanda, MTN est en train de concevoir un produit de financement numérique des intrants destiné aux agriculteurs en collaboration avec NCBA, un prestataire de services financiers, avec le soutien du fonds d'innovation GSMA AgriTech. S'appuyant sur l'expérience de MoKash, un produit numérique d'épargne et de prêt instantané lancé en 2017 à destination du grand public, MTN et NCBA souhaitent viser les agriculteurs avec une offre packagée de services financiers numériques, comprenant épargne, prêts à court terme et assurance.

Bénéficiant d'une importante base de clientèle et d'une enseigne solide et réputée, MTN Rwanda est responsable des formalités de vérification de l'identité des clients (KYC), du marketing et de la distribution, de l'engagement des clients et de la collecte des données. De son côté, NCBA a mis au point un modèle interne de score de crédit pour les prêts numériques qui s'appuie sur plus de 160 variables liées au mobile money, dont notamment l'ancienneté, la fréquence et le montant des opérations.

D'après l'enquête de consommation de la GSMA, l'adoption et la demande de crédit mobile semblent solides. Les résultats montrent que les personnes qui utilisent le mobile money pour accéder au crédit représentent 2 à 36 % des personnes interrogées selon les pays. L'utilisation des prêts est généralement plus importante sur les marchés où le mobile money est plus répandu, notamment au Kenya (36 %). L'Inde (18 %) et le Pakistan (16 %) font figure d'exceptions : malgré une diffusion faible à moyenne du mobile money dans ces pays, l'utilisation du crédit mobile y est relativement élevée (voir figure 24).

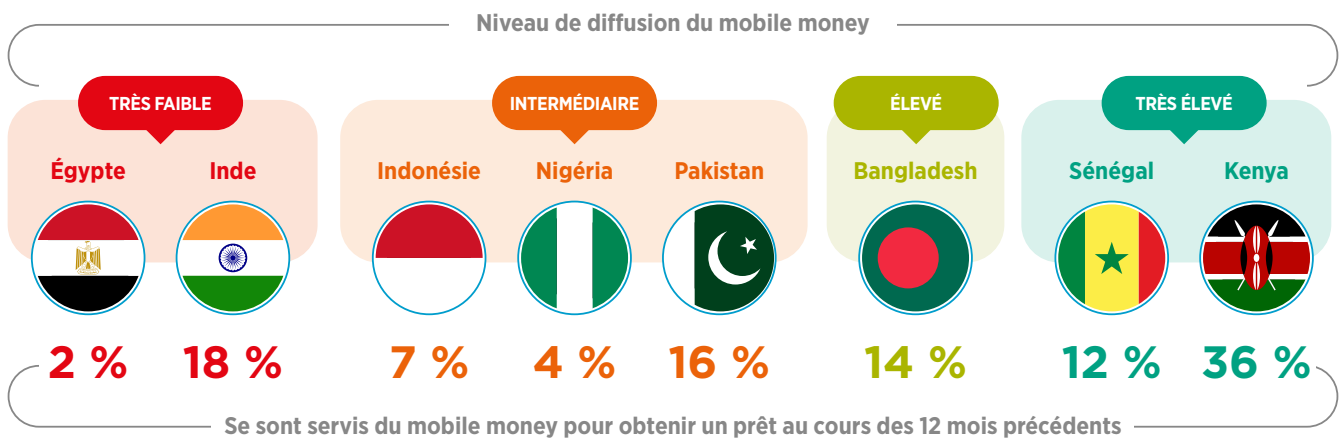
Par rapport à avant la pandémie de COVID-19, les personnes interrogées sur les marchés où le mobile money est plus répandu (Bangladesh, Kenya et Sénégal) ont tendance à utiliser moins fréquemment les prêts. On observe la même tendance en Égypte, un marché sur lequel le mobile money est très peu répandu. En Inde, au Nigéria et au Pakistan, on observe toutefois une répartition plus égale entre les personnes qui utilisent plus fréquemment ou moins fréquemment les prêts. La situation est différente en Indonésie, où la majorité des personnes interrogées indiquent que leur utilisation du crédit n'a pas varié depuis la pandémie de COVID-19 (voir figure 25).

Source : enquête de consommation 2021 de la GSMA, n = 190 à 940

Figure 24:

Consommateurs utilisant le mobile money pour obtenir un prêt, en fonction du niveau de maturité du marché des services de mobile money⁴⁷

En pourcentage de la population adulte titulaire d'un compte de mobile money ou utilisant des services au guichet (OTC) auprès d'un agent ou dans un magasin

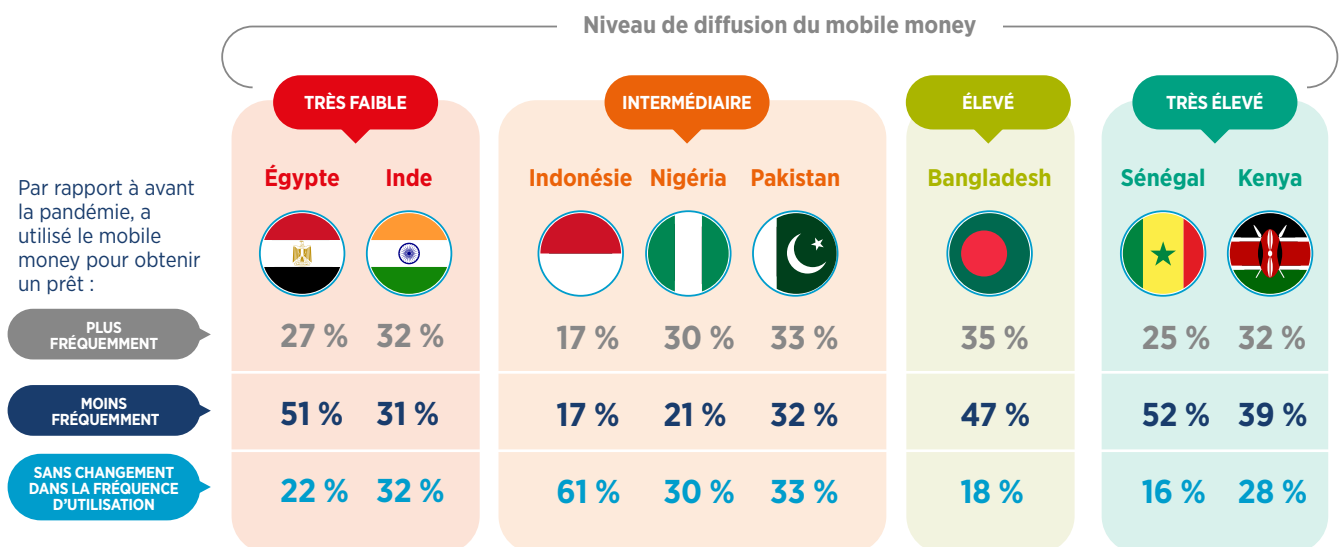


Source: 2021 GSMA Consumer Survey, n=158-925

Figure 25:

Évolution de l'utilisation du mobile money pour obtenir un prêt depuis la pandémie de COVID-19, en fonction du niveau de maturité du marché des services de mobile money⁴⁸

En pourcentage de la population adulte qui a déjà utilisé le mobile money pour une activité et qui a connaissance de la COVID-19



47 Source : enquête de consommation 2021 de la GSMA. Pour quelle activité avez-vous, le cas échéant, utilisé le mobile money au cours des 12 derniers mois ? Base : toutes les personnes titulaires d'un compte de mobile money ou qui ont utilisé les services d'un magasin/agent, n = 190-940. Échantillon représentatif au niveau national.

48 Source : enquête de consommation 2021 de la GSMA. Question : Pour chacune des activités suivantes, diriez-vous que vous la pratiquez maintenant plus fréquemment ou moins fréquemment qu'avant la pandémie, ou que vous la pratiquez avec le même niveau de fréquence ? Base : toutes les personnes adultes qui ont déjà utilisé le mobile money pour une activité et qui ont connaissance de la COVID-19 (y compris celles qui ont répondu « je ne sais pas »), n = 158-925. Échantillon représentatif au niveau national.



Épargne, retraite et placements utilisant le mobile money

L'épargne joue un rôle crucial dans l'inclusion financière des populations des PRFI, en permettant aux titulaires de comptes d'accumuler des actifs (et des intérêts) et d'améliorer leur niveau de vie. L'épargne constitue également un actif qui peut être utilisé pour répondre à des besoins professionnels, familiaux ou éducatifs, notamment pour les personnes confrontées à des revenus irréguliers ou à des chocs financiers dans les situations d'urgence.

Plus de la moitié des prestataires de mobile money qui ont répondu à l'enquête 2021 sur l'adoption des services de mobile money dans le monde proposent, ou prévoient de proposer, des produits d'épargne, de retraite ou de placement. 16 % d'entre eux proposent également des produits d'épargne spécialement destinés aux petits

exploitants agricoles. Les prestataires qui offrent des produits d'épargne, de retraite ou de placement, ont enregistré entre septembre 2020 et juin 2021 une augmentation de 22 % du nombre de clients uniques qui ont transféré de l'argent sur un compte d'épargne. Dans plusieurs pays africains où il existe des produits d'épargne mobile,⁴⁹ certains chiffres font ressortir une augmentation progressive du solde des comptes d'épargne et de l'utilisation de plusieurs produits d'épargne.⁵⁰ Sachant que l'usage des comptes d'épargne mobile est lié au sentiment que cette épargne constitue un outil utile, il est indispensable d'avoir la capacité d'accéder effectivement à ces produits et de savoir les utiliser. Les prestataires de mobile money peuvent y contribuer par des formations et des initiatives de développement des compétences financières et numériques.⁵¹

49 Parmi les exemples de produits d'épargne liés au mobile money, on peut citer le service de Kenya Commercial Bank Group (KCB) qui permet aux clients de M-PESA de percevoir des intérêts sur leur solde d'épargne.

50 Donovan, K. (août 2012), « [Chapter 4: Mobile Money for Financial Inclusion](#) » dans Maximizing Mobile, pp. 61-73, Groupe de la Banque mondiale.

51 Mebur, J. and Bordage, J. (3 novembre 2020), « [Digital Literacy Training Guide: For mobile money agents and digital literacy change agents](#) » sur le blog du programme Mobile for Development de la GSMA

Source: GSMA Global Adoption Survey

Figure 26:

Prestataires de mobile money offrant des produits d'épargne, de retraite ou de placement

Parmi l'ensemble des participants à l'enquête 2021 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde :



Produits d'épargne, de retraite ou de placement liés au mobile money

Offre existante — **26 %**

Offre en projet — **29 %**



Produits de retraite liés au mobile money

Offre existante — **8 %**

Offre en projet — **8 %**



Produits de placement liés au mobile money

Offre existante — **5 %**

Offre en projet — **17 %**



Produits d'épargne mobile destinés aux petits exploitants agricoles

Offre existante — **16 %**

Parmi les participants offrant des produits d'épargne, de retraite ou de placement :

22 %

Augmentation du nombre de clients uniques qui virent de l'argent vers un compte d'épargne (sept 2020 - juin 2021)

5

Prestataires de mobile money qui ont lancé des produits d'épargne en 2020-2021

Les données de l'enquête de consommation 2021 de la GSMA font ressortir une corrélation limitée entre le niveau de diffusion du mobile money et l'utilisation des produits d'épargne mobile au niveau national. Le taux d'utilisation de l'épargne mobile chez les personnes interrogées est toutefois sensiblement plus élevé que celui des produits de crédit ou d'assurance liés au mobile money dans l'ensemble des pays. Le pourcentage de personnes interrogées qui utilisent un compte d'épargne mobile va 10 % au Sénégal à 54 % au Nigeria (voir figure 27).

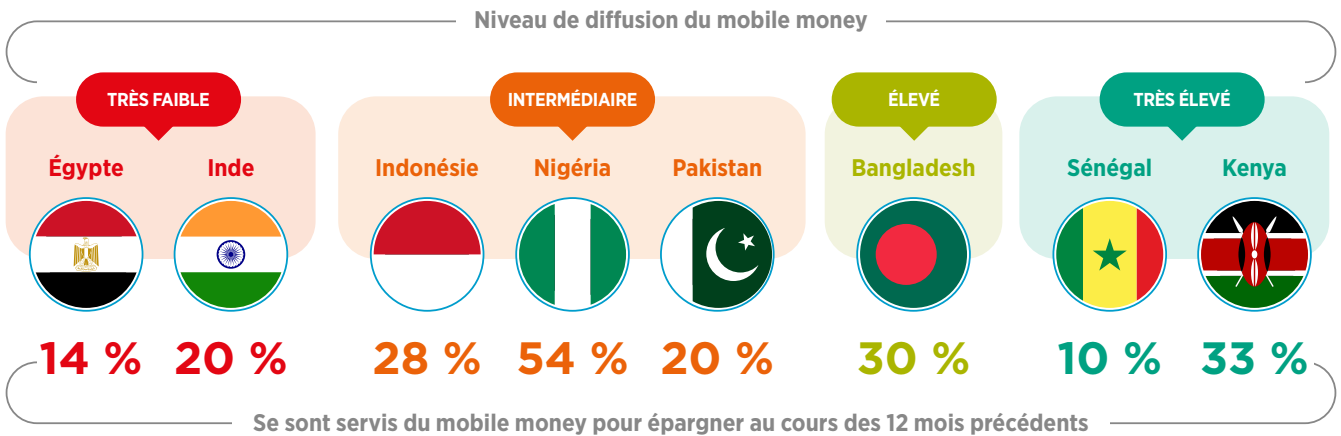
Par rapport à avant la pandémie de COVID-19, une majorité de personnes interrogées utilisent plus fréquemment l'épargne mobile en Indonésie, au Pakistan, au Sénégal et surtout au Nigéria. Les autres pays couverts par l'enquête de consommation (Bangladesh, Égypte, Inde et Kenya) affichent toutefois une tendance inverse, une majorité de personnes interrogées utilisant l'épargne moins fréquemment qu'avant la pandémie de COVID-19 (voir figure 28).

Source: 2021 GSMA Consumer Survey, n=190-940

Figure 27:

Consommateurs utilisant le mobile money pour épargner, en fonction du niveau de maturité du marché des services de mobile money⁵²

En pourcentage de la population adulte titulaire d'un compte de mobile money ou utilisant des services au guichet (OTC) auprès d'un agent ou dans un magasin

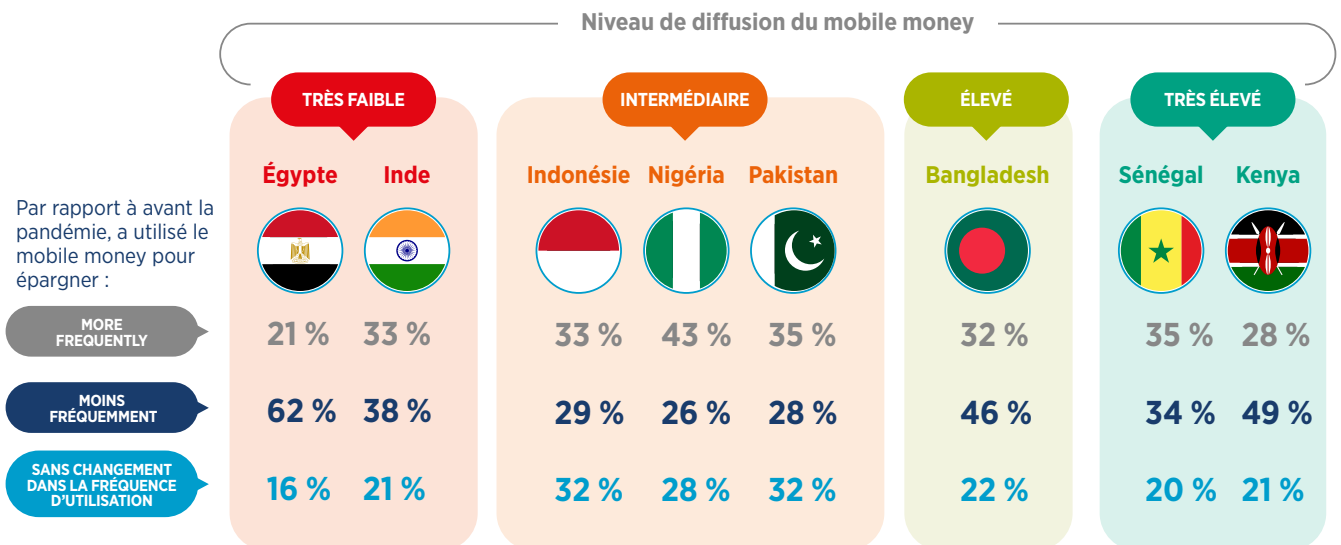


Source: 2021 GSMA Consumer Survey, n=158-925

Figure 28:

Évolution de l'utilisation du mobile money pour épargner depuis la pandémie de COVID-19, en fonction du niveau de maturité du marché des services de mobile money⁵³

En pourcentage de la population adulte qui a déjà utilisé le mobile money pour une activité et qui a connaissance de la COVID-19



52 Source : enquête de consommation 2021 de la GSMA. Pour quelle activité avez-vous, le cas échéant, utilisé le mobile money au cours des 12 derniers mois ? Base : toutes les personnes titulaires d'un compte de mobile money ou qui ont utilisé les services d'un magasin/agent, n = 190-940. Échantillon représentatif au niveau national.

53 Source : enquête de consommation 2021 de la GSMA. Question : Pour chacune des activités suivantes, diriez-vous que vous la pratiquez maintenant plus fréquemment ou moins fréquemment qu'avant la pandémie, ou que vous la pratiquez avec le même niveau de fréquence ? Base : toutes les personnes adultes qui ont déjà utilisé le mobile money pour une activité et qui ont connaissance de la COVID-19 (y compris celles qui ont répondu « Je ne sais pas »), n = 158-925. Échantillon représentatif au niveau national.



Assurance sur mobile

Le développement de la téléphonie mobile et des services de mobile money dans les PRFI, notamment depuis le début de la pandémie de COVID-19, a joué un rôle important dans le développement de produits d'assurance inclusifs. Près de la moitié des prestataires interrogés dans le cadre de l'enquête 2021 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde proposent, ou prévoient de proposer, des produits d'assurance basés sur le mobile money. La téléphonie mobile a permis aux assureurs de proposer des produits d'assurance directement aux consommateurs, leur permettant ainsi d'accéder à une protection contre les chocs financiers et les événements catastrophiques. L'utilisation du mobile money a permis d'améliorer l'attrait économique d'une clientèle à faible pouvoir d'achat, en facilitant le processus d'encaissement des primes pour les prestataires d'assurance, en accélérant et en simplifiant le règlement

des sinistres pour les clients, et en créant un service accessible et abordable pour les catégories de population sous-équipées, notamment les segments à faibles revenus qui n'avaient pas accès à l'assurance auparavant.

Les services d'assurance basés sur la téléphonie mobile⁵⁴ se spécialisent souvent sur certains éléments de la chaîne de valeur de l'assurance (voir figure 29). Bien qu'ils aient traditionnellement été basés sur la fidélisation des clients (par le biais de prélèvements d'unités téléphoniques), le mobile money permet désormais de collecter les primes et de régler les sinistres. Les accords de partenariat et les joint-ventures entre le secteur de l'assurance et les prestataires de mobile money permettent d'exploiter les économies d'échelle, les paiements mobiles, les connaissances géographiques et démographiques et l'utilisation du big data pour offrir des produits adaptés aux populations sous-équipées.

54 Parmi les exemples de services d'assurance basés sur la téléphonie mobile, on peut citer l'assurance responsabilité civile automobile proposée par Britam via M-PESA en Tanzanie, et l'assurance maladie proposée par Airtel Nigeria.

Source : GSMA

Figure 29:

Responsabilités de la chaîne de valeur de l'assurance en fonction du modèle opérationnel



Source : GSMA Global Adoption Survey

Figure 30:

Prestataires de mobile money offrant des produits d'assurance

Parmi l'ensemble des participants à l'enquête 2021 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde :



Assurance mobile

Offre existante — **29 %**

Offre en projet — **19 %**



Produits d'assurance mobile destinés aux petits exploitants agricoles

Offre existante — **24 %**

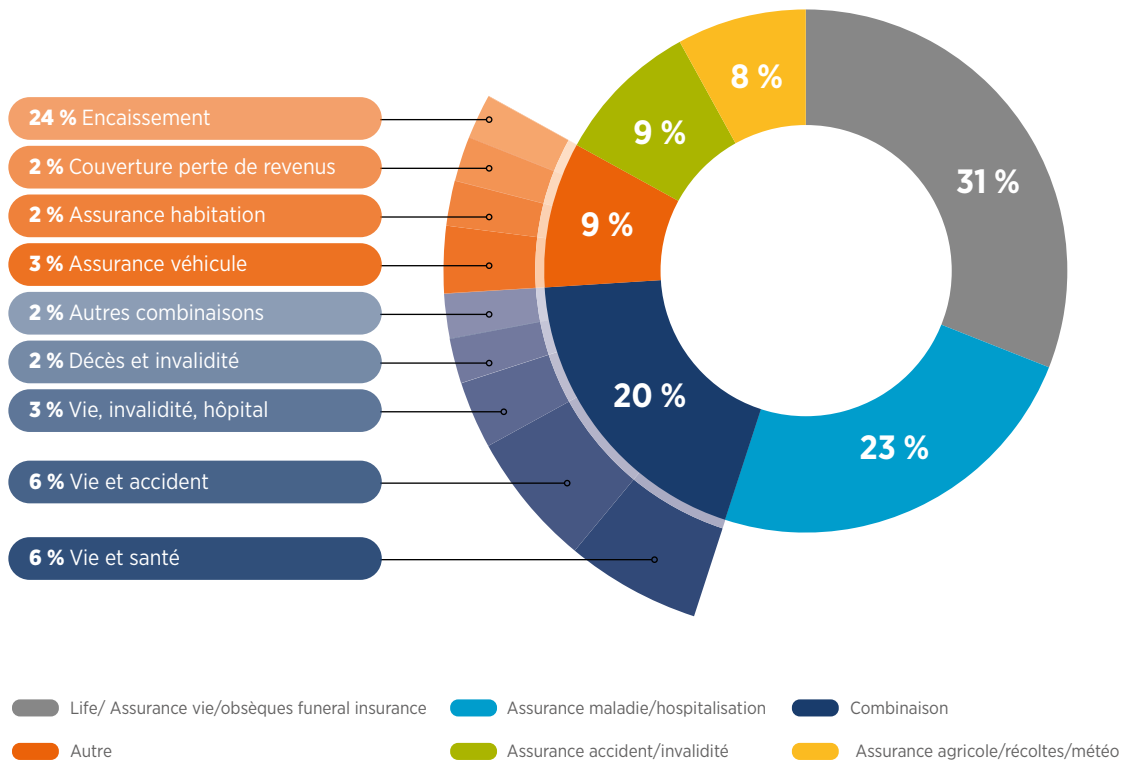
Il existe actuellement 130 services d'assurance sur mobile dans 28 pays. Plus de la moitié d'entre eux offrent des couvertures décès/obsèques ou maladie/hospitalisation.⁵⁵

43 millions de polices ont été souscrites en 2020, dont deux tiers (29 millions) étaient des polices d'assurance vie et santé.

Source : GSMA Insurance Tracker 2021

Figure 31:

Assurance sur mobile,⁵⁶ par type de police



L'assurance fait partie des services plus récemment proposés par les plateformes de mobile money. Selon les données de l'enquête de consommation 2021 de la GSMA, si la corrélation entre le niveau de diffusion des services de mobile money et l'adoption au niveau national des produits d'assurance sur mobile est limitée, entre 3 % (Sénégal) et 17 % (Inde) des personnes interrogées dans chaque pays déclarent utiliser le mobile money pour souscrire des produits d'assurance (voir figure 32).

Par rapport à la situation antérieure à la pandémie de COVID-19, une majorité des personnes interrogées au Bangladesh, en Égypte et en Inde déclarent avoir modifié leur comportement d'achat de l'assurance sur mobile, y souscrivant soit plus fréquemment, soit moins fréquemment. Au Kenya et au Sénégal, une légère majorité des personnes interrogées déclarent y recourir moins fréquemment. Le Pakistan est le seul des pays étudiés à afficher une tendance à des achats plus fréquents. En Indonésie et au Nigeria, le recours à l'assurance est resté stable pour une majorité de personnes interrogées (voir figure 33).

⁵⁵ GSMA (2021), [Partnership models for mobile-enabled insurance](#)

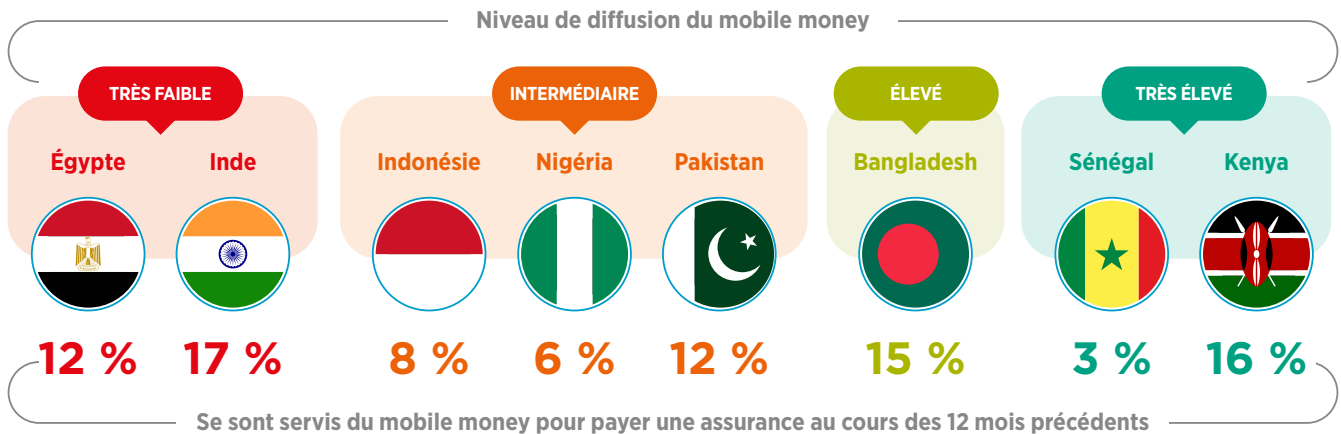
⁵⁶ Les services d'assurance sur mobile comprennent ceux qui utilisent le mobile money pour le paiement des primes et des sinistres. Le produit d'assurance doit être techniquement intégré au compte de mobile money et reposer en grande partie sur la téléphonie mobile tout au long du parcours client. Les services pour lesquels la téléphonie mobile n'est qu'un canal d'accès à des produits d'assurance traditionnels ne sont pas inclus.

Source: 2021 GSMA Consumer Survey, n=190-940

Figure 32:

Consumers using mobile money to pay for insurance, by maturity of mobile money market⁵⁷

Percentage of adults who have a mobile money account or have used shop/agent (OTC) services

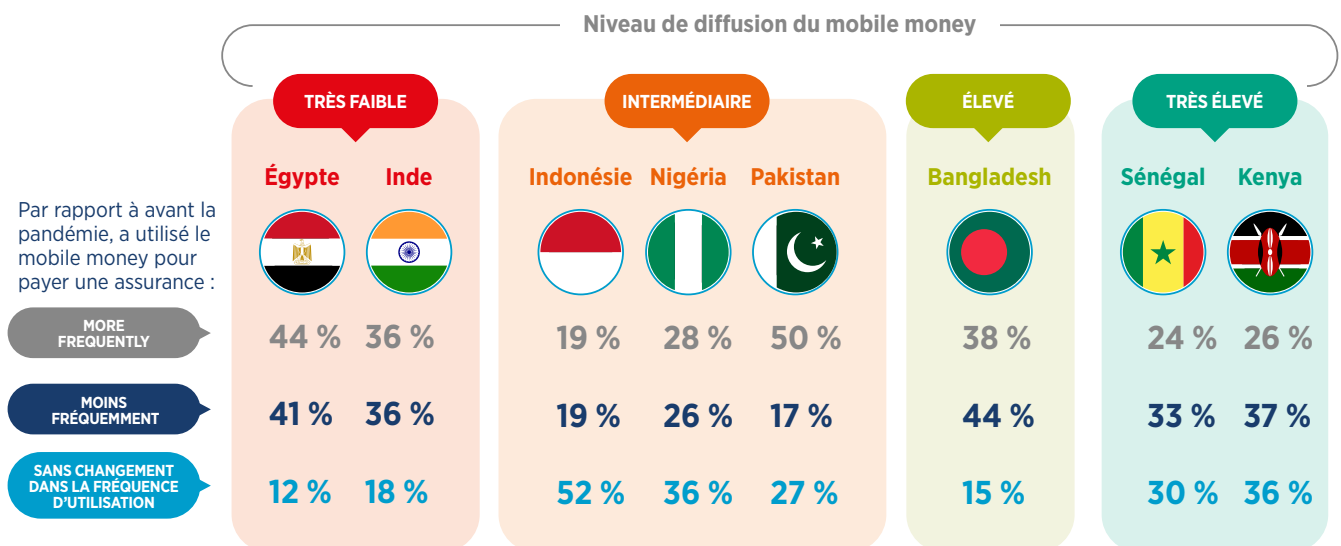


Source: 2021 GSMA Consumer Survey, n=158-925

Figure 33:

Évolution de l'utilisation du mobile money pour payer des produits d'assurance depuis la pandémie de COVID-19, en fonction du niveau de maturité du marché des services de mobile money⁵⁸

En pourcentage de la population adulte qui a déjà utilisé le mobile money pour une activité et qui a connaissance de la COVID-19



57 Source : enquête de consommation 2021 de la GSMA. Pour quelle activité avez-vous, le cas échéant, utilisé le mobile money au cours des 12 derniers mois ? Base : toutes les personnes titulaires d'un compte de mobile money ou qui ont utilisé les services d'un magasin/agent, n = 190-940. Échantillon représentatif au niveau national.

58 Source : enquête de consommation 2021 de la GSMA. Question : Pour chacune des activités suivantes, diriez-vous que vous la pratiquez maintenant plus fréquemment ou moins fréquemment qu'avant la pandémie, ou que vous la pratiquez avec le même niveau de fréquence ? Base : toutes les personnes adultes qui ont déjà utilisé le mobile money pour une activité et qui ont connaissance de la COVID-19 (y compris celles qui ont répondu « Je ne sais pas »), n = 158-925. Échantillon représentatif au niveau national.

Source: Interview with aYo Holdings executives

Encadré 9

Les partenariats favorisent le développement de l'assurance sur mobile en Afrique



Partenariat et vision : aYo a commencé comme une joint-venture de micro-assurance entre MTN et MMH, avant de devenir une filiale à 100 % de MTN. L'entreprise a pour objectif de devenir le premier assureur numérique d'Afrique en garantissant que chacun, et notamment les travailleurs informels ou indépendants, puisse accéder à des produits et services d'assurance et de microfinance abordables et les utiliser.

Couverture : aYo compte à ce jour 15,4 millions de clients au Ghana, en Ouganda, en Zambie et en Côte d'Ivoire. De nouveaux services devraient être lancés en 2022 pour les particuliers, ainsi que pour les commerçants et les PME dans les années à venir. Une expansion est également prévue au Nigeria et au Cameroun pour 2022.

Produits d'assurance sur mobile : aYo propose aux abonnés MTN à revenus faibles ou intermédiaires une assurance vie et une assurance hospitalisation à faible coût reposant sur la téléphonie. Le premier produit est Recharge with Care (payable en unités téléphonique ou par mobile money), qui permet aux clients de s'assurer chaque fois qu'ils rachètent par exemple des unités téléphoniques. Le second est Pay with Care, ou Send with Care sur certains marchés (payable par mobile money), qui permet aux clients de souscrire une assurance lorsqu'ils effectuent un transfert d'argent via mobile money. Les deux produits offrent une assurance hospitalisation en espèces et une assurance vie. Il s'agit

d'une assurance en temps réel, sans papier, simple et liée aux opérations, avec des montants de couverture et des primes peu élevés et des polices de durée flexible. Les clients peuvent accéder à leur assurance via USSD et une application (à consommation de données non facturée), soumettre leurs demandes d'indemnisation via WhatsApp et recevoir les versements correspondants sur leur portefeuille électronique.

Impact sur les communautés sous-équipées : la micro-assurance peut avoir un impact transformateur en protégeant des millions de personnes contre des chocs économiques susceptibles de les enfoncer dans la pauvreté. Avant l'apparition de produits mobiles comme aYo, beaucoup d'utilisateurs dépendaient de trois grands mécanismes d'adaptation en cas de besoin : les prêts des amis, de la famille et de la communauté. Mécanismes d'adaptation en cas de besoin : les prêts des amis, de la famille et des membres de la communauté, l'épargne, et la vente de biens. Grâce à l'assurance, la dépendance à l'égard de ces mécanismes d'adaptation est réduite, ce qui se traduit par plus grande sécurité et une plus grande tranquillité d'esprit. Selon aYo, les clients de l'ensemble des marchés semblent apprécier les produits d'assurance abordables et faciles d'accès dont les conditions de paiement sont flexibles tout en leur offrant la possibilité de se protéger et de protéger leur famille contre les chocs financiers.





Lutter contre les inégalités entre hommes et femmes dans le mobile money

Lutter contre les inégalités entre hommes et femmes dans le mobile money

Malgré les progrès considérables réalisés ces dix dernières années dans l'inclusion financière reposant sur la téléphonie mobile, les femmes ont toujours un accès plus limité aux services de mobile money et un usage plus restreint de ces services par rapport aux hommes. Il existe différentes raisons à cette situation, dont notamment le manque de connaissance du mobile money, le fait de ne pas posséder de téléphone portable, un faible niveau d'alphabétisation et le manque de compétences numériques et financières.

Ces disparités représentent une occasion manquée, car le mobile money offre la possibilité d'améliorer l'inclusion financière des femmes, d'accroître leur indépendance économique et de renforcer leur rôle en tant que responsables des décisions financières.⁵⁹ L'accessibilité pratique et financière des comptes de mobile money est susceptible de bénéficier de façon disproportionnée aux femmes qui, en raison de normes culturelles, de responsabilités familiales ou de revenus inférieurs, peuvent être confrontées à des obstacles plus importants que ceux rencontrés par les hommes pour utiliser les services financiers formels traditionnels.⁶⁰

Depuis le début de la pandémie de COVID-19, le mobile money a aidé de multiples manières les femmes des PRFI et leurs familles, qu'il s'agisse d'envoyer des fonds à des proches dans le besoin, de payer des factures et des services essentiels, d'utiliser des plateformes virtuelles de soutien aux TPE, de se procurer des produits essentiels, ou encore de recevoir des aides d'urgence dans le cadre des programmes de transferts monétaires sociaux et humanitaires mis en place par les gouvernements en réponse à la pandémie.⁶¹

Faire en sorte que les femmes puissent accéder au mobile money et l'utiliser au même titre que les hommes se traduira par des répercussions positives pour les femmes et leur foyer, pour le secteur de la téléphonie mobile et pour l'économie dans son ensemble, tout en contribuant à la réalisation des objectifs de développement durable, en particulier l'objectif 5 (« *Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles* »).

Un nombre croissant d'organisations internationales, de responsables politiques et de prestataires de mobile money sont en train de passer à l'action sur cet enjeu crucial. Depuis 2016, 26 opérateurs de réseaux mobiles (ORM) d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine se sont formellement engagés à lutter contre les inégalités entre hommes et femmes au sein de leur clientèle dans le cadre de l'initiative « *Connected Women Commitment* » de la GSMA.⁶² Ils mettent en place des initiatives dans ce sens en recrutant par exemple des agents et des revendeurs de sexe féminin, en développant des produits d'épargne et de prêt adaptés aux besoins des femmes, en repensant les applications de mobile money pour cibler les femmes comme les hommes et en aidant les groupements agricoles féminins à découvrir les avantages du mobile money pour les paiements.⁶³

Une bonne compréhension des inégalités et des obstacles liés au genre tout au long du parcours client du mobile money est indispensable pour guider les initiatives dans ce domaine. Dans ce chapitre, nous examinons les différentes étapes du parcours client du mobile money sous l'angle du genre : acquisition d'un téléphone portable, découverte du mobile money, ouverture d'un compte, usage régulier et diversifié du mobile money (figure 34). Les données proviennent principalement de la dernière enquête de consommation de la GSMA,⁶⁴ qui fournit des données représentatives au niveau national et des informations sur le quotidien des habitants et habitantes de dix PRFI.

59 Delaporte, A. et Naghavi, N. (21 octobre 2019), « [The promise of mobile money for further advancing women's financial inclusion](#) », blog du programme Mobile for Development de la GSMA

60 Better than Cash Alliance, Groupe de recherche sur le développement de la Banque mondiale, Fondation Bill et Melinda Gates et Women's World Banking (2015), [Digital Financial Solutions to Advance Women's Economic Participation](#)

61 GSMA (2021), [The Mobile Gender Gap report 2021](#)

62 Se reporter à l'initiative et les partenaires du [Connected Women Commitment](#) de la GSMA. Les 26 opérateurs concernés sont Airtel-Tigo Ghana, Airtel-Tigo Rwanda, Dialog Sri Lanka, Econet Leo Burundi, Econet Wireless Zimbabwe, Grameenphone Ltd (Bangladesh), JazzCash (Pakistan), Mobitel (Pvt) Ltd (Sri Lanka), MobileMoney Limited (filiale de MTN Ghana), Ooredoo Maldives, Orange Côte d'Ivoire, Orange Finances Mobiles Sénégal (OFMS), Orange Mali, Safaricom PLC (Kenya), Telenor Pakistan, Tigo Tchad, Tigo Honduras, Tigo Tanzanie, Tigo Paraguay, Tigo Sénégal, Smart Ouganda, Vodacom Congo (République démocratique du Congo), Vodacom Tanzania PLC, Vodafone Idea Ltd (Inde), Wave Money (Myanmar) et Zantel Tanzania.

63 GSMA (2020), [Connecter 50 millions de femmes à la téléphonie mobile](#)

64 Se reporter aux annexes pour de plus amples informations sur la méthodologie.

Figure 34:

Parcours client du mobile money



Possession d'un mobile

Le fait d'avoir accès à un téléphone portable est une condition préalable importante de l'utilisation du mobile money. Il existe toutefois un décalage persistant entre hommes et femmes dans ce domaine.⁶⁵

Dans les PRFI, les femmes sont 7 % moins susceptibles que les hommes de posséder un téléphone portable. Dans certaines régions du monde, notamment en Asie du Sud et en Afrique subsaharienne, cet écart est encore plus important. Au Bangladesh par exemple, un marché de mobile money plus développé, 84 % des hommes possèdent un téléphone portable contre seulement 65 % des femmes (figure 35). Au niveau de l'ensemble des PRFI, les écarts entre hommes et femmes en matière de possession d'un téléphone portable ont également tendance à être plus prononcés dans les zones rurales et

au sein de certaines populations, notamment celles qui sont moins alphabétisées, ont des revenus plus faibles ou sont plus âgées.

Les principaux obstacles à la possession d'un téléphone portable⁶⁶ sont le prix des appareils, le niveau d'alphabétisation et les compétences numériques. Parmi d'autres obstacles importants, on peut citer les préoccupations liées à la sécurité et à la sûreté, l'absence de contenus et de services pertinents et les difficultés d'accès. Les normes sociales et les inégalités structurelles entre hommes et femmes, notamment les disparités en matière d'éducation et de revenus, font que les femmes ressentent généralement plus fortement ces obstacles que les hommes.

65 GSMA (2022), [The Mobile gender gap report 2022](#). L'écart entre hommes et femmes (en matière par exemple de possession, d'utilisation ou de sensibilisation) est calculé dans tout ce chapitre sur la base de la formule suivante : écart en matière de possession, d'utilisation ou de connaissance (%) = (personnes propriétaires, utilisatrices, sensibilisées en % de la population masculine - personnes propriétaires, utilisatrices, sensibilisées en % de la population féminine) / (personnes propriétaires, utilisatrices, sensibilisées en % de la population masculine). Se reporter aux annexes pour le calcul de l'écart.

66 Se reporter au rapport annuel de la GSMA sur les inégalités entre hommes et femmes dans la téléphonie mobile : <https://www.gsma.com/r/gender-gap/>

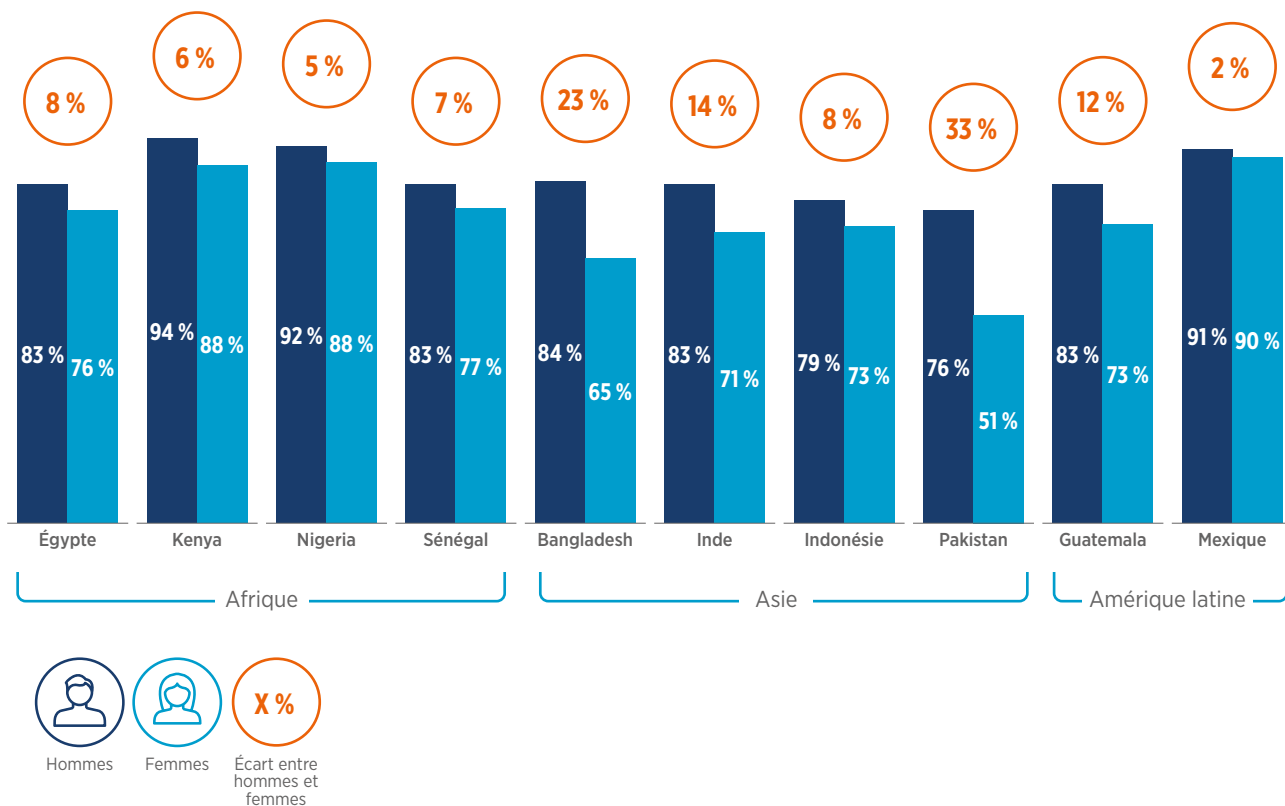


Source : Enquête de consommation 2021 de la GSMA, n = 496 à 966 pour les femmes et 469 à 1 131 pour les hommes

Figure 35 :

Possession d'un mobile chez les hommes et les femmes, par pays⁶⁷

Percentage of total adult population



67 Source : Enquête de consommation 2021 de la GSMA. Base : ensemble des personnes interrogées, n=496-966 pour les femmes et 469-1131 pour les hommes. Échantillon représentatif au niveau national. Note : un propriétaire de mobile est défini comme 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.

Connaissance du mobile money

La connaissance du mobile money peut être influencée par différents facteurs, dont le niveau de maturité et de compétitivité du marché local, l'existence de réseaux d'agents étendus et la robustesse de l'infrastructure de mobile money et de téléphonie mobile.

Dans la dernière enquête de la consommation de la GSMA, nous avons demandé aux personnes interrogées si elles connaissaient les principales enseignes de mobile money de leur pays. La figure 36 présente les pourcentages d'hommes et de femmes qui déclarent connaître au moins une enseigne. Sur la base de cette définition de la connaissance du mobile money, les femmes connaissent moins le mobile money que les hommes dans sept des huit pays couverts par l'enquête⁶⁸ (à l'exception du Kenya et du Sénégal, où la connaissance du mobile money est quasiment universelle⁶⁹). L'écart le plus important entre hommes et femmes s'observe en Inde, où 22 % seulement des femmes connaissent au moins une enseigne de mobile money, contre 40 % des hommes. L'écart entre hommes et femmes en matière de connaissance du mobile money est généralement plus prononcé en milieu rural. Par exemple, dans les zones rurales de l'Égypte, une

femme sur trois ne connaît aucune enseigne de mobile money, contre un homme sur quatre.

L'écart entre hommes et femmes en matière de connaissance du mobile money est plus faible que celui de la possession d'un téléphone portable dans sept des dix pays examinés, ce qui fait ressortir toute l'importance de combler l'écart de possession d'un téléphone portable pour améliorer l'inclusion financière des femmes. Au Pakistan par exemple, 77 % des hommes et 70 % des femmes connaissent au moins une enseigne de mobile money, tandis que 76 % des hommes et seulement 51 % des femmes possèdent un téléphone portable.

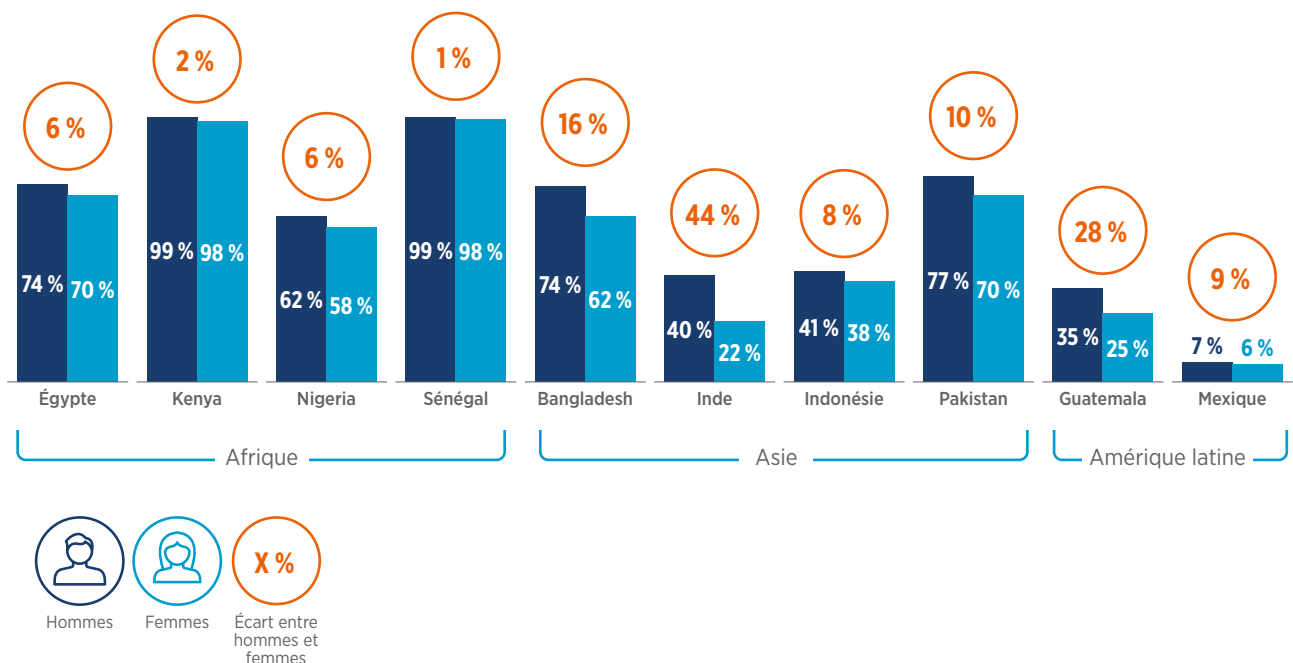
Si cet écart plus réduit en matière de connaissance de mobile money est encourageant, il est important de noter que le fait de connaître une enseigne ne signifie pas forcément que la personne comprend à quoi sert le mobile money, comment l'utiliser ou en quoi il pourrait lui être utile. Les disparités entre hommes et femmes dans ces domaines alimentent les inégalités en matière de possession et d'utilisation de comptes.

Source : Enquête de consommation 2021 de la GSMA, n = 496 à 966 pour les femmes et 469 à 1 131 pour les hommes

Figure 36:

Connaissance du mobile money chez les hommes et les femmes, par pays⁷⁰

En pourcentage de la population adulte totale



68 L'enquête n'a pas fait ressortir de différence significative dans le niveau de connaissance du mobile money entre hommes et femmes au Mexique.

69 Au Kenya et au Sénégal, 98 % des femmes (contre 99 % des hommes) connaissent au moins une enseigne de mobile money, avec quasiment pas de différence entre zones rurales et zones urbaines.

70 Source : Enquête de consommation 2021 de la GSMA. Question : quelles sont les enseignes (marques) de mobile money que vous connaissez, le cas échéant ? Note : les pourcentages correspondent aux personnes interrogées qui ont déclaré reconnaître au moins une des principales enseignes de mobile money de leur pays à partir d'une liste qui leur a été lue. Base : ensemble des personnes interrogées, n=496-966 pour les femmes et 469-1 131 pour les hommes. Échantillon représentatif au niveau national.

Détention d'un compte de mobile money

Le fait de posséder un téléphone et de connaître l'existence du mobile money ne se traduit pas nécessairement par la détention d'un compte de mobile money, notamment chez les femmes. Au Pakistan par exemple, 76 % des hommes et 51 % des femmes possèdent un téléphone portable, 77 % des hommes et 70 % des femmes connaissent au moins une enseigne nationale de mobile money, mais 19 % des hommes et 6 % des femmes seulement possèdent un compte de mobile money.

Selon les données les plus récentes de Global Findex (2017),⁷¹ qui constitue la base de données la plus complète de données sur l'inclusion financière du point de vue de la demande, les femmes des PRFI étaient dans l'ensemble 33 % moins susceptibles que les hommes de posséder un compte de mobile money. Les données plus récentes

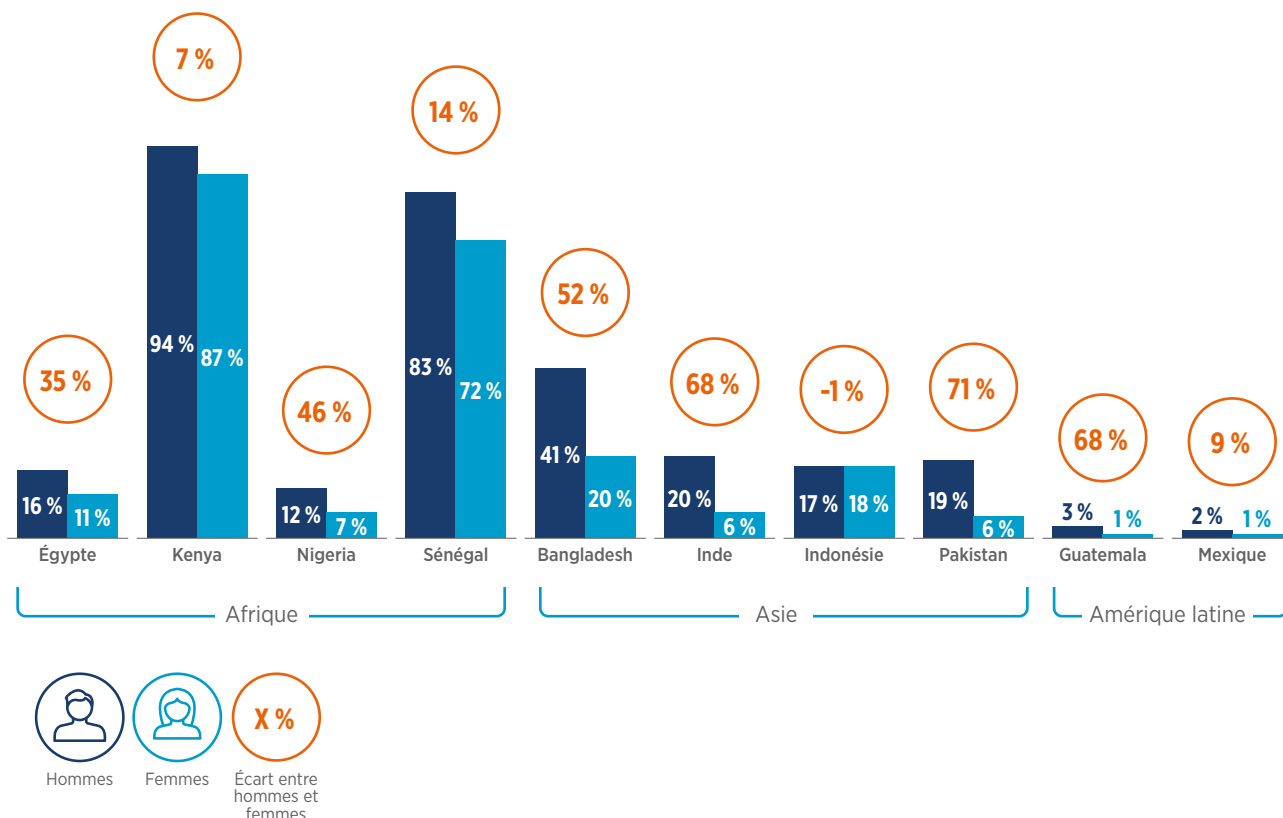
provenant de la dernière enquête de consommation dans 10 PRFI montrent qu'il existe toujours un écart entre hommes et femmes en matière de possession d'un compte (figure 37). Dans les 8 pays dans lesquels la pénétration globale des comptes de mobile money est supérieure à quelques pourcents,⁷² les femmes sont moins susceptibles que les hommes de posséder un compte de mobile money, à l'exception de l'Indonésie où les taux de détention d'un compte sont très proches. Les écarts entre hommes et femmes les plus prononcés s'observent dans les pays d'Asie du Sud : Pakistan (71 %), Inde (68 %) et Bangladesh (52 %). En Afrique, le Nigeria (46 %) et l'Égypte (35 %) affichent également des écarts significatifs entre hommes et femmes en matière de possession d'un compte de mobile money.

Source : Enquête de consommation 2021 de la GSMA, n = 496 à 966 pour les femmes et 469 à 1 131 pour les hommes

Figure 37:

Male and female mobile money account ownership, by country⁷³

Percentage of total adult population



71 Base de données Global Findex : <https://globalfindex.worldbank.org>

72 À l'exclusion du Guatemala et du Mexique

73 Source: GSMA Consumer Survey 2021. Question: Which [mobile money provider], if any, do you have a mobile money account with? Base: All respondents, n=496-966 for women and 469-1,131 for men. Sample: nationally representative.



Bien que des inégalités subsistent, les données historiques de ces pays (issues de la base de données Global Findex 2017 et des enquêtes de consommation de la GSMA des années antérieures) montrent que l'écart entre hommes et femmes en matière de détention d'un compte de mobile money s'est progressivement réduit dans la plupart des pays à mesure que la pénétration globale du mobile money augmentait. Sur les huit pays dans lesquels le taux de pénétration globale des comptes de mobile money est supérieur à quelques pourcents,⁷⁴ tous ont un marché du mobile money en croissance et sept affichent une réduction de l'écart entre hommes et femmes en matière de détention d'un compte de mobile money.⁷⁵ Au Bangladesh par exemple, le taux de détention d'un

compte a presque doublé entre 2018 et 2021 chez les femmes, passant de 11 à 20 %, alors qu'il passait de 26 à 41 % chez les hommes.

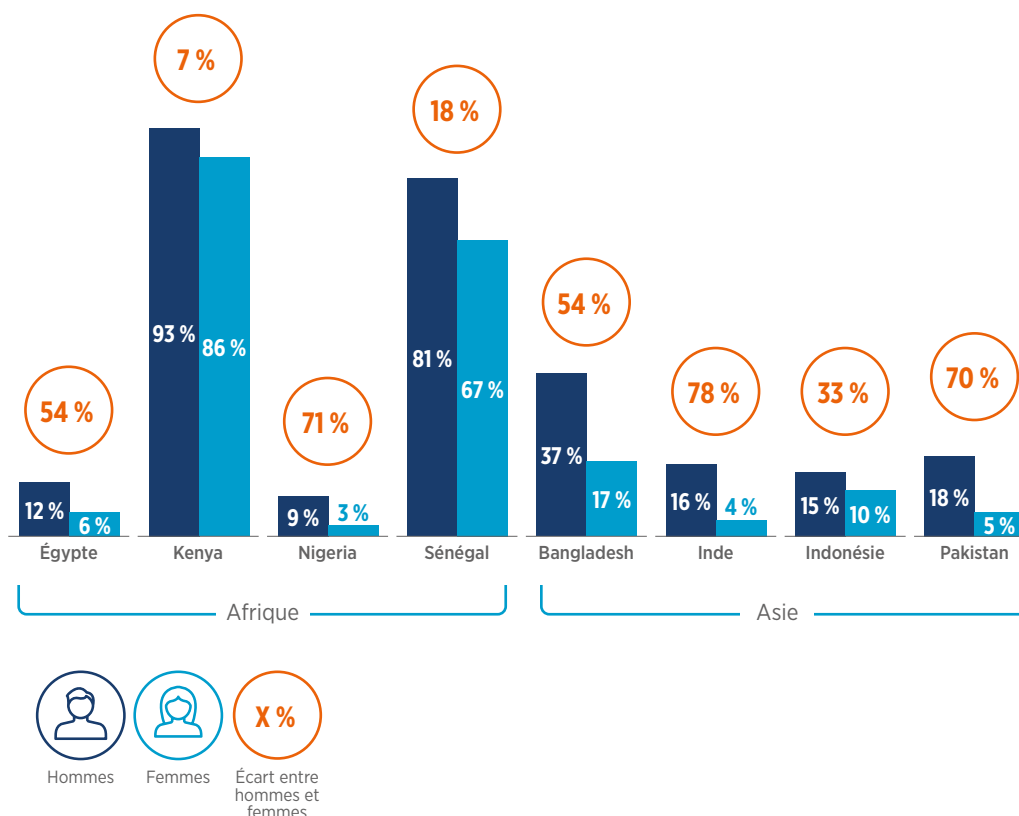
L'écart entre hommes et femmes en matière de détention d'un compte de mobile money a tendance à être plus marqué au sein de certaines catégories de population. Dans la plupart des pays couverts par l'enquête de la GSMA, il est ainsi plus prononcé chez les habitants des zones rurales. La figure 38 montre que les taux de possession d'un compte de mobile money sont nettement plus faibles chez les habitantes des zones rurales dans l'ensemble des pays de l'échantillon,⁷⁶ y compris sur des marchés plus matures comme le Kenya ou le Sénégal.

Source : Enquête de consommation 2021 de la GSMA, n = 496 à 966 pour les femmes et 469 à 1 131 pour les hommes

Figure 38:

Détention d'un compte de mobile money chez les hommes et les femmes des zones rurales, par pays⁷⁷

En pourcentage de la population adulte totale



74 À l'exclusion du Guatemala et du Mexique

75 Dans le dernier pays, le Nigeria, l'écart entre hommes et femmes en matière de détention d'un compte de mobile money est resté relativement stable.

76 À l'exclusion du Guatemala et du Mexique en raison d'une taille d'échantillon insuffisante.

77 Source : Enquête de consommation 2021 de la GSMA. Question : Auprès de quel prestataire de mobile money avez-vous (le cas échéant) un compte de mobile money ? Base : ensemble des personnes interrogées, n=496-966 pour les femmes et 469-1 131 pour les hommes. Échantillon représentatif au niveau national.



Obstacles à la détention d'un compte de mobile money chez les hommes et chez les femmes

Quels sont les principaux obstacles à la détention d'un compte de mobile money par les femmes et comment se comparent-ils à ceux des hommes ? Dans le cadre de l'enquête de consommation 2021 de la GSMA, il a été demandé aux propriétaires de mobile qui connaissaient le mobile money mais ne détenaient pas de compte de mobile money s'il existait des obstacles qui les empêchaient d'en détenir.⁷⁸

Il n'existe pas d'obstacle unique à la détention d'un compte de mobile money, mais plutôt une combinaison de différents obstacles (figure 39).

78 Il s'agit plus précisément des adultes possédant un portable qui connaissent l'existence d'au moins un service de mobile money dans leur pays, mais qui ne détiennent pas de compte de mobile money.

Source : Enquête de consommation 2021 de la GSMA, n = 93 à 252 pour les femmes et 66 à 295 pour les hommes

Figure 39:

Obstacles à la détention d'un compte de mobile money chez les hommes et les femmes propriétaires d'un mobile, par pays⁷⁹

En pourcentage de l'ensemble des propriétaires de mobile qui connaissent au moins un service de mobile money mais ne détiennent pas de compte



⁷⁹ Source : Enquête de consommation 2021 de la GSMA. Question : Vous avez indiqué que vous connaissiez au moins un service [national] de mobile money, mais que vous n'aviez pas de compte de mobile money. Pour chacune des raisons possibles que je vous ai lues, veuillez indiquer si c'est quelque chose qui vous empêche absolument d'avoir un compte de mobile money. Les pourcentages correspondent aux personnes interrogées qui ont répondu « Oui » par rapport au total. Base : tous les adultes équipés d'un téléphone portable qui connaissent au moins un service de mobile money, mais qui n'ont pas de compte de mobile money, n = 93-252 pour les femmes et 66-295 pour les hommes. Note : le Kenya est exclu en raison d'une taille d'échantillon insuffisante.

L'importance de chaque obstacle varie selon les pays et, dans une moindre mesure, entre hommes et femmes au sein d'un même pays. Ce constat fait ressortir la nécessité de prendre en considération le contexte local.

Il existe néanmoins des similitudes entre pays. Quel que soit leur sexe, les principaux obstacles qui empêchent les propriétaires de mobile qui connaissent le mobile money d'ouvrir un compte sont le manque d'intérêt perçu (ex. préférence pour l'argent liquide, autres moyens de transférer de l'argent) et le manque de connaissances ou de compétences (ex. difficultés à utiliser un appareil, faible niveau d'alphabétisation, manque de connaissance de l'utilisation du mobile money). Ces préoccupations figurent parmi les trois obstacles les plus fréquemment mentionnés par les hommes et les femmes dans cinq des huit pays de l'échantillon.⁸⁰

À l'exception des hommes interrogés au Bangladesh, le manque d'intérêt perçu est l'obstacle le plus fréquemment mentionné par les deux sexes dans les huit pays de l'échantillon. En particulier, la préférence pour l'argent liquide est citée comme une raison de ne pas détenir un compte de mobile money par environ la moitié ou plus des hommes et des femmes propriétaires d'un mobile au Guatemala, en Égypte, en Inde, en Indonésie, au Nigeria, au Pakistan et au Sénégal.

Ces données montrent qu'il existe de nombreux obstacles à l'adoption du mobile money, qui s'appliquent aux hommes comme aux femmes. C'est en luttant contre ces obstacles qu'il sera possible d'améliorer l'accès pour tous.

Certains de ces obstacles sont toutefois plus fortement ressentis par les femmes de certains pays. Leur réduction sur ces marchés est donc susceptible de bénéficier plus largement à la clientèle féminine.

Par exemple :

- **Les obstacles liés à la connaissance et aux compétences** ont un impact disproportionné sur les femmes interrogées au Guatemala, en Indonésie et au Nigeria, trois marchés sur lesquels le taux de détention d'un compte est peu élevé. Au Guatemala par exemple, 41 % des femmes propriétaires d'un mobile disent avoir des difficultés à utiliser leur appareil pour expliquer pourquoi elles n'ont pas de compte de mobile money, contre 33 % de leurs homologues masculins.
- **Le coût des frais d'opération** a un impact disproportionné sur les femmes interrogées au Guatemala, en Égypte, en Indonésie et au Sénégal. En Égypte par exemple, 38 % des femmes propriétaires d'un mobile indiquent que les frais d'opération sont l'une des raisons pour lesquelles elles ne détiennent pas de compte, contre 28 % de leurs homologues masculins.
- **Le manque d'accès aux agents** a un impact disproportionné sur les femmes interrogées au Guatemala, en Inde et en Indonésie. En Indonésie par exemple, 34 % des femmes propriétaires d'un mobile disent avoir des difficultés à trouver un agent de mobile money pour expliquer pourquoi elles n'ont pas de compte de mobile money, contre 24 % de leurs homologues masculins.

Un obstacle certes moins important que d'autres, mais qui tend à avoir un impact disproportionné sur les femmes de plusieurs pays, est **l'absence d'autorisation de la famille** pour ouvrir un compte. Les normes sociales et les inégalités structurelles sous-jacentes ont tendance à empêcher davantage les femmes que les hommes d'accéder à la technologie mobile et de l'utiliser.⁸¹ Au Bangladesh, au Guatemala, en Indonésie et au Pakistan, les femmes propriétaires d'un mobile sont plus nombreuses que les hommes à indiquer que l'absence d'autorisation familiale les empêchait d'avoir un compte de mobile money (dans les quatre autres pays, les pourcentages de réponse sont plus similaires entre hommes et femmes). En Indonésie par exemple, 31 % des femmes propriétaires de mobile qui ne détiennent pas de compte indiquent que l'absence d'autorisation de leur famille est un obstacle, contre 17 % de leurs homologues masculins.

80 Le Mexique et le Kenya ont été exclus en raison d'une taille d'échantillon insuffisante.

81 Voir par exemple le rapport du programme GSMA Connect Women : [Bridging the gender gap: Mobile access and usage in low- and middle-income countries](#) et Butler, C. et Shanahan, M. (27 août 2020), « [Does just being a woman reduce the likelihood of using mobile?](#) » sur le blog du programme Mobile for Development de la GSMA



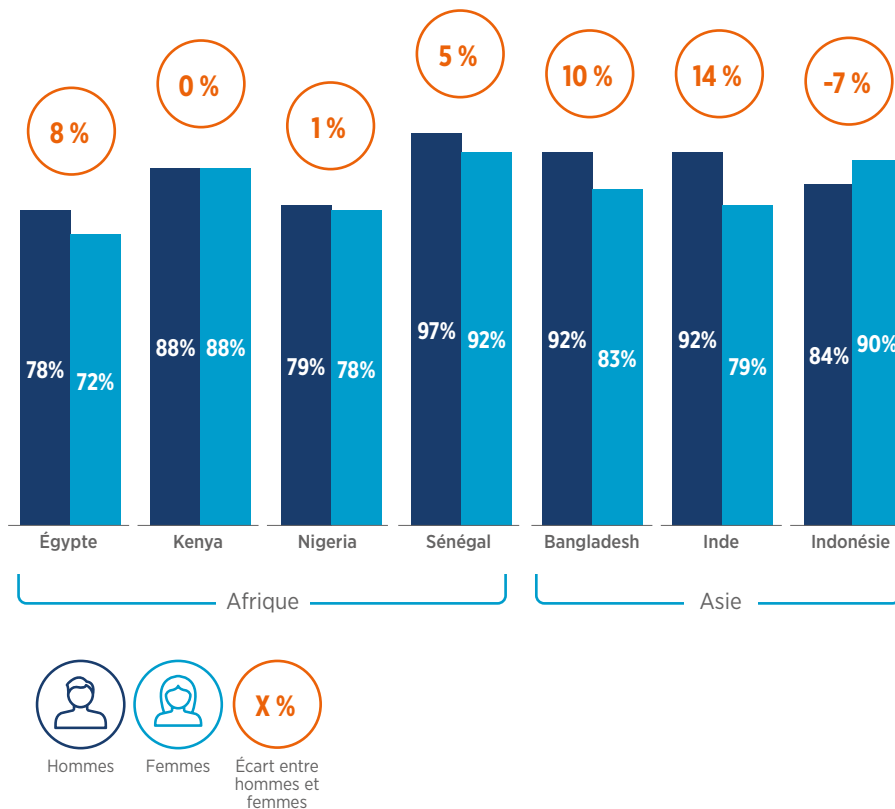
Même lorsque les femmes possèdent un compte de mobile money, elles sont moins susceptibles que les hommes de l'avoir enregistré à leur nom (figure 40). Dans quatre des sept pays de l'échantillon⁸² (Bangladesh, Égypte, Inde et Sénégal), les hommes détenteurs d'un compte de mobile money étaient plus nombreux que les femmes à avoir leur(s) compte(s) enregistré(s) à leur nom. Au Kenya et au Nigeria, il n'y avait pas de différence, et

dans un pays, tandis qu'en Indonésie, les femmes étaient plus nombreuses à avoir leur(s) compte(s) enregistré(s) à leur nom. Des recherches supplémentaires seraient nécessaires pour déterminer si le fait d'avoir un compte enregistré au nom d'une autre personne en limite la confidentialité et la volonté de s'en servir.

Source: 2021 GSMA Consumer Survey, n=35-529 for women and 75-689 for men

Figure 40:

Proportion of male and female mobile money account owners who have their account(s) registered in their own name⁸³



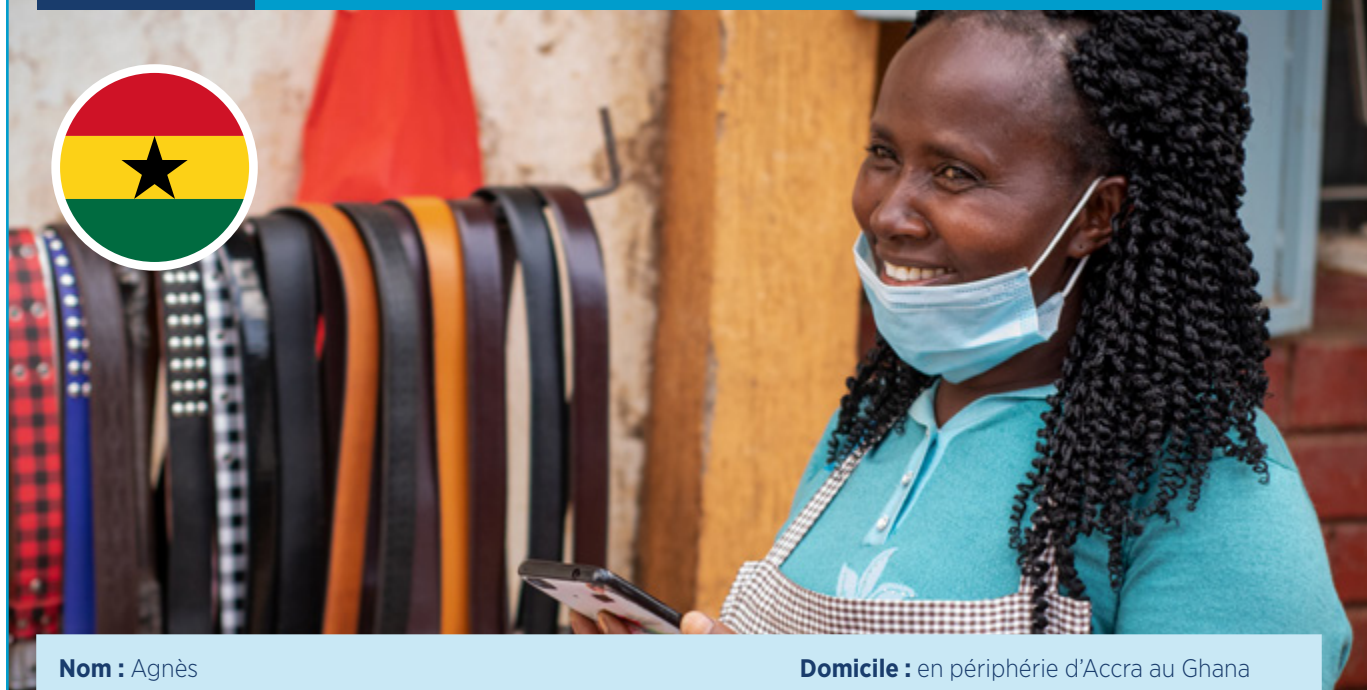
82 Le Pakistan, le Guatemala et le Mexique sont exclus en raison d'une taille d'échantillon insuffisante.

83 Source : Enquête de consommation 2021 de la GSMA. Question : Vous avez indiqué avoir un compte de mobile money auprès des prestataires suivants. Pour chaque prestataire, veuillez m'indiquer si ce compte est enregistré à votre nom ou à celui d'une autre personne ? Base : tous les comptes de mobile money détenus par des personnes interrogées d'âge adulte, n= 35-529 pour les femmes et 75-689 pour les hommes. Échantillon représentatif au niveau national.

Source : étude primaire de la GSMA auprès d'entrepreneurs du Ghana, novembre 2021

Encadré 10

Surmonter les obstacles au mobile money : le parcours d'une entrepreneuse au Ghana



Nom : Agnès

Domicile : en périphérie d'Accra au Ghana

Profession : couturière (possède une boutique/ en ligne)

Type de téléphone : smartphone

Situation familiale : mariée, 2 enfants

Formation : sait lire et écrire, a fait des études

Le parcours d'Agnès vers un usage régulier du mobile money

« Le fait que ce soit quelque chose de nouveau était séduisant ». Agnès a entendu parler pour la première fois du mobile money en 2015. Son frère a fini par lui acheter un téléphone portable et une carte SIM. Elle a ensuite ouvert un compte de mobile money à son nom et a commencé à recevoir régulièrement des versements en 2018 de la part de camarades de classe pour qui elle faisait de la couture. Elle a trouvé que c'était facile à utiliser et lui permettait d'avoir un revenu d'appoint lorsque celui de son mari était irrégulier. Depuis 2019, elle a découvert d'autres cas d'utilisation en naviguant dans le menu USSD de son compte et en discutant avec

ses amis, des membres de sa famille et des agents de mobile money. Aujourd'hui, elle a sa propre entreprise et utilise régulièrement les services suivants : P2P (envoi et réception), épargne, remises/retraits d'espèces, achat d'unités téléphoniques et paiement de factures.

Agnès a également pris conscience de l'intérêt potentiel d'autres services à l'avenir, comme le crédit numérique.

« À l'heure actuelle, je n'achète que les fournitures dont j'ai besoin, mais si je veux commencer à acheter en gros, j'aurais besoin d'un peu plus d'argent et cela me pousserait à emprunter. »

Source : étude primaire de la GSMA auprès d'entrepreneurs du Ghana, novembre 2021

Encadré 10
*(suite)***Surmonter les obstacles au mobile money : le parcours d'une entrepreneuse au Ghana****Quels sont les obstacles qu'elle a surmontés ?**

Agnès est arrivée à surmonter certains obstacles courants à l'ouverture d'un compte de mobile money, en premier lieu celui de la **possession d'un téléphone portable**, après avoir convaincu son frère de lui acheter un mobile et une carte SIM. Cela lui a permis d'enregistrer un compte à son nom. *« Il m'a dit [qu'un compte mobile money] était bien et qu'on pouvait y mettre de l'argent de côté ».*

L'**absence d'intérêt perçu** (p. ex. préférence pour l'argent liquide, autres moyens de paiement) n'était pas un obstacle pour Agnès, qui considère que le mobile money lui est utile parce qu'elle peut s'en servir pour épargner et éviter des dépenses inutiles. *« Parfois, [les clients] me disent qu'ils voudraient me faire [un paiement] en espèces, mais je refuse parce que si j'ai de l'argent sur moi, je vais le dépenser. »* Elle a également compris qu'on pouvait lui envoyer l'argent immédiatement sans délai ou frais de déplacement.

Bien qu'elle ait conscience de l'intérêt du mobile money, elle ressent parfois une certaine **pression sociale** pour s'en servir, déclarant : *« Il faut que j'apprenne parce que... c'est nous qui allons nous en servir, donc si nous ne savons pas comment faire, on pourrait se moquer de nous en disant que c'est un truc qui existe depuis longtemps et qu'on devrait savoir comment s'en servir ».*

La **sûreté et la sécurité** sont un autre obstacle qu'Agnès est arrivée à surmonter. Elle a compris qu'avec le mobile money, on ne pouvait pas lui voler son argent aussi facilement qu'avec des espèces : *« J'ai l'impression que si je laisse traîner de l'argent, quelqu'un pourrait me le voler, mais si je le mets dans mon porte-monnaie MoMo, il est en sécurité ».* Son frère lui a également expliqué que *« personne ne peut te voler ton argent si on ne connaît pas ton code ».*

Le **manque de connaissances et de compétences** (p. ex. difficultés à utiliser un téléphone, faible niveau d'alphabétisation, méconnaissance de l'usage du mobile money) a été moins problématique pour Agnès, car elle a pu se faire aider par son frère pour utiliser le mobile money et épargner, alors qu'au moment de son enregistrement, les conseils de l'agent n'étaient pas clairs. Elle a ensuite acquis la confiance nécessaire pour apprendre à s'en servir plus en profondeur, d'une part parce qu'elle pouvait demander de l'aide à d'autres personnes, mais aussi parce qu'elle pouvait lire le menu USSD, sélectionner différentes options et accéder aux informations et aux instructions par elle-même. Elle a toutefois eu des difficultés au départ pour modifier son code confidentiel qui avait été découvert par quelqu'un, mais elle y est arrivée en explorant les options du menu USSD. *« C'était important [d'utiliser tous les services de mobile money] parce que je veux les utiliser, c'est la raison pour laquelle je me suis enregistrée... Je dois explorer [le menu], de sorte que lorsque quelqu'un me demande de l'aide pour se servir du mobile money, je peux l'aider. »*

L'**absence de pièce d'identité** est un obstacle pour Agnès, car il faut une carte nationale d'identité pour retirer des espèces et bien qu'elle en ait fait la demande, elle ne l'a pas encore reçue. Elle rencontre aussi parfois des problèmes lorsqu'elle essaie d'acheter des marchandises auprès de fournisseurs qui n'acceptent pas les paiements mobiles parce qu'ils ne possèdent pas non plus de carte d'identité et ne peuvent pas retirer l'argent.

Source: GSMA Mobile Money Inclusive Tech Lab, 2021

Encadré 11

Améliorer la sûreté et la sécurité du mobile money pour les femmes grâce à la tokenisation

Plusieurs études ont montré que les soucis de sécurité et de sûreté liés à la téléphonie mobile constituaient un obstacle majeur, souvent ressenti plus fortement par les femmes que par les hommes dans un certain nombre de pays.

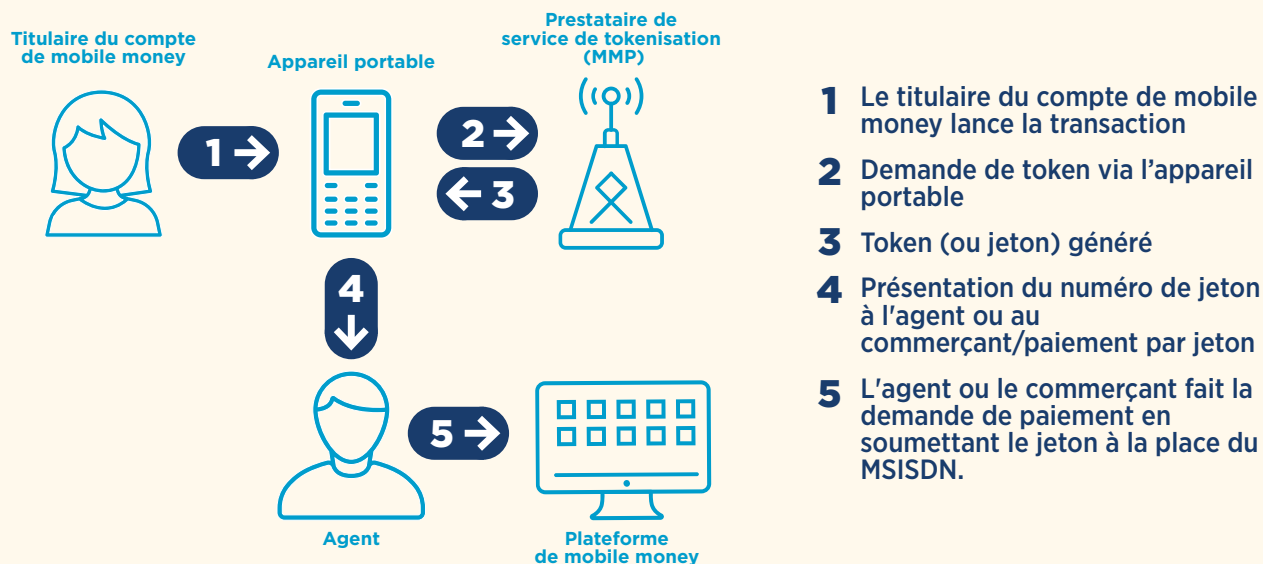
Les problèmes sont très variés et comprennent le harcèlement, le vol, la fraude et les problèmes de sécurité liés aux téléphones portables, qui empêchent les femmes de réellement profiter de leur téléphone ou même de vouloir s'en servir. Les appels téléphoniques et les SMS non sollicités, que certaines femmes reçoivent lorsque leur numéro de téléphone portable est utilisé à mauvais escient par des agents ou dans des points de vente, constituent une préoccupation majeure. Dans les PFRI, le numéro de téléphone des clients est couramment communiqué aux agents ou aux commerçants au moment de l'achat d'unité téléphonique ou d'opérations de mobile money, car il sert également de numéro de compte pour le mobile money.

Il est possible de prévenir certains de ces problèmes au moyen de la tokenisation, un processus qui consiste à remplacer les données sensibles par une chaîne de chiffres unique et qui a été mis en œuvre avec succès dans d'autres secteurs. Dans le cadre du mobile money, le numéro de téléphone représente les coordonnées de contact de l'utilisateur et de son compte de mobile money.

En collaboration avec le programme [Connected Women](#) de la GSMA, MTN Ghana et d'autres partenaires, le [GSMA Inclusive Tech Lab](#) est en train d'élaborer un [système de tokenisation des numéros de téléphone portable](#) pour protéger les coordonnées et l'identité des clients. Les tokens sont émis en temps réel et peuvent être utilisés dans différents contextes, comme par exemple les remises ou retraits d'espèces, les transferts P2P ou les paiements marchands.

Figure 41:

Processus de tokenisation des numéros de téléphone portable



Ce système sera conçu en collaboration avec MTN Ghana, car les jetons générés seront liés au numéro de téléphone de l'utilisateur. Le jeton généré peut être conçu, si nécessaire, pour utiliser le même format que la séquence des numéros de téléphone sur le marché concerné, de sorte qu'il peut facilement remplacer les MSISDN⁸⁴ dans les demandes aux plateformes de mobile money. Le numéro de compte mobile n'est jamais exposé dans le cadre de la tokenisation, il y a donc peu de risques que le jeton puisse être utilisé pour des activités frauduleuses.

La sécurité de la technologie mobile reste un obstacle important, en particulier pour les femmes, et cette innovation a le potentiel d'améliorer leur quotidien en réduisant les craintes associées à l'utilisation de la téléphonie mobile pour leur permettre d'en exploiter tous les avantages, en matière notamment d'accès aux services financiers. Les solutions de cette nature peuvent également améliorer l'acquisition de clients, l'ARPU et les taux de rétention des opérateurs mobiles.

84 Le MSISDN ou Mobile Station International Subscriber Directory Number est le numéro « connu du public » (au format international) de l'utilisateur d'un réseau mobile.

Usage du mobile money

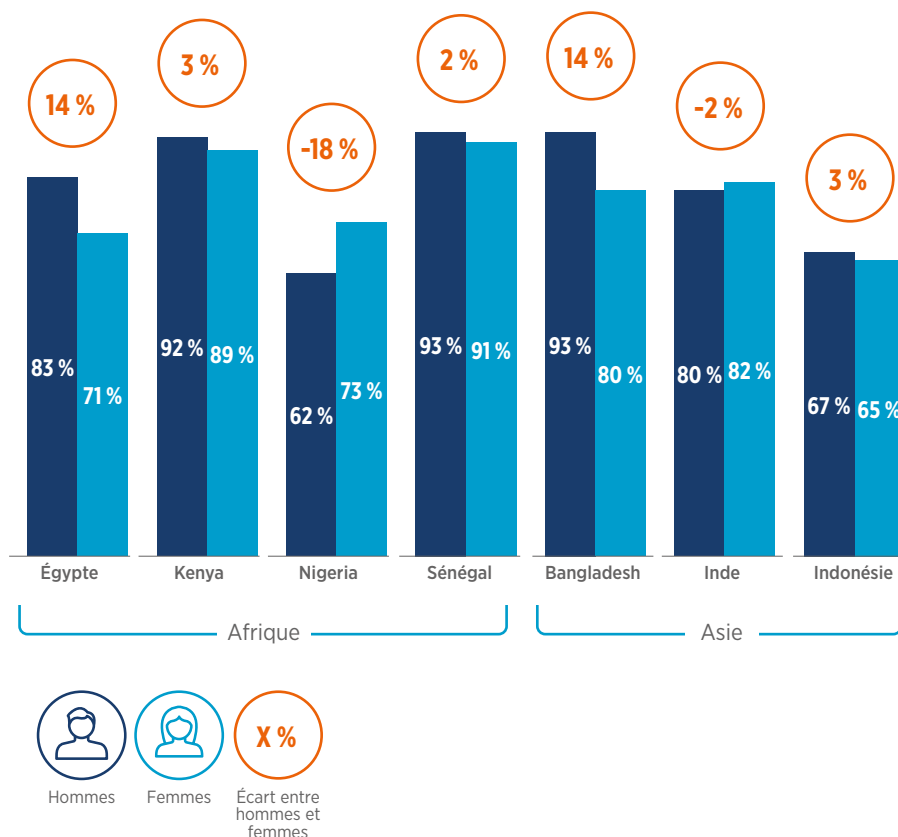
Au-delà de la détention d'un compte, il est également nécessaire d'analyser la fréquence d'utilisation et les modes d'utilisation du mobile money pour évaluer le véritable niveau d'inclusion financière numérique des personnes. C'est la raison pour laquelle l'enquête de consommation 2021 de la GSMA comportait également des questions sur l'usage du mobile money. Il était ainsi demandé aux hommes et aux femmes titulaires d'un compte de mobile money s'ils avaient utilisé leur compte au cours des 30 jours précédents (figure 42). Il était ensuite demandé aux utilisateurs du mobile money (titulaires d'un compte et utilisateurs de services au guichet) s'ils avaient effectué certains types d'opération (cas d'utilisation) au cours de l'année écoulée, comme par exemple envoyer de l'argent à des proches ou payer des achats alimentaires ou vestimentaires au moyen du mobile money (figure 43).

Il est encourageant de constater que lorsque les femmes ont un compte de mobile money, la probabilité qu'elles l'aient utilisé au cours des 30 jours précédents est proche de celle des hommes (Figure 42). Si les taux d'activité sur 30 jours sont plus faibles chez les femmes titulaires d'un compte mobile money que chez leurs homologues masculins au Bangladesh et en Égypte, ils sont similaires au Kenya, en Inde, en Indonésie et au Sénégal, et plus élevés au Nigeria.⁸⁵ Sachant que le taux d'activité sur 30 jours n'est qu'un indicateur parmi d'autres d'un usage régulier du mobile money, des études complémentaires seraient nécessaires pour savoir si les mêmes tendances se retrouvent sur la base d'un usage quotidien ou hebdomadaire.

Source : Enquête de consommation 2021 de la GSMA, n = 33 à 475 pour les femmes et 66 à 463 pour les hommes

Figure 42:

Pourcentage de détenteurs d'un compte de mobile money qui ont utilisé le mobile money au cours des 30 jours précédents, par pays⁸⁶



85 À l'exclusion du Guatemala, du Mexique et du Pakistan en raison d'une taille d'échantillon insuffisante.

86 Source : Enquête de consommation 2021 de la GSMA. Question : Vous avez indiqué avoir un compte de mobile money auprès des prestataires suivants. Pour chaque prestataire, veuillez m'indiquer si ce compte est enregistré à votre nom ou à celui d'une autre personne ? Base : tous les comptes de mobile money détenus par des personnes interrogées d'âge adulte, n= 35-529 pour les femmes et 75-689 pour les hommes. Échantillon représentatif au niveau national.

Malgré ces signes prometteurs, les utilisatrices du mobile money (comprenant les titulaires d'un compte de mobile money et les utilisatrices de services au guichet) s'en servent dans l'ensemble pour un éventail d'activités plus restreint que leurs homologues masculins (figure 43). Ce constat se vérifie même au Kenya, l'un des marchés du mobile money les plus avancés sur lesquels les taux d'activité sur 30 jours sont quasiment identiques entre hommes et femmes. C'est en luttant contre ces disparités et en diversifiant les cas d'utilisation du mobile money chez les femmes qu'il sera possible d'augmenter leur participation économique et sociale et d'améliorer leurs moyens de subsistance et leur résilience face aux chocs financiers, tout en diversifiant les sources de revenus des prestataires de mobile money.

Il existe quelques exceptions intéressantes à cette tendance dans les pays couverts par notre enquête, qui font ressortir des cas d'utilisation pour lesquels l'usage du mobile money par les femmes peut être relativement élevé par rapport aux hommes. Ces cas d'utilisation peuvent constituer un tremplin pour les prestataires de mobile money qui souhaitent développer leur clientèle féminine :

- Bien qu'il ne s'agisse pas dans l'ensemble d'un cas d'utilisateur majeur, un pourcentage équivalent d'hommes et de femmes ont effectué au cours des 12 mois précédents des achats d'articles ménagers au moyen du mobile money dans sept des huit pays de l'enquête.
- Au Pakistan, les utilisatrices du mobile money sont plus susceptibles que leurs homologues masculins d'avoir reçu de l'argent de leurs proches ou du gouvernement

au moyen du mobile money au cours des 12 mois précédents. Elles sont également plus susceptibles d'avoir utilisé le mobile money pour payer des services liés à l'accouchement et à la naissance.

- En Égypte, les utilisatrices du mobile money sont plus susceptibles que leurs homologues masculins d'avoir reçu des paiements de clients au moyen du mobile money au cours des 12 mois précédents (24 % contre 17 %).
- Au Nigéria, les utilisatrices du mobile money sont plus susceptibles que leurs homologues masculins d'avoir envoyé par ce moyen de l'argent à des proches au cours des 12 mois précédents (63 % contre 58 %).

Une autre différence intéressante entre les sexes peut s'observer dans l'envoi et la réception de fonds provenant de proches ou d'amis – qui est de loin le cas d'utilisation le plus courant du mobile money sur ces marchés.⁸⁷ Alors que les utilisatrices du mobile money sont globalement moins susceptibles que leurs homologues masculins d'envoyer ou de recevoir de l'argent, on observe un déséquilibre entre les sexes déjà relevé dans des études antérieures,⁸⁸ selon lequel les femmes sont généralement plus susceptibles de recevoir de l'argent et les hommes plus susceptibles d'en envoyer. Dans les huit pays couverts par l'enquête, les utilisateurs masculins du mobile money sont autant susceptibles d'envoyer de l'argent que d'en recevoir, voire plus susceptibles d'en envoyer. Cependant, dans quatre des huit pays de l'enquête (Bangladesh, Kenya, Pakistan et Sénégal), les femmes sont plus susceptibles de recevoir de l'argent que d'en envoyer.

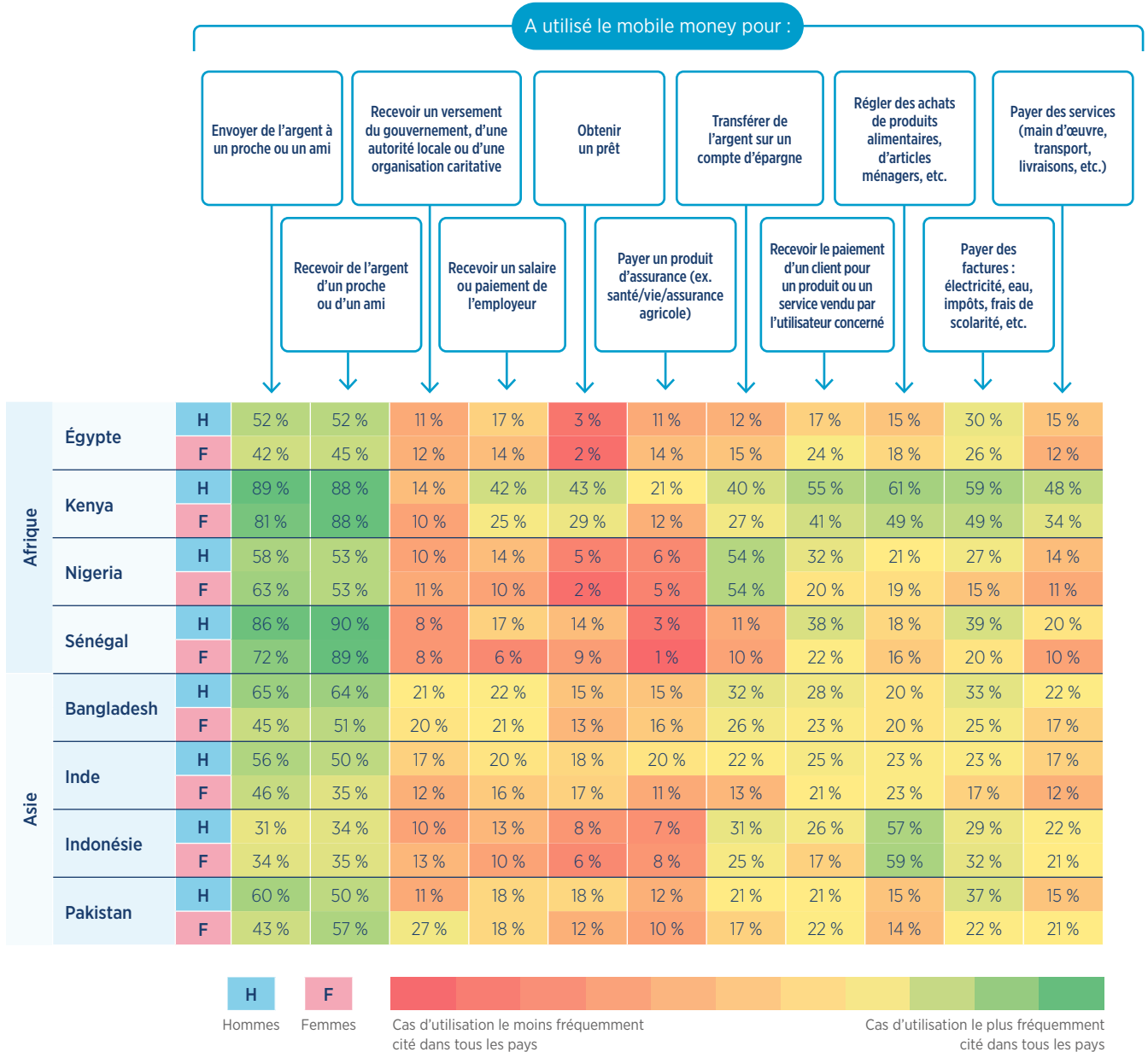
87 L'enquête de consommation 2021 de la GSMA ne prend pas en compte les achats d'unités téléphoniques, qui, selon les Mobile Money Metrics de la GSMA dépassent les transferts P2P en nombre d'opérations, mais sont nettement inférieurs en montant.

88 Voir par exemple GSMA, Visa et Bankable Frontier Associates (2013), [Unlocking the Potential: Women and Mobile Financial Services in Emerging Markets](#)

Source : Enquête de consommation 2021 de la GSMA, n = 47 à 497 pour les femmes et 101 à 481 pour les hommes

Figure 43:

Pourcentage d'utilisateurs du mobile money qui ont effectué les cas d'utilisation cités au cours de l'année écoulée, par pays et par sexe⁸⁹



⁸⁹ Source : Enquête de consommation 2021 de la GSMA. Question : Au cours des 12 derniers mois, quelles sont les raisons pour lesquelles vous avez utilisé le mobile money (le cas échéant) ? Base : tous les détenteurs d'un compte de mobile money et utilisateurs de services au guichet (OTC), n=47-497 pour les femmes et 101-481 pour les hommes. Le Mexique et le Guatemala ont été exclus en raison d'une taille d'échantillon insuffisante. Échantillon représentatif au niveau national.



Perspectives d'avenir

Il est indispensable pour les parties prenantes d'avoir une meilleure compréhension des disparités entre hommes et femmes dans le parcours client du mobile money afin de s'assurer que le niveau d'accès et d'utilisation des femmes soit comparable à celui des hommes. L'élimination des écarts persistants entre hommes et femmes en matière de possession d'un mobile est une condition préalable essentielle à l'adoption du mobile money par les femmes. Il est également crucial de s'attaquer aux obstacles qui ont trait au manque d'intérêt perçu, aux compétences numériques et aux normes sociales, car ces obstacles sont susceptibles d'empêcher davantage les femmes que les hommes d'avoir un compte et de profiter pleinement des

avantages du mobile money. Il est également important de tenir compte du contexte national et local.

Si des progrès ont été réalisés, il reste encore beaucoup à faire pour lutter contre les inégalités entre hommes et femmes en matière de mobile money dans les PRFI. Une action concertée est nécessaire de la part des responsables politiques, des acteurs du secteur privé, des donateurs et des autres parties prenantes pour tirer les leçons des réussites, s'attaquer au problème et veiller à ce que les disparités actuelles entre hommes et femmes ne s'aggravent pas, dans le contexte notamment de la pandémie de COVID-19.



Le mobile money au service du développement



Le mobile money au service du développement

La GSMA est convaincue que le mobile money peut être le catalyseur de nombreux autres services, notamment ceux qui permettent d'accéder à des services essentiels, de soutenir les moyens de subsistance des petits exploitants agricoles et d'apporter une aide financière rapide à des populations nombreuses et dispersées lors de crises humanitaires. Pour les prestataires de mobile money, ces cas d'utilisation représentent des opportunités précieuses de diversification qui sont déjà exploitées par bon nombre d'entre eux. La plupart des programmes Mobile for Development de la GSMA intègrent naturellement le mobile money à leur travail et à leurs solutions. Voici trois exemples de programmes Mobile for Development de la GSMA dans lesquels le mobile money est susceptible de jouer un rôle transformateur.



Aide humanitaire

Le mobile money dans les contextes humanitaires

Le mobile money peut jouer un rôle crucial dans la fourniture de services essentiels aux personnes touchées par des crises, au titre notamment des transferts monétaires à des fins humanitaires.

Le défi : en 2021, 235 millions de personnes ont eu besoin d'une aide humanitaire, ce qui représente une augmentation de 40 % par rapport à la période pré-pandémie.⁹⁰ Il est prévu que ce chiffre atteigne 274 millions en 2022,⁹¹ car les populations continuent de souffrir des répercussions de différentes crises, y compris des effets prolongés de la pandémie de COVID-19.

L'opportunité : au cours de la décennie écoulée, le secteur humanitaire a fortement accru l'aide distribuée sous forme monétaire aux victimes de crise. En 2020, les transferts monétaires (ou « CVA », de l'anglais Cash and Voucher Assistance : aide en espèces ou en bons d'achat) représentaient 19 % de l'aide humanitaire mondiale,⁹² contre seulement 11 % en 2016.⁹³ Par rapport à l'aide en nature, l'aide monétaire peut être distribuée

plus rapidement, elle offre davantage de choix et de dignité aux bénéficiaires et permet également de soutenir les marchés locaux.⁹⁴ Ces dernières années, le secteur a commencé à recourir à des systèmes de paiement numérisés, comme par exemple les cartes de retrait ou les paiements mobiles, à la place des distributions d'espèces. Ces canaux numériques permettent souvent d'améliorer la transparence et l'efficacité des mécanismes de distribution pour les acteurs humanitaires et les bailleurs de fonds. Ils constituent également une option plus sûre et plus accessible qui peut ouvrir la voie à l'inclusion financière pour les bénéficiaires.

Les acteurs humanitaires s'associent de plus en plus souvent à des prestataires de services financiers pour la distribution de l'aide monétaire, dont notamment des prestataires de mobile money. Il existe aujourd'hui des services de mobile money en activité dans 36 des 44 pays qui bénéficient de plans de réponse humanitaire des Nations Unies pour 2022.⁹⁵

90 OCHA (2020), [Aperçu humanitaire mondial 2021](#)

91 OCHA (2021), [Aperçu humanitaire mondial 2022](#)

92 Development Initiatives (2021), [Global Humanitarian Assistance Report 2021](#)

93 CALP Network, [La situation mondiale des transferts monétaires en 2020](#)

94 Comité permanent inter-agences (IASC) de l'OCHA (n.d.), « [Increase the Use and Coordination of Cash Based Programming](#) »

95 D'après le Mobile Money Metrics Deployment Tracker de la GSMA et l'OCHA (2021), [Aperçu humanitaire mondial 2022](#)

Retour sur les dix dernières années

La numérisation des transferts monétaires

L'omniprésence et l'ampleur des réseaux mobiles dans le monde, combinées à la croissance des services de mobile money, ont fait des ORM un partenaire incontournable pour les organisations humanitaires. Il existe toutefois toujours des obstacles importants à une distribution efficace des transferts monétaires au moyen du mobile

money, dont notamment les exigences de justificatif d'identité pour accéder aux services mobiles, les difficultés de gestion des réseaux d'agents, la faible connectivité, le manque de culture numérique et les difficultés d'accès à une électricité fiable pour recharger les téléphones.

Encadré 12

Les programmes de transferts monétaires humanitaires des Nations unies qui utilisent le mobile money



Programmes d'aide monétaire du PAM (programme alimentaire mondial)

En 2020, le PAM a distribué 2,1 milliards de dollars de transferts monétaires aux bénéficiaires de 67 pays, dont 25 au moyen du mobile money.⁹⁶



Programmes de paiements numériques du HCR

Le HCR, l'Agence des Nations Unies pour les réfugiés, a distribué 700 millions de dollars de transferts monétaires à 8,5 millions de bénéficiaires dans 100 pays en 2020. L'agence a mis en place des programmes de paiements numériques dans 47 de ces pays, dont 15 qui utilisent le mobile money. Au [Niger](#), les réfugiés maliens du camp de Tabareybarey reçoivent des transferts monétaires au moyen du mobile money, tandis qu'au [Cameroun](#), les réfugiés urbains reçoivent des transferts monétaires ponctuels par le biais de MTN Mobile Money. Au Burundi, les réfugiés revenus dans leur pays reçoivent une aide monétaire par le biais du service de mobile money de Lumitel.

Le rôle de la GSMA

Soutenir la numérisation inclusive des transferts monétaires et l'inclusion financière grâce au mobile money

Le programme Mobile for Humanitarian Innovation (M4H) de la GSMA, qui bénéficie du soutien financier du Foreign, Commonwealth & Development Office (FCDO) du Royaume-Uni, travaille depuis 2018 avec des partenaires humanitaires et des ORM sur des initiatives de numérisation des transferts monétaires. Le programme M4H aide les organisations partenaires à mettre en place des programmes de transferts monétaires humanitaires, comme par exemple le [projet Voice-ID au Somaliland](#) avec CARE et Telesom, dans le cadre duquel M4H a soutenu un projet pilote d'identification vocale mobile pour vérifier l'identité de 2000 ménages recevant des transferts monétaires. L'équipe M4H a également travaillé avec Alight et MTN au Rwanda pour [former 800 agents de mobile money](#) afin de mieux servir les communautés marginalisées, particulièrement les réfugiés, en matière de transferts monétaires. Une initiative similaire est en cours de déploiement en Ouganda.

Le programme M4H a publié plusieurs études pour faciliter la mise en place de transferts monétaires utilisant le mobile money, dont notamment [Transferts monétaires humanitaires mobiles : parcours d'utilisateurs au Burundi](#) qui documente l'expérience d'utilisateurs des communautés marginalisées qui reçoivent une aide monétaire au Burundi, [La vie numérique des réfugiés](#) qui analyse l'accès à la téléphonie mobile, y compris le mobile money, dans trois contextes de déplacement et la [Boîte à outils d'évaluation des besoins et de l'usage de la connectivité dans les contextes humanitaires](#) (CoNUA en anglais pour [Connectivity Needs and Usage Assessment \(CoNUA\) Toolkit](#)), qui aide les intervenants à collecter eux-mêmes les données nécessaires sur la connectivité.

L'équipe a également développé une série de ressources d'orientation et de formation, dont la plus récente est une [formation en ligne](#) basée sur les guides M4H⁹⁷ qui guide les professionnels du secteur humanitaire et les ORM à travers les étapes de l'opérationnalisation des transferts monétaires utilisant le mobile money.

96 Programme alimentaire mondial (2021), « [12 things you did not know about WFP](#) »

97 GSMA (2019), [Les transferts monétaires mobiles: Considérations de base pour les professionnels du secteur humanitaire](#) et [Guide pratique pour les prestataires de paiements mobiles](#)

Perspectives pour les dix prochaines années

Il est peu probable que le nombre de personnes ayant besoin d'une aide humanitaire diminue au cours de la prochaine décennie. Les répercussions durables de la pandémie de COVID-19 et les changements climatiques sont deux sources de besoins humanitaires. Les changements climatiques augmentent la fréquence et la gravité des catastrophes météorologiques, accroissent les déplacements, perturbent la production alimentaire et ont un impact disproportionné sur les personnes en situation de fragilité.⁹⁸ Les organisations humanitaires associeront probablement des transferts monétaires à leurs interventions et à leurs programmes pour améliorer la résilience des communautés en crise⁹⁹ et l'efficacité des réponses d'urgence, qui sont des objectifs clés pour les acteurs humanitaires, les donateurs et les gouvernements. C'est avec cet objectif de résilience à l'esprit que de nombreuses organisations humanitaires s'efforcent d'associer leurs programmes de transferts monétaires à des initiatives à plus long terme, comme par exemple l'inclusion financière.^{100,101}

Dans de nombreux contextes humanitaires, la numérisation des transferts monétaires au moyen du mobile money a prouvé qu'elle pouvait favoriser l'inclusion financière. Une étude de la GSMA réalisée dans le camp de réfugiés de Bidi Bidi dans le nord de l'Ouganda et le camp de Kiziba dans l'est du Rwanda¹⁰² a ainsi fait ressortir les retombées positives des services de mobile money au sein des communautés de réfugiés, tandis qu'une analyse des transferts monétaires réalisée par la GSMA et Mercy Corps¹⁰³ montre que le mobile money pourrait jouer un rôle encore plus important dans les contextes humanitaires.

La GSMA a la volonté de poursuivre sa collaboration avec le secteur humanitaire et le secteur de la téléphonie mobile pour promouvoir l'inclusion numérique et financière de ceux qui en ont le plus besoin..

98 GSMA (2021), [The Climate Crisis : Mobile enabled solutions in humanitarian emergencies](#)

99 « La résilience désigne la capacité des individus, des ménages, des communautés, des institutions et des systèmes nationaux à prévenir et à absorber les chocs, et à s'en remettre, en continuant à fonctionner et à s'adapter de manière à soutenir les perspectives à long terme de développement durable, de paix et de sécurité et de réalisation des droits humains ». Source : HCR (1er mars 2017), [Résilience et autonomie sous l'angle de la protection et des solutions](#)

100 « L'inclusion financière définit la possibilité pour les individus et les entreprises d'accéder à moindre coût à toute une gamme de produits et de services financiers utiles et adaptés à leurs besoins (transactions, paiements, épargne, crédit et assurance) proposés par des prestataires fiables et responsables ». Source : Groupe de la Banque mondiale (n.d.), [Inclusion financière : Vue d'ensemble](#)

101 Kuewor, R. (3 août 2021), « [Why financial inclusion is key to integrating and empowering refugees](#) », Forum économique mondial

102 GSMA (2019), [La vie numérique des réfugiés : Comment les populations déplacées utilisent les téléphones portables et quels sont leurs défis](#)

103 Warmington, M. et Casswell, J. (11 novembre 2021), « [Pathways from CVA to long term financial inclusion: A framework for success](#) », CALP Network

Source: interview with Mon Cash executives

Encadré 13

Améliorer la résilience financière dans les situations de crise à Haïti



Crises en Haïti : La population haïtienne a été confrontée à une série de crises ces dernières années. Le pays a été gravement touché par des catastrophes naturelles, notamment des tremblements de terre et des ouragans de différentes magnitudes, ainsi que par des troubles sociaux et des manifestations qui découlent, dans une certaine mesure, des mauvaises conditions de vie et du manque d'infrastructures.

Mon Cash Haiti fait partie de la division mobile money de Digicel, un ORM mondial présent dans les Caraïbes, en Amérique centrale et dans le Pacifique Sud. Sa vision est d'améliorer l'inclusion financière numérique pour tous les Haïtiens, y compris les populations non bancarisées et sous-bancarisées.

Impact commercial et atténuation des crises : Mon Cash a été affecté de différentes manières par les crises en Haïti, à la fois directement et indirectement. Certains impacts ont été ressentis immédiatement tandis que d'autres ont été plus progressifs, touchant aux aspects suivants :

Service client : accès réduit au mobile money lorsque les agents et les commerçants ont été obligés d'interrompre leur activité, ce qui se traduit par une absence ou un nombre limité de points de service pour les opérations de dépôt et de retrait d'espèces.

Expérience client : les clients ont été obligés d'attendre la réouverture des points de vente pour être servis.

Transactions : les volumes d'opérations réalisées chez les agents sont en baisse, notamment les opérations de dépôt et de retrait d'espèces en raison des fermetures.

Intervenants extérieurs : les intervenants extérieurs tels que les banques ou les agents ne sont pas en mesure d'exercer leur activité ou ne peuvent le faire que de manière limitée.

Infrastructures commerciales : des actifs ont été détruits (points de vente, véhicules, pylônes) ou vandalisés (fibres coupées).

Personnel : certains employés sont limités dans leur capacité à se déplacer pour travailler et assister les clients, notamment en cas de confinement national imposant le travail à distance.

Le maintien de l'activité en situation de crise est souvent coûteux et risqué, par exemple pour relocaliser le personnel et les activités, investir dans des assurances et embaucher du personnel de sécurité en période de troubles sociaux. Mon Cash s'est efforcé d'atténuer l'impact des crises et de poursuivre son activité de mobile money en positionnant stratégiquement ses équipes, en faisant attention à la résilience des bâtiments et des infrastructures, en renforçant la sécurité pour protéger les locaux et le personnel, en augmentant les communications de l'entreprise et en faisant des efforts supplémentaires après les crises pour assurer la pérennité de son activité.

Impact des crises sur les clients : tant que les opérations de mobile money n'ont pas repris, les clients n'ont pas la possibilité de faire librement des opérations et de transférer de l'argent à leurs proches qui ont besoin d'un soutien financier. Cette situation a eu un impact particulier sur les femmes, qui ont tendance à souffrir davantage en période de crise. Après chaque crise, Mon Cash a observé une augmentation du nombre de clients de mobile money récemment enregistrés qui reçoivent des « fonds de dépannage » de la part de membres de leur famille. Le prestataire a également noté une préférence des clients pour les opérations numériques par rapport à l'argent liquide ou à d'autres options à leur disposition.

Cette tendance est devenue évidente lors de la pandémie de COVID-19, pendant laquelle Mon Cash a encouragé ses clients à utiliser plus régulièrement le mobile money pour effectuer des transferts d'argent (P2P), profitant de cette occasion de le mettre en avant comme un instrument financier efficace en période de crise.



Accès aux services essentiels

Les services essentiels reposant sur le mobile money dans les PRFI

Au cours de la dernière décennie, des progrès remarquables ont été réalisés en matière d'accès universel à l'eau potable et à l'assainissement (ODD 6) et à une énergie propre et abordable (ODD 7). Ces progrès permettront aux villes des PRFI de mieux relever les défis posés par la croissance démographique, les changements climatiques et les inégalités. À l'échelon mondial, le pourcentage de la population utilisant des services d'eau gérés en toute sécurité est passée de 66 % en 2010 à 74 % en 2020.¹⁰⁴ tandis que le taux d'électrification mondiale est passé de 83 % à 90 % au cours de la même période.¹⁰⁵

Le défi : malgré ces progrès, un citoyen sur trois (ce qui représente plus de 1,2 milliard de personnes) n'a toujours pas accès aux services urbains de base (logement, transport, eau, assainissement et énergie de bonne qualité).¹⁰⁶ Un quart de la population mondiale n'a pas accès à des services d'eau gérés en toute sécurité, 3,6 milliards de personnes n'ont pas accès à des services d'assainissement gérés en toute sécurité¹⁰⁷ et plus de 770 millions n'ont pas de source d'énergie fiable. La nature, la qualité et l'accessibilité de ces services de première

nécessité ont une influence importante sur l'égalité des revenus, la santé publique, la connectivité, le changement climatique, l'éducation et l'égalité des sexes - certains des déterminants les plus importants des villes et des communautés productives, vivables et résilientes.

L'opportunité : l'expansion des services de mobile money a permis aux prestataires de services essentiels de relever ce défi pour offrir aux populations à faibles revenus des services abordables et fiables à grande échelle. Les paiements numériques, parfois associés à d'autres innovations numériques telles que la connectivité « machine à machine » (M2M) ou les compteurs intelligents, continueront de jouer un rôle central dans les services de première nécessité au cours de décennie à venir. L'élargissement de l'accès à ces services s'accompagnera d'une demande correspondante de moyens de paiement performants. Les paiements numériques instantanés sont au cœur de bon nombre des modèles commerciaux en plein essor dans le secteur des services aux collectivités, tels que les paiements à la carte et les plateformes numériques..

104 OMS/UNICEF (2021), [Progress on Household Drinking Water, Sanitation and Hygiene: 2000-2020](#)

105 SE4ALL (2021), [Tracking SDG 7: The Energy Progress Report 2021](#)

106 Mahendra, A. et al. (2021), [Seven Transformations for More Equitable and Sustainable Cities](#), World Resources Institute

107 OMS/UNICEF (2021), [Progress on Household Drinking Water, Sanitation and Hygiene: 2000-2020](#)

Retour sur les dix dernières années

Les paiements mobiles ont joué un rôle significatif ces dernières années dans la diffusion de services de première nécessité au sein des PRFI, en faveur à la fois des prestataires de ces services, des utilisateurs finaux et des prestataires de mobile money.

La numérisation des paiements a permis de réduire les coûts d'exploitation

Les paiements mobiles ont permis de réduire les coûts d'exploitation de l'ensemble des prestataires de services essentiels tout en facilitant les opérations de paiement des clients. Selon une étude GSMA-CGAP de 2019, les paiements numériques ont réduit les coûts d'encaissement de 57 % à 95 % pour entreprises de distribution d'eau et d'assainissement.¹⁰⁸ Dans un secteur connu pour la faiblesse de ses marges bénéficiaires, ces économies sont cruciales.

La numérisation des paiements améliore la transparence et la responsabilisation

Un autre avantage des paiements mobiles est le suivi et la transparence des enregistrements numériques. Pour obtenir des financements d'impact, il est important de pouvoir montrer aux investisseurs l'impact des paiements numériques sur la base de données factuelles. Le [programme togolais de subventionnement de l'énergie solaire hors réseau](#) ou le [programme rwandais de financement basé sur les résultats \(RBF\)](#) n'auraient pas existé sans cette technologie.

La numérisation des paiements favorise l'émergence de nouveaux modèles commerciaux qui permettent de toucher davantage de clients

Les paiements mobiles ont favorisé le développement de services décentralisés. C'est notamment le cas dans les pays d'Afrique qui connaissent une expansion rapide des systèmes solaires domestiques (SSD) à usage prépayé (ou « PAYG » de l'anglais pay as you go). Cette croissance rapide et l'afflux de capitaux qui l'a accompagnée ont fait de ces systèmes une industrie mondiale qui fournit de l'électricité propre et abordable à près de 27 millions

de personnes.¹⁰⁹ Les paiements numériques offrent une solution de paiement à distance flexible et sécurisée pour des millions de clients non bancarisés, non seulement pour les systèmes solaires PAYG, mais aussi dans le domaine des mini-réseaux avec des solutions de compteurs intelligents à prépaiement de la consommation.¹¹⁰ De nombreuses sociétés PAYG et d'autres acteurs du marché ont commencé à s'appuyer sur le financement des actifs pour offrir de nouveaux produits aux consommateurs, dont notamment des smartphones PAYG.

Les services de première nécessité se sont révélés un « point d'accroche » efficace pour l'acquisition de nouveaux clients mobiles et leur fidélisation

Les résultats d'une étude multi-pays de la GSMA sur la valeur des services PAYG pour les ORM montrent que près d'un cinquième des clients activent ou réactivent un compte de mobile money quand ils souscrivent à des services énergétiques PAYG hors réseau. Ils montrent également que les clients PAYG font davantage d'opérations, et des opérations plus diverses, que la clientèle habituelle des ORM.¹¹¹ L'étude fait également ressortir l'intérêt des partenariats avec les prestataires de services pour les ORM, car ils contribuent à asseoir la confiance des consommateurs à l'égard du mobile money et à ouvrir l'accès à un éventail plus large de services financiers.

L'intégration avec les plateformes de mobile money s'améliore

Malgré la reconnaissance croissante de l'intérêt des services collectifs pour la pénétration du mobile money, l'intégration des paiements avec les ORM reste parfois difficile dans certains contextes.¹¹² À mesure que le secteur du mobile money s'efforce de faire la transition vers une approche de [plateforme axée sur les paiements](#)¹¹³ et de connecter les consommateurs à des services tiers dans différents secteurs d'activité, il sera crucial de faciliter l'entrée et les intégrations.

108 CGAP (2019), [Testing the Waters: Digital payments for Water and Sanitation](#)

109 Boarst, R. et al. (2021), « [How a New set of Metrics is Poised to Transform PAYGo Solar](#) », blog du CGAP

110 Kibala Bauer, G. (2019), « [Mini-grids, macro impact?](#) », blog du programme Mobile for Development de la GSMA

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

112 Kibala Bauer, G. et Kore, L. (2019), « [Mobile money transaction fees and utility bill payments in emerging markets](#) », blog du programme Mobile for Development de la GSMA

113 Naghavi, N. (2019), « [Payments as a platform: The Future of mobile money](#) », blog du programme Mobile for Development de la GSMA

Le rôle de la GSMA

Depuis 2013, le programme GSMA Digital Utilities, financé par le Foreign & Commonwealth & Development Office (FCDO) du Royaume-Uni, Scaling Off-Grid Energy (USAID), et soutenu par la GSMA et ses membres, a permis d'élargir l'accès à des services de première nécessité dans les PRFI en s'appuyant sur des solutions numériques et des partenariats innovants. Grâce au Fonds d'innovation « Digital Utilities », le programme a catalysé certaines des innovations les plus remarquables du secteur pour faciliter l'accès à des services de première nécessité.¹¹⁴ En trois phases, le Fonds d'innovation a financé 50 organisations pour un montant total de 9,4 millions de livres sterling, qui bénéficient directement à plus de 6,5 millions de personnes. Au total, ces 50 organisations ont levé plus de 309 millions de livres sterling en financement complémentaire après avoir reçu le soutien du Fonds.

Le programme a soutenu certaines des premières entreprises de SSD à usage prépayé : Fenix, Mobisol (toutes deux opérant désormais sous le nom d'ENGIE Energy Access), M-KOPA et PEG, des entreprises pionnières dans un secteur en plein développement qui a permis à des millions de personnes d'accéder à l'énergie. Les leçons tirées de cette expérience ont depuis été appliquées à d'autres secteurs, notamment l'eau et l'assainissement, ainsi qu'à de nouveaux cas d'utilisation de l'énergie, comme par exemple les mini-réseaux, la cuisine propre et l'irrigation solaire. Le fonds a ainsi soutenu des entreprises comme Citytaps,¹¹⁵ une start-up qui fournit des solutions de compteurs intelligents à prépaiement pour la distribution d'eau dans plusieurs pays d'Afrique, ou KOPAGAS¹¹⁶ (maintenant Circle GAS), un fournisseur de systèmes de cuisson propre PAYG qui a été racheté par un consortium comprenant Safaricom dans le cadre d'une opération considérée comme le principal

investissement privé jamais réalisé dans le secteur des technologies de cuisson propre.

Pour faciliter l'entrée sur le marché et l'intégration des prestataires de services avec les prestataires de mobile money, le programme Digital Utilities a soutenu le développement du Hub IPN, une plateforme de notification instantanée des paiements. Le Hub IPN fournit un point d'intégration unique entre les prestataires de mobile money et le secteur en pleine croissance des services à usage prépayé. En plus de permettre aux petits prestataires de services PAYG de s'intégrer facilement aux prestataires de mobile money, cette plateforme leur fournit également des notifications de paiement instantanées, qui sont essentielles pour servir les clients en temps réel. Le Hub IPN a traité des notifications pour plus de 4,7 millions d'opérations de paiement uniques. La GSMA a transféré le Hub IPN à Beyonic Inc. (désormais MFS Africa) et se réjouit de soutenir son développement futur.¹¹⁷

Le programme Digital Utilities a également facilité 48 partenariats entre des ORM et des prestataires de services de première nécessité. Le programme s'appuiera sur les enseignements et les réalisations de ces partenariats pour soutenir la résilience urbaine dans les PRFI en matière d'accès aux services essentiels, notamment l'énergie, l'eau, l'assainissement, le transport et la gestion des déchets. L'accent sera mis sur la facilitation des partenariats entre les innovateurs, les ORM et les prestataires de services de première nécessité, en veillant à promouvoir l'usage des paiements numériques dans l'ensemble du secteur des services aux collectivités.

114 GSMA (2019), [Mobile for Development Utilities Innovation Fund : Grantee Portfolio](#)

115 GSMA (2020), [CityTaps: Delivering safe water to the urban poor through prepaid smart metering and mobile money](#)

116 GSMA (2020), « [Circle Gas has acquired clean cooking PAYG technology and are launching in Kenya](#) », blog du programme Mobile for Development de la GSMA

117 GSMA (2020), [The GSMA Instant Payment Notification \(IPN\) Hub : Impact and insights from inception to industry transition](#)

Perspectives pour les dix prochaines années

Les tendances qui influencent le secteur à l'heure actuelle devraient s'accélérer au cours de la prochaine décennie pour transformer les liens entre les services mobiles et les services aux collectivités. La pénétration des smartphones est par exemple en train d'augmenter rapidement dans les PRFI : d'ici 2025, elle devrait atteindre 64 % en Afrique subsaharienne et 83 % dans la région Asie-Pacifique.¹¹⁸ Pour le secteur des services aux collectivités, le développement de la pénétration des smartphones et de l'internet mobile permettra d'offrir des services plus sophistiqués et plus personnalisés aux consommateurs. Pour le secteur du mobile money, cette évolution entraînera une concurrence accrue de la part de prestataires de paiement extérieurs, mais les partenariats avec les prestataires de services essentiels permettront également de promouvoir les services de mobile money des ORM en tant qu'infrastructure critique.

En parallèle, l'utilisation des données de masse et de l'intelligence artificielle (IA) va se généraliser dans le secteur de la téléphonie mobile et des services aux collectivités.¹¹⁹ Les transactions de mobile money se transformeront en source de données et seront combinées et complétées par les données des prestataires de services en vue d'obtenir de nouvelles informations, ce qui permettra aux prestataires de services d'innover et de planifier plus efficacement leur offre future, tout en ayant également un impact positif sur le parcours utilisateur et l'expérience client des services de première nécessité.

L'urbanisation et les changements climatiques mettent les paiements numériques au cœur des services publics centralisés

L'urbanisation rapide des PRFI se traduira par une demande croissante de services publics centralisés (réseaux), en matière notamment d'eau et d'énergie. Sur les marchés dotés d'un écosystème de mobile money développé, de nombreux prestataires de services aux collectivités sont déjà en train d'abandonner les paiements en espèces et cette tendance est vouée à s'accélérer au cours des dix prochaines années. Ces entreprises devront fonctionner de manière plus efficace et plus intelligente, en utilisant des compteurs intelligents et des solutions de paiement numérique pour améliorer les encaissements, l'expérience client et la prise de décision fondée sur les données.¹²⁰

Les services essentiels décentralisés prospèrent grâce aux paiements numériques

Les services décentralisés (hors réseau) ont connu une forte croissance au cours de la décennie écoulée et tout indique que cette tendance va se poursuivre. Dans le secteur de l'énergie, le modèle PAYG devrait arriver à maturité et s'étendre à davantage de pays et de produits. Les smartphones à paiement fractionné associés à un kit solaire constituent une offre en plein essor qui pourrait stimuler l'usage de l'internet mobile dans les dix prochaines années. Dans le secteur de l'eau et de l'assainissement, les kiosques d'eau et autres services décentralisés devraient continuer à se développer, car les services formels risquent de ne pas être en mesure de répondre à la demande. De nouveaux types de services décentralisés devraient émerger en complément des services existants.¹²¹ Les solutions énergétiques de micro- et mini-réseaux devraient se généraliser, tandis que de nouveaux cas d'utilisation seront mis au point dans le secteur de la gestion des déchets, comme par exemple des plateformes numériques qui optimisent la logistique de ramassage et favorisent des solutions d'économie circulaire.

Les modèles de plateforme se popularisent et exigent des paiements numériques instantanés

L'adoption croissante des smartphones et d'internet en milieu urbain pourrait ouvrir la voie à de nouveaux modèles économiques pour les services urbains, en particulier les transports et la gestion des déchets, car les fonctionnalités des smartphones, telles que la localisation, la traçabilité ou l'accès à une plateforme numérique, sont essentielles à leur fonctionnement. Sur des marchés comme l'Indonésie, les modèles de plateformes numériques s'étendent des transports à d'autres cas d'utilisation,¹²² une tendance qui offre aux ORM une opportunité majeure de s'imposer avec leur propre offre de services axée sur une approche de plateforme. La pénétration accrue des smartphones réduira également la fragmentation des services numériques, les pouvoirs publics et les innovateurs privés cherchant à regrouper les solutions de paiement numérique pour un large éventail de services aux collectivités. Pour les prestataires de mobile money, les partenariats stratégiques joueront un rôle déterminant, car les cas d'utilisation de paiements récurrents correspondant aux services essentiels deviendront un aspect primordial de l'écosystème du mobile money.

118 GSMA (2021), [The Mobile Economy 2021](#)

119 GSMA (2021), [Innovative Data for Urban Planning: The Opportunity and Challenges of Public-Private Data Partnerships](#)

120 Ibid.

121 Mahendra, A. et al. (2021), [Seven Transformations for More Equitable and Sustainable Cities](#), World Resources Institute

122 GSMA (2020), « [Mobile Money Live Learning in Indonesia](#) » (vidéo)



Agriculture

Les solutions agricoles liées au mobile money dans les PRFI

Les petits exploitants agricoles¹²³ sont le fondement des économies rurales des PRFI et jouent un rôle crucial dans la production agricole. Au niveau mondial, près de 500 millions de ménages dépendent de petites exploitations agricoles pour leur subsistance, la plupart d'entre eux se situant en Asie du Sud et de l'Est (208 millions) et en Afrique subsaharienne (48 millions).¹²⁴ Les petits exploitants agricoles gèrent 25 % des terres cultivées dans le monde et sont responsables d'environ un tiers de la production alimentaire mondiale.¹²⁵

Le défi : bien qu'il existe un potentiel important de développement des services financiers numériques utilisant le mobile money chez les agriculteurs, il existe toujours un énorme déficit de financement de l'activité agricole des petits exploitants. La demande annuelle de crédit des petits exploitants agricoles des PRFI est estimée à 238 milliards de dollars, soit 8 % de la contribution du secteur agricole au PIB.¹²⁶ Cependant, moins d'un tiers de cette demande est satisfaite.¹²⁷ Les petits exploitants ont généralement besoin chaque année de 500 à 1 500 dollars de financement à court terme et de 500 à 2 000 dollars de financement à long terme pour couvrir leurs dépenses agricoles (selon la chaîne de valeur).¹²⁸ Il existe un déficit de 98 % des financements agricoles à long terme par rapport à cette demande, ainsi que des déficits importants

en matière de financement agricole à court terme (67 %) et de financement non agricole (34 %).

L'opportunité : les services financiers numériques agricoles, ou SFN agricoles (agriDFS en anglais), font entrer les petits exploitants agricoles dans l'économie numérique et le mobile money joue un rôle clé dans ce processus.¹²⁹ L'adoption des services de mobile money et le développement des paiements numériques reposant sur ces services dans l'agriculture au cours de la dernière décennie ont amélioré l'inclusion financière des agriculteurs et offrent aux prestataires de mobile money de nouvelles opportunités pour toucher plus largement les petits exploitants agricoles dans le cadre de cas d'utilisation adaptés à la clientèle rurale.

Le mobile money a permis d'offrir une alternative aux paiements en espèces pour l'achat des récoltes ainsi qu'un point d'entrée pour des services financiers essentiels, tels que les produits d'épargne ou de crédit. Les données transactionnelles du mobile money, associées aux données générées par l'utilisation d'autres solutions agricoles numériques, offrent la possibilité de créer des identités économiques¹³⁰ pour les petits exploitants agricoles qui pourront être utilisées par les prestataires de services financiers pour évaluer le risque de crédit et distribuer des financements.

123 Les petits exploitants agricoles sont des exploitants qui produisent des récoltes ou élèvent du bétail sur des exploitations d'une superficie égale ou inférieure à deux hectares.

124 Laboratoire d'apprentissage de la finance rurale et agricole de la Fondation MasterCard et conseillers de l'ISF (2019), [Pathways to Prosperity: 2019 Rural and Agricultural Finance State of the Sector Report](#) ; GSMA AgriTech (2020), [Digital Agriculture Maps](#)

125 Ritchie, H. (2021), [Smallholders produce one-third of the world's food, less than half of what many headlines claim](#) (University of Oxford)

126 Calcul de la GSMA sur la base de données de la banque mondiale

127 Ce chiffre inclut les PRFI d'Afrique subsaharienne, d'Asie du Sud et du Sud-Est et d'Amérique latine. Laboratoire d'apprentissage de la finance rurale et agricole de la Fondation MasterCard et conseillers de l'ISF (2019), [Pathways to Prosperity: 2019 Rural and Agricultural Finance State of the Sector Report](#)

128 Ibid. Les financements à court terme désignent les prêts d'une durée inférieure à 12 mois, tandis que les financements à long terme désignent les prêts d'une durée supérieure à 12 mois.

129 Se reporter au chapitre consacré aux SFN agricoles dans GSMA AgriTech (2020), [Digital Agriculture Maps](#)

130 Les identités économiques sont une forme d'identité fonctionnelle qui permet aux établissements financiers d'utiliser des modèles innovants de notation de crédit qui évaluent le risque de crédit de personnes qui n'étaient pas bancarisées auparavant.

Retour sur les dix dernières années

Le mobile money a permis de numériser les paiements au sein des chaînes de valeur agricoles

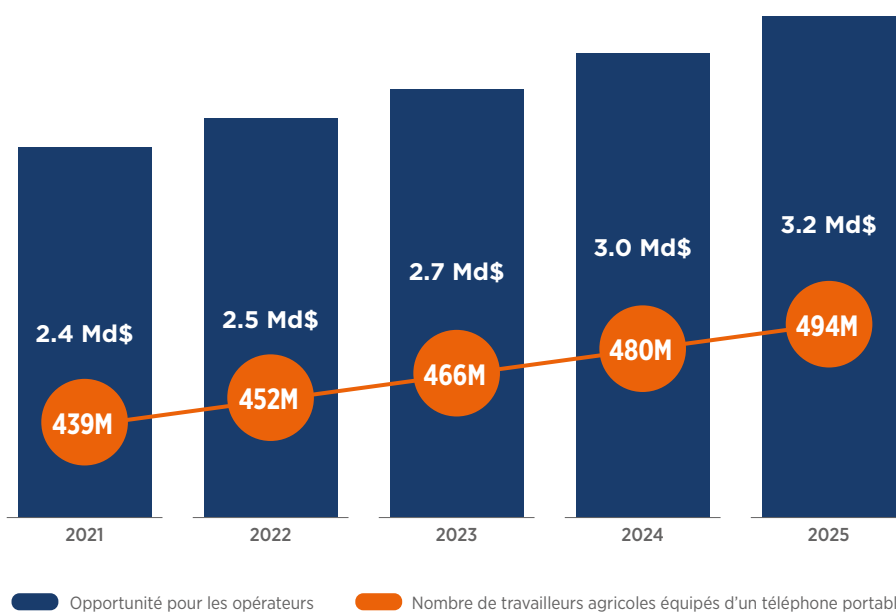
Les paiements numériques B2P sont de plus en plus courants entre entreprises et agriculteurs au sein des chaînes de valeur agricoles pour le paiement des récoltes. Les acheteurs des secteurs de l'alimentation et de l'agriculture, tels que les entreprises agroalimentaires et les coopératives, souhaitent de plus en plus abandonner le numéraire en faveur du numérique en raison des inefficacités et des risques associés aux paiements

en espèces (sécurité et coût, par exemple). Selon des estimations de la GSMA, le montant total des paiements B2P en espèces qui pourraient être numérisés dans les chaînes de valeur agricoles s'élevait à 392 milliards de dollars en 2021 et devrait atteindre 491 milliards de dollars en 2025. Les prestataires de mobile money pourraient engranger jusqu'à 3,2 milliards de dollars de revenus annuels directs d'ici 2025 grâce à la numérisation des paiements B2P.¹³¹

Source : GSMA

Figure 44:

Potentiel de chiffre d'affaires direct et taille du marché potentiel



Selon le rapport « *Le point sur le secteur* » de l'an dernier, 39 % des prestataires de mobile money offrant des paiements groupés traitaient également des paiements agricoles en faveur des agriculteurs, et 120 organisations agricoles avaient numérisé les paiements de leur chaîne de valeur au moyen du mobile money, dont 75 % en Afrique subsaharienne. Outre le potentiel de revenus directs, la numérisation des paiements agricoles pourrait également avoir des avantages indirects mesurables pour les prestataires de mobile money, en termes notamment d'acquisition de nouveaux clients, de fidélisation de la clientèle, d'augmentation des volumes d'opérations et d'activité des comptes de mobile money pour soutenir un réseau d'agents durable.

Les entreprises agroalimentaires et les sociétés d'agritech encouragent également la numérisation des paiements au sein de la chaîne de valeur. TruTrade Africa,¹³² une entreprise sociale qui joue le rôle d'agrégateur de récoltes au Kenya et en Ouganda, a numérisé la totalité des paiements agricoles effectués dans sa chaîne de valeur. Les agriculteurs amènent leur production à des points de ramassage où les agents d'approvisionnement de TruTrade Africa vérifient la qualité, pèsent les produits et font une offre d'achat. Si l'offre est acceptée, l'agent émet un ordre de paiement directement sur le compte de mobile money du producteur.¹³³

131 GSMA (2020), [Digitising payments in agricultural value chains: The revenue opportunity to 2025](#)

132 Voir <http://www.trustradeafrica.net>

133 Banque mondiale (2020), [Digitisation of Agribusiness Payments in Africa: Building a Ramp for Farmers' Financial Inclusion and Participation in a Digital Economy](#)



Le mobile money a favorisé le développement d'une offre plus large de SFN agricoles

Selon *Digital Agriculture Maps*, un rapport du programme AgriTech de la GSMA qui fait le point sur le secteur de l'agriculture numérique, il existait en janvier 2020 150 SFN agricoles dans les PRFI. Ces services comprennent les paiements agricoles numériques, ainsi que les services financiers connexes qui impliquent un partenariat avec des prestataires de services financiers, notamment le crédit agricole (financement des intrants par exemple), l'épargne (portemonnaies électroniques conçus pour soutenir des

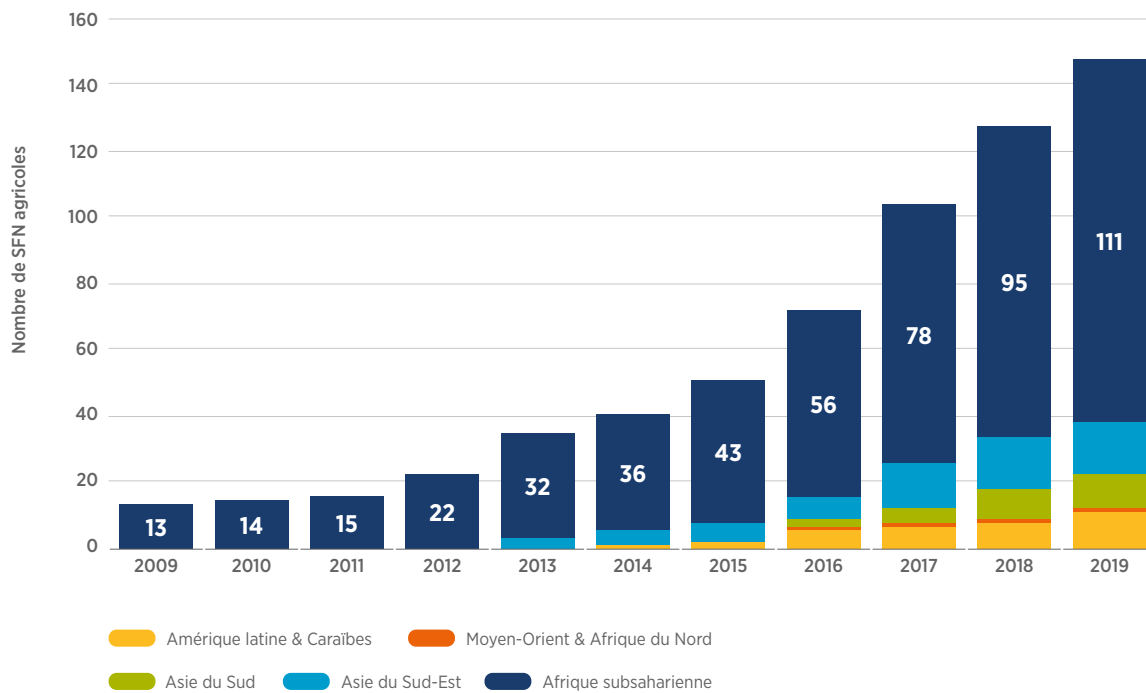
activités spécifiques du secteur agricole, par exemple) et l'assurance.

Sur les 150 SFN agricoles suivis par le programme AgriTech, 111 se trouvaient en Afrique subsaharienne, qui affiche une croissance plus forte en raison de la diffusion plus large du mobile money. Seize de ces services étaient situés en Asie du Sud-Est, 12 en Amérique latine et dans les Caraïbes et 10 en Asie du Sud (voir figure 45).

Source : GSMA

Figure 45:

Services financiers numériques (SFN) agricoles par région du monde, 2009-2019



Cette croissance des services financiers numériques a été favorisée par la diffusion des services de mobile money sur les marchés d'Afrique subsaharienne. Le mobile money a permis de fournir de façon économiquement viable des services financiers aux agriculteurs, un segment de clientèle autrefois considéré comme trop difficile et trop coûteux par les acteurs financiers traditionnels. Cette croissance s'est toutefois largement concentrée en Afrique de l'Est, où les services de mobile money sont les plus répandus. Sur 111 services financiers numériques destinés au secteur agricole en Afrique subsaharienne, 49 se trouvent dans cinq pays seulement : Burundi, Kenya, Rwanda, Tanzanie et Ouganda.

Il est important de noter qu'en Afrique subsaharienne, l'intégration du mobile money aux solutions SFN agricoles stimule l'investissement global dans l'agriculture numérique, qui souffre encore d'un manque d'investisseurs privés. Une étude réalisée par le CTA¹³⁴ montre que la moitié des investissements en capital-risque et en capital-investissement dirigés vers les technologies agricoles en Afrique subsaharienne ont été réalisés au Kenya. Dans ce pays, le mobile money offre une plateforme qui permet de transférer des fonds par voie numérique, un service vital non seulement pour les agriculteurs, mais aussi pour les entreprises agroalimentaires, les coopératives et les groupements d'agriculteurs.

134 CTA. (2019). [Rapport sur la numérisation de l'agriculture africaine, 2018-2019](#).

Les modèles de SFN agricoles reposant sur le mobile money

Il existe différents prestataires proposant des services financiers numériques destinés aux agriculteurs, depuis les acteurs financiers traditionnels comme les banques et les institutions de microfinance (IMF) jusqu'aux prestataires de mobile money et sociétés fintech. Les prestataires financiers ont intégré les technologies numériques pour optimiser leurs modèles opérationnels et lancer de nouveaux produits destinés au secteur rural. De leur côté, les gouvernements et les ONG s'appuient sur les SFN agricoles pour offrir des services financiers aux agriculteurs, comme par exemple les subventions aux intrants.

L'univers des SFN agricoles devient de plus en plus complexe à mesure qu'un nombre croissant de

fournisseurs de solutions exploitent leurs données, leurs technologies et leurs relations avec les agriculteurs pour leur offrir des services financiers. Les premières expériences ont toutefois montré qu'il était difficile de fournir des solutions SFN agricoles spécifiques de façon durable à grande échelle, car les agriculteurs et les autres acteurs de la chaîne de valeur sont confrontés à de multiples difficultés qui nécessitent des solutions holistiques. Face à cette situation, on voit apparaître des offres groupées de services au sein d'une solution ou plateforme unique, dans lesquelles les SFN agricoles sont associés à d'autres services d'agriculture numérique (conseils numériques et accès au marché par exemple).

Le rôle de la GSMA

Favoriser l'inclusion financière et la résilience climatique des exploitants agricoles grâce aux SFN agricoles

Le programme AgriTech de la GSMA, financé par le Foreign, Commonwealth & Development Office (FCDO) du Royaume-Uni et le Department of Foreign Affairs and Trade (DFAT) de l'Australie, et soutenu par la GSMA et ses membres, collabore avec des prestataires de mobile money et des entreprises « agritech » pour développer des solutions numériques spécialement destinées au secteur agricole. Le programme gère actuellement 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.

Chacun des bénéficiaires du fonds d'innovation a formé un consortium avec des entreprises agroalimentaires et des prestataires locaux de services financiers en vue de proposer des solutions agricoles numériques « packagées » comprenant crédit, épargne et/ou assurance. Le programme offre un soutien en matière de

recherche et de conception de [l'expérience utilisateur \(UX\)](#), d'analyse des données de veille économique et de conseil stratégique permanent sur la durabilité et les feuilles de route des produits.

L'équipe AgriTech publie des études qui mettent en lumière les innovations émergentes, les meilleures pratiques et les modèles opérationnels et commerciaux qui les soutiennent. Le [Toolkit for the Digitisation of Agricultural Value Chains](#) (boîte à outils pour la numérisation des chaînes de valeur agricoles) est une collection de ressources qui vise à aider les prestataires de services à prioriser leurs interventions numériques, y compris les solutions basées sur le mobile money. Parmi les autres ressources disponibles, on peut citer des études sur les [modèles commerciaux émergents de SFN agricole](#), les modèles de partenariat et les approches de développement des SFN et [Agricultural Insurance for Smallholder Farmers](#), une étude qui étudie le rôle du mobile money dans la numérisation et le développement des services d'assurance.

Perspectives pour les dix prochaines années

Dans le monde entier, les petits exploitants agricoles sont soumis à une pression croissante pour s'adapter aux changements climatiques. Si l'agriculture est une source de revenus pour deux tiers des adultes qui vivent dans la pauvreté,¹³⁵ ils ne disposent généralement pas des ressources nécessaires pour maximiser les rendements et répondre aux difficultés de production, telles que les conditions météorologiques défavorables, les parasites ou les maladies, qui sont toutes exacerbées par les changements climatiques.

Dans les dix ans à venir, les prestataires de services agricoles numériques, tels que les entreprises agritech et les prestataires de mobile money, devront évoluer pour passer de services spécialisés à des solutions holistiques qui répondent aux multiples défis auxquels les agriculteurs sont confrontés. Le financement des activités qui renforcent la résilience climatique des agriculteurs sera particulièrement important pour soutenir les systèmes alimentaires du monde entier.

Les SFN agricoles peuvent être un catalyseur de la résilience climatique, en permettant aux agriculteurs d'investir dans des intrants agricoles pour la prochaine saison après avoir subi des pertes lors de la précédente, et d'accéder à des actifs d'irrigation et de mécanisation. Compte tenu de l'énorme déficit de financements agricoles pour les petits exploitants,¹³⁶ les SFN agricoles seront probablement au cœur de nombreuses solutions d'agriculture numérique, avec le mobile money comme moteur d'une diffusion généralisée.

Un modèle financier intégré¹³⁷ utilisant des services bancaires et de paiement pilotés par API pour intégrer des services financiers dans l'écosystème agritech sera

essentiel pour le développement des SFN agricoles. Des entreprises agritech associées à quelques prestataires de mobile money s'appuient sur une approche financière intégrée pour proposer des offres groupées ou des plateformes numériques aux agriculteurs. L'exemple le plus notable en est la plateforme [DigiFarm de Safaricom](#) au Kenya, qui exploite la couverture de M-PESA pour fournir aux agriculteurs une solution mobile intégrée accessible à partir d'un téléphone numérique de base. La plateforme permet d'accéder à des services de conseil, des intrants, des acheteurs et des services à valeur ajoutée, tels que l'analyse des sols, des produits d'assurance et de crédit.

L'écosystème des SFN agricoles est en train d'évoluer rapidement vers une plus grande sophistication à mesure que les prestataires de mobile money, les sociétés agritech, les entreprises agroalimentaires et les prestataires de services financiers développent des relations avec les agriculteurs, leur apportent des services et génèrent des données. Pour soutenir l'inclusion financière et la résilience climatique des agriculteurs, des partenariats entre de multiples organisations et des incitations claires pour tous les acteurs de l'écosystème seront nécessaires pour servir les agriculteurs.

Le programme AgriTech de la GSMA a la volonté de continuer à jouer un rôle de catalyseur pour ces partenariats, en documenter les meilleures pratiques et en s'appuyant sur des solutions technologiques, dont le mobile money, pour automatiser et élargir la portée des solutions d'agriculture numérique

135 Castañeda, A. et al. (2018), « [A New Profile of the Global Poor](#) », World Development, 101, pp. 250-267.

136 La demande annuelle de crédit des petits exploitants dans les PRFI est estimée à 238 milliards de dollars, soit 8 % de la contribution de l'agriculture au PIB. Cependant, moins d'un tiers de cette demande est satisfaite. Il existe un déficit de 98 % des financements agricoles à long terme par rapport à cette demande, ainsi que des déficits importants en matière de financement agricole à court terme (67 %) et de financement non agricole (34 %). Laboratoire d'apprentissage de la finance rurale et agricole de la Fondation MasterCard et conseillers de l'ISF (2019), [Pathways to Prosperity: 2019 Rural and Agricultural Finance State of the Sector Report](#)

137 GSMA (2021), [AgriDFS: Emerging business models to support the financial inclusion of smallholder farmers](#)

Conclusion

En l'espace d'à peine dix ans, le mobile money s'est transformé d'une offre de niche limitée à quelques marchés en un service financier grand public, faisant passer des millions de ménages des PRFI de l'économie du numéraire à une économie numérique plus inclusive. Après deux années d'incertitude, nous avons vu notre secteur, d'autres secteurs et la société au sens large s'adapter et adopter les services de mobile money. Alors que nous célébrons les dix ans du rapport « *Le point sur le secteur* » de la GSMA, nous fêtons également la première année pendant laquelle les transactions de mobile money ont franchi le cap des mille milliards de dollars.

Cet essor est a été alimenté par l'acquisition de nouveaux clients et le développement des opérations sur un éventail de plus en plus large de cas d'utilisation, notamment les paiements marchands, les transferts de fonds internationaux, les paiements de factures et les paiements groupés. Alors qu'en 2012, ces opérations ne représentaient que 10 % de l'ensemble des transactions de mobile money, ce chiffre est aujourd'hui de 20 %. Les paiements marchands ont presque doublé, dépassant 65 milliards de dollars en base annuelle. Les envois de fonds internationaux au moyen du mobile money ont augmenté de 48 % pour atteindre 16 milliards de dollars, les paiements de factures ont augmenté de 37 % pour dépasser 5 milliards de dollars par mois et les paiements groupés ont augmenté de plus de 30 % pour atteindre 65,8 milliards de dollars.

Le mobile money permet également de proposer des services qui répondent à des enjeux environnementaux et socio-économiques cruciaux dans les PRFI. Adoptés par les prestataires, ces services transformateurs permettent d'offrir un accès à des services de première nécessité, d'élargir les possibilités de financement pour les petits exploitants agricoles et d'apporter une aide financière rapide aux populations vulnérables exposées à des crises humanitaires.

Les agents continuent d'offrir un accès physique indispensable aux services de mobile money. Au cours de la décennie écoulé, le nombre d'agents actifs a plus que décuplé pour atteindre 5,6 millions en 2021. Les 25 premiers réseaux d'agents ont augmenté de plus de 25 % en moyenne entre 2020 et 2021. Grâce aux agents, les clients ont déposé et numérisé près de 261 milliards de dollars.

Autre indicateur de croissance, le nombre de comptes de mobile money enregistrés a atteint 1,35 milliard au niveau mondial en 2021, un chiffre dix fois plus élevé qu'en 2012. Parmi ces comptes, 518 millions étaient actifs sur une base de 90 jours et 346 millions sur une base de 30 jours, des chiffres respectivement 15 fois et 13 fois supérieurs à ceux de 2012. Cependant, près d'un milliard de comptes enregistrés ne sont pas actifs sur une base de 30 jours, correspondant potentiellement à des clients confrontés à des difficultés d'accès et d'utilisation qui les maintiennent dans l'exclusion financière.

Beaucoup de ces difficultés affectent les femmes. Dans les PRFI, elles restent moins susceptibles que les hommes de détenir un compte de mobile money. Il existe de nombreuses raisons à cette situation, dont notamment le manque d'accès à un téléphone portable (une condition préalable à l'ouverture d'un compte), le manque de connaissance du mobile money, l'absence d'intérêt perçu du mobile money dans leur quotidien, le manque de compétences numériques et des normes sociales restrictives. Il est toutefois encourageant de constater que lorsque les femmes possèdent un compte mobile money, elles sont presque aussi susceptibles que les hommes de l'utiliser.

L'année 2021 a apporté la preuve que la couverture et la puissance du mobile money pouvaient contribuer à bâtir un monde plus inclusif. Derrière les chiffres et les jalons évoqués dans ce rapport se cachent des centaines de millions de personnes qui participent à une économie numérique plus inclusive. Les individus, les communautés et les différents secteurs de l'économie (public, privé et à but non lucratif) bénéficient tous des retombées socio-économiques positives du mobile money.

Ces retombées pourraient toutefois être encore plus importantes si le secteur et l'ensemble des parties prenantes unissaient leurs efforts pour lutter contre les disparités entre hommes et femmes en matière de téléphonie mobile et pour répondre aux différents besoins des clients en vue d'activer le milliard de comptes enregistrés qui restent si peu utilisés. Dans la pratique, cela peut également se traduire par la distribution plus rapide et plus sûre de transferts monétaires au plus de 235 millions de personnes qui ont besoin d'une aide humanitaire, par la distribution de crédit, d'assurance et d'autres outils de gestion des risques à un plus grand nombre des quelques 500 millions de petits exploitants agricoles qui produisent un tiers des ressources alimentaires mondiales et par l'accès plus large à des services fiables, abordables et sûrs en matière d'eau, d'énergie et d'assainissement pour les plus de 1,2 milliard de personnes encore privées de ces services urbains de base.



Annexes

Ce rapport présente une évaluation qualitative du secteur du mobile money basée sur les données de la GSMA issue de son outil de suivi des services de mobile money dans le monde (*Mobile Money Deployment Tracker*), de son enquête 2021 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 2021 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.

GSMA Mobile Money Deployment Tracker¹³⁸

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 on Mobile Money

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 GSMA Mobile Money Deployment Tracker ont été invités à répondre à l'enquête 2021. Il leur été demandé de fournir des métriques opérationnelles standardisées sur leurs services pour les mois de septembre 2020, décembre 2020, mars 2021 et juin 2021, sur une base confidentielle. Au total, 86 prestataires de 59 pays ont participé à l'enquête 2021. La liste complète des participants à l'enquête figure dans les annexes ci-dessous.

138 GSMA Mobile Money Deployment Tracker: 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 développée en collaboration avec l'équipe GSMA Intelligence, en combinant leur expertise des télécommunications et de l'analyse des données avec la connaissance du secteur du 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. Nous avons ainsi créé un historique complet de données reflétant la croissance du secteur du mobile money en harmonisant ces données avec nos définitions.

2. Regroupement des pays

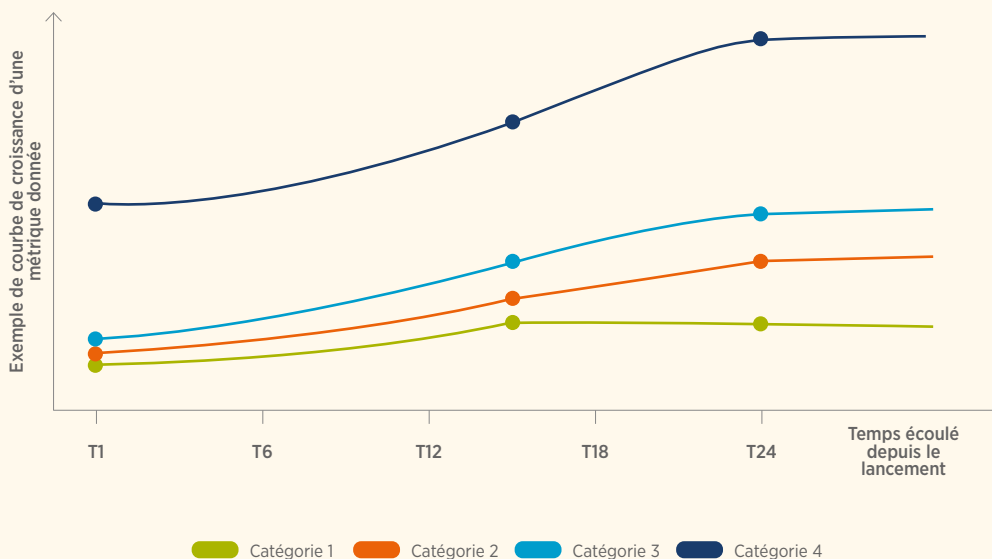
Les pays ont été regroupés par catégorie en fonction des conditions fondamentales de l'adoption de la téléphonie mobile et des services bancaires dans chaque pays, ainsi que des critères de réussite du mobile money identifiés dans le cadre d'une étude réalisée conjointement avec la Harvard Business School.¹³⁹ 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.

↑ Conditions les plus favorables au développement du mobile money	Catégorie 4	<ul style="list-style-type: none"> • Marchés pour lesquels la proposition de mobile money est la plus attrayante • Ces marchés offrent un potentiel important pour le mobile money ainsi que l'environnement le plus propice à son adoption
	Catégorie 3	<ul style="list-style-type: none"> • Marchés sur lesquels la proposition de mobile money est attrayante • Ces marchés offrent un potentiel important pour le mobile money ainsi qu'un environnement propice à son adoption
	Catégorie 2	<ul style="list-style-type: none"> • Marchés sur lesquels la proposition de mobile money est relativement attrayante • Ces marchés offrent un potentiel important pour le mobile money mais n'ont pas un environnement propice à son adoption
	Catégorie 1	<ul style="list-style-type: none"> • Marchés pour lesquels la proposition de mobile money est la moins attrayante • L'existence d'alternatives réduit l'intérêt potentiel du mobile money

139 GSMA. (2016). [Success factors for mobile money services: A quantitative assessment of success factors.](#)

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.



4. Modélisation

La quatrième étape consiste à produire des estimations par pays, qui sont calculées selon une approche « bottom-up », en partant du niveau de chaque service. 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 reposent sur les principes directeurs, les recherches secondaires les plus récentes et la connaissance du marché accumulée par le programme Mobile Money de la GSMA.

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 - MMPI)¹⁴⁰

Le MMPI repose sur des estimations nationales de la GSMA formulées 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 (taux 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 la population adulte du pays ou de la région en question.

$$APR = \frac{\text{comptes actifs}}{\text{population adulte}}$$

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 adultes.¹⁴¹ 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.

¹⁴⁰ GSMA. (2021). *The GSMA Mobile Money Prevalence Index (MMPI): A Country-Level Indicator for Assessing the Adoption, Activity and Accessibility of Mobile Money*.

¹⁴¹ À la date de rédaction du présent document, cette règle s'applique à l'ensemble des marchés de mobile money dans le monde..

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.

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

L'**indice de distribution des agents** (IDA – 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.

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

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 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.

Avec l'**indice de répartition des agents** (ADI), des 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, Égypte, Guatemala, Indonésie, Inde, Kenya, Mexique, 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 2021. 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, 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 a été réalisé dans chaque pays, dont 2 000 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 au 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 statistiques. Pour obtenir une large couverture géographique et réduire les effets de regroupement, un minimum de 100 points d'échantillonnage a été utilisé dans chaque pays (200 en Inde).

La recherche a utilisé une combinaison d'échantillonnages intentionnels et aléatoires. Selon le pays, les points d'échantillonnage ont été distribués 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 statistiques 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 routes aléatoires systématiques ont été utilisées pour la sélection des résidences.

Des pondérations ont été appliquées aux données à l'aide d'une méthode itérative aléatoire (RIM), selon 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 variables 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 néanmoins été exclues, ce qui a pu avoir un impact 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.

En raison de la pandémie de coronavirus, aucun entretien n'a été réalisé à l'intérieur des résidences, les entretiens se déroulant plutôt sur le pas de la porte ou dans un autre endroit approprié. Toutes les précautions nécessaires ont été prises pour assurer la sécurité des enquêteurs et des personnes interrogées, conformément aux directives en vigueur (par exemple, désinfection du matériel et utilisation d'EPI).

Lexique

Achat d'unités téléphoniques

Achat d'unités téléphoniques (ou crédit téléphonique) au moyen du mobile money, à partir de fonds déposés sur un compte de mobile money.

Agents (ou points de service)

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. 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. 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.

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.

API

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 pour permettre les interactions entre les plateformes de mobile money et les prestataires extérieurs.

ARPU

De l'anglais *Average Revenue Per User* (revenu moyen par utilisateur), l'ARPU est calculé en divisant le chiffre d'affaires récurrent (hors produits exceptionnels) par le nombre total d'abonnés uniques.

Assurance sur mobile (utilisant le mobile money)

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:

- Pour utiliser le service, le client doit avoir un compte de mobile money qui lui permet de payer ses cotisations et de recevoir ses indemnités d'assurance (les services qui permettent le paiement au moyen d'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 offrant une garantie de couverture pour des pertes, des dommages, des maladies ou des décès spécifiés ;
- Les produits d'assurance doivent être techniquement intégrés au compte de mobile money et s'appuyer largement sur la technologie 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)

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.

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 s'assurer que l'argent des clients reste disponible lorsqu'ils veulent le retirer, les autorités réglementaires exigent généralement que les prestataires non bancaires de mobile money conservent sur un compte bancaire des liquidités d'un montant égal à celui de l'argent émis sous forme électronique. Ces fonds sont généralement regroupés et conservés par une ou plusieurs banques au nom de l'émetteur (ou du fiduciaire nommé par l'émetteur). Le ou les comptes sur lesquels les fonds sont regroupés sont appelés comptes séquestres (ou compte en fiducie lorsque l'émetteur a désigné un fiduciaire). Dans les pays dont la tradition juridique s'inspire 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 est une combinaison unique d'un pays émetteur et d'un pays récepteur. Par exemple, le Kenya vers la Tanzanie et la Tanzanie vers le Kenya sont deux corridors pays distincts.

Crédit mobile (utilisant le mobile money)

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:

- 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 s'appuyer largement sur la technologie 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'un sentiment partagé d'histoire, d'identité et d'expérience communes au sein du pays de destination.

EBITDA

De l'anglais *Earnings before interest, taxes, depreciation, and amortisation* (résultat avant intérêts, impôts et dotations aux provisions et aux amortissements), l'EBITDA est un indicateur de rentabilité et de performance financière des entreprises.

Écart entre hommes et femmes

Appelé « Gender Gap » en anglais, les écarts ou disparités entre hommes et femmes mesurés dans le cadre de l'enquête de consommation de la GSMA sont calculés selon la formule suivante :

Écart en matière de possession, d'utilisation ou de connaissance (%) = (personnes propriétaires, utilisatrices, sensibilisées en % de la population masculine - personnes propriétaires, utilisatrices, sensibilisées en % de la population féminine) / (personnes propriétaires, utilisatrices, sensibilisées en % de la population masculine)

Économie circulaire

Modèle de production et de consommation fondé sur la mise en commun, le partage, la location, la réutilisation, la réparation, la remise à neuf et le recyclage des matériaux et des produits existants pour en prolonger la durée de vie aussi longtemps que possible.

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 retraites mobiles 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 s'appuyer largement sur la technologie 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 smartphone).

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 des clients (correspondant respectivement à des dépôts ou 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).

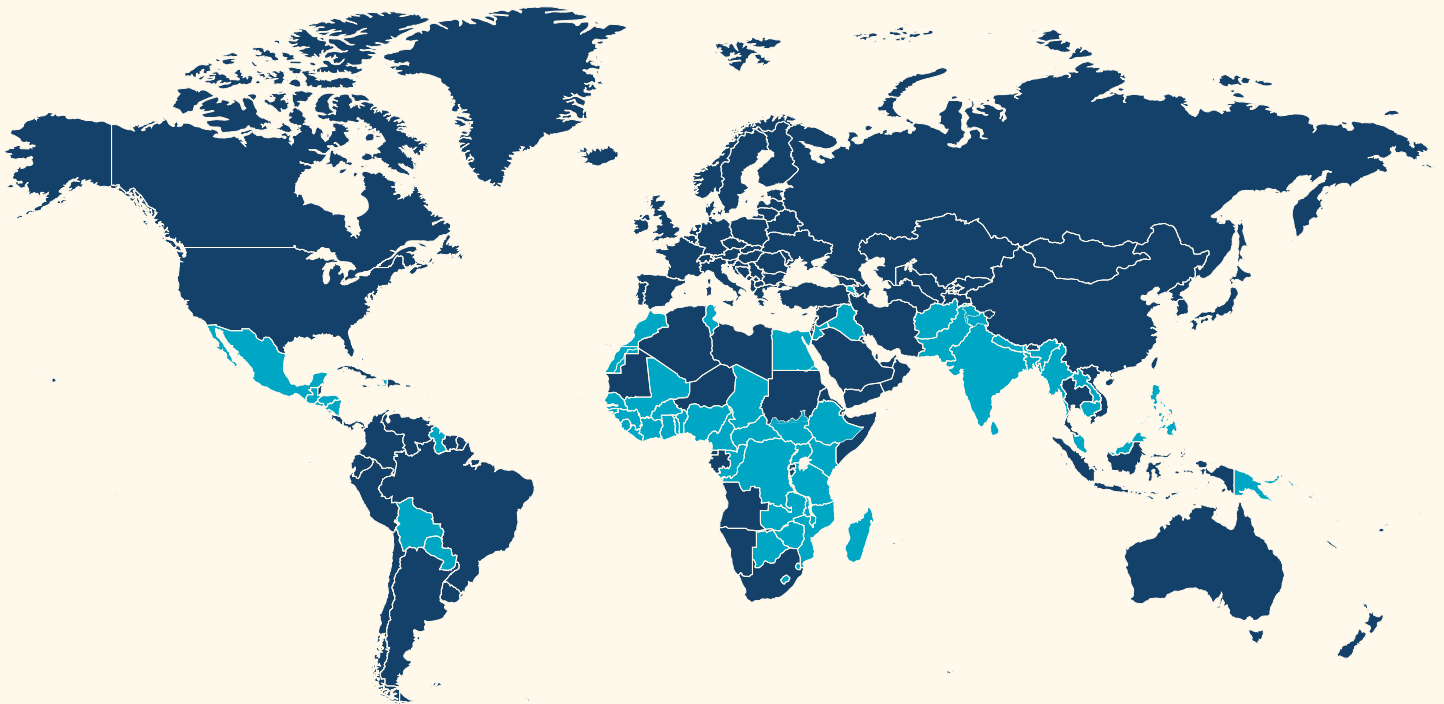
En raison de l'absence sur certains marchés de pièces d'identité formelles, des formalités adaptées en fonction des montants en jeu ou l'adaptation des documents d'identité jugés acceptables peuvent faciliter l'adoption du mobile money par les clients et améliorer l'inclusion financière, notamment dans les zones rurales.


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 ne possèdent pas de 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 »)	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.
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. Exemple : 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 <i>government-to-person</i> (du gouvernement aux personnes) : versement effectué par un organisme public sur le compte de mobile money d'une personne.
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 <i>pay as you go</i> , les 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.
PRFI	Pays à revenu faible ou intermédiaire, au sens de la classification de la Banque mondiale : les pays à faible revenu ont un PIB par habitant inférieur à égal à 1 035 US\$, les pays à revenu intermédiaire de la tranche inférieure ont un PIB par habitant compris entre 1 036 US\$ et 4 045 US\$ et les pays à revenu intermédiaire de la tranche supérieure ont un PIB par habitant compris entre 4 046 US\$ et 12 535 US\$.
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 (« <i>cash-out</i> » 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 organisme 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 2021 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde (2021 GSMA Global Adoption Survey)



 Participants à l'enquête 2021 de la GSMA sur l'adoption des services de mobile money dans le monde

Amérique latine & Caraïbes

Bolivie	Tigo
Guatemala	Tigo
Guyana	Tigo
Haïti	Guyana T&T Company
Honduras	Digicel, Haitipay
Mexico	Tigo
Nicaragua	Transfer
Paraguay	Banpro Grupo Promerica
Salvador	Claro, Personal, Tigo

Europe & Asie centrale

Arménie	VivaCell-MTS
---------	--------------

Asie du Sud

Afghanistan	Roshan
Bangladesh	Grameenphone
Inde	Eko, Airtel (Bharti Airtel)
Maldives	Dhiraagu, Ooredoo
Népal	Fonepay
Pakistan	Jazz, Telenor, Ufone
Sri Lanka	Mobitel

Asie de l'Est & Pacifique

Cambodge	MetFone, Wing
Laos	Unitel
Malaisie	Merchantrade
Myanmar	Telenor
Papouasie-Nouvelle-Guinée	Nationwide Microbank
Philippines	PayMaya
Vanuatu	Vodafone

Moyen-Orient & Afrique Du Nord

Egypt	Orange
Iraq	Zain
Jordan	Orange
Morocco	Al Barid Bank, Orange
Tunisia	Orange

Afrique subsaharienne

Bénin	MTN
Botswana	Botswana Post, Orange
Burkina Faso	Orange, Wizall
Cameroun	MTN, Orange
Congo	Orange
Côte d'Ivoire	Moov Africa
Eswatini (Swaziland)	MTN
Éthiopie	Orange, Vodacom
Gambie	Orange, Wizall
Ghana	M-BIRR
Guinée	Africell
Guinée-Bissau	GCB Bank, MTN, Vodafone, Zeepay
Kenya	MTN, Orange
Lesotho	Orange
Libéria	Safaricom
Madagascar	Vodacom
Malawi	Orange
Mali	Orange, Telma
Mozambique	TNM
Nigeria	Orange, Wizall
Ouganda	Vodacom
République démocratique du Congo (RDC)	Access Bank, Teasy Mobile
République centrafricaine	Free, Orange, Wizall
Sénégal	Africell, Orange
Sierra Leone	Trinity Technologies
Soudan du Sud	MTN
Tanzanie	Tigo, Vodacom
Tchad	Moov Africa
Togo	MTN
Zambie	Zamtel, Mangwee, Zoon, MTN
Zimbabwe	Econet, Telecel

gsma.com/sotir





For more information, please visit the
GSMA website at www.gsma.com/sotir

GSMA HEAD OFFICE

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

