



**GROUPE BPCE**

Coopératifs, banquiers et assureurs autrement.

1<sup>er</sup> juin 2016

# Les nouveaux usages financiers mobiles en Afrique

**Africa Banking Forum**

Abidjan, 31 mai et 1<sup>er</sup> juin 2016

Estelle Brack

1

**L'Afrique  
et le digital**

2

Les services  
financiers  
mobiles

3

Les raisons  
du succès

4

Perspectives

# 1. L'Afrique et le digital

- **Le digital (ou numérique) est devenu un impératif pour l'entreprise et aucune région de la planète ne peut aujourd'hui échapper à son influence.**
- **Selon Michel Serres, la révolution numérique en cours aura des effets au moins aussi considérables qu'en leur temps l'invention de l'écriture puis celle de l'imprimerie**
- **Dans les pays les moins dotés en infrastructures, le numérique permet de réaliser des gains générationnels importants, dépassant les limites qu'ont imposé jusqu'alors ces déficits structurels.**
- **L'Afrique présente un potentiel incontesté dans le numérique**
  - > 167 millions d'utilisateurs internet selon certaines sources, plus de 300 millions pour d'autre (9,8% en Afrique)
  - > une moyenne de 70% de la population abonnée aux téléphones mobiles
  - > une contribution au Produit Intérieur Brut (PIB) des technologies de l'information et de la communication (TIC) estimée à 18 milliards de dollars américains.
  - > Ce potentiel est de plus en plus exploité par les institutions étatiques, les multinationales, les entrepreneurs et les concepteurs.
- **De la même façon que le continent africain a brûlé l'étape de la téléphonie fixe pour aller immédiatement à celle du portable, il est en train de sauter l'étape de la banque en ligne pour passer directement à la banque mobile.**

# 1. L'Afrique et le digital

- **Avec l'arrivée des versions asiatiques moins chères, le *smartphone* change la donne en Afrique, car il permet :**

- > Au consommateur d'avoir accès à internet 24h/24 et 7jours/7 et de s'affranchir de l'ordinateur
- > Au financier de construire une relation continue dans le temps avec le consommateur.
- > Le parc de *smartphones* serait de 30% sur le continent en moyenne, davantage au Sénégal ou en Côte d'Ivoire par exemple
- > Un smartphone (« Samsung » ou « Notia »...) est aujourd'hui accessible à moins de 30.000 CFA

- **L'équipement mobile**

- > 160 opérateurs de téléphonie mobile composent le paysage télécoms à travers le continent,
- > soit une moyenne de 3 opérateurs par pays.

- **Le continent a enregistré un boom en matière de téléphonie mobile**

- > En 2013, il comptait 66 % d'abonnés à la téléphonie mobile soit plus de 617 millions de personnes

- **Le téléphone s'éloigne progressivement de sa fonction première pour devenir un véritable outil polyvalent (photographie, services financiers, communication écrite ou voix IP)**

- > La moitié des abonnés mobiles utilise une connexion internet via les réseaux mobiles (USB data internet, les box et les bornes Wifi).

- **Le client devient davantage acteur de sa propre relation à l'argent**

- > Au centre des préoccupations des entreprises bancaires, prestataires de paiement et des acteurs du commerce pour lesquels le paiement est essentiel.

# 1. L'Afrique et le digital

## • Le développement des réseaux télécom

- > La capacité des réseaux télécom à véhiculer des paquets de données de plus en plus importants a permis d'évoluer globalement :
  - du *Global System for Mobile Communication* - GSM (deuxième génération – 2G, le Radiocom analogique ayant représenté la première génération – 1G)
  - vers l'Universal Mobile Telecommunications System – UMTS (troisième génération – 3G)
  - puis le Long Term Evolution – LTE (4G).
- > Le GSM permet de véhiculer la voix, le WAP, le Fax (ou les fonctions d'un modem filaire classique), les SMS et MMS, les renvois d'appels ou la présentation du numéro ainsi que les services de localisation, d'information à la demande (météo, horoscope) et de banque (consultation de compte, recharges de compte prépayées), avec un débit de 9,05 kbit par seconde.

- > L'UMTS (et ses différentes évolutions ensuite sous la terminologie High Speed Packet Access – HSPA) a véritablement rendu possible l'échange de données – aux côtés de la voix – sous l'appellation 3G, avec un débit compris entre 144 kbit/s et 1,9 Mbit/s.
- > Le système HSPA (entre 3,6 Mbit/s et 14,4 Mbit/s) a ensuite évolué vers LTE, la quatrième génération 4G (à partir de 40 Mbit/s jusqu'à 1 Gbit/s).
- > En Afrique, le développement du *mobile money* s'est appuyé sur la 2G



1

L'Afrique et  
le digital

2

**Les  
services  
financiers  
mobiles**

3

Les raisons  
du succès

4

Perspectives

## 2. Les services financiers mobiles

### Quelques définitions

#### Banque mobile

- Information sur les opérations sur compte bancaire par SMS (1<sup>ère</sup> génération)
- Accès aux services bancaires sur mobile via appli/API pour le client de la banque
- Accès aux services bancaires sur tablette via un agent (création de compte, opérations) dans des zones géographiques qui ne disposent pas d'agences bancaires (*Agency banking* = banque par agent intermédiaire)

#### Services financiers sur mobile

- Moyens de paiement
  - Cash in - Cash out
  - Paiement (produits et services, factures, droits d'inscription, etc)
  - Transfert d'argent (domestique / régional / international)
- Plusieurs sources / destinations possibles des fonds
  - Mobile Money = Porte monnaie électronique = *Wallet* (alimenté par virement ou espèces) et rattaché à un numéro de téléphone
  - Compte bancaire
  - Carte bancaire reliée à un compte bancaire
  - Carte bancaire prépayée non liée à un compte bancaire
- Transfert vs porte-monnaie électronique

#### Une diversification des services

- Epargne
- Crédit
- Assurance

## 2. Les services financiers mobiles

### La banque mobile

- **Banque mobile** (=banque en mobilité)

- > Nouveau levier d'inclusion bancaire, elle est appelée à se développer rapidement là où son usage est le plus évident,
- > Elle ouvre aussi des perspectives sur des marchés traditionnels, où les banques sont en quête de nouveaux modèle de rentabilité.

- **Banque en ligne**

- > La pénétration d'Internet n'étant que de 15% en Afrique, la banque en ligne est considérée comme ayant une place mineure en Afrique.
- > Elle est de plus en plus accessible avec le développement des *smartphones*.

- **Les distributeurs automatiques bancaires**

- > Ils ont le potentiel d'être un canal de distribution très populaire en Afrique, mais les couts élevés d'installation et d'entretien de guichets automatiques ralentit leur pénétration en Afrique par rapport au reste du monde.
- > Ils ne servent que les populations urbaines
- > Mais là où ils sont disponibles, les DAB sont des canaux de distribution très populaires.
  - Ils sont en grande partie utilisés pour effectuer des retraits d'argent liquide, qui reste le moyen de paiement préféré en Afrique.
  - Un certain nombre d'applications ont été développées permettant aux clients d'utiliser les guichets automatiques en parallèle avec leur téléphone mobile ou avec un code (voire de la biométrie), afin de retirer ou déposer de l'argent sans devoir se servir d'une carte de crédit ou de débit.



## 2. Les services financiers mobiles

### La banque mobile

- **L'autre accès à la banque à distance :  
l'Agency banking / agence mobile**

- > L'Agency Banking consiste à fournir des services bancaires et financiers par l'intermédiaire d'un agent exerçant en partenariat avec une banque (souvent dans une petite épicerie informelle ou un bureau de poste).
- > La banque a fourni à l'agent la technologie nécessaire pour pouvoir offrir des services bancaires en utilisant son terminal de point de vente, au travers de terminaux portatifs intégrant des fonctionnalités de point de vente.
- > L'agent peut alors se rendre à différents endroits pour fournir des services bancaires.

- > Au Kenya l'Agency Banking a été lancé en 2011 et dès mars 2013, 18 082 agents actifs opéraient sous contrat avec 11 banques commerciales, et permettaient de réaliser plus de 48,4 millions de transactions d'une valeur de 3 milliards de dollars, selon un rapport de la Banque Centrale du Kenya.
- > En Tanzanie la réglementation concernant le Agency Banking a été adoptée en mars 2013.
- > De même, au Nigeria la banque centrale a publié les directives en matière de Agency Banking en février 2013.
- > La Banque du Ghana, a en revanche reconnu relativement tôt le potentiel du Agency Banking et a publié des directives dès 2008 pour soutenir leur développement et la banque du Ghana est en train de mettre à jour les directives réglementaires afin de permettre son développement.

#### DÉFINITIONS

**Agency banking** – Prestation de services bancaires par l'intermédiaire d'un agent opérant en partenariat avec une banque, et équipé de la technologie nécessaire pour fournir des services bancaires.

**Agent intermédiaire** – Commerce de proximité, bureau de poste offrant des services bancaires, et sous contrat avec une banque.

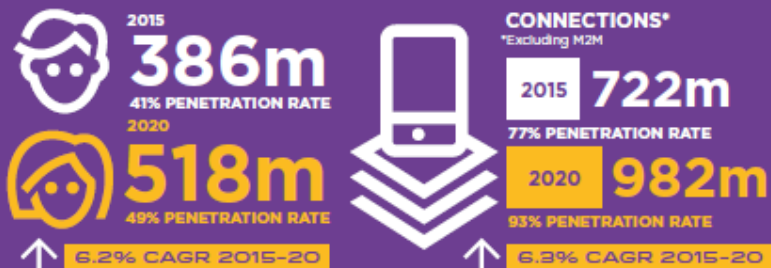
**Agent mobile** – Un employé d'une banque équipé d'un terminal bancaire portable et se déplaçant dans différentes zones pour fournir des services bancaires

## 2. Les services financiers sur mobile

### La monnaie mobile (*Mobile Money*)

- **Selon la BCEAO, la sous-région dénombre 20 millions d'utilisateurs de monnaie mobile à fin 2015**
  - > 11 millions à fin 2013
- **L'accès à internet se fait majoritairement par le mobile**
  - > 97% via internet mobile 3G en Côte d'Ivoire (5 millions d'abonnés à fin 2014)
  - > 3% via internet fixe
- **En Afrique de l'Ouest, le téléphone mobile atteint un taux de pénétration de 44 %.**
  - > En Côte-d'Ivoire, par exemple, 10 millions d'euros transitent chaque jour par le service *mobile money* d'Orange.
  - > Au Mali, la somme des transactions représente plus de 20 % du PIB.
- **Ces usagers ont réalisé en 2015**
  - > 346,9 milliards d'opérations de **Mobile Money** (+33% / 2014)
  - > d'une valeur de 5 121 milliards de francs CFA (+36% / 2014)
- **Valeur journalière des transactions financières effectuées en monnaie mobile**
  - > 18,96 milliards de francs CFA (10,3 en 2014)
  - > pour une moyenne de 1 260 575 opérations traitées (710 242 opérations traitées en 2014).
- **Les acteurs du transfert d'argent se développent**
  - > Wari et Joni Joni au Sénégal par exemple ont pris des parts de marché sur les acteurs de la monnaie mobile déjà présents en 2015

## Unique subscribers and SIM connections



## Accelerating moves to mobile broadband networks and smartphone adoption

### Mobile broadband connections



Mobile broadband connections to increase from 24% of total in 2015 to 57% by 2020

### Smartphones



By 2020, there will be 540m smartphones, growth of 380m from the end of 2015

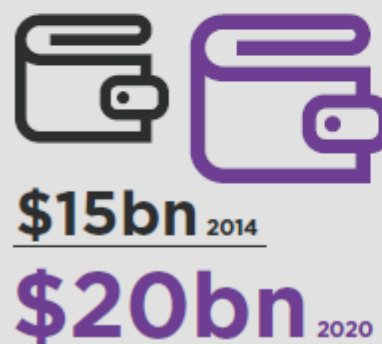
## Data growth driving revenues and operator investments



## Mobile industry contribution to GDP

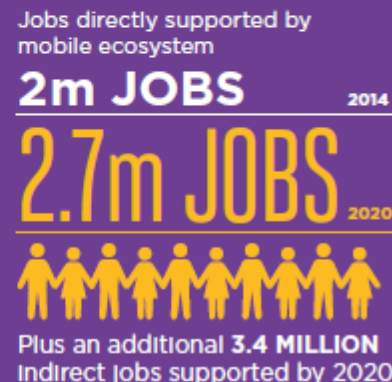


### Public funding



Mobile ecosystem contribution to public funding before regulatory fees

### Employment



Source GSMA, rapport Mobile Afrique Sub-saharienne 2015

1

L'Afrique et  
le digital

2

Les services  
financiers  
mobiles

3

**Les raisons  
du succès**

4

Perspectives

### 3. Les raisons du succès

- **Une technologie simple**

- > Les opérateurs de mobile money s'appuient sur une technologie très simple (téléphonie 2G) ainsi que sur l'USSD, assez proche du SMS. Elles sont disponibles sur la quasi-totalité des terminaux en Afrique.
- > « Innovation frugale »: le mobile money répond à une véritable attente de populations non bancarisées, avec une barrière à l'entrée très faible : un téléphone de 10 ou 20\$ suffit pour utiliser le service.

- **Une multitude de services**

- > Paiements quotidiens entre proches, entre professionnels ou même en face à face.
- > Payer ses factures par téléphone. Cela apporte une réelle valeur ajoutée sur le continent, faute d'infrastructures adéquates (longues files d'attente).
- > Les opérateurs, via la monnaie électronique, s'attaquent aussi au marché du paiement de masse pour les entreprises et institutionnels (paiement de salaire, cotisation retraite...).

- **La forte croissance dans le *mobile-money* en Afrique découle de l'union entre opérateurs de téléphonie mobile et banques**

- > Le groupe BPCE est partenaire d'orange Money et émetteur de monnaie électronique pour son compte au Cameroun (avec la BICEC) et à Madagascar (avec la BMOI).
- > Ecobank, BNP Paribas, Société générale et BIAO se sont associés à travers leurs filiales d'Afrique de l'Ouest avec Orange, MTN et Airtel.
- > Les banques et les opérateurs télécoms ont chacun des atouts pour s'imposer (maîtrise des risques et l'expertise financière et réglementaire / un réseau commercial important et d'une bonne connaissance des clients à servir).

- **Une forte complémentarité entre les acteurs**

- > Banques et opérateurs de téléphonie mobile
- > Plateformes de e-commerce et solutions de paiement
- > E-gouvernement et paiement des taxes et frais d'inscription (universitaires, scolaires)

1

L'Afrique et  
le digital

2

Les services  
financiers  
mobiles

3

Les raisons  
du succès

4

**Enjeux et  
Perspectives**

# 4. Enjeux

## ● Enjeux réglementaires

- > On l'a vu, le développement de la monnaie mobile se fait en dehors du système bancaire régulé en tant que tel
- > Il ne s'agit finalement que d'une **digitalisation des échanges monétaires de l'économie informelle**
- > C'est une monnaie mobile dont le contrôle (au sein de la politique monétaire) échappe à la Banque centrale
- > Il y a là un enjeu important pour la Banque centrale dans son rôle de:
  - Contrôle de la masse monétaire en circulation (il n'y a cependant pas de création de monnaie mobile a priori)
  - Supervision des acteurs gérant des masses financières et des flux considérables entre acteurs
- > Il y a également un enjeu fiscal important dès lors que l'on permet via ce modèle des transferts d'argent d'une plus grande envergure dans l'économie informelle

## ● Risques

- > Scalabilité des nouveaux opérateurs avec l'augmentation des volumes
- > Capacité des structures techniques
- > Interopérabilité
- > Affectio societatis / concurrentiel
- > Sécurité
- > Fraude / cybercriminalité

## 4. Perspectives

### ● Solutions

- > Evolution du cadre règlementaire
- > Education financière pour une bonne information et une responsabilisation des acteurs
  - Exemple : messages de vigilance lorsque l'on reçoit des emails ou des sms / call dont l'origine est non-identifiée et faire appel au bon sens / dans le doute s'abstenir
    - il y a des fautes de grammaire ou d'orthographe encore dans les mails de phishing
    - pour gagner au loto, il faut déjà commencer par jouer, etc)
- > Rôle des acteurs en place pour distiller une confiance dans ces nouveaux produits
- > Adoption par l'usage progressif des acteurs axée sur l'utilité des services
- > Une réduction du coût pour les utilisateurs
- > Une réduction progressive du *cash out*

### ● L'Afrique est-elle en train de construire son propre numérique ?

- > L'Afrique pourrait substituer le mobile à la carte de paiement omniprésente en Europe, pour un certain nombre d'usages.
- > Les besoins sont assez proches, d'un continent à l'autre, mais ce qui va différer, c'est la manière d'y accéder.
- > Il y a un tronc commun de besoins, mais c'est la façon dont ils se développeront qui sera différente
- > Le développement de la monnaie mobile, si elle n'est que digitalisation des échanges monétaires informels, ne contribue cependant pas à davantage intermédiaire l'Etat (et les banques) dans les flux économiques