

L'INCLUSION FINANCIERE

BLE Brigitte
Chef de Service Relation des
Consommateurs des services de
Télécommunications/TIC
ARTCI

Abidjan, le

PLAN DE LA PRESENTATION

CONTEXTE GÉNÉRAL

LE CAS DE LA CÔTE D'IVOIRE

LES ENJEUX

LES FACTEURS DÉCLENCHEURS

L'ENCADREMENT JURIDIQUE DES SERVICES DE MOBILE MONEY

CONCLUSION

CONTEXTE GÉNÉRAL

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.

L'inclusion financière est à mettre en rapport avec le nombre des populations ayant accès aux services financiers.

L'inclusion financière ne se limite pas à l'ouverture d'un compte

- Accès, à un prix raisonnable pour tous les ménages et entreprises et à une large gamme de services financiers ;
- Prestataires de services financiers multiples, là où c'est possible, afin de proposer un ensemble d'alternatives variées et bon marché aux clients ;
- L'inclusion financière permet aux populations d'accéder à des produits et services adaptés à leurs ressources et à leurs besoins, notamment avec les nouveaux services financiers tels le Mobile Money.

- Le Mobile Money, qui constitue l'un des plus puissants outils pour atteindre l'inclusion financière, donne justement au travers des services offerts, la possibilité pour les individus et les entreprises n'ayant pas accès aux SFM d'y accéder
- Les 3 services de base auxquels répondent les services de Mobile Money sont:
 - **le transfert d'argent : envoyer de l'argent électronique à un autre client Mobile Money ;**
 - **le paiement : régler à distance certaines factures, acheter des biens et services ou encore acheter facilement du crédit de communication ;**
 - **les services financiers : solutions d'épargne ou d'assurance, de micro-crédit. Ces offres sont proposées en partenariat avec des banques ou assurances.**

LE CAS DE LA COTE D'IVOIRE

On distingue deux modèles de services financiers mobiles:

- **Les services bancaires mobiles ou « Mobile Banking »**

Les services bancaires mobiles sont une sous-catégorie des services d'argent mobile. Ils se distinguent des paiements mobiles dans la mesure où l'entité réglementée au niveau des services bancaires mobiles est une banque qui fournit des services bancaires classiques. Le téléphone mobile constituant un moyen permettant d'accéder aux services bancaires.


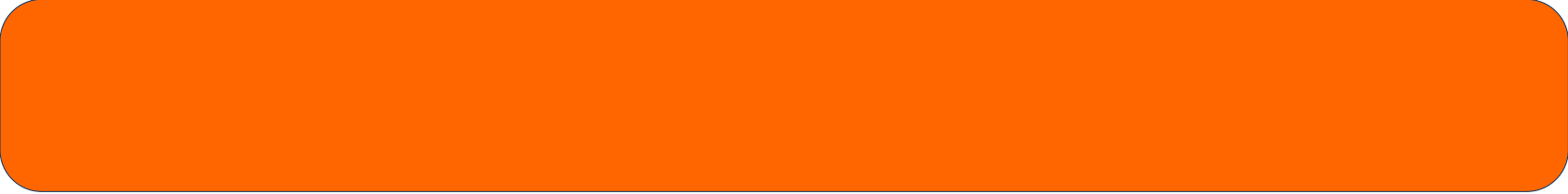
● **Les services du Mobile Money ou « argent mobile »**

L'expression « Mobile Money » ou « argent mobile » désigne généralement l'offre de services financiers faite par l'utilisation d'un téléphone portable. C'est un service qui se sert de la technologie mobile pour permettre aux clients qui y souscrivent d'initier des activités financières telles que :

La consultation de solde de compte ;

Des services transactionnels (envoi et réception d'argent ; paiement de factures, marchandises ou autres services ; versement de salaires ou pensions...), etc

Le client disposant d'un compte Mobile Money peut être actif ou non. Un client actif se définit par un compte client actif. Un compte client est dit actif s'il est utilisé au moins une fois au cours des douze (12) derniers mois ayant précédé la date de comptage, pour effectuer des transactions financières.



Selon l'Association GSM, les paiements mobiles et les services bancaires mobiles font tous deux parties des services d'argent mobile.

Ci-dessous un tableau récapitulatif de l'environnement du Mobile Money courant de l'année 2016 :

Tableau 1 : chiffres clés environnement du Mobile Money en Côte d'Ivoire, Année S1
ARTCI

GSMA, Juin 2009, « L'argent mobile au service des personnes non bancarisées », page 20.

ENVIRONNEMENT	DESCRIPTION SOMMAIRE
Economique	<ul style="list-style-type: none"> - 26 banques et établissements financiers en activité - Taux de bancarisation faible : inférieur à 15% - Services financiers non accessibles aux populations rurales - Taux de pauvreté (national) : 46,3% - Taux de pauvreté en milieu rural : 58,8%

Démographique

- Taille de la population : 23 millions d'habitants
- Part de la population rurale dans la population totale : 49,7%
- Taux de croissance démographique : 2,6% (l'an)

Télécommunication

- 4 licences d'opérateurs de téléphonie mobile octroyées dont 3 sont en activité
- Taux de couverture de la population : (réseau mobile) 98%
- Taux de couverture du territoire (réseau mobile) : 83%
- Taux de pénétration de la téléphonie mobile : 106%

Sources : Institut national de la statistique, Opérateurs de téléphonie mobile ; Association des banques et établissements financiers de Côte d'Ivoire

- Le marché de Mobile Money a connu un développement considérable en Côte d'Ivoire avec un nombre de comptes actifs jugé deux fois plus important que celui des comptes bancaires traditionnels en 2013, (6,17 millions de comptes Mobile Money contre 2,81 millions de comptes bancaires).
- Le nombre d'abonnés Mobile Money est estimé à 6 750 683 au 30 juin 2016, soit 26,61% du nombre total d'abonnés de la téléphonie mobile (25 372 426) à la même date, avec un taux global d'évolution de 3,33% entre mars et juin 2016.
- En d'autres termes, au 30 juin 2016, près de 27 abonnés de la téléphonie mobile sur 100 disposent d'un compte Mobile Money.

Rapport statistique ARTCI, 31 mars 2015

- Services Financiers Mobiles (SFM) en Côte d'Ivoire

Ces services constituent aujourd'hui le premier accès à des services financiers pour des millions de clients et répondent à des besoins majeurs de gestion sécurisée et simplifiée de l'argent.

Les opérateurs de réseaux mobiles (ORM) ont mis en place un portefeuille électronique permettant notamment de retirer et de déposer de l'argent « Cash » ainsi que d'effectuer des transferts entre particuliers,

IFC 2014, aperçu des données sur la monnaie électronique des services financiers mobiles de Côte d'Ivoire

Calcul de l'auteur à partir des données de l'ARTCI

LES ENJEUX

- Des enjeux et opportunités majeurs se présentent à l'ensemble des pays ayant adopté les services financiers via les terminaux mobiles, à mesure que le déploiement des dispositifs d'inclusions financières numériques se développent et qu'on en augmente la portée et l'échelle. Ces enjeux revêtent plusieurs formes :

- ***Les enjeux pour le pays :***

Le développement de la bancarisation des populations : l'inclusion financière dans certaines régions reculées, l'accès à l'argent se fait de manière compliquée : pas de banque, pas d'organisme financier; l'argent numéraire a du mal à pénétrer les régions reculées alors que l'argent « mobile » est plus facilement disponible ;

Le développement du micro-crédit sans compte en banque, l'accès au crédit est extrêmement difficile. La diffusion du Mobile Money est un substitut permettant le développement du crédit. Le compte Mobile Money permet de gérer son crédit: emprunt et remboursement ;

Le développement des transferts internationaux (des pays riches vers les pays émergents – mais aussi entre pays émergents).

- ***Les enjeux pour les opérateurs de télécommunications***

Accroissement de la part de marché : La part de marché sur un marché prépayé multi-SIM, résulte principalement d'un arbitrage entre l'utilisation d'une carte plutôt qu'une autre. Alors que le « client mobile » a plusieurs cartes SIM, il n'a qu'un compte Mobile Money. Le développement du Mobile Money permet donc de favoriser la présence d'une carte dans le mobile au profit de l'opérateur qui propose ce service, et donc d'accroître mécaniquement sa part de marché ;

Amélioration de la fidélisation des clients. Les opérateurs doivent sans cesse trouver des moyens de fidéliser les clients sur leur réseau. De même que le Mobile Money permet d'accroître la part de marché, il va fidéliser (conserver) le client sur le réseau de l'opérateur qui propose le service.


Création d'un espace économique propre indépendant de l'économie financière traditionnelle : Les marchés prépayés des économies émergentes sont principalement des marchés de consommation « Out of Pocket » (on consomme ce qu'on a). La possession d'un « compte bancaire » sur le mobile permet de faciliter les dépenses mobiles

- ***Les enjeux pour les banques***

Se positionner en tant qu'institution bancaire face aux opérateurs mobiles : Le risque principal des banques est de se voir « dépositionnées » en tant qu'institutions financières par le marché du Mobile Money. Il est donc nécessaire pour elles, en s'appuyant souvent sur la réglementation bancaire, de tout faire pour être un acteur incontournable du Mobile Money ;

Développer des parts de marchés en dehors de segments de marché traditionnels (revenus aisés) : A contrario d'un possible « dépositionnement », le Mobile Money est pour les banques une opportunité de développer leur portefeuille clients et d'accroître leurs flux financiers avec des risques très faibles ;

Développement de l'épargne : Le Mobile Money est un facteur important du développement de l'épargne des populations « non bancarisées ». Le positionnement des Banques, grâce à la régulation du secteur, sur ce marché leur permet de capter l'épargne créée par le Mobile Money ;



Développement du crédit/Micro-crédit : Le micro-crédit est un enjeu majeur du développement économique des régions pauvres et rurales. Il est également un enjeu important pour les banques qui peuvent ainsi accroître leur surface financière.

En vue de ne pas freiner l'essor des SFM, et d'assurer la protection des consommateurs, des contraintes de sécurité doivent être prises et respectées à tous les niveaux de la chaîne de développement des SFM : utilisateur, téléphone portable, infrastructures, systèmes d'information, distribution, etc...

- *Les enjeux pour les populations*

Accès au système financier. Les populations pauvres et rurales ont peu accès aux institutions financières. Celles-ci ne sont pas présentes là où cette population en a besoin et, elles inspirent une certaine crainte et un manque de confiance ;

Développement de l'épargne ;

Accès facilité au micro-crédit ;

Simplification et réduction du coût de transferts de la diaspora : L'argent reçu peut l'être directement sur le mobile. Plus besoin de se déplacer vers une agence type « Money Gram » ou « Western Union ». Le Mobile Money permet de faire baisser les commissions de transfert, qui sont actuellement en moyenne de 12,4% en Afrique (contre 6,5% en Asie).



- ***Les enjeux pour les autorités publiques***

Meilleur suivi des flux financiers / circulation de la monnaie fiduciaire ;

Développement économique des zones rurales / création d'emplois ;


Meilleure maîtrise de l'efficacité des allocations sociales /salaires, etc. qui ne transitent plus par des intermédiaires qui avant pouvaient prendre leur part. .

LES FACTEURS DECLENCHEURS

Par ailleurs, selon une étude datant de 2012, par Demirguc-Kunt et KLAPER, les principaux déclencheurs de l'orientation du marché vers le Mobile Money se résument comme suit :

- **Déclencheur principal : le taux de bancarisation**

Ainsi, plus un pays est bancarisé moins l'intérêt pour le Mobile Money, en tant que substitut au compte en banque, est important. A contrario, moins un pays est bancarisé, plus l'appétence de la population mais aussi des institutions et des entreprises pour le service de substitution est développé.



En effet, plus un pays est bancarisé, plus l'intérêt pour gérer les comptes en banque à distance est important, donc plus les services de Mobile Banking sont développés. A contrario, moins un pays est bancarisé moins le besoin de services de type Mobile Banking proposés par les banques est pertinent et rentable.

- **Déclencheurs secondaires :**

- le niveau d'éducation**



Le niveau d'éducation demeure un déclencheur essentiel d'accès aux institutions bancaires. Plus le niveau d'éducation est élevé plus le taux de bancarisation est important et donc plus le taux d'accès aux services Mobile Banking est élevé et moins le taux d'accès au Mobile Money est élevé à contrario, moins le taux d'éducation est élevé, et plus l'accès au compte en Banque est difficile et plus le succès du Mobile Money en tant que substitut au compte en banque est élevé; conséquemment, le Mobile Banking, service de confort, est faiblement développé.

la ruralité

Dans les pays en voie de développement, comme la Côte d'Ivoire, la ruralité est très souvent synonyme de faible revenu, de difficultés à accéder aux services administratifs minimums, etc. les populations les plus rurales sont également celles les moins éduquées et les moins bancarisées. En conséquence ce sont celles qui ont le plus besoin d'un service du type Mobile Money.

A ces facteurs évoqués, il convient d'ajouter :

- le caractère coûteux des services financiers et non adaptés à des usagers peu fortunés.
- l'éloignement des établissements financiers,
- la non-possession des documents nécessaires pour l'ouverture d'un compte,
- la méfiance vis-à-vis des prestataires de services financiers ;



Pour le développement de l'inclusion financière donc, l'Etat Ivoirien a initié un ensemble de politique visant à combler la fracture numérique. Il s'agit notamment de :

- **L'octroi de la licence ou d'autorisations appropriées ;**
- **L'identification des abonnés ;**
- **L'identification des zones blanches, non adressées par les réseaux de téléphonie ;**
- **La dématérialisation des services administratifs.**

L'ENCADREMENT JURIDIQUE DES SERVICES DU MOBILE MONEY

On distingue un cadre réglementaire communautaire et un cadre réglementaire national

AU PLAN COMMUNAUTAIRE

- Le Règlement n°15/2002/CM/UEMOA du 19 septembre 2002, relatif aux systèmes de paiement dans les Etats membres de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA) ;
- L'Instruction n°01/SP/2006 du 31 juillet 2006 relative à l'émission de monnaie électronique et aux établissements de monnaie électronique (BCEAO).
- L'instruction n°008-05-2015 régissant les conditions et modalités d'exercice des activités des émetteurs de monnaie électroniques dans les états membres de l'UMOA.
- Ces textes ont pour objectif de promouvoir les moyens de paiement électroniques dans des conditions optimales de sécurité.

En effet, ils instituent :

- un agrément relatif à l'exercice d'activités de monnaie électronique (Instruction n°01/SP/2006 du 31 juillet 2006 relative à l'émission de monnaie électronique et aux établissements de monnaie électronique (BCEAO));
- la traçabilité des opérations;
- un dispositif de contrôle et de sanctions;
- des mécanismes de sécurisation des transactions (Règlement n°15/2002/CM/UEMOA du 19 septembre 2002, relatif aux systèmes de paiement dans les Etats membres de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA)).


AU PLAN NATIONAL

L'Ordonnance n°2012-293 du 21 mars 2012 relative aux Télécommunications /TIC

- Dans ce domaine, l'ARTCI agit en qualité d'Autorité de Régulation des activités de Télécommunications. Elle est chargée de faire appliquer les lois et les règlements régissant le secteur des Télécommunications/TIC ;

Loi n°2013-450 du 19 juin 2013 relative à la protection des données à caractère personnel ;

- Dans ce domaine, l'ARTCI agit en qualité d'Autorité de Protection. Les services financiers par téléphonie mobile impliquent les traitements de données à caractère personnel (DCP)



définis par la loi comme toute opération ou ensemble d'opérations effectuées ou non à l'aide de procédés automatisés ou non, et appliquées à des données, telles que la collecte, l'exploitation, l'enregistrement, l'organisation, la conservation, l'adaptation, la modification, l'extraction, la sauvegarde, la copie, la consultation, l'utilisation, la communication par transmission.

Les traitements opérés par les banques et les Établissements intervenant dans les Services Financiers Mobiles (SFM) sont soumis à déclaration ou à autorisation, selon le cas, auprès de l'Autorité de Protection (ARTCI). Ces établissements doivent désigner un correspondant à la protection des données à caractère personnel. La désignation du correspondant est notifiée à l'Autorité de Protection.

- **La Loi n° 2013-546 du 30 juillet 2013 relative aux transactions électroniques ;**
- Dans ce domaine, l'ARTCI agit en qualité d'Autorité de certification. A ce titre, elle procède à l'audit et à la certification des systèmes d'information des personnes morales établies en Côte d'Ivoire et exerçant des activités de transactions électroniques;
- Délivre les certificats électroniques; Dans ce cadre, elle peut agréer des prestataires de services de certification électronique



- **La Loi n° 2013-702 du 10 octobre 2013 portant Code des postes ;**
- **La Loi n° 2013-451 du 19 juin 2013 relative à la cybercriminalité**
- **Le Décret n° 2014-106 du 12 mars 2014 fixant les conditions d'établissement et de conservation de l'écrit et de la signature sous forme électronique;**
- **Le Décret n° 2014-105 du 12 mars 2014 portant définition des conditions de fourniture des prestations de cryptologie**

- Cependant, malgré ses avantages, le mobile money pose des problèmes d'encadrement juridique. En effet, il s'agit à la fois d'un service de Télécommunications/TIC utilisant les réseaux de Télécommunications et les ressources rares que sont les fréquences radioélectriques et les numéros mais également d'un service financier, voire bancaire.
- De ce fait, il relève à la fois de la régulation des Télécommunications/TIC donc de l'ARTCI, mais aussi de la surveillance et du contrôle monétaire exercé par la BCEAO.

CONCLUSION

Bien que la question du mobile money soit implantée dans tous les secteurs de l'économie et toutes les couches de la population en Côte d'Ivoire. Il reste des enjeux à relever :

- s'assurer que les populations difficiles à atteindre, comme les femmes et les ruraux pauvres, ont bien accès aux services financiers ;
- **Mettre en œuvre un programme de sensibilisation et d'éducation financière en direction des populations, en vue de la promotion de l'inclusion financière**
- Renforcer l'identification des utilisateurs ;
- Promouvoir des produits financiers utiles et pertinents, adaptés aux besoins des consommateurs ;
- Elaborer un cadre réglementaire spécifique au mobile Money, intégrant des dispositifs de protection des consommateurs.



Avec le Mobile Money, près de 34% des populations utilisent les services financiers mobile, contre seulement 15,1% de taux de bancarisation (banque traditionnelle). Pour conserver ce niveau de performance, les organes de régulation que sont les banques centrales, les autorités de régulation des télécommunications et le droit à la concurrence doivent accompagner le mouvement en mettant en œuvre ou en ajustant les outils de régulation portant notamment sur :

- **l'accès ;**
- **l'émission de la monnaie électronique ;**
- **le canal de distribution ;**
- **l'interopérabilité des services ;**
- **la protection des consommateurs ;**
- **la Lutte Anti Blanchiment et Contre le Financement du Terrorisme (LAB/CFT) ;**
- **la sécurité et la supervision des opérations.**

Je vous remercie de votre aimable
attention

Mademoiselle Brigitte BLE

Chef de Service Relation avec les Consommateurs