Offrir des Services Financiers Digitaux qui ont du Sens pour les Utilisateurs

Étude des pratiques et instruments de gestion financière en Côte d'Ivoire

Mélissa Rousset, Nadine Zoro

Mai 2017

MicroSave
Market-led solutions for financial services

The MasterCard Foundation

CONFIDENTIAL AND PROPRIETARY. Any use of this material without specific permission of *MicroSave* is strictly prohibited

Sommaire

Approche de l'Étude

Méthodologie

Enseignements Clés

Section 1 : Résultats Détaillés de la Recherche

- Nature Sociale de l'Argent
- Arbitrage entre les Instruments Financiers
- Utilisateurs et Usages du Mobile Money dans la Gestion Financière

Section 2 : Concepts de Produits et Services

- Processus de Développement de Produits et Services
- Quelques Concepts Orientés par le Marché

Approche de l'Étude

Constat

Bien que le marché de la finance digitale soit en pleine croissance en Côte d'Ivoire, le taux d'activité des souscripteurs reste faible*

Hypothèse

Les clients n'utilisent pas les services financiers digitaux parce que l'offre actuelle ne correspond pas à leurs pratiques de gestion financière et leurs besoins

L'étude porte sur l'une des causes identifiées du faible taux d'activité des utilisateurs des services financiers digitaux. Spécifiquement, elle propose de :

Comprendre les pratiques et outils de **gestion financière** de la population ivoirienne

Proposer des concepts de produits et services complémentaires aux stratégies financières existantes

Mettre à disposition des **acteurs de l'écosystème** de la finance digitale un processus pour la conception de produits orientés par le marché

* Près de 60% des souscripteurs aux services de mobile money sont inactifs (à 90 jours) : « Situation des services financiers via la téléphonie mobile dans l'UEMOA à fin septembre 2015 », BCEAO

Méthodologie de l'Étude

17 entretiens individuels en profondeur**

Profil des participants	Utilisateurs et non-utilisateurs des services financiers digitaux dans le marché de masse
Age	Jeune (moins de 35 ans) -10, Adulte (plus de 35 ans) -7
Genre	Femme-7, Homme-10
Niveau d'éducation	Illettré- 4, Primaire-3, Secondaire-3, Supérieur -7
Bancarisation	A un compte bancaire-6, N'a pas de compte bancaire-11
Type d'activité économique*	Etudiant-3, Salarié-5, Entrepreneur-6, Travailleur du secteur informel-6, Agriculteurs-2

Et :

5 entretiens d'agents

5 enquêtes mystères

* Certains participants cumulent plusieurs types d'activités économiques.
** Les entretiens à visée exploratoire ont duré entre 1h30 et 2h par participant.

Enseignements Clés

Cette étude propose aux acteurs de l'écosystème digital de s'interroger sur les implications des enseignements du marché sur leur offre de produits et services

L'environnement social conditionne les attitudes et pratiques des Ivoiriens vis-à-vis de l'argent et représente souvent **le seul horizon financier** pour les personnes sous ou non-bancarisés

En dépit du recours intensif aux instruments financiers informels, les Ivoiriens souhaitent **plus d'autonomie et de confidentialité** dans leur gestion financière car ils considèrent le réseau social comme intrusif

L'épargne est une pratique socialement valorisée et vecteur d'autonomisation alors que le crédit est perçu comme une pratique financière risquée à laquelle les Ivoiriens essaient de ne pas recourir

Le **prix et l'accessibilité** aux services financiers ne constituent pas les facteurs déterminants des préférences, choix et usages des instruments financiers

L'appétence aux services de **mobile money** est forte mais le potentiel d'intégration des populations vulnérables dans l'écosystème digital sous exploité

Résultats détaillés de la recherche

1. Nature Sociale de l'Argent
2. Arbitrage entre les Instruments Financiers
3. Utilisateurs et Usages du Mobile Money dans la Gestion Financière

MicroSave
Market-led solutions for financial services

The MasterCard Foundation

1. Nature Sociale de l'Argent

Pratiques de Gestion Financière

Pour atteindre leurs aspirations personnelles, les Ivoiriens catégorisent leurs sources de revenus et instruments financiers: à chaque objectif correspond une source de financement et un outil financier.

Jaurès, Développeur
Jaurès travaille pour une petite entreprise informatique. Il aspire à créer sa propre structure lorsqu'il aura un capital suffisant. Chaque mois, il alloue une partie de son salaire sur un compte d'épargne pour réaliser ce projet.

Ses autres objectifs regroupent les dépenses du quotidien, les imprévus et urgences provenant de son cercle familial. L'espèce est l'instrument financier privilégié pour honorer les objectifs de court terme, alors que son compte bancaire est un instrument associé aux objectifs de long terme.

Jaurès effectue des activités freelance en plus de son emploi pour compléter ses revenus et faire face aux imprévus.

OBJECTIFS FINANCIERS
Les personnes se fixent des objectifs financiers mais ne **les quantifient ou planifient pas systématiquement**. Ce sont des aspirations qui les aident à établir des stratégies d'allocation de ressources

INSTRUMENTS FINANCIERS
Les personnes assignent leurs sources de revenus et instruments financiers aux diverses catégories d'objectifs. **La catégorisation aide à budgéter et à maintenir une discipline d'épargne**

RESSOURCES
Les personnes cherchent constamment à compléter leurs sources de revenus en **saisissant des opportunités économiques** ou en cherchant l'aide de leur environnement proche

Réseau Social dans la Gestion Financière

Le réseau social (famille proche et éloignée, amis) conditionne les pratiques et attitudes de gestion financière en Côte d'Ivoire

- Le réseau social est une **source de revenus** (sous forme de dons ou avances aux conditions flexibles) pour subvenir aux besoins quotidiens ou urgences, financer un investissement
- La capacité à obtenir l'appui de son entourage dépend de sa réputation sociale, le **jugement que porte la communauté** sur soi
- Le **téléphone mobile est le canal privilégié** pour négocier cet appui. Il s'agit d'une activité récurrente et coûteuse pour les personnes vulnérables (ratio crédit téléphonique/revenus)

> *“ **Les imprévus** sont le deuxième nom de l'Afrique ”*

- Le réseau social est une **source prioritaire de dépenses** intégrée dans l'allocation des ressources
- Ces dépenses sont **prioritaires** car: le devoir de solidarité est une **norme culturelle** forte, et ces donations assurent de recevoir en retour un appui financier (construction du capital social)

Désir d'Autonomie Financière

Bien que le réseau social fasse partie intégrante des pratiques de gestion financière, la dépendance à la communauté peut être vécue comme une expérience humiliante

Alban, Cultivateur
Compte sur l'aide de ses proches et amis en ville pour subvenir à ses besoins courants. Il appelle un réseau de connaissances jusqu'à identifier une personne qui accepte de l'appuyer.

S'il avait les moyens, Alban préférerait gérer ses finances de manière anonyme et privée.

"Demander à la famille, ça m'épuise, ça diminue ma personne, ça fait que je perds ma dignité."

'Au moins à la banque, je n'ai pas 'affaire' à quelqu'un que je connais. Je peux préserver mon honneur' *– Madeleine, Enseignante*

L'AUTONOMIE FINANCIÈRE EST SYNONYME DE:

RÉUSSITE SOCIALE
Elle permet de concevoir des objectifs d'avenir souvent associés à une position sociale valorisante – achat d'un terrain, démarrage d'une activité entrepreneuriale, projet éducatif

CRÉDIBILITÉ
Une personne autonome est jugée comme responsable et de confiance. L'autonomie permet par ailleurs d'échapper aux tensions sociales en cas d'accords non honorés (ex. avance non remboursée) – dénigrement de la communauté

Désir de Confidentialité

Il existe une tension entre l'usage privé de l'argent et les contributions sociales, ces dernières pouvant être perçues comme un frein à la réussite personnelle

- Les requêtes financières du réseau social, désignées comme les imprévus, **mettent à défi toute aspiration de planification financière** et rendent l'atteinte des **aspirations** de vie de long terme **incertaine**.
- Par conséquent, les utilisateurs mettent en place des **mécanismes** de confidentialité afin de **placer l'argent hors d'atteinte du réseau social** et ainsi limiter la pression de solidarité.

Exemples de Mécanismes de Confidentialité

'Dès que je m'en vais chercher mon salaire, je passe d'abord déposer un peu à la banque. Ça c'est pour mes petits plaisirs et mon projet. Personne ne peut y toucher. '

'Je me déplace la nuit quand personne me voit chercher dans un coin, ici au village.'

'Je dépose sur mon compte mobile money, je fais confiance à l'agent du village, il est discret.'

'J'attends d'être seule à la maison pour regarder combien j'ai.'

Attitude vis-à-vis du Crédit

Les utilisateurs démontrent une forte aversion au risque. Le crédit est une pratique financière découragée même si couramment utilisée pour répondre aux besoins courants, urgences ou opportunités d'investissement

Katié, Étudiant en informatique
Évite de demander l'appui de sa famille, il ne souhaite pas être jugé sur sa gestion de l'argent. Il compte sur ses amis: « ils comprennent ma situation et demain c'est moi qui vais les aider ».

Le crédit est un accord qui repose sur les principes de réciprocité, égalité et empathie :

- **Réciprocité** : Le crédit est un échange équivalent.
- **Égalité** : Les deux parties font partie de la même communauté d'étudiants, d'entrepreneurs.
- **Empathie** : L'accord ne fait l'objet d'aucun jugement de valeur et peut être flexible.

- Le crédit est pris essentiellement **auprès de l'entourage** sous forme d'avances. Ces avances ne sont pas perçues comme un emprunt mais un **service rendu**
- Il s'agit d'un **accord informel** aux conditions flexibles. L'intérêt et l'échéance de remboursement ne sont pas fixés. C'est à la discrétion du débiteur de rémunérer le créancier (en argent ou en nature)
- Les prêts bancaires sont utilisés uniquement pour les gros investissements de long terme et sont un **privilège réservés aux salariés**
- Les prêts usuriers sont pris **en dernier recours** lorsque les sources de prêts au sein du réseau social sont épuisées
- La peur du crédit relève de la **pression des échéances** de remboursement et des **conditions de recouvrement** (associées à une forme d'harcèlement)

Attitude vis-à-vis de l'Épargne

L'appétence à l'épargne est très forte quelque soit le niveau de revenus. L'irrégularité et l'incertitude liées aux sources de revenus encouragent les Ivoiriens à constituer un filet de sécurité

*"Mon petit ami me donne de l'argent chaque matin pour le transport et la nourriture. **Parfois je mange moins et je mets de côté.**"*

- **Pratique socialement valorisée**: l'épargne reflète la responsabilité et la crédibilité par rapport au réseau social
- L'épargne est perçu comme un **prérequis** à la réalisation des aspirations de vie, contrairement au crédit davantage associé à un instrument de dernier recours
- **Instrument d'autonomisation**, notamment pour les femmes souvent dépendants financièrement de leur mari ou petit ami
- Les **tentations** de recourir à l'épargne pour les dépenses courantes sont fortes. Les utilisateurs cherchent par tous les moyens à garder **l'argent à distance** mais manquent d'outils appropriés

Quelles Implications pour l'Écosystème ?

Enseignements Clés	Questions
Les utilisateurs ont accès à peu d'outils financiers permettant de protéger la confidentialité de leurs pratiques financières.	Comment garantir le caractère privé de l'argent vis-à-vis de l'entourage?
Le téléphone mobile est un outil majeur d'accès au réseau social et de soutien financier, mais il coûte cher et les fonds ne sont pas toujours reçus sur le téléphone.	Comment renforcer les synergies entre le téléphone, le réseau social et l'argent afin de créer une expérience digitale complète?
Il y a une tension entre le désir d'autonomie financière vis-à-vis du réseau social et l'aversion aux risques associés au crédit.	Comment concevoir un outil qui permette d'accéder à d'autres sources d'emprunt que l'environnement social proche tout en dépassant la peur du crédit ?
L'appétence à l'épargne est forte mais les outils pour maintenir une discipline d'épargne et réduire les tentations, limités.	Comment concevoir un outil qui permette d'encourager la discipline d'épargne?

2. Arbitrage entre les Instruments Financiers

Critères de Sélection des Instruments Financiers

Le prix est généralement cité comme un critère déterminant dans le choix des instruments financiers. En réalité, le prix importe moins que la pertinence et la qualité du service rendu

Assetou, Commerçante au marché d'Adjamé

Assetou réalise des dépôts sur son compte bancaire une fois par mois. Parallèlement, elle épargne au jour le jour auprès d'un collecteur (système signé signé) qu'elle rémunère.

Assetou sait que le collecteur d'épargne est plus cher que sa banque (qui rémunère son épargne), ou un compte mobile money (qui permet le stockage sécurisé des fonds à moindre coût).

Pourtant, le *prix perçu* du collecteur est faible: la relation de confiance, une pratique ancestrale du marché, la commodité (il se déplace) sont des atouts supérieurs au prix.

- Le prix, souvent cité comme une barrière à l'adoption des services financiers, sous-entend en réalité une **évaluation plus complexe des instruments** les uns par rapport aux autres

- Le prix est évalué à la **pertinence du service dans le quotidien** des utilisateurs: « Quelle fonction remplit cet outil par rapport à celui-ci ? »

- Le ***prix perçu*** est d'autant plus faible que la proposition de valeur du service est forte

“ Les frais ne me gênent pas. C'est moi qui ai besoin de mon opérateur et pas le contraire ”

Léa, souscripteur à un compte Mobile Money

Critères de Sélection des Instruments Financiers

Les fournisseurs doivent prendre en compte une série de facteurs pour élaborer des instruments financiers que les clients préfèrent, choisissent et utilisent

Proximité

Proximité

Au-delà de la distance physique aux points de vente, la proximité comprend l'identification à une institution et à une marque

Kobenan, Salarié en assurance et entrepreneur
Kobenan apprécie qu'un collecteur d'épargne de son institution de microfinance se déplace chaque jour. Cette relation « de corps à corps » permet de construire un sentiment d'appartenance.

Il dispose par ailleurs d'un compte mobile money auprès d'un opérateur de téléphonie mobile. Kobenan affirme adopter tous les nouveaux services de l'opérateur parce que ce dernier l'accompagne depuis plus de 10 ans. La marque est présente dans son quotidien.

- L'accès physique à des points de services financiers ne garantit pas leur utilisation
- La proximité se mesure en termes de contact humain et d'échange. Les **instruments de « corps à corps »** matérialisent la marque, construisent la confiance et la fidélisation à celle-ci
- Les instruments doivent être présents dans le quotidien des utilisateurs et **intégrés à leur environnement**

“ L'opérateur a envahi nos vies, il peut maintenant tout proposer, on va l'utiliser ”

Flexibilité

Flexibilité

La possibilité de solidifier ou liquéfier l'argent de manière immédiate afin de saisir une opportunité, répondre à un besoin ou imprévu, ou favoriser un comportement financier désiré

Esther, Vendeuse de gombo au marché d'Adjamé
Esther souhaite acheter une nouvelle place de marché où la concurrence est moins rude qu'à Adjamé. Elle a besoin de 200 000 FCFA pour réaliser son investissement.

Elle épargne chaque jour au sein d'une tontine (« Parions »). Elle apprécie ce système parce qu'elle peut accéder à la cagnotte au moment le plus opportun pour investir dans son activité. Par ailleurs, la responsable passe chaque jour à la fermeture du marché ce qui l'évite de dépenser toute sa recette, même infime.

L'argent exerce de multiples usages, **l'argent doit « tourner »** dans un contexte de rareté des ressources. Les instruments financiers doivent donc permettre de :

- Solidifier l'argent: l'enjeu est de **se déposséder immédiatement de l'argent** afin de limiter les tentations de dépenses et favoriser une discipline d'épargne
- Liquéfier l'argent: l'enjeu est d'**accéder immédiatement à l'argent** afin de réduire le coût d'opportunité, c'est-à-dire la perte à laquelle l'utilisateur s'expose en cas de non accès à l'argent pour répondre à un besoin immédiat

Tangibilité

Tangibilité

Le fait de rendre l'argent visible et palpable pour lui donner sens

Béatrice, Aide ménagère à Abidjan

Béatrice épargne chaque mois une partie de son salaire en liquide dans ses affaires personnelles. Elle aspire à créer sa propre activité de ventes de bananes.

Elle vérifie régulièrement sa progression d'épargne lorsqu'elle est seule: pour cela, elle ne compte pas l'espèce mais regarde si le volume de billets à augmenter.

Le poids et le volume de l'argent physique lui donne satisfaction et l'encourage à continuer à épargner malgré les tentations.

- L'argent liquide reste 'roi' alors même que les risques de perte et de vol associés au liquide sont élevés.
- Un des atouts majeurs de l'argent physique est d'être **palpable, réel, animé, concret**. Toucher ou regarder l'argent physique provoque satisfaction et peut encourager un comportement financier désiré
- Les instruments financiers tels que les comptes bancaires ou de mobile money peinent à **reproduire l'expérience du toucher et du visible** procuré par l'argent liquide

"Je veux toucher pour voir"

Proactivité

Proactivité

La capacité à anticiper les besoins des utilisateurs à travers les instruments financiers afin de les aider à optimiser leurs stratégies financières

Bamba, Salarié en marketing à Abidjan
Bamba est employé marketing depuis 4 ans. Lorsqu'il a ouvert un compte bancaire pour la première fois à son entrée dans la vie active, il pensait que la banque jouerait un rôle actif de conseil en investissement.

Ses espoirs ont été déçus, il déplore le manque de personnalisation des services, souvent génériques d'une banque à une autre, et considère les bénéfices rendus comme faibles: « mon épargne dort à la banque ».

> **« Je n'attends pas que la banque reste statique »**

- Même si l'instrument financier répond à un besoin majeur, les **utilisateurs internalisent ce bénéfice** rapidement et souhaitent accéder à de nouveaux bénéfices
- Les instruments financiers doivent constamment **remplir de nouvelles fonctionnalités** pour maintenir la satisfaction des clients
- Les clients considèrent que les services financiers formels ne sont pas suffisamment **informés et orientés par leurs besoins**

Reproduction

Reproduction

L'influence des pratiques et expériences de l'entourage et de la communauté à laquelle appartient l'utilisateur sur les instruments financiers utilisés

Constance, Étudiante en comptabilité, Port Bouet

Constance aspire à trouver un emploi dans une entreprise après l'obtention de son diplôme de BTS. Elle ne dispose pas de compte bancaire aujourd'hui mais souhaite en ouvrir un, une fois salariée.

Elle considère que l'ouverture d'un compte bancaire est une étape d'entrée dans la vie salariale, un marqueur de changement de statut social.

Elle compte s'appuyer sur les conseils de son entourage pour choisir parmi les banques de la place.

PREUVE SOCIALE

L'adoption des outils financiers est souvent déclenchée sur conseil ou recommandation d'un membre de l'entourage. Ceci est d'autant plus vrai que les personnes sont vulnérables et n'ont pas accès à l'information

NORME SOCIALE

L'adoption des outils financiers implique aussi la reproduction de pratiques culturelles existantes. Un service jugé comme non approprié au groupe social auquel on s'identifie n'est pas utilisé, même si sa proposition de valeur correspond a priori aux besoins du groupe ciblé

Compréhension

Compréhension

La connaissance des services financiers et la capacité à comprendre les bénéfices et les mécanismes d'utilisation des services

Zakaria, Vendeur de poulet braisé à Abidjan

Zakaria est un jeune ressortissant du Burkina Faso qui exerce pour le compte de son grand frère. Il est analphabète et ne dispose pas de compte bancaire.

Il confie tout son argent à son frère qui détermine en fonction de la recette le salaire de Zakaria et conserve son épargne. Zakaria a entendu parler du mobile money et envisage d'ouvrir un compte à son nom mais celui-ci sera géré par son petit frère qui est allé à l'école.

Le faible niveau d'éducation de Zakaria le pousse à s'exposer à des risques importants dans sa gestion financière.

- Le niveau d'éducation est un facteur d'exclusion des utilisateurs peu ou non lettrés à toute une palette de services financiers dont ils n'ont pas **connaissance**, ne sont pas en mesure d'utiliser en toute **autonomie**, ou sans **s'exposer à des risques**
- Les acteurs financiers formels peinent à adapter leurs offres aux comportements et motivations de la culture orale (ex. capacité à compter l'espèce sans maitriser les chiffres).
- Certains utilisateurs adoptent des comportements à risque pour répondre à leurs besoins financiers: partage du code secret, confier l'argent à une personne de confiance sans maitriser le coût associé à cette pratique

Quelles Implications pour l'Écosystème ?

Enseignements Clés	Implications
Le prix n'est pas un critère de sélection majeur entre les instruments financiers pour les utilisateurs en Côte d'Ivoire.	Sur la base de l'enseignement sur le rôle du prix, qu'est ce que cela implique pour la conception d'une offre ?
Les critères d'arbitrage offrent un cadre de réflexion pour évaluer la pertinence des produits et services financiers dans la vie quotidienne des Ivoiriens. Chacun des critères n'a pas la même importance ou signification pour les utilisateurs en fonction de leur niveau de revenus, niveau d'éducation ou expérience de bancarisation.	Comment concevoir un produit ou service qui prenne en compte le besoin de tangibilité, notamment parmi les personnes faiblement éduquées ? Comment faire en sorte qu'un produit ou service soit jugé comme approprié pour un groupe social donné ?

3. Utilisateurs et Usages du Mobile Money dans la Gestion Financière

Profils et Usages du Mobile Money

Les clients du mobile money se sont appropriés l'offre des opérateurs de téléphonie mobile pour la faire correspondre à leurs besoins et résoudre leurs problèmes spécifiques de gestion financière

UTILISATEUR NON-SOUSCRIPTEUR

Ignore comment les services financiers digitaux fonctionnent et compte sur un proche ou un agent pour **effectuer des transferts rapides**

EPARGNANT

A ouvert un compte mobile money comme **outil principal d'épargne** en l'absence d'instruments financiers alternatifs

BANCARISÉ ACTIF

Utilise son compte mobile money comme une **plateforme de paiement mobile** et un outil de gestion comptable

1. L'utilisateur Non-Souscripteur

Koffi
60 ans
Planteur de Cacao

'J'ai ouvert le compte avec mon fils. Il a pris le code et a vidé mon compte. Depuis j'ai tout retiré et j'ai jeté ma puce.'

"Je ne suis pas à l'aise avec le téléphone. C'est juste pour allumer et répondre."

- Connaît les services financiers digitaux, les principaux fournisseurs, les bénéfices, et les usages des services
- **Craint toute forme de paiement électronique** du fait de sa faible littératie digitale (guichet automatique, portemonnaie électronique)
- **Est tout de même intégré dans l'écosystème digital** et effectue des transactions - essentiellement de transferts avec l'entourage - via le compte d'un proche ou d'un agent
- A ouvert un compte mobile money mais ne l'utilise pas parce qu'**il identifie les risques de fraude associés** (confidentialité des transactions lors du partage du code secret avec un proche ou agent)

2. L'épargnant

Diane

38 ans
Commerçante et gérante d'un débit de boissons

- Ouverture d'un compte mobile money pour **épargner progressivement** en vue d'atteindre une aspiration/un objectif de vie qui n'est pas forcément clairement défini
- Le mobile money vient **combler un vide dans les outils financiers d'épargne** à disposition: avant l'ouverture d'un compte mobile money, Diane stockait son épargne en espèces dans ses affaires personnelles chez elle
- Le compte mobile money est associé à un **compte d'épargne de court terme** et le fournisseur perçu comme un acteur bancaire ciblant les personnes à faibles revenus (démarches simples, dépôt initial nul, marque présente dans la vie quotidienne)
- Le principal bénéfice du compte mobile money est de favoriser une discipline d'épargne pour **élargir les opportunités futures tout en gardant les fonds relativement liquides** en cas d'urgences ou besoins de court terme
- Le compte mobile money sert principalement à faire des **transactions de dépôts fréquents et de retraits ponctuels**
- Au-delà d'un certain montant, le compte de mobile money n'est **pas considéré comme un outil sécurisé de stockage de l'épargne** (~30 000 F CFA)

> **"Pour moi, le Mobile Money c'est une banque pour les gens comme moi qui ont des petits moyens"**

3. Bancarisé Actif

Kobenan

32 ans
Salarié et
Entrepreneur

'Je ne vois pas le mobile money comme une banque. C'est fait pour les petites dépenses et les transferts aux fournisseurs ou la famille'

'Avec mon compte mobile money, je gère l'argent du maquis. L'argent de la bière c'est pour la bière. '

'Même si tu le voulais, tu ne peux pas tout payer avec mobile money. Les fournisseurs veulent voir l'argent physique pour être sûr qu'ils sont payés.'

- A ouvert un compte mobile money lorsqu'il était étudiant pour recevoir des transferts de son entourage et faire des dépôts réguliers (épargne de court terme)
- L'ouverture de compte est assimilée à une **première expérience de bancarisation**
- Avec l'**évolution de son statut socio-économique**, le mobile money devient une **solution de paiements mobiles** : factures, paiements des clients et partenaires financiers par transferts P2P
- Le mobile money est aussi un **outil de gestion** du fond de roulement de son activité de maquis (suivi du solde de compte assimilé à un suivi comptable)
- Souhaiterait disposer d'une **solution de paiement « tout en un »** pour faciliter la gestion de ses multiples activités

Prédominance des Dépôts Distants

Le produit phare du mobile money – transfert domestique de personne à personne – est détourné par les clients: quelque soit leur profil, les clients privilégient l'envoi et la réception des fonds par le biais de l'agent

Léa, Serveuse dans un maquis

Lorsqu'elle doit effectuer un transfert, Léa se rend auprès de l'agent de son quartier, lui remet l'argent et le numéro du receveur.

L'espèce est dédiée aux dépenses quotidiennes et imprévus. Elle ne souhaite pas puiser dans son compte mobile money – dédié à l'épargne pour ce type de dépenses (appui financier à la famille).

En cas d'urgence, elle effectue un transfert depuis son téléphone et renfloue le compte plus tard afin de maintenir son solde d'épargne intact.

- **Le coût** d'une transaction de transfert **n'est pas un facteur majeur** de préférence pour les dépôts distants (contournement des frais de transfert).

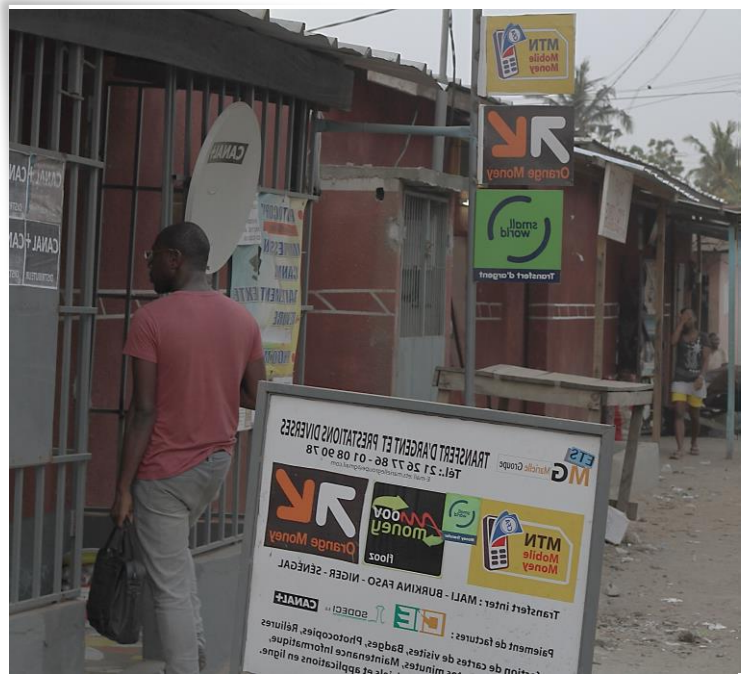
- Reproduction forte d'un **habitus des transferts au guichet** (opérateurs de transferts d'argent). La commodité – transférer depuis son téléphone – n'est pas une proposition de valeur attractive.

- Le **compte mobile money remplit un 'job' déterminé*** (ex. fond de roulement, compte d'épargne) dans la gestion financière. Par conséquent, son usage se limite à une fonction précise – les utilisateurs souhaitent attribuer un objectif à chacun de leurs instruments financiers.

* Ce terme renvoie à la théorie « Jobs to be done » élaborée par Clayton Christensen.

Potentiel Sous-Exploité et Risques Accrus

De nombreux utilisateurs ne sont pas intégrés dans le marché du mobile money car ils effectuent des transactions de manière non-identifiée



- Les transactions non-identifiées posent des défis en termes de **protection de la clientèle** : risque d'usurpation du compte du récipiendaire, fraude à l'encontre de l'utilisateur non-identifiée par le souscripteur du compte ou l'agent.

- **Manque à gagner** : Même si cette pratique permet d'intégrer la masse dans l'écosystème digital, elle prive les fournisseurs d'une source de revenus, et surtout de données sur les comportements financiers de ces clients nécessaires au développement d'une offre de produits plus sophistiqués (ex. crédit digital).

- **Respect de la régulation** : la circulation de l'argent dans l'écosystème digital sans identification de l'envoyeur augmente les risques de blanchiment d'argent et de financement du terrorisme.

Recommandations

Enseignements Clés	Recommandations
Les clients préfèrent effectuer les transactions de transfert au guichet plutôt que depuis leur téléphone	Redessiner le service de transfert d'argent de personne à personne pour y intégrer les leçons du marché
Un large segment de clients potentiels ne sont pas identifiés parmi les souscripteurs aux services de mobile money en Côte d'Ivoire	Intégrer les non-souscripteurs dans l'écosystème : les authentifier, comprendre les freins à leur intégration, développer une proposition de valeur adaptée à leur profil (notamment à la culture orale dominante)
Les personnes non bancarisées ont une forte appétence à épargner via leur compte mobile money	Concevoir un outil d'épargne permettant de garder l'argent à distance tout en permettant un retrait rapide et accessible en cas de besoin
Les clients bancarisés actifs utilisent le mobile money parmi d'autres instruments financiers mais déplorent le manque d'intégration	Favoriser l'intégration entre les différents instruments financiers afin d'offrir une expérience client de qualité

Concepts de Produits et Services

MicroSave
Market-led solutions for financial services

The MasterCard Foundation

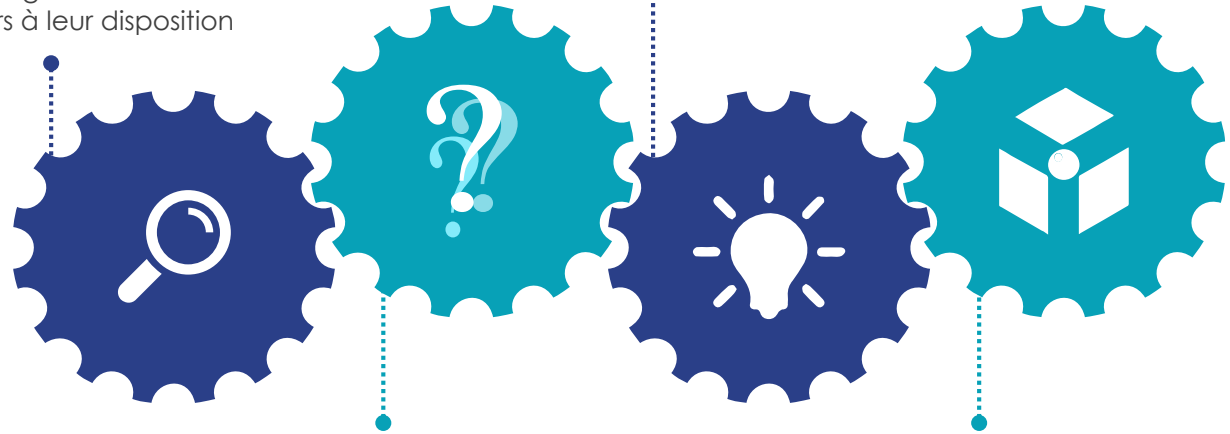
Processus de Développement de Concepts*

ENSEIGNEMENTS CLÉS DE L'ÉTUDE

Ce que les entretiens qualitatifs avec des utilisateurs du marché de masse ont permis de comprendre: les besoins, préférences, attitudes des clients en Côte d'Ivoire vis-à-vis de la gestion financière et des instruments financiers à leur disposition

DISTILLATION DES IDÉES

Génération d'un maximum d'idées innovantes permettant de répondre aux défis soulevés. Les idées doivent être cohérentes avec la direction stratégique de chaque fournisseur



QUESTIONS À RÉSOUDRE

Les questions dérivées des enseignements clés de l'étude permettent d'engager un processus de réflexion: elles posent un défi auquel chaque fournisseur doit répondre pour offrir un produit pertinent pour le marché

PROTOTYPES

Elaboration de prototypes de solutions à partir des concepts d'idées les plus prometteurs. Les prototypes sont amenés à être testés et itérés jusqu'à obtenir un prototype de haute fidélité.

* Processus issu de l'approche phare de MicroSave: Enseignements clés du Marché pour l'Innovation et le Design (MI4ID). .

Concept 1. « Awalé »

LEÇONS DU MARCHÉ

- Le téléphone mobile est le canal privilégié pour solliciter l'appui financier dans son réseau.
- Il y a une tension entre le désir d'autonomie financière vis-à-vis du réseau social et l'aversion aux risques associés au crédit. L'emprunt est une expérience réussie lorsqu'il repose sur les principes de réciprocité, égalité et empathie.
- La capacité à obtenir l'appui de son entourage dépend de sa réputation sociale.

QUESTIONS

- Comment concevoir un outil qui donne accès à des sources d'emprunt alternatives tout en dépassant la peur du crédit?
- Comment renforcer les synergies entre le téléphone, le réseau social et l'argent afin de créer une expérience digitale complète ?
- Comment concevoir un produit qui respecte la norme culturelle de solidarité et reproduit les principes informels d'obtention et de remboursement de crédit?

CONCEPT

- Créer une plateforme communautaire mobile permettant de recourir au crédit à travers son cercle social (**expérience digitale complète**).
- Les conditions d'accès à un groupe communautaire et d'emprunt sont déterminées par le groupe lui-même, sur la base des affinités entre les membres (**égalité et identification sociale**).
- Chaque personne ajoutée à la plateforme est un prêteur ou emprunteur potentiel (**principe de réciprocité**).
- Un système de rating basé sur les remboursements de crédit agit comme une **caution sociale** pour évaluer l'éligibilité au crédit.
- Les transactions et conditions d'emprunt sont uniquement visibles par le prêteur et l'emprunteur (**confidentialité**).

Du Concept au Prototype

Awalé - le “Uber du Crédit”

Plateforme communautaire mobile d’emprunt

Le nouveau membre créé un groupe ou en rejoint un existant.

L’emprunteur fait une demande de crédit.

Les autres membres reçoivent une notification.

Un prêteur notifie l’emprunteur qu’il souhaite l’aider. Ils négocient les conditions.

Concept 2. « Mon Djai »

LEÇONS DU MARCHÉ

- L'épargne est une pratique socialement valorisée car elle reflète la responsabilité et la crédibilité par rapport au réseau social.
- Les tentations de recourir à l'épargne pour les dépenses courantes et pour répondre aux demandes du réseau social sont fortes.
- Les utilisateurs cherchent par tous les moyens à garder l'argent à distance mais manquent d'outils appropriés.

QUESTIONS À RÉSOUDRE

- Comment concevoir un outil qui permette d'encourager la discipline d'épargne?
- Comment développer des outils d'épargne qui permettent l'assignation d'objectifs d'avenir ?
- Comment donner la possibilité au client de solidifier ou liquéfier l'argent de manière immédiate afin de saisir une opportunité, répondre à un besoin ou imprévu, ou favoriser un comportement financier désiré ?

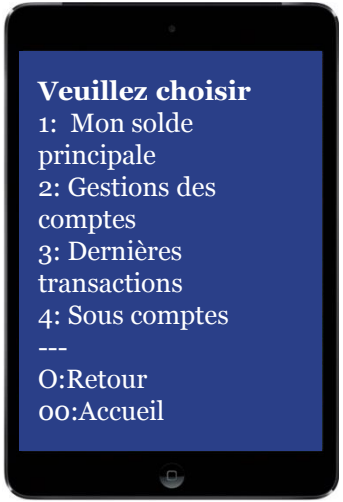
CONCEPT DE PRODUIT

- Créer un outil de gestion financière avec des sous comptes d'épargne reliés à un compte principal.
- Les clients peuvent choisir d'**assigner des objectifs financiers** aux sous comptes, des options de dépôt et de retrait, transferts d'un sous compte à un autre avec ou sans frais (**flexibilité**).
- La capacité de solidifier l'argent permet de **limiter la pression sociale** de solidarité et d'atteindre ses objectifs financiers.

Du Concept au Prototype

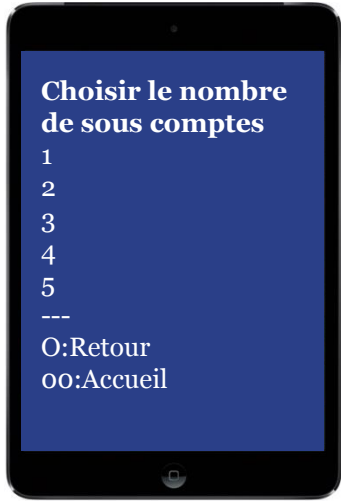
Mon Djai

Outil de Gestion Financière



Aperçu général des finances avec des sous comptes personnalisés

Diversité d'options de dépôt et de retrait.



Flexibilité de gestion de l'argent avec des conditions flexibles et liberté de mouvement entre les comptes.

Concept 3. Système de Comptage Traditionnel

LEÇONS DU MARCHÉ

- Les acteurs financiers formels peinent à adapter leurs instruments à la façon des utilisateurs vulnérables de compter et interagir avec l'argent (domination de la culture orale).
- Certains utilisateurs adoptent des comportements à risque pour répondre à leurs besoins financiers: par exemple, partage du code secret d'accès au compte mobile money.

QUESTIONS À RÉSOUDRE

- Comment offrir un instrument présent dans le quotidien des utilisateurs et qui apparait comme approprié à leur environnement et statut social ?
- Comment concevoir un concept qui miroite les pratiques traditionnelles de gestion financière et donc facile à comprendre pour les personnes de tout niveau d'éducation ?
- Comment représenter l'argent digital afin de reproduire la tangibilité de l'argent physique même sur les canaux les moins sophistiqués ?

CONCEPT DE PRODUIT

- Élaborer un système de représentation de l'argent (code secret, soldes de comptes, montant et frais de transactions etc.) qui reproduit le principe de comptage par multiplication traditionnellement utilisé, et actuellement présent dans les langues locales.

Système de Comptage Traditionnel

Rubriques	
1	,
10	;
100	:
1 000	=
10 000	*
100 000	#
1 000 000	+

Présence Géographique & Contacts

Bureaux de MicroSave

India Head Office
Lucknow
Tel: +91-522-2335734
New Delhi Office
Tel: +91-11-41055537/38
Hyderabad Office
Tel: +91-40-23516140

Kenya Office
Shelter Afrique House,
Mamlaka Road,
P.O. Box 76436, Yaya
00508, Nairobi, Kenya
Tel: +254-20-2724801/2724806
Fax: +254-20-2720133

Uganda Office
Ntinda Ministers Village
Plot 27, Valley Drive
P.O. Box 29111
Kampala, Uganda
Phone +256-393 202342
Mobile: +256-706 842368

UK Office
The Folly, Watledge
Close,
Tewkesbury,
Gloucestershire
GL20 5RJ, UK
Tel. +44 1684- 273729
Mobile +44 796-307 7479

Philippines Office
Unit 2408,The Trade
and Financial Tower,
7th Avenue Corner,
32nd Street, Bonfacio
Global City, Taguig
City 1634, Metro
Manila, Philippines.
Tel: +(632) 477-5740

Indonesia Office
ANZ Tower 23rd
Floor, Jl. Jend.
Sudirman Kav. 33A,
Jakarta Pusat 10210,
Indonesia.
Tel:+62 21 2954 6828/29
Fax: +62 21 2954 6889

PNG Office
Corner of Musgrave
Street and Champion
Parade,
Port Moresby, Papua
New Guinea.
TeleFax No.: +675 321 8823
/ 321 8854

Singapore Office
3, Shenton Way,
#13-06, Shenton
House, Singapore
(068805)
Tel:+65 673 47955

MicroSave

Market-led solutions for financial services

The MasterCard Foundation

Contactez-nous : Info@MicroSave.net| Info@reseauhelix.com