

Argent mobile: Leçons pour l'Afrique de l'Ouest



L'argent mobile a eu un impact produisant une transformation radicale en atteignant les ménages à faible revenu et historiquement dépourvus de comptes bancaires dans les pays en développement, en les intégrant dans un système financier plus large en leur donnant accès à une gamme de services bancaires, comprenant le crédit, l'épargne, et les capacités de transfert de fonds (Kumar et al., 2010). La vitesse et l'ampleur de l'essor de l'« argent mobile » en Afrique orientale a été sans précédent et l'impact a été considérable. À l'échelle mondiale, les plates-formes d'argent mobile sont maintenant disponibles dans 93 pays, avec des fournisseurs traitant en moyenne 33 millions de transactions par jour (GSMA, 2015). En tant qu'instrument de l'inclusion financière, l'argent mobile a le potentiel de modifier radicalement la nature contractuelle des deux flux des ressources formelles et informelles à travers une grande partie du monde en développement.

Les ménages qui ne disposent pas d'accès aux services bancaires et financiers formels sont obligés de compter sur des réseaux informels pour l'accès au crédit ou au partage des risques et pour l'assurance contre les chutes de revenu (Jack & Suri, 2014). L'innovation relativement récente de l'argent mobile a élargi la frontière de l'inclusion financière au-delà du domaine des banques « de brique et de mortier » aux services mobiles facilités par un réseau d'agents. Les utilisateurs d'argent mobile qui étaient auparavant non bancarisés sont maintenant en mesure de se connecter et de transférer des ressources à moindre coût, en toute sécurité, et à des distances plus grandes que jamais auparavant. Un avantage très important est qu'ils sont également en mesure de faire face plus efficacement aux risques par le biais des transferts de fonds, comme en témoignent les ménages qui reçoivent un plus grand nombre de transferts de fonds et de plus grande valeur dans le cas d'un événement fâcheux (Jack & Suri, 2014).

Au Kenya, l'exemple le plus connu et réussi d'essor d'argent mobile à ce jour, on estime que 70 pour cent des ménages ont maintenant accès à MPESA, le plus grand fournisseur de services d'argent mobile du pays (Jack et al., 2013). Le service est simple: une fois enregistré, un utilisateur

peut recevoir ou transférer des fonds, transformant son téléphone mobile en quelque chose de comparable à une carte bancaire. L'argent mobile peut être utilisé pour payer les factures, pour acheter des biens et des services, et transférer de l'argent dans les réseaux sociaux et familiaux.

Malgré la flexibilité de M-PESA comme un instrument pour les différents types de transaction, les données factuelles indiquent que la majorité des transactions se produisent au sein des réseaux personnels ou familiaux. L'argent mobile, de cette façon, réduit les coûts et les obstacles rencontrés par les ménages à faibles revenus et ruraux pour accéder à des transferts de crédit et de partage des risques à partir de leurs réseaux. Le rythme de croissance de la migration intérieure au pays, en particulier la migration du rural vers l'urbain, qui caractérise actuellement une grande partie du monde en développement accélère également la demande par les migrants pour des moyens sécurisés, rapides et abordables pour envoyer de l'argent au foyer et Mbiti, 2010).

Pénétration en Afrique de l'Ouest - les contraintes et les défis actuels du démarrage

Alors que la pénétration du téléphone mobile augmente en Afrique de l'Ouest, la région a des niveaux d'inclusion financière et d'utilisation de l'argent mobile beaucoup plus bas que l'Afrique de l'Est, comme indiqué dans le Tableau 1 et le Tableau 2 en annexe. Malheureusement, les données pour la Gambie ne sont pas disponibles, et ne sont donc pas inclus dans le Tableau 1. Dans tous les pays, aussi bien en Afrique de l'Ouest qu'en Afrique de l'Est, les femmes sont moins susceptibles de détenir des comptes (soit des comptes en argent mobile, soit des comptes dans une institution financière) que les hommes, et l'utilisation de l'argent mobile dans les zones rurales est plus grande que parmi les 40% les plus pauvres de la population (Global Findex, 2014). En général, l'utilisation de l'argent mobile dans les zones rurales est seulement légèrement inférieure à l'utilisation globale de l'argent mobile des pays. Cette différence d'utilisation de l'argent mobile est inférieure à celle existant entre l'utilisation des comptes auprès d'institutions financières dans les zones rurales et l'utilisation globale des comptes auprès d'institutions financières des pays. Cela est logique puisque les obstacles aux populations rurales en utilisant l'argent mobile sont inférieurs aux difficultés qu'ils peuvent rencontrer dans l'utilisation de comptes bancaires dans les institutions financières, qui sont souvent situées dans des zones plus urbaines.

Le manque de données claires sur la pénétration et le taux d'utilisation mobiles en Afrique de l'Ouest reste un défi. Une grande partie des données existantes ou des estimations de pénétration sont basées sur le nombre de cartes SIM possédées, celui d'abonnements mobiles, ou le taux d'utilisation individuelle d'Internet. Lorsqu'ils sont évalués ensemble, ces chiffres donnent une image plutôt en conflit pour les accès au téléphone mobile et pour l'utilisation d'Internet au niveau des ménages.

L'Union internationale des télécommunications (l'agence spécialisée des Nations Unies pour les TIC) estime que, en 2014, les abonnements mobiles pour 100 habitants au Ghana, en Sierra Leone, et au Liberia étaient respectivement de 114,8, 76,7 et 73,4, (UIT, 2015). A première vue, cela suggère des taux élevés de propriété et d'utilisation d'un téléphone mobile. En revanche, cependant, les

données sur l'utilisation individuelle d'Internet, dans les mêmes pays, était seulement de 18,9%, 2,1% et 5,4%, respectivement (UIT, 2015 (a)). Il est fort probable que les données de souscription et de cartes SIM surestiment la pénétration et sont biaisées par rapport aux ménages et aux adultes qui possèdent probablement plusieurs cartes SIM ou abonnements mobiles. De meilleures données sont nécessaires pour estimer la taille du marché potentiel pour les utilisateurs d'argent mobile en Afrique de l'Ouest.

Leçons de régulation de l'Afrique orientale

L'extension rapide de M-PESA au Kenya soulève des questions clés pour les autres pays sur la meilleure façon de réglementer le secteur de l'argent mobile pour atteindre le même succès. La coordination à travers un éventail de parties prenantes et une régulation efficace des secteurs bancaires mobiles devront traiter la question de la protection des consommateurs, tout en s'assurant que les MNO (Mobile National Operators) peuvent se concurrencer efficacement sur le marché (Batista et al., 2012).

Exclusivité ou non-exclusivité des agents

Les MNO investissent massivement dans le recrutement, la formation et le suivi de leur réseau d'agents, ce qui fait de la question de l'exclusivité de l'agent par rapport à la non-exclusivité une question pressante. D'une part, si les agents ne sont pas exclusifs et peuvent desservir plus d'un MNO, cela n'incite pas chaque MNO à investir dans un réseau d'agent important et de qualité et les MNO peuvent être enclins à récupérer leurs coûts d'investissement sur les clients par le biais de frais de service plus élevés. Les agents non exclusifs peuvent également faire face à des contraintes de liquidité en devant disposer de disponibilités suffisantes de trésorerie virtuelle (e-float) pour chacun des MNO avec lesquels ils travaillent (Argent et al., 2013). D'autre part, exiger que l'agent soit exclusif signifie que chaque MNO doit développer son propre réseau d'agents, ce qui entraîne qu'il y ait de nombreux agents, chacun d'eux ayant moins d'affaires. Cette disposition érode les bénéfices de l'agent et sape le modèle d'affaires de l'agent de service d'argent mobile.

Une approche préférable serait de permettre aux MNO d'appliquer l'exclusivité des agents pour une certaine période de temps avant que la non-exclusivité soit exigée, tout comme les brevets ne peuvent être imposés que pour un nombre déterminé d'années (Suri). Cette approche servirait à encourager les MNO à investir dans le développement de leur réseau d'agents, tout en continuant à travailler en vue d'une éventuelle non-exclusivité. Le fait que la non-exclusivité a été prouvée pour être plus appropriée pour les marchés matures soutient davantage cette approche (Argent et al., 2013). En tout état de cause, la décision réglementaire pour permettre ou non l'exclusivité de l'agent est une question mieux résolue par des discussions avec les MNO.

Il y a des implications importantes en matière de responsabilité juridique pour les MNO selon que leurs agents agissent exclusivement ou non exclusivement. En cas de non-exclusivité, il devient difficile d'identifier quel est le MNO qui est responsable de la surveillance du comportement des agents, et d'appliquer la discipline, ou qui est responsable de la fraude ou d'autres comportements nuisibles des agents. Des réglementations devront aborder globalement la responsabilité de la surveillance et de l'exposition de la responsabilité des MNO et si la non-exclusivité doit être

autorisé ou exigée, des réglementations doivent également inclure comment la responsabilité (responsibility) du MNO et la responsabilité (liability) pour la conduite de l'agent doivent être déterminées.

Exigences de reporting (déclarations)

Tous les MNO, banques et sociétés de télécommunications, sont tenus de faire régulièrement un rapport sur les données moyennes de transaction, ainsi que sur toute activité suspecte. Les exigences de reporting (déclarations) pour l'argent mobile sont axées principalement sur les surveillances des plateformes d'argent mobile pour les empêcher d'être utilisées pour le blanchiment de l'argent ou le financement du terrorisme. À cet égard, deux grandes catégories de rapports sont essentielles: i) Procédures de diligence raisonnable (« due diligence ») appelées : Connaître Votre Client (« Know Your Customer » KYC), et ii) réglementations sur l'anti-blanchiment d'argent (« anti-money laundering », AML) et sur la lutte contre le financement du terrorisme (« combating the financing of terrorism », CFT). En général, les MNO sont tenus de:

- améliorer leurs contrôles internes pour répondre spécifiquement aux risques de AML / CFT;
- entreprendre des procédures de diligence raisonnable (due diligence) des clients sur tous les clients nouveaux et existants;
- introduire une surveillance accrue des transactions suspectes et tenir des enregistrements des transactions pour des vérifications ultérieures; et
- signaler les transactions suspectes aux autorités nationales (Isern et al., 2005).

De faibles limites de transaction et un traçage serré proche des clients et des transactions rendent le risque que les plateformes d'argent mobile soient utilisées pour blanchir de l'argent et financer le terrorisme relativement faible (di Castri, 2013). Toutes les tentatives de transactions au-dessus de la limite fixée sont automatiquement signalées et rapportées comme une activité suspecte (Solin & Zerzan, 2010).

Les procédures de diligence raisonnable KYC et les réglementations de AML / CFT exigent que les MNO obtiennent une preuve suffisante de l'identité des clients avant de les enregistrer en tant qu'utilisateurs d'argent mobile. Ce qui constitue une preuve d'identité est critique, car cela peut constituer un obstacle à l'enregistrement des clients à faible revenu si ce qui est exigé est excessivement onéreux, contrecarrant ainsi les efforts d'inclusion financière. Au Kenya, une copie du document d'identification nationale d'un client suffit. La Tanzanie ne délivre pas de documents d'identité nationale, et par conséquent les clients utilisent souvent d'autres formes d'identification, y compris les cartes d'étudiant, les cartes d'inscription des électeurs, et les passeports (GSMA, 2014).

En Afrique du Sud, les réglementations AML / CFT pour l'ouverture d'un compte bancaire exigent généralement que les clients fournissent leur numéro d'identification pour l'impôt sur le revenu et une preuve d'adresse résidentielle. Toutefois, une exemption de conformité a été mise en place pour les clients à faible revenu, qui, souvent, ne disposent pas de numéro d'identification pour l'impôt sur

le revenu ni de vérification par un tiers de l'adresse résidentielle. Cette exemption permet d'assurer que les clients à faible revenu peuvent accéder aux services financiers qui leur seraient barrés autrement du fait de ne pas satisfaire aux exigences réglementaires KYC (Isern et al., 2005). Ceci est un bon exemple pour montrer comment les contrôles doivent être assez flexibles pour inclure des clients à faible revenu et non bancarisés.

Les efforts visant à suivre le rythme des innovations telles que les MNO virtuels seront probablement centrés sur l'établissement des licences, la régulation et la supervision des agents des points de vente, qui représentent la plus grande vulnérabilité ou la plus grande partie des point d'entrée pour le blanchiment d'argent (Chatain, et al., 2011). Le nombre croissant de MNO virtuels peut également représenter un nouveau défi pour les régulateurs étant donné qu'ils pourraient permettre des transactions internationales pour contourner les institutions financières formelles. Les mesures réglementaires limitent encore le volume et le seuil des transactions financières, de sorte l'atténuation du risque a plus de chance d'être effective.

Protection financière

Il est essentiel que les clients des dépôts d'argent mobile soient protégés contre l'insolvabilité de la fois de leur MNO et de la banque où le MNO garde les dépôts des clients. Pour protéger les dépôts des clients de l'insolvabilité de leur MNO, il est nécessaire d'établir des barrières de cantonnement (« ring-fence ») pour ces fonds provenant des fonds propres du MNO. Cela nécessite invariablement que le MNO place les dépôts des clients dans une forme agrégée d'une institution entièrement réglementée prudemment et le MNO ne devrait pas utiliser du tout ces fonds comme des intermédiaires (« should not intermediate such funds »).

Dans les juridictions de droit commun, le droit des fiducies est disponible à cet effet et les dépôts des clients sont placés dans un compte en fiducie globale dans une banque commerciale. Cela garantit une séparation des dépôts des clients des comptes commerciaux du MNO (qui peuvent être tenus à la même banque commerciale), assurant ainsi qu'ils ne font pas partie des actifs des MNO à tout moment. La nature du compte en fiducie protège les dépôts des clients des créanciers du MNO, même sur l'insolvabilité du MNO.

Dans les juridictions de droit civil, le MNO devrait conclure un accord contractuel avec la banque, en vertu duquel la banque est tenue de gérer les dépôts des clients dans l'intérêt des clients. Si la banque ne parvient pas à le faire de manière adéquate, soit le MNO ou les clients peuvent intenter des poursuites pour faire respecter l'accord contractuel, de demander la restitution ou de chercher à enlever et remplacer la banque en tant que gestionnaire des dépôts de la clientèle (GSMA). Cette approche donne moins de protection aux clients que l'option du droit de la fiducie en vertu du droit commun. Alternativement, les juridictions de droit civil peuvent codifier les exigences de cantonnement dans la loi, ce qui donnerait une protection similaire en droit des fiducies (GSMA).

Les dépôts des clients ont aussi besoin d'être protégés contre la possibilité d'insolvabilité de la banque. Les règlements exigent généralement que les dépôts d'argent mobile soient conservés sans

contraintes et sous forme d'actifs liquides dans la banque, et les interdictions de prêt atténuent considérablement le risque que les dépôts des clients soient perdus par l'insolvabilité de la banque. En outre, les règlements peuvent exiger que les MNO tiennent des comptes de fiducie dans un certain nombre de banques commerciales et qu'ils divisent les dépôts des clients entre les différentes banques pour diversifier les risques, comme cela se fait au Kenya et en Tanzanie (Argent et al., 2013).

Des réglementations similaires aux exigences de la Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC) aux États-Unis, qui assurent que les dépôts dans les banques soient soutenus par la confiance et le crédit du gouvernement, ne sont pas communs ailleurs, en particulier en Afrique. Toutefois, certaines dispositions équivalentes de la FDIC ont été développées dans certains pays. Par exemple, au Kenya, plusieurs banques commerciales ont collaboré pour fournir l'assurance limitée sur les dépôts pour les clients avec les fonds déposés dans une institution membre (KDIC). Cela garantit que, dans le cas où une banque membre de la KDIC devient insolvable, les clients avec des fonds (y compris les fonds d'argent mobile) déposés auprès de cette banque ont droit à la restitution limitée de la KDIC. Actuellement, la limite supérieure que les clients peuvent recevoir dans le cas où la banque membre de la KDIC tenant leur dépôt devient insolvable est de KES 100,000 (US \$ 1,330) (KDIC). Les régimes d'assurance-dépôts de cette nature fournissent une importante (quoique limitée) protection contre l'insolvabilité des banques. L'expérience de la KDIC montre qu'il est possible pour les banques commerciales d'entreprendre une telle initiative eux-mêmes, et que cela ne soit pas fait uniquement dans le cadre de la réglementation gouvernementale.

Les intérêts gagnés sur les dépôts des clients

La question de savoir comment les intérêts qui sont accumulés sur des fonds qui sont en comptes en fiducie globaux sont gérés doit être clairement abordée dans la réglementation. Les intérêts courent sur les fonds déposés des clients uniquement si les banques sont en mesure d'investir ces fonds de manière à donner un intérêt positif. Si les banques sont tenues de détenir 100% des fonds déposés des clients dans la réserve de trésorerie, ces dépôts ne peuvent générer aucun intérêt.

Au Kenya, les intérêts gagnés sur les dépôts de M-PESA sont donnés à des œuvres caritatives, ce qui permet d'éviter à Safaricom d'être réglementée comme une institution financière (Mbiti et Weil, 2014). En Tanzanie, Tigo a payé à ses clients une part proportionnelle des intérêts courus sur le compte en fiducie de Tigo sur une base trimestrielle depuis Septembre 2014, et il espère être en mesure de reproduire cette innovation dans d'autres marchés (GSMA, 2014 (b)). Payer un intérêt aux clients constituerait une forte incitation pour les clients d'utiliser les facilités de l'argent mobile pour épargner. En règle générale, il est laissé au MNO le soin de déterminer ce qu'il faut faire avec les intérêts courus. Cependant, étant donné que le MNO n'a pas droit à produire, et ne peut pas garder, l'intérêt lui-même, les intérêts courus sont souvent donnés aux œuvres caritatives.

Interopérabilité

L'interopérabilité fait référence à la capacité des clients à effectuer des paiements à travers différents systèmes de paiement, et c'est un défi réglementaire clé. Il existe deux types d'interopérabilité qui

Note

Mars 2016



sont pertinents dans le contexte de l'argent mobile, à savoir l'interopérabilité entre les systèmes de paiement des MNO et les banques (c'est-à-dire des transferts entre des comptes d'argent mobile et des comptes bancaires), et l'interopérabilité entre les systèmes de paiement de différents MNO (c'est-à-dire des transferts depuis un compte d'argent mobile avec un MNO à un compte d'argent mobile avec un autre MNO) (Argent et al., 2013). Bien que des gains ont été accomplis dans la réalisation du premier type d'interopérabilité, le dernier type d'interopérabilité n'a pas encore été réalisé sans recourir aux services d'un ou de plusieurs agents d'argent mobile (Argent et al., 2013).

L'interopérabilité est importante à la fois pour des raisons de commodité et de concurrence: si les clients peuvent utiliser leurs téléphones mobiles pour effectuer des paiements à travers les systèmes de différents MNO, ils ne doivent pas avoir à se rendre physiquement chez un ou plusieurs agents d'argent mobile pour rendre cela possible, ce qui permet d'économiser du temps et des coûts de trajet. En l'absence d'interopérabilité entre les MNO, les clients sont susceptibles de choisir d'utiliser le MNO ayant le plus grand nombre de clients afin de minimiser le nombre de paiements qui nécessitent des visites physiques à des agents. Dans la pratique, cela signifie que plus un MNO est populaire, plus il va encore s'accroître, ce qui est préjudiciable à la concurrence entre les MNO. L'interopérabilité est donc un instrument important pour obtenir une augmentation de l'efficacité productive, de la commodité, de la concurrence dans le secteur financier, et elle peut aussi réduire les coûts grâce de plus grandes efficacités dans le développement des infrastructures (CGAP, 2012).

Bien que les avantages de l'interopérabilité soient clairs, peu de pays l'ont exigé, étant donné que développer l'interopérabilité inter-MNO est techniquement complexe et les MNO seront réticents et peu disposés à coopérer à moins qu'ils puissent récupérer les investissements substantiels qu'ils auront faits pour développer leurs services et les infrastructures en relation (CGAP, 2012(a)). Les premiers entrants seront particulièrement résistants aux efforts du gouvernement étant donné que cela leur demande de renoncer à leur avantage compétitif (CGAP, 2012(a)). Les MNO peuvent récupérer leurs coûts en chargeant les clients par des frais de service plus élevés, et puisque les coûts faibles des services sont une grande partie de l'attrait de l'argent mobile, rendre obligatoire l'interopérabilité porterait atteinte à la croissance des MNO et à la concurrence et cela nuirait aux efforts d'inclusion financière, en particulier dans les nouveaux marchés. Comme pour la question de l'exclusivité des agents, une approche préférable peut être de rendre obligatoire l'interopérabilité après une certaine période de temps, de façon à permettre aux MNO de bénéficier de leurs investissements dans les services et dans les infrastructures tout en travaillant de façon à réaliser l'interopérabilité en fin de compte (Suri). Dans la pratique, l'interopérabilité inter-MNO exigera également des accords contractuels complexes entre les MNO et entre les MNO et les banques (GSMA, 2014 (a)).

Par conséquent, l'interopérabilité ne devrait pas être obligatoire; elle devrait plutôt être encouragée et autorisée à se développer naturellement comme le marché se développe et / ou que les développements technologiques la rendent plus facile à être réalisée (Argent et al., 2013). Il existe déjà des preuves de l'évolution de l'interopérabilité conduite par le marché dans Afrique de l'Est. Par exemple, en 2015, les MNO en Tanzanie ont volontairement accepté d'établir l'interopérabilité,

ce qui rend la Tanzanie le premier marché des services financiers numériques dans le monde où cela est arrivé (CGAP, 2015). Aussi en 2015, Vodafone et MTN ont annoncé qu'ils travaillaient à d'établir l'interopérabilité entre MTN Mobile Money et M-PESA en Afrique orientale. En fin de compte, ils visent pour les utilisateurs de Vodacom et de Safaricom au Kenya, en Tanzanie, dans la République démocratique du Congo et au Mozambique d'être en mesure de faire des transferts internationaux avec les utilisateurs de MTN en Ouganda, au Rwanda et en Zambie, et vice-versa (Techcentral, 2015). La capacité de régulation et la politique de la concurrence devront se développer simultanément pour obtenir des gains de l'interopérabilité conduits par le marché, ce qui sera plus difficile dans les pays ayant une capacité de gouvernance plus faible.

Protection des consommateurs

La question de la protection des consommateurs comprend notamment les questions de la vie privée et de la protection des données, qui sont généralement régies par les réglementations des domaines financiers et des télécommunications, les lois sur la vie privée, et les pratiques commerciales (Ajay, 2015). Les MNOs doivent divulguer intégralement leurs prix et leurs frais, et doivent fournir des contrats simples et faciles à comprendre, décrivant les droits et les obligations des clients, à la fois au moment de l'ouverture du compte et au moment des transactions. Ceci est particulièrement important lorsque le marché est nouveau et que les clients ont une faible instruction (littéracie) financière. Il a été montré que des structures tarifaires simples permettent de recueillir une plus grande confiance des utilisateurs que des structures plus complexes, et que des frais à plusieurs niveaux qui sont source de confusion pour les nouveaux clients (Argent et al., 2013).

Lorsque le microcrédit est disponible via des partenariats entre les MNO et les banques, il est essentiel que les MNO ne s'engagent pas dans des prêts imprudents qui pourraient pousser les clients à faible revenu dans un endettement croissant. La responsabilité doit être placée sur les MNO pour les transactions non autorisées, si les conditions indiquées sont remplies (Porteous, 2006). Des procédures de plainte efficaces doivent être adoptées et les clients doivent être informés de ces mécanismes et de leurs options de recours (Banque de l'Ouganda, 2013).

Il y a une opinion largement répandue que l'adoption d'une régulation d'habilitation est la clé de l'expansion et du renforcement du secteur de l'argent mobile, et qu'une approche de laissez-faire est la méthode la plus efficace. Mais ce que cela exige et comment cela est réalisé est loin d'être clair. Une approche de laissez-faire ne doit cependant pas être confondue avec une absence de réglementation ou de capacité de régulation. Par exemple, même si M-PESA a été lancé au Kenya quand l'argent mobile était à ses débuts, une réglementation adéquate a été fournie par la Loi sur la Banque centrale du Kenya, la Loi sur l'information et des communications, et le droit de la confiance - et, comme le marché a progressé, d'autres réglementations auxiliaires et des modifications ont été introduites. La même augmentation de réglementation en réponse à l'avancement de l'argent mobile a pris lace en Ouganda durant ces dernières années (The East African, 2013).

Les réglementations devraient se concentrer sur la régulation du type de services d'argent mobile

offerts par les MNO (c'est-à-dire les paiements, l'épargne, le crédit, l'assurance) plutôt que le type d'entité fournissant de tels services, car cela favorisera une plus grande égalité de niveau entre les services équivalents (di Castri, 2013). Les dispositions qui classent les services d'argent mobile sur la base des autres secteurs d'activité que le fournisseur sont discriminatoires et portent atteinte à la concurrence loyale et équitable dans le secteur financier (di Castri, 2013).

Alors que le gouvernement devrait être libre de décréter de nouvelles lois et réglementations régissant le secteur, la certitude est importante et il est essentiel que les MNO aient des garanties suffisantes que des réglementations difficiles ne seront pas introduites de façon inattendue pour étouffer le secteur (Argent et al., 2013). Des institutions capables sont également nécessaires pour réguler et protéger le marché, et la capacité de régulation devrait s'accroître proportionnellement à la croissance du marché en réponse à la demande endogène.

Le fait que l'argent mobile se situe à la convergence de la banque, des télécommunications, du blanchiment d'argent, et d'autres règlements soulève considérablement le risque d'un défaut de coordination résultant de réglementations incohérentes ou contradictoires (Porteous, 2006). À ce titre, une attention particulière doit être faite pour assurer l'harmonisation et l'exhaustivité entre les réglementations. Une attention doit également être accordée à la coordination entre les régulateurs chargés des différentes responsabilités (Greenacre et al, 2014). Les organismes de régulation sont susceptibles d'avoir la capacité d'être plus réactifs et de s'engager plus efficacement dans le secteur si le cadre réglementaire est élaboré grâce à des consultations avec les MNO (Greenacre et al, 2014).

Facteurs non réglementaires importants à considérer

Le réseau d'agents

L'expérience a montré que la gestion efficace d'un réseau d'agent est le facteur de succès le plus important après le lancement (McKinsey, 2012). Les agents sont le visage du MNO et les agents peuvent aussi bien faire que briser la confiance des clients dans le MNO (McKinsey, 2012). Les MNO ont besoin d'établir un réseau d'agents de qualité, et ils ont besoin d'augmenter la taille de leur réseau d'agents au fur et à mesure que leur clientèle se développe afin de fournir en permanence des services de qualité.

La conception et le plan d'extension du réseau d'agents de M-PESA au Kenya a dévié nettement du modèle traditionnel de la banque de détail, et cela a donné une augmentation rapide du nombre et de l'extension géographique des clients de M-PESA. Les banques de détail ont tendance à élargir lentement en ciblant un certain nombre de zones à forte densité et à les remplir avec des points de vente. Au fil du temps, ils peuvent également viser à se déplacer dans des zones plus rurales. En revanche, l'approche de M-PESA était de déployer plusieurs milliers d'agents à travers le pays, puis de renforcer rapidement la densité. Un certain nombre de MNO ont approché le déploiement en utilisant le modèle traditionnel de banque de détail, y compris Vodafone en Tanzanie, avec le résultat qu'ils ont lutté pour augmenter rapidement la base de clientèle.

Note

Mars 2016



L'efficacité du service ne peut pas être maintenue avec trop peu d'agents; Cependant, trop d'agents érode les bénéfices de l'agent. Par conséquent, un juste équilibre entre le nombre d'agents et la taille de base de la clientèle doit être maintenue. Au Kenya, M-PESA a utilisé l'expansion de son réseau d'agents pour entraîner la croissance de sa base de clientèle (Suri).

Il est important que les MNO investissent dans le recrutement, la formation, la surveillance et la discipline de leurs agents. Engager des agents avec les bonnes compétences et qui sont prêts à être formés et recyclés lorsque de nouvelles fonctionnalités sont diffusées, est crucial, car ils sont nécessaires à la fois pour fournir des services de qualité et l'éducation des consommateurs. Les agents représentent également la première ligne pour la réputation de la marque et la confiance dans les services de la MNO. Des niveaux élevés de confiance et de réputation de la marque de M-PESA peuvent être attribués, en partie, à des réseaux d'agents hautement disciplinés. Safaricom a investi des millions de dollars dans le recrutement et la formation des agents de M-PESA, et a fait en sorte qu'ils soient accessibles, et capables d'éduquer les clients et de gérer efficacement leurs flux de trésorerie (McKinsey, 2012).

Afin de minimiser les risques de fraude, le modèle de Safaricom pour le recrutement et la formation des agents combine des incitations financières de grande valeur avec des peines sévères pour les infractions, même mineures. Une forte dissuasion renforce la confiance dans les mécanismes d'exécution des contrats sur le marché local. La responsabilité des MNO relative à la conduite de l'agent sert comme étant une incitation notable pour les MNO à recruter des agents solides et à leur fournir une formation complète, tout en niant la nécessité de réglementer les types d'agents qui peuvent être utilisés (Aron, GEGP, 2016).

Les MNO devront investir davantage dans le recrutement, la formation, et la surveillance des agents dans les milieux de faible littératie, et les agents de qualité peuvent devenir un facteur limitant la croissance des MNO dans ces pays (Greenacre, 2014).

Expérimentation du produit

L'importance de la bonne étude de marché et de l'expérimentation du produit avant le lancement de produits d'argent mobile ne peut pas être sous-estimée. MPESA avait été initialement conçu pour être utilisé comme un outil de microfinance, mais à travers le produit d'expérimentation, Safaricom a réalisé qu'il y avait une plus grande demande du marché pour les envois de fonds de personne à personne que pour l'outil de micro-finance proposé. Cela a permis à Safaricom de rebaptiser M-PESA en tant que plate-forme de paiement domestique sous la bannière de "envoyer de l'argent." M-PESA en tant que plate-forme pour faciliter les envois de fonds nationaux a été particulièrement réussie étant donné la migration interne élevée du Kenya, qui génère beaucoup de demande pour ces services

En revanche, Vodafone a mené peu d'études de marché ou d'expérimentation du produit avant de lancer M-PESA en Tanzanie comme ils faisaient la course pour se lancer avant les concurrents et ils ont supposé que le marché tanzanien était similaire au marché kenyan (Argent et al., 2013).

Cependant, la Tanzanie était différente au Kenya dans un certain nombre de façons que furent passées inaperçues dans la recherche de marché limitée de Vodafone. Par exemple, la demande pour une plate-forme de paiement domestique a été moins prononcée que la demande de l'argent mobile pour faciliter les paiements aux points de vente au détail (Argent et Al., 2013). En outre, le taux de littératie financière de la Tanzanie était nettement plus faible qu'au Kenya, tandis que la technologie adoptée en Tanzanie pour installer des capacités d'argent mobile dans les téléphones mobiles des clients était plus complexe et nécessitait une plus grande contribution de la clientèle que celle au Kenya. Cela a nécessité un plus grand investissement dans l'éducation des consommateurs pour réussir que ce que Vodafone avait fait.

Concentration du marché des opérateurs de téléphonie mobile

En plus de gérer les risques réglementaires, le succès et l'essor des produits d'argent mobile dépendront également dans une large mesure de la disponibilité des options alternatives. Les structures du marché et sa dynamique peuvent également affecter la compétitivité ou la concentration des fournisseurs sur le marché, ce qui, aura également dans le long terme une incidence sur la mesure dans laquelle les clients sont prêts à payer pour les produits d'argent mobile. Dans les contextes où un petit nombre de fournisseurs de réseaux mobiles conservent une part importante du marché, la réalisation des économies d'échelle nécessaires pour obtenir un développement rapide peut être plus facile que sur les marchés où la couverture des MNO est plus fragmentée.

Le cas du développement rapide de Safaricom au Kenya montre que l'adoption largement étendue des plateformes d'argent mobile peut être réalisée avec succès en tirant parti des économies d'échelle. Le succès de Safaricom est toutefois difficile à reproduire, puisque M-PESA a été lancé bien avant les autres concurrents et a commencé avec une part de marché de 80% (Argent et al., 2013). Les MNO avec une part importante du marché existant peuvent être mieux placés pour surmonter les obstacles à la confiance qui autrement ralentissent la croissance du nombre de clients. Un avantage supplémentaire pour les MNO ayant des parts importantes de marché réside dans les effets de réseau qui pourraient survenir, en particulier si, comme il est indiqué ci-dessus, l'interopérabilité entre les différents systèmes de paiement n'existe pas. Ainsi, l'attractivité d'un MNO peut être liée en grande partie au nombre des clients existants de ce MNO. Les effets de réseau peuvent également contribuer à l'accélération de la dynamique d'adoption une fois un réseau atteint une masse critique (Mas & Ng'weno, 2010).

Faire croître la base de clientèle

Certains modèles d'affaires sont plus propices à la croissance des bases de clients que d'autres modèles. Safaricom a lancé M-PESA sur un modèle de partage des revenus qui a encouragé la croissance sans entrave de la base de clientèle. Toutefois, lorsque M-PESA a été lancé par Vodafone en Tanzanie, le modèle de redevance de licence qui a été utilisé exigeait que Vodafone paye des frais d'utilisation à Vodacom Global Services pour chaque client enregistré à M-PESA, quelle que soit la fréquence d'utilisation du produit M-PESA par client. Comme Vodafone ne voulait pas encourir des frais d'utilisation pour des clients inactifs, ils ont limité l'enregistrement à M-PESA aux utilisateurs

actifs, ce qui a étouffé la croissance de la base de clientèle (Argent et al. 2013).

Les développements actuels Compte tenu des défis associés à l'intensification de l'accès financier aux populations rurales et éloignées, les MNO exercent un avantage naturel en misant sur les plates-formes numériques à faible coût pour atteindre les populations précédemment non bancarisés. Le faible coût, l'accès évolutif aux services financiers peuvent combler le fossé entre les NMO et les institutions financières formelles et soutenir une contribution plus large à l'inclusion financière.

Facilités d'épargne: le cas M-Shwari

Lancé en Novembre 2012, en partenariat avec la Commercial Bank of Africa, Safaricom a déployé MShwari, un produit innovant offrant aux utilisateurs un compte bancaire qui offre à la fois de l'épargne et de la capacité de prêt (Cook & McKay, 2015). Des preuves expérimentales dans l'ouest du Kenya suggèrent que l'expansion conjointe de l'accès au crédit et de l'épargne a un impact beaucoup plus grand et transformationnel sur les niveaux de bien-être et d'esprit d'entreprise parmi les ménages pauvres et ruraux que du crédit ou des produits d'épargne offerts séparément (Dupas, et al., 2012).

M-Shwari tire parti de l'infrastructure existante et réseau de M-PESA, mais offre un ensemble élargi de services bancaires, y compris les intérêts courus, l'assurance-dépôts, et l'accès au crédit. Tout comme M-PESA, M-Shwari gagné rapidement du terrain parmi les ménages kenyans ruraux, avec plus de 12 millions de comptes ouverts à ce jour. Les efforts récents pour poursuivre l'expansion du déploiement du produit ont été axés sur les nouveaux marchés en Tanzanie et en Ouganda. La combinaison de crédit et des instruments d'épargne permet aux clients d'équilibrer les demandes de liquidités à court terme contre un désir plus long terme pour les retours sur l'épargne (Cook & McKay, 2015).

Les comptes d'épargne payent des intérêts trimestriels qui vont de 2 à 5%, en fonction de la taille des dépôts, qui sont beaucoup plus élevés que les taux d'intérêt actuellement offerts par les banques kenyanes. En plus, un compte d'épargne fixe a également été introduit en Juin 2014 et est appelé un compte d'épargne de verrouillage (« Lock Savings account »). Le compte d'épargne fixe offre aux utilisateurs des taux d'intérêt plus élevés pour les valeurs minimums des dépôts qui doivent être gardés sur des périodes optionnelles de un à six mois (Cook & McKay, 2015).

En tant que produit de prêt, M-Shwari utilise une combinaison de données sur les épargnes et sur les transaction de MPESA pour compiler les cotes de crédit (« credit-scoring ») pour les clients. Une fois que les utilisateurs ont déposé au moins un KES, ils peuvent demander des services de prêt, et pendant que certains utilisateurs se qualifient immédiatement, d'autres devront mettre en place leur aptitude à recevoir du crédit sur une période d'au moins six mois et / ou par le biais de remplir certaines exigences d'identification avant de se qualifier (Cook & McKay, 2015). Des périodes typiques de prêt sont offertes sur une période de 30 jours, avec des remboursements partiels autorisés avant la date de fin du prêt. Les remboursements tardifs donnent initialement lieu

à un renouvellement du prêt pour une période de 30 jours supplémentaires, et des retards ultérieurs déclenchent un gel des comptes d'épargne et entraînent un avis au bureau de crédit.

Une autre innovation qui a recueilli de l'intérêt et de l'attention ces derniers temps a été Akiba, des obligations sur le Trésor kenyan commercialisées à plus de 20 millions d'utilisateurs d'argent mobile. M-Akiba, qui a été lancé en Septembre 2015, est le premier du genre à être vendu exclusivement sur les téléphones mobiles. Les clients d'argent mobile seront en mesure d'acheter des obligations par incréments aussi bas que KES 3000 (US \$ 28.84). Le produit permet aux ménages à faible revenu d'accéder à des instruments d'épargne sûrs, pouvant se transformer à faible coût, qui restent très liquides et négociables sur le marché secondaire (Aglionby, 2015). Les obligations apportent des intérêts comme des paiements de coupons tous les 6 mois, avec un intérêt qui devrait être plus élevé que les taux d'inflation du marché et des taux d'intérêt bancaires standard.

Facilités de transfert de fonds internationaux

La croissance des envois de fonds, en particulier les flux internationaux, reçoit également beaucoup d'attention dans le contexte de l'argent mobile. La valeur de transaction globale de ce marché (principalement les envois de fonds des pays à haut revenu vers le pays à faible revenu) est estimé à plus de 600 milliards \$ en 2016 (Banque mondiale, 2015). La valeur de ces flux a naturellement suscité l'intérêt et l'attention des MNO qui cherchent à capitaliser sur ce canal de transaction émergent.

La capacité d'envois de fonds transfrontaliers revêt une importance particulière en Afrique de l'Ouest comme il a le potentiel de stimuler le commerce transfrontalier régional. À ce jour, cependant, peu de banques centrales ont permis les envois transfrontaliers de fonds d'argent mobile et les processus d'autorisation de MNO ne sont généralement pas harmonisés dans l'ensemble des marchés. Les plateformes d'argent mobile transfrontalières qui existent actuellement ont tendance à travailler par le biais d'une institution financière intermédiaire, comme Western Union ou MoneyGram. La participation d'une institution financière intermédiaire assure une plus grande sécurité et plus grande conformité aux exigences de déclaration. Cependant, M-PESA a récemment permis aux utilisateurs du Kenya et de Tanzanie d'envoyer des paiements transfrontaliers entre ces deux pays au même taux que les transactions locales, ce qui pourrait se révéler comme étant le début de facilités de transfert de fonds transfrontaliers sur les plates-formes interopérables d'argent mobile. Les fonds sont versés en monnaie locale en utilisant les taux de change quotidiens (CIO, 2015).

Certains facteurs réglementaires qui sont à prendre en compte avec les transferts de fonds transfrontaliers comprennent la nécessité d'atténuer le risque de règlement, d'aligner les exigences de KYC et AMT / CFT, de veiller à ce que les limites de transaction soient harmonisées, et de permettre aux MNO de régler directement les fonds entre eux. Étant donné que la majorité de ces flux restent informels et sont conduits à travers les réseaux sociaux et familiaux, des investissements plus importants dans les ressources pour surveiller les activités suspectes seront nécessaires pour que les réglementations locales puissent suivre le rythme (GSMA, 2013).

Principales conclusions à retenir

Le potentiel de transformation de l'argent mobile pour permettre l'accès aux services financiers, y compris le crédit, l'épargne et les capacités de transfert de fonds, aux ménages précédemment non bancarisés dans le monde en développement est énorme. Des impacts significatifs continuent d'être vus en Afrique orientale et australe comme les services d'argent mobile atteignent un nombre toujours croissant de personnes et la variété des produits de l'argent mobile augmente. Avec des gains de pénétration du mobile et de l'utilisation d'Internet en Afrique de l'Ouest, l'infrastructure de base est prête pour une révolution de l'argent mobile similaire en Afrique de l'Ouest. Pour s'assurer que l'argent mobile continue de croître en Afrique de l'Ouest, il y a quelques leçons clés que les organismes de régulation et les MNO peuvent apprendre de l'expérience d'autres pays, en particulier ceux de l'Afrique de l'Est.

Principales conclusions à retenir pour les régulateurs

- Une approche de laissez-faire (ou touche légère) de la réglementation de l'argent mobile a été vue comme le moyen le plus efficace de développer avec succès le secteur. Une approche de laissez-faire exige que les règlements soient adéquats, mais pas étouffants. Alors que le secteur se développe dans la portée et la complexité, les règlements devraient être élargis et mis à jour pour suivre le rythme.
- Certaines fonctions de réglementation sont les mieux introduites seulement lorsque le marché de l'argent mobile est suffisamment mûr, afin de protéger les investissements des MNO tout en travaillant vers une plus grande intégration en fin de compte. Exiger la non-exclusivité des agents et l'interopérabilité des MNO seulement après un certain laps de temps seraient d'excellents exemples de cela.
- Le plein respect des exigences de déclaration demeure essentiel, compte tenu en particulier de la montée du terrorisme mondial. Dans le même temps, cependant, les contrôles (notamment les exigences de diligence raisonnable KYC) doivent rester suffisamment souple pour ne pas être un fardeau sans nécessité pour les acheteurs à faible revenu ou ne pas entraver les efforts d'inclusion financière.

Principales conclusions à retenir pour les MNO

- Après le lancement, l'expansion, la surveillance et la discipline d'un réseau d'agents de haute qualité sont les principaux déterminants de la réussite pour les plateformes d'argent mobile.
- Avant le lancement, l'expérimentation de produits et les études de marché sont également d'une importance vitale pour concevoir et commercialiser correctement les services d'argent mobile pour la demande du marché.

En outre:

- Les services d'argent mobile qui fournissent aux clients des comptes d'épargne qui rapportent un intérêt (par exemple MShwari au Kenya) ou offrent aux clients le paiement des parts proportionnelles des intérêts accumulés sur les comptes en fiducie des MNO (par exemple Tigo en Tanzanie) vont jouer un rôle crucial dans la promotion de l'augmentation de

Note

Mars 2016



l'épargne.

- Alors qu'il y ait eu des progrès dans le déploiement des installations de transferts internationaux, cela nécessite des accords entre les MNO et l'interopérabilité entre les plateformes des MNO. Les problèmes de sécurité nécessitent une surveillance et des rapports stricts de toutes les transactions, et l'intermédiation d'institution financière (par exemple l'utilisation de Western Union ou MoneyGram) devrait être conservée jusqu'à ce que les MNO soient en mesure de se conformer à des exigences équivalentes de surveillance et de reporting.

Appendix

Tableau 1: Nombres de compte, de compte d'argent mobile, et de compte dans une institution financière pour le Ghana, la Guinée, le Libéria, le Nigeria et la Sierra Leone.

Indicateur	Ghana	Guinée	Liberia	Nigeria	Sierra Leone
Compte (% âge 15+)	40.5	7.0	18.8	44.4	15.6
Compte, hommes (% âge 15+)	41.7	9.8	23.0	54.4	18.9
Compte, femmes (% âge 15+)	39.4	4.1	14.7	34.0	12.5
Compte, 40% les plus pauvres (% âge 15+)	30.0	2.2	7.8	34.4	7.0
Compte d'argent mobile (% âge 15+)	13.0	1.5	..	2.3	4.5
Compte d'argent mobile, male (% âge 15+)	14.2	2.4	..	2.5	5.4
Compte d'argent mobile, femmes (% age 15+)	11.8	0.6	..	2.1	3.6
Compte d'argent mobile, 40% les plus pauvres (% âge 15+)	7.9	0.5	..	3.0	0.3
Compte d'argent mobile, rural (% âge 15+)	10.3	1.3	..	1.8	4.6
Compte / institution financière (% âge 15+)	34.6	6.2	18.8	44.2	14.1
Compte / institution financière, male (% âge 15+)	35.3	8.5	23.0	54.3	17.5
Compte / institution financière, femmes (% âge 15+)	34.0	3.8	14.7	33.6	11.1
Compte / institution financière, 40% les plus pauvres (% âge 15+)	24.4	1.9	7.8	33.8	5.9
Compte / institution financière, ruraux (% âge 15+)	25.3	1.3	17.4	22.7	13.8

Tableau 2: Nombres de compte, compte d'argent mobile, et compte dans une institution financière pour le Kenya, la Tanzanie et l'Ouganda

Indicateur	Kenya	Tanzania	Uganda
Compte (% âge 15+)	74.7	39.8	44.4
Compte, homme (% âge 15+)	78.7	45.4	52.4
Compte, femme (% âge 15+)	71.1	34.3	36.6
Compte, 40% les plus pauvres (% âge 15+)	63.4	24.0	27.2
Compte d'argent mobile (% âge 15+)	58.4	32.4	35.1
Compte d'argent mobile, homme (% âge 15+)	62.4	38.4	41.2
Compte d'argent mobile, femme (% âge 15+)	54.9	26.6	29.0
Compte d'argent mobile, 40% les plus pauvres (% âge 15+)	52.5	17.2	20.0
Compte d'argent mobile, ruraux (% âge 15+)	56.3	28.0	35.5
Compte / institution financière (% âge 15+)	55.2	19.0	27.8
Compte / institution financière, homme (% âge 15+)	58.9	21.1	32.5
Compte / institution financière, femme (% âge 15+)	51.9	17.1	23.1
Compte / institution financière, 40% les plus pauvres (% âge 15+)	36.3	11.3	13.5
Compte / institution financière, ruraux (% âge 15+)	38.7	13.9	19.5

References

1. Aglionby, J. (2015). Kenya launches bond sale via mobile phone. Financial Times. Accessed: <<http://www.ft.com/cms/s/0/cd591efa-65cd-11e5-a28b-50226830d644.html#axzz42KuVVVr4>>
2. Ajayi, B. (2015). Telecommunications Law and Policy to Protect Subscribers' of Mobile Phones in Africa. J. Open Access L., 3, 121.
3. Aker, J. C., & Mbiti, I. M. (2010). Mobile phones and economic development in Africa. Center for Global Development Working Paper, (211).
4. Argent, J., Hanson, J.A., & Gomez, M.P. (2013). The regulation of mobile money in Rwanda. International Growth Centre Working Paper. Accessed: March 3, 2016. <<http://www.theigc.org/wp-content/uploads/2014/09/Argent-Et-Al-2013-Working-Paper.pdf>>
5. Bank of Uganda, Mobile Money Guidelines (2013). Accessed: March 4, 2016 <https://www.bou.or.ug/opencms/bou/bou-downloads/Financial_Inclusion/Mobile-Money-Guidelines-2013.pdf>
6. Batista, C., Simione, F., & Vicente, P. (2012). International experiences of mobile banking regulation. IGC Policy Brief 36012. Accessed: March 2, 2016. <http://www.theigc.org/wp-content/uploads/2015/03/Batista-Et-Al-2012-Policy-Brief.pdf>
7. Chatain, P. L., Zerzan, A., Noor, W., Dannaoui, N., & De Koker, L. (2011). Protecting Mobile Money Against Financial Crimes: Global Policy Challenges and Solutions. World Bank Publications.
8. CGAP (2012). Interoperability and the Pathways Towards Inclusive Retail Payments in Pakistan. Accessed: March 4, 2016 <<http://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP-BFA-Interoperability-and-the-Pathways-Towards-Inclusive-Retail-Payments-in-Pakistan-Jun-2012.pdf>>
9. CGAP (2012(a)). Interoperability in Branchless Banking and Mobile Money. Accessed: March 6, 2016 <<http://www.cgap.org/blog/interoperability-branchless-banking-and-mobile-money-0>>
10. CGAP (2015). Tanzania: Africa's Other Mobile Money Juggernaut. Accessed: March 8, 2016 <<http://www.cgap.org/blog/tanzania-africa%E2%80%99s-other-mobile-money-juggernaut>>
11. CIO (2015). M-PESA clients can now make payments between Kenya and Tanzania. Accessed: March 10, 2016 <<http://cio.co.ke/news/top-stories/m-pesa-clients-can-now-make-transfers-between-kenya-and-tanzania>>
12. Cobert, B., Helms, B., and Parker, D. (2012). Mobile money: getting to scale in emerging markets. McKinsey. Accessed: March 3, 2016. <<http://www.mckinsey.com/industries/social-sector/our-insights/mobile-money-getting-to-scale-in-emerging-markets#0>>
13. Cook, T., & McKay, C. (2015). How M-Shwari works: The story so far. Access to finance Forum. CGAP & its Partners. Accessed: March 4, 2016. <<http://www.cgap.org/publications/how-m-shwari-works-story-so-far>>
14. Dupas, P., Green, S., Keat, A., Robinson, J. (2012). Challenges in banking the rural poor: Evidence from Kenya's Western Province. NBER Working Paper series. <<http://www.nber.org/chapters/c13363.pdf>>
15. EY (2014). Mobile Money: the Next Wave. Accessed: March 6, 2016 <[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY_-_Mobile_money_-_the_next_wave_of_growth_in_telecoms/\\$FILE/EY-mobile-money-the-next-wave.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY_-_Mobile_money_-_the_next_wave_of_growth_in_telecoms/$FILE/EY-mobile-money-the-next-wave.pdf)>

Note

Mars 2016



16. Global Findex (2014). The World Bank. <[http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=global-findex-\(global-financial-inclusion-database\)](http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=global-findex-(global-financial-inclusion-database))>
17. Greenacre, J., Malady, L. & Buckley, R. (2014). The Regulation of Mobile Money in Malawi. CIFR, UNCDF & Standard Chartered. Accessed: March 6, 2016: <http://www.uncdf.org/sites/default/files/Documents/the_regulation_of_mobile_money_in_malawi_project_report_final_version.pdf>
18. GSMA. Ringfencing and Safeguard of Customer Money. Accessed: March 10, 2016 <<http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programmes/mobile-money/safeguard-of-customer-money/>>
19. GSMA (2013). Mobile Money Transfer International Remittance Considerations for Mobile Network Operators. GSMA White Paper. Accessed: March 3, 2016 <<http://www.gsma.com/newsroom/wp-content/uploads/2013/02/International-Remittance-Considerations.pdf>>
20. GSMA (2014). Enabling Mobile Money Policies in Tanzania. Accessed: March 4, 2016 <<http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2014/03/Tanzania-Enabling-Mobile-Money-Policies.pdf>>
21. GSMA (2014(a)). A2A Interoperability: Making Mobile Money Schemes Interoperate. Accessed: March 6, 2016 <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2014/03/A2A-interoperability_Online.pdf>
22. GSMA (2014(b)). State of the Industry Report, 2014: Mobile Financial Services for the Unbanked. Accessed: March 9, 2016 <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2015/03/SOTIR_2014.pdf>
23. GSMA (2015). State of the Industry Report, 2015: Mobile Money. Accessed: March 2, 2016 <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2016/02/SOTIR_2015.pdf>
24. Kenya Deposit Insurance Corporation <<http://www.depositinsurance.go.ke/index.php/deposit-insurance/deposit-insurance-coverage>>
25. International Telecommunications Union (ITU) (2015). Mobile-cellular subscriptions. Accessed: 9 Mar. 2016. <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/statistics/2015/Mobile_cellular_2000-2014.xls>
26. International Telecommunications Union (ITU) (2015(a)). Percentage of Individuals Using the Internet. Accessed: 9 Mar. 2016. <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/statistics/2015/Individuals_Internet_2000-2014.xls>
27. Isern, J. et al. (2005). AMT/CFT Regulation. CGAP, World Bank. Accessed: March 4, 2016 <<http://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP-Focus-Note-AML-CFT-Regulation-Implications-for-Financial-Service-Providers-That-Serve-Low-Income-People-Jul-2005.pdf>>
28. Jack, W., Ray, A., & Suri, T. (2013). Transaction Networks: Evidence from Mobile Money in Kenya. American Economic Review. Papers and Proceedings 103 (3): 356-361.
29. Jack, W., & Suri, T., (2014). Risk Sharing and Transaction Costs: Evidence from Kenya's Mobile Money Revolution. American Economic Review. 104 (1): 183-223.
30. Kumar, K., McKay C., Rotman, S. (2010) Microfinance and Mobile Banking: the story so far. CGAP: Focus Note <<http://gsmabreakfastclub.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2012/03/fn62rev2.pdf>>
31. Mas, I. & Amolo Ng'weno, A. (2010). Three keys to M-PESA's success: Branding, channel

Note

Mars 2016



- management and pricing. *Journal of Payments Strategy & Systems* 4, no. 4: 352-370.
32. Mbiti, I. & Weil, D.N. (2014). Mobile Banking: the Impact of M-PESA in Kenya. NBER Working Paper Series. Accessed: March 9, 2016 <<http://www.nber.org/chapters/c13367.pdf>>
 33. Porteous, D. (2006). The Enabling Environment for Mobile Money in Africa. DFID. Accessed: March 6, 2016 <http://www.cab.org.in/ICTPortal/Lists/Knowledge%20Bank/Attachments/14/Enabling%20Environment%20for%20M-banking%20-%20Porteous_16_12_200749.pdf>
 34. Shonchoy, A., Lee, J. & Morduch, J. (still in progress). Mobile banking and remittances among garment workers in Bangladesh: an experimental study. International Growth Centre Working Paper. Accessed: March 4, 2016 <<http://www.theigc.org/project/mobile-banking-and-remittances-among-garment-workers-in-bangladesh-an-experimental-study/>>
 35. Solin, M., & Zerzan, A. (2010). Mobile Money: Methodology for Assessing Money Laundering and Terrorist Financing Risks. The GSM Association, last modified January.
 36. Techcentral (2015). M-PESA, MTN Money to Interoperate. Accessed: March 9, 2016 <<http://www.techcentral.co.za/m-pesa-mtn-money-to-interconnect/56089/>>
 37. The East African. “New BoU Rules to Cut Fraud in Mobile Money”. Accessed: March 6, 2016 <<http://www.theeastafrican.co.ke/business/New-BoU-rules-to-cut-fraud-in-mobile-money/-/2560/2075548/-/mv563oz/-/index.html>>
 38. World Bank, 2015. Remittances Growth To Slow Sharply In 2015, As Europe And Russia Stay Weak; Pick Up Expected Next Year. Web. Accessed: 4 Mar. 2016. <http://www.worldbank.org/en/news/press-release/2015/04/13/remittances-growth-to-slow-sharply-in-2015-as-europe-and-russia-stay-weak-pick-up-expected-next-year>

The International Growth Centre (IGC) aims to promote sustainable growth in developing countries by providing demand-led policy advice based on frontier research.

Find out more about our work on our website www.theigc.org

For media or communications enquiries, please contact mail@theigc.org

Follow us on Twitter [@the_igc](https://twitter.com/the_igc)

International Growth Centre,
London School of Economic
and Political Science,
Houghton Street,
London WC2A 2AE



International
Growth Centre