

Conférence Africaine sur la Régulation et l'Economie Numérique

16 au 18 Octobre 2018,
Ouagadougou

FREINS À L'ADOPTION DU MOBILE BANKING AU BÉNIN

Abdou Kadiri IMOROU

*Laboratoire de Recherche en Marketing &
Bien-être du Consommateur,
Université d'Abomey-Calavi*

[/imaozka@yahoo.fr](mailto:imaozka@yahoo.fr)

Plan de la présentation

- 1- Problématique et Positionnement de la recherche
- 2- Méthodologie de la recherche
- 3- Résultats et discussions
- 4- Conclusion

Problématique et Positionnement de la recherche

- Les recherches amorcées **sur les limites de ce service**, elles se sont articulées autour de la détermination des **causes d'ordre général**. Celles-ci sont relatives à la valeur intrinsèque et aux éléments d'ordre « technico-économiques », organisationnels, managériaux et normatifs de l'innovation technologique ainsi qu'aux facteurs individuels (GSMA, 2017).
- Mais, elles ne se sont pas orientées sur les **spécificités socio-culturelles économiques et politiques** des différents pays de ce continent qui pourtant constituent des déterminants à l'adoption des innovations technologiques.
- De même, elles ne se sont orientées sur le **rôle central de certains facteurs individuels** qui peuvent avoir des influences sur la relation entre les freins et la faible adoption du mobile banking.

Problématique et Positionnement de la recherche

- En effet, les pays d'Afrique sub-saharien vivent dans un contexte socio-culturel, économique et politique particulier caractérisé par **les faiblesses du taux d'alphabétisation et du pouvoir d'achat de la population, la préférence de la monnaie fiduciaire par rapport à la monnaie scripturale,**
- **l'ancienneté du règlement des achats au comptant, la faiblesse de la communication sur avantages des services financiers et l'intervention de la politique dans la gestion des télécommunications** (C. Hemery, 2011 ; A. Chéneau-Loquay, 2012).
- Ces différentes spécificités environnementales des pays de l'Afrique sub-saharien influencent l'adoption du mobile banking en ce sens que l'usage de ce service nécessite **un certain niveau d'instruction, de revenu, d'âge et de catégorie socio-professionnelle** (E. AbuShanab et J. M. Pearson, 2007 ; A. Zins et L. Weill, 2016)

Problématique et Positionnement de la recherche

- La prise en compte de ces spécificités et approfondir les résultats sur les freins à l'adoption du mobile banking en Afrique que nous appliquons au contexte béninois. Ce qui permettra de fournir des éléments de solution pour un meilleur développement de ce service en Afrique.
- **OG:** *examiner*
- *d'une part, l'influence des facteurs socio-culturels et managériaux ainsi que des pressions coercitives sur la faible adoption du mobile banking,*
- *et d'autre part, le rôle modérateur des facteurs individuels dans l'influence entre ces spécificités environnementales et la faible adoption du mobile banking.*

Méthodologie

- Nous avons effectué une étude qualitative à travers des **entretiens semi-directifs en face à face** auprès d'un ensemble de **21 propriétaires d'entreprises et consommateurs** âgés entre 18 et 45 ans, choisies au hasard et en fonction de leur bon vouloir à répondre à notre entretien (seuil de saturation)
- Les **thèmes centraux** du guide d'entretien sont intitulés : « Pourquoi n'utilisez-vous pas le mobile banking ? » et « Hormis le transfert d'argent, pourquoi n'utilisez-vous pas le mobile banking pour vos achats ? ».
- Chaque entretien a duré environ vingt minutes. Une analyse manuelle du contenu a été par la suite réalisée.
- Enfin, les résultats issus de cette étude qualitative ont été comparés à la littérature afin de mettre en évidence les nouveaux facteurs explicatifs émergents.

Résultats et discussions

Déterminants de l'adoption des modèles de gestion issus de la littérature	Facteurs explicatifs de la faible adoption du mobile banking issus de la revue de la littérature	Facteurs explicatifs et émergents de la faible adoption du mobile banking issus de l'étude qualitative	Regroupement en problématiques des facteurs explicatifs issus de l'étude qualitative
Valeur intrinsèque de l'outil de gestion	Lenteur de la circulation de l'argent au sein du réseau client	Les coûts de transaction élevés	Qualités intrinsèques du service
Éléments d'ordre « technico-économique »	Existence de fraudes organisées par les agents des opérateurs téléphonique	Sécurité des comptes	
Facteurs environnementaux et contextuels	l'intervention de la politique dans la gestion des télécommunications	Facilité à dépenser l'argent disponible dans les comptes mobile banking	
Facteurs organisationnels et managériaux	Insuffisance de communication externe sur les avantages du mobile banking	Longue durée du processus d'achat du service mobile banking	
Facteurs individuels	Non protection de la vie privée des clients	Faiblesse du débit de connexion à internet	
Pressions mimétiques	Fatalité de l'erreur en cas de mauvaise saisie du montant d'achat	Mauvaise qualité du réseau téléphonique	

Résultats et discussions (suite)

Déterminants de l'adoption des modèles de gestion issus de la littérature	Facteurs explicatifs de la faible adoption du mobile banking issus de la revue de la littérature	Facteurs explicatifs et émergents de la faible adoption du mobile banking issus de l'étude qualitative	Regroupement en problématiques des facteurs explicatifs issus de l'étude qualitative
Pressions coercitives	Insuffisance de partenariat entre les opérateurs téléphoniques, les entreprises commerciales et l'administration publique	Localisation des agences du mobile banking	
Pressions normatives		Impossibilité de retirer les fonds à tout instant	
		Fixation d'un seuil maximal de transfert d'argent	
		Fatalité de l'erreur en cas de mauvaise saisie du montant d'achat	
		Existence de fraudes organisées par les agents des opérateurs téléphonique	
	Variables sociodémographiques telles que l'âge, le sexe, le niveau d'étude, le revenu, le type d'activité	Fatalité de l'erreur en cas de mauvaise saisie du montant d'achat	

Résultats et discussions (suite)

		Fatalité de l'erreur en cas de mauvaise saisie du montant d'achat	
		Lenteur de la circulation de l'argent au sein du réseau client	
		Le fait que le service mobile banking procure assez de gains aux opérateurs téléphoniques	Qualités extrinsèques du service
		Insuffisance de communication externe sur les avantages du mobile banking	
		Absence de partenariat entre les opérateurs téléphoniques, les entreprises commerciales et l'administration publique	
		l'intervention de la politique dans la gestion des télécommunications	
		Non protection de la vie privée des clients	
		Anciennes habitudes d'achat du crédit d'appel par les billets de banque	
		Quasi-impossibilité de l'usage de l'ensemble des services du mobile banking par les analphabètes	Caractéristiques socio-culturel des clients
		Variables sociodémographiques telles que l'âge, le sexe, le niveau d'étude, le revenu, le type d'activité	

Conclusion (Apports de la recherche)

- Au plan managérial, cette recherche permettra d'aider les entreprises offrant les services numériques à identifier les éléments du service mobile banking sur lesquels ils doivent orienter leurs stratégies commerciales.
- **Il s'agira alors d'améliorer la qualité globale du service mobile banking**
- **faire évoluer les offres du mobile banking et investir sur la qualité des installations techniques**
- **libéraliser davantage le secteur de la téléphonie en limitant au maximum l'intervention de l'Etat dans la gestion des affaires.**
- **Le rôle de l'Etat devrait consister à favoriser l'adoption de cet outil de gestion pour les paiements à l'intérieur de la nation**
- **mais également en imposant cet outil comme normes et valeurs professionnelles à travers des pressions coercitives.**

Conclusion (Apports de la recherche)

- **faire de nombreuses sensibilisations sur les bénéfices offerts par ce service pour entraîner un changement de ces anciennes habitudes d'achat**
- **et développer d'autres systèmes de paiement mobile spécifiques aux analphabètes tels que les paiements digital (qui fonctionne grâce aux empreintes digitales) et le facial (relatifs au visage) comme on le retrouve en Asie.**

Conclusion (Limites et voies de recherches futures)

- Elles concernent les limites liées aux études qualitatives, celles relatives à la nécessité de les compléter par des études quantitatives.
- Cependant, la principale limite est liée à la spécificité du cadre de l'étude. Cela conduit à s'interroger sur la validité externe des résultats obtenus : aurions-nous obtenu les mêmes résultats dans d'autres contextes socio-économiques, culturels et politiques africains ?
- Des recherches supplémentaires seraient nécessaires pour étendre la portée de ces résultats.



Merci pour votre aimable attention

FREINS À L'ADOPTION DU MOBILE BANKING AU BÉNIN

Abdou Kadiri IMOROU

*Laboratoire de Recherche en Marketing &
Bien-être du Consommateur,
Université d'Abomey-Calavi*

[/imaozka@yahoo.fr](mailto:imaozka@yahoo.fr)