



**MASTERE SPECIALISE EN
REGULATION DE
L'ECONOMIE NUMERIQUE
PROMOTION 2014**

MEMOIRE DE FIN D'ETUDE

Titre :

Les services d'argent mobile sur les réseaux de téléphonie mobile : réglementation et enjeux économiques pour les opérateurs de téléphonie mobile au Burkina Faso

Présenté par :

David SOUBEIGA
Economiste – Financier
(ARCEP du Burkina Faso)

Encadré par :

David BOUNIE
Professeur
(Telecom ParisTech)



Ouagadougou 2016

Titre du mémoire :

Les services d'argent mobile sur les réseaux de téléphonie mobile : réglementation et enjeux économiques pour les opérateurs de téléphonie mobile au Burkina Faso



Auteur : SOUBEIGA DAVID

Fonction : Economiste – Financier à l'ARCEP du Burkina Faso

Mai 2016

AVERTISSEMENT

Ce mémoire constitue le travail de fin d'étude du Mastère en Régulation de l'Economie Numérique délivré par TELECOM ParisTech, dans le cadre d'une formation organisée conjointement par TELECOM ParisTech, l'Arcep du Burkina Faso, l'Arcep de France et l'ANFR de France dans le cadre du réseau Fratel.

TELECOM ParisTech et les coorganisateur de cette formation n'entendent donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans ce mémoire: ces opinions doivent être considérées comme propres à leurs auteurs.

REMERCIEMENTS :

Mes sincères remerciements s'adressent à :

- ☞ tous les formateurs et initiateurs du Mastère Spécialisé en Régulation du Numérique pour leur noble engagement dans la formation des cadres en vue d'une meilleure gestion du secteur des communications électroniques en Afrique;
- ☞ Monsieur Maturin BAKO, ex-Président de l'ARCEP du Burkina Faso grâce à qui nous avons eu droit à cette formation et qui est resté à notre écoute tout au long du cursus ;
- ☞ Monsieur Tontama Charles MILOGO, Président de l'ARCEP du Burkina Faso pour son attachement à la formation et au perfectionnement des compétences du personnel de l'Autorité de régulation ;
- ☞ tout le corps professoral du Mastère Spécialisé, particulièrement Messieurs David BOUNIE et Laurent GILLE pour la qualité exceptionnelle de leurs enseignements pour l'encadrement et l'assistance qui m'ont facilité la réalisation de ce travail ;
- ☞ Madame Salamata ROUAMBA, Directrice de la Régulation des Marchés Fixes et Mobiles à l'ARCEP, et à tous les collègues de cette Direction dont l'expérience et les connaissances partagées ont été indispensables ;
- ☞ tous mes promotionnaires du Mastère Spécialisé de toutes nationalités pour la solidarité et la fraternité inoubliable partagée;
- ☞ de ma famille qui m'entoure et me soutien en toute circonstance.

Résumé

L'argent mobile ou mobile money en anglais est défini par la GSMA¹ comme un service permettant à un abonné d'un réseau de téléphonie d'accéder à des services financiers par l'intermédiaire d'un téléphone portable. Ce terminal connecté à un réseau de téléphonie peut servir désormais à stocker, et à transférer de la monnaie électronique. C'est donc un service de substitution aux produits bancaires. L'offre de ce service dans le monde s'est développée principalement dans les pays à faible taux de bancarisation et mais ayant un taux élevé de pénétration de la téléphonie mobile. C'est particulièrement le cas de l'Afrique Subsaharienne. Suivant les statistiques de la GSMA dont le programme MMU (« Mobile Money for the Unbanked ») suit le développement du secteur de l'argent mobile dans le monde, l'on comptait 219 services actifs dans 84 pays en fin 2013 dont 51,7% en Afrique Subsaharienne. Le service d'argent mobile appelé « M-Pesa » lancé en 2007 sur le réseau de l'opérateur SAFARICOM au Kenya est présenté comme un modèle de réussite. En 2014, le volume de transactions traitées par ce service a atteint près de 40% du PIB kényan et l'engouement autour du M-Pesa a permis à SAFARICOM de s'approprier 70% du marché national de la téléphonie mobile.

Plusieurs auteurs et de nombreux rapports, études et publications de chercheurs et d'organismes à travers le monde sur l'argent mobile tendent à convaincre que ce service est devenu une source importante de revenus et un levier de croissance pour les opérateurs de téléphonie en raison de l'augmentation exponentielle des volumes de transactions traitées. Le mobile money favorise notamment l'accroissement de la part de marché, la fidélisation des clients et le développement de services innovants.

Au Burkina Faso, trois opérateurs de téléphonie mobile se partagent le marché national depuis le début des années 2000. Il s'agit l'ONATEL SA détenu à 51% par le groupe marocain Maroc Telecom, Airtel Burkina Faso SA, filiale à 99% du groupe indien Bharti Airtel Limited et Telecel Faso SA filiale à 100% du groupe Planor Afrique appartenant à des privés burkinabé. En partenariat avec des banques commerciales, deux de ces trois opérateurs, Airtel Burkina Faso SA et l'ONATEL SA ont lancé le service d'argent mobile sur leurs réseaux respectivement en 2012 et 2013. Entre 2013 et 2014 le nombre de comptes mobile money enregistrés sur les deux réseaux a bondi de moins de deux cent mille à près d'un million trois cent.

Ce travail s'est fixé pour objectif d'étudier la réglementation et l'impact économique de l'offre de ces services pour les opérateurs de téléphonie mobile au Burkina Faso.

La première partie a été consacrée essentiellement à la présentation et à l'analyse du cadre réglementaire. Il en ressort que c'est la Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO) qui régleme la création et la circulation de la monnaie électronique dans l'espace UEMOA. Elle a émis en 2015 l'Instruction n°008-05-2016 du 21 mai 2015 régissant les conditions et modalités d'exercice des activités des émetteurs de monnaie électronique dans les Etats membres de l'Union Monétaire Ouest Africaine. Elle remplace l'Instruction n°01/2006/SP du 31 juillet 2006. L'on tire de l'analyse des dispositions de cette réglementation qu'un opérateur de téléphonie mobile ne peut être émetteur de monnaie électronique (EME) en raison des restrictions des activités d'un EME. Mais l'opérateur de téléphonie mobile reste un maillon incontournable dans la chaîne de valeur du service d'argent mobile. En effet la réglementation permet à un ORM d'être un

¹ GSMA (2010). L'argent Mobile Pour les Personnes Non-Bancarisées, définitions. Londres

partenaire technique l'EME et un distributeur des services d'argent mobile auprès des abonnés de son propre réseau ou auprès des abonnés de ses concurrents.

La deuxième partie du mémoire est consacrée à l'évaluation de l'impact économique de l'offre des services d'argent mobile pour les opérateurs. Cette évaluation se fonde sur les données collectées auprès des opérateurs sur les indicateurs infra annuels (données trimestrielles) de l'évolution de l'offre des services d'argent mobile entre 2013 et 2014, et aussi les informations fournies dans les différentes publications de l'ARCEP du Burkina Faso concernant les statistiques sur le secteur des communications électroniques. La relative nouveauté du mobile money sur les réseaux des ORM au Burkina n'a pas permis de disposer d'une série statistique plus longue. Mais les résultats de l'analyse et les études de corrélations qui ont pu être appliquées aux données collectées corroborent avec la plupart des développements sur les avantages attendus par les ORM de l'offre de ce service. En effet sur la période d'étude, il ressort que les deux ORM distribuant ce service au Burkina Faso ont pu maintenir un taux de croissance positif de leurs parcs de lignes actives contrairement au troisième opérateur (Telecel Faso) qui n'offre pas ce service et qui a vu son parc décroître sur la période. Par ailleurs les revenus directs générés par l'activité ont amélioré l'ARPU des deux opérateurs (Airtel Burkina Faso SA et ONATEL SA) qui distribuent les services d'argent mobile. Ces résultats vont dans le sens de la confirmation du pouvoir de fidélisation et d'accroissement du taux de consommations des services conférés aux services d'argent mobile.

En somme l'importance du mobile money pour l'économie des ORM et l'adoption rapide et croissante de ce service par leurs abonnés imposent de recommander entre autres au régulateur télécom un suivi rigoureux du développement de ce service, une prise en compte de l'incidence sur la qualité de service et aussi posent la nécessité de la collaboration entre le régulateur télécom et le régulateur financier afin de créer un cadre réglementaire devant faciliter le développement harmonieux du mobile money.

SOMMAIRE

AVERTISSEMENT 3

REMERCIEMENTS : 4

Résumé 5

Liste des tableaux 8

Liste des figures 9

Sigles et Acronymes 10

PARTIE I : Les principes de base et le cadre organisationnel et réglementaire de l'offre des services de monnaie électronique au Burkina Faso 15

Chapitre 1 : La monnaie électronique sur les réseaux de téléphonie mobile : définitions et évolutions16

Chapitre 2 : L'offre des services d'argent mobile dans l'UEMOA et sa réglementation29

Chapitre 3 : Analyse des implications de la réglementation pour les opérateurs dans la chaîne de valeur du service d'argent mobile45

PARTIE II : Enjeux économiques des services de monnaie électronique sur les réseaux de téléphonie mobile 57

Chapitre 1 : Aperçu du marché de la téléphonie mobile au Burkina Faso et de sa réglementation58

Chapitre 2 : Présentation de l'offre des services d'argent mobile des opérateurs68

Chapitre 3 : les services d'argent mobile dans l'économie des ORM84

Conclusion générale 108

Annexe 111

1. Fiche de collecte 1 : Effectif – Parc – Chiffre d'affaires111

2. Fiche de collecte 2 : Volume des services111

3. Fiche de collecte 3 : Réseau de distribution112

4. Fiche de collecte 4 : Investissements et charges d'exploitation113

Bibliographie 114

1. Ouvrage114

2. Etudes, rapports, publications114

3. Textes réglementaires115

4. Webographie115

Liste des tableaux

Tableau 1 : Services mobile money et mobile banking	24
Tableau 2 : Données géographiques, démographiques et économiques de l'UEMOA (2010)	29
Tableau 3 : Evolution du niveau d'accès des populations aux services financiers entre 2011-2013	32
Tableau 4 : Répartition des prestataires de services d'argent mobiles dans l'UEMOA en 2014	36
Tableau 5: Compétences et atouts nécessaires aux activités de la chaine de valeur de l'argent mobile	46
Tableau 6 : Positionnement des acteurs dans la chaine de valeur de l'argent mobile	48
Tableau 7 : Part de marché en nombre d'abonnement des ORM au Burkina Faso en 2014	64
Tableau 8: répartition des distributeurs principaux des services des opérateurs de téléphonie par région	65
Tableau 9 : Tarifs d'une minute de communication prépayée en 2005	66
Tableau 10 : Tarifs d'une minute et d'un SMS prépayés en 2014	66
Tableau 11 : Tarif en 2015 des dépôts-retrait (cash in – cash out) sur Airtel money	69
Tableau 12 : Tarifs des opérations de transferts	70
Tableau 13 : Tarifs des opérations de paiement de biens et services	72
Tableau 14 : Tarifs des opérations diverses	73
Tableau 15 : Tarifs des opérations de dépôt et de retrait	74
Tableau 16 : Tarifs des opérations de transfert de personne à personne	75
Tableau 17: Tarifs des opérations de paiement	75
Tableau 18 : Comparaisons des tarifs des services d'argent mobile Mobicash et Airtel money	76
Tableau 19 : Répartitions des agents agréés de distribution des services d'argent mobile par région	81
Tableau 20 : Equations de droite de l'évolution des parcs d'abonnements actifs des ORM en 2011 et 2012	86
Tableau 21 : Equations de droite de l'évolution des parcs d'abonnements actifs des ORM en 2013 et 2014	87
Tableau 22 : Evolution des transferts entre 2013 et 2014	89
Tableau 23 : Evolution du montant des opérations de cash out entre 2013 et 2014	90

Liste des figures

Figure 1 : Schéma opérationnel d'un paiement par argent mobile	20
Figure 2 : Obstacles à l'utilisation de comptes bancaires	21
Figure 3 : Pénétration de la téléphonie mobile en Afrique subsaharienne	23
Figure 4: Nombre de services actifs d'argent mobile par région (2001-2013)	28
Figure 5 : Taux de pénétration de la téléphonie mobile dans les pays de l'UEMOA	31
Figure 6 : taux de pénétration des services financiers auprès des banques, postes et SFD	31
Figure 7 : Evaluation de la marge de développement de l'argent mobile appliquée au cas du Kenya (2010).....	34
Figure 8 : Evaluation de la marge de développement de l'argent mobile appliquée aux pays de l'UEMOA (2010)	35
Figure 9 : Evolution et répartition des types de prestataires de services d'argent mobile	37
Figure 10 : Répartition en 2014 des transactions en valeur (milliards de FCFA).....	38
Figure 11 : Activités de la chaine de valeur de l'argent mobile	46
Figure 12 : Schéma de régulation applicable à l'activité d'argent mobile	54
Figure 13 : Evolution du nombre de lignes et du taux de pénétration de la téléphonie fixe	60
Figure 14 : Evolution du nombre de lignes et du taux de pénétration du réseau mobile de l'ONATEL	61
Figure 15 : Evolution du nombre de lignes et du taux de pénétration du réseau mobile d'Airtel Burkina Faso SA	62
Figure 16 : Evolution du nombre de lignes et du taux de pénétration du réseau mobile de Telecel Faso SA.....	63
Figure 17: Evolution trimestrielle du chiffre d'affaires et du parc des abonnements 2013-2014	64
Figure 18 : Evolution des trafics voix des opérateurs mobiles	65
Figure 19 : Evolution du tarif par unitaire monétaire suivant le montant du retrait	69
Figure 20 : évolution du parc abonnements (comptes enregistrés) de Airtel money	80
Figure 21 : évolution du parc abonnements (comptes enregistrés) de Mobicash.....	80
Figure 22 : Evolution du chiffre d'affaires et de l'ARPU des opérateurs de téléphonie au Burkina Faso	84
Figure 23 : Evolution des parcs d'abonnements actifs des ORM en 2011 et 2012	85
Figure 24 : Evolution des parcs d'abonnements actifs des ORM en 2013 et 2014	87
Figure 25: Chiffre d'affaires total Mobicash & Airtel Money en 2013 et 2014	88
Figure 26 : répartition du volume d'activité entre les transferts et les dépôts-retraits	90
Figure 27 : Evolution des ventes de crédits de communication via les plateformes d'argent mobile Airtel money et Mobicash en 2013 et 2014	93
Figure 28 : Schéma des interfaces internes et externes du système d'argent mobile	97
Figure 29 : Répartition des enquêtes suivants leurs abonnements aux services des réseaux téléphoniques.....	102

Sigles et Acronymes

AFI	: Alliance for Financial Inclusion (Alliance pour l'Inclusion Financière)
ARCEP	: Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des postes (du Burkina Faso)
ARPU	: Average Revenue Per User
BAD	: Banque Africaine de Développement
CGAP	: Consultative Group to Assist the Poor (Groupe consultatif pour l'assistance aux plus défavorisés de la Banque Mondiale)
CREPMF	: Conseil Régional de l'Epargne Publique et des Marchés Financiers (de l'UEMOA)
EME	: Emetteur de Monnaie Electronique
FCFA	: Franc de la Communauté Financière Africaine
GSM	: Global System for Mobile communications
GSMA	: GSM Association
INSD	: Institut National de la Statistique et de la Démographie
ONATEL	: Office National des Télécommunications (au Burkina Faso)
ONEA	: Office National de l'Eau et de l'Assainissement (du Burkina Faso)
ORM	: Opérateur de Réseau Mobile
P2P	: Person to Person
s.d.	: Sans date
SFD	: Services Financiers Décentralisés
SMS	: Short Message Service
SONABEL	: Société Nationale Burkinabé d'Electricité
UEMOA	: Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
UIT	: Union Internationale des Télécommunications

Introduction générale

Au Burkina Faso, la réforme du secteur des communications électroniques entreprise en 1998 a permis son ouverture à la concurrence avec l'entrée en fin 2000 deux autres opérateurs de réseaux de téléphonie mobile ouverts au public (ORM) qui sont Telecel Faso SA et Celtel Burkina Faso SA (devenu ZAIN puis Airtel). Ces deux entrants ont rejoint sur le marché national, l'opérateur historique l'ONATEL SA dont le réseau mobile était opérationnel depuis 1996. Deux opérateurs de ces trois opérateurs distribuent se sont lancés dans l'offre des services du mobile money (ou argent mobile) sur leurs réseaux : il s'agit de Airtel Burkina SA sur lequel le service est lancé en 2012 avec Ecobank Burkina comme banque partenaire et aussi l'ONATEL SA où les transactions d'argent mobile sont traitées depuis 2013 en partenariat avec la Banque BICIBAB filiale de la banque française BNP-Paribas. Les noms commerciaux de ces services financiers sont respectivement Airtel Money et Mobicash.

Selon la GSM Association (GSMA)¹ qui suit l'évolution des projets de Mobile Money dans le monde, l'argent mobile est un service permettant d'accéder à des services financiers ou monétaires par l'intermédiaire d'un téléphone portable. Les caractéristiques de base qui le définissent sont que :

- L'argent mobile doit offrir à minima les services suivants : les transferts d'argent nationaux voire internationaux, le paiement à partir de son téléphone mobile de factures, le décaissement de masse et le paiement de commerçant;
- le service doit être principalement basé sur un réseau de points de transactions indépendant des banques et leurs distributeurs automatiques de billets afin d'être facilement accessible aux personnes non bancarisées ;
- le service doit offrir une interface à la fois pour les clients, les commerçants et les agents de distribution des services d'argent mobile. Cette interface doit être suffisamment simple pour être accessible à partir d'un téléphone mobile basique.

Ces critères font du mobile money un système financier complet à l'attention des populations les plus défavorisées ou n'ayant pas accès au système bancaire mais pouvant utiliser un téléphone mobile.

L'argent mobile se distingue clairement du mobile banking qui est simplement un canal supplémentaire pour permettre aux clients d'une banque d'accéder aux informations sur leurs comptes ou y effectuer des opérations.

Mais le support électronique de stockage et de circulation de la monnaie reste le dénominateur commun du mobile money et du mobile banking, ce qui fait de l'argent mobile une forme de monnaie électronique dans les pays où la monnaie électronique est définie par la réglementation ou la législation (GSMA 2014). A ce titre, les conditions d'émission et de distribution de l'argent mobile sont soumises à la réglementation de la Banque centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO) dans l'espace UEMOA dont le Burkina Faso est l'un des huit Etats membres qui partagent une monnaie commune qui est le Franc CFA.

Plusieurs auteurs et organisations ont mené des études et publié des ouvrages et des rapports sur le développement du mobile money dans le monde et son apport à la vie économique des utilisateurs, des

¹ La **GSM Association** (GSMA) est une association basée à Londres (Angleterre) qui représente 850 opérateurs de téléphonie mobile à travers 218 pays du monde. Elle compte parmi ses membres 200 fabricants et autres industriels du secteur travaillant sur la famille des standards de réseau mobile (<http://www.gsma.com/>)

fournisseurs du service et à l'Etat. Sans être exhaustif, l'on peut citer la GSMA, l'UIT, l'AFI, le CGAP, la CNUCED, la BCEAO et la BAD.

Il ressort dans les différentes études que les opérateurs ont trouvé dans l'offre de l'argent mobile un relai de croissance de leurs revenus à même de palier à la baisse l'ARPU devenue inéluctable du fait de la concurrence accrue qui a entraîné la baisse des tarifs des services traditionnels des opérateurs (voix, SMS, et data). Les principaux avantages que peut tirer un opérateur grâce à la distribution des services d'argent mobile sur son réseau sont :

- **l'accroissement de la part de marché** : dans un marché dominé par le prépayé le multi-SIM, l'offre du Mobile Money favorise la présence d'une carte SIM dans le mobile au profit de l'opérateur qui propose ce service, et donc d'accroître mécaniquement sa part de marché en terme de consommation de ses services et même en terme d'acquisition de nouveaux abonnés ;
- **l'amélioration de la fidélisation des clients** : un client qui possède un compte Mobile Money, sera moins enclin à quitter son opérateur, au contraire, il peut en fonction de sa position de leader d'opinion inciter ses correspondants, ses partenaires ou d'autres personnes sous son influence à le rejoindre sur le même réseau.
- **le développement de services innovants** : l'opérateur aura la possibilité de développer de nouveaux produits et offres autour du service d'argent mobile.

Le Kenya est présenté comme le pays où l'offre de services du mobile money connaît son plus grand succès en Afrique² et dans le monde grâce au service de paiement mobile M-Pesa lancé en 2007 sur le réseau de l'opérateur télécom Safaricom en collaboration avec la Commercial Bank of Africa. En 2015, soit après seulement huit (8) ans d'évolution, la valeur totale des transactions traitées par M-Pesa a atteint 39% du PIB Kenyan¹ et l'incidence de ce service en matière de fidélisation de la clientèle et d'accroissement de part de marché a permis à Safaricom de s'approprier 70% des 36 millions des abonnés du marché kényan de téléphonie. Cette forte croissance s'est effectuée au grand détriment de ses principaux concurrents que sont Airtel et Orange qui s'apprête même à jeter l'éponge et quitter ce pays².

Ces faits qui montrent que l'argent mobile a une importance notoire dans la stratégie de développement et d'adaptation des opérateurs de téléphonie à l'évolution du marché ont motivé le choix du thème de ce mémoire de fin d'études ainsi formulé « **les services d'argent mobile sur les réseaux de téléphonie mobile : réglementation et enjeux économiques pour les opérateurs de téléphonie mobile au Burkina Faso** ».

En effet l'Autorité de régulation du secteur des communications électroniques au Burkina Faso (ARCEP) n'a encore publié aucune étude ou rapport sur le développement des services d'argent mobile ou des statistiques de leur évolution. Les données sur ce service ne sont même pas encore prises en compte dans son Observatoire des marchés des communications électroniques. Or bien que l'offre de l'argent mobile relève de la réglementation bancaire, la spécificité de ce service et l'incidence qu'il peut avoir sur le marché de la

¹ Cf. <https://www.credit-suisse.com/us/en/news-and-expertise/banking/articles/news-and-expertise/2015/08/fr/a-global-success-from-kenya.html> (janvier 2016)

² Cf. <http://www.financialafrik.com/2015/10/02/le-groupe-orange-veut-se-desengager-au-kenya/#.VxzUbXqe3IU>

téléphonie doit amener le régulateur à accorder une attention toute particulière à l'évolution de l'offre de ce service puis que le cas du kenyan montre que :

- le développement du service d'argent mobile sur les réseaux de téléphonie mobile peut impacter profondément l'avenir économique d'un opérateur sur son marché, qu'il soit fournisseur ou pas de ce service;
- le développement du service d'argent mobile peut bouleverser la situation concurrentielle du marché et remettre en cause ou faire évoluer les objectifs fondamentaux de la régulation du secteur.

L'intégration du service d'argent mobile dans les habitudes de consommation des abonnés modifie les conditions d'acquisition et de fidélisation de la clientèle. Il devient en effet plus difficile de démarcher une clientèle déjà utilisatrice de ce service sur un autre réseau, ce qui élève davantage les barrières d'entrée du marché. Ainsi dès que ce service est disponible sur un réseau, les opérateurs doivent tenir compte de son incidence dans leur politique commerciale.

Il en découle l'hypothèse de base qui sous-tend le développement du thème de ce mémoire qui est que l'argent mobile est un relai de croissance économique important pour les opérateurs qui distribuent ce service. Le travail se fixe alors pour objectif principal de vérifier cette hypothèse pour le cas des opérateurs de téléphonie mobile et fournisseurs des services d'argent mobile au Burkina Faso. Cette vérification va consister à trouver des réponses adéquates et argumentées aux principales questions suivantes :

- quelle est la réglementation appliquée à l'offre de l'argent mobile au Burkina Faso ?
- Quelles sont les enjeux économiques de l'argent mobile pour les opérateurs de téléphonie mobile au Burkina qui offrent ce service sur leurs réseaux?
- Quels sont les enjeux commerciaux du service d'argent mobile pour l'opérateur distributeur du service ?

Les enjeux économiques sont les avantages financiers évalués sous forme de revenus directs ou indirects ou des économies de coûts générés par la distribution des services d'argent mobile mais aussi les risques encourus en termes de pertes ou de surcoûts éventuels y relatifs. Les avantages sont des contributions directes à l'accroissement de la valeur ajoutée de l'opérateur. Les enjeux commerciaux sont les incidences favorables attendus du service mobile money en termes d'accroissement et de fidélisation du parc des utilisateurs ou abonnés du réseau de l'opérateur et également les risques associés pouvant créer un effet contraire.

La présentation de la réglementation de l'offre des services d'argent mobile a pour objectif de situer et d'analyser le rôle et la place des différents acteurs, en particulier les opérateurs, dans la chaîne de valeur de l'offre de l'argent mobile.

La méthodologie mise en œuvre pour le développement du mémoire comporte deux parties. La première partie consiste en une revue documentaire. Cette revue documentaire a concerné les ouvrages de plusieurs auteurs, et de nombreux rapports et études publiés par des Organismes internationaux sur la question du mobile money. Elle a permis notamment d'exposer les définitions et la genèse de la monnaie électronique, de l'argent mobile et son utilité ainsi les analyses ses contributions à l'économie des opérateurs de téléphonie. Elle a aussi permis d'expliquer les aspects techniques du service.

La seconde partie de la méthodologie suivie est la collecte et l'analyse statistique des données des opérateurs fournisseurs des services d'argent mobile sur leurs réseaux. Un fiche de collecte sous format Excel a été

structurée et envoyée aux deux opérateurs Airtel Burkina Faso SA et l'ONATEL SA en janvier 2015. L'offre de ce service par les opérateurs est relativement récente. En fin 2014, ce service était à seulement un peu plus de deux ans d'existence. Pour avoir une série statistique d'une étendue suffisante pour l'analyse statistique, des données infra-annuelles ont été collectées. Ainsi la fiche de collecte a recueilli les valeurs trimestrielles depuis le lancement du service jusqu'au dernier trimestre de 2014. Les informations demandées se répartissent en trois volets :

- **Les volumes d'activités** : cette rubrique comporte le chiffre d'affaires généré des services d'argent mobile, le parc des utilisateurs, les volumes en nombre et en valeurs des transactions traitées, l'effectif du personnel et de l'ensemble du réseau de distribution ;
- **Les investissements** : cette rubrique a recueilli l'évolution trimestrielle des dépenses de technologie et des investissements commerciaux depuis le lancement du service par les deux opérateurs ;
- **Les tarifs des différents services** : l'évolution trimestrielle des tarifs a été demandée dans cette partie.

Les méthodes d'analyse statistiques ont été appliquées aux données collectées. Il s'agit principalement de la régression linéaire qui permet de dégager des corrélations entre plusieurs variables pour une analyse de ces corrélations.

En plus de ces données collectées auprès des opérateurs, d'autres statistiques sur le secteur de la téléphonie mobile ont été recueillies auprès de l'ARCEP et aussi dans les rapports périodiques de la BCEAO sur l'offre des services d'argent mobile dans l'espace UEMOA. Des entretiens ont aussi été effectués auprès des responsables des services compétents des opérateurs en charge du service d'argent mobile et ont permis de recueillir des informations complémentaires.

Pour le développement du mémoire un plan a été suivi et ce plan comporte deux parties subdivisée chacune en trois chapitres :

La première partie se fixe pour objectif de présenter le cadre organisationnel et réglementaire des services d'argent mobile au Burkina Faso. Pour ce faire son premier chapitre est consacré à la définition des concepts liées expose l'historique de son évolution afin de faciliter la compréhension du sujet traité. Le second chapitre étudie marché de l'offre des services d'argent mobile dans l'UEMOA et au Burkina Faso et propose une évaluation quantitative de ce marché. Enfin le dernier chapitre propose une analyse de l'implication de la réglementation dans le positionnement des opérateurs sur la chaîne de valeur de l'offre d'argent mobile. Pour l'essentiel cette première partie livre les résultats des recherches documentaires ainsi que les analyses qui peuvent y être appliquées.

La seconde partie du travail se base sur les résultats de la collecte des données effectuée auprès des ORM établis au Burkina Faso pour présenter et analyser et les éléments d'enjeux économiques et commerciaux de l'offre des services d'argents mobiles. Ainsi le premier chapitre donne un aperçu du marché national de la téléphonie mobile ainsi que de la situation des différents acteurs. Le second chapitre présente les différentes offres de services d'argent mobile des opérateurs. Enfin le dernier chapitre se focalise sur l'analyse des éléments d'enjeux économiques et commerciaux de ces offres avant de formuler de recommandations sur les évolutions nécessaires de la réglementation du secteur des communications électroniques.

PARTIE I : Les principes de base et le cadre organisationnel et réglementaire de l'offre des services de monnaie électronique au Burkina Faso

Le fonctionnement harmonieux et sécurisé du marché de la monnaie électronique nécessite la mise place et le respect d'un ensemble de règles du jeu ouvertes et équitables, définissant les conditions d'exercice de l'activité de monnaie électronique afin de renforcer l'inclusion financière, la stabilité et l'intégrité du système financier, et la protection des consommateurs. .

Le Burkina Faso étant un Etat membre de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA), l'exercice de l'activité de monnaie électronique dans ce pays doit se conformer aux instructions émises par la Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO). Cette institution monétaire est chargée de réglementer et de surveiller les émetteurs de monnaie électronique dans les huit (8) Etats membre de l'UEMOA qui regroupe la Côte d'Ivoire, le Bénin, le Togo, le Sénégal, le Burkina Faso, le Mali, la Guinée Bissau et le Niger.

A cet effet, le Gouverneur de la BCEAO a émis en juillet 2006 une instruction relative à l'émission de monnaie électronique et aux établissements de monnaie électronique¹. Cette instruction est remplacée presque dix (10) après par une nouvelle, en 2015 afin de prendre en compte l'évolution des risques et des exigences de l'activité de monnaie électronique et aussi apporter plus d'éclairage sur le rôle des différents acteurs de la chaîne de valeur de l'émission et de la distribution du service.

Cette première le cadre organisationnel et réglementaire des services d'argent mobile au Burkina Faso. Pour ce faire son premier chapitre est consacré à la définition des concepts liées expose l'historique de son évolution afin de faciliter la compréhension du sujet traité. Le second chapitre étudie marché de l'offre des services d'argent mobile dans l'UEMOA et au Burkina Faso et propose une évaluation quantitative de ce marché. Enfin le dernier chapitre propose une analyse de l'implication de la réglementation dans le positionnement des opérateurs sur la chaîne de valeur de l'offre d'argent mobile. Pour l'essentiel cette première partie livre les résultats des recherches documentaires ainsi que les analyses qui peuvent y être appliquées.

¹Il s'agit de l'Instruction N°01/2006/SP du 31 juillet 2006 qui était en vigueur au moment du lancement des services de monnaie électroniques sur les réseaux de téléphonie au Burkina Faso.

Chapitre 1 : La monnaie électronique sur les réseaux de téléphonie mobile : définitions et évolutions

1. De la monnaie électronique à l'argent mobile

Plusieurs auteurs et économistes se sont intéressés à la question de la monnaie électronique de sorte qu'une revue de leurs développements permette une compréhension de sa genèse et son évolution.

1.1. Monnaie électronique et évolution technologique

Au cours de l'Histoire, la monnaie a pris des formes diverses : animaux, sel, coquillages, métal, papier, etc. Après une très longue période où l'or et l'argent ont été les supports privilégiés, la monnaie est aujourd'hui presque entièrement dématérialisée et circule essentiellement sous des formes scripturales, notamment sur support électronique¹ grâce au développement des outils informatiques qui ont permis une virtualisation de la monnaie. L'avènement de la monnaie électronique va donc de pair avec les avancées acquises des nouvelles technologies de l'information et de communication (NTIC). L'utilisation des nouvelles technologies a induit la création et la mise en circulation d'autres formes de la monnaie dans le tissu économique appelée « **monnaie électronique** ».

Déjà la fin des années 70 a vu l'arrivée des transferts électroniques de fonds entre banques avec la création du SWIFT (Michel AGLIETTA & Laurence SCIALOM, [2008]). Il s'agit d'un réseau interbancaire transnational qui traite des instructions de transferts de fonds entre banques du monde entier. Il est branché sur les systèmes de compensation et de règlements nationaux contrôlés par les banques centrales à travers une réglementation et une supervision sécurisant les paiements interbancaires.

Circulant donc dans un système fermé et dont le contrôle et la sécurisation sont presque parfaitement maîtrisés, cette monnaie électronique appartient à ce que Michel AGLIETTA et Laurence SCIALOM qualifient de « première génération »².

Cependant les nouvelles perspectives offertes par les réseaux ouverts tels que l'Internet et la téléphonie mobile ont élargi les potentialités de développement et d'usage de la monnaie électronique et ont permis à ces économistes (Michel AGLIETTA et Laurence SCIALOM) de caractériser une monnaie et systèmes de paiements électroniques qu'ils qualifient de « seconde génération » et qui s'apparente à un « un stock électronique de valeur monétaire qui peut être largement utilisé pour des paiements ». Pour eux la différence qualitative majeure justifiant leur attribution dans une catégorie nouvelle tient à leur insertion dans des réseaux ouverts et non plus fermés. Cette forme de monnaie électronique est mobilisable pour les paiements de détail mais elle induit des possibilités plus limitées en matière de contrôle des risques.

Les instances nationales et internationales chargées de la réglementation de la monnaie vont définir cette nouvelle forme de la monnaie qui s'est imposée dans le tissu économique et les conditions d'encadrement de sa création, de sa circulation et de son utilisation.

Par exemple l'article L.315-1 du Code monétaire et financier français définit la monnaie électronique comme *"une valeur monétaire qui est stockée sous une forme électronique, y compris magnétique, représentant une créance sur l'émetteur, qui est émise contre la remise de fonds aux fins d'opérations de paiement et qui est acceptée par une personne physique ou morale autre que l'émetteur de la monnaie électronique"*³.

¹ <http://www.wiki-compta.com/monnaie.php> (12/02/2015)

² Michel AGLIETTA & Laurence SCIALOM, les défis de la monnaie électronique pour les banques centrales

³ https://fr.wikipedia.org/wiki/Monnaie_%C3%A9lectronique

De façon plus simple, Dominique PLIHON [2013] comprend la monnaie électronique comme l'ensemble des techniques informatiques, magnétiques, électroniques et télématiques permettant l'échange de fonds sans support papier.

Suivant le mode de support de cette monnaie, deux formes de monnaie électronique susceptibles de concurrencer potentiellement la monnaie fiduciaire sont distinguées : le « porte-monnaie électronique » et la « monnaie réseau ».

Le porte-monnaie électronique ou « e-cash » désigne les cartes à circuits intégrés, rechargeables, stockant une valeur monétaire sur des supports qui sont la propriété des détenteurs et sont donc détachés des comptes bancaires. Les cartes bancaires VISA par exemple relèvent de cette catégorie. Ce type de monnaie électronique permet d'effectuer des paiements de détail directement entre échangistes sans intervention d'un intermédiaire, grâce à des lecteurs installés dans les points de vente. Contrairement au cash, dans la plupart des systèmes de ce type, la monnaie électronique reçue par le payé ne peut être réutilisée. Elle doit donc être reversée sur le compte bancaire du bénéficiaire, et c'est seulement à cette étape que le paiement est enregistré¹.

La « monnaie réseau » est une forme de monnaie électronique qui, grâce à des logiciels spécialisés intégrés aux ordinateurs personnels, peut être transférée pour s'acquitter de paiements via des réseaux de télécommunication comme internet. Contrairement au e-cash, la monnaie réseau est transférable et peut donc être réutilisée pour d'autres paiements. Cette forme de monnaie électronique est caractérisée par le prépaiement des valeurs monétaires stockées et l'utilisation de la cryptographie pour l'authentification et la protection de la confidentialité et de l'intégrité des données.

Ces deux formes de monnaie électronique ont des caractéristiques communes comme le prépaiement des valeurs monétaires stockées et l'utilisation de la cryptographie pour l'authentification et la protection de la confidentialité et de l'intégrité des données. Les banques peuvent participer à ces dispositifs de monnaie électronique de différentes manières. Elles peuvent être émettrices, mais elles peuvent également distribuer la monnaie électronique émise par d'autres entités, gérer le traitement, la compensation et le règlement des transactions en monnaie électronique ainsi que l'enregistrement des transactions. En d'autre terme, la banque joue un rôle central dans la création et la circulation de la monnaie électronique.

1.2. La monnaie électronique sur les réseaux de téléphonie mobile ou l'argent mobile

Les progrès de la technologie ont permis une extension continue de l'éventail des services possibles rendus par le téléphone mobile. Le mobile a depuis plusieurs années, transcendé les usages classiques de communication voix pour devenir une porte d'accès à d'autres services qui ne cessent de s'enrichir. L'utilisation répandue de la téléphonie mobile a érigé les réseaux de téléphonie mobile en de véritables canaux et instruments majeurs de distribution, et donc base d'autres modèles d'affaires.

La collaboration historique² entre les banques et les opérateurs va permettre à ces derniers de participer à l'offre de certains services financiers au sein de marchés variés de sorte que le téléphone mobile soit désormais¹ :

¹ Idem

² « Les bonnes relations entre les milieux bancaires et financiers d'une part et le secteur des télécommunications d'autre part ne sont pas récentes, mais trouvent leurs origines dans les premiers pas des télécommunications, avec l'invention du télégraphe. Les télécommunications ont ainsi fortement contribué à l'expansion des milieux financiers qui (...) ont été les premiers utilisateurs du télégraphe puis du téléphone ». (Clot Ghislaine. Banques et télécommunications : deux secteurs dont les ramifications s'enchevêtrent. In: Quaderni. N. 12, Hiver 1990-1991, page 49)

- **un vecteur de distribution** des services financiers électroniques, en marge des canaux déjà existants comme les guichets automatiques ou les systèmes de points de vente ;
- **un instrument de paiement** permettant aux instructions de paiement d'être transmises entre le débiteur et le créateur, provenant et allant vers des types de comptes différents. Le compte peut alors être un compte bancaire classique logé dans une banque ou un compte électronique, ce qui nécessite la création et la mise en place de nouveaux instruments de paiement comme la monnaie électronique.

Le GSMA a émis la notion « **d'argent mobile** » pour qualifier ces nouveaux services qui consistent à accéder à des services financiers et monétaires par l'intermédiaire d'un téléphone portable mobile². Et dans une étude menée en 2012 sur les services monétaires par téléphonie mobile, la CNUCED a retenu cette définition de la monnaie électronique qui met en relief le rôle central de la téléphonie mobile dans le transport et la circulation de cette monnaie : « *la monnaie électronique désigne les sommes d'argent stockées dans des téléphones portables en utilisant comme identificateur la carte SIM du téléphone, plutôt qu'un numéro de compte comme ce serait le cas dans le cas des services bancaires traditionnels. Ces sommes d'argent sont émises sous forme virtuelle par une entité (un opérateur de réseaux mobiles, en l'occurrence) et sont gardées dans un compte électronique sur la carte SIM du téléphone mobile, lequel sert également à transmettre des ordres de transfert ou de paiement, tandis que la contrepartie en espèces est conservée ailleurs, en lieu sûr, normalement dans une banque. L'utilisateur peut accéder au solde de son compte électronique à partir de son téléphone portable, pour transmettre instantanément des ordres de transfert ou de paiement* »³.

La définition de CNUCED permet d'établir que la monnaie électronique sur les réseaux de téléphonie mobile combine à la fois les caractéristiques du porte-monnaie électronique et celles de la monnaie-réseau :

- les configurations et applications possibles au niveau de la carte SIM permet au téléphone portable de devenir intégralement un porte-monnaie grâce à sa fonction de stockage d'informations. Il peut donc stocker une valeur monétaire électronique utilisable par son propriétaire, qu'il soit titulaire ou non d'un compte bancaire. Il est donc détaché des comptes bancaires. Le détenteur peut effectuer des paiements de détail directement entre échangistes sans intervention d'un intermédiaire ;
- le téléphone portable avec ses caractéristiques de mobilité et d'accès à des services, offre à l'utilisateur la possibilité d'utiliser les services proposés par son téléphone portable en tout temps et lieu. Le détenteur peut transférer la monnaie électronique stockée pour s'acquitter de paiements via le réseau de téléphonie mobile. La monnaie électronique reçue peut à son tour être transférée à un autre bénéficiaire et ainsi de suite jusqu'à sa conversion en argent liquide par une opération de retrait.

1.3. **L'extension des services monétaires mobiles**

La monnaie électronique sur les réseaux de téléphonie mobile ne remplace pas la carte bancaire et les paiements en espèce mais vient élargir les possibilités d'usages des agents économiques pour leurs transactions. En effet l'introduction d'un nouveau moyen de paiement ne remplace pas nécessairement ceux déjà existants. L'histoire montre plutôt que chaque utilisation d'un nouveau moyen de paiement s'est inscrite en complément de ceux déjà existants [Salmon K. et PHB Development, 2011]⁴.

¹ Services financiers via téléphonie mobile : les approches réglementaires qui améliorent l'accès aux services financiers (Note Politique de l'AFI (Alliance pour l'Inclusion Financière))

² GSMA (2010). L'argent Mobile Pour les Personnes Non-Bancarisées. GSMA, Londres

³ CNUCED (2012). Les services monétaires par téléphonie mobile à l'appui du développement de l'activité économique dans la communauté de l'Afrique de l'Est, CNUCED [s. l.]

⁴ Salmon K. et PHB Development (2011). Enjeux et perspectives du développement du m-paiement [s. l. n. é.]

Cette extension des services financiers rendus possibles par la téléphonie mobile permet de répertorier deux catégories de services financiers mobiles que distingue notamment, l'Alliance pour l'Inclusion Financière [AFI, 2010]¹ :

- **le mobile banking (ou m-banking)**: il s'agit des services bancaires via la téléphonie mobile. Le téléphone mobile est utilisé comme moyen principal pour effectuer des transactions financières à partir d'un ou plusieurs comptes bancaires. L'abonné au réseau de téléphonie mobile et utilisateur du service m-banking est au préalable titulaire d'au moins un compte bancaire. Ces transactions peuvent inclure des paiements d'un compte bancaire à plusieurs autres comptes. Les services bancaires via téléphonie mobile permettent à l'abonné d'accéder à des informations sur son compte tel le solde du compte, les relevés bancaires simplifiés, les notifications de transactions, ou alertes sur une opération de crédit ou de débit sur le compte. Ces services représentent un sous-ensemble des opérations de services bancaires électroniques (e-banking) qui inclut les activités de banque par internet et l'utilisation de canaux de distribution fixes comme les guichets automatiques et les systèmes de points de vente.
- **le paiement mobile ou (mobile payment (m-payment))** : il s'agit de l'argent mobile au sens du GSMA, c'est-à-dire l'utilisation d'un téléphone mobile pour effectuer un paiement. Ce service n'implique pas l'existence préalable d'un compte logé dans une banque au nom de de l'abonné qui sera mouvementé à l'issue de la transaction. Cette opération s'appuie néanmoins sur la création d'un nouvel instrument (le compte et la monnaie électronique) par l'opérateur et identifié par le numéro d'appel ou numéro de la carte SIM de l'abonné, afin de servir d'origine ou de point de destination vers laquelle la valeur est transférée.

Le paiement mobile inclut trois ces types d'opérations :

- **les paiements de Personne à Personne (P2P)**: Il s'agit des transferts d'argent entre individus. Ces transferts peuvent s'effectuer en échange ou non des biens et services.
- **les paiements de Personne à Business (P2B)**: Ce sont les paiements de factures, de biens et services et aussi les achats de crédits de communication auprès des opérateurs de téléphonie et des diverses entreprises utilisateurs du m-paiement. L'inverse, de « Business à personne » (B2P) a lieu lorsqu'une compagnie privée verse de l'argent à des personnes (par exemple, en salaire ou pour la livraison de biens).
- **Les paiements de Gouvernement à Personne (G2P)**: Le paiement mobile est dans ce cas effectué par une administration publique ou entité officielle afin de payer un salaire, un loyer ou une pension ou allocation sociale à un individu qui peut accéder à une agence bancaire classique mais qui est abonné à un réseau de téléphonie mobile.

Cette extension des services financiers sur les réseaux mobiles permettent aux abonnés des réseaux de téléphonie et titulaires d'un compte bancaire d'accéder à tous les services financiers mobiles (m-banking et m-paiement) et aux abonnés n'ayant pas de relation avec une banque d'utiliser les services de paiements mobiles. Les réseaux de téléphonie mobile jouent donc un rôle déterminant dans l'inclusion financière.

¹ Alliance pour l'Inclusion Financière (2010). Services financiers via téléphonie mobile, les approches réglementaires qui améliorent l'accès aux services financiers [s. l. n. é.]

Figure 1 : Schéma opérationnel d'un paiement par argent mobile



Source : Clarity Telecom

<https://www.credit-suisse.com/us/en/news-and-expertise/banking/articles/news-and-expertise/2015/08/fr/a-global-success-from-kenya.html> (septembre 2015).

2. Les conditions de développement des services d'argent mobile en Afrique Subsaharienne

Les services d'argent mobiles se sont développés plus rapidement en Afrique, en particulier l'Afrique Subsaharienne que dans le reste du monde. Plusieurs facteurs expliquent cette appropriation rapide du service dans ce continent. Il s'agit principalement des conditions d'accès aux établissements financiers et l'expansion des réseaux de téléphonie mobile.

2.1. Les barrières à l'accès aux services financiers formels en Afrique Subsaharienne

L'intégration ou l'inclusion financière est généralement définie comme la proportion de particuliers et d'entreprises qui ont accès et ont recours à des services financiers. Elle renvoie à un cadre où toutes les personnes adultes en âge de travailler ont effectivement accès à des services de crédit, d'épargne, de paiement et d'assurance auprès de prestataires du secteur formel.

L'exclusion financière c'est tout donc le contraire, c'est-à-dire une situation où une proportion de la population d'un territoire donné, n'a pas accès à des services financiers pour diverses raisons, auprès des prestataires du secteur formel, notamment les banques et les SFD.

L'exclusion financière concerne davantage les pays à revenus faibles. Il est en effet montré que la variation du taux de bancarisation a une corrélation positive avec les niveaux de revenu, induisant ainsi un lien entre les deux variables que sont le niveau de revenu et le taux de bancarisation. Le taux de bancarisation est deux fois plus élevé dans les pays à revenus intermédiaires que dans les pays à faibles revenus suivant une étude la CNUCED¹.

Cette corrélation entre taux de bancarisation et niveau de revenu se vérifie en Afrique Sub-Saharienne où 52% de sa population estimée à 900 millions en 2013 vivent en dessous du seuil de pauvreté. En effet les trois quarts de cette population ne sont pas bancarisés².

Pour leurs transactions financières quotidiennes, ces populations dépendent de solutions souvent peu fiables, peu sécurisées et coûteuses basée sur la manipulation de l'argent liquide et sans aucune traçabilité de ces transactions.

En effet, le modèle d'agence traditionnelle adopté par la plupart des banques répond difficilement aux besoins des plus pauvres. Salmon K. et PHB Development [2011] énumèrent quelques facteurs y relatifs qui laissent la grande majorité de la population de l'Afrique Sub-saharienne en marge du système bancaire classique. L'essentiel de ces facteurs explicatifs de l'exclusion financière dans les pays en développement sont retenus aussi par la CNUCED [2014] et on peut en citer:

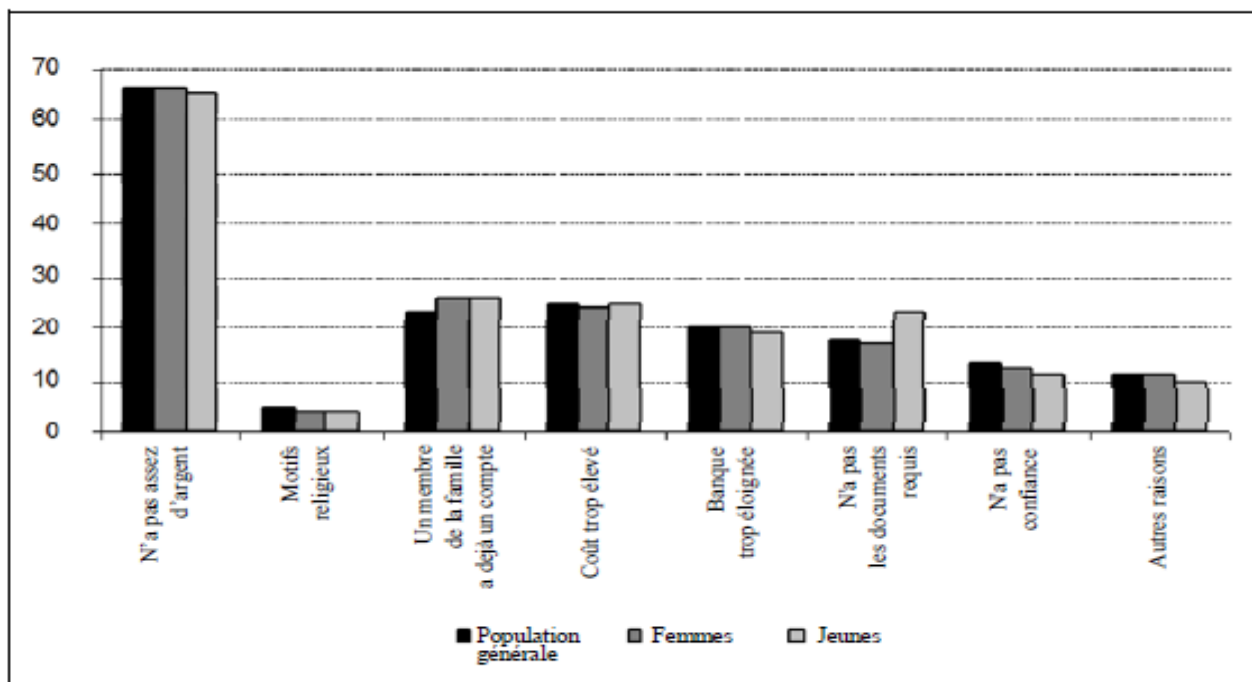
- **les raisons économiques** : Plus de 60 % des adultes estiment n'avoir pas de compte parce qu'ils ne disposaient pas de liquidités suffisantes pour supporter les frais à payer car les coûts fixes associés aux opérations peuvent être démesurément élevés, en particulier pour les petits montants;
- **les raisons matérielles (temps et coût de trajet)** : les agences bancaires étant peu nombreuses dans les zones rurales, les coûts d'accès peuvent s'en trouver fortement augmentés ;
- **les raisons administratives (formalités à remplir)** : les acteurs du secteur informel, qui ne disposent pas de bulletin de salaire en bonne et due forme, de déclaration fiscale ou de justificatif de résidence. Une partie de la population ne dispose pas de pièces officielles ou légales d'identité;
- **et les raisons et psychologiques (manque de confiance)** : lorsque le secteur financier n'est pas suffisamment développé, la population peut se méfier des établissements financiers ou avoir des connaissances théoriques et pratiques limitées dans le domaine.

Le graphique ci-dessus tirée de cette publication présente la répartition en pourcentage de population souffrant de l'exclusion financière dans les pays en développement avec les raisons de leur exclusion financière suivant les statistiques de la Banque Mondiale en 2011 :

Figure 2 : Obstacles à l'utilisation de comptes bancaires

¹ CNUCED, (2014). Impact de l'accès aux services financiers, notamment concernant les incidences des envois de fonds sur le développement: émancipation économique des femmes et des jeunes CNUCED

² Jean-Loïc Guïèze, (2014). L'inclusion financière en Afrique Sub-Saharienne, (<http://economic-research.bnpparibas.com>)



Source: Demirguc-Kunt *et al.* (2012), Measuring Financial Inclusion: The World Bank's Global Findex Database.

Les banques de leur côté sont soucieuses de leur rentabilité et les raisons qui limitent l'offre des services aux personnes démunies sont essentiellement économiques :

- **grande dispersion des populations rurales** (qui limite les économies d'échelle)
- **et l'insuffisance des moyens d'identification conventionnels** (documents d'identité, cadastre) augmentent les risques opérationnels (erreurs, fraudes) et de crédit (clientèle à revenus faibles et irréguliers, sans garantie) et nécessitent un renforcement coûteux des contrôles internes.

Dans ces conditions les banques devraient pratiquer des tarifs très élevés afin de préserver la rentabilité de leurs offres. Et le coût d'accès serait ipso facto trop élevé pour les populations pauvres et les petites entreprises.

2.2. La pénétration rapide de la téléphonie mobile.

2.2.1. L'expansion des réseaux de téléphonie mobile dans le monde et en Afrique Subsaharienne

Suivant les statistiques de l'UIT¹, en 2005, le nombre de lignes de téléphonie mobile actives était estimé à 2,2 milliards dans le monde. En 2013, ce nombre atteint 6,7 milliards tandis que l'on compte 1,13 milliards d'abonnements pour la téléphonie fixe pour une population estimée à 7,1 milliards d'habitants. Le parc des lignes de téléphonie mobile devrait atteindre 10 milliards en 2020 alors que la population mondiale devrait se situer entre 7,5 et 8 milliards d'habitants².

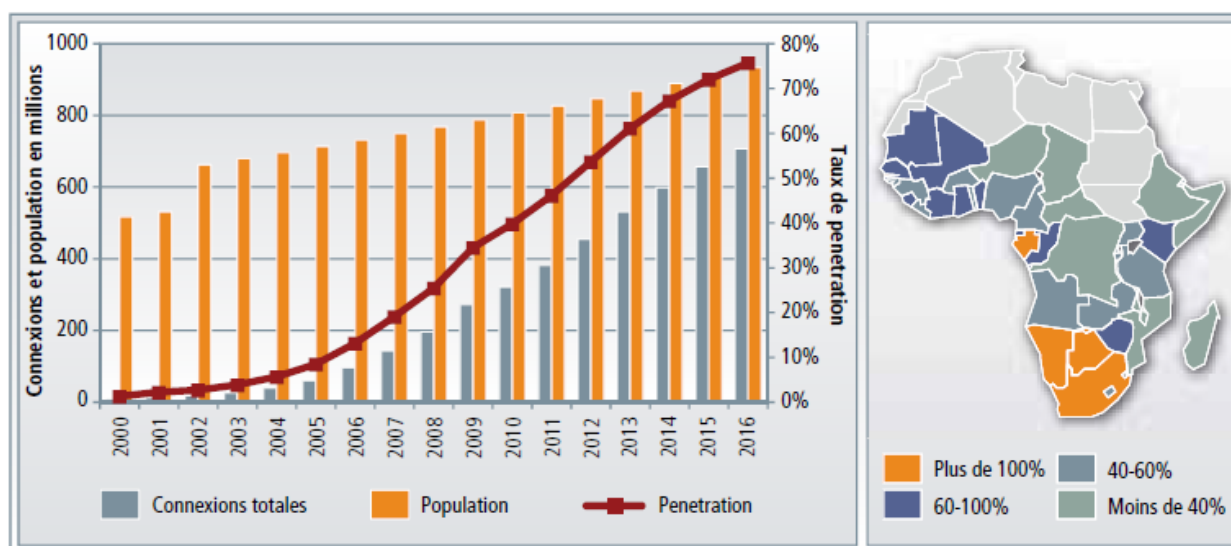
Ces données témoignent de l'omniprésence du téléphone mobile le quotidien des individus. Pour J. C. Cointot & Y. Eychenne [2013], le téléphone mobile est devenu une extension naturelle de l'homme, et même son point

¹ Union International des Télécommunications (UIT), <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

² J. C. Cointot & Y. Eychenne, La révolution Big Data, Ed Dunod (2014), p19

d'entrée et de contact avec la société. Il s'est en effet imposé comme principal mode de communication à titre personnel ou professionnel pour l'échange des informations, des biens et services et aussi de l'argent. Dans les pays en développement, l'expansion de la téléphonie mobile a été particulièrement impressionnante. Le taux de pénétration de la téléphonie mobile y est passé de 22,9% en 2005 à 89,4% en 2013¹. En Afrique le marché de la téléphonie mobile a enregistré une expansion à la fois forte et continue depuis l'arrivée de cette technologie sur le continent. A partir des années 2000, le nombre de raccordements à la téléphonie mobile a augmenté par an de 44% en moyenne (GSMA, 2012)². Le graphique ci-dessus tiré d'une publication du GSMA montre cette forte progression du taux de pénétration de la téléphonie mobile en rapport avec la population de l'Afrique Subsaharienne :

Figure 3 : Pénétration de la téléphonie mobile en Afrique subsaharienne



Source : GSMA [2012]

Certains pays comme le Gabon et l'Afrique du Sud enregistrent depuis 2012 plus d'un abonnement par habitant. Le téléphone mobile a ainsi pris une place majeure dans le quotidien de la majorité des africains. Plusieurs facteurs expliquent cette croissance exponentielle.

D'abord la libéralisation du secteur des télécommunications a permis aux marchés nationaux africains des télécommunications de devenir « concurrentiels »³. Le nombre moyen d'opérateurs par marché est en effet passé d'environ 2,5 en 2005 à 3,6 en 2009. Des pays comme la Tanzanie comptait huit opérateurs à la fin de l'année 2009, alors que la Côte d'Ivoire et le Ghana en dénombraient six chacun⁴.

Ensuite les progrès technologiques ont permis d'abaisser le coût à la fois des équipements et aussi des services. Des terminaux à bas prix ont envahi le continent permettant l'équipement des personnes même aux

¹ Rapport 2013 de l'UIT.

² GSMA, (2013). Rapport 2012 de l'Observatoire de la téléphonie mobile en Afrique subsaharienne

³ Il s'agit plutôt de marchés oligopolistiques puis que le nombre de producteurs du service restent tout de même très limité par rapport au nombre de consommateurs

⁴ Guy Zibi, (2009). Promesses et incertitudes du marché africain de la téléphonie mobile (Revue Secteur privée & Développement)

très faibles revenus¹. Par ailleurs les investissements progressifs dans l'extension des réseaux ont permis une large couverture territoriale des pays et un raccordement des populations rurales.

Enfin le déploiement de stratégies marketing adaptées et efficaces a énormément contribué à cette croissance remarquable. Le marketing des opérateurs de téléphonie mobile est caractérisé par une agressivité et une visibilité omniprésente. Les recharges de crédit de communication sont de plus en plus innovantes et s'adaptent à la spécificité du marché qui est constitué à près de 99% de prépayés dans la plupart des pays africains. Ainsi les plateformes prépayées ont été perfectionnées, permettant aux clients d'acheter du temps de communication y compris à crédit avec la possibilité d'en partager. Par ailleurs les économies d'échelles et le jeu de la concurrence ont permis une nette baisse des tarifs des services de base (Voix et SMS).

2.2.2. Les opportunités de développement des services d'argent mobile

En 2013 le GSMA² a estimé à 2,5 milliards, le nombre de personnes dans les pays à faibles revenus ou revenus intermédiaires qui n'étaient pas bancarisées et à qui il manquait les services financiers nécessaires pour investir dans leur activité, protéger leurs actifs réduire leur situation de pauvreté.

Toutefois, au sein de cette population non bancarisée, plus d'un milliard de personnes ont accès à un téléphone portable. Ce terminal peut être mis à profit pour fournir un accès à des services financiers tels que les paiements, les transferts, l'assurance, l'épargne et le crédit, de façon plus économique et plus pratique que les alternatives existantes

Dans son étude comparative des plates-formes et réglementations des services financiers sur les réseaux de téléphonie mobile (2012), la CNUCED a listé un ensemble de services financiers accessibles par le téléphone mobile. Sur cette liste l'on peut identifier par le tableau ci-dessous, les services accessibles aux abonnés qui ne disposent pas d'un compte bancaires:

Tableau 1 : Services mobile money et mobile banking

Catégorie	Services	Services accessibles à un abonné bancarisé ?	Services accessibles à un abonné non bancarisé?
Services d'argent mobile (m-payment)	Transferts nationaux (P2P, P2B, G2P, B2P)	Oui	Oui
	Transferts internationaux (P2P, P2B, G2P, B2P)	Oui	Oui

¹ A moins de 10 000 FCFA (15 euros), il est possible d'acquérir un téléphone portable avec au moins les fonctionnalités de base (Voix et SMS) dans la plupart des pays africains.

² Claire PÉNICAUD & Arunjay KATAKAM (2013). Les services financiers mobiles destinés aux personnes non bancarisés en 2013 (GSMA)

	Achat de crédits de communication (abonnement prepaid)	Oui	Oui
	Paielements de factures téléphoniques (abonnement postpaid)	Oui	Oui
	Paielement de frais de scolarité	Oui	Oui
	Paielement de soins de santé	Oui	Oui
	Paielements aux grands facturiers (eau, électricité, télévision sur abonnement, assurances, etc.)	Oui	Oui
	Paielement des contributions dans les Eglises et ONG	Oui	Oui
	Paielement de salaires	Oui	Oui
	Paielement des réservations (avions, hôtels, etc.)	Oui	Oui
Services bancaires mobiles (m-banking)	Porte-monnaie mobile relié à une carte bancaire	Oui	Non
	Porte-monnaie mobile relié à un compte bancaire (transfert/virement de compte à compte)	Oui	Non
	Retrait d'espèces dans les DAB sans carte (en utilisant un téléphone portable)	Oui	Non
	Retrait d'espèces des DAB en utilisant une carte	Oui	Non

Source : CNUCED (2012)

Le téléphone mobile est une opportunité d'accès aux services financiers pour un plus grand nombre de personnes. Ils sont donc un complément efficace aux services bancaires.

2.3. L'offre des services d'argent mobile en Afrique

Les pays en développement, en l'occurrence l'Afrique Sub-Saharienne ont perçu les services d'argent mobile comme un levier important de d'inclusion financière et de développement économique. Les compagnies de téléphonie opérant sur le continent ont trouvé dans ce créneau une alternative stratégique au ralentissement de leur croissance dû à la concurrence accrue et aux taux de pénétration qui tendent vers 100%.

L'ouverture des marchés nationaux à des opérateurs alternatifs a rendu ces marchés concurrentiels de sorte que la fidélisation de la clientèle devient à la fois un défi majeur des opérateurs et une condition de pérennisation de leurs activités. La stratégie de fidélisation va se fonder essentiellement sur la diversification des services offerts grâce aux technologies en constante amélioration. Et les services d'argent mobile sont devenus le moyen par excellence de fidélisation de la clientèle en Afrique.

L'Afrique Sub-Saharienne, en l'occurrence l'Afrique de l'Est est placée à « l'avant-garde » des services monétaires par téléphonie mobile. Celplay déployé en Zambie en 2001 est présenté comme le premier service d'argent mobile. Cette plateforme de paiement mobile proposait comme unique service, le rechargement de crédit d'appel [Kurt Salmon & PHB Development, 2011]¹.

Cependant le Kenya demeure la référence absolue grâce au succès phénoménal de M-Pesa², la plateforme de services financiers mobiles de l'opérateur Safaricom, un opérateur de téléphonie mobile établi au Kenya³. Le système M-PESA a été développé entre 2003 et 2006 par Sagentia, entreprise spécialisée dans le développement de produits technologiques, pour le compte des des opérateurs. Lancé le 6 mars 2007, M-PESA était à l'origine prévu pour envoyer et recevoir des paiements de faible montant par le biais du téléphone portable.

Il est désormais un porte-monnaie électronique qui permet à la fois les échanges de l'argent virtuel entre clients et le paiement de factures aux entreprises ayant adhéré au service. Plusieurs avantages ont été reconnus au service et pourraient expliquer son grand succès. L'on peut citer notamment :

- **la commodité et l'accessibilité:** l'application étant activée sur le téléphone portable, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, il est donc possible de gérer son compte directement à partir de son terminal à tout moment, indépendamment des heures d'ouvertures des agences des compagnies de téléphonie mobile ou des banques. Par ailleurs en 2012 l'on dénombrait plus de 30 000 agents de transfert de M-Pesa, ce qui rend l'accès à ce service plus aisé contrairement aux banques qui ne comptaient que 400 agences [CNUCED, 2013].

¹ Kurt Salmon & PHB Development, (2011) Enjeux et perspectives du développement du m-paiement

² M-Pesa signifie : M pour "mobile", PESA pour "argent" en Swahili (Langue parlée en Afrique centrale et orientale)

³<http://envoirdargent.solidairesdumonde.org/archive/2012/03/30/le-succes-rencontre-au-kenya-par-le-service-de-mobile-bankin.html#more>

- **la réduction des coûts de transactions et l'absence de frais de gestion de compte** : pour 500 dollars US envoyés, M-PESA prélève 6 dollars de frais, quand Western Union en prélève 17 dollars. Quant aux comptes électronique, désormais virtuels, ils ne nécessitent plus de frais de gestion. La concurrence entre opérateurs sur les services de transfert d'argent, conduit à une baisse des commissions et donc des coûts des services d'argent mobile.
- **la célérité des transactions effectuées**: les transferts d'argent ou paiements ont lieu en temps quasi réel (temps de la transmission d'un SMS) et vont directement au receveur, sans intermédiaires.
- **une meilleure sécurité des opérations de transferts et de paiements** : les services d'argent mobile évitent aux utilisateurs de se déplacer avec de grosses sommes d'argent liquide sur soi et donc de s'exposer à l'insécurité.

Les volumes d'activité atteints par le service M-Pesa de Safaricom illustrent le succès :

- En 2011, les transactions effectuées via ce service dépassent 375 millions US dollars chaque mois¹
- En 2012, M-Pesa comptaient plus de 14,6 millions d'utilisateurs actifs, et enregistrait un volume de transactions mensuel de 650 millions de dollars².

A la suite de Safaricom au Kenya, les grands groupes de téléphonie dans les autres pays africains ont intégré les services financiers mobiles dans leurs offres afin de tirer profit du marché existant constitué par l'importante clientèle non bancarisée. Safaricom a étendu son réseau commercial du M-Pesa en Tanzanie et en Afrique du Sud, mais aussi hors du continent africain, notamment en Afghanistan et en Inde. Le groupe indien Airtel, l'Emirati Etisalat, le Sud-Africain MTN, ont aussi déployés progressivement des produits similaires dans leurs nombreuses filiales.

Pour le groupe français Orange, son produit Orange Money, a été lancé depuis en décembre 2008 en Côte d'Ivoire avant de se développer au cours des années 2010 dans les autres pays Africains et dans le reste du Monde où il est présent. Orange Money est désormais présent dans 14 pays d'Afrique et du Moyen-Orient où il compte 12 millions d'abonnés. En 2013, Orange Money y a enregistré un volume annuel de transaction de près de 2 milliards d'euros³ et 4,5 milliards d'euros en 2014. Sur les 200 millions d'euros qui circulent chaque année entre le Mali, la Côte d'Ivoire et le Sénégal, 30 millions s'échangent via Orange Money et de novembre à décembre 2014, l'équivalent de 20 % du PIB du Mali a transité par Orange Money⁴.

Ce développement de l'offre des services financiers mobiles a permis au GSMA de dénombrer en fin 2013, 219 offres actives dans 84 pays, contre 179 services dans 74 pays fin 2012. La graphique ci-dessous donne l'évolution et la répartition du nombre de plateformes.

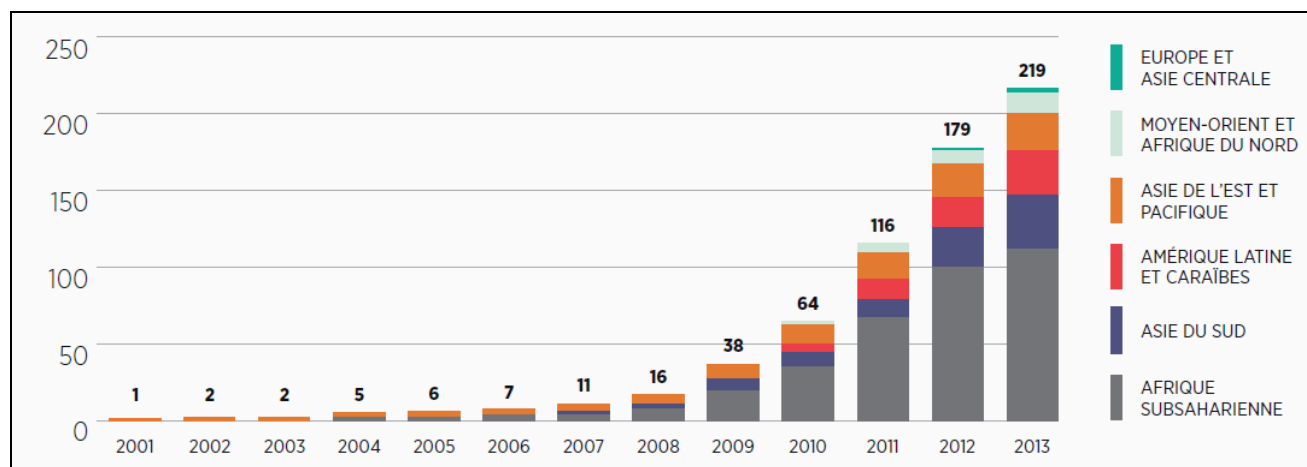
¹<https://itunews.itu.int/fr/4555-La-revolution-de-largent-mobile-BR-Desservir-les-exclus-du-systeme-bancaire.note.aspx> (septembre 2015)

²<http://envoirdargent.solidairesdumonde.org/archive/2012/03/30/le-succes-rencontre-au-kenya-par-le-service-de-mobile-bankin.html#more> (septembre 2015)

³<http://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/cercle-121639-afrique-les-operateurs-telephoniques-supplanteront-ils-les-banques-pour-les-moyens-de-paiements-1087712.php#> (Août 2015)

⁴ group Orange : <http://www.orange.com/fr/Presse-et-medias/Dossiers-thematiques/2015/SFM/En-Afrique-Orange-Money-vous-simplifie-la-vie> (décembre 2015)

Figure 4: Nombre de services actifs d'argent mobile par région (2001-2013)



Source : GSMA (2013)

Suivant ces statistiques du GSMA, l'Afrique Sub-Saharienne héberge près de 52% des services actifs. Cette région de l'Afrique domine en effet le secteur, grâce notamment à des exemples de réussite tels le M-PESA et aussi au dynamisme des compagnies de télécommunications que sont ORANGE, AIRTEL et MTN.

Chapitre 2 : L'offre des services d'argent mobile dans l'UEMOA et sa réglementation

Le Burkina Faso est un Etat membre de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA)¹. Cette organisation qui regroupe les huit (8) pays de l'Afrique de l'Ouest² partageant une monnaie commune dénommée « franc de la Communauté Financière Africaine » ou Franc CFA (FCFA)³. Cette monnaie est émise par la Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO). Cette banque centrale est chargée entre autres missions de :

- la mise en œuvre de la politique monétaire au sein de l'Union ;
- la stabilité du système bancaire et financier de l'Union ;
- la promotion du bon fonctionnement, la supervision et la sécurité des systèmes de paiement dans l'Union.

La monnaie électronique fait partie intégrante des systèmes de paiement. Son émission, sa circulation et sa gestion dans l'espace de l'UEMOA est soumise à la réglementation de la BCEAO.

Ce deuxième chapitre analyse le marché de l'argent mobile d'abord dans l'espace UEMOA en faisant ressortir ses potentialités. Ensuite il présente le cadre réglementaire de la monnaie électronique pour enfin faire ressortir les implications dans la structuration des modèles d'affaires de l'offre des services financiers mobiles.

1. Présentation et évaluation du marché des services d'argent mobile dans l'UEMOA

L'UEMOA est un vaste espace économique aussi bien en superficie qu'en population. Sa superficie atteint 3,5 millions de km² (soit environ sept (7) fois la France (Métropole) et sa population est estimée à 90 millions d'habitants en 2010. Mais pays de l'UEMOA sont classés parmi les plus pauvres du monde même conserve un potentiel de développement économique énorme. Le tableau ci-dessous présente les principales caractéristiques géographiques, démographiques et économiques des pays de l'UEMOA.

Tableau 2 : Données géographiques, démographiques et économiques de l'UEMOA (2010)

Pays	Superficie en km ²	Population en millions d'habitants	PIB/Habitant/an en FCFA	Seuil national de pauvreté en FCFA	Population vivant sous le seuil de pauvreté
Bénin	112 620	9,1	344 600	147 313	35,2%
Burkina Faso	274 000	15,0	257 100	109 891	43,9%
Côte d'Ivoire	322 462	20,8	510 100	245 499	48,9%
Guinée-Bissau	36 125	1,4	156 300	220 800	69,3%
Mali	1 240 192	12,4	338 500	165 431	43,6%
Niger	1 267 000	14,3	177 300	143 503	62,1%
Sénégal	196 720	11,7	393 200	224 569	50,8%

¹ Dans le document le terme « l'Union » est utilisé pour désigner l'UEMOA

² Ce sont le Bénin, le Burkina Faso, La Côte d'Ivoire, la Guinée-Bissau, le Mali, le Niger, le Sénégal et le Togo.

³ 1 Euro = 655,957 FCFA

Togo	56 790	5,7	268 500	271 057	61,7%
UEMOA	3 505 909	90	305 700	182 072	49,4%

Source : UEMOA¹ & BCEAO² (données 2010)

En 2013, l'Union a réalisé un taux de croissance économique de 5,6% et la population a atteint 108 millions d'habitants. Cependant près de la moitié de cette population vit sous le seuil de la pauvreté avec un maigre revenu et un faible niveau d'instruction. Cette grande partie de la population s'adonne prioritairement à l'agriculture et vit généralement en milieu rural avec un accès très limité aux infrastructures bancaires.

1.1. *Evaluation de la marge de développement de l'argent mobile*

Les pays de l'UEMOA partagent avec les autres pays de l'Afrique Sub-Saharienne, les caractéristiques, socio-économiques qui confèrent à l'offre d'argent mobile tout son potentiel de développement, à savoir :

- un taux de pénétration de la téléphonie mobile fortement croissant ;
- un taux de bancarisation faible ;
- un coût élevé des services bancaires traditionnels.

1.1.1. *La pénétration de la téléphonie mobile dans l'espace UEMOA*

La téléphonie mobile s'est développée en Afrique de l'Ouest avec l'arrivée des compagnies privées étrangères sur les marchés régionaux dans les années 1990, suite à la déréglementation du secteur des télécommunications dans la plupart des pays sur le Continent. Les principales multinationales présentes dans la sous-région sont notamment le Sud-Africain MTN, le Français Orange, l'Indien Airtel, l'Anglais Vodafone et l'Emirati Etisalat qui a intégré les filiales ouest-africaines de Maroc Telecom lors de son rachat en 2014.

Ces opérateurs ont financé la modernisation et l'expansion des réseaux d'infrastructures, accroissant de manière significative la couverture géographique du signal.

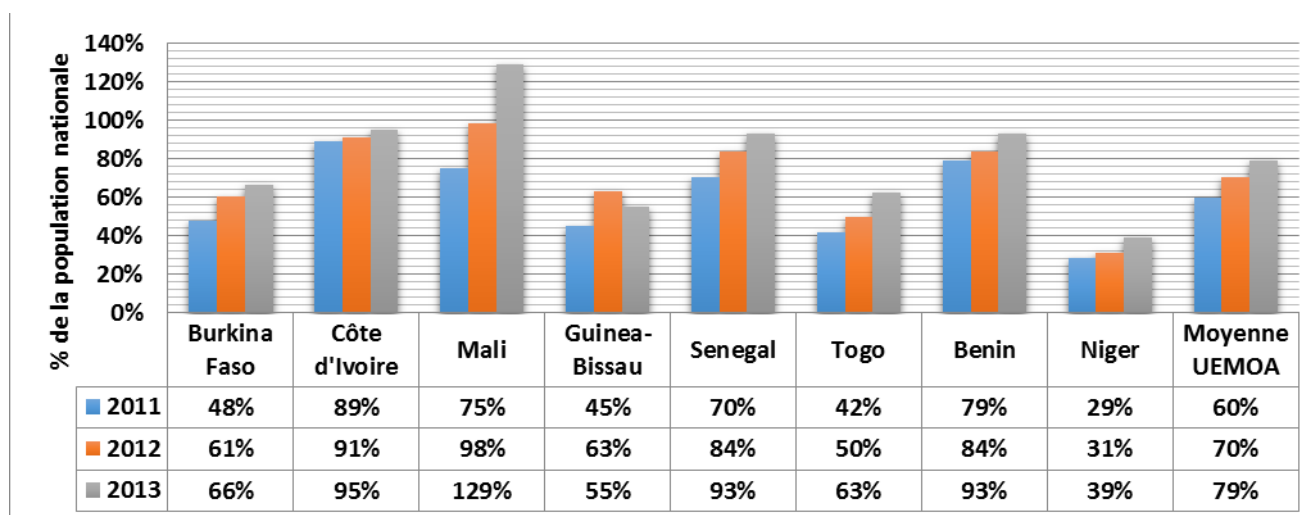
La téléphonie mobile s'est rapidement révélée plus rentable et mieux adaptée aux réalités socio-économiques que la téléphonie fixe, compte tenu des distances et de l'éclatement des populations. De plus le modèle de facturation des services largement dominé par le prépayé est particulièrement mieux adaptés aux contraintes de ressources financières limitées pour la majorité des ménages africains. Ce mode de facturation permet à l'abonné de choisir le montant de ses communications sans aucun engagement. Au Burkina Faso, les abonnements en mode prépayé concernent la quasi-totalité du parc, soit 99% [ARCEP, 2014].

Ces différents facteurs ont accéléré la pénétration de la téléphonie mobile qui a enregistré des taux très élevés, dépassant 100% en 2013 dans certains pays comme le Mali³. A partir des données de l'UIT, la moyenne simple calculée pour le taux de pénétration de la téléphonie mobile de l'ensemble des huit pays de l'UEMOA était de 0,95% en 2000. Il est de 79,26% en 2013. Le graphique ci-dessus élaboré, toujours sur la base des données de l'UIT présente l'évolution du taux de pénétration de la téléphonie mobile pour les différents pays de l'UEMOA entre 2011 et 2013.

¹ <http://www.finbase-umoa.org/UMOAEnChiffres.aspx>

² http://www.bceao.int/IMG/pdf/rapport_sur_la_situation_de_la_pauvrete_dans_les_pays_de_l_umoa.pdf

³ Le taux de pénétration de la téléphonie mobile est calculé en rapportant le nombre de carte SIM actives au nombre d'habitants du pays. Les cartes SIM actives sont celles ayant enregistré du trafic (voix, SMS, Internet) au cours des 90 derniers jours. La possibilité pour une même personne d'acquérir plusieurs cartes SIM auprès d'un même opérateur ou auprès d'opérateurs différents (multi-abonnements) peut conduire à avoir dans certains pays, un nombre de cartes SIM actives supérieur au nombre d'habitants du pays. Ainsi pour évaluer le nombre d'abonnés réels, il faudrait disposer, via des enquêtes, des statistiques précises sur les multi-abonnements (nombre moyen de cartes SIM actives détenues par un même abonné).

Figure 5 : Taux de pénétration de la téléphonie mobile dans les pays de l'UEMOA

Source : données de l'UIT (2014)

Quatre pays (le Mali, la Côte d'Ivoire, le Bénin et le Sénégal) ont atteint des taux de pénétration bien supérieurs à la moyenne de l'UEMOA qui est estimé à 79% en 2013. Le Burkina Faso est à 13 points en dessous de cette moyenne mais il devance les comme le Niger, le Togo, et la Guinée-Bissau.

1.1.2. Niveau de bancarisation dans l'espace UEMOA

a. Situation globale au niveau de l'UEMOA

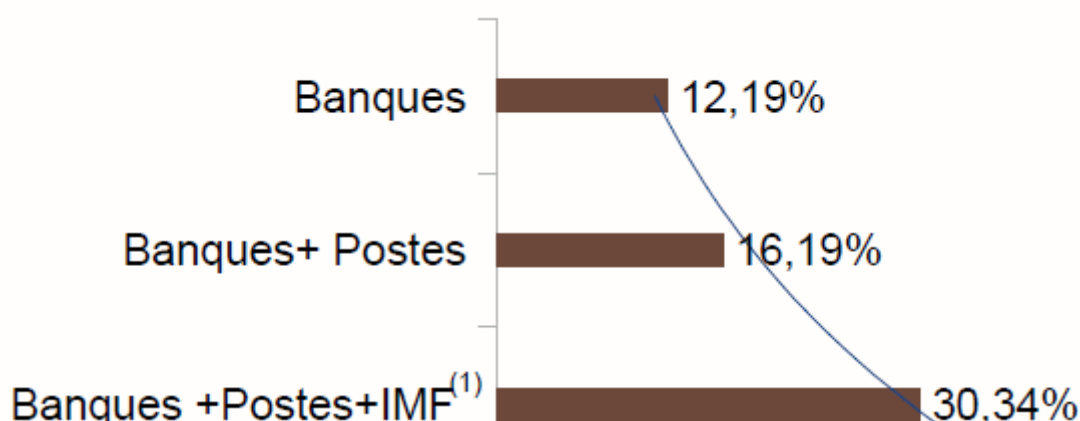
L'UEMOA est caractérisée par un très faible niveau de bancarisation de sa population. Il est ressorti plus haut que le taux moyen de bancarisation de la population en Afrique Sub-Saharienne s'établissait à 24,1% en 2012 (J. L. GUIEZE, 2014)¹. Le niveau de bancarisation au niveau de l'UEMOA est encore plus faible puisqu'il ressort à 12,19% en 2013 suivant la BCEAO [2014]². Cependant la prise en compte de l'offre des SFD (IMF) étend ce taux à 30,34% dans l'Union.

Le graphique ci-dessous présent le niveau d'accès aux services financiers au niveau de l'UEMOA en 2013.

Figure 6 : taux de pénétration des services financiers auprès des banques, postes et SFD

¹ Jean-Loïc GUIEZE, L'inclusion financière en Afrique Sub-Saharienne, 2014 (<http://economic-research.bnpparibas.com>)

² BCEAO, Situation des services financiers via la téléphonie mobile, (Rapport 2014)



(1)IMF : Institution de Microfinance

Source : BCEAO (2014)

Il ressort de ces données qu'en l'absence de toute autre offre alternative telle que les services d'argent mobile, presque 70% de la population de l'UEMOA n'a pas accès à des services financiers indispensables à son développement économique, comme les transferts, l'épargne sécurisée et le crédit bancaire. Cette grande majorité de la population reste maintenue dans l'économie informelle peu compétitive avec une prédominance de l'utilisation de la monnaie en espèce.

b. Etude du cas du Burkina Faso

Les rapports 2011, 2012 et 2013 de la BCEAO ainsi que les données du Trésor Public sur les IMF permettent d'établir les statistiques suivant sur le niveau d'accès de la population aux services financiers:

Tableau 3 : Evolution du niveau d'accès des populations aux services financiers entre 2011-2013

	2011	2012	2013	Sources
Données sur les banques				
Nombre de Banques (A)	12	12	13	BCEAO
Clients des banques commerciales (particuliers et entreprises) (B)	738 983	849 343	914 481	Calculés à partir des taux de bancarisation donnés dans les rapports de la BCEAO
Agios perçus sur comptes clientèle (en millions FCFA)/an (C)	35 233	40 361	50 077	http://edenpub.bceao.int/rapportPredefini.php
Agios/compte/an en FCFA (Coût de possession d'un compte bancaire) (D=C/B))	47 678	47 520	54 760	Calculés à partir des données de la BCEAO
Données sur la Poste				

Nombre de clients CNE (Caisse nationale d'Epargne)	473 062	409 964	441 580	<i>Rapport statistique de la SONAPOST 2013</i>
Données sur les SFD				
Nombre de IMFs	155	154	155	<i>Trésor Public (Burkina Faso)</i>
Adhérents aux IMF (particuliers et entreprises)	1 212 101	1 388 526	1 434 916	<i>Trésor Public (Burkina Faso)</i>
Total (Clients Banques+Poste+IMF)	2 424 146	2 647 833	2 790 977	
Taux de bancarisation élargie (% de la population)	15%	16%	17%	

Le niveau de bancarisation est encore plus faible au Burkina. Il ne dépasse pas 17% en 2013.

Comme dans la plupart des pays de l'Afrique Subsaharienne, les banques au Burkina n'ont pas cherché à se déployer sur les zones rurales, en général très pauvres même si la majorité de population y vit. La quasi-totalité des guichets de banques et des IMF se concentrent dans les centres urbains qui ne regroupent que 28% de la population nationale¹. Par ailleurs, selon le CGAP (Banque Mondiale), le coût d'implantation d'une agence bancaire traditionnelle en Afrique de l'Ouest est estimé à 400 000 dollars américains alors que l'établissement d'un kiosque pour un agent ou distributeur des services d'un opérateur de téléphonie mobile coûte en moyenne 400 dollars seulement².

Par conséquent, l'exigence de rentabilité des investissements aussi importants guide l'implémentation des banques dans les zones urbaines afin de cibler la portion de la population à même de supporter le coût de possession et d'utilisation d'un compte bancaire.

Les agios pouvant être assimilés à ce coût, les données calculées dans le tableau N°2 montrent que le coût annuel de possession d'un compte bancaire atteint 15% du PIB par habitant. Autant dire que le coût des services bancaires classiques est très élevé, réhibitoire et constitue une barrière significative à l'accès à ces services pour l'extrême majorité de la population.

Dans ces conditions, c'est le téléphone mobile, amplement adopté par les populations dans la dernière décennie qui devient l'opportunité majeure pour accéder à des services financiers adaptés à leurs besoins.

1.1.3. Evaluation de la marge potentielle de développement de l'argent mobile dans l'UEMOA et au Burkina Faso

a. Méthode de Kurt Salmon & PHB Development

¹ La population urbaine du Burkina Faso est estimée à 28% en 2013 (http://www.statistiques-mondiales.com/burkina_faso.htm)

² Riquet C. (2015). « Mobile Banking : Origine et Perspectives », Présentation du CGAP à la Banque Africaine de Développement, Abidjan, Côte d'Ivoire.

Nous entendons par « marge » le potentiel de développement des services d'argent mobile. Ce potentiel peut être estimé en volume et en valeur.

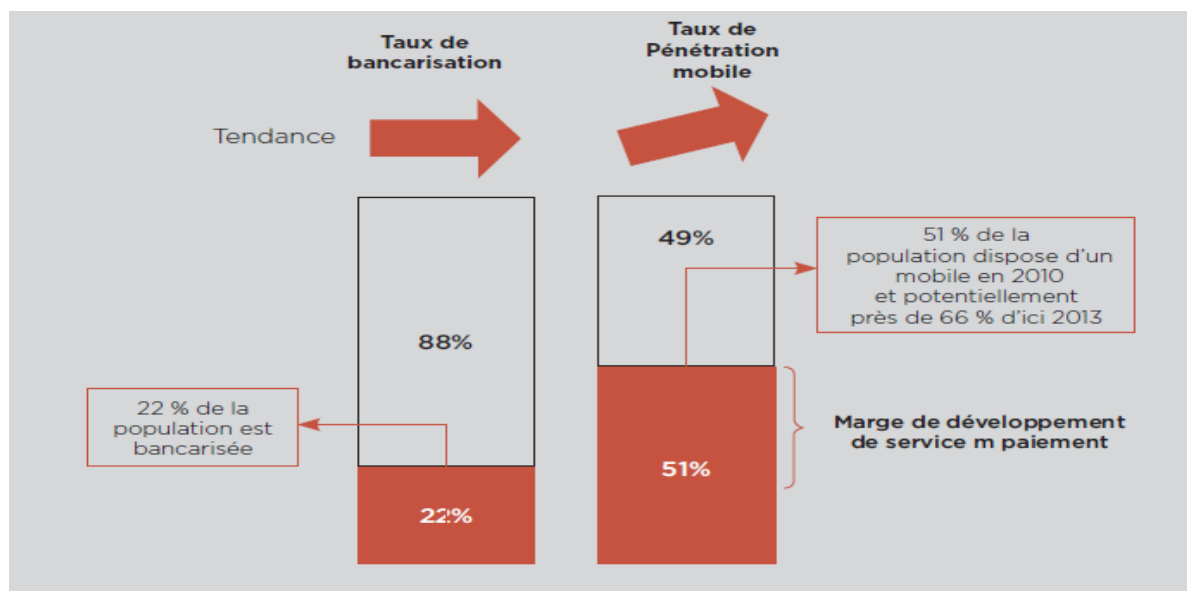
Les éléments de volume sont le nombre d'abonnés ou d'utilisateurs du service le nombre de transactions enregistrées. Les éléments de valeurs sont les estimations des revenus tirés des différents services et les montants des transactions enregistrées sur ces services.

Se référant à une étude de 2009 commanditée par l'association GSM et le groupe consultatif d'assistance aux pauvres (CGAP), McKinsey & Co., Neil DAVIDSON [2011] estimait à 1,7 milliards le nombre en 2012 des abonnés de téléphonie mobile non bancarisés. Et l'offre des services d'argent mobile sur ce segment de la clientèle devrait générer un chiffre d'affaires potentiel pouvant atteindre 5 milliards de dollars pour la période 2009 - 2012.

Ce chiffre d'affaires évalué est certes basé sur les revenus issus de l'offre des différents services d'argent mobile mais se fonde aussi sur l'évolution de la taille du marché en termes de nombre d'utilisateurs potentiels. S'agissant d'abonnés aux réseaux de téléphonie mobile non bancarisés, deux éléments peuvent être retenus pour l'évaluation de ce segment de marché : le taux de pénétration de la téléphonie mobile et le taux de bancarisation. L'écart entre ces deux taux (taux de pénétration de téléphonie mobile – taux de bancarisation) est l'estimation de ce segment de marché en terme de pourcentage de la population.

C'est d'ailleurs ces deux paramètres que Kurt Salmon & PHB Development (2011) ont utilisé dans leur étude pour estimer la marge de développement des paiements mobiles au Kenya en 2010. Le graphique ci-dessus tirée de cette étude présente ces données :

Figure 7 : Evaluation de la marge de développement de l'argent mobile appliquée au cas du Kenya (2010)

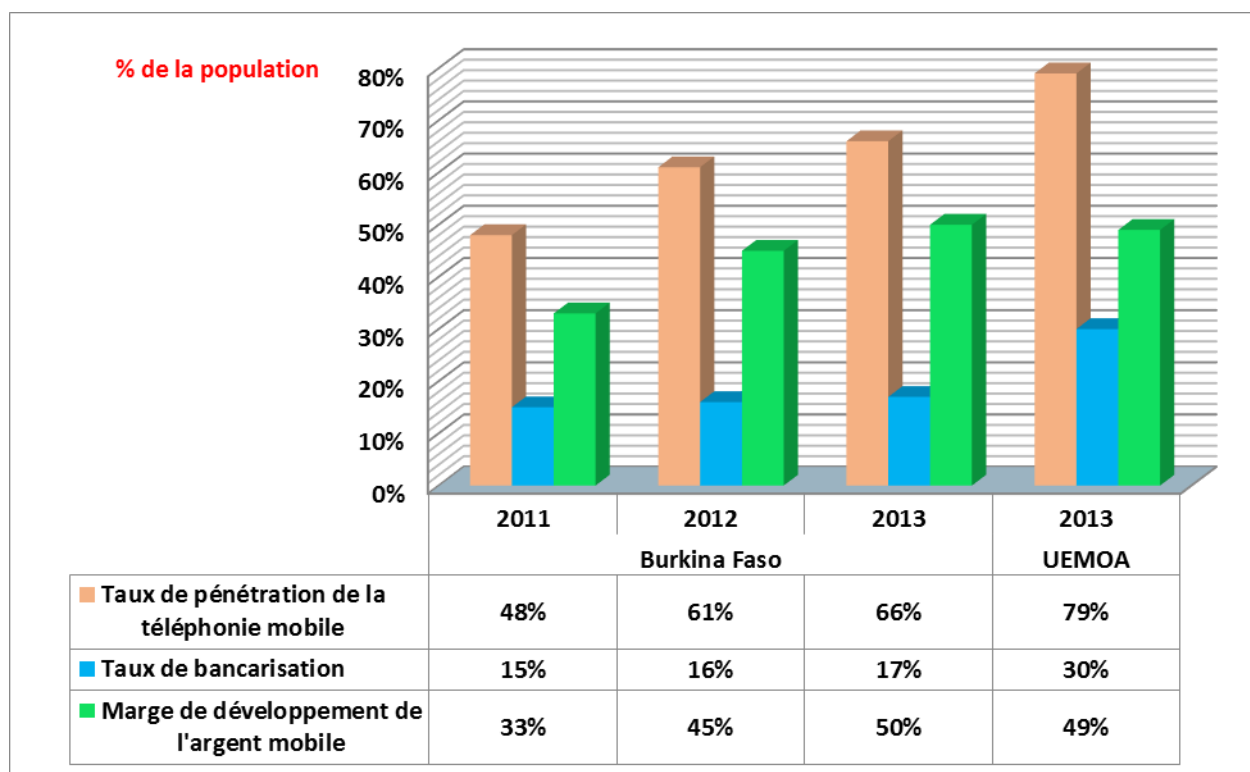


Source : Kurt Salmon & PHB Development (2011)

Il ressort ainsi qu'en 2010 la marge de développement des paiements mobiles (services d'argent mobile) au sein de la population kenyane correspond à l'écart entre le taux de bancarisation de la population et le taux de pénétration de la téléphonie mobile (soit 29% de cette population). La marge devrait croître sensiblement étant donné que le taux de pénétration de la téléphonie mobile progresse plus vite que celui de la bancarisation. Ainsi la marge devait passer à 44% de la population en 2013 dans le sillage de l'évolution des raccordements aux réseaux mobile qui devrait concerner 66% de cette population.

En appliquant cette méthode, les résultats suivants peuvent être présentés sur l'estimation de la marge de développement de l'argent mobile dans l'UEMOA et de son évolution au Burkina Faso entre 2011 et 2013 :

Figure 8 : Evaluation de la marge de développement de l'argent mobile appliquée aux pays de l'UEMOA (2010)



D'après ces résultats, en 2013, près de 50% de la population du Burkina Faso et presque autant de l'ensemble de l'UEMOA (49%) ne bénéficient de l'utilisation des services financiers classiques (banques, SFD, Postes) mais étant raccordés à un réseau de téléphonie mobile accèdent ou peuvent accéder aux services d'argent mobile proposés sur leurs réseaux de raccordement.

b. Limite de la Méthode de Kurt Salmon & PHB Development proposition de correction de la méthode

Cette méthode d'évaluation de la marge de développement de l'argent mobile nous semble limitée. En effet dans le contexte du Burkina Faso et de l'Afrique Subsaharienne en général, les composantes de la frange de la population privilégiée c'est-à-dire les abonnés disposant d'un revenu suffisant et régulier leur permettant d'accéder aux services financiers auprès des banques et des SFD interagissent, soit dans le cadre familial, communautaire ou commercial avec beaucoup d'abonnés qui ne disposent pas de compte bancaires. Par conséquent les services d'argent mobiles peuvent servir de moyens de transaction entre tous les abonnés en se passant de leurs comptes auprès d'établissements financiers. C'est par exemple le cas d'un abonné qui utilise directement son compte électronique pour transférer une somme d'argent à une

connaissance dans un village lointain ou qui achète des crédits de communication par recharge électronique. Son compte bancaire n'est pas mouvementé même s'il en dispose. Par ailleurs

Ainsi tout abonné à un réseau de téléphonie mobile est un utilisateur potentiel des services d'argent mobile, qu'il dispose ou non d'un compte auprès d'un établissement financier. Et donc la marge de développement de l'argent mobile telle que évaluée en pourcentage de la population devrait équivaloir au taux de la pénétration de la téléphonie mobile, soit 66% au Burkina Faso et 79% pour l'ensemble de l'UEMOA en 2013 sachant que la téléphonie mobile tend à couvrir l'ensemble de la population avec l'extension de la couverture géographique des réseaux et l'accroissement des abonnements à ces réseaux.

Le marché de l'argent mobile est donc un vaste marché qui intégrera la quasi-totalité de la population avec l'expansion des réseaux mobiles. Par conséquent les fournisseurs des services financiers mobiles (en l'occurrence les banques et opérateurs de téléphonie mobile) ont des intérêts à servir ce marché.

c. L'offre des services d'argent mobile dans l'UEMOA

Suivant les données de la BCEAO, les services financiers via la téléphonie mobile ont démarré en 2009 au Sénégal et en Côte d'Ivoire, pour s'étendre progressivement à tous les pays de l'Union. L'offre s'est diversifiée dans l'Union avec l'accroissement du nombre d'acteurs et de canaux de distribution des services financiers basés sur la téléphonie mobile.

En 2014 une publication de la Banque Africaine de Développement (BAD)¹ a présenté la répartition des fournisseurs des services financiers mobiles par pays. Cette répartition est reprise dans le tableau ci-dessous :

Tableau 4 : Répartition des prestataires de services d'argent mobiles dans l'UEMOA en 2014

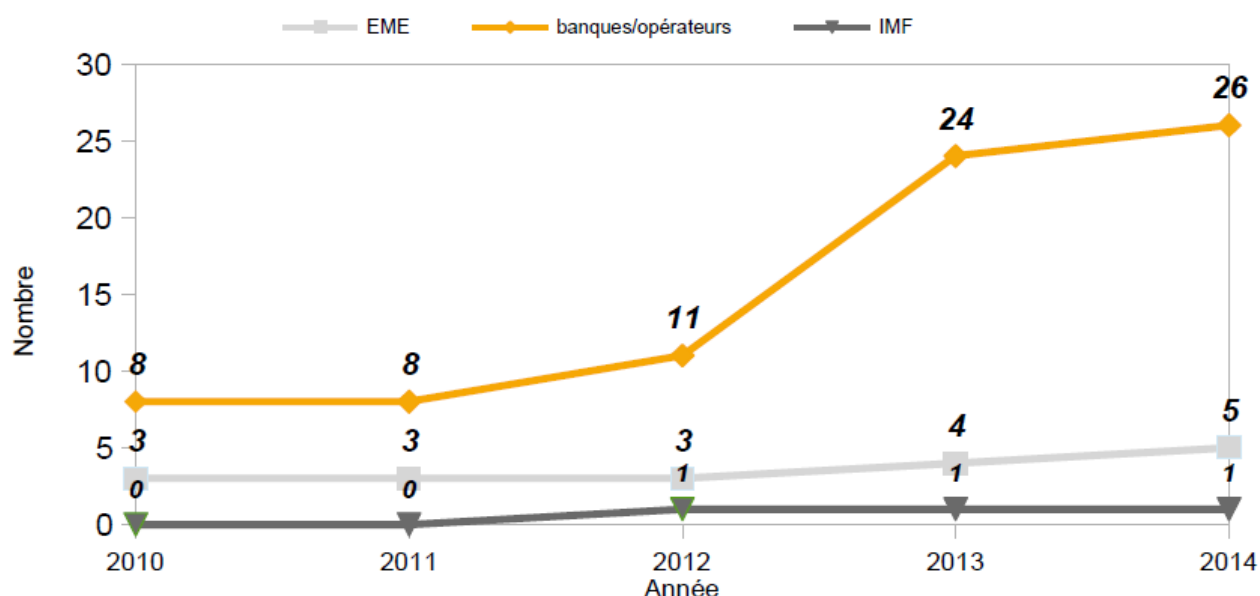
Bénin	Burkina Faso	Côte d'Ivoire	Guinée Bissau	Mali	Niger	Sénégal	Togo
Flooz (Etilasat)	Airtel Money (Airtel)	Orange Money	MTN Mobile Money	Orange Money	Airtel Money	Orange Money	Flooz (Etilasat)
MTN Mobile Money	Inovapay	MTN Mobile Money	Orange Money	Mobicash (Etilasat)	Flooz	Yoban'tel	Wari
ASMAB (IMF)	Mobicash (Etilasat)	Flooz (Etilasat)	Wari	Wari	Orange Money	TigoCash	Togocell
Wari	Wari	QashServices			Wari	Mobilecash	
		Celpaid				Wari	
		Wari					

Source : BAD, 2015

L'on dénombre en 2014, un total de 32 FSFM. En 2010, ce nombre s'élevait seulement à 11 en 2010. Il a presque ainsi triplé au cours de ces cinq années.

Le rapport 2014 de la BCEAO sur les services financiers via la téléphonie mobile a indiqué l'évolution de la répartition des FSFM selon leur nature (Banque/opérateurs, EME, IMF). Le graphique ci-dessous fournit l'évolution de cette répartition :

¹ BAD. (Avril 2015). L'Observatoire de l'Afrique de l'Ouest, N°6 Tunis

Figure 9 : Evolution et répartition des types de prestataires de services d'argent mobile

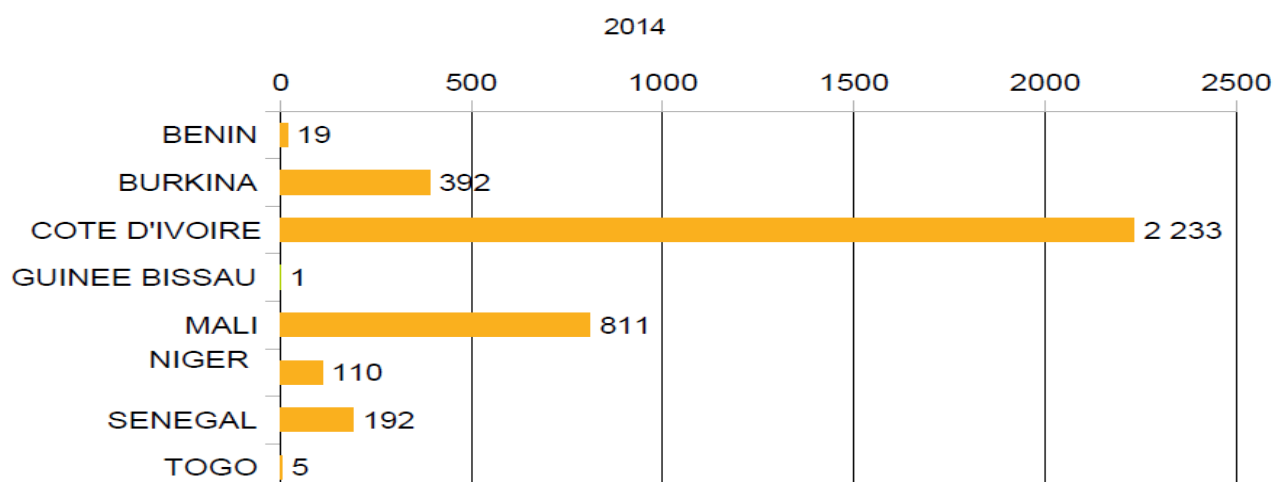
Source : BCEAO, 2014

Il ressort une nette dominance sur le marché des partenariats entre les banques et les opérateurs de télécommunications. Les groupes bancaires BNP Paribas, BIAO, Ecobank et Société Générale, sont les plus impliqués dans l'émission de monnaie électronique. Les filiales de la BNP Paribas, présentes en Côte d'Ivoire, au Burkina, au Mali et au Sénégal, regroupent 34% des souscripteurs, soit plus de 6 millions d'abonnés en 2014.

d. Volume d'activité des Fournisseurs des services d'argent mobile dans l'UEMOA

Des données statistiques relativement détaillées sont fournies dans le rapport de la BCEAO sur les services financiers mobile:

- le nombre de souscripteurs aux services d'argent mobile est croissant dans l'Union. Il passe de 11 millions en 2013 à 18 millions en 2014, soit 64% de progression. Au moins un mouvement a été enregistré au cours des trois derniers mois dans chaque compte électronique de 60% de ces utilisateurs ;
- le nombre d'opérations a atteint 259,3 millions en 2014. Ce volume d'opérations est en hausse de 127% par rapport 2013 ;
- l'évaluation de l'ensemble des transactions est estimée à environ 3 760 milliards FCFA en 2014. Comparé à 2013, il s'agit d'un accroissement de 122% de ce montant. L'on en déduit une valeur moyenne journalière de 10,3 milliards de FCFA pour 710 242 opérations traitées par jour ou encore une moyenne simple de 14 499 FCFA (22 euros) par opération ;
- la Côte d'Ivoire, le Burkina et le Mali concentrent 86% du volume des opérations et 91,3% de la valeur totale des transactions dans l'Union dénotant ainsi une disparité entre les pays de l'Union au niveau de l'adoption du service. Cette disparité est illustrée dans le graphique ci-dessous qui donne la répartition en 2014 des transactions en valeur (milliards de FCFA) par pays :

Figure 10 : Répartition en 2014 des transactions en valeur (milliards de FCFA)

Source : BCEAO (Rapport 2014)

2. La réglementation de la monnaie électronique dans l'UEMOA et son évolution

La connectivité au mobile est devenue une base fondamentale d'élargissement de la portée du secteur financier. Le développement effectué dans le paragraphe précédent a permis de se rendre compte de l'importance prise par les services d'argent mobile dans la vie économique et sociale des abonnés aux réseaux de téléphonie mobile.

Cependant l'élaboration et la mise en place d'un cadre réglementaire efficient qui garantisse à la fois le développement du service, le plein épanouissement de la technologie et la protection des utilisateurs posent un certain nombre de défis et pour raison :

- d'abord dans la plupart des secteurs régulés, les pays africains se sont presque toujours inspirés de l'expérience des pays développés dans l'élaboration de leurs législations. Or dans le cas des services d'argent mobile, l'Afrique Sub-saharienne est à l'avant de garde de ces services et leur développement est relativement récent¹. Par conséquent les textes de références qui pourraient inspirer et ne sont pas légion ;
- ensuite il s'agit de services qui touchent à la fois plusieurs secteurs régulés, en l'occurrence les télécommunications et le secteur financier et bancaire, qui sont régis par des réglementations distinctes et indépendantes avec des Tutelles différentes.
- enfin les deux secteurs impliqués, mais surtout le secteur des communications électroniques est particulièrement dynamique, avec des technologies et modèles d'entreprise en constante évolution et disparates, de sorte que les intervenants explorent sans cesse de nouveaux créneaux et modèles d'affaires. La réglementation peut-elle être aussi évolutive? C'est la question que l'on pourrait se poser.

Ces contingences ont abouti à des législations divergentes d'une région à une autre ou d'un pays à un autre même si dans la quasi-totalité des pays, les déploiements des services d'argent mobile doivent requérir au préalable une autorisation ou un agrément de l'Autorité réglementaire nationale (ou régionale) en matière

¹ Le M-PESA qui présenté comme modèle de réussite démarre seulement en 2007.

financière généralement la Banque Centrale. En effet dans certains pays Subsahariens, les opérateurs comme les banques peuvent bénéficier des autorisations nécessaires pour l'offre d'argent mobile. Dans d'autres, l'Autorité de tutelle n'accorde les autorisations de déploiement de service d'argent mobile qu'aux institutions bancaires ou établissements financiers.

Au Burkina Faso comme dans les autres pays de l'UEMOA, le déploiement des services financiers via les réseaux de téléphonie mobile est soumis à la réglementation de la BCEAO qui régit l'émission de la monnaie électronique dans l'Union.

La Banque centrale a émis deux instructions relatives à l'émission de monnaie électronique et aux établissements de monnaie électronique : la première en 2006 qui sera remplacée par une deuxième en 2015.

Le cadre réglementaire est-il incitatif ? Quels sont les principaux apports de son évolution ?

2.1. L'instruction N°01/2006/SP du 31 juillet 2006 relative à l'émission de monnaie électronique et aux établissements de monnaie électronique.

Cette instruction n'est plus en vigueur. Mais sa présentation a un intérêt dans la mesure où les initiatives encore fonctionnelles des services d'argent mobile ont été mises en place conformément aux dispositions de cette instruction. Par ailleurs la connaissance de ces dispositions permet une meilleure appréciation des évolutions apportées à la réglementation de la monnaie électronique dans l'UEMOA.

Pour la BCEAO, L'instruction N°01/2006/SP du 31 juillet 2006 relative à l'émission de monnaie électronique ambitionnait de mettre en place les conditions minimales de sécurité qui permettent aux États de l'Union de tirer profit de tous les avantages des nouvelles technologies en matière de moyens de paiement, par la création d'établissements de monnaie électronique soumis à un régime prudentiel moins drastique que celui qui s'applique aux établissements de crédit. Cette instruction a comporté deux parties majeures :

- la première partie présentait les dispositions générales relatives à la monnaie électronique ainsi que les éléments de la chaîne de valeur de l'argent électronique ;
- La deuxième partie définissait le dispositif de surveillance prudentielle.

2.1.1. Les dispositions générales relatives à la monnaie électronique.

a. La définition de la monnaie électronique

L'article 1 a défini la monnaie électronique comme étant « la valeur monétaire représentant une créance sur l'émetteur et qui est :

- stockée sur un support électronique ;
- émise contre remise de fonds d'un montant dont la valeur n'est pas inférieure à la valeur monétaire émise ;
- acceptée comme moyen de paiement par des entreprises autres que l'émetteur ».

Dans l'UEMOA, l'essentiel des services adossés à la monnaie électronique utilisent comme support électronique pour les transactions, le téléphone mobile [BCEAO, 2016], conformément à la définition de l'argent mobile comme une des formes de la monnaie électronique [GSMA, 2014].

b. La définition des maillons de la chaîne de valeur de l'offre de la monnaie électronique

L'instruction fait une nette distinction entre « **établissement émetteur de monnaie électronique** » et « **établissement distributeur de monnaie électronique** ».

L'émission de monnaie électronique consiste à fournir des unités de valeurs électroniques contre des fonds reçus d'une personne morale ou physique.

Les banques, les services de chèques postaux, le Trésor Public sont des émetteurs de monnaie électroniques. A cette liste peuvent s'ajouter les établissements de monnaie électronique non bancaires et les services financiers décentralisés (SFD) sous réserve d'une obtention préalable de l'agrément de la Banque Centrale.

L'établissement de monnaie électronique (EME) désigne une entreprise ou toute personne morale ayant été agréé par la Banque Centrale à exercer les activités suivantes :

- l'émission de la monnaie électronique ;
- la mise à disposition du public (ou distribution) de la monnaie électronique ;
- la gestion de la monnaie électronique.

L'Instruction limite les activités commerciales des EME à ces trois éléments ainsi qu'au stockage des données sur support électronique pour le compte d'autres personnes morales.

L'établissement distributeur est une entreprise offrant à la clientèle un service de chargement de rechargement ou d'encaissement de monnaie électronique. Le distributeur a aussi la responsabilité de l'enregistrement des nouveaux clients et perçoit généralement des commissions définies dans le contrat le liant avec l'émetteur.

L'abonné aux services de monnaie électronique sur le réseau de téléphonie auquel il est raccordé est appelé « **porteur** ». Il est détenteur de monnaie électronique en vertu d'un contrat conclu avec l'émetteur.

2.1.2. Le dispositif de surveillance prudentielle

a. L'identification des porteurs et la traçabilité des opérations

Les dispositions générales de l'instruction fixent aussi les conditions et les modalités de remboursement de la monnaie électronique aux porteurs et ainsi que les mesures devant assurer la traçabilité des opérations. Ainsi les distributeurs sont tenus de respecter l'obligation d'identification préalable du client en exigeant une copie d'une pièce d'identité légale en cours de validité lors de son enregistrement. La vérification de son identité est aussi obligatoire lorsqu'il se présente pour des opérations de cash in ou cash out. Par ailleurs le distributeur doit fournir le concours nécessaire à l'établissement émetteur pour assurer la traçabilité sur au moins une durée de deux ans des opérations des porteurs.

a. Les mesures de contrôle prudentiel et de prévention du blanchiment d'argent

- Sur les mesures de contrôle prudentiel

L'émission de la monnaie électronique par les Services Financiers décentralisés (SFD) et les émetteurs non bancaires sont soumis à l'obtention préalable d'agrément auprès de la Banque Centrale avant l'exercice d'activité de monnaie électronique. Le dossier de demande d'agrément doit comporter notamment un protocole d'accord avec un partenaire technique (opérateur de réseau mobile) et associer une présentation de l'architecture et du fonctionnement de la plateforme technique.

L'agrément obtenu dans un Etat membre de l'UEMOA autorise l'établissement de monnaie électronique à ouvrir des succursales et à fournir des services de monnaie électronique dans tout autre pays de l'Union.

Le capital social minimum requis pour les établissements de monnaie électronique est de trois cent (300) millions de FCFA¹.

L'Instruction définit et limite les actifs dans lesquels peuvent faire l'objet de placement, les liquidités encaissées en contrepartie de l'émission de la monnaie électronique dans la limite d'un montant inférieur ou égal à dix (10) fois les fonds propres de l'établissement de monnaie électronique. Il s'agit :

- des dépôts à vue auprès des banques;
- des titres de dettes émis par les soit par les administrations publiques, soit par la banque centrale ;
- les titres de créance des entreprises et sociétés agréées par le CREPMF.

- Sur la prévention du blanchiment d'argent

L'instruction impose que les transactions inhabituelles portant sur la monnaie électroniques soient repérées et fassent l'objet d'une surveillance par un système automatisé devant être mis en place par les émetteurs et les distributeurs de monnaie électronique.

En tout état de cause, le dispositif de l'instruction impose aux établissements de monnaie électronique une gestion saine et prudente avec obligation de disposer de manuels de procédures comptables, administrative, financière et de contrôle interne pertinents. Leurs procédures de gestion doit d'ailleurs permettre une évaluation des risques financiers et techniques auxquels ils sont exposés.

2.2. L'instruction n°008-05-2015 du 21 mai 2015 régissant les conditions et modalités d'exercice des activités des émetteurs de monnaie électronique dans les Etats membres de l'Union Monétaire Ouest Africaine (UMOA).

La première décennie de promotion de la monnaie électronique dans l'Union a vu s'accroître l'implication des opérateurs de télécommunication dans l'offre de services financiers au grand public. Il s'est alors posé la nécessité de clarifier les responsabilités des différents acteurs, le besoin de renforcer la protection des détenteurs et le souci d'améliorer la gouvernance des établissements. Cette nécessité ont conduit la BCEAO apporter des réponses d'ordre réglementaire aux insuffisances de l'Instruction n°01/2006/SP du 31 juillet 2006 avec l'adoption de l'Instruction n°008-05-2016 du 21 mai 2015 qui structurée en 42 articles regroupés en sept (7) Titres [BCEAO, 2016]. Nous pouvons présenter cette Instruction en trois parties, à savoir :

- Les dispositions générales ;
- Les conditions et modalités d'exercices de l'activité de monnaie électronique ;
- Les mesures relatives à la protection des clients à la lutte contre le blanchiment d'argent.

2.2.1. Les dispositions générales de l'Instruction

Les dispositions générales commencent par donner les définitions des termes clés entrant dans le champ de l'offre de la monnaie électronique.

A ce niveau la nouvelle instruction ne modifie pas le sens des composantes de la chaîne de valeurs qui étaient déjà définies dans l'instruction de 2006. Cependant elle ajoute des éléments importants, notamment les notions « d'interopérabilité » et « d'opérateur technique » qui concerne spécifiquement les opérateurs de téléphonie mobile.

¹ Soit environ 457 347 Euros

Le principe d'interopérabilité prévoit la possibilité pour « *un système d'émission et de distribution de monnaie électronique dont les interfaces sont intégralement connues, à fonctionner avec d'autres systèmes existants ou futurs et à partager des informations sans restriction d'accès* ».

L'opérateur technique est la structure qui fournit à un établissement émetteur les services techniques ainsi que les conditions matérielles et logicielles pour le traitement des opérations liées à la monnaie électronique, sans être elle-même émetteur de monnaie électronique.

La nouvelle Instruction a prévu à son article 4 des accords de partenariat entre l'émetteur de monnaie électronique et l'opérateur technique. Mais ce dernier doit limiter son activité au traitement technique et éventuellement à la distribution. Il ne peut émettre de la monnaie électronique.

2.2.2. Les conditions et modalités d'exercices de l'activité de monnaie électronique

En matière des conditions d'exercice d'activité de monnaie électronique, l'Instruction prévoit trois régimes :

- a. Le premier régime est celui de **l'agrément**. En dehors des banques, des établissements financiers et des SFD, toute autre structure ou établissement doit, pour l'émission et l'offre de monnaie électronique, obtenir un agrément auprès de la banque centrale ;
- b. Le second régime est celui de **l'autorisation**. L'exercice par les SFD d'activité de monnaie électronique est soumis à une autorisation de la Banque centrale ;
- c. Enfin le troisième régime est celui de **l'information préalable**. Il concerne les banques et les établissements financiers qui « sont tenus d'informer la BCEAO au moins deux mois avant le démarrage de leurs activités d'émission de monnaie électronique ».

Comme la précédente, la nouvelle instruction a établi à trois cent (300) millions FCFA, le montant minimal requis pour le capital social pour les établissements de monnaie électronique. Les SFD doivent vérifier que le total de leurs capitaux propres et des dépôts de la clientèle atteint ce montant (trois cent (300) millions de FCFA).

Les mêmes restrictions sont maintenues par rapport aux activités commerciales des EME, à savoir que les seuls services autorisés à l'émetteur de monnaie électronique sont :

- l'émission de la monnaie électronique ;
- la distribution ;
- le stockage de données sur support électronique pour le compte d'autres personnes morales.

L'émetteur ou l'établissement de monnaie électronique peut toutefois recourir aux services de « distributeurs » pour la commercialisation des produits liés, notamment à travers les opérations suivantes :

- la souscription des contrats d'utilisation avec la clientèle,
- le rechargement des unités de monnaie électronique ;
- les opérations de retrait d'espèces et de remboursement des unités de monnaie électronique ;
- les opérations de paiement.

Le distributeur peut commercialiser les offres de plusieurs établissements émetteurs de monnaie électronique dans le respect cependant, des obligations qui lui incombent, notamment celles de veiller à assurer la traçabilité des opérations, d'enregistrer les fraudes et les réclamations relevées des clients.

2.2.3. Les mesures relatives à la protection des clients à la lutte contre le blanchiment d'argent

La responsabilité de l'émetteur est engagée vis-à-vis des clients pour toutes opérations effectuées par leurs distributeurs et sous-distributeurs et entrant dans le cadre du contrat qui les lie. Cette responsabilité couvre

l'intégrité, la fiabilité, la sécurité, la confidentialité et la traçabilité des transactions réalisées par chacun de leurs distributeurs.

L'Instruction a renforcé les dispositions relatives à la protection des détenteurs de monnaie électronique. Ainsi :

- l'EME a l'obligation d'identifier ses clients sur la base d'un document officiel valable à l'ouverture d'un compte de monnaie électronique ;
- les données à caractère personnel des clients doivent être protégées ;
- le contrat de souscription signé par le client doit mentionner la responsabilité de l'émetteur sur le bon dénouement des opérations de monnaie électronique effectuées ;
- l'émetteur de monnaie électronique doit veiller au traitement des réclamations reçues de la clientèle
- un reçu électronique doit être produit à chaque transaction effectuée ;
- deux plafonds ont été fixés : deux (2) millions FCFA maximum pour les avoirs que peut détenir un même client auprès d'un émetteur et dix (10) millions de FCFA pour le cumul des rechargements en monnaie électronique qu'il peut effectuer au cours d'un même mois;

Par ailleurs les EME doivent mettre en place un dispositif spécifique de lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme et conserver les informations sur les opérations effectuées pendant au moins dix (10) ans.

Les fonds représentant la contrepartie de la monnaie électronique émise, doivent respecter les exigences suivantes :

- être domiciliés, sans délai, dans un compte exclusivement dédié à cette fin auprès d'une ou de plusieurs banques ou SFD de l'Union ;
- être distinctement identifiés dans les comptabilités de l'établissement émetteur ainsi que de la banque ou SFD domiciliataire ;
- faire l'objet, par l'établissement émetteur et la banque ou le SFD domiciliataire, d'une réconciliation quotidienne avec l'encours de la monnaie électronique émise ;
- n'être utilisés qu'aux fins de remboursement en FCFA, des détenteurs de monnaie électronique ou de placements autorisés par l'Instruction ;
- ne servir en aucun cas au financement des besoins de l'exploitation de l'établissement émetteur.

En outre, la gestion des fonds reçus des détenteurs de monnaie électronique est soumise à aux restrictions suivantes :

- les montants reçus par les établissements émetteurs en contrepartie des unités de monnaie électronique doivent en permanence être supérieurs ou égaux à l'encours de la monnaie électronique en circulation ;
- un montant atteignant au moins 75% de l'encours de la monnaie électronique doit être placé dans des dépôts à vue auprès d'établissements bancaires ou SFD, l'autre partie pourra être affectée à des dépôts à terme et/ou à des titres émis par les Administrations centrales et leurs démembrements ou les institutions financières régionales ou encore les entreprises cotées à Bourse Régionale des Valeurs Mobilières (BRVM).

Enfin dans les dispositions transitoires et finales l'Instruction n°008-05-2015 concède aux établissements de monnaie électronique déjà en activité, un délai de 12 mois pour se conformer aux dispositions de cette nouvelle disposition.

Chapitre 3 : Analyse des implications de la réglementation pour les opérateurs dans la chaîne de valeur du service d'argent mobile.

Après avoir présenté le cadre réglementaire de la monnaie électronique dans l'UEMOA, il est nécessaire de consacrer ce troisième chapitre à l'étude de l'implication de cette réglementation pour les opérateurs de téléphonie mobile concernant leur positionnement dans la chaîne de valeur de l'argent mobile. Cette analyse a un intérêt, elle permettra en effet d'apprécier le caractère incitatif ou non incitatif de la réglementation pour les opérateurs de téléphonie mobile dans l'offre des services d'argent mobile.

1. Etude de la chaîne de valeur de l'argent mobile

L'offre d'argent mobile, nécessite la réalisation d'un ensemble d'activités coordonnées qui constituent la «chaîne de valeur» du service. La connaissance des activités composant cette chaîne de valeur donne un éclairage sur le rôle des parties prenantes dans la mise en place et l'offre du service.

1.1. Décomposition des activités de la chaîne de valeur

Davidson N. et Paul L. [GSMA, s.d.] ont distingué deux catégories d'activités dans la chaîne de valeur de l'argent : il s'agit des activités de soutien et des activités de base. Par ailleurs Klein, Michael, et Mayer, Colin [2011] ont énuméré les fonctions financières constituant un service monétaire par téléphonie mobile. Il ressort de l'analyse de leurs développements, deux types d'activités, les activités de soutien et les activités de base. Nous pouvons affecter dans les activités de soutien celles visant à garantir la satisfaction des exigences de la réglementation financière, en l'occurrence l'instruction de la BCEAO. Ainsi nous avons dans les activités de soutien :

- la gestion des contacts et relations avec l'Instance en charge de la réglementation de l'activité (la Banque Centrale) dans le cadre d'une part de l'obtention de l'agrément et d'autre part pour satisfaire les exigences réglementaires ;
- la mise en place et le développement du produit : c'est l'émission de la monnaie électronique qui consiste à convertir l'argent liquide reçu en monnaie électronique;
- la détention du float : c'est la sécurisation de la contrepartie en argent liquide couvrant la valeur de la monnaie électronique en circulation. Elle inclut leur affectation dans les investissements prévus par l'Instruction.

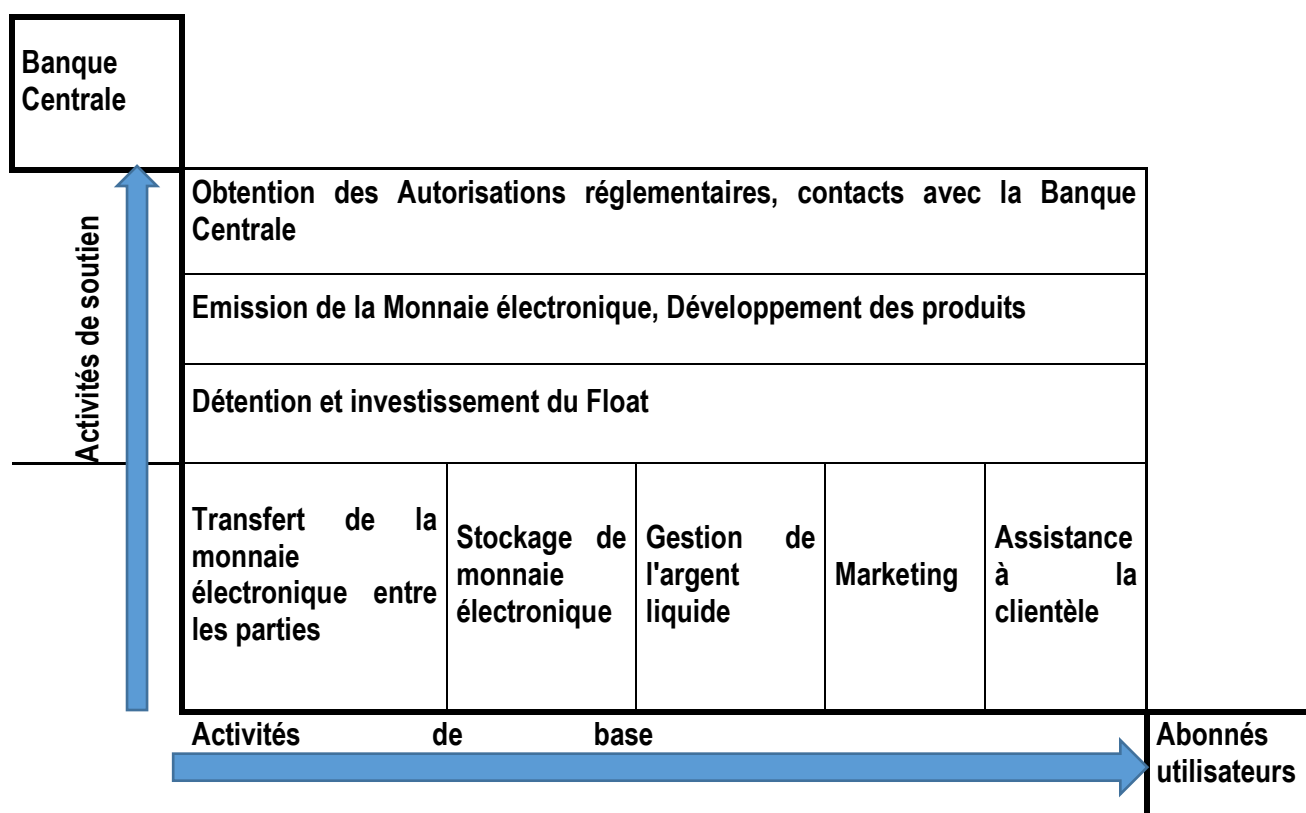
Les activités de bases sont définies comme celles qui assurent la distribution et la diffusion du service auprès des abonnés utilisateurs. Les éléments suivants peuvent être cités dans cette catégorie d'activités :

- l'exécution des ordres de transfert de la monnaie électronique entre les utilisateurs de services d'argent mobiles, qu'ils soient des particuliers (individus) ou institutionnels (entreprises, sociétés, administrations, etc);
- le stockage de la monnaie électronique : il s'agit de la gestion de la protection et de l'accès au compte électronique ;
- la distribution physique de l'argent liquide : elle consiste à disposer et à maintenir des réserves suffisantes d'argent liquide pour faire face aux retraits des clients, notamment dans les zones où les clients effectuent principalement des opérations de retraits ;
- le marketing : c'est essentiellement l'élaboration et l'exécution de la stratégie de communication sur le service de sorte à ce qu'il soit connu et afin de susciter et de maintenir l'intérêt la confiance la confiance de utilisateurs des services d'argent mobile ;

- L'assistance à la clientèle : c'est la mise en œuvre des moyens nécessaires pour la prise en charge et le traitement des d'éventuelles difficultés ou réclamations de la clientèle dans l'utilisation du service.

Le graphique suivant illustre le positionnement des différentes activités constitutives de la chaîne de valeur de du service d'argent mobile

Figure 11 : Activités de la chaîne de valeur de l'argent mobile



1.2. Les atouts spécifiques requis pour les activités de la chaîne de valeur des services d'argent mobile

L'accomplissement de chaque activité nécessite d'être doté de compétences spécifiques et de disposer d'un ensemble d'actifs nécessaires à l'efficacité et à l'efficience dans la prise en charge de chaque activité. Le tableau suivant basé sur les travaux de Davidson N. et Paul L. [GSMA, s.d.] permet de distinguer ces compétences et atouts spécifiques pour les différentes activités de la chaîne de valeur :

Tableau 5: Compétences et atouts nécessaires aux activités de la chaîne de valeur de l'argent mobile

Activité	Compétences/atouts
Obtention des Autorisations réglementaires	✓ Relations établies avec les autorités réglementaires financières

	✓ Connaissance étendue des préoccupations des autorités de tutelle ✓ Gestion de la conformité réglementaire ✓ Image de marque de stabilité et de sécurité ✓ Gestion des risques, prévention de la fraude. ✓ Audit
Emission de la Monnaie électronique, développement des produits	✓ Autorisation de collecte de dépôt ✓ Intégration au système financier global ✓ Développement de produits financiers
Détention et investissement du Float	✓ Gestion du compte séquestre ✓ Maîtrise des opérations financières, et de la gestion de la liquidité et de la diversification des investissements ✓ Sécurité des dépôts et Intérêts perçus ✓ Maîtrise de la gestion des risques financiers
Transfert de la monnaie électronique entre les parties	✓ Réseau de distribution omniprésent ✓ Contrôle de la carte SIM et du canal de transmission vers l'appareil des clients ✓ Gestion de plateforme de traitement de transactions de faible valeur et de volumes élevés
Distribution physique de l'argent liquide	✓ Gestion des espèces
Stockage de monnaie électronique	✓ Protection des consommateurs ✓ Contrôle de l'accès ✓ Questions liées au respect de la vie privée ✓ Intégrité des plates-formes informatiques
Marketing/sensibilisation/gestion de la clientèle	✓ Base de clientèle importante et en pleine croissance ✓ Gestion de réseaux de distributeurs et sous distributeurs ✓ Enregistrement des clients et vérification des identités
Assistance à la clientèle	✓ Gestion des Centres d'appels ✓ Traitement des réclamations des clients ✓ Relèvement des pannes techniques

Source : Davidson N. et Paul L. [GSMA, s.d.]

1.3. Positionnement des opérateurs de réseau mobile dans la chaîne de valeur de l'argent liquide

Les opérateurs de réseau de téléphonie sont des sociétés commerciales titulaires de licences globales d'établissements et d'exploitations de réseau de communications électronique ouvert au public. Selon les cahiers de charges annexés à leur licence au Burkina Faso, leurs activités couvrent l'offre des services suivants :

- Les services de téléphonie mobile ;
- Les services de téléphonie fixe ;
- Les services de télécopie, de transmission de données, d'accès à internet et tous autres services à valeur ajoutée ;
- Les services d'équipements terminaux et services supports ou auxiliaires

Les dispositions de l'instruction N°008-05-2015 régissant les conditions et modalités d'exercices des activités des EME dans les Etats de l'Union permettent d'énumérer principalement les entités suivantes comme pouvant intervenir dans la chaîne de valeur des services monétaires mobiles :

- les banques et les SFD ;
- les EME autres que les banques et SFD;
- les opérateurs techniques ;
- les distributeurs ;
- les sous distributeurs.

Les opérateurs de téléphonie mobile n'étant ni banque ni SFD, ne sont pas donc pas éligibles au statut d'EME non bancaires compte tenu des restrictions imposées aux activités d'un EME non bancaires.

Il faut en effet rappeler que l'article 9 de l'instruction qui statue sur la forme juridique et l'objet social des EME stipule à son troisième alinéa qu'« à l'exception des banques, des établissements financiers de paiement et des systèmes financiers décentralisés, l'émission de monnaie électronique ne peut être effectuée que par une personne morale dont l'objet social porte exclusivement sur cette activité ». Les opérateurs de réseaux mobiles évoluent dans un secteur réglementés et ne peuvent limiter leur activité à l'émission de monnaie électronique, ce qui les rend d'office non éligibles au statut d'EME.

Cependant sur la base d'un partenariat établi avec une banque ou un EME, l'opérateur de réseau mobile peut intervenir dans la chaîne valeur service d'argent mobile :

- soit en tant qu'opérateur technique, c'est-à-dire la structure qui fournit à un EME, les services techniques ainsi que les conditions matérielles et logicielles pour le traitement des opérations liées à la monnaie électronique ;
- soit en tant que distributeur : c'est-à-dire assurer les services de retrait d'espèces, de chargement et rechargement du compte électrique des usagers contre remise de monnaie fiduciaire ou scripturale, ainsi que les opérateurs de paiement et de transfert d'argent liés à la monnaie électronique.
- soit les deux.

On peut donc en déduire qu'à l'état actuel de la réglementation, l'opérateur de réseau de téléphonie mobile intervient dans les activités de base définies plus haut dans la chaîne de valeur de l'argent mobile. Le tableau suivant illustre le positionnement des différents acteurs dans la chaîne de valeur de l'argent mobile.

Tableau 6 : Positionnement des acteurs dans la chaîne de valeur de l'argent mobile

Activité	Compétences/atouts	Acteur
Obtention des autorisations réglementaires	✓ Liens avec les autorités réglementaires financières ✓ Gestion de la conformité réglementaire ✓ Image de marque de stabilité et de sécurité ✓ Gestion des risques, prévention de la fraude ✓ Audit	Banque/SFD/EME
Emission de la monnaie électronique, développement des produits	✓ Collecte de dépôt ✓ Intégration au système financier global ✓ Développement de produits financiers	Banque/SFD/EME
Détention et investissement du Float	✓ Gestion du compte séquestre ✓ Maîtrise des opérations financières, et de la gestion de la liquidité et de la diversification des investissements	Banque

	✓ Sécurité des dépôts, intérêts et commissions perçus ✓ Maîtrise de la gestion des risques financiers	
Transfert de la monnaie électronique entre les parties	✓ Réseau de distribution omniprésent ✓ Contrôle de la carte SIM et du canal de transmission vers l'appareil des clients ✓ Gestion de plateforme de traitement de transactions de faible valeur et de volumes élevés	ORM
Distribution physique de l'argent liquide	✓ Gestion des espèces	ORM
Stockage de monnaie électronique	✓ Protection des consommateurs ✓ Contrôle de l'accès ✓ Questions liées au respect de la vie privée ✓ Intégrité des plates-formes informatiques	ORM
Marketing/sensibilisation/gestion de la clientèle	✓ Base de clientèle importante et en pleine croissance ✓ Gestion de réseaux de distributeurs et sous distributeurs ✓ Enregistrement des clients et vérification des identités	ORM
Assistance à la clientèle	✓ Gestion des Centres d'appels ✓ Traitement des réclamations des clients ✓ Relèvement des pannes techniques	ORM

Source :

L'on s'aperçoit que les opérateurs de réseau de téléphonie mobile sont particulièrement bien outillés pour l'accomplissement des activités de base de l'argent mobile grâce à leur expertise dans plus domaines y relatifs, notamment dans :

- la gestion des plateformes transactionnelles ;
- la gestion de la marque et marketing grand public ;
- la fidélisation de de la clientèle.

L'activité d'argent mobile est caractérisée par un grand volume d'opérations et porte sur des valeurs moyennes relativement faibles par opérations (moins de 15 000 FCFA par opération). Le traitement de ces opérations nécessite le développement et l'entretien d'une plateforme de transactions performantes prenant en charge la création des comptes individuels des clients, le traitement des opérations de transfert de valeur entre comptes, l'interface avec les appareils mobiles, les émetteurs de factures et la plateforme de base du service de téléphonie mobile.

L'expérience des ORM dans les recharges des crédits de communications prépayés est un atout majeur dans la mesure où il s'agit aussi d'un grand volume d'opérations quotidiennes à traiter et portant en général sur des faibles valeurs. Les opérateurs de réseau mobile capitalisent une solide expérience dans l'exploitation des plateformes transactionnelles en apportant des forces complémentaires en matière de stabilité et de rapidité dans le traitement de volumes importants d'opérations.

Par ailleurs les ORM ont une grande expertise en matière de marketing grand public et de mise en place et de gestion des infrastructures de distribution. L'accessibilité aux services de base des réseaux mobiles est extrêmement facilitée par la large couverture géographique des réseaux, l'implantation d'un nombre important des distributeurs des services même dans les zones reculées et la baisse des coûts de raccordement qui ont permis l'entrée en relation avec les ORM, d'abonnés à faibles revenus. En plus le fonctionnement de l'abonnement prépayé suppose une confiance suffisante faite à l'opérateur pour le décompte de la valeur de

temps d'appel stocké sur son compte jusqu'à épuisement. Cette relation de confiance déjà établie entre l'opérateur de réseau mobile et ses abonnés facilite la distribution des services d'agent mobile par les distributeurs et sous distributeurs de l'opérateur.

2. Evaluation du caractère incitatif de la réglementation de l'activité du mobile money

Jusqu'en 2014, voire le premier semestre de 2015, les initiatives ou offres en place des services monétaires via la téléphonie mobile (monnaie électronique) étaient régies par l'Instruction de 2006. Le cadre réglementaire présenté ci-dessus a permis de noter que la BCEAO autorise deux types de modèles d'affaires pour l'offre de la monnaie électronique : le modèle bancaire et le modèle non bancaire. L'instruction n°008-05-2015 du 21 mai 2015 a aussi retenu le même schéma. Dans le modèle bancaire, l'émission de monnaie électronique est sous la responsabilité d'un établissement de crédit en partenariat avec un opérateur technique. Le modèle non bancaire est mis en œuvre dans le cadre de l'agrément octroyé à un établissement non bancaire dénommé Etablissement de Monnaie Electronique (EME) pour l'émission de monnaie électronique. Le l'instruction

Dans son rapport 2014 sur les services financiers via la téléphonie mobile, la BCEAO a estimé son cadre réglementaire mis en place en 2006 « souple et incitatif » ayant « contribué à la création d'un environnement propice à la promotion des services de paiement basés sur la téléphonie mobile dans l'Union » portant le nombre d'émetteurs bancaires et non bancaires de monnaie électronique à 32 en fin 2014.

Quelles sont les aspects incitatifs ou non incitatifs de cette réglementation ?

2.1. Le modèle bancaire

Dans ce modèle c'est la banque (ou le SFD) qui est l'EME. Elle gère donc la plateforme et le compte séquestre. Elle indique la politique commerciale et oriente le réseau de distribution. La banque ou le SFD maîtrise complètement la chaîne de valeur. L'opérateur est simplement le canal par lequel la banque atteint ses abonnés. Il peut toutefois être impliqué dans la distribution du service. Plusieurs avantages peuvent être attribués à ce modèle :

- Il peut faciliter l'instauration de la concurrence entre les réseaux sur ce service : les banques, non seulement sont libres de choisir l'opérateur avec lequel elles veulent collaborer mais aussi peuvent déployer le service avec plusieurs opérateurs.
- il renforce la confiance des usagers au service : les banques (qui pour la plupart sont filiales de grands groupes) sont reconnues pour la sécurité qu'elles garantissent aux avoirs de leurs clients.
- Il devra faciliter le développement des transferts du Gouvernement ou Collectivités locales vers les personnes (G2P): en effet les banques ont l'avantage de gérer déjà les comptes hébergeant les ressources financières des institutions publiques. Elles peuvent se servir de cette légitimité pour proposer le paiement des salaires via le service mobile money à certaines catégories d'employés ou contractuels souvent en nombre significatif des collectivités locales ou de l'Etat en général qui sont payé par billetage (par caisse). Cette collaboration donnerait ainsi un signal fort de la volonté de l'Etat de favoriser l'inclusion financière des populations et accroîtra la confiance des usagers au service de mobile money.

Cependant ce modèle peut rencontrer deux obstacles majeurs à son développement. D'une part la réglementation spécifique à l'offre des services de monnaie électronique a assoupli les exigences en matière d'identification des clients. Les grands groupes bancaires très attachés aux principes prudentiels peuvent regarder avec beaucoup de méfiance et de réticence l'offre de ce service à grande échelle. C'est par exemple le cas de la BICIAB, filiale du groupe français BNP Paribas au Burkina Faso. Le réseau commercial de son offre d'argent mobile sur le réseau de téléphonie mobile de l'ONATEL SA se limite essentiellement aux

agences et aux principaux distributeurs de l'opérateur. La banque se montre particulièrement réticente à concéder la distribution du service mobile money aux particuliers dans les différents quartiers des villes et villages du pays.

D'autre part, en voulant contrôler étroitement le réseau commercial la banque s'expose à des coûts de distributions plus élevés. Or les populations principalement visées par les services du mobile money ont des niveaux de revenus plus faibles que les clients traditionnels des banques. La fixation d'un tarif adapté au pouvoir d'achat des usagers du mobile money induira pour une rentabilité très réduite (voire nulle) pour la banque qui en général supporte des coûts fixes et variables élevés.

Ce modèle est aussi vu par certains organismes comme un obstacle au développement de l'offre des services d'argents mobile. Elle va en effet à l'encontre des bonnes pratiques internationales, notamment les recommandations de la Banque des règlements internationaux (BRI) en matière de réglementation financière dans lesquelles le GSMA a identifié des orientations utiles et pertinentes pour l'argent mobile.

La BRI en 2011 a souligné que le cadre réglementaire de l'argent mobile doit permettre aux entités, y compris les entités non-bancaires, d'obtenir des autorisations pour opérer en tant que fournisseurs de services de paiement, émetteurs de monnaie électronique.

Car selon elle, une réglementation fondée uniquement sur la nature de l'organisation peut réduire l'efficacité des réglementations et entraîner une distorsion du marché, et toute intervention réglementaire devrait avoir pour objectif de mettre en place des règles du jeu équitables entre services équivalents plutôt qu'entre fournisseurs de nature différente.

Par conséquent la BRI rejette toute forme de discrimination entre différents types de prestataires offrant des services équivalents qui se fonde sur « la nature des autres activités du fournisseur », convaincue que l'application de ce principe de non-discrimination devrait favoriser une concurrence loyale et équitable entre les acteurs.

D'ailleurs selon le GSMA l'argent mobile enregistre sa plus forte croissance dans les pays où la législation est équitable vis-à-vis des banques et des opérateurs des réseaux mobiles de sorte que ces derniers ont le droit d'offrir des services d'argent mobile directement à l'utilisateur final.

2.2. Le modèle non bancaire

Dans ce modèle l'EME de monnaie électronique n'est ni une banque ni une SFD ni un opérateur titulaire d'une licence d'établissement et d'exploitation de réseau de téléphonie mais simplement une société satisfaisant les exigences de la BCEAO en terme de capital social et de toutes les autres conditions requises pour l'obtention de l'agrément et consignées dans l'instruction. L'EME gère tout seul les relations avec institutions financières, choisit sa ou ses banques partenaires devant héberger le compte séquestre. Il assume la responsabilité du choix, et maillage territorial et de la formation des agents distributeurs de son service.

En voulant réduire les risques inhérents, l'instruction de la BCEAO sur l'offre de la monnaie électronique a été assez restrictive vis-à-vis des émetteurs non bancaires. Elle a en effet limité leur champ d'activités commerciales à celles en lien avec l'offre de la monnaie électronique :

- l'émission de la monnaie électronique ;
- la mise à disposition du public (ou distribution) de la monnaie électronique ;
- la gestion de la monnaie électronique ;

- et le stockage des données sur support électronique pour le compte d'autres personnes morales.

L'on déduit de cette disposition qu'un opérateur de réseau de téléphonie mobile ne peut être émetteur de monnaie électronique. En effet un opérateur titulaire une licence d'établissement et d'exploitation d'un réseau de télécommunications mobiles ouvert au public est d'abord tenu de commercialiser les services liés à son métier de base, qui sont notamment les services voix, de SMS et d'Internet.

2.3. Stratégie des grandes compagnies de téléphonie mobile : Le modèle « Tiers centric »

Afin de se lancer dans l'offre de service mobile money tout en se conformant aux exigences de l'Instruction de la BCEAO, Les grandes compagnies de téléphonie mobile opérant dans l'espace UEMOA créent des filiales pour disposer d'une entité juridique distincte de l'opérateur télécom. Cette filiale obtient l'agrément de la BCEAO et s'adosse à l'opérateur télécom du même groupe pour l'offre de service d'argent mobile.

Dans ce modèle, l'opérateur de télécommunication confie à un tiers la maîtrise complète de la chaîne pour développer le service et adresser le marché, ce qui permet à ce tiers de :

- rester indépendant face aux banques et opérateurs, ce qui lui évite de s'afficher comme le supplétif de telle banque ou de tel opérateur ;
- travailler avec plusieurs opérateurs et plusieurs banques ;
- développer plus souplesment des outils adaptés à la population visée. Les populations sensibles au Mobile Money ont des niveaux et structures de revenus différents des clients traditionnels des banques et ont besoin d'outils différents ;
- être détenteur du compte séquestre logé dans une banque, ce qui lui permet de bénéficier pleinement des produits d'investissements

En revanche, la difficulté de ce type de modèle réside dans :

- trouver un accord avec à la fois une banque et un opérateur ;
- développer son image : la confiance dans la société qui propose le service est essentiel pour son succès ;
- la nécessité de construire un réseau de distribution supplémentaire ;
- le besoin d'apprendre/comprendre deux systèmes de régulations : le bancaire et le télécom

Cette stratégie est envisagée par les groupes Airtel (Airtel Money) et Orange (Orange Money). Tous les opérateurs devraient s'aligner dans cette démarche qui leur permet de se conformer à la réglementation de l'activité d'argent mobile.

D'ailleurs les immenses enjeux économiques liés à l'activité sont tels que les plus grandes compagnies qui ont la possibilité veulent se positionner sur l'ensemble de la chaîne de valeur. Ainsi Orange a confirmé être en discussion exclusive pour prendre 65% du capital de Groupama Banque et ainsi accélérer le lancement d'Orange Banque pour 2017. Ainsi l'émetteur de monnaie électronique (Orange money), le partenaire technique (Orange) et la banque domiciliaire du compte séquestre (Orange Banque) appartiendront au même groupe.

En tout état de cause, l'instruction n°008-05-2015 du 21 mai 2015 a concédé aux acteurs du marché de l'offre de services de monnaie électronique un an à partir de l'adoption en mai 2015 de ladite instruction pour se conformer à la réglementation de l'activité.

3. Le régulateur des télécoms et la réglementation du mobile money

Discuter de la place du régulateur du secteur des communications électroniques dans la régulation de l'argent mobile revient à répondre à la question : le mobile money est-il un service télécoms ?

3.1. L'analyse du point de vue de la réglementation des communications électronique

La carte SIM et les services de base des réseaux de téléphonie mobile (notamment le SMS et l'USSD) sont le support de stockage et les canaux de circulation de l'argent mobile. Or l'utilisation de ces infrastructures est régie par les textes législatifs et réglementaires qui encadrent le secteur des communications électroniques.

Les services de monnaie électronique via la téléphonie mobile sont, du point de vue de la réglementation du secteur des communications électroniques, des services à valeur ajoutées (SVA). Les SVA sont définis comme étant des services de communications électroniques dans le cadre desquels les fournisseurs ajoutent une valeur ajoutée aux informations fournies aux clients en améliorant leur forme ou leur contenu ou en prévoyant leur stockage et leur recherche¹. Le SVA par principe apporte une utilité au client et c'est cette utilité qui justifie sa demande. Dans le cas de l'argent mobile, l'utilité est évidente puisque le SMS ou l'USSD reçu ou envoyé confirme l'envoi ou la réception d'un montant à un proche ou à un fournisseur, ce qui fonde l'intérêt pour les deux parties dans l'utilisation de ce service. Le SVA apporte aussi une valeur ajoutée pour l'opérateur étant donné que son l'usage fait l'objet d'une tarification bien supérieure au tarif du service support, en l'occurrence le SMS.

L'offre d'un service à valeur ajoutée doit faire l'objet d'une déclaration auprès de l'Autorité de régulation. La licence globale d'établissement et d'exploitation de réseaux de communications électroniques ouvert au public donc sont titulaires les opérateurs de téléphonie au Burkina Faso couvre

L'Autorité de régulation des communications électroniques et des Postes (ARCEP) est le garant de l'application des textes législatifs et réglementaire qui régissent le secteur des télécommunications au Burkina Faso.

Ces textes comportent un ensemble d'obligations qui pèsent sur les opérateurs vis-à-vis du régulateur et aussi des abonnés pour ce concerne notamment la qualité de service et le traitement équitables de tous ses clients à la fois sur le marché de gros et le sur le marché de détail. Ces obligations sont consignées dans le cahier de charges des opérateurs. Cependant il n'y a pas dans le cahier de charges d'obligations distinctes liées au service d'argent mobile. Aucun opérateur n'est d'ailleurs obligé par la réglementation du secteur à offrir ce service.

Aussi le régulateur des télécoms ne peut être garant du respect des éventuelles exigences techniques ou commerciales spécifiques prévues par la réglementation bancaire pour le service d'argent mobile étant donné que l'engagement des opérateurs de téléphonie vis-à-vis du régulateur des communications électroniques ne va pas au-delà des cahiers de charges annexés à leur licence.

¹ Cf. Loi 061-2008/AN du 27 novembre 2008 portant réglementation générale des réseaux et services de communications électroniques au Burkina Faso (article 1).

3.2. L'analyse du point de vue de la réglementation de la monnaie électronique

Le mobile money est un service de substitution aux services bancaires de bases (épargne, dépôt, retrait, transferts) mais destinés aux populations qui n'ont pas accès aux banques classiques. C'est donc un service bancaire, régi par la réglementation bancaire.

L'Instruction n°008-05-2015 de la BCEAO fixe les obligations des établissements émetteurs vis-à-vis des distributeurs. L'article 18 de l'Instruction dispose que les établissements émetteurs de monnaie électronique doivent veiller à ce que les distributeurs apportent au public, par tout moyen approprié, notamment par voie d'affichage de manière visible et lisible, les informations relatives à la raison sociale, au logo, au nom commercial ainsi que l'adresse de l'établissement émetteur de monnaie électronique.

Au sens de la réglementation des services de monnaie électronique dans l'UEMOA, les opérateurs de téléphonie mobile au Burkina Faso, étant tenus par leurs cahiers de charges d'offrir les services qui y sont consignés ne peuvent pas être des EME. Les opérateurs impliqués dans l'offre de ce service sur leurs réseaux ne peuvent être qu'opérateurs techniques et/ou distributeurs. Les établissements émetteurs sont les banques partenaires de ces opérateurs à savoir Ecobank pour Airtel Money et la Banque Internationale pour le Commerce, l'Industrie et l'Artisanat au Burkina (BICIA-B) pour Mobicash au Burkina Faso.

Par ailleurs il est clairement établi dans l'Instruction de la BCEAO que le contrat est signé entre l'établissement émetteur et le porteur, notamment l'abonné utilisateur du service de monnaie électronique sur un réseau mobile et les établissements émetteurs demeurent responsables, à l'égard de leurs clients et des tiers, des opérations réalisées par leurs distributeurs, dans le cadre de la fourniture de services pour lesquels ils ont été mandatés. A ce titre, ils sont responsables de l'intégrité, de la fiabilité, de la sécurité, de la confidentialité et de la traçabilité des transactions réalisées par chacun de leurs distributeurs.

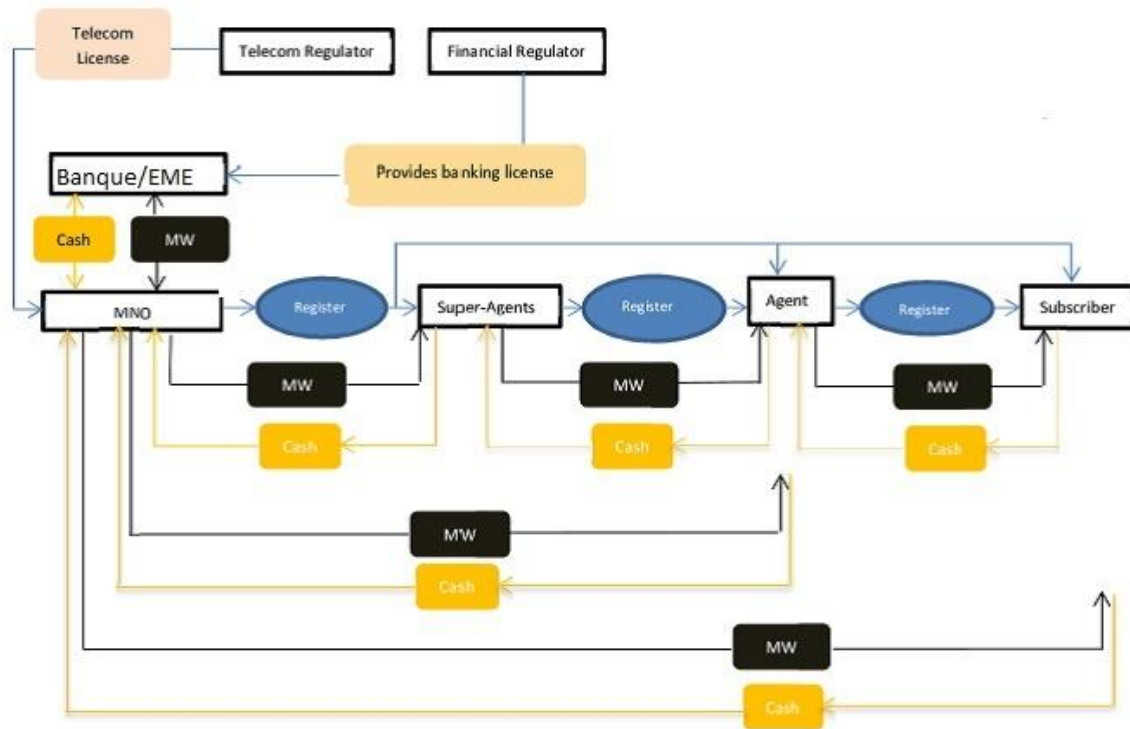
3.3. Le schéma de la régulation de l'argent mobile

Le développement effectué dans les deux points précédents situe les domaines de contrôle du régulateur télécom et du régulateur financier :

- Le régulateur télécom délivre les licences d'établissement et d'exploitation des réseaux de téléphonie et contrôle le respect des dispositions de leur cahier de charges. Il n'a aucun lien avec les banques et les EME non bancaires et ne contrôle pas les flux d'argent liquide ou d'argent électronique qui circule dans le réseau commercial de l'opérateur ;
- Le régulateur financier délivre les agréments aux banques et aux EME non bancaires et veille au respect des dispositions de la réglementation bancaire. Il n'a aucun lien avec l'opérateur télécom mais doit contrôler via la banque émettrice ou l'EME non bancaire les flux d'argent liquide (cash) et d'argent électronique (mobile wallet (MW)) qui circulent dans le réseau commercial de l'opérateur.

Le graphique ci-dessus illustre le schéma de régulation applicable à l'activité d'argent mobile.

Figure 12 : Schéma de régulation applicable à l'activité d'argent mobile



Source : Clarity Telecom

3.4. Le code de conduite des fournisseurs des services d'argent mobile

En novembre 2014, neuf (9) grands groupes dans le cadre du GSMA ont adhéré à un code de conduite édité par le GSMA. Ce code de conduite regroupe un ensemble d'obligations et de recommandations que les opérateurs de réseau de téléphonie ont adopté afin d'assurer un service d'argent mobile de qualité. Pour cela les objectifs spécifiques attribués au code de conduite sont les suivants :

- permettre le développement du service mobile money et protéger les clients contre le risque de perte de leur fonds ;
- améliorer la qualité du service et la satisfaction des consommateurs ;
- et faciliter la mise en place des partenariats nécessaires au développement du secteur ;

Les engagements pris sur la sécurité des fonds des clients obligent le fournisseur du service à ce que :

- ☞ les fonds correspondants à la valeur totale de l'argent mobile soient détenus sur un ou plusieurs comptes séquestres ;
- ☞ ces fonds ne soient pas saisissables par les créanciers du fournisseur du service mobile money en cas d'insolvabilité de celui-ci ;
- ☞ le fournisseur doive prendre des mesures pour atténuer les risques liés à la défaillance des banques partenaires ;
- ☞ les transactions des clients soient traitées en temps réel dans la mesure du possible ;
- ☞ les procédures efficaces de lutte contre le blanchiment d'argent et de financement du terrorisme soient élaborées et appliquées.

Pour le GSMA, le respect de ce code devrait rassurer les régulateurs télécom et financier et les inciter à la mise en place d'une régulation appropriée devant faciliter le développement rapide de l'activité.

PARTIE II : Enjeux économiques des services de monnaie électronique sur les réseaux de téléphonie mobile

Dans une étude de 2009 commanditée par le GSMA et le groupe consultatif d'assistance aux pauvres (CGAP), McKinsey & Co. estimaient à 5 milliards de dollars de chiffre d'affaires potentiel que pouvait générer sur la période 2009-2012, l'offre des services financiers mobiles aux abonnés non bancarisés des réseaux de téléphonie mobile.

Par ailleurs, à l'issue d'une enquête auprès des managers d'opérateurs de téléphonie Kurt Salmon & PHB Development, [2011] ont noté que 90% de managers d'opérateurs mobiles enquêtés estimaient à 10% la contribution que les services d'argent mobile pourraient apporter aux revenus des opérateurs sur les cinq années qui suivraient. Cette contribution atteindrait 30% dans les huit ans de la période d'estimation. Ainsi, les avantages potentiels au profit des opérateurs sont substantiels dans l'offre des services financiers mobiles selon ces études.

Au Burkina Faso, deux opérateurs de téléphonie mobile l'ONATEL SA et Airtel Burkina Faso SA ont décidé, successivement en 2012 et 2013 de saisir les opportunités offertes par l'argent mobile en entrant coopérant avec les banques pour le lancement de ce service. Les avantages attribués à ce service se confirment-ils pour ces opérateurs ?

Cette deuxième partie de ce mémoire se fixe les objectifs suivants :

- présenter les opérateurs de réseau mobile au Burkina Faso et leurs offres des services d'argents mobiles ;
- étudier les éléments d'avantage tirés de l'offre des services d'argent mobile par les opérateurs ;
- tirer des recommandations et des conclusions sur les conditions de développements de l'offre de l'argent mobile.

Chapitre 1 : Aperçu du marché de la téléphonie mobile au Burkina Faso et de sa réglementation

1. Le cadre réglementaire du secteur de la téléphonie au Burkina Faso

Le Burkina Faso a adopté les textes de réforme pour la libéralisation de son secteur des télécommunications en 1998 avec le vote et la mise en application de la loi N° 051/98/AN du 4 décembre 1998 portant réforme du secteur des télécommunications. Les objectifs principaux suivants ont été assignés à cette loi :

- promouvoir le développement des télécommunications au Burkina Faso par la création d'un cadre juridique approprié^{22/05/2016} prenant en compte les exigences de la libéralisation ;
- promouvoir et favoriser le rôle des télécommunications comme instrument fondamental du développement économique, social et culturel ;
- favoriser l'émergence et le développement d'un secteur concurrentiel des télécommunications pour faciliter l'accès des usagers aux services nouveaux de télécommunication aux meilleurs prix ;
- développer et améliorer le service public des télécommunications par une meilleure couverture nationale en service de base de télécommunication ;
- garantir les intérêts des utilisateurs et de la sécurité publique dans le secteur des télécommunications ;
- assurer un service universel par la fourniture d'un service de base à couverture territoriale à des prix raisonnables »¹.

Les évolutions et les mutations technologiques enregistrées au cours de la première décennie d'expérience de l'ouverture du secteur à la concurrence et de sa régulation ont amené le législateur burkinabé à adopter une nouvelle loi en 2008 qui a remplacé celle votée en 1998.

Il s'agit de la loi n°061-2008/AN, du 27 novembre 2008, portant réglementation générale des réseaux et services de communications électroniques au Burkina Faso. Cette nouvelle loi crée l'Autorité de Régulation des Communications Electroniques (ARCE) à son article 65. L'organe de régulation a été consolidé par des dispositions qui renforcent son indépendance et ses pouvoirs². L'ARCE a été par conséquent érigée en une institution nationale indépendante dotée de la personnalité juridique et de l'autonomie financière avec les principales missions suivantes :

- l'instruction des demandes de licences ;
- la délivrance, le transfert, la modification, le renouvellement, la réduction de la durée, la suspension ou le retrait des licences individuelles et des autorisations générales ;
- le suivi du respect de la réglementation en vigueur et des termes des licences, autorisations et déclarations accordées dans le secteur des communications électroniques ;
- la gestion et l'assignation des fréquences radioélectriques ainsi que la surveillance des conditions d'utilisation ;
- l'attribution des ressources en numérotation et la gestion du plan de numérotation ;
- l'autorisation ou la réglementation de l'enregistrement, de l'administration et de la gestion des noms de domaine et la fourniture d'un mécanisme structuré pour leur gestion »³.
- le règlement des litiges ;

¹ Cf. Loi N° 051/98/AN du 4 décembre 1998, article 2

² Cette réforme s'inscrit dans volonté du Burkina Faso de se conformer aux directives de l'UEMOA. La directive 01/2006 institue notamment le principe d'indépendance des autorités nationales de régulation vis-à-vis des pouvoirs politiques, ainsi que leurs missions et pouvoirs de contrôle et de sanction.

³ Cf. Loi n°061-2008-AN du 27 novembre 2008, article 167

- l'élaboration, à la demande de l'autorité gouvernementale compétente ou sur sa propre initiative, de propositions visant à adapter le cadre juridique dans lequel s'exercent les activités des communications électroniques.

L'ARCE veille dans l'exercice de ses missions à l'existence d'une concurrence effective et loyale entre les acteurs sur le marché des télécommunications. Une gestion efficace de l'interconnexion est indispensable à l'effectivité d'une concurrence saine. Le rôle défini dans les missions de l'ARCE dans ce domaine est l'examen et le contrôle de la mise en œuvre des conditions relatives à l'interconnexion des réseaux, à l'accès aux réseaux et aux ressources associées. L'ARCE s'appuie sur un ensemble de dispositions légales pour assumer ce rôle.

A partir de 2011, la régulation du secteur postal entre dans les missions de l'ARCE qui devient alors l'Autorité de régulation des communications électroniques et des Postes (ARCEP).

Au bilan de la quinzaine d'années de régulation du secteur figurent de nombreux acquis. L'Autorité de régulation a en effet contribué à l'élaboration et à l'application de plusieurs textes de lois, de décrets et de décisions qui ont pris en compte tous les domaines du secteur, notamment le plan de numérotation, la gestion des fréquences, la mise en œuvre de l'interconnexion, l'application de la loi sur les services de confiance, la mise en œuvre de la politique de cybersécurité, etc.

Ces actions ont favorisé le déploiement des réseaux de téléphonie (mobile et fixe) pour une couverture plus large du territoire et aussi une forte croissance du marché.

2. Le marché de la téléphonie mobile au Burkina Faso

L'arrêté n°2000-025, a autorisé en mai 2000, l'établissement et l'exploitation d'un réseau de téléphonie mobile cellulaire GSM et a ouvert la voie aux opérateurs privés. En fin décembre de la même année, l'Etat burkinabè octroie la licence 2G à deux opérateurs, CELTEL BURKINA (devenu AIRTEL BURKINA FASO SA) et TELECEL FASO SA qui s'implantent pour l'exploitation des réseaux de téléphonie mobile de type GSM 900 pour une durée de dix ans renouvelable.

La concurrence est désormais lancée sur tout le territoire national à l'opérateur historique, l'ONATEL SA, qui en plus de son réseau de téléphonie fixe, avait déployé le premier réseau cellulaire 2G depuis 1996.

2.1. Le marché de la téléphonie fixe

2.1.1. L'opérateur de réseau fixe (ONATEL SA)

L'opérateur historique l'ONATEL SA est le seul exploitant actuel du réseau du fixe. Sa genèse remonte en 1968 avec la création de l'Office des Postes et des Télécommunications (OPT) chargé de gérer le réseau des services de télécoms et de l'accès à l'international. L'OPT est scindé en deux structures distinctes en 1987 qui sont l'Office National des Postes (ONP) pour les activités postales et l'ONATEL pour les télécommunications. Transformé en société d'Etat en 1994, l'ONATEL a toujours bénéficié de son monopole jusqu'en 1998 où la loi qui a autorisé sa privatisation partielle a été adoptée.

Cette privatisation est concrétisée en 2005 avec la cession de 51% du capital à Maroc Telecom, un opérateur marocain.

Le secteur de la téléphonie fixe a été entièrement libéralisé avec le renouvellement en 2010 des licences à l'issue duquel des licences globales 2G ont été attribuées aux réseaux déjà établis au Burkina. La licence globale autorise le titulaire à établir et exploiter les réseaux de téléphonie fixe, mobile et d'Internet. Cependant, l'ONATEL SA reste toujours le seul opérateur à exploiter le réseau fixe.

2.1.2. Les principales données sur l'évolution du marché

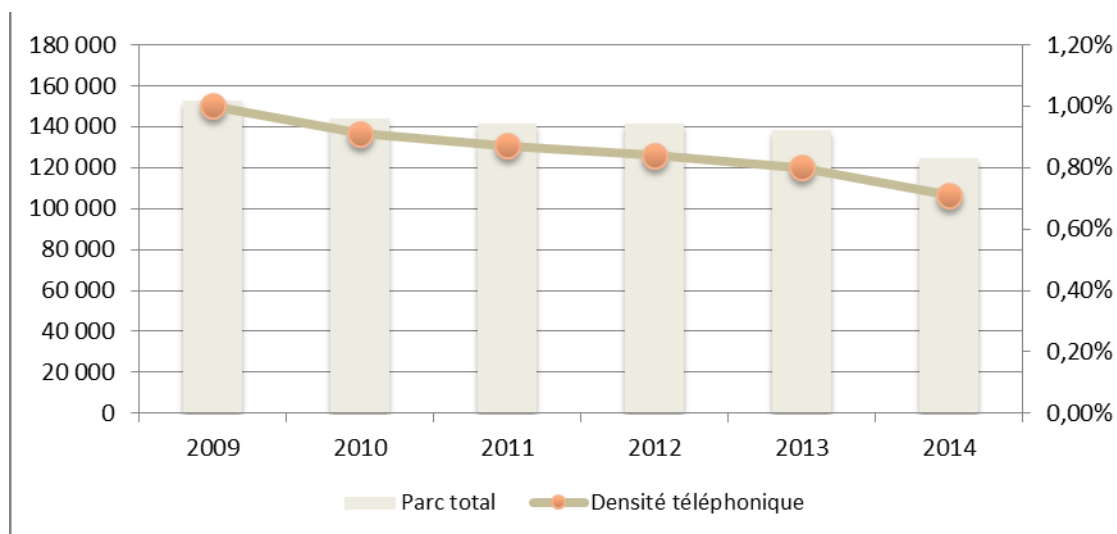
Depuis la privatisation de l'opérateur historique en 2006, le nombre de villes et localités couvertes a connu une sensible progression. En effet les localités couvertes sont passées de 269 en 2006 à 527 en 2014, soit une progression de 49% sur cette période. Cette croissance est due à l'avènement de la Technologie CDMA utilisée comme technologie d'accès par l'ONATEL et dont le déploiement est relativement plus simple et rapide avec un rayon de couverture important.

Le réseau fixe de ONATEL S.A. enregistre au 31 décembre 2014, un parc d'abonnements filaires et CDMA de 124 595, ce qui correspond à un taux de pénétration de la téléphonie fixe de 0,69 ligne téléphonique pour 100 habitants pour une population estimée à 17 880 386 habitants au 31 décembre 2014 selon les projections de l'Institut National de la Statistique et de la Démographie du Burkina Faso (INSD).

Cependant depuis 2009, le parc des abonnements à la téléphonie est régression. De 152 461 en 2009, il descend 124 595 en 2014, soit une décroissance moyenne annuelle de près de 4%.

Le graphique suivant illustre l'évolution du parc d'abonnements et la télédensité du réseau fixe de 2009 au 31 décembre 2014.

Figure 13 : Evolution du nombre de lignes et du taux de pénétration de la téléphonie fixe



Source : ARCEP du Burkina Faso (Rapport d'activité 2014)

Cette décroissance se justifie d'une part par l'adoption de la téléphonie mobile comme produit de substitution à la téléphonie fixe et d'autre part par le déficit de déploiement et d'entretien du réseau fixe livrant ainsi les abonnés à des difficultés récurrentes telles que les dérangements intempestifs des lignes, la lenteur de la relève de ces dérangements et même les coupures fréquentes des lignes filaires notamment liées à des actes de vandalisme sur le réseau.

Par ailleurs, les services et produits offerts par le réseau fixe ne semblent plus adaptés au besoin du marché où les clients sont devenus plus exigeants en matière de qualité de service et produits innovants autres que la voix (data, TV sur ADSL, VoD, VoIP, MPLS, des forfaits illimités etc.).

Cette évolution est conforme aux observations générales sur la situation du marché du fixe en Afrique, à savoir que le marché de la téléphonie est en phase de déclin¹. Le tableau suivant résume les principales données de ce marché national.

¹Cf. <http://www.journaldunet.com/ebusiness/telecoms-fai/marche-digital-mondial-2009/telephonie-fixe.shtml>

L'ONATEL a réalisé un chiffre d'affaires de 45 milliards FCFA en 2009. Ce chiffre est en hausse de 2,7% par rapport à l'exercice précédent.

2.2. Le marché de la téléphonie mobile

2.2.1. Les opérateurs du marché

Depuis fin 2000 et début 2001, trois opérateurs se partagent le marché actuel de la téléphonie mobile. Il s'agit du réseau mobile de l'ONATEL SA, de Airtel Burkina Faso, SA et de TELECEL Faso SA. Le service de la téléphonie mobile de ces opérateurs est couplé à des services à valeur ajoutée.

a. Le réseau mobile de l'ONATEL SA

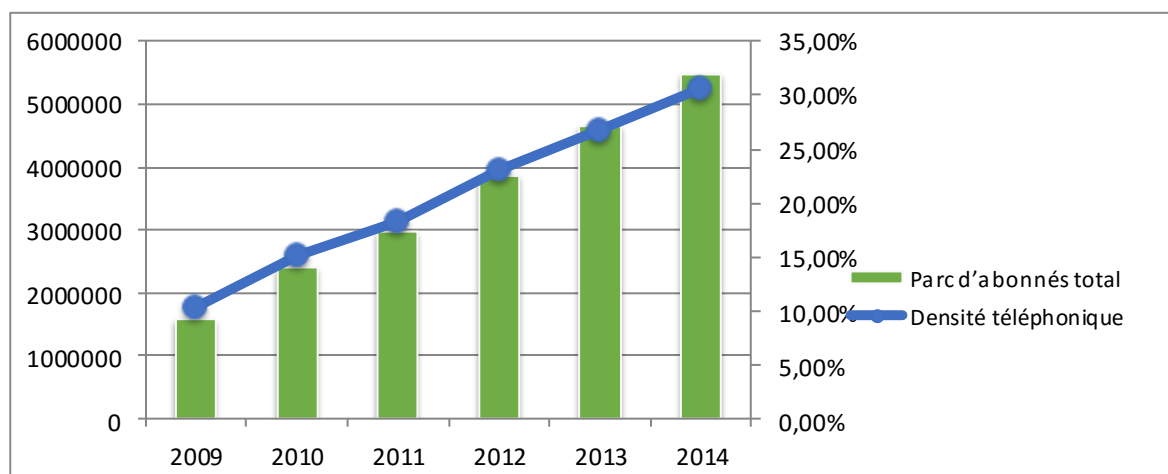
C'est au démarrage de la téléphonie mobile au Burkina Faso en 1996 à la faveur de la conférence France-Afrique, que le département de l'ONATEL dénommé TELMOB a été créé pour offrir et gérer ce nouveau service qui était la téléphonie mobile. Cette entité devient la filiale GSM de l'ONATEL et obtient une autorisation d'établissement et d'exploitation d'un réseau de téléphonie mobile cellulaire en 2004¹. Sa privatisation intervient en 2006 avec la cession partielle de l'ONATEL à Maroc Telecom. En 2012, l'opérateur effectue la fusion de ses branches fixe et mobile mais les services du réseau mobile continue d'être commercialisé sous le nom commercial « TELMOB ». Il est aussi attributaire cette même année de la licence 3G.

Le réseau mobile de l'ONATEL S.A. compte en fin 2014, un parc de 5 468 488 abonnements. Il s'agit du nombre des cartes SIM actives c'est-à-dire celles ayant enregistré un trafic (réception ou émission d'appel ou SMS ou connexion à Internet) au cours des trois derniers mois. Ce nombre correspond à 30,58 cartes SIM actives pour 100 habitants.

Le graphique qui suit présente l'évolution du parc d'abonnements du réseau mobile de l'ONATEL S.A. de 2009 à 2014

Figure 14 : Evolution du nombre de lignes et du taux de pénétration du réseau mobile de l'ONATEL

¹ Arrêté N°2004/000003/MPT/CAB en date du 07 avril 2004 du Ministère des Postes et Télécommunications.



Source : ARCEP (Rapport d'activité, 2014)

b. Le réseau mobile de Airtel Burkina Faso SA

En Avril 2010, les opérations africaines du groupe Zain dont celle du Burkina Faso, ont été rachetée par Bharti Airtel Limited ("Bharti") la compagnie de téléphonie indienne. La filiale au Burkina Faso devient Airtel Burkina Faso SA. Cette société avait obtenu la licence 2G en janvier 2001 était connue sous le nom de CELTEL Burkina Faso SA¹. Au renouvellement de la licence en 2010, la société est attributaire d'une licence globale d'une durée de 10 ans qui lui autorise l'offre des services de téléphonie fixe, mobile d'Internet. Elle acquiert en 2012 la licence 3G.

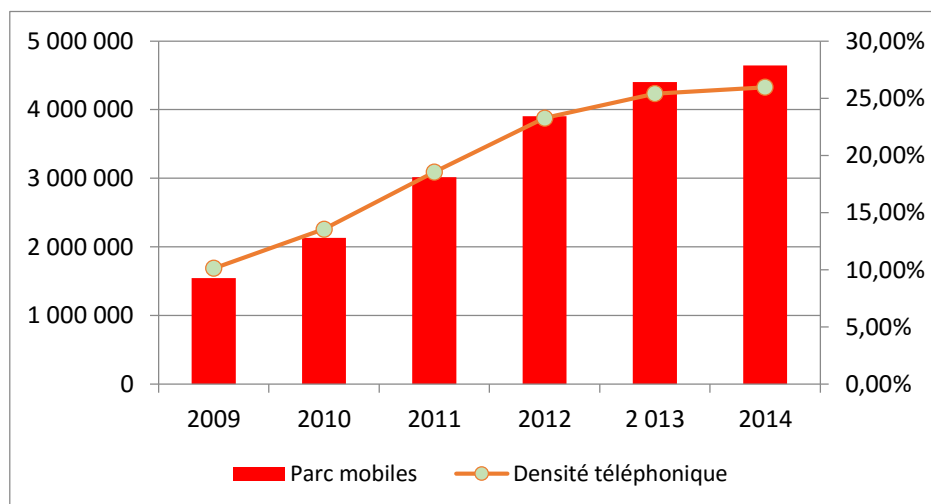
Le parc au 31 décembre 2014 est de 4 640 890 abonnements. Ce parc a triplé par rapport à 2009 où il s'élevait à seulement 1 544 240 lignes téléphoniques mobiles.

La télédensité est de 25,96 abonnements pour 100 habitants pour une population estimée à 17 880 386 habitants au 31 décembre 2014.

Le graphique ci-dessous donne l'évolution du parc d'abonnements et de la télédensité du réseau d'Airtel Burkina Faso S.A. de 2009 à 2014.

Figure 15 : Evolution du nombre de lignes et du taux de pénétration du réseau mobile d'Airtel Burkina Faso SA

¹ CELTEL était une filiale de MSI Cellular Investments Holdings B.V. (MSI Cellular), société holding et financière hollandaise.



Source : ARCEP (Rapport d'activité, 2014)

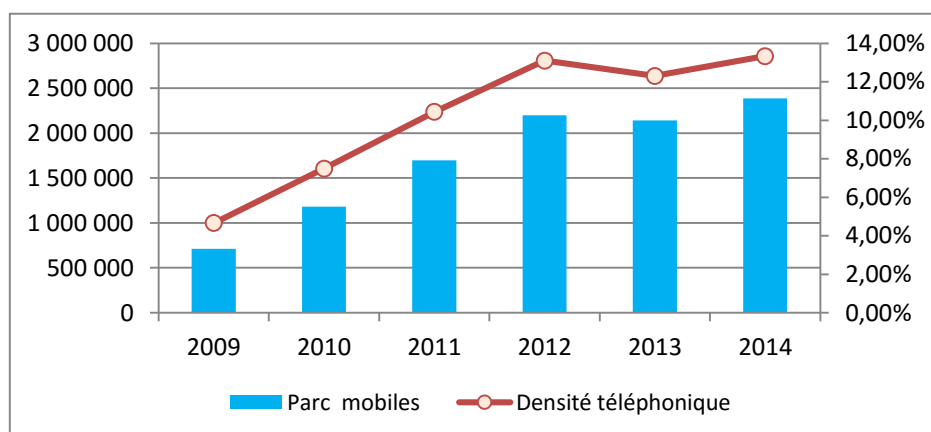
c. Le réseau mobile de Telecel Faso SA.

TELECEL FASO SA est installé au Burkina depuis décembre 2000. Son actionnariat a connu plusieurs évolutions depuis sa création. L'opérateur était à l'origine une filiale de TELECOM International. Elle intègre en août 2003 le groupe ivoirien Atlantic Telecom. Depuis juin 2010, TELECEL est désormais une filiale de PLANOR AFRIQUE une compagnie appartenant à des investisseurs privés burkinabé¹.

Le parc de Telecel Faso S.A. en fin 2014 est de 2 385 013 abonnements, ce qui correspond à un taux de pénétration de 13,33 lignes mobiles actives pour 100 habitants en 2014.

Le diagramme ci-dessous présente l'évolution du nombre d'abonnements et de la télédensité de Telecel Faso S.A. de 2009 à 2014.

Figure 16 : Evolution du nombre de lignes et du taux de pénétration du réseau mobile de Telecel Faso SA



¹ En référence au jugement rendu en juin 2010 par la Cour Commune de Justice et d'Arbitrage de l'Organisation pour l'Harmonisation du Droit des Affaires en Afrique (OHADA/CCJA) qui a examiné la conformité avec l'acte OHADA, de l'arrêt n°037 du 19 juin 2009 rendu par la Cour d'appel de Ouagadougou consacrant l'expulsion d'Atlantic Telecom du capital de Télécel Faso.

Source : ARCEP (Rapport d'activité, 2014)

2.2.2. Le marché global de téléphonie mobile

Les trois (03) opérateurs mobiles totalisent à la date du 31 décembre 2014, un parc d'abonnements de 12 494 391 ; ce qui donne une télédensité mobile de 69,88 abonnements pour 100 habitants pour une population estimée à 17 880 386 habitants par l'INSD. Le mode d'abonnement dominant les le prépayé qui constitue 99,99% du parc des lignes mobiles.

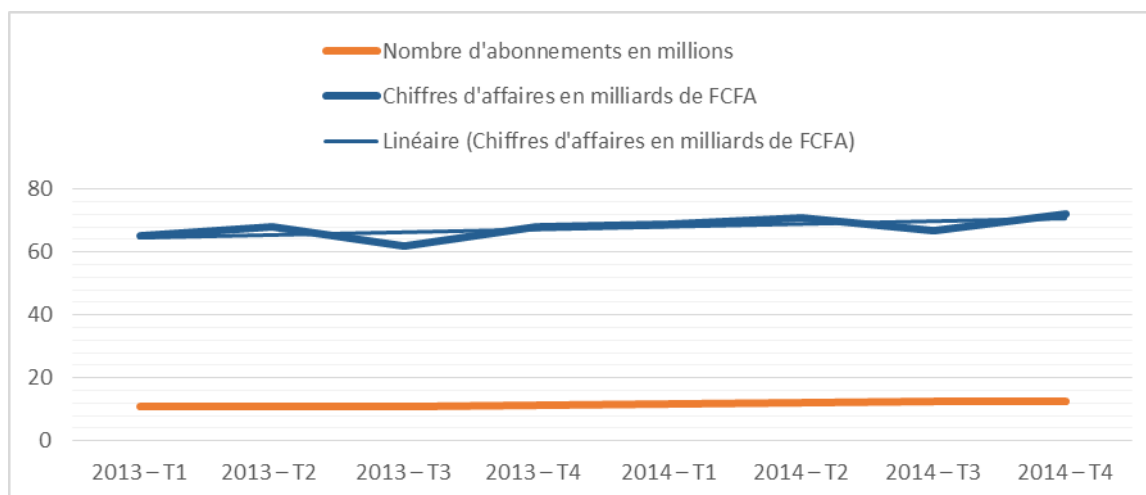
En considérant le parc d'abonnements de chacun des trois (03) opérateurs, il se dégage une part de marché de 44 % pour ONATEL S.A., 37 % pour Airtel Burkina Faso S.A. et 19 % pour Telecel Faso S.A.

Tableau 7 : Part de marché en nombre d'abonnement des ORM au Burkina Faso en 2014

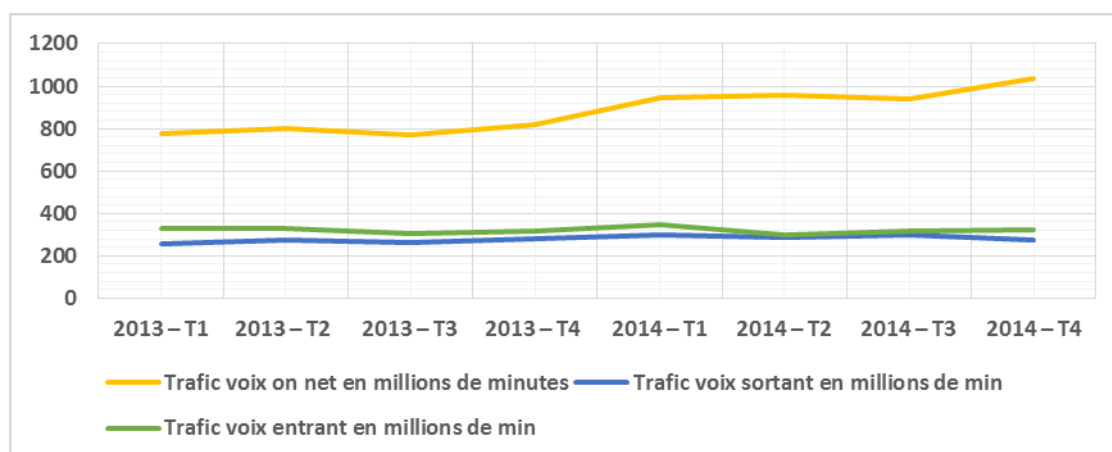
	ONATEL SA	AIRTEL BURKINA FASO SA	TELECEL FASO SA	TOTAL
Parc d'abonnements au 31/12/2014	5 468 488	4 640 890	2 385 013	12 494 391
Part de marché en %	44%	37%	19%	100%

Les graphiques ci-dessous, tirés de l'Observatoire présente l'évolution des principales données infra-annuelles des exercices 2013 et 2014 pour l'ensemble des trois réseaux mobiles

Figure 17: Evolution trimestrielle du chiffre d'affaires et du parc des abonnements 2013-2014



Source : Arcep (Observatoire des marchés, 2014)

Figure 18 : Evolution des trafics voix des opérateurs mobiles

Sources : Arcep (Observatoire des marchés, 2014)

Les données trimestrielles montrent que le volume d'activités des réseaux mobiles continue de croître, passant d'un chiffre d'affaires total de 263 milliards de francs CFA en 2013 à 279 milliards en 2014.

Pour atteindre ces performances les opérateurs ont consenti des investissements appréciables notamment dans la couverture géographique de leurs réseaux et dans le développement de la chaîne de distribution. Le montant global des investissements corporels et incorporels des trois opérateurs ont atteint 13% de la somme de leurs chiffres d'affaires.

Ainsi 96% du territoire national est couvert par le réseau mobile en fin 2014. Le réseau commercial ou réseau de distribution des opérateurs couvre l'ensemble des 13 régions que compte le découpage administratif du Burkina Faso.

Le tableau ci-dessous présente la répartition des distributeurs (principaux) dans ces régions.

Tableau 8: répartition des distributeurs principaux des services des opérateurs de téléphonie par région

Régions	Nombre de distributeurs en 2014
Boucle du Mouhoun	24
Cascades	7
Centre	68
Centre-Est	28
Centre-Nord	19
Centre-Ouest	12
Centre-Sud	7
Est	24
Hauts-Bassins	37
Nord	26
Plateau Central	8
Sahel	19

Sud-Ouest	18
Total	297

Source : ARCEP – Burkina Faso

A titre de comparaison, la SONAPOST comptait 108 bureaux de postes en fin 2014 tandis que l'ensemble des 18 banques et établissements financiers à caractère bancaire répertoriés par la BCEAO au Burkina Faso comptaient 231 guichets en 2013.

Mais au-delà de ces principaux distributeurs qui sont en général des vendeurs des cartes SIM (enregistrement de nouveaux abonnements) et des grossistes des cartes à gratter de recharges des crédits prépayés, l'on compte des milliers de revendeurs des services des réseaux mobiles. En effet il est possible d'acheter au moins des cartes à gratter de recharges des crédits prépayés voire des terminaux dans presque chaque boutique, alimentation ou auprès des nombreux vendeurs ambulants qui bordent les voies publiques dans toutes les villes du Burkina Faso.

Ainsi la politique commerciale des opérateurs a rendu aisé pour les populations¹ l'accès aux services de la téléphonie mobile, d'autant que le coût d'utilisation des services de base (voix, SMS) a énormément baissé. A titre d'illustration de cette baisse des tarifs, les tableaux suivants présentent les tarifs du prépayé en 2005 et 2014 :

Tableau 9 : Tarifs d'une minute de communication prépayée en 2005

Montant en (FCFA TTC) par minute	ONATEL (Mobile)		AIRTEL		TELECEL	
	HP	HC	HP	HC	HP	HC
Intra réseau	160	128	170	136	159	126
Inter réseau GSM	236	189	280	223	235	188
Vers fixe local	142	114	219	175	140	122
Vers fixe national	189	152	250	199	188	162

HP : Heure pleine ; HC : Heure creuse ; TTC : toute taxe comprise (taux de TVA 18%)

Source : ARCEP

Tableau 10 : Tarifs d'une minute et d'un SMS prépayés en 2014

Montant en (FCFA TTC)	ONATEL (Mobile)		AIRTEL		TELECEL	
	HP	HC	HP	HC	HP	HC
Intra réseau	90		90		84	
Inter réseau GSM	90		90		90	
Vers fixe local	60		90		90	
Vers fixe national	60		90		90	
Appel vers Pays Afrique	Zone 1 : 100		Zone 1 : 99		150	
Appel vers Reste du Monde	Zone 2 : 175		Zone 2 : 150			

¹ Le prix d'achat d'une carte SIM en 2014 est de 500 FCFA TTC auprès de chacun des trois réseaux mobiles. La nouvelle carte SIM comporte en général un crédit de communication ouvert de 500 FCFA. Ainsi les opérateurs subventionnent le raccordement au réseau pour les nouveaux abonnements.

	Zone 3 : 240		
	Zone 4 : 730	Zone 3 : 250	
SMS on net	10	10	10
SMS vers autres réseaux mobiles nationaux	20	20	20
SMS vers l'international	50	50	50

Source : ARCEP

Il ressort de ces tableaux qu'entre 2005 et 2014, le tarif de la minute des appels nationaux a baissé de près 45% sur les réseaux mobiles de l'ONATEL SA et de Telecel Faso SA et de 56% sur le réseau d'Airtel Burkina Faso SA.

Cependant, deux ORM sur les trois ont initié l'offre de services d'argents mobiles sur leurs réseaux (AIRTEL et ONATEL) en partenariat avec les filiales des banques commerciales établies dans le pays (Ecobank et BICIAB (filiale de BNP Parisbas)).

Chapitre 2 : Présentation de l'offre des services d'argent mobile des opérateurs

Au Burkina Faso le mobile money a été lancé comme service à valeur ajoutée sur les réseaux mobiles de deux opérateurs successivement en 2012 et 2013. Ce produit est appelé Airtel Money « M-Liguidi » sur le réseau de Airtel Burkina Faso et Mobicash « VENEGA » pour l'ONATEL SA.

Ces services d'argent mobile connaissent depuis leur lancement, un succès et un développement relativement important. L'on note en effet un nombre grandissant des agents agréés de distribution qui implantent leurs kiosques dans tous les quartiers des grandes villes et dans les zones rurales. Les services d'argent mobile facilitent la vie économique des différentes couches des populations rurales et urbaines du pays puisque leur utilisation est croissante pour les transferts d'argent, la recharge électronique des crédits de communication et pour les paiements de factures.

Ce chapitre présente les services de monnaie électronique offerts sur les réseaux des deux opérateurs au Burkina Faso et fait ressortir les tarifs et les volumes d'activités.

3. Le service Airtel Money (M-Liguidi) sur le réseau de Airtel Burkina Faso SA

C'est précisément le 17 Juillet 2012 que le service de monnaie électronique démarre sur le réseau de Airtel Burkina Faso SA. Le nom commercial attribué au service est « Airtel Money m-ligdi¹ » qui se traduit par « Airtel Money c'est mon argent ».

1.1. Les partenaires dans le développement et l'offre du service

Pour l'offre de ce service, ZAIN MOBILE COMMERCE B.V. crée en 2011 au Burkina Faso, une société anonyme ayant pour dénomination sociale AIRTEL MOBILE COMMERCE BURKINA FASO.

Conformément à ses statuts, cette société a pour objet, directement ou indirectement en tous pays et particulièrement au Burkina Faso :

- le transfert de valeur électronique entre les clients de Airtel Burkina Faso SA sur la base des instructions données par Airtel Burkina Faso SA et ses clients ou d'autres structures ;
- l'ouverture et la tenue de d'un compte séquestre de paiement ouvert auprès d'une banque pour permettre l'utilisation des services de commerce par téléphone mobile et toute autre activité connexe. La banque partenaire actuelle est Ecobank Burkina Faso.

Le capital social en 2011 était fixé à la somme de dix millions (10 000 000) de FCFA divisée en mille (1000) actions de dix mille (10 000) FCFA entièrement libérées et appartenant à l'actionnaire unique ZAIN MOBILE COMMERCE B.V.

L'actionnaire unique est une société de droit Néerlandais dont le siège social est établi à Siriusdreef et est immatriculée au Registre de Commerce et des Sociétés des Chambres de Commerce et d'Industrie d'Amsterdam. C'est aussi l'actionnaire d'Airtel Burkina SA.

Le service de monnaie électronique Airtel Money relève de ce que la BCEAO qualifie de partenariat banque-opérateur de télécommunication pour l'émission de la monnaie électronique. Dans ce partenariat, Ecobank, une des banques commerciales établies au Burkina Faso est l'établissement d'émission. Airtel Mobile Commerce est le distributeur tandis qu'un contrat d'assistance technique lie l'ORM Airtel Burkina Faso SA, opérateur de réseau mobile et Airtel Mobile Commerce.

Dans le cadre de ce contrat d'assistance, Airtel Burkina Faso SA fournit à Airtel Mobile Commerce :

- des éléments d'équipements informatiques et de réseau ;

¹«M-ligdi» est une expression d'une langue nationale (le mooré) qui est parlée par plus de 50% de la population burkinabé, notamment dans le plateau central. En français elle signifie « c'est mon argent »

- la prestation de services techniques informatique et réseau ;
- la prestation de services de gestion administrative, financière, comptable et juridique de l'activité de monnaie électronique ;
- les services marketing de l'activité ;
- la vente et la distribution de l'activité et la gestion de la clientèle via le call center ;
- l'enregistrement des nouveaux abonnements aux services de monnaie électronique ;

1.2. Les opérations du service Airtel Money et leurs tarification

Le service est présenté au public via le site web de Airtel Burkina Faso¹. Suivant cette présentation, Airtel Money m-ligdi transforme le téléphone mobile en un véritable porte-monnaie, afin de faciliter les opérations de la vie courante.

Le service de monnaie électronique permet quatre grandes catégories d'opérations :

1.2.1. les opérations de dépôt et de retrait d'espèces (« cash-in » et « cash out ») :

Le client dépose de l'argent liquide sur son compte électronique. Cela s'effectue par l'intermédiaire d'un Agent qui reçoit les espèces du client et crédite le compte électronique du client. Une fois son compte approvisionné, le client peut à tout moment retirer de l'argent liquide de son porte-monnaie électronique auprès d'un agent qui débite le compte électronique mobile du client et lui remet l'argent en liquide. Il peut aussi effectuer les opérations de transferts et de paiement.

L'opérateur ne facture pas le dépôt. Seuls les retraits d'espèces sont facturés. Les tarifs sont structurés par intervalles de montants. Un montant forfaitaire est facturé par intervalle. Cependant les valeurs comprises dans le dernier intervalle sont facturées en terme de pourcentage du montant du cash out (retrait). Le tableau suivant présente les tarifs en vigueur en 2015 :

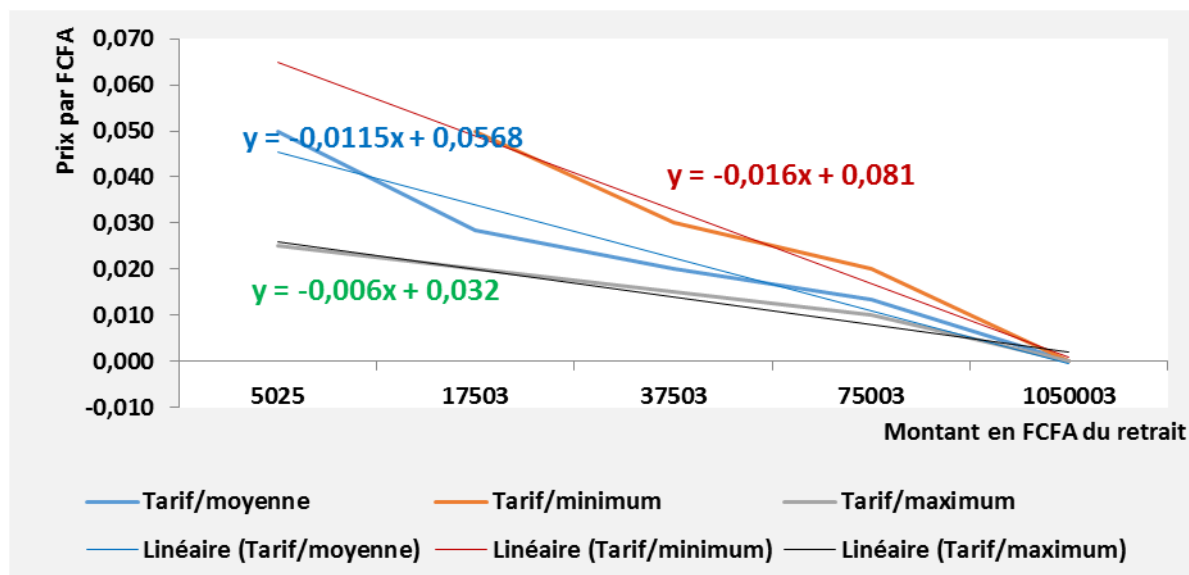
Tableau 11 : Tarif en 2015 des dépôts-retrait (cash in – cash out) sur Airtel money

Montant en FCFA des transactions		Tarifs en FCFA TTC	
Minimum	Maximum	Dépôt	Retrait sur son compte
50	10 000	Gratuit	250
10 005	25 000	Gratuit	500
25 005	50 000	Gratuit	750
50 005	100 000	Gratuit	1 000
100 005	2 000 000	Gratuit	1%

Source : Airtel Burkina Faso SA (2015)

Figure 19 : Evolution du tarif par unitaire monétaire suivant le montant du retrait

¹http://africa.airtel.com/wps/wcm/connect/africarevamp/burkinafaso/Airtel_money/Home/Personal/About_airtel_money



Les courbes de tendance avec les équations de droite associées montrent que le prix unitaire baisse avec l'importance du montant du retrait : plus le montant retiré est élevé, plus faible sera le prix unitaire par franc CFA facturé.

1.2.2. Les opérations de transfert et réception de l'argent

Par ces opérations le client transfère à partir de son téléphone portable une somme d'argent à un autre utilisateur du service sans que ce transfert ne s'accompagne d'un échange de biens ou de services. Il s'agit d'un transfert de particulier à particulier (P2P). Cette transaction peut être nationale (le destinataire du transfert est à l'intérieur du Burkina Faso et reçoit le transfert sur un numéro de téléphone d'un des ORM établis dans ce pays) ou internationale (le destinataire est dans un pays étranger).

L'opérateur ne facture pas la réception du transfert et le transfert d'un compte à son propre compte n'est pas non plus facturé.

Est facturée, l'initiation d'un transfert en vue d'un retrait par un bénéficiaire. Les tarifs sont aussi structurés par intervalle avec un montant forfaitaire facturé par intervalle. Les valeurs comprises dans le dernier intervalle sont facturées en termes de pourcentage du montant du transfert. Le tableau suivant présente ces tarifs :

Tableau 12 : Tarifs des opérations de transferts

Transferts nationaux			
Tranches en FCFA des transactions	Transfert	Réception transfert	Transfert + Retrait

Minimum	Maximum	Compte à compte	à Cash		Airtel Money	Non Airtel Money
50	10 000	0	400	Gratuit	250	400
10 005	25 000	0	750	Gratuit	500	750
25 005	50 000	0	1 000	Gratuit	750	1 000
50 005	100 000	0	2 000	Gratuit	1 000	2 000
100 005	2 000 000	0	2%	Gratuit	1%	2%
Transferts internationaux						
Partenaires	Pays	Tranches en FCFA des transactions		Réception Transfert		Frais
Orange	Côte d'Ivoire	Minimum	Maximum			
		500	50 000	Gratuit		1 000
		50 005	200 000	Gratuit		3 000
		200 005	400 000	Gratuit		5 000
		400 005	1 000 000	Gratuit		9 000

Source : Airtel Burkina Faso SA (2015)

Les tarifs sont différenciés selon que le transfert est initié vers un numéro du même réseau ou vers celui d'un autre réseau du pays (ONATEL SA ou Telecel Faso SA). Pour ce dernier cas le tarif est en moyenne 1,6 fois plus élevé.

En 2015 les transferts à l'international étaient encore limités aux transferts à destination de la Côte d'Ivoire. Ce pays voisin du Burkina Faso accueille la part la plus importante des ressortissants burkinabè à l'étranger. La communauté burkinabè qui y est implantée était estimée à près de 5 millions, soit plus du quart de la population recensée sur le territoire national burkinabè en 2015.

La structure des tarifs est similaire à celle des opérations de dépôt et retrait, c'est-à-dire que le prix unitaire baisse avec l'importance du montant du transfert : plus le montant transféré est élevé, plus faible sera le prix unitaire par franc CFA facturé sur l'opération.

1.2.3. Les opérations de paiements

L'abonné au service peut transférer de l'argent via son téléphone portable et à partir de son compte électronique mobile vers un autre compte électronique mobile d'un fournisseur de biens ou de services. C'est un virement effectué pour le paiement de biens ou services, que ce soit sur le point de vente (vente au détail) ou à distance (paiement de factures).

Cette opération permet donc à l'abonné :

- Le règlement des achats de biens et services dans les boutiques et supermarchés partenaires de l'opérateur ;
- l'achat de crédit de communication et des forfaits internet et SMS ;
- le règlement de factures d'eau et d'électricité auprès des sociétés d'Etat fournisseurs de ces services ;
- le renouvellement des abonnements aux chaînes de télévision payantes (DSTV – CANAL +) ;
- le règlement des primes d'assurances auprès des sociétés partenaires ;
- le chargement de la carte bancaire prépayée ;
- le paiement de salaires des employés ;
- le règlement de frais de scolarité.
- Etc

L'ensemble de ces opérations sont rendues possibles grâce à des partenariats qu'Airtel Mobile Commerce a établis avec une cinquantaine de sociétés parmi lesquelles l'on compte des banques, des sociétés d'assurances, des chaînes de restauration, des supermarchés, l'Office National de l'Eau et l'Assainissement au Burkina Faso (ONEA), la Société Nationale Burkinabè d'Electricité (SONABEL) etc.

L'opérateur ne facture pas à l'abonné le service de paiement via son compte électronique, d'où la gratuité de ce service.

Tableau 13 : Tarifs des opérations de paiement de biens et services

Services de paiement	Tranches en FCFA des transactions		Tarif
	Minimum	Maximum	
Biens et services	50	2 000 000	Gratuit
Factures	50	2 000 000	Gratuit
Achat d'unités	100	100 000	Gratuit

Source : Airtel Burkina Faso SA [2015]

Les services de paiement sont plafonnés à 2 millions FCFA pour les achats dans les boutiques et les magasins partenaires et à 100 000 FCFA pour les recharges de crédits de communication via Airtel Money. Le montant maximal concerne chaque opération de l'abonné et non l'abonné lui-même. Ainsi, le même abonné peut effectuer plusieurs opérations dont les montants cumulés dépassent le maximum autorisé par service.

1.2.4. Les services divers

Les services divers sont relatifs aux informations que le titulaire d'un compte électronique voudrait disposer sur son compte d'argent mobile ou sur son compte bancaire. Il s'agit de la mise à disposition des éléments suivants :

- le solde,
- le mini relevé,
- le solde banque.

Dans cette rubrique sont aussi proposés deux services bancaires dévolus aux abonnés titulaires de comptes bancaires, à savoir la mise à disposition :

- du solde du compte bancaire,
- du mini relevé bancaire

Seules sont gratuites pour l'abonné, la consultation de son compte Airtel Money et l'opération de transfert de son compte bancaire vers son compte Airtel Money. Pour les autres services, un montant forfaitaire est facturé par l'opérateur.

Tableau 14 : Tarifs des opérations diverses

Services divers	Montant en FCFA		Tarifs
Solde			Gratuit
Mini relevé			50
Solde Banque			50
Mini relevé Banque			100
Transfert de Airtel Money à Banque	Minimum	Maximum	
	500	250 000	1 000
Transfert de banque vers son porte-monnaie Airtel Money	500	250 000	Gratuit

Source : Airtel Burkina Faso SA (2015)

2. Le service Mobicash Venega sur le réseau mobile de l'ONATEL SA

Le service de monnaie électronique nommé « Mobicash Venega¹ » a été lancé le 20 mai 2013 sur le réseau de réseau mobile de l'ONATEL SA. L'opérateur présente son service comme un porte-monnaie électronique à partir duquel l'on peut en toute sécurité et à tout moment :

- envoyer de l'argent à un proche ou à un fournisseur,
- recevoir de l'argent d'un proche ou d'un client,
- recharger votre son numéro de téléphone mobile celui d'une autre personne,
- régler les achats de biens et services auprès des marchands et fournisseurs agréés MOBICASH VENEGA

2.1. Les partenaires dans le développement et l'offre du service

Le schéma organisationnel de l'offre de service d'argent mobile Mobicash relève de ce que la BCEAO qualifie de partenariat banque-opérateur de télécommunication pour l'émission de la monnaie électronique. Dans ce partenariat la banque commerciale est l'établissement d'émission. Cette banque commerciale est la Banque Internationale pour le Commerce, l'Industrie et l'Agriculture du Burkina (BICIA-B), une filiale du groupe bancaire français BNP-Paribas. La banque est chargée de surveiller la régularité des opérations d'argent

¹ « Venega » qui signifie « argent comptant » est un mot de la principale langue nationale du pays (le mooré).

mobile Mobicash réalisées afin de s'assurer qu'elles sont conformes aux règles édictées par le régulateur financier, la Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO).

Le partenaire technique est l'ONATEL SA via son réseau mobile qui héberge et gère la plateforme de transaction, le marketing de l'activité, l'enregistrement des nouveaux abonnements de Mobicash, la vente et la distribution des services de l'activité et la gestion de la clientèle.

A la différence d'Airtel Money, aucune société distincte n'a été créée pour la prise en charge ou la distribution des services de l'activité mobile mobile. Ainsi le service d'argent mobile Mobicash est distribué directement par l'opérateur.

2.2. Les services d'argent mobile Mobicash et leurs tarifs

Mobicash comporte quasiment les mêmes services que Airtel money, à savoir :

- les opérations de dépôt et retrait d'argent sur le compte électronique auprès d'un agent agréé de Mobicash ;
- les opérations de transfert et réception de l'argent ;
- les opérations de paiement ;
- les services divers (consultation de solde, historique des transactions, etc).

Le tableau suivant présente les tarifs de ces services :

Tableau 15 : Tarifs des opérations de dépôt et de retrait

Montant en FCFA des transactions		Commissions FCFA TTC /opération	
Minimum	Maximum	Dépôt	Retrait
100	499	Gratuit	-
500	5 000	Gratuit	350
5 001	25 000	Gratuit	600

25 001	50 000	Gratuit	900
50 001	100 000	Gratuit	1 500
100 001	200 000	Gratuit	2 000

Tableau 16 : Tarifs des opérations de transfert de personne à personne

Montant en FCFA des transactions		Commissions FCFA TTC/opération	
Minimum	Maximum		
500	10 000		50
10 001	50 000		200
50 001	100 000		400
100 001	200 000		600

Tableau 17: Tarifs des opérations de paiement

Opération	Forfait FCFA/opération	
Paiements de factures		250
Achat de biens et services		25

Source : ONATEL SA [2015]

2.3. Comparaison des services et des tarifs entre Airtel money et Mobicash

Airtel money offre à ses abonnés un éventail de services plus étendu que Mobicash. En effet contrairement à Mobicash, l'on note avec Airtel money la possibilité de transfert d'argent à l'étranger, en l'occurrence vers la Côte d'Ivoire. Or la Côte d'Ivoire étant la première destination d'émigration des burkinabé, chaque abonné est susceptible d'être en relation avec un ou plusieurs membres de sa famille en Côte d'Ivoire soit pour lui envoyer de l'aide financière mais surtout pour en recevoir de ses parents émigrés qui y ont trouvé de meilleures conditions de travail et de rémunération. Ce service est un atout important à la fois de fidélisation de la clientèle et aussi de captation de nouveaux clients dans la mesure où la quasi-totalité des familles au Burkina Faso compte au moins un, voire plusieurs proches émigrés en Côte d'Ivoire.

Par ailleurs Airtel Money offre la possibilité de transfert vers les autres réseaux mobiles, ce que ne permet pas encore Mobicash.

Le tableau suivant établit une comparaison des tarifs des différents services entre les deux opérateurs :

Tableau 18 : Comparaisons des tarifs des services d'argent mobile Mobicash et Airtel money

Services dépôt - Retrait					
Montant en FCFA des transactions		Commissions FCFA TTC /Retrait		Ecart	
Minimum	Maximum	airtel money (a)	Mobicash (b)	(a-b)	(a-b) en %
100	499	250	-		
500	5 000	250	350	-100	-29%
5 001	25 000	500	600	-100	-17%
25 001	50 000	750	900	-150	-17%
50 001	100 000	1 000	1 500	-500	-33%
100 001	200 000	1000 à 2000	2 000	-1000 à 0	-100% à 0%
200 001	2 000 000	1%	-	-	-
Services transferts					
Montant en FCFA des transactions		Commissions FCFA TTC /Transfert		Ecart	
Minimum	Maximum	Airtel Money (a)	Mobicash (b)	(a-b)	(a-b) en %
500	10 000	400	50	350	700%
10 001	25 000	750	200	550	275%
25 001	50 000	1 000	200	800	400%
50 001	100 000	2 000	400	1600	400%
100 001	200 000	2000 à 4000	600	1400 à 3400	233% à 567%
200 001	2 000 000	2%	-	-	
Services Divers					
Opération		Forfait FCFA/opération		Ecart	
		Airtel Money (a)	Mobicash (b)	(a-b)	(a-b) en %
Paiements de factures		0	250	-250	100%
Achat de biens et services		0	25	-25	100%

Les colonnes en rouges montrent les tarifs plus élevés pour les services concernés. Il ressort que les commissions des opérations de retrait d'un dépôt via Mobicash sont supérieures à celles présentées par Airtel money. L'écart varie de 17% à 100% suivant les intervalles des montants des retraits.

Par contre pour les services de transferts, c'est Airtel money qui affiche les tarifs les plus élevés. Pour ce même service, les tarifs de cette société équivalent de 2 à 7 fois les tarifs de Mobicash suivant les montants des montants transférés.

L'on note par ailleurs que les opérations de commerce mobile (paiements de facture, achats de biens et services) ne sont pas facturées par Airtel Money alors que Mobicash fait supporter à ses abonnés des frais forfaitaires pour l'utilisation de ce service.

Le montant plafond des opérations via Airtel money est de de 2 000 000 FCFA. Ce plafond est de 200 000 FCFA pour Mobicash. Ces plafonds sont conformes à la nouvelle Instruction de la BCEAO qui limite à 2 000 000 FCFA, les avoirs en monnaie électronique détenus par un même client identifié auprès d'un établissement émetteur ne peuvent excéder 2 000 000 FCFA sauf autorisation expresse de la Banque Centrale¹.

¹ Cf. article 31 de l'Instruction n°008-05-2015 du 21 mai 2015 régissant les conditions et modalités d'exercice des activités des émetteurs de monnaie électronique dans les Etats membres de l'Union Monétaire Ouest Africaine

3. La collecte des données auprès des opérateurs

3.1. *Méthodologie de la collecte des données*

L'étude de l'évolution quantitative de l'activité d'argent mobile sur les deux réseaux (Airtel et ONATEL) se fonde sur les données collectées auprès de ces opérateurs. Pour ce faire une fiche de collecte a été élaborée et envoyée à ces opérateurs pour renseignement. Des entretiens ont été effectués auprès de ces opérateurs afin de recueillir des explications complémentaires sur ces données. Les éléments d'informations collectées auprès de ces opérateurs sont suivants :

- ***l'effectif du personnel affecté à l'activité d'argent mobile*** : il s'agit du personnel affecté de façon permanente par l'opérateur à l'activité de monnaie électronique.
- ***le chiffre d'affaires*** : c'est le revenu généré par les services de monnaie mobile, constitué essentiellement des commissions sur les différentes opérations que l'opérateur facture à ses abonnés le parc des comptes d'argent mobile.
- ***le parc des souscriptions aux services d'argent mobile ou parc des comptes d'argent mobile*** : c'est le nombre total des abonnements (cartes SIM actives) ayant souscrit à un compte de monnaie électronique pour l'utilisation des services liés. Le GSMA les nomme « comptes enregistrés » et spécifie parmi ces comptes enregistrés, les comptes actifs qui sont ceux ayant enregistré au moins une opération sur une certaine période de temps (au cours des 90 derniers jours). Cependant les données collectées auprès des opérateurs ne distinguent pas les comptes électroniques actifs.
- ***le volume des dépôts sur les comptes en nombre et en valeur*** : ce sont les montants des liquidités déposés sur les comptes enregistrés. Ces montants peuvent servir à effectuer des opérations d'argent mobile (transferts, paiements)
- ***le volume des paiements (retrait) en nombre et en valeur*** : il s'agit des retraits de liquidités d'argents auprès des agents agréés.
- ***le volume des transferts (P2P) en nombre et en valeur*** : ce sont les transferts d'argent électroniques entre utilisateurs, donnant la possibilité au destinataire de procéder au retrait d'argent liquide auprès d'un distributeur agréé.
- ***le volume des commissions payées aux distributeurs agréés*** : les commissions représentent les montants versés aux distributeurs des services d'argent mobile
- ***la répartition géographique des distributeurs agréés*** : le Burkina Faso est réparti en 13 régions. Les statistiques des distributeurs dans chacune des régions renseignent sur le maillage territorial du réseau commercial et le niveau de rapprochement du service aux populations.
- les éléments suivants d'investissements et des charges :

- ✓ les dépenses d'acquisition de la plateforme et/ou l'application mobile money ;
 - ✓ les dépenses de maintenance de la plateforme mobile money ;
 - ✓ les dépenses de déploiement du réseau commercial ;
 - ✓ les dépenses de marketing ;
 - ✓ Commissions bancaires de mouvements (commissions sur dépôt et retrait d'espèces en banque)
- **Les tarifs des différents services d'argent mobile** : les données sur tarifs déjà présentées plus haut ont permis d'apprécier le coût pour l'utilisateur des différents services d'argent mobile et aussi d'effectuer une comparaison de ces tarifs entre les opérateurs.

3.2. *Résultat de la collecte des données*

La fiche de collecte renseignée a recueilli les informations par trimestre, en l'occurrence du premier trimestre du lancement du service au dernier trimestre de 2014. Cette collecte d'informations a en effet été effectuée au cours du premier trimestre de 2015. Pour la présentation des données collectées, un traitement préalable a été nécessaire. Le parc des comptes enregistrés seront présentés par opérateur de même que l'effectif du personnel affecté à l'activité et la répartition des distributeurs.

Cependant les données telles que le chiffre d'affaires, et les autres informations économiques et financières feront l'objet d'une agrégation ou l'estimation d'une moyenne. Ce traitement préalable limite certes une étude comparative des performances économiques de l'activité entre les deux opérateurs mais consent à la nécessité de préserver la confidentialité de certaines données.

3.2.1. **Le parc des comptes d'argent mobile ouverts**

Airtel Money et Mobicash enregistrent en fin 2014 un parc total de 1 265 614 comptes enregistrés, soit un taux de pénétration de la population nationale de 7,1%. Les données de 2013 du GSMA¹ permettent de situer le poids de ce parc à l'échelle mondiale et dans la région de l'Afrique Subsaharienne. Il ressort de ces données qu'en juin 2013, on comptait plus de 203 millions de comptes d'argent mobile enregistrés au niveau mondial. Dans la seule Afrique subsaharienne, on en comptait plus de 98 millions la même période soit 34 % du total des comptes enregistrés. L'on peut en déduire que le parc des comptes d'argents mobiles au Burkina a atteint en 2014 seulement 1,3% du parc total en Afrique Subsaharienne de 2013. Quelle est la situation par opérateur ?

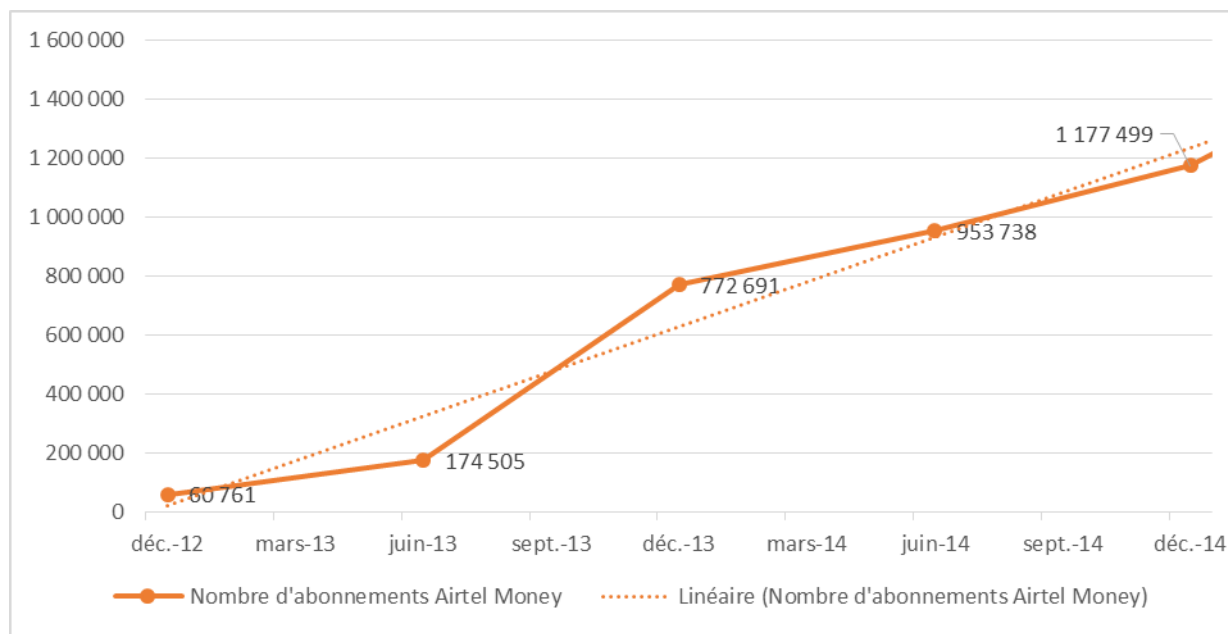
a. Le parc des comptes Airtel Money enregistrés

Lancé en juillet 2012, le service Airtel money a compté au 31 décembre de la même année 60 761 souscrits parmi les abonnés au réseau de l'opérateur, soit 1,6% du parc total des abonnements au réseau à cette date.

¹ Claire PENICAUD & KATAKAM Arunjay, les services financiers destinés aux personnes non bancarisées (le point sur le secteur en 2013), GSMA , Londres 2014

L'adoption rapide du service par les abonnés et l'intérêt qu'ils y tirent ont accéléré la croissance du nombre des souscripteurs qui a atteint 1 177 499 en fin décembre 2014. Ce nombre correspond à 25,4% du parc des abonnements au réseau mobile d'Airtel Burkina Faso SA à cette date et à un taux de pénétration de 6,6% de la population nationale.

Figure 20 : évolution du parc abonnements (comptes enregistrés) de Airtel money

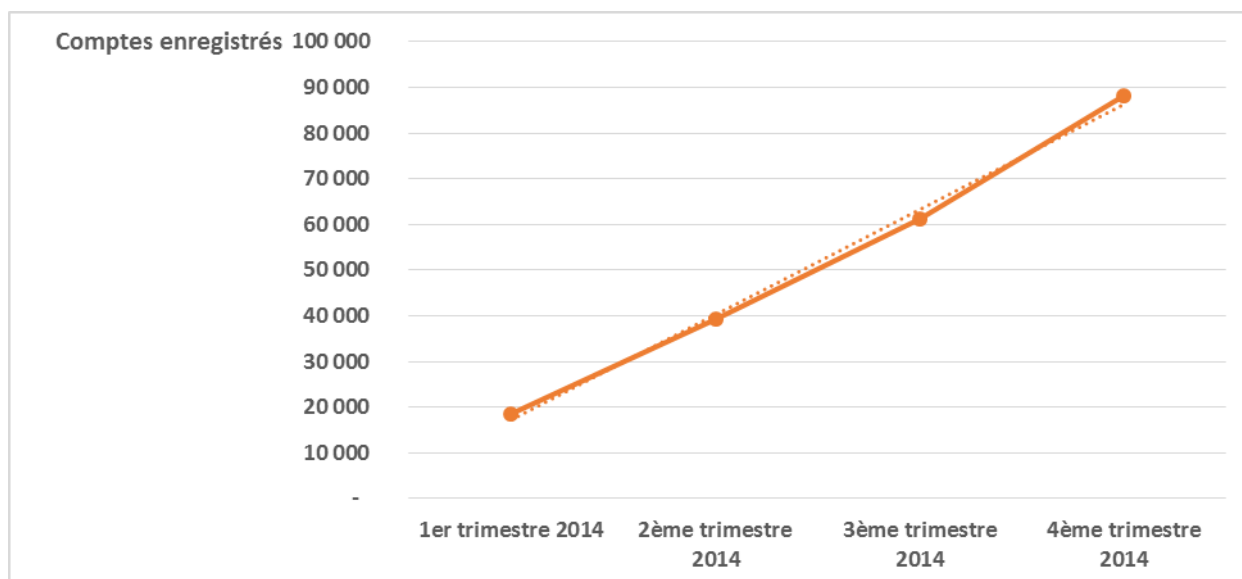


Le graphique montre que la forte croissance du nombre d'un trimestre à un autre. En moyenne 137 000 nouveaux comptes sont enregistrés chaque trimestre entre décembre 2012 et décembre 2014.

b. Le parc des comptes Mobicash enregistrés

Le lancement commercial de Mobicash remonte au 20 mai 2013. Cependant les statistiques disponibles sur ses comptes d'argent mobiles enregistrés concernent uniquement l'exercice 2014. Le parc des comptes d'argent mobiles était de 18 477 à la fin du 1^{er} trimestre 2014. En fin 2014 Mobicash enregistre 88 115 soit une multiplication par environ 4,8. Ce parc correspond à seulement 2% de l'ensemble des abonnements au réseau mobile de l'ONATEL SA. Le graphique ci-dessous montre l'évolution trimestrielle des comptes d'argent mobile sur l'année 2014 :

Figure 21 : évolution du parc abonnements (comptes enregistrés) de Mobicash



c. Analyse de l'évolution comparée des parcs des comptes d'argent mobile

Le parc des comptes Mobicash croît fortement d'un trimestre à un autre avec une moyenne de 22 000 souscriptions par trimestres. Mais cette croissance reste très faible en volume comparée à celle de Airtel Money. En effet bien qu'en fin 2014 le réseau mobile de l'ONATEL SA ait la plus grande part de marché en nombre d'abonnements (44%), Airtel Money comptabilise plus de 13 fois plus de compte que Mobicash avec un volume moyen trimestriel de nouveaux enregistrements 6 fois plus important.

Nous situons cet énorme écart principalement à deux niveaux. D'une part Airtel Money a lancé ses services dix mois plus tôt que Mobicash, ce qui lui confère une avance dans la mesure où une partie des abonnés au réseau de mobile l'ONATEL SA sont aussi abonnés du réseau mobile de Airtel Burkina Faso compte tenu du multi-abonnement. Par ailleurs la possibilité pour un abonné Airtel money d'effectuer des transferts d'argent électronique vers abonné d'un autre réseau réduit la nécessité pour un utilisateur de disposer à la fois d'un compte Airtel money et d'un compte Mobicash.

D'autre part la société offrant le service Airtel money a développé une politique commerciale beaucoup plus agressive. L'occupation territoriale du réseau commercial de Airtel money est beaucoup plus importante que celle de Mobicash. En fin 2014 Airtel money comptait 81 fois plus d'agents de distribution agréés. Le tableau ci-dessous présente pour cette période la répartition territoriale des agents agréés des deux fournisseurs des services d'argents mobile ainsi que le nombre d'agents agréés pour 100 000 habitants:

Tableau 19 : Répartitions des agents agréés de distribution des services d'argent mobile par région

Régions du Burkina Faso	Population (2014)	Agents agréés AIRTEL MONEY		Agents agréés MOBICASH		Total agents agréés	
		Nombre	Nbre d'agents pour 100 000	Nombre	Nbre d'agents pour 100 000	Nombre	Nbre d'agents pour 100 000

			Habitants		Habitants		Habitants
Boucle du Mouhoun	1 771 896	562	32	8	0,5	570	32
Cascades	713 059	244	34	0	0,0	244	34
Centre	2 429 718	3 205	132	45	1,9	3 250	134
Centre-Est	1 427 320	295	21	1	0,1	296	21
Centre-Nord	1 502 994	471	31	15	1,0	486	32
Centre-Ouest	1 468 966	564	38	6	0,4	570	39
Centre-Sud	783 430	190	24	0	0,0	190	24
Est	1 564 144	281	18	0	0,0	281	18
Hauts-Bassins	1 898 361	2 181	115	17	0,9	2 198	116
Nord	1 461 430	410	28	7	0,5	417	29
Plateau Central	852 536	209	25	1	0,1	210	25
Sahel	1 233 559	307	25	5	0,4	312	25
Sud-Ouest	772 973	409	53	10	1,3	419	54
Total	17 880 386	9 328	52	115	0,6	9 443	53

Sources : Airtel Burkina Faso & ONATEL SA [2015]

Alors que Airtel Money compte au minimum une vingtaine d'agents pour 100 000 habitants dans les régions et dépasse la centaine d'agents pour 100 000 habitants le Centre et les Hauts-Bassins, Mobicash n'atteint pas 2 agents agréés pour 100 000 habitants dans aucune région en fin 2014.

Ainsi Airtel money dispose d'un meilleur rapprochement de ses services à ses abonnés et aux utilisateurs potentiels. Cette agressivité commerciale est un argument majeur pour une croissance plus rapide et plus importante de son volume d'activité.

Au total les deux fournisseurs de services d'argents mobiles comptent en moyenne 53 agents agréés pour 100 000 habitants et un agent pour moins 135 comptes enregistrés à gérer. Cette donnée dénote une meilleure accessibilité aux services d'argents mobiles comparée à la moyenne mondiale fournie par le GSMA

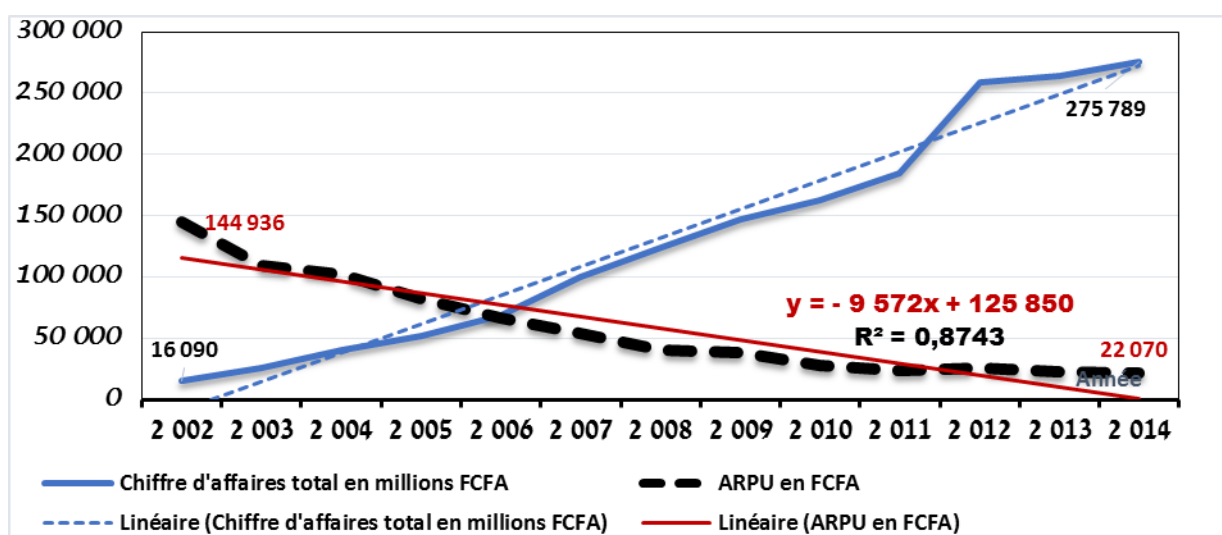
en 2013 qui faisait état de 28,4 agents pour 100 000 adultes [Claire P. & Arunjay K., 2014]. Par ailleurs il établit à 80 le nombre moyen de compte enregistré par agent actif à l'échelle mondiale.

La moyenne pour les deux opérateurs étant de 135, leur ratio est donc supérieur. Mais ce ratio est en dessous du seuil retenu comme pouvant préserver la viabilité de l'activité des agents agréés. En effet le GSMA a établi qu'un ratio compris entre 150 et 800 est probablement un bon ratio. Puisque lorsque le ratio est trop bas, en dessous de 150 clients par agent, les agents encourent le risque de ne pas gagner assez pour justifier l'activité. A l'inverse s'il est trop haut, au-dessus de 800 clients par agent, les clients risquent de souffrir des files d'attente parce qu'il n'y a pas assez d'agents pour répondre à leurs besoins. Ce qu'il pourrait créer une désaffection pour le service.

Chapitre 3 : les services d'argent mobile dans l'économie des ORM

Depuis 2002, les ORM enregistrent une baisse progressive de l'ARPU c'est-à-dire du revenu moyen par ligne téléphonique (mobile et fixe). En effet entre 2002 et 2014, le chiffre d'affaires total annuel des trois ORM (ONATEL, Airtel et Telecel) a certes beaucoup évolué en passant de 16 à 275,7 milliards de FCFA mais le revenu moyen annuel par carte SIM active des trois ORM a progressivement fondu en descendant de 149 936 à 22 070 FCFA par an. Cette chute s'explique notamment par la baisse progressive des tarifs des services voix et SMS ainsi que du prix des cartes SIM et des terminaux qui ont permis le raccordement des abonnés à revenus faibles ou même très faibles.

Figure 22 : Evolution du chiffre d'affaires et de l'ARPU des opérateurs de téléphonie au Burkina Faso



Source : ARCEP [2015]

Toutefois, l'adoption rapide des services d'argent mobile par les abonnés, l'investissement important dans le réseau commercial pour une accessibilité plus aisée, et la croissance du taux d'utilisation des services d'argent mobile font de cette activité un levier de croissance économique pour les opérateurs de téléphonie et une alternative à la baisse progressive du revenu par abonné.

Quels sont les avantages tirés de l'offre de l'argent mobile pour les opérateurs ? La réponse à cette question consiste à identifier et à valoriser les contributions à la valeur ajoutée de l'opérateur, induites par l'offre d'argent mobile. Plusieurs études, dont notamment celles menées par Kurt Salmon & PHB Development, [2011] et Paul LEISHMAN [2012] établissent, évaluent et analysent les contributions possibles de l'offre des services d'argent mobile à l'économie de l'opérateur. Quatre de ces apports nous semblent évidents et applicables au cas des opérateurs au Burkina Faso qui commercialisent les services d'argent mobile sur leurs réseaux. Il s'agit de :

- ✓ la fidélisation et l'accroissement du parc des abonnements aux services de l'ORM ;
- ✓ la génération de nouveaux revenus ;
- ✓ les économies réalisées sur la vente de temps communication via la plateforme de d'argent mobile ;

- ✓ l'augmentation du taux de consommation des services des opérateurs.

Ce chapitre dernier s'appuie sur les données collectées auprès des opérateurs pour évaluer quantitativement ces éléments de contribution de à l'économie des ORM établis au Burkina et parties prenantes dans l'offre des services de monnaie électronique sur leurs réseaux.

1. La fidélisation et l'accroissement du parc des abonnements aux services de l'ORM

L'objectif majeur de la politique commerciale ORM est l'accroissement du parc et la fidélisation des abonnés au réseau de sorte que leur utilisation des services commercialisés par l'opérateur lui permette d'engranger des revenus stables et croissants dans le temps. Pour rappel un abonnement est comptabilisé dans le parc s'il est dit actif, c'est à dire qu'il a enregistré un trafic (voix, SMS ou internet) sur les 90 derniers jours selon les normes de l'UIT. Le mode de prépaiement et le multi-abonnement prévalent au Burkina Faso avec un bon nombre des abonnés raccordé à plusieurs réseaux à la fois.

Dans ce contexte, l'accroissement du parc actif d'un ORM dépendra de deux facteurs : la fidélisation à son réseau qui se traduit par une plus grande fréquence d'utilisation des services sur son réseau et non pas celui des concurrents même si l'abonné est raccordé à d'autres réseau, et le raccordement de nouveaux client. Par conséquent l'ORM qui enregistre la croissance du parc la plus importante de son parc sera celui qui aura été meilleur dans ces deux points.

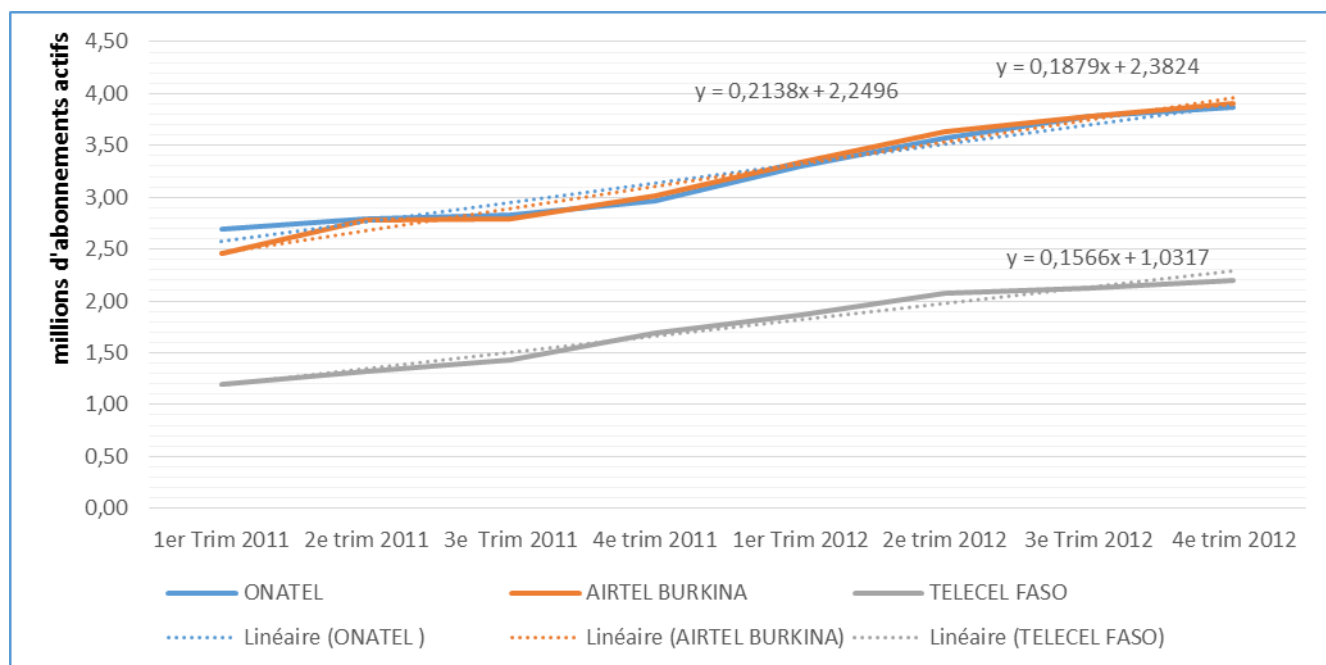
Nous formulons l'hypothèse que l'offre des services d'argent mobile sur un réseau améliore le parc de l'ORM grâce à une plus grande fréquence d'utilisation des services sur son réseau (fidélisation) et le raccordement de nouveaux clients. L'un des effets induits par l'offre d'argent mobile est l'acquisition de nouveaux clients. En effet l'offre de services d'argent mobile peut constituer un motif supplémentaire de se raccorder au réseau de téléphonie qui propose ce service. Et les investissements consentis par les opérateurs dans les campagnes de communications ont étendu la couverture médiatique de ce service dans les zones rurales même les plus éloignées des grands centres urbains. Ainsi les individus peuvent se convaincre des avantages attribués aux services d'argent mobile, notamment la commodité et l'accessibilité aisée au service, les coûts de transactions réduits, la rapidité dans l'exécution des transactions et la sécurité offerte par le service.

Pour vérifier cette hypothèse nous effectuons sur les huit premiers trimestres de l'existence des services d'argent mobile auprès deux ORM (années 2013 et 2014), une analyse de l'évolution des parcs d'abonnements. Cette même analyse est faite sur les huit derniers trimestres précédents la commercialisation effective du service sur les réseaux de ces deux ORM (2011 et 2012). L'idée de ces analyses est de vérifier si les performances en termes de croissance de parc actif des deux opérateurs offrant les services d'argent mobile ont été meilleures que celles de Telecel Faso SA, le seul opérateur n'ayant pas encore lancé le service.

1.1. Evolution des parcs des ORM de 2011 à 2012

Les graphiques ci-dessous présentent cette évolution ainsi que les ajustements linéaires associés :

Figure 23 : Evolution des parcs d'abonnements actifs des ORM en 2011 et 2012



Sources : Graphiques effectuées par l'auteur sur la base d'une compilation des données de l'ARCEP

L'application de la méthode de régression linéaire fait ressortir les paramètres suivants concernant les équations de droite dans le tableau ci-dessous :

Tableau 20 : Equations de droite de l'évolution des parcs d'abonnements actifs des ORM en 2011 et 2012

Période 2011-2012		
ORM	Equation de droite ($y = a_i x + b$)	Coefficient directeur (ou pente) de la droite (a_i)
ONATEL SA	$y = 0,1879x + 2,3824$	$a_1 = 0,1879$
Airtel Burkina Faso	$y = 0,2138x + 2,2496$	$a_2 = 0,2138$
Telecel Faso	$y = 0,1566x + 1,0317$	$a_3 = 0,1566$

L'équation $y = ax + b$ est l'équation de la droite d'ajustement linéaire de l'évolution du nombre d'abonnements en millions (y) avec le temps en trimestres (x). a_i est le coefficient directeur ou la pente de la droite. Une valeur a_i supérieure à zéro signifie une augmentation de nombre d'abonné dans le temps, et une valeur négative signifie une baisse.

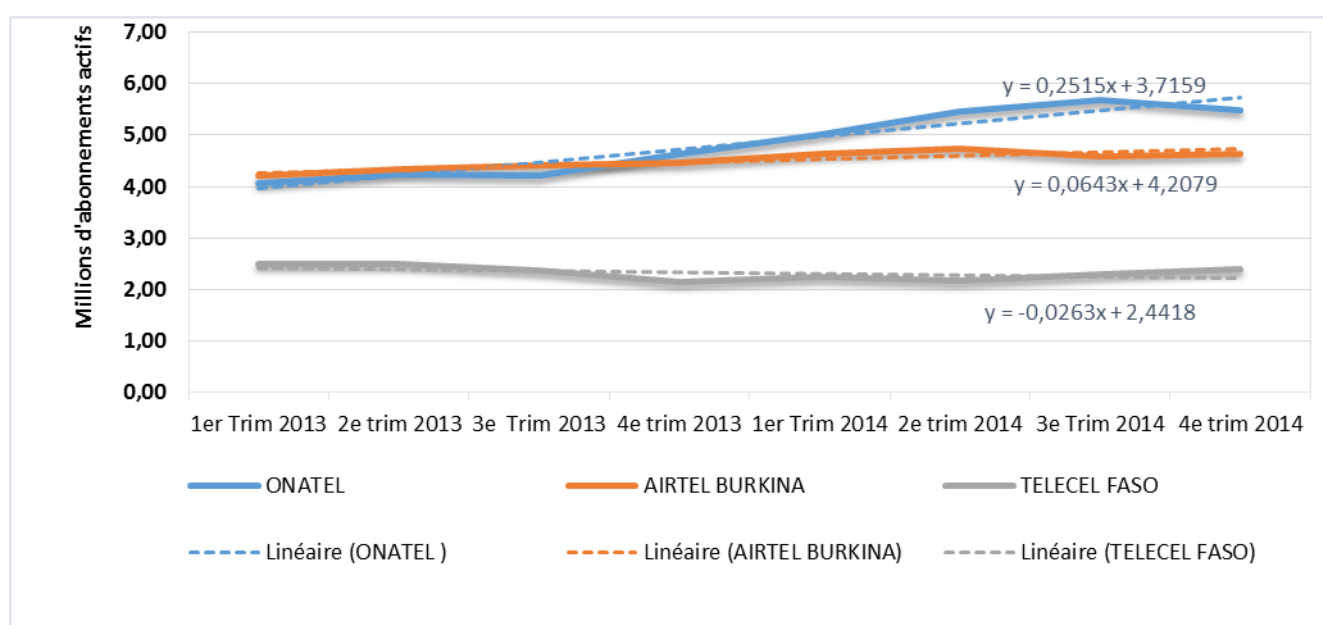
L'on note que $0 < a_3 < a_1 < a_2$.

Sur les huit derniers trimestres précédents le début effectif de l'offre des services d'argent mobiles sur les deux réseaux de téléphonie mobile (ONATEL SA et Airtel Burkina Faso), tous les trois ORM ont enregistré des évolutions croissantes de leurs parcs. L'opérateur Airtel Burkina Faso enregistrant la valeur a_i la plus élevée est celle ayant une fonction de croissance supérieure suivie de l'ONATEL puis de Telecel Faso.

L'on se souvient qu'en 2011, AIRTEL a été le premier opérateur à baisser ses tarifs voix à 90 FCFA TTC la minute et à effectuer le passage à la tarification à la seconde. Par ailleurs il a commencé cette même année à octroyer des bonus de crédits de communication à ses abonnés, ce que pratiquaient déjà ses concurrents. Cette stratégie commerciale lui avait permis d'enregistrer une croissance relative plus forte de son parc.

1.2. Evolution des parcs des ORM de 2013 à 2014

Figure 24 : Evolution des parcs d'abonnements actifs des ORM en 2013 et 2014



Sources : Graphiques effectuées par l'auteur sur la base d'une compilation des données de l'ARCEP

L'application de la méthode de régression linéaire fait ressortir les paramètres suivants concernant les équations de droite dans le tableau ci-dessous :

Tableau 21 : Equations de droite de l'évolution des parcs d'abonnements actifs des ORM en 2013 et 2014

Période 2013-2014		
ORM	Equation de droite	Coefficient directeur (ou pente) de la droite (a_i)
ONATEL SA	$y = 0,2515x + 3,7159$	$a_1 = 0,2515$
Airtel Burkina Faso	$y = 0,0643x + 4,2079$	$a_2 = 0,0643$
Telecel Faso	$y = -0,0263x + 2,4418$	$a_3 = -0,0263$

Sur la période 2013 – 2014 correspondant aux deux premières années de l'offre effective des services d'argent mobile par ONATEL SA et Airtel Burkina Faso.

L'on note que $a_3 < 0$ et $0 < a_2 < a_1$ dans les équations des droites d'ajustement linéaire.

Les deux opérateurs fournisseurs de services d'argent mobile sur leurs réseaux (ONATEL et Airtel Burkina Faso) ont pu maintenir leurs fonctions d'évolution du parc croissantes. Telecel Faso n'offrant pas ce service a vu son parc d'abonnements actifs décroître.

L'absence du service d'argent mobile sur son réseau explique-t-elle la décroissance de la fonction d'évolution du parc d'abonnements ? On peut répondre par l'affirmative dans la mesure étant donné que sur la même période et à l'instar de ses concurrents, Telecel Faso a maintenu les actions marketing incitatives classiques telles que les promotions octroyant les bonus de communications aux abonnés. Cet ORM offre même un avantage supplémentaire à ses abonnés, il s'agit des bonus de réception d'appel qui consistent à octroyer à ses abonnés, des crédits de communication proportionnels à la durée de l'appel reçu et utilisables pour les appels on net.

En conclusion l'offre des services d'argent mobile contribue à la fidélisation et des abonnés et à l'accroissement du parc.

D'ailleurs, en analysant des données plus détaillées des dix-huit premiers mois du service Mobile Money lancé en 2009 par l'opérateur MTN Ouganda¹, Paul LEISHMAN [2012] a abouti à une conclusion similaire qui se résume ainsi : quel que soit le mois considéré, le taux de désabonnement des clients actifs de l'argent mobile est quasiment nul (à savoir 0,2%) alors que le taux de désabonnement des clients de MTN Ouganda non-utilisateurs du service d'argent mobile se situait aux alentours de 4,5%. Et les bénéfices induits cette réduction du taux de désabonnement représentent 33% du total des recettes réalisées.

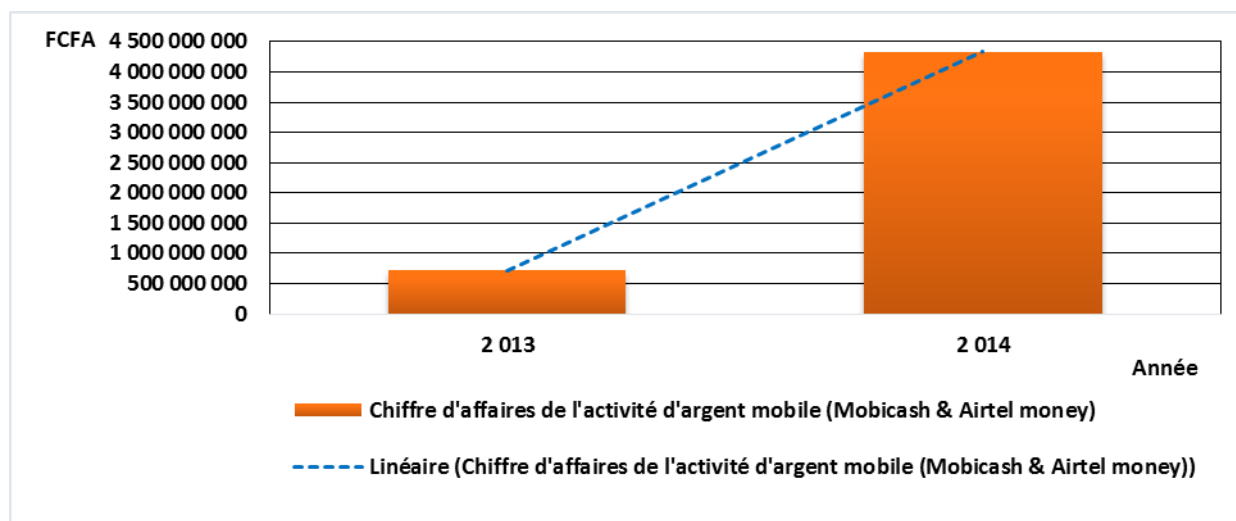
2. La génération de nouveaux revenus

L'offre des services d'argent mobile induit une nouvelle source de revenu qui est le chiffre d'affaires direct généré par les commissions payées par les clients.

Le chiffre d'affaires totalisé et généré par Mobicash et Airtel money a bondi de 712 millions FCFA à 4,33 millions FCFA soit une multiplication par 6 en deux ans.

Figure 25: Chiffre d'affaires total Mobicash & Airtel Money en 2013 et 2014

¹ Paul LEISHMAN, Y a-t-il vraiment de l'argent à gagner avec l'argent mobile? GSMA, Londres 2012



L'on en déduit une progression moyenne de plus d'un demi-milliard de francs CFA par trimestre. Le chiffre d'affaires total annuel de 2014 a représenté 1,6% du montant total du chiffre d'affaires de ce même exercice des trois ORM établis au Burkina Faso, contre 0,3% l'exercice précédent. Cette forte croissance démontre une adhésion très satisfaisante des utilisateurs aux services des activités d'argents mobile.

Ce chiffre d'affaires se compose essentiellement des commissions perçues sur les opérations de transferts et de dépôts retraits (cash in cash out) dont le volume s'est rapidement accru en nombre et en valeur au cours de ces deux derniers exercices.

2.1. Evolution des transferts

Le tableau suivant montre l'évolution des volumes de transferts traités par les deux fournisseurs des services d'argent mobile (Mobicash et Airtel money) :

Tableau 22 : Evolution des transferts entre 2013 et 2014

Transfert P2P	2013	2014	Volume2014/volume2013
Nombre d'opérations (en unité)	293 661	3 772 823	13
Valeur des opérations (en FCFA)	9 107 022 769	98 238 469 734	11
Valeur moyenne par opération de transfert P2P	31 012	26 038	0,8

En seulement deux ans le nombre d'opérations de transferts traitées par les deux fournisseurs de services d'argent mobile a été multiplié par treize (13) en passant de 293 661 à 3,77 millions d'opérations de transfert.

Leur valeur totale a plus que décuplé en passant de 9,1 milliards à près de 98,2 milliards de FCFA entre 2013 et 2014.

2.2. Evolution des opérations de dépôts - retraits

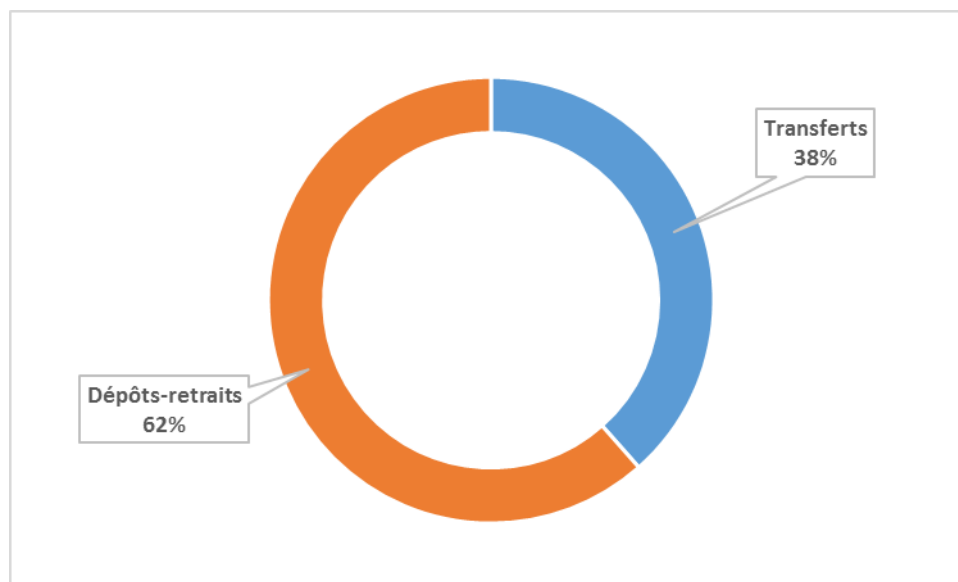
La deuxième composante de revenus substantiels des fournisseurs des services d'argents mobiles ce sont les opérations de dépôts – retraits (cash in – cash out). Pour rappel, les retraits d'argent liquide sont facturés. Le volume des paiements effectués a atteint 157 milliards de FCFA, soit dix fois plus que l'exercice précédent.

Tableau 23 : Evolution du montant des opérations de cash out entre 2013 et 2014

	2013	2014	Volume2014/volume2013
Valeurs en FCFA des opérations de retrait	15 485 899 944	157 141 796 175	10

Ces deux catégories d'opérations traitées par les fournisseurs ((transferts et dépôt-retrait) génèrent la quasi-totalité de revenus des opérateurs. La valeur totale des opérations s'élève en 2014 en valeur à 255,33 milliards de FCFA, soit 38% pour les opérations de transferts et 68% pour les dépôts-retraits.

Figure 26 : répartition du volume d'activité entre les transferts et les dépôts-retraits



Sources : Par l'auteur sur la base de la compilation des données de l'ARCEP

2.3. Incidence du chiffre d'affaires direct sur l'ARPU

Le chiffre d'affaires direct de l'activité d'argent mobile représente donc une source de valeur significative puisqu'il atteint un montant significatif (plus de quatre (4) milliards de FCFA en 2014) et surtout, il est en forte croissance. Intégré dans les comptes des opérateurs, il est suffisamment important pour faire passer le chiffre d'affaires moyen par abonnement (carte SIM active) en 2014 de 22 070 à 22 416 FCFA par an, soit une revalorisation de près de 2%. Cette incidence positive devrait augmenter avec la tendance croissante du chiffre d'affaires de l'activité d'argent mobile.

3. Les économies sur les coûts de distribution des services voix

Les ORM octroient des commissions à leurs distributeurs de cartes à gratter de recharge de crédits de communication prépayée. Au Burkina Faso, ces commissions s'établissent à une moyenne de 10% de la valeur des cartes de crédits vendus aux abonnés. L'opérateur affecte donc à ses distributeurs en rémunération du service de revente de ces cartes de recharge, jusqu'à 10% du chiffre d'affaires facturé à l'abonné au titres des recharges des crédits de communications prépayés.

Or lorsque l'abonné recharge de son crédit de communication à partir de son compte d'argent mobile, il n'a plus besoin d'une carte à gratter ni même à se déplacer chez un distributeur. Il convertit directement son stock de monnaie électronique en crédit de communication en exécutant lui-même l'opération sans recours à une tierce personne tant que son compte d'argent mobile est approvisionné.

Cette modalité de recharge ne doit pas être confondue avec la recharge électronique auprès d'un revendeur où l'abonné sollicite toujours le service d'un distributeur qui lui transfère des crédits de communication contre le paiement du montant correspondant.

L'utilisation de la plateforme d'argent mobile par les abonnés pour leur charge de crédits de communication prépayés permet aux opérateurs de se passer du système de distribution traditionnel des cartes à gratter, notamment le recours aux vendeurs ambulants. Par conséquent ils effectuent des économies sur les commissions - distributeurs, et récupèrent ainsi 100% du chiffre d'affaires imputable à la vente des crédits de recharges qui atteint 70% du chiffre d'affaires global des ORM.

Par ailleurs, avant la mise à disposition des cartes à gratter auprès des distributeurs et sous-distributeurs, l'opérateur doit en amont supporter le coût d'acquisition de ces cartes de recharges et des charges liées au stockage sécurisé et la gestion de stocks de ces cartes.

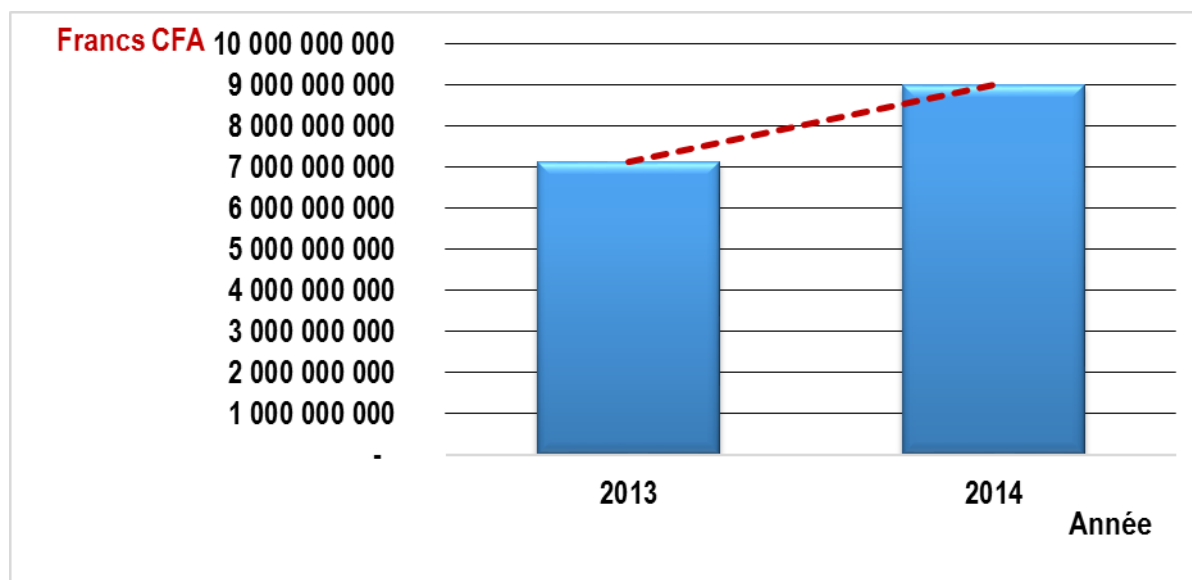
La recharge électronique ou par utilisation de son compte d'argent mobile ne nécessitant pas l'utilisation de carte à gratter, permettent aux ORM de réduire, voire de supprimer, les coûts liés à l'acquisition et à la possession des stocks de cartes de recharge à gratter. A cet effet, il est intéressant de noter qu'entre les exercices 2013 et 2014, les deux opérateurs fournisseurs de services d'argent mobile (Airtel et ONATEL) ont réduit jusqu'à 95% le total de leurs charges liés aux achats des cartes de recharge prépayés¹.

La vente de crédit de communication par l'utilisation de la plateforme d'argent mobile contribue ainsi à réduire les coûts de l'opérateur et donc à améliorer sa rentabilité. En 2014, elle représente encore une proportion encore assez limitée du chiffre d'affaires (seulement 4%). Ainsi l'on constate dans la stratégie marketing des opérateurs une volonté manifeste de booster ce canal de commercialisation afin de maximiser leurs gains. ONATEL SA et Airtel Burkina Faso SA poussent leurs clients à préférer cette formule de recharge

¹ Ces charges (achats de cartes de recharges) qui atteignaient presque 2 milliards FCFA en 2013 ont chuté à moins de 90 millions de FCFA en 2014 pour les deux opérateurs

en octroyant systématiquement des bonus de recharge pouvant atteindre 150% de tout montant de recharge de crédit de communication via son compte de monnaie électronique Mobicash ou Airtel Money. Ce faisant, les deux opérateurs enregistrent une nette progression (plus 22%) de leurs ventes de crédits de communication par monnaie électronique entre 2013 et 2014.

Figure 27 : Evolution des ventes de crédits de communication via les plateformes d'argent mobile Airtel money et Mobicash en 2013 et 2014



En somme l'offre des services d'argent mobiles et son utilisation pour les charges des crédits prépayés de communications est une opportunité pour l'opérateur de réaliser des économies réellement significatives. En étudiant la rentabilité du service d'argent Mobile Money de MTN Ouganda Paul, LEISHMAN¹ (2012) a évalué à 12% de la marge brute les économies que l'opérateur réalise sur les charges de distribution des cartes de recharges à gratter.

Cette même étude montre que grâce à sa plateforme d'argent mobile M – PESA, l'opérateur Safaricom réalise une économie de 8% sur les coûts de commercialisation du temps d'appel vendu via M-PESA alors que cette vente représente seulement 19% de l'ensemble des recharges des crédits de communications sur le réseau mobile.

4. L'augmentation du taux de consommation des services des opérateurs

4.1. L'activité d'argent mobile est un levier de ressource marketing

Comme toutes les autres sociétés, les opérateurs de téléphonie évoluent dans l'ère économique actuelle caractérisée par la révolution digitale qui marque le passage d'une société industrielle à une société de service. Pour J.C. COINTOT & EYCHENNE Y [2014] nous sommes (certainement depuis 2010), dans l'ère numérique marquée par une croissance exponentielle de création massive et le stockage de données². Désormais ce sont les données qui alimentent l'économie de sorte que l'évolution actuelle et future de toute entreprise dépendra de ses capacités humaines et technologiques de traitement, d'analyse et d'exploitation au mieux des informations livrées par les diverses sources de données. C'est ce qui est communément appelé le Big Data.

¹ Paul LEISHMAN, Y a-t-il vraiment de l'argent à gagner avec l'argent mobile ? GSMA, Londres 2012

² Entre 2010 et 2012, l'humanité a généré autant d'information que tout au long de son histoire passée (J.C. COINTOT & EYCHENNE Y. (2014))

L'avènement des services de monnaie électronique sur le réseau de téléphonie mobile consacre le téléphone mobile comme l'outil par excellence de contact et d'interaction avec la société. Il est à la fois source de revenu dans ce sens que son utilisation est devenu incontournable dans la vie économique de l'individu et aussi moyen de gestion et d'emploi de ce revenu étant donné son utilisation de plus en plus accrue dans les transactions quotidiennes (commerce mobiles et transferts). En 2013 déjà, 57% des mobinautes dans le monde avait déclaré avoir réalisé un achat depuis leur téléphone mobile.¹

L'on est ainsi fondé à affirmer que la carte SIM insérée dans le terminal mobile d'un abonné tend de plus en plus centraliser une masse de flux d'informations entrant et sortant, livrant le résumé et le détail de l'essentiel de la vie sociale mais surtout économique de l'individu.

L'opérateur qui gère la plateforme de service d'argent mobile accède aux données portant sur la nature, le détail et les valeurs des opérations effectuées par chacun de ses abonnés à partir de son téléphone portable. Les transactions enregistrées sur un compte d'argent mobile (réceptions – envois d'argent, paiements, etc) ainsi que les volumes de trafic (voix, SMS, Internet) renseignent entre autres sur le niveau de vie et les habitudes de consommation de l'abonné et même ses déplacements grâce à la géolocalisation. Pour J.C. COINTOT & EYCHENNE Y, ces données constituent une véritable mine d'or à exploiter. De l'analyse de ces données, des informations utiles pour l'orientation des actions commerciales ciblées peuvent en ressortir et être valorisées au profit de la performance économique et financière de la société. Pour Bill SCHMARSO [2013]² les données cette nature ont le pouvoir de transformer le processus de création directe de valeur de l'entreprise. En effet elles servent à optimiser la stratégie d'engagement client et la vente incitative dans la mesure où elles apportent de la valeur ajoutée sur ce que J.C. COINTOT & EYCHENNE Y. appelle la vue à 360° du client. Cette vue à 360° des clients se traduit en résultats concrets par :

- une meilleure connaissance des clients,
- une communication plus personnalisée et ciblée,
- une amélioration de la satisfaction,
- une réduction du taux d'attrition,
- et des ventes additionnelles de produits ou services complémentaires.

S'appuyant sur l'étude « Real-word use of big data in Telecommunication » menée en 2012 par l'Institute for Business Value de IBM et la Saïd Business School de l'université d'Oxford ces deux auteurs montrent qu'à l'échelle internationale, les opérateurs de téléphonie sont en avance dans l'adoption du big data, (à savoir l'exploitation au mieux toute donnée et information générée par l'activité). Selon cette étude, au moins deux tiers des opérateurs sont convaincus que l'utilisation des technologies du big data leur permettra de mieux connaître leurs clients et ainsi d'adapter au mieux leur mode d'engagement avec les clients. Et plus du tiers de ces opérateurs ont, soit lancé un projet pilote ou soit effectué une réelle implémentation de la technologie big data.

Les compagnies de téléphonie mobile au Burkina Faso ont déjà l'expérience d'offres personnalisées, en témoignent les méthodes de gestion personnalisés des clients. Un abonné peut recevoir un SMS ou un appel de la part de son opérateur lui informant la mise à sa disposition d'un avantage spécifique (bonus spécial,

¹ J.C. COINTOT & EYCHENNE Y. (2014). La révolution Big data – les données au cœur de la transformation de l'entreprise, Ed. Dunod, Paris, page 23

² Bill SCHMARSO, (2014). Big Data – Tirer parti des données massives pour développer l'entreprise, Edition First, Paris

points de fidélités, etc). Le choix de ces abonnés est fondé sur les résultats du suivi du taux de consommation des services par le client.

Les éléments d'informations issues des transactions d'argent mobile sont par les réseaux mobiles au Burkina Faso comme des potentialités pouvant enrichir leur stratégie marketing. Mais à la question de savoir si ces potentialités sont effectivement exploitées, la réponse est négative. Les outils d'analyses devant permettre de tirer profit au niveau marketing et commercial de la base de données des transactions d'argent mobile ne sont pas encore mis en place. La relative nouveauté du service l'explique en partie. Pour les opérateurs de téléphonie l'argent mobile n'est pas encore un véritable porte-monnaie pour les utilisateurs. La confiance des usagers vis-à-vis du service n'a pas encore atteint un niveau à même de donner une consistance à l'épargne des utilisateurs via ces services.

4.2. L'offre des services de monnaie électronique stimule la vente des autres services des ORM

Il a été montré plus haut que l'offre des services d'argent mobile améliore à la fois la croissance et la fidélisation du parc et donc la réduction du taux d'attrition. Les effets induits et attendus de cette fidélisation et l'accroissement des ventes des services de l'ORM (voix, SMS, Internet et autres SVA) auprès de chaque abonné et donc l'amélioration du revenu moyen par abonné (ARPU). Pour vérifier si l'argent mobile incite réellement les clients à dépenser plus, « l'augmentation de l'ARPU » devrait pouvoir être mesurée sur une certaine période de temps. Mais les données collectées auprès des opérations ne permettent pas de détailler cette approche car elles s'étalent sur seulement deux ans. Paul LEISHMAN [2012] note d'ailleurs que ce type d'analyse est délicat parce que d'une part le prix de vente moyen du temps d'appel et des SMS et des connexions Internet, et donc l'ARPU, est variable d'un mois à l'autre pour de raisons diverses, rendant impossible l'attribution de tout changement éventuel au seul argent mobile. D'autre part dans de nombreux cas, les chiffres d'ARPU incluront déjà des recettes générées par l'argent mobile.

L'auteur propose comme mesure pertinent, l'augmentation de la part de porte-monnaie électronique affectée aux communications vocales et SMS et à la connexion internet. À travers le suivi des « minutes utilisées » et des « occurrence SMS facturables », l'opérateur est en mesure de distinguer les modifications de comportement des consommateurs. En effet dans un contexte de multi-abonnement, un client disposant de plusieurs cartes SIM va utiliser la carte SIM du réseau le plus fidélisant pour l'essentiel de ses communications vocales, d'envoi SMS et de connexion internet, faisant bénéficier à ce réseau, de la plus grosse part du budget de communication de l'abonné.

Cette hypothèse a été vérifiée par une étude sur le sujet réalisée en 2009 par McKinsey & Co., CGAP et le GSMA et citée par Paul LEISHMAN [2012]. En effet elle a montré qu'aux Philippines, 44% des utilisateurs de l'argent mobile utilisent plusieurs SIM de différents réseaux de téléphonie mobile pour leurs communications, et 68% d'entre eux désignent le réseau sur lequel ils ont souscrit aux services d'argent mobile comme réseau principal qui concentre l'essentiel de trafics voix, SMS et Internet. Et dans le cas du service Mobile Money de MTN Ouganda, les clients actifs des services d'argent mobile montrent une consommation plus accrue de communications vocales et SMS par rapport aux clients n'ayant pas de compte d'argent mobile.

Il faut rappeler que les opérateurs mettent en œuvre une stratégie commerciale qui poussent les abonnés à conserver leur carte SIM souscrites aux services d'argent mobile plus souvent dans leur terminal, notamment

à travers la promotion de l'argent mobile comme moyen privilégié d'achat de recharge téléphonique¹. En présentant ce canal supplémentaire de vente de crédit de communication, les opérateurs mettent en exergue les aspects auxquels les abonnés sont particulièrement sensibles. Il s'agit de la possibilité de recharge par petit montant, de transferts de crédits et surtout la possibilité de recharge en dehors des heures d'ouverture des boutiques et kiosques de l'opérateurs et des distributeurs agréés. Il ressort à juste titre dans la publication de Paul LEISHMAN (2012) que les recharges de crédit de communication en dehors des heures d'ouverture de ces boutiques et kiosques grâce aux services d'argent mobile atteint 33% en nombre dans certains pays (le Cambodge notamment) et concernent en majorité (70%) des recharges de faibles montants (1 dollar ou moins).

Les

5. Les contraintes financières et techniques et les risques de l'offre des services d'argent mobile

L'offre de services d'argent mobile repose sur la satisfaction d'un ensemble de contraintes techniques et organisationnelles. En effet l'exercice de l'activité requiert nécessairement :

- ✓ le déploiement d'un réseau de téléphonie,
- ✓ l'utilisation d'un téléphone mobile raccordé à un réseau de téléphonie,
- ✓ l'utilisation des moyens informatiques permettant d'effectuer la saisie, le contrôle, l'enregistrement et le traitement en temps réel des informations fournies par le client ;
- ✓ la mise en place et l'exploitation d'un réseau informatique et/ou de télécommunication permettant d'assurer une transmission rapide et sécurisée de toutes les informations relatives à la transaction en cours de traitement;
- ✓ le déploiement d'un réseau commercial constitué d'un nombre suffisant d'agents et de points de ventes ;
- ✓ la disposition en permanence d'un niveau suffisant d'argent liquide dans le réseau afin de satisfaire à tout moment les demandes de paiement ;
- ✓ la sécurité physique et technique des agences et des points de collecte ou de paiement d'argent mobile.

En somme, la mise en place d'un service de qualité nécessite des investissements pertinents dans la technologie et le réseau de distribution. Et la pertinence de l'investissement dépendant de la capacité à cerner un ensemble de de contraintes à prendre à compte et qui sont liées à la spécificité de l'activité.

5.1. Les contraintes techniques : le choix des plateformes de services d'argent mobile

Le choix technologique opéré le fournisseur du service d'argent mobile est la fondation sur laquelle repose l'organisation de la stratégie de développement, d'organisation et de distribution du service. Fionán McGrath &

¹ Des bonus de crédit de communication pouvant atteindre 150% du montant de la recharge sont octroyés aux abonnés utilisant ce moyen de recharge.

Susie Lonie¹ [2013] ont effectué une synthèse très instructive des caractéristiques techniques à prendre en compte dans le choix d'une plateforme d'argent mobile à même de garantir un service performant.

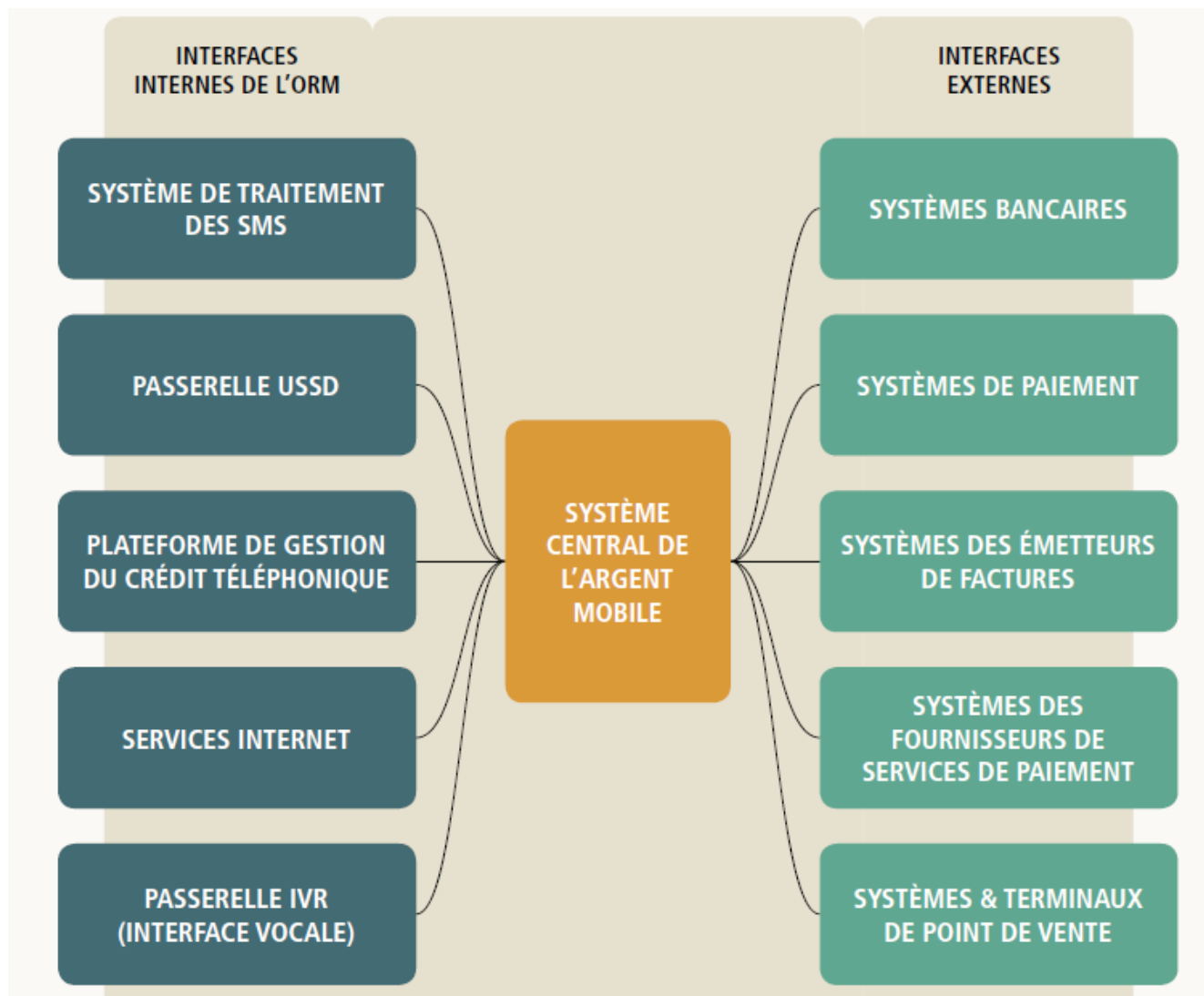
D'abord les deux auteurs font remarquer la spécificité du service d'argent mobile comparé au service de base des ORM qui est le crédit de communication Voix et le SMS. En effet contrairement au crédit de communication qui s'épuise à son utilisation par l'abonné, l'argent mobile ne s'épuise pas lorsqu'il est dépensé. Le bénéficiaire d'un transfert peut le transférer à son tour à une autre bénéficiaire (individu ou une entreprise). Une plateforme d'argent mobile compte ainsi beaucoup plus de formes d'utilisation et de parties prenantes, et la fréquence des opérations prend une toute autre dimension.

Par ailleurs, les principales technologies afférentes aux usages du m-paiement sont le SMS (Short Message Service) et le NFC (« Near Field Communication » ou « champ proche »). Mais un SMS normal peut être retardé, pratiquement sans conséquences dommageables pour l'abonné ou l'opérateur, tandis qu'une demande ou une confirmation d'opération de transfert d'argent mobile transmise par SMS doit toujours être reçue dans les meilleurs délais, voire instantanément. Le distributeur du service remettra jamais l'argent au bénéficiaire qui se présente à lui, tant qu'ils n'aura pas reçu le SMS de confirmation de la bonne fin de l'opération de retrait sur le compte mobile. Ni le distributeur, ni le souscripteur ne peuvent attendre indéfiniment ce SMS alors que le rang des clients impatients s'allonge. Ainsi les transactions d'argent mobile sont sensibles et critiques et doivent être exécutées intégralement, correctement et rapidement nécessitant donc des ressources dédiées spécifiques.

Ensuite il faut aussi savoir qu'une plateforme d'argent mobile ne fonctionne pas de façon isolée. Elle est nécessairement connectée à d'autres systèmes d'exploitation de l'ORM pour accéder à la technologie GSM et à d'autres plateformes externes en vue d'offrir une fonctionnalité commerciale complète. Ces connexions s'établissent avec les interfaces des équipements techniques internes de l'ORM et des interfaces des systèmes externes (les banques partenaires notamment). La figure ci-dessus schématise les interfaces internes et externes auxquels du système central de la plateforme d'argent mobile :

Figure 28 : Schéma des interfaces internes et externes du système d'argent mobile

¹ Fionán McGrath & Susie Lonie, Quelle plateforme pour un service d'argent mobile performant? GSMA, Londres 2013



Source : Fionán McGrath & Susie Lonie, Quelle plateforme pour un service d'argent mobile performant? GSMA, Londres 2013

D'autres aspects importants à prendre en compte s'ajoutent à ces exigences techniques pour conditionner la bonne fonctionnalité des services d'argent mobile. Il s'agit notamment de :

- ✓ **la Redondance de la plateforme :** une plateforme d'argent mobile traite, échange et conserve des données financières. Le passage du système normal au système de secours doit pouvoir s'effectuer sans interruption du service.
- ✓ **la reprise après sinistre :** une reprise rapide de l'activité de la plateforme à la suite d'une panne ou d'un basculement est essentielle pour préserver la confiance des souscripteurs et doit être intégrée à la conception du service.
- ✓ **la planification de la capacité :** Le niveau d'utilisation du service doit faire l'objet de calculs prévisionnels et être intégré à la planification de capacité de la plateforme. En l'absence d'une planification, les fournisseurs de services s'exposent à une interruption de services préjudiciable si la

forte croissance de l'activité épuise la capacité de la plateforme de sorte à nécessiter de longues périodes de mise à jour.

- ✓ **la convention de service** : tout contrat avec un fournisseur de plateforme doit préciser en détail un certain nombre de points tels que la définition des fonctionnalités, la connectivité, les responsabilités et les obligations respectives de l'utilisateur et du fournisseur, les dispositions d'assistance.

Enfin Fionán McGrath & Susie Lonie notent que pour le déploiement de l'offre d'un service d'argent mobile performant les équipementiers fournissent plusieurs plateformes à fois, chacune étant affectée à une tâche spécifique et indispensable. Il s'agit de ces trois plateformes :

- ✓ une plateforme d'exploitation qui sert au fonctionnement du service ;
- ✓ une plateforme de développement qui est utilisée pour tester les corrections et mises à niveau logicielles. En raison du caractère sensible de la transmission de fonds appartenant à des clients, chaque fenêtre d'entretien doit faire l'objet de tests complets avant sa mise en service.
- ✓ Une plateforme de formation qui sert à la formation des agents et leur permet de se familiariser avec les fonctionnalités du service dans un environnement sécurisé et contrôlé.

Fundamo recommande l'acquisition de ces trois plateformes comme norme pour une offre de services d'argent mobile performante. Fundamo est un fournisseur de plateformes de services financiers mobiles de premier plan destinées aux opérateurs de réseaux mobiles et institutions financières. Son siège social est situé au Cap en Afrique du Sud et compte plus de 50 déploiements de services financiers mobiles actifs dans près de 40 pays, dont 27 pays en Afrique¹. En l'occurrence il est le fournisseur des plateformes qui gèrent les services MTN Mobile Money dans plus de 21 pays d'Afrique.

Une autre entité qui se présente comme l'un des leaders de plateformes de services financiers mobiles est Mahindra Comviva Technologies Limited en Inde. Sa solution financière mobile nommée Mobiquity® compte plus de 120 déploiements dans le monde.

5.2. Les contraintes financières

L'acquisition et l'exploitation d'une plateforme d'argent mobile nécessitent des investissements financiers conséquents. Paul Leishman [2012] distingue plusieurs niveaux de coûts dans l'activité d'argent mobile :

- le premier niveau regroupe les dépenses préalables au lancement du service. Il s'agit des investissements dans la technologie, en l'occurrence l'acquisition de la plateforme d'argent mobile, la mise à niveau de leur passerelle d'accès SIM ou USSD.
- le deuxième niveau de coût vient avec la mise sur le marché du service et se compose des frais de recrutement et de rémunération des équipes administratives et d'encadrement, la formation et le merchandising d'un réseau d'agents, et la conception et le lancement de campagnes publicitaires grands médias et hors médias (promotion sur le terrain). A ce niveau l'on peut ajouter les commissions payées aux agents en rémunération des opérations traitées auprès de la clientèle.

¹ Source : http://www.paiementmobile.com/paiement_mobile/fundamo/

En plus de ces deux premiers niveaux de coûts l'on identifie un troisième poste de coûts non moins important, il s'agit des dépenses administratives. Elles comportent la rémunération du personnel d'encadrement et les frais administratifs.

Depuis de 2012 à 2014, les deux opérateurs, ONATEL SA et AIRTEL Burkina Faso SA ont engagé au total investi 5,7 milliards de FCFA¹ dans les dépenses administratives, commerciales et de technologie.

Les dépenses de technologie constitue 19% du montant total engagé et se composent de deux rubriques : l'acquisition des plateformes mobile money et la maintenance de ces équipements.

Les dépenses administratives et de personnel ont atteint 23% du total des sommes dépensées sur les trois exercices (2012 à 2014).

Les dépenses commerciales constituent la plus grande proportion des coûts (58%). Elles se répartissent dans les postes suivants : le marketing et publicité d'une part et les commissions payées aux agents d'autre part.

Dans l'étude de cas de l'activité d'argent mobile de MTN Ouganda, Paul LEISHMAN (2012) note que 55% du montant engagé par l'opérateur au financement de la mise en place et au déploiement de son service mobile money a été affecté au marketing et publicité et aux paiements des commissions aux agents. Les dépenses de technologie ont constitué 30% des coûts les charges liées à au personnel administratif de l'activité ont représenté 12% des dépenses.

Aucune norme n'est avancée sur une répartition optimale du financement des coûts de l'activité d'argent mobile mais l'on note que dans la plupart dans les deux cas présentés ci-dessus et aussi dans d'autres exemples tels que M-Pesa de l'opérateur kényan Safaricom, les dépenses de marketing et publicité occupent la part la plus importante du budget.

Le succès du service repose sur la fiabilité et la performance de technologie utilisée et aussi en grande partie sur la capacité de l'opérateur à le faire connaître sur le territoire national grâce à une exposition médiatique conséquente et aussi dans sa capacité à le rapprocher au mieux de l'utilisateur par la mise en place d'un réseau de distribution dense et performant.

La prise en compte de ces conditions de succès de l'activité dans la stratégie des opérateurs explique la proportion relativement importante du budget consacrée au marketing et à la commercialisation du service et aussi aux investissements technologiques.

Les coûts inhérents à la technologie et à mise sur le marché (marketing et commercialisation) du service font de fait partie de ce que Paul LEISHMAN qualifie de « coûts stratégiques » que l'opérateur ne doit pas forcément chercher à réduire.

¹ Environ 6,71 millions d'euros

5.3. Les risques inhérents à l'activité d'argent mobile

L'offre et l'utilisation des services d'argent mobile comportent plusieurs risques pour le prestataire et pour l'utilisateur. L'existence de ces risques peuvent générer des réticences à l'adoption des services par certains clients potentiels très avers au risque. La perception de ces risques induit en effet des appréhensions accrues sur le niveau de sécurité du service. Or l'anticipation ou l'expérience vécue d'une défaillance de sécurité sur les opérations d'argent mobile (cash in ou cash out) est de nature à remettre en cause le fondement majeur de la pérennité du service qui est la confiance de la clientèle au système de paiement mobile. Celle-ci préférera éviter d'encourir un risque que de chercher la maximisation de son utilité.

Pour Lim [2003], c'est surtout les risques provenant de la technologie (déficiences des réseaux), et du réseau de distribution (agents peu fiables) qui ont un réel impact sur la perception de sécurité. La connaissance et l'identification préalables de ces risques conditionnent le développement des mécanismes pertinents de leur prévention et de leur gestion.

5.3.1. Les risques technologiques : les déficiences des réseaux.

L'une des préoccupations majeures du secteur de la téléphonie mobile dans beaucoup de pays africains dont le Burkina Faso, demeure les défaillances au niveau de la qualité de service.

Au Sénégal, en 2013, l'Autorité de régulation du secteur des télécommunications a interpellé les opérateurs de téléphonie du pays sur la recrudescence des dysfonctionnements des réseaux notés dans plusieurs régions du pays et a menacé de recourir aux sanctions qui sont prévues dans le Code de télécommunications¹.

En Côte d'Ivoire, l'autorité de régulation a sanctionné les différents opérateurs de téléphonie du pays en leur imposant une amende dont le total pour les six opérateurs sanctionnés s'est élevé à 3 milliards de FCFA pour mauvaise qualité de service. Les indicateurs de qualité de service mesurés pour ces réseaux ont été jugés non satisfaisants au regard des obligations légales et réglementaire².

A l'instar de ces deux pays et bien d'autres, la situation de la qualité de service des opérateurs de téléphonie est souvent décriée par leurs abonnés au Burkina Faso et demeure une préoccupation absolue de l'ARCEP du Burkina Faso au regard des résultats des mesures techniques.

a. Les résultats des enquêtes de satisfaction menées auprès des abonnés sur la qualité de service des opérateurs

¹Source : <http://www.afriqueitnews.com/2013/11/14/senegal-classement-de-la-qualite-des-services-desoperateurs/#sthash.GksQlvxd.dpuf>

² Les six opérateurs sanctionnés en Côte d'Ivoire en 2013 étaient : Moov, Orange, Comium, GreenN, Café Mobile, et MTN. (Source : <http://koaci.com/cote-divoire-amende-pres-milliards-pour-operateurs-telephonie-mobile-92411.html>)

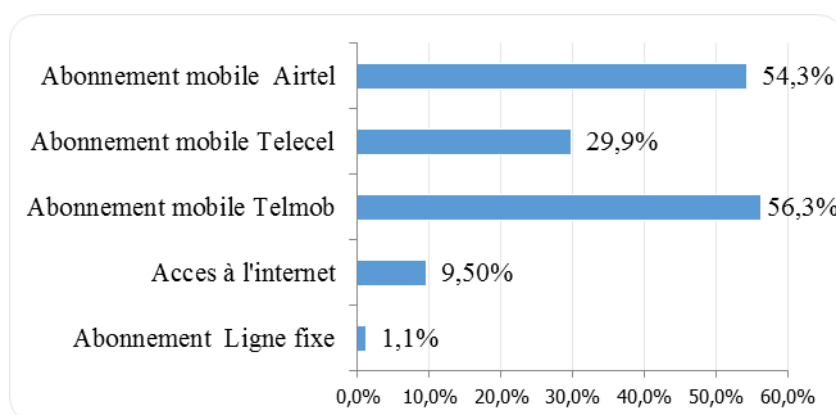
En 2013, l'Autorité de régulation a commandité une enquête auprès des abonnés dont l'objectif était d'évaluer leur satisfaction vis-à-vis des services prestés (voix, SMS, data) par les opérateurs, notamment sur l'accessibilité, et la qualité de ces services¹.

L'étude a été réalisée sur un échantillon d'individus âgés de 15 à 64 ans, d'un effectif de 5 380, répartis sur l'ensemble des 13 régions issues du découpage administratif du Burkina Faso.

Vingt-six (26) enquêteurs ont été mobilisés pour une période de collecte de quinze (15) jours. La période de référence était les 30 derniers jours précédents le passage des enquêtes.

La répartition des enquêtés suivant le réseau d'abonnement se présente comme suit² :

Figure 29 : Répartition des enquêtés suivants leurs abonnements aux services des réseaux téléphoniques



Source : ARCEP, 2014

Il ressort des résultats de cette enquête que de manière générale, les consommateurs sont insatisfaits des prestations des opérateurs.

¹ Cette enquête a été réalisée par un cabinet d'études burkinabé Business Intelligence and Development Support Network (BIDS-Net) installé à Ouagadougou au Burkina Faso.

² Il ressort que graphique que le total en pourcentage des abonnements à l'ensemble des réseaux de téléphonie donne 141,6% soit 1,41 fois le nombre total des enquêtés. Ce résultat s'explique par le fait que qu'un même individu peut être abonné à plusieurs de téléphonie mobile et aussi détenir une ligne fixe.

▪ Le service voix

Pour le service Voix, l'étude avait cherché à évaluer le niveau de satisfaction de la qualité auditive des communications, le succès des initiations d'appel, les coupures d'appel en cours de conversation, la transparence de la tarification.

Ainsi, il est ressorti des résultats de l'enquête que la qualité de la voix se maintient à un niveau relativement bas. Seulement 65,9 % des utilisateurs du téléphone fixe s'estimaient satisfaits de la qualité auditive contre 34,1 % d'insatisfaits.

Concernant le mobile, aucun opérateur ne donne entièrement satisfaction à sa clientèle car près de la moitié des usagers des trois réseaux de ne trouvaient pas satisfaction au niveau de la qualité auditive des services « voix ».

Sur l'appréciation de transparence au niveau des tarifs, près de 60% des usagers ne comprenaient pas toujours le système de tarification des opérateurs et estimaient que la facturation leur est défavorable pendant les d'offres promotionnelles en indexant la durée de la validité des bonus sur les crédits de communication.

▪ Le service de messagerie (SMS)

Le SMS est très important car il constitue un service de communication largement utilisé par les abonnés en raison de son coût moindre comparé à un appel téléphonique et aussi pour pallier aux défaillances des services voix. Et surtout c'est un service important pour le mobile money puisque la plateforme d'argent mobile est directement connectée au SMSC qui est un équipement essentiel pour la fourniture du service SMS.

Cependant pour une partie de la clientèle le service SMS comporte également des défaillances. Plus de 20 % en moyenne des abonnés se plaignent fréquemment des désagréments rencontrés. Par exemple, seulement 75 % des messages envoyés arrivent intégralement à destination quel que soit l'opérateur. Par ailleurs plus de 10 % des SMS arrivent incomplets à destination et 2 % n'arrivent jamais à leur destinataire. En outre le temps d'attente émission/réception des messages est jugé relativement long pour les abonnés et ce, quel que soit l'opérateur. Les abonnés sont moins tolérants lorsque cette défaillance concerne un SMS devant

▪ Le service Internet

Depuis l'arrivée de la 3G sur le marché, le téléphone mobile est devenu l'outil de connexion le plus utilisé à cause de la faible offre du réseau fixe (ADSL), à l'exception des grandes entreprises et des administrations publiques. Il est ressorti de l'enquête que l'usage de l'internet reste dominé par les connexions aux réseaux sociaux et la consultation web suivant ces statistiques:

Envoyer ou consulter les mails (46,9 %), Consultation web (52,0 %), Messagerie instantanées (36,3 %), Réseaux sociaux (62,0 %), Streaming audio ou vidéo (7,8 %), Téléchargements (43,6 %), Vidéo ou Visio Conférence (4,5 %) Applications professionnelles (7,3 %) ; Autres (3,9%).

Qu'il s'agisse de la vitesse de connexion, de la disponibilité du service et de la tarification, aucun opérateur ne donne satisfaction à ses abonnés.

Toutefois, les entreprises semblent plus satisfaites de la connexion 3G/3G+ que les individus.

D'une manière générale, la qualité des services offerts reste largement en deçà des attentes des usagers car une personne sur deux ne trouve pas satisfaction quel que soit l'opérateur.

A la décharge des opérateurs les problèmes externes affectant la qualité de service comprennent l'usage des terminaux de mauvaise qualité, la défaillance de la SONABEL (la société nationale en charge de la production et la distribution de l'énergie électrique) et dans une moindre mesure l'analphabétisme.

b. Les résultats des mesures techniques de la qualité de service des opérateurs

Avant d'obtenir la licence d'établissement et d'exploitation de leurs réseaux 2G et 3G, les opérateurs ont paraphé des cahiers de charge comportant des indicateurs de qualité auxquels doivent se conformer les services qu'ils offrent à leur clientèle. Ces indicateurs sont entre autres :

- ❖ le niveau de couverture territorial du réseau, défini en plusieurs phases sur la durée de la licence ;
- ❖ le taux de communications téléphoniques établies pendant une durée de deux (2) minutes et terminées dans les conditions normales dès la première tentative d'accès au service ;
- ❖ le taux de connexion réussie dans un délai inférieur à une (1) minute ;
- ❖ la médiane des débits moyens atteints pour le téléchargement de fichier de 5 Mo ou pour l'envoi de fichier de 1 Mo ;
- ❖ Le taux de connexions réussies à l'Internet dès la première tentative d'accès à partir d'un terminal mobile ;
- ❖ Le taux de connexion Internet maintenu pendant une durée supérieure ou égale à la durée prescrite.

Pour chacun de ces indicateurs, un seuil est fixé par le régulateur télécom aux opérateurs qui doivent au minimum atteindre ce seuil pour que la qualité du service presté soit jugée conforme à la norme indiquée.

Pour vérifier le respect de ces obligations, l'Autorité de régulation procède chaque année à des audits techniques qui consistent à mesurer, en utilisant des moyens matériels et humains appropriés, le niveau de la qualité des différents services (voix, SMS, data), sur les différentes localités et les axes routiers du territoire national. Le protocole de mesure appliqué est validé de concert avec les opérateurs.

Les résultats obtenus des campagnes de mesures techniques des cinq dernières années confirment l'insuffisance de qualité décrite par les abonnés à l'issue de l'enquête de satisfaction présentée plus haut.

Les défaillances des réseaux des opérateurs, relevées lors de la campagne de mesure de mai à juin 2011, a conduit l'ARCEP du Burkina Faso à déclencher la procédure de sanction et à l'appliquer en deux étapes conformément aux dispositions des articles 186 et 187 de la loi 061-2008/AN du 27 novembre 2008 portant réglementation des réseaux et services de communications électroniques au Burkina Faso :

- a) les opérateurs ont été mis en demeure pour non-respect des obligations de qualité de service. La durée de cette mise en demeure a été de trois (03) mois et dans ce délai les opérateurs devaient apporter les corrections nécessaires afin de hisser la qualité de leurs services à des niveaux respectant les seuils fixés pour les indicateurs de qualités de services consignés dans leurs cahiers de charge.
- b) A l'expiration du délai de mise en demeure, une autre campagne de mesure de vérification de la qualité de service menée. Constatant toujours la mauvaise qualité de service fournie par les opérateurs, l'ARCEP a infligé des sanctions pécuniaires d'un montant global de deux milliards sept cent six millions deux cent quatre-vingt-treize mille cent trente-neuf (2 706 293 139 francs CFA) répartis comme suit:
 - ❖ huit cent quatre-vingt-quatorze millions six cent quatre-vingt-dix mille sept cent cinquante-quatre (894 690 754) Francs CFA pour Airtel Burkina Faso SA,
 - ❖ sept cent vingt-quatre millions huit cent dix-huit mille six cent quatre-vingt-seize (724 818 696) Francs CFA pour Telecel Faso SA
 - ❖ et un milliard quatre-vingt-six millions sept cent quatre-vingt-cinq mille six cent quatre-vingt-neuf (1 086 785 689) Francs CFA pour Telmob, ex-filiale de l'ONATEL SA.

L'ARCEP a procédé à de nouvelles campagnes de mesures des indicateurs de la qualité des services mobiles en novembre et décembre 2012, puis en novembre 2013. Ces mesures ont également été effectuées pour le réseau fixe en avril 2013, et pour les réseaux mobiles 3G en octobre 2013. L'analyse de ces résultats a encore révélé les manquements des opérateurs au respect des normes de qualité de service malgré la première série de sanctions. De nouvelles amendes ont donc été infligées aux opérateurs :

- ❖ 2 070 162 936 FCFA contre l'ONATEL SA ;
- ❖ 1 301 091 521 FCFA contre Telecel Faso SA
- ❖ et 2 490 935 167 FCFA contre Airtel Burkina Faso SA

Le total payé par ces trois opérateurs au titre de ces amendes s'est élevé à 5 862 189 624 FCFA.

Ces séries de sanctions n'ont pas abouti fourni les résultats escomptés, en témoignent les récriminations toujours virulentes et récurrentes des abonnés sur les réseaux sociaux et sur les ondes des radios locales.

5.3.2. Les risques de fraudes et d'abus de confiance

Les abonnés aux services d'argent mobile peuvent effectuer plusieurs opérations à partir de leur terminal et en dehors de toute agence commerciale, comme par exemple des transferts entre utilisateurs, et les achats de crédit de communication au moyen de leur téléphone portable. Cependant ce n'est qu'en présence d'un agent qu'ils peuvent convertir des espèces en argent électronique ou procéder à des dépôts sur leurs comptes électroniques. Ce sont généralement les agents qui apprennent aux utilisateurs comment effectuer des opérations avec leur téléphone, y compris celles pouvant s'effectuer sans l'intervention d'un agent. Par ailleurs lorsque les utilisateurs ont des questions, ils se tournent de préférence vers l'agent local que vers le centre d'appel de l'opérateur. Ces éléments rendent permanente l'interaction entre les distributeurs agréés et les abonnés aux services d'argent mobile de sorte que les agents soient la ligne de front et le visage humain des services d'argent mobile¹.

Les détaillants des services d'argent mobile deviennent le reflet de l'opérateur dont ils distribuent les services les utilisateurs des services d'argent mobile assimilent.

Or malgré toutes les mesures de précautions qui peuvent être prises, les opérateurs ne sont pas à l'abri des actes malveillants que pourraient poser certains agents distributeurs au détriment des clients et de l'opérateur.

Neil Davidson et Paul Leishman du GSMA [2011] ont à ce sujet identifié deux types d'escroquerie que des qui peuvent décrédibiliser le service d'argent mobile :

- **l'escroquerie des clients** : profitant de l'ignorance et de l'analphabétisme de la majorité des clients qui se présentent à eux pour leurs transactions, notamment dans les zones rurales, des agents malveillants peuvent abuser de la confiance de ces clients en posant des actes d'escroquerie tels que la majoration des frais facturés sur les services les frais qu'ils facturent sur les services, ou de façon plus grave, en détournant l'argent d'une opération de de dépôt.

- **l'escroquerie ou abus du système :**

Un agent malicieux peut chercher à tirer des profits indus de la structure tarifaire établie par l'opérateur. Le mode opératoire peut consister à fractionner les opérations de transferts et retraits dans l'unique but de maximiser leurs commissions au détriment des clients illettrés. Par exemple suivant la grille tarifaire de Airtel money, l'agent encaisse 1000 FCFA pour une opération de transfert d'un montant de 50 000 FCFA et 400 FCFA pour un transfert de 10 000 FCFA. En fractionnant l'opération de transfert du montant de 50 000 FCFA en cinq opérations de transfert de 10 000 FCFA chacune, l'agent encaissera cinq fois 400 FCFA, soit 2000 FCFA au lieu de 1000 FCFA.

¹ Neil Davidson et Paul Leishman (2012), Construire, motiver et gérer un réseau d'agents pour les services d'argent mobile: Guide pratique pour les opérateurs de téléphonie mobile. GSMA, Londres

Un article dénonçant des pratiques frauduleuses similaires vécues en Côte d'Ivoire va jusqu'à remettre en cause l'intégrité des employés des opérateurs de réseau de téléphonie incriminés et leur capacité à préserver les intérêts économiques et moraux des abonnés à leurs services d'argent mobile¹.

En effet en cas d'erreur ou de fraude commise par l'agent, les utilisateurs ne font pas la distinction entre la personne de l'agent et le service qu'il représente. Et une mauvaise expérience vécue par la clientèle peut porter atteinte à l'image de l'opérateur. La mise en place d'un réseau d'agents sain est une condition préliminaire essentielle au lancement réussi d'une plateforme de services d'argent mobile.

Aussi Neil Davidson et Paul Leishman préconisent quelques actions pertinentes entrant dans la prévention et la gestion des risques de fraude ou d'abus de confiance. Il s'agit de :

- la formation régulière des agents ;
- l'analyse minutieuse des systèmes de tarification et de rémunération à la conception afin de minimiser les risques de manipulation et d'abus par les agents;
- l'éducation et la sensibilisation des clients de sorte à les amener eux-mêmes à se protéger contre la fraude ;
- la surveillance a posteriori des transactions en vue de repérer et de traiter les éventuels cas de fraude.

¹ <https://cybercrimactu.wordpress.com/2014/04/09/nouvelles-tendances-cyberescroqueries-via-transfert-dargent-par-mobile-monney/>

Conclusion générale

Etant un service de substitution aux services bancaires, l'argent mobile a trouvé au Burkina Faso comme dans la plupart des pays subsahariens, un environnement favorable à son développement, à savoir un très faible niveau de bancarisation, l'essor des téléphones portables et autres smartphones en pleine croissance, et la ruralité des populations.

L'innovation technologique a permis aux opérateurs de téléphonie mobile de transformer ce handicap socio-économique en une véritable opportunité d'affaires à même de permettre aux plus entrepreneurs de se desserrer de l'étau des guerres de prix et de l'essoufflement du marché des services classiques que sont la Voix, le SMS et la Data.

Les exemples de réussite de l'offre d'argent mobile ont montré que ce service est un véritable relai de croissance économique pour les opérateurs de téléphonie et les contributions majeures à la valeur ajoutée des opérateurs sont à la fois substantielles et essentielles à leur pérennité et à leur compétitivité.

L'objectif du travail était justement d'évaluer les contributions des services d'argent mobile à la valeur ajoutée des opérateurs pour le cas des compagnies de téléphonie mobile établies au Burkina Faso et qui sont fournisseurs des services mobile money sur leurs réseaux. Lancée sur les réseaux d'Airtel Burkina Faso et de l'ONATEL respectivement en 2012 et 2013 l'offre des services d'argent mobile est relativement récente.

La réglementation de l'argent mobile dans l'UEMOA qui a été présentée et analysée dans la première partie de ce document a apporté des éclairages sur la place que ces opérateurs de téléphonie mobile peuvent occuper dans la chaîne de valeur de l'offre du mobile money au Burkina Faso et dans toute l'UEMOA.

Les données collectées et les résultats de leurs analyses permettent de conclure que l'argent mobile devient un élément majeur dans l'économie des opérateurs et dans le secteur des communications électroniques dans son ensemble.

Les résultats de l'analyse de ces données ont en effet permis de noter que le mobile money a une incidence significative notamment sur :

- ✓ la fidélisation et l'accroissement du parc des abonnements aux services de l'ORM ;
- ✓ la génération de nouveaux revenus ;
- ✓ les économies réalisées sur la vente de temps de communication via la plateforme de d'argent mobile ;
- ✓ l'augmentation du taux de consommation des services des opérateurs.

Cependant l'impact de ces services sur l'évolution concurrentielle du marché aurait pu être mieux apprécié en dans le cas d'une série statistique plus longue s'étendant sur plusieurs années.

L'engouement des abonnés, l'expansion de l'offre des services d'argent mobile et le pouvoir important de fidélisation du mobile money doivent faire évoluer la vision des opérateurs et du régulateur télécom vis-à-vis de ce service et du marché de la téléphonie mobile dans son ensemble.

Pour les opérateurs, offrir ce service n'est plus une possibilité mais une obligation. Le caractère fidélisant du mobile money est de nature à obliger tout nouvel entrant dans le marché à faire une analyse concurrentielle qui intègre d'office la situation de l'offre de services d'argent mobile sur les réseaux afin d'en tenir compte dans sa stratégie commerciale.

Il y a aussi des implications sur le rôle du régulateur télécom. Il est en effet indispensable pour le régulateur télécom de suivre de très près l'évolution de l'offre des services d'argent mobile sur les différents réseaux de téléphonie impliqués dans la distribution de ce service. Ce suivi peut s'effectuer par la collecte périodique de données pertinentes permettant une évaluation qualitative et quantitative du développement de ce service. Les indicateurs à collecter peuvent intégrer ceux retenus par la GSMA dans son document d'observatoire sur l'argent mobile qu'elle publie annuellement. Ces indicateurs concernent notamment :

- **l'utilisation de l'argent mobile** : cet indicateur fournit l'information sur le nombre d'utilisateurs du service en recensant les comptes enregistrés, les comptes enregistrés actifs et les utilisateurs non enregistrés.
- **l'accès à l'argent mobile** : l'accès au service est estimé par les données permettant d'apprécier la portée du réseau de distribution, à savoir, le nombre des agences, des distributeurs et leur répartition géographique ainsi que leur nombre pour 100 000 habitants :
- **l'offre-produit de l'argent mobile** : il s'agit des différentes transactions en volume et en valeur répertoriées suivant leur nature : achats de crédit de recharges, les transferts P2P, les paiements de factures, les paiements marchands, les transferts internationaux, etc.
- **les revenus de l'argent mobile** : Il s'agit des revenus directs et indirects de l'argent mobiles ;
- **les investissements et dépenses d'exploitations** relatifs à l'offre des services d'argent mobile ;
- **le nombre de plaintes des utilisateurs** répertoriées suivant l'objet de la plainte.

Le suivi et l'analyse périodique de ces indicateurs devrait éclairer l'Autorité de régulation sur l'impact de l'argent mobile sur le développement actuel et futur du marché de la téléphonie mobile au niveau concurrentiel, de l'évolution des risques en matière de qualité de service et de la protection des usagers des réseaux de téléphonie mobile.

Par ailleurs l'offre des services aux abonnés d'un réseau de téléphonie nécessite pour l'EME un interfaçage de sa plateforme avec les équipements d'un opérateur de téléphonie mobile et aussi la mise à sa disposition de certaines ressources telles que le code USSD. Or dans le but de se conformer à la réglementation, la stratégie des grandes compagnies de téléphonie mobile (Orange, Bharti Airtel, MTN, etc.) qui se lancent dans la chaîne de valeur de l'argent mobile consiste à créer leur propre EME qui est une société distincte et qui accède aux ressources et aux abonnés de l'opérateur de téléphonie mobile du même groupe pour l'offre du service. L'opérateur de téléphonie peut donc être tenté de refuser l'accès aux ressources de son réseau à tout autre EME, et donc refuser l'interopérabilité des plateformes ou être tenté de pratiquer un traitement discriminatoire entre les services de l'EME du même groupe et ceux des autres EME en cas de mise en œuvre de l'interopérabilité des services.

Le régulateur doit par conséquent prendre les dispositions réglementaires nécessaires à la prévention des pratiques anticoncurrentielles.

Enfin la spécificité et les caractéristiques du service d'argent mobile ont effrité la limite traditionnellement claire entre la réglementation des services de télécommunications et de la réglementation bancaire et financière. En 2011 déjà, l'UIT¹ avait identifié les domaines dans lesquels la responsabilité du régulateur telecom devrait s'étendre et se renforcer dans l'encadrement de l'offre du mobile money, à savoir la protection des abonnées, les l'interopérabilité des services, l'identification des abonnées, les exigences comptables et les questions de concurrence entre les acteurs.

Ainsi un cadre de collaboration entre le régulateur financier et le régulateur télécom doit être instauré afin de garantir une surveillance efficiente et un développement coordonné de l'activité d'argent mobile.

¹ UIT (2011), *The Regulatory Landscape for Mobile Banking*, Genève

Annexe

1. Fiche de collecte 1 : Effectif – Parc – Chiffre d'affaires

	1er trimestre 2012	2ème trimestre 2012	3ème trimestre 2012	4ème trimestre 2012	1er trimestre 2013	2ème trimestre 2013	3ème trimestre 2013	4ème trimestre 2013	1er trimestre 2014	2ème trimestre 2014	3ème trimestre 2014	4ème trimestre 2014
Effectif du personnel affecté à l'activité Airtel money / Mobicash												
Chiffre d'affaires de l'activité Airtel money / Mobicash												
Nombre de comptes Airtel Money / Mobicash												

2. Fiche de collecte 2 : Volume des services

	1er trimestre 2012		2ème trimestre 2012		3ème trimestre 2012		4ème trimestre 2012		1er trimestre 2013		2ème trimestre 2013		3ème trimestre 2013		4ème trimestre 2013		1er trimestre 2014		1er trimestre 2014	
Volume des dépôts collectés (Cash in) en FCFA																				
Volume des paiements effectués (Cash out) en FCFA																				
	Nbre	Montant	Nbre	Montant	Nbre	Montant	Nbre	Montant	Nbre	Montant	Nbre	Montant	Nbre	Montant	Nbre	Montant	Nbre	Montant	Nbre	Montant
Volume total des transferts d'argent mobile en FCFA																				
• dont transferts de personne à personne																				
• dont transferts de personne à Entreprise																				
• dont transferts d'entreprise à personne																				
• dont autres transferts (International)																				
Montant des achats de crédits de communication via le compte Airtel money / Mobicash en FCFA																				

3. Fiche de collecte 3 : Réseau de distribution

	1er trimestre 2012	2ème trimestre 2012	3ème trimestre 2012	4ème trimestre 2012	1er trimestre 2013	2ème trimestre 2013	3ème trimestre 2013	4ème trimestre 2013	1er trimestre 2014	2ème trimestre 2014	3ème trimestre 2014	4ème trimestre 2014
Nombre d'agents agréés de Airtel money /Mobicash												
Commissions payées aux agents Airtel money/Mobicash en FCFA												
Répartition géographique des agents agréés												
<i>Boucle du Mouhoun</i>												
<i>Cascades</i>												
<i>Centre</i>												
<i>Centre-Est</i>												
<i>Centre-Nord</i>												
<i>Centre-Ouest</i>												
<i>Centre-Sud</i>												
<i>Est</i>												
<i>Hauts-Bassins</i>												
<i>Nord</i>												
<i>Plateau Central</i>												
<i>Sahel</i>												
<i>Sud-Ouest</i>												

4. Fiche de collecte 4 : Investissements et charges d'exploitation

Période	1er trimestre 2012	2ème trimestre 2012	3ème trimestre 2012	4ème trimestre 2012	1er trimestre 2013	2ème trimestre 2013	3ème trimestre 2013	4ème trimestre 2013	1er trimestre 2014	2ème trimestre 2014	3ème trimestre 2014	4ème trimestre 2014
Eléments d'investissements en FCFA HT												
Dépenses de technologie												
• Montant d'acquisition de la plateforme et/ou l'application mobile money,												
• Dépenses de maintenance de la plateforme mobile money												
• Autres dépenses d'investissements technologiques liées au mobile money												
Investissements commerciaux												
• Dépenses de déploiements d'agents commerciaux mobile money												
• Dépenses Marketing et publicité mobile money												
Frais administratifs												
charges de personnel technique et administratif affecté à l'activité mobile money												
Charges financières												
Commissions bancaires de mouvements (commissions sur dépôt et retrait d'espèces en banque)												

Bibliographie

1. Ouvrage

- Bill SCHMARSO, Big Data – Tirer parti des données massives pour développer l'entreprise. Edition First, Paris 2014
- Dominique PLIHON (2013). La monnaie et ses mécanismes. Edition La Découverte. Paris
- J.C. COINTOT & EYCHENNE Y.(2014), La révolution Big data – les données au cœur de la transformation de l'entreprise, Ed. Dunod, Paris 2014, page 23

2. Etudes, rapports, publications

- AFI (27/01/2011). Services financiers via téléphonie mobile : les approches réglementaires qui améliorent l'accès aux services financiers. Note Politique. Kuala Lumpur, Malaysia
- BAD. (Avril 2015). L'Observatoire de l'Afrique de l'Ouest, N°6 Tunis
- BCEAO (17 MARS 2016), Séance de vulgarisation de l'instruction N°008-05-2015 du 21 mai 2015. Ouagadougou
- Claire PÉNICAUD & Arunjay KATAKAM (2013). Les services financiers mobiles destinés aux personnes non bancarisés, le point sur le secteur en 2013, GSMA. Londres
- Claire PENICAUD & KATAKAM Arunjay (2014). les services financiers destinés aux personnes non bancarisées (le point sur le secteur en 2013), GSMA, Londres
- CNUCED (2012) Les services monétaires par téléphonie mobile à l'appui du développement de l'activité économique dans la communauté de l'Afrique de l'Est. UNITED NATIONS PUBLICATION UNCTAD/DTL/STICT/2012/2
- CNUCED (2012). Les services monétaires par téléphonie mobile à l'appui du développement de l'activité économique dans la communauté de l'Afrique de l'Est, CNUCED [s. l.]
- CNUCED, (2014). Impact de l'accès aux services financiers, notamment concernant les incidences des envois de fonds sur le développement: émancipation économique des femmes et des jeunes CNUCED
- Ghislaine C. (1991). Banques et télécommunications : deux secteurs dont les ramifications s'enchevêtrent. Quaderni. N. 12, Hiverb1990-1991
- GSMA (2010). L'argent Mobile Pour les Personnes Non-Bancarisées. GSMA, Londres
- GSMA, (2013). Rapport 2012 de l'Observatoire de la téléphonie mobile en Afrique subsaharienne
- GSMA, (Novembre 2014). Code de conduite des prestataires de services d'argent mobile, GSMA, Londres
- Guy Zibi, (2009). Promesses et incertitudes du marché africain de la téléphonie mobile, La revue du PROPARCO

- Jean-Loïc Guïèze (2014). L'inclusion financière en Afrique Sub-Saharienne. BNP-Paribas, Paris, France.
- Neil Davidson (2011). Optimiser les relations banques-opérateurs dans l'offre d'argent mobile en faveur des personnes non bancarisées. GSMA, Londres
- Neil Davidson et Paul Leishman [s.d.] Construire, motiver et gérer un réseau d'agents pour les services d'argent mobile: Guide pratique pour les opérateurs de téléphonie mobile GSMA, Londres
- Paul LEISHMAN, (2012). Y a-t-il vraiment de l'argent à gagner avec l'argent mobile ? GSMA, Londres
- Riquet C., (26/02/2015) « Mobile Banking : Origine et Perspectives », Présentation du CGAP à la Banque Africaine de Développement, Abidjan, Côte d'Ivoire
- Salmon K. et PHB Development (2011). Enjeux et perspectives du développement du m-paiement [s. l. n. é.]
- Simone di Castri. (2013). Argent mobile : les solutions réglementaires, GSMA. Londres

3. Textes réglementaires

- BCEAO (2006). Instruction N°01/2006/SP du 31 juillet 2006 relative à l'émission de monnaie électronique et aux établissements de monnaie électronique.
- BCEAO (2015). L'instruction n°008-05-2015 du 21 mai 2015 régissant les conditions et modalités d'exercice des activités des émetteurs de monnaie électronique dans les Etats membres de l'Union Monétaire Ouest Africaine (UMOA).
- Loi 061-2008/AN du 27 novembre 2008 portant réglementation générale des réseaux et services de communications électroniques au Burkina Faso

4. Webographie

- <http://www.afi-global.org/library/publications/services-financiers-t-l-phonie-mobile-les-approches-reglementaires-qui-am> (septembre 2015)
 - <http://economic-research.bnpparibas.com> (novembre 2014)
 - <https://itunews.itu.int/fr/4555-La-revolution-de-largent-mobile-BR-Desservir-les-exclus-du-systeme-bancaire.note.aspx> (novembre 2014)
 - <http://envoirdargent.solidairesdumonde.org/archive/2012/03/30/le-succes-rencontre-au-kenya-par-le-service-de-mobile-bankin.html#more> (juillet 2015)
 - <http://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/cercle-121639-afrique-les-operateurs-telephoniques-supplanteront-ils-les-banques-pour-les-moyens-de-paiements-1087712.php#> (janvier 2015)
 - <http://www.finbase-uemoa.org/UMOAEnChiffres.aspx> (mars 2015)
-

- http://www.bceao.int/IMG/pdf/rapport_sur_la_situation_de_la_pauvrete_dans_les_pays_de_l_uemoa.pdf (décembre 2015)
 - <http://www.afriqueitnews.com/2013/11/14/senegal-classement-de-la-qualite-des-services-desoperateurs/#sthash.GksQlvxd.dpuf> (mars 2014)
 - <http://koaci.com/cote-divoire-amende-pres-milliards-pour-operateurs-telephonie-mobile-92411.html>) (juin 2015)
 - www.ifc.org/financialinclusionafrica (août 2015)
 - http://www.apsfd-burkina.bf/IMG/pdf/Statistiques_Secteur_de_la_Microfinance_BF_Juin_2013.pdf (décembre 2015)
-

Table des matières

AVERTISSEMENT	3
REMERCIEMENTS :	4
Résumé	5
Liste des tableaux	8
Liste des figures	9
Sigles et Acronymes	10
PARTIE I : Les principes de base et le cadre organisationnel et réglementaire de l'offre des services de monnaie électronique au Burkina Faso	15
Chapitre 1 : La monnaie électronique sur les réseaux de téléphonie mobile : définitions et évolutions	16
1. <i>De la monnaie électronique à l'argent mobile</i>	16
1.1. Monnaie électronique et évolution technologique	16
1.2. La monnaie électronique sur les réseaux de téléphonie mobile ou l'argent mobile	17
1.3. L'extension des services monétaires mobiles	18
2. <i>Les conditions de développement des services d'argent mobile en Afrique Subsaharienne</i>	20
2.1. Les barrières à l'accès aux services financiers formels en Afrique Subsaharienne	20
2.2. La pénétration rapide de la téléphonie mobile.	22
2.2.1. L'expansion des réseaux de téléphonie mobile dans le monde et en Afrique Subsaharienne ...	22
2.2.2. Les opportunités de développement des services d'argent mobile	24
2.3. L'offre des services d'argent mobile en Afrique	26
Chapitre 2 : L'offre des services d'argent mobile dans l'UEMOA et sa réglementation	29
1. <i>Présentation et évaluation du marché des services d'argent mobile dans l'UEMOA</i>	29
1.1. Evaluation de la marge de développement de l'argent mobile	30
1.1.1. La pénétration de la téléphonie mobile dans l'espace UEMOA	30
1.1.2. Niveau de bancarisation dans l'espace UEMOA	31
1.1.3. Evaluation de la marge potentielle de développement de l'argent mobile dans l'UEMOA et au Burkina Faso	33
2. <i>La réglementation de la monnaie électronique dans l'UEMOA et son évolution</i>	38
2.1. L'instruction N°01/2006/SP du 31 juillet 2006 relative à l'émission de monnaie électronique et aux établissements de monnaie électronique.	39
2.1.1. Les dispositions générales relatives à la monnaie électronique.	39
2.1.2. Le dispositif de surveillance prudentielle	40
2.2. L'instruction n°008-05-2015 du 21 mai 2015 régissant les conditions et modalités d'exercice des activités des émetteurs de monnaie électronique dans les Etats membres de l'Union Monétaire Ouest Africaine (UMO)	41
2.2.1. Les dispositions générales de l'Instruction	41
2.2.2. Les conditions et modalités d'exercices de l'activité de monnaie électronique	42
2.2.3. Les mesures relatives à la protection des clients à la lutte contre le blanchiment d'argent	42
Chapitre 3 : Analyse des implications de la réglementation pour les opérateurs dans la chaîne de valeur du service d'argent mobile	45
1. <i>Etude de la chaîne de valeur de l'argent mobile</i>	45
1.1. Décomposition des activités de la chaîne de valeur	45
1.2. Les atouts spécifiques requis pour les activités de la chaîne de valeur des services d'argent mobile	46
1.3. Positionnement des opérateurs de réseau mobile dans la chaîne de valeur de l'argent liquide	47
2. <i>Evaluation du caractère incitatif de la réglementation de l'activité du mobile money</i>	50
3. <i>Le régulateur des télécoms et la réglementation du mobile money</i>	53

3.1. L'analyse du point de vue de la réglementation des communications électronique.....	53
3.2. L'analyse du point de vue de la réglementation de la monnaie électronique.....	54
3.3. Le schéma de la régulation de l'argent mobile.....	54
3.4. Le code de conduite des fournisseurs des services d'argent mobile	55
PARTIE II : Enjeux économiques des services de monnaie électronique sur les réseaux de téléphonie mobile.....	57
Chapitre 1 : Aperçu du marché de la téléphonie mobile au Burkina Faso et de sa réglementation	58
1. Le cadre réglementaire du secteur de la téléphonie au Burkina Faso.....	58
2. Le marché de la téléphonie mobile au Burkina Faso	59
2.1. Le marché de la téléphonie fixe.....	59
2.1.1. L'opérateur de réseau fixe (ONATEL SA)	59
2.1.2. Les principales données sur l'évolution du marché	59
2.2. Le marché de la téléphonie mobile.....	61
2.2.1. Les opérateurs du marché	61
a. Le réseau mobile de l'ONATEL SA	61
b. Le réseau mobile de Airtel Burkina Faso SA	62
c. Le réseau mobile de Telecel Faso SA.....	63
2.2.2. Le marché global de téléphonie mobile.....	64
Chapitre 2 : Présentation de l'offre des services d'argent mobile des opérateurs	68
3. Le service Airtel Money (M-Liquid) sur le réseau de Airtel Burkina Faso SA	68
1.1. Les partenaires dans le développement et l'offre du service	68
1.2. Les opérations du service Airtel Money et leurs tarification	69
1.2.1. les opérations de dépôt et de retrait d'espèces (« cash-in » et « cash out ») :	69
1.2.2. Les opérations de transfert et réception de l'argent	70
1.2.3. Les opérations de paiements.....	71
1.2.4. Les services divers	72
2. Le service Mobicash Venega sur le réseau mobile de l'ONATEL SA.....	73
2.1. Les partenaires dans le développement et l'offre du service	73
2.2. Les services d'argent mobile Mobicash et leurs tarifs.....	74
2.3. Comparaison des services et des tarifs entre Airtel money et Mobicash	75
3. La collecte des données auprès des opérateurs.....	78
3.1. Méthodologie de la collecte des données.....	78
3.2. Résultat de la collecte des données	79
3.2.1. Le parc des comptes d'argent mobile ouverts.....	79
Chapitre 3 : les services d'argent mobile dans l'économie des ORM	84
1. La fidélisation et l'accroissement du parc des abonnements aux services de l'ORM	85
1.1. Evolution des parcs des ORM de 2011 à 2012.....	85
1.2. Evolution des parcs des ORM de 2013 à 2014.....	87
2. La génération de nouveaux revenus.....	88
2.1. Evolution des transferts.....	89
2.2. Evolution des opérations de dépôts - retraits.....	90
2.3. Incidence du chiffre d'affaires direct sur l'ARPU	91
3. Les économies sur les coûts de distribution des services voix.....	91
4. L'augmentation du taux de consommation des services des opérateurs.....	93
4.1. L'activité d'argent mobile est un levier de ressource marketing	93
4.2. L'offre des services de monnaie électronique stimule la vente des autres services des ORM	95
5. Les contraintes financières et techniques et les risques de l'offre des services d'argent mobile	96
5.1. Les contraintes techniques : le choix des plateformes de services d'argent mobile	96
5.2. Les contraintes financières.....	99

5.3. Les risques inhérents à l'activité d'argent mobile	101
5.3.1. Les risques technologiques : les déficiences des réseaux.	101
5.3.2. Les risques de fraudes et d'abus de confiance	106
Conclusion générale	108
Annexe	111
1. Fiche de collecte 1 : Effectif – Parc – Chiffre d'affaires	111
2. Fiche de collecte 2 : Volume des services	111
3. Fiche de collecte 3 : Réseau de distribution	112
4. Fiche de collecte 4 : Investissements et charges d'exploitation	113
Bibliographie.....	114
1. Ouvrage.....	114
2. Etudes, rapports, publications	114
3. Textes réglementaires	115
4. Webographie	115
AVERTISSEMENT	3
REMERCIEMENTS :	4
Résumé.....	5
Liste des tableaux.....	8
Liste des figures	9
Sigles et Acronymes	10
PARTIE I : Les principes de base et le cadre organisationnel et réglementaire de l'offre des services de monnaie électronique au Burkina Faso	15
Chapitre 1 : La monnaie électronique sur les réseaux de téléphonie mobile : définitions et évolutions	16
1. De la monnaie électronique à l'argent mobile	16
1.1. Monnaie électronique et évolution technologique	16
1.2. La monnaie électronique sur les réseaux de téléphonie mobile ou l'argent mobile	17
1.3. L'extension des services monétaires mobiles.....	18
2. Les conditions de développement des services d'argent mobile en Afrique Subsaharienne	20
2.1. Les barrières à l'accès aux services financiers formels en Afrique Subsaharienne	20
2.2. La pénétration rapide de la téléphonie mobile.	22
2.2.1. L'expansion des réseaux de téléphonie mobile dans le monde et en Afrique Subsaharienne ...	22
2.2.2. Les opportunités de développement des services d'argent mobile	24
2.3. L'offre des services d'argent mobile en Afrique	26
Chapitre 2 : L'offre des services d'argent mobile dans l'UEMOA et sa réglementation	29
1. Présentation et évaluation du marché des services d'argent mobile dans l'UEMOA	29
1.1. Evaluation de la marge de développement de l'argent mobile.....	30
1.1.1. La pénétration de la téléphonie mobile dans l'espace UEMOA	30
1.1.2. Niveau de bancarisation dans l'espace UEMOA.....	31
1.1.3. Evaluation de la marge potentielle de développement de l'argent mobile dans l'UEMOA et au Burkina Faso	33
2. La réglementation de la monnaie électronique dans l'UEMOA et son évolution	38
2.1. L'instruction N°01/2006/SP du 31 juillet 2006 relative à l'émission de monnaie électronique et aux établissements de monnaie électronique.	39

2.1.1. Les dispositions générales relatives à la monnaie électronique.....	39
2.1.2. Le dispositif de surveillance prudentielle.....	40
2.2. L'instruction n°008-05-2015 du 21 mai 2015 régissant les conditions et modalités d'exercice des activités des émetteurs de monnaie électronique dans les Etats membres de l'Union Monétaire Ouest Africaine (UMOA).....	41
2.2.1. Les dispositions générales de l'Instruction.....	41
2.2.2. Les conditions et modalités d'exercices de l'activité de monnaie électronique.....	42
2.2.3. Les mesures relatives à la protection des clients à la lutte contre le blanchiment d'argent.....	42
Chapitre 3 : Analyse des implications de la réglementation pour les opérateurs dans la chaîne de valeur du service d'argent mobile.....	45
1. Etude de la chaîne de valeur de l'argent mobile.....	45
1.1. Décomposition des activités de la chaîne de valeur.....	45
1.2. Les atouts spécifiques requis pour les activités de la chaîne de valeur des services d'argent mobile.....	46
1.3. Positionnement des opérateurs de réseau mobile dans la chaîne de valeur de l'argent liquide.....	47
2. Evaluation du caractère incitatif de la réglementation de l'activité du mobile money.....	50
3. Le régulateur des télécoms et la réglementation du mobile money.....	53
3.1. L'analyse du point de vue de la réglementation des communications électronique.....	53
3.2. L'analyse du point de vue de la réglementation de la monnaie électronique.....	54
3.3. Le schéma de la régulation de l'argent mobile.....	54
3.4. Le code de conduite des fournisseurs des services d'argent mobile.....	55
PARTIE II : Enjeux économiques des services de monnaie électronique sur les réseaux de téléphonie mobile.....	57
Chapitre 1 : Aperçu du marché de la téléphonie mobile au Burkina Faso et de sa réglementation.....	58
1. Le cadre réglementaire du secteur de la téléphonie au Burkina Faso.....	58
2. Le marché de la téléphonie mobile au Burkina Faso.....	59
2.1. Le marché de la téléphonie fixe.....	59
2.1.1. L'opérateur de réseau fixe (ONATEL SA).....	59
2.1.2. Les principales données sur l'évolution du marché.....	59
2.2. Le marché de la téléphonie mobile.....	61
2.2.1. Les opérateurs du marché.....	61
a. Le réseau mobile de l'ONATEL SA.....	61
b. Le réseau mobile de Airtel Burkina Faso SA.....	62
c. Le réseau mobile de Telecel Faso SA.....	63
2.2.2. Le marché global de téléphonie mobile.....	64
Chapitre 2 : Présentation de l'offre des services d'argent mobile des opérateurs.....	68
3. Le service Airtel Money (M-Liquid) sur le réseau de Airtel Burkina Faso SA.....	68
1.1. Les partenaires dans le développement et l'offre du service.....	68
1.2. Les opérations du service Airtel Money et leurs tarification.....	69
1.2.1. les opérations de dépôt et de retrait d'espèces (« cash-in » et « cash out ») :.....	69
1.2.2. Les opérations de transfert et réception de l'argent.....	70
1.2.3. Les opérations de paiements.....	71
1.2.4. Les services divers.....	72
2. Le service Mobicash Venega sur le réseau mobile de l'ONATEL SA.....	73
2.1. Les partenaires dans le développement et l'offre du service.....	73
2.2. Les services d'argent mobile Mobicash et leurs tarifs.....	74
2.3. Comparaison des services et des tarifs entre Airtel money et Mobicash.....	75
3. La collecte des données auprès des opérateurs.....	78
3.1. Méthodologie de la collecte des données.....	78
3.2. Résultat de la collecte des données.....	79

3.2.1. Le parc des comptes d'argent mobile ouverts.....	79
Chapitre 3 : les services d'argent mobile dans l'économie des ORM	84
1. <i>La fidélisation et l'accroissement du parc des abonnements aux services de l'ORM</i>	85
1.1. Evolution des parcs des ORM de 2011 à 2012.....	85
1.2. Evolution des parcs des ORM de 2013 à 2014.....	87
2. <i>La génération de nouveaux revenus</i>	88
2.1. Evolution des transferts.....	89
2.2. Evolution des opérations de dépôts - retraits.....	90
2.3. Incidence du chiffre d'affaires direct sur l'ARPU	91
3. <i>Les économies sur les coûts de distribution des services voix</i>	91
4. <i>L'augmentation du taux de consommation des services des opérateurs</i>	93
4.1. L'activité d'argent mobile est un levier de ressource marketing	93
4.2. L'offre des services de monnaie électronique stimule la vente des autres services des ORM	95
5. <i>Les contraintes financières et techniques et les risques de l'offre des services d'argent mobile</i>	96
5.1. Les contraintes techniques : le choix des plateformes de services d'argent mobile	96
5.2. Les contraintes financières.....	99
5.3. Les risques inhérents à l'activité d'argent mobile.....	101
5.3.1. Les risques technologiques : les déficiences des réseaux.	101
5.3.2. Les risques de fraudes et d'abus de confiance	106
Conclusion générale.....	108
Annexe.....	111
1. Fiche de collecte 1 : Effectif – Parc – Chiffre d'affaires	111
2. Fiche de collecte 2 : Volume des services	111
3. Fiche de collecte 3 : Réseau de distribution.....	112
4. Fiche de collecte 4 : Investissements et charges d'exploitation.....	113
Bibliographie.....	114
1. Ouvrage.....	114
2. Etudes, rapports, publications.....	114
3. Textes réglementaires	115
4. Webographie	115