



**Consortium pour la Recherche
Economique et sociale**

2014 / 05

NOTES DE POLITIQUE DU CRES

Version provisoire



**INCLUSION FINANCIERE A TRAVERS
LE MOBILE-BANKING DANS LA NICHE
DES MÉNAGES À FAIBLE REVENU**



par
François Seck Fall, Yaya KY, Ousmane Birba

Consortium pour la Recherche Economique et Sociale
Rue 10 Prolongée Cité Iba Ndiaye Djadji
Lot 1 et 2 - Pyrotechnique - Dakar, Sénégal
CP : 12023 - BP : 7988, Dakar Médina
Tél : (221) 33 864 77 57 - (221) 33 864 73 98 - Fax : (221) 33 864 77 58
Email : cres_ucad@yahoo.fr / cres@cres-sn.org
Information : contact@cres-sn.org / Site Web : www.cres-sn.org

L'âge, le niveau d'instruction et de revenu, l'appartenance à une tontine déterminent à différentes échelles l'adoption de m-banking chez les ménages à faible revenu

Le téléphone portable, les Smartphones et l'Internet sont de plus en plus utilisés pour les consultations de solde, la vérification des opérations bancaires, les transferts de fonds, les paiements de factures, entre autres. Mais, pour ces opérations bancaires, les populations utilisent beaucoup plus le téléphone portable que l'Internet. C'est le cas, notamment au Kenya, avec le M-Pesa qui a suscité beaucoup d'espoirs en matière d'inclusion financière et de fourniture de services de paiement aux populations à faible revenu.



En dépit de ces opportunités, le taux de pénétration du mobile-banking (m-banking) reste relativement faible dans les pays comme le Sénégal où le rythme de diffusion de la téléphonie mobile est pourtant passé de 10 % en 2005, à 77 % en 2011. Il est donc important d'explorer les pistes pouvant conduire à une utilisation plus accrue des services financiers via la téléphonie mobile. L'étude intitulée « *Inclusion financière à travers le mobile-banking dans la niche des ménages à faible revenu : Analyse du processus d'adaptation à travers un modèle logit séquentiel* », réalisée par une équipe du CRES comprenant Yaya Ky, François Seck Fall et Ousmane Birba tente d'apporter des éclairages sur les facteurs sociaux et économiques de l'intégration du m-banking dans la banlieue dakaroise, aux différentes étapes de son adoption.

METHODOLOGIE

L'enquête est menée dans le cadre d'une étude de randomisation dans la banlieue dakaroise, Ont été ciblés, les ménages vulnérables qui n'ont pas accès aux services bancaires et financiers. Dans chaque ménage, un membre a été sélectionné et les individus retenus ont été repartis en deux groupes. Le premier groupe a bénéficié d'un compte m-banking, d'une formation sur l'utilisation des services du m-banking et des conseils sur les avantages de l'utilisation de ces services. Deux questionnaires ont été administrés à l'ensemble des ménages. Le premier porte sur les caractéristiques du ménage, la connaissance du m-banking, l'utilisation des services du m-banking, les avantages de l'utilisation de ces services, le consentement à payer pour cette utilisation. Le second questionnaire concerne l'activité des cibles qui disposent d'une entreprise (individuelle ou familiale). La collecte de données a été



réalisée en deux phases. La première phase a eu lieu avant la formation des individus bénéficiaires du compte m-banking et la seconde six mois après cette formation. Les chercheurs ont utilisé un modèle séquentiel de prise de décisions, pour déterminer les facteurs socio-économiques qui poussent l'individu à passer ou non des stades de la connaissance, à la possession, et à l'adoption.

RESULTATS

Cette étude met en évidence le fait que les caractéristiques de l'individu sont déterminantes à chaque stade du processus d'adoption du m-banking. Les facteurs cognitifs comme l'instruction, entrent en jeu dans la seconde phase du processus d'adoption, tandis que les capacités financières (revenus, activités entrepreneuriales...) semblent prévaloir dans l'usage réel de cette solution technologique.

Caractéristiques de l'échantillon

L'enquête a touché un échantillon d'une population dont 53 % ont un emploi et 52 % d'entre eux sont des travailleurs indépendants. S'y ajoutent que 36,7 % des personnes enquêtées sont dans le commerce alors que 27,47 % s'activent dans la production ou (et) la transformation. La majorité des personnes interrogées soit 70 % ont un revenu mensuel inférieur à 100.000 F Cfa (l'équivalent de 206\$ USD), tandis que 41 % des individus perçoivent moins de 50.000 F Cfa par mois (103\$ USD). Dans cet échantillon, 25 % des personnes ont un revenu mensuel compris entre 100.000 et 300.000 F CFA. Par contre, seuls 3 % des enquêtées disposent d'un revenu supérieur à 500.000 F CFA.



Le poids de l'âge sur l'ignorance du m-banking

L'étude fait apparaître que l'âge a un poids important sur la méconnaissance du m-banking chez les sujets interrogés. En effet, la probabilité pour les personnes qui ont 45 ans et plus de connaître cette technologie est faible, au premier stade du processus d'adoption, à savoir la connaissance. En revanche, les autres caractéristiques des personnes enquêtées ne sont pas si déterminantes à ce stade. Par ailleurs, 72 % des personnes enquêtées sont informées de l'existence de cette technologie par le biais de la télévision, de la radio, et 21 % à travers les affiches, les journaux ou encore les podiums.

La possession du m-banking déterminée par le niveau d'instruction, le revenu, l'appartenance à une tontine...

L'étude établit aussi une corrélation entre le niveau d'instruction et la possession du m-banking. Les personnes qui savent lire et écrire possèdent plus cette technologie que celles qui sont analphabètes ou qui ont un faible niveau d'instruction. Il est aussi apparu que ce sont les membres de tontines, les propriétaires de micro-entreprises qui ont plus intégré cette solution technologique dans la gestion de leurs affaires. Pour les membres de tontines, le téléphone mobile est le moyen de communication le plus utilisé pour la coordination des réunions et le partage d'informations sur le m-banking. Mais, si beaucoup de gens connaissent l'innovation, peu la possèdent, en raison des capacités cognitives que cela requiert. A preuve, seuls 16,8 % des personnes enquêtées possèdent le m-banking qui n'est utilisé que par 11,27 % des sujets qui le détiennent.

L'adoption du m-banking fortement influencée par le salaire, le nombre d'années d'étude, et le fait d'être entrepreneur

L'étude révèle enfin que l'adoption de cette technologie est fortement tributaire du niveau d'instruction. En réalité, ceux qui ont un certain niveau d'étude utilisent plus facilement ces outils. En outre, contrairement à l'étape de la possession, le salaire a une influence sur l'adoption de ces outils.

L'influence liée au salaire peut s'expliquer par le faible coût du recours au m-banking. L'utilisation de cette technologie est également tributaire du niveau de revenu dans certains cas. Il est apparu que le revenu modeste peut aussi pousser des individus à ne pas intégrer le m-banking dans leur mode de vie sous prétexte que leur marge de manœuvre en matière d'épargne est marginale.

CONCLUSION

Il apparaît ainsi à travers cette étude que le m-banking est une technologie largement connue au Sénégal, sauf chez les personnes âgées, précisément celles qui sont nées avant 1950, qui ignorent l'existence de cette innovation. En revanche, il n'y a pas une seule personne ayant totalisé 10 ans d'études qui ne connaît pas le m-banking. L'étude révèle aussi que près de 70 % des sujets interrogés utilisent cette technologie, surtout pour l'achat de forfaits téléphoniques. Mais, pour 63 % des enquêtés, l'application du m-banking n'est pas simple à utiliser. L'étude démontre également que l'âge reste le facteur essentiel de la connaissance de cette technologie alors que le niveau d'instruction, le nombre d'années d'études, le fait d'être un membre d'une tontine influent sur l'intégration de cette innovation dans la gestion des affaires. Le niveau de revenu et le fait d'être propriétaire d'une micro-entreprise militent en faveur de l'adoption de l'innovation. La faiblesse des revenus et le manque d'activités entrepreneuriales semblent être les facteurs qui freinent le plus l'expansion de l'usage de cette technologie dans la banlieue dakaroise.