



Le “Mobile Banking” est-il efficace pour offrir des services financiers aux non-bancarisés?

Djamchid ASSADI^a, Anaïs CUDI^b

^a Professeur Permanent, Département Marketing, Groupe ESC Dijon Bourgogne (CEREN) ; Docteur en stratégie et communication commerciale (Université Dauphine)

^b Étudiante en troisième année, Groupe ESC Dijon Bourgogne

Abstract

La réduction de la pauvreté par le biais de l'implication de l'entrepreneur a été symbolisée par le lauréat du Nobel de la paix en 2006, le Bangladais Muhammad Yunus. Sa banque, la Grameen Bank, créée officiellement en 1983 pour les pauvres et détenus par eux, offre des microcrédits aux exclus du système bancaire et contribue ainsi à la réinsertion sociale de plusieurs millions de pauvres. Depuis, son modèle a été copié partout dans le monde, jusque dans les pays développés. Aujourd'hui, il existe plus de 10.000 institutions de micro-finance qui servent environ 150 millions de familles, soit environ 750 millions d'individus.

Toutefois, il existe encore environ 2,455 milliards d'individus dans le monde qui n'ont pas accès aux services bancaires. La majorité des personnes non bancarisées se trouve dans les pays sous-développés : 80% des adultes en Afrique sous-saharienne, 67% au Moyen-Orient, 65% en Amérique latine, 59% en Asie de l'Est et du Sud-Est et 58% en Asie du Sud. Par ailleurs, plus de 43% des adultes en Europe de l'Est et de l'Asie centrale et 8% des adultes des pays OCDE ne sont pas moins exclus du système bancaire (Chaia et al, 2009).

Les coûts fixes élevés des transactions expliquent en grande partie l'exclusion financière. Ils rendent en fait les petits prêts peu rentables pour les institutions financières et surtout pour les banques commerciales qui, de ce fait, rechignent à servir les plus démunis. Plusieurs solutions ont été envisagées à cet égard.

Le groupe de confiance (trust group) en est une. Dans ce cas de figure, le prêt est accordé aux membres dont le groupe d'appartenance fonctionne comme une solution pour surmonter l'asymétrie de l'information et réduire le risque de prêter aux pauvres (Armendariz et al., 2005; Ashta, 2009).

Le taux d'intérêt élevé s'est également présenté comme solution, quoique plus discutable du point de vue éthique. Le taux d'intérêt moyen de la micro-finance est d'environ 28% (Rosenberg et al 2009). La principale raison de ce taux élevé est le rapport défavorable entre le coût fixe et le faible montant de la transaction (Rosenberg, 2007; Rhyne et al. 2007; Ashta et al., 2009).

Une autre solution pour ouvrir l'accès aux produits financiers aux pauvres serait la réduction des coûts fixes grâce aux technologies, telles que la gestion des systèmes d'information partagée, le crédit entre particuliers via le Web 2.0 sur l'internet et le « Mobile Banking ». Cette dernière solution sera étudiée ici.

L'objectif de ce papier consiste à étudier si la téléphonie mobile peut rendre la micro-finance rentable pour les institutions financières par le fait de la réduction du coût d'extension du marché des services financiers et surtout celui du crédit aux non-bancarisés. En d'autres termes, est-ce que la téléphonie mobile peut être le cheval de Troie de la micro-finance auprès des non-bancarisés.

La micro-finance se caractérise par le fait qu'elle donne accès à des services financiers aux personnes qui sont exclues du système bancaire et financier traditionnel, aussi bien dans les pays en développement que développés. L'objectif étant de leur permettre de démarrer et soutenir des activités économiques de petite taille et/ou d'aider à résoudre des problèmes de liquidité temporaire.

Certes, la micro-finance ne se limite pas au microcrédit et comprend des produits comme la micro-épargne et la micro-assurance. Toutefois, nous privilégions dans cette étude le microcrédit. Le montant moyen d'un microcrédit en Asie ou en Afrique est d'environ 300€ (et peut tomber jusqu'à quelques euro), il est supérieur à 1000€ en Europe de l'Est et de l'ordre de 2 500€ en France (la Lettre Vernimmen.net n° 53 de décembre 2006).