

La multiplication des services de crédit numérique

La tendance du crédit numérique — de petits prêts octroyés rapidement par le biais de canaux numériques — est en hausse dans les pays à faible revenu, en particulier en Afrique subsaharienne. Le rapide succès rencontré par M-Shwari, un service kenyan de crédit et d'épargne pour de petits montants lancé à la fin de l'année 2012 (Cook et McKay 2015), en est l'exemple le plus frappant mais un nombre croissant de nouveaux services sont proposés chaque année sur le marché.

La présente note propose une introduction au paysage en rapide évolution du crédit numérique et illustre les caractéristiques courantes de cette nouvelle offre de services financiers numériques. Nous mettons ici l'accent sur les services de crédit numérique qui se servent de l'accès préexistant de leurs clients à un téléphone mobile, bien qu'il existe également des modèles de crédit numérique reposant sur la connexion des clients à Internet. Cette note s'appuie sur dix études de cas pour décrire le crédit numérique, mais nous reconnaissons qu'il existe bien d'autres modèles et produits en cours d'élaboration. Si un grand nombre des exemples utilisés sont récents et n'ont pas encore atteint leur plein potentiel, quelques-uns sont déjà dotés de portefeuilles atteignant 800 000 à 1,8 million d'emprunteurs actifs.

Le CGAP a cherché à distinguer le crédit numérique des prêts conventionnels en précisant que le crédit numérique est instantané, automatisé et à distance (Chen et Mazer 2016). De même, la plupart des services présentés dans cette note sont adaptés aux besoins de liquidités à court terme d'emprunteurs particuliers et peuvent être obtenus très rapidement : après la demande, une décision de crédit peut être prise en quelques secondes ou dans les vingt-quatre heures au plus tard. Le processus de décision est en grande partie automatisé et passe par une série d'algorithmes et d'arbres de décision informatisés. Pour chaque demande de prêt, la décision de crédit dépend moins du jugement humain et de procédures manuelles que de la disponibilité de données numériques clés comme les informations provenant du téléphone mobile. De plus, les interactions humaines sont limitées car les demandes de prêt, les décaissements ou les remboursements sont effectués à distance, avant tout par le biais de la technologie mobile. Cela peut avoir des répercussions importantes en matière d'inclusion financière, car de nombreux modèles de crédit numérique n'imposent pas à leurs clients de détenir au préalable un compte financier ou de présenter leur historique de crédit.

Cinq des dix services présentés dans cette note sont commercialisés au Kenya ; neuf le sont en Afrique subsaharienne. Bien que le crédit numérique soit offert sur de nombreux marchés, l'utilisation de ce type de services est particulièrement importante dans la région. Une des raisons à cela réside dans la forte pénétration régionale des services financiers mobiles qui constitue un facteur crucial de développement du crédit numérique à grande échelle. Comme nous l'avons vu pour d'autres produits, par exemple la microassurance mobile (Tellez et Zetterli 2014), les nouvelles offres de

produits exploitent l'infrastructure numérique existante pour gagner ou conserver des parts de marché. En réalité, dans de nombreux pays, les services de crédit numérique sont offerts parallèlement au secteur solide et en plein essor des paiements numériques.

La plupart des premières offres de crédit numérique mises sur le marché qui sont évaluées dans la présente note incluent des partenariats entre des opérateurs de téléphonie mobile (OTM) et des banques ou d'autres institutions financières, mais les modèles de partenariat impliquant des sociétés tierces de technologie financière sont également en train de voir le jour. Mettant à profit le positionnement unique de chaque partenaire, les fournisseurs voient dans le crédit numérique une opportunité de créer de nouvelles sources de revenus et d'accroître le taux de fidélisation de leur clientèle en s'appuyant sur un écosystème de services financiers numériques en plein essor et en offrant une nouvelle catégorie de produits à leurs clients.

Quelles sont les caractéristiques courantes des services de crédit numérique ?

Les dix exemples présentés au tableau 1 comprennent tous quatre caractéristiques distinctes qui permettent de comprendre le fonctionnement des offres de crédit numérique¹.

1. L'éligibilité pour un prêt est déterminée par un accès numérique préexistant. Les produits de crédit numérique analysés dans la présente note ciblent les personnes déjà clientes des OTM. De ce fait, l'éligibilité d'un emprunteur est liée à son abonnement et à son utilisation préalable des services de téléphonie et de SMS, à ses paiements numériques et, le cas échéant, à ses antécédents bancaires. Les fournisseurs de crédit numérique ciblent ces segments du marché car ils peuvent exploiter les données numériques des clients afin d'évaluer la recevabilité initiale de la demande de prêt introduite par un emprunteur potentiel. Par exemple, M-Shwari et KCB M-Pesa — proposés par Safaricom en partenariat avec, respectivement, la Commercial Bank of Africa (CBA) et la Kenya Commercial Bank (KCB) — sont deux produits bancaires distincts proposant des prêts numériques. Dans chaque cas, la demande de prêt a pour condition préalable que les emprunteurs soient inscrits comme clients de Safaricom M-Pesa et qu'ils aient utilisé M-Pesa pendant au moins six

¹ Les services analysés dans la présente note sont essentiellement liés aux abonnements déjà souscrits par les clients de téléphonie mobile et de services financiers mobiles, mais d'autres services de crédit numérique se basent quant à eux sur la connexion des clients à Internet.

Tableau 1. Échantillon des services de crédit numérique^a

Année de lancement	Nom du service ^b	Pays	Fournisseurs partenaires				Durée classique de l'emprunt	Montant classique de l'emprunt (USD) ^c
			OTM	Banque	Institution financière non bancaire	Tiers du domaine de la technologie financière		
2012	M-Shwari	Kenya	Safaricom	Commercial Bank of Africa (CBA)			4 semaines	30
	EcoCashLoan	Zimbabwe	Econet	Steward Bank			4 semaines	125
2014	Mkopo Rahisi	Kenya			InVenture		3 semaines	20
	M-Pawa	Tanzanie	Vodacom	Commercial Bank of Africa (CBA)			4 semaines	7
	Timiza	Tanzanie	Airtel		Jumo		1, 2, 3 ou 4 semaines	10
	Mjara	Ghana	MTN		Adehyeman Savings and Loans	Mobile Financial Services (MFS) Africa	2 ou 4 semaines	26
2015	Eazzy Loan	Kenya	Airtel	Equity Bank			4 semaines	50
	KCB M-Pesa	Kenya	Safaricom	Kenya Commercial Bank (KCB)			4, 12 ou 24 semaines	30
	Branch	Kenya			Branch		3 semaines	10
2016	Instaloan	Philippines	Globe		Fuse	Lenddo Dataspark	16 semaines	50

a. Cette liste n'est pas exhaustive et ne permet donc pas de couvrir tous les services de crédit numérique existants. Dans la présente note, nous nous concentrons délibérément sur les services qui respectent strictement notre définition du crédit numérique et qui sont proposés dans des pays à faible revenu ou à revenu intermédiaire de la tranche inférieure. Par ailleurs, l'accent est également mis sur les crédits individuels et il n'inclut pas les crédits de trésorerie pour commerçants, les emprunts contractés par des micro, petites et moyennes entreprises ou pour du commerce électronique, et les plates-formes de prêt entre individus.

b. Certains services — à savoir M-Shwari, EcoCash, M-Pawa et KCB M-Pesa — proposent parallèlement des produits de crédit et d'épargne. Le tableau ne décrit que les détails de la partie « crédit » du compte.

c. Les chiffres sont basés sur les taux de change vers le dollar des États-Unis en décembre 2015.

mois. De même, Timiza, produit de crédit numérique offert par Airtel et Jumo en Tanzanie, est disponible uniquement pour les personnes déjà clientes d'Airtel et qui détiennent un compte Airtel Money actif. EcoCashLoan est un microcrédit à court terme proposé par Econet et Steward Bank au Zimbabwe. Il cible lui aussi les personnes déjà clientes de l'OTM². Les demandeurs de prêt doivent non seulement déjà utiliser le service de communication mobile d'Econet et son service financier mobile, EcoCash, mais ils doivent aussi ouvrir un compte d'épargne EcoCashSave proposé par la Steward Bank et y maintenir un solde minimum de 5 dollars pendant au moins trois mois.

2. Les décisions de prêt sont automatisées et exploitent des données numériques non traditionnelles. La procédure de demande de crédit numérique s'effectue sur un appareil mobile et implique des interactions humaines limitées. C'est particulièrement le cas en Afrique où les téléphones mobiles sont les principaux moyens de

communication numérique (alors que, dans d'autres marchés, il se peut que les services bancaires en ligne à partir d'un ordinateur privé soient plus répandus). Les données numériques existantes sont exploitées pour pouvoir anticiper l'éventuelle insolvabilité d'un emprunteur potentiel et pour déterminer comment gérer le parcours du client et comment assurer le suivi du recouvrement du crédit. Pour demander un crédit EcoCashLoan, par exemple, un emprunteur éligible effectue sa demande en introduisant un code USSD sur son téléphone mobile. La demande déclenche alors un système d'arbres de décision automatisés qui estiment le risque de crédit du demandeur. Les variables prises en compte peuvent inclure l'utilisation de services de téléphonie mobile, des compléments de données, des transactions d'argent mobile, le solde du porte-monnaie mobile, l'âge du demandeur ou son historique de crédit. L'utilisation de données numériques alternatives est particulièrement importante pour évaluer les emprunteurs qui introduisent leur première demande, tandis que les antécédents de remboursement de crédit prennent

2 La présente note n'inclut pas l'analyse des différentes stratégies de marketing employées pour attirer les clients ciblés.

davantage d'importance en cas de demandes de prêt ultérieures.

Certains modèles de scoring peuvent également se servir des médias sociaux ou de l'historique de paiement des factures de services publics, entre autres informations, pour étayer les décisions de prêt. First Access et Lenddo sont deux des différentes entreprises tierces récemment créées pour proposer des services de scoring des clients sur la base de ces données non conventionnelles. Branch est un exemple d'institution financière non bancaire qui utilise les données stockées sur le smartphone d'un emprunteur potentiel, y compris ses SMS, son journal d'appels et ses contacts, afin d'évaluer son risque de crédit.

- 3. Les prêts sont plus petits, de plus courte durée et souvent moins chers que les produits traditionnels de prêt à la consommation.** Même si ces produits sont encore récents et s'ils vont évoluer au fil du temps, la taille initiale du prêt est souvent petite et sa durée est généralement courte. Le montant habituel d'un prêt Branch est de 10 dollars ; il est de 30 dollars pour un prêt M-Shwari ou KCB M-Pesa, et de 50 dollars pour un prêt Instaloan ou Eazzy Loan. Eazzy Loan, EcoCashLoan, M-Pawa et M-Shwari ont tous une durée de prêt de quatre semaines. Les taux d'intérêt annualisés sont très élevés par rapport aux taux d'intérêt appliqués sur ces marchés pour les produits les plus conventionnels de crédit à la consommation ou de microcrédit. La plupart des services examinés appliquent ainsi des taux d'intérêt mensuels qui se situent entre 2 % et 10 %. Plusieurs facteurs contribuent à ces taux d'intérêt plus élevés, mais ils sont en grande partie imputables au fait que le ratio des coûts pour chaque prêt risque d'être plus élevé si le montant du prêt est plus petit. De ce fait, la dynamique financière du crédit numérique induite par la courte durée et la petite taille des prêts est très différente de celle des crédits à la consommation conventionnels ou de la plupart des microcrédits.

- 4. Les relations avec les clients, le remboursement et le recouvrement sont gérés à distance.** Les prêts sont remboursés par des canaux de paiement numérique, soit par tranches, soit à l'échéance du prêt. Des rappels par SMS et par message vocal incitent les emprunteurs à rembourser leur crédit, et le personnel du centre d'appels prend contact avec les emprunteurs retardataires suivant des modèles d'interaction préparés à l'avance. La plupart des fournisseurs imposent une amende en cas de retard.

Certains pays apparaissant dans notre analyse transmettent un rapport négatif sur les emprunteurs en retard aux centres d'information sur la solvabilité des emprunteurs³. Les conditions de ces signalements, c'est-à-dire le nombre de jours de retard déclenchant la procédure de signalement et la durée pendant laquelle leur nom figure dans les fichiers des centres

d'information, sont variables. Comme pour les services de prêt traditionnels, le comportement des clients en matière de remboursement permet de déterminer leur éligibilité pour les prêts suivants, ainsi que les conditions de ces prêts. Dans le cas de M-Shwari, par exemple, les prêts en retard sont automatiquement reconduits pour un nouveau cycle de 30 jours, aux mêmes conditions, et les emprunteurs sont avertis par SMS et par l'appel d'un centre de clientèle. Les emprunteurs sont également notifiés de leur éventuel signalement à un centre d'information sur la solvabilité des emprunteurs en cas de nouveau retard. Lorsque le retard atteint 120 jours, la personne est signalée au centre d'information et ces informations négatives sont conservées dans les fichiers du centre pendant cinq ans. S'il veut être éligible pour d'autres crédits Instaloan, un client doit clôturer son premier prêt et ne pas dépasser un certain nombre de versements en retard. Timiza récompense ses « bons » emprunteurs en prolongeant la durée des crédits suivants et en offrant de prêter des montants plus importants.

Le fait que le crédit soit géré à distance réduit fortement la nécessité d'interactions humaines et le déplacement des emprunteurs dans des agences bancaires pour respecter leur obligation de remboursement. Le crédit numérique gomme ainsi les distances géographiques qui faisaient autrefois obstacle à l'octroi de crédits. Cependant, selon les services, la gestion du crédit à distance encourage avec une efficacité variable le remboursement du crédit dans les temps. Dans certains cas, le taux de crédits non remboursés est élevé, ce qui contraint les fournisseurs à adapter leurs procédures de gestion des crédits. Dans d'autres cas, les ratios de prêt non performants se maintiennent à environ 2 % même lorsque le service prend de l'ampleur.

Conclusion

La multiplication des services de crédit numérique constitue une évolution importante pour l'inclusion financière, en s'appuyant sur des services financiers qui vont au-delà des seuls paiements numériques, et en promettant d'être largement accessibles aux populations démunies. Pourtant, le crédit numérique est un produit récent et en plein développement. De nombreuses questions restent à régler au fur et à mesure qu'elles surgissent, et notamment :

- Quelles sont les conditions préalables à l'octroi de crédit numérique ? Quels sont les principaux éléments d'une infrastructure habilitante de crédit numérique ?
- Quels sont les différents modèles de partenariat et de conception des services et quel est leur potentiel pour atteindre les clients non desservis ou mal desservis ?
- Quels sont les risques de cette nouvelle offre de services financiers numériques et quelles conséquences apparaissent en matière de protection des consommateurs ?

³ Les conditions du signalement au centre d'information sur la solvabilité des emprunteurs varient selon les pays analysés : certains centres d'information retiennent les informations positives et négatives liées aux emprunts contractés par les clients, tandis que d'autres se contentent des informations négatives. Dans certains pays, aucun signalement n'est transmis à un centre d'information.

Plusieurs des premiers services commercialisés n'ont pas réussi à décoller, tandis que d'autres ont rapidement pris de l'ampleur. De nouveaux services attendent déjà d'être mis sur le marché, chacun testant de nouvelles fonctionnalités pour en favoriser l'adoption et l'utilisation. Certains vont réussir, d'autres pas. Dans cet environnement en rapide évolution, il sera essentiel de mieux comprendre le crédit numérique et la façon dont les clients particuliers, et éventuellement les micro et petites entreprises, interagissent avec ce produit. Avec autant de questions et si peu de réponses, nous avons encore beaucoup à apprendre.

Références

Chen, Greg, et Rafe Mazer. 2016. « Instant, Automated, Remote: The Key Attributes of Digital Credit ». Blog du CGAP. Washington, D.C. : CGAP, 8 février. <http://www.cgap.org/blog/instant-automated-remote-key-attributes-digital-credit>

Cook, Tamara, et Claudia McKay. 2015. « Le fonctionnement de M-Shwari : état des lieux ». Forum 10. Washington, D.C. : CGAP et FSD-Kenya, avril. <http://www.cgap.org/sites/default/files/Forum-How-M-Shwari-Works-Apr-2015-FRENCH.pdf>

Tellez, Camilo, et Peter Zetterli. 2014. « Le nouvel environnement mondial de la microassurance mobile ». Note. Washington, D.C. : CGAP, janvier. <http://www.cgap.org/sites/default/files/Brief-The-Emerging-Global-Landscape-of-Mobile-Microinsurance-Jan-2014-French.pdf>

AUTEURS :

Byoung-Hwa Hwang et Camilo Tellez