

Réussir la finance numérique : pourquoi atténuer davantage les risques pour les clients

Les consommateurs à faible revenu sont susceptibles de tirer de grands bénéfices d'une offre de services financiers numériques (DFS, de l'anglais *digital financial services*) plus accessible et plus abordable¹. En effet, analysés dans le cadre de la présente note d'information, des résultats d'enquêtes réalisées auprès de consommateurs de 16 marchés distincts² montrent que les clients apprécient au plus haut point de nombreux DFS basiques et s'en servent à leur avantage. Cependant, beaucoup d'entre eux commencent à peine à utiliser des services financiers formels et les technologies associées et vivent dans des conditions financières précaires qui ne laissent pas droit à l'erreur. Il est donc essentiel de les aider à comprendre et atténuer les risques et à minimiser les pertes éventuelles lorsqu'ils utilisent ces nouveaux produits et services si l'on veut que les DFS répondent aux attentes et aux besoins des utilisateurs, et qu'ils favorisent une inclusion financière durable.

L'atténuation des risques pour les clients est également importante pour les prestataires de services financiers (PSF) et plus généralement pour l'écosystème des DFS. Les investissements privés resteront vains tant que le grand public n'aura pas confiance dans les services proposés et tant que lesdits services ne seront pas adoptés par le plus grand nombre et ne seront pas utilisés régulièrement. Jusqu'à présent, cela n'a pas été chose facile : à peine un tiers des abonnés du service d'argent mobile à travers le monde utilisent activement ce service. De plus, dans certains marchés, les opérations de gré à gré prédominent, même lorsque les utilisateurs ont la possibilité de souscrire à des porte-monnaie mobiles (ou tout simplement « porte-monnaie » dans le reste de la note) qui offrent davantage de services et de fonctionnalités à valeur ajoutée.

La présente note d'information examine les risques auxquels les consommateurs sont confrontés dans le secteur de la finance numérique – en particulier du point de vue de consommateurs peu expérimentés et démunis – en posant trois questions connexes :

1. Quels risques les consommateurs et les clients perçoivent-ils ou rencontrent-ils lorsqu'ils utilisent des DFS ?
2. Quelles sont les conséquences de ces risques pour les consommateurs, les prestataires et l'inclusion financière ?
3. Comment gérer ces risques ?

La note d'information passe en revue les données disponibles concernant la perception et le vécu des risques que présentent les DFS pour les consommateurs, en se concentrant sur les risques susceptibles d'occasionner des pertes financières ou d'autres préjudices. Elle a pour objectif principal de favoriser l'essor d'une finance numérique responsable en aidant les différents acteurs du secteur qui offrent des DFS à mieux cerner les problèmes les plus importants aux yeux des consommateurs, et en les incitant à renforcer leurs pratiques d'atténuation des risques. Elle analyse les résultats d'enquêtes réalisées auprès de consommateurs dans 16 pays, y compris des sondages et des études qualitatives dans neuf pays, quatre monographies nationales et d'autres travaux de recherche. Elle présente également les résultats d'une étude préliminaire qui recense les efforts pertinents d'atténuation des risques entrepris par les PSF, ainsi que les dispositions réglementaires et les mesures de supervision en place pour la protection des consommateurs³.

L'analyse permet d'identifier sept principaux domaines de risque pour les consommateurs. Tandis que de nombreux consommateurs indiquent être très satisfaits des DFS, un nombre croissant d'éléments tendent à montrer que les consommateurs perçoivent ou rencontrent également des problèmes communs qui sont susceptibles de les exposer à des risques impliquant des pertes financières. Ces problèmes sont les suivants :

1. Incapacité d'effectuer une transaction en raison d'une défaillance du réseau ou du service
2. Insuffisance du flottant ou des liquidités du détaillant, ce qui influe également sur la capacité à effectuer une transaction
3. Interfaces utilisateurs que beaucoup trouvent complexes et déroutantes
4. Insuffisance des voies de recours pour les clients
5. Manque de transparence des frais et d'autres conditions de service
6. Fraude ciblant les clients
7. Confidentialité et protection inadéquates des données.

Les données recueillies portent également à croire que l'expérience des consommateurs – ou même leur perception – par rapport à ces problèmes les incite à prendre diverses mesures pour « se protéger », en

1 La présente note d'information analyse les risques pour les consommateurs et la manière de les atténuer pour l'ensemble des DFS (y compris les services numériques de transfert, de paiement, de monnaie électronique, d'épargne, d'assurance et de crédit), des canaux utilisés (comme les téléphones mobiles ou les guichets automatiques bancaires [GAB]) et des prestataires de services financiers, parmi lesquels les opérateurs de téléphonie mobile (OTM) ou de télécoms, les banques, les institutions financières non bancaires, les émetteurs de monnaie électronique, les détaillants, les bureaux de poste, etc. Nous employons les termes « client » et « utilisateur » ou « usager » de façon interchangeable, le terme « consommateur » recouvrant également les utilisateurs potentiels. À l'annexe 1 sont définis un grand nombre de termes liés aux types de produits de DFS, aux prestataires et aux mesures d'atténuation des risques.

2 Ce chiffre inclut les marchés dans lesquels les consommateurs ont fourni des informations qui sont utilisées dans l'analyse présentée à la section II (Bangladesh, Colombie, Côte d'Ivoire, Ghana, Haïti, Kenya, Inde, Indonésie, Nigéria, Ouganda, Pakistan, Pérou, Philippines, Russie, Rwanda et Tanzanie). Ladite section inclut des détails sur les méthodes d'enquête et les sources utilisées. Des études menées sur d'autres marchés ont fourni des éléments indiqués dans d'autres sections de la note d'information.

3 Cette étude s'est appuyée sur des recherches documentaires et des entretiens avec des PSF et d'autres spécialistes afin de recenser des solutions d'atténuation de risques représentatives présentées comme efficaces. Les chercheurs n'ont cependant pas évalué l'efficacité réelle desdites solutions, ni la possibilité de les appliquer à plus grande échelle. La discussion relative à la régulation et à la surveillance s'est essentiellement inspirée des travaux de l'AFI (2014) et de la CBCB (2015).

limitant leur recours aux DFS et leur utilisation desdits services ou en abandonnant totalement ce marché. Les craintes et les expériences négatives peuvent également influencer sur les ventes additionnelles de produits plus pointus ou offrant des marges plus élevées, comme le crédit, l'épargne ou l'assurance.

Même si les prestataires de services financiers et d'autres acteurs du secteur n'ont pas une image complète des risques encourus par les clients, ils en sont de plus en plus conscients et se rendent compte de la nécessité de mieux les atténuer. À ce jour, de nombreux facteurs limitent les réponses apportées par les prestataires aux risques encourus par les clients : les utilisateurs, les détaillants et les gérants de détaillants ne font pas suffisamment remonter les problèmes, et les PSF sont confrontés à des difficultés liées à des systèmes inadéquats de contrôle des risques ainsi qu'à des contraintes de capacités. Cependant, les PSF progressent actuellement sur les idées et les solutions destinées à réduire les risques opérationnels liés aux clients et à améliorer la sensibilisation des consommateurs et leur capacité à éviter ces risques. Certaines solutions peuvent offrir des avantages substantiels à un coût réduit, comme un meilleur affichage des informations et l'amélioration des procédures des centres d'appels. D'autres en revanche ne sont la plupart du temps ni simples ni bon marché : c'est le cas du renforcement des plateformes d'exploitation ou des modèles de gestion des détaillants. Chaque opérateur ou chaque entreprise doit évaluer ses priorités en fonction de ses objectifs commerciaux, de sa capacité d'investissement et de la possibilité de mettre en place des solutions rentables⁴. Complétant les efforts déployés par chaque prestataire, des initiatives comme le Code de conduite⁵ des prestataires de services d'argent mobile élaboré par la GSM Association (GSMA) ou encore la mise à jour des principes de protection des clients de la microfinance de Smart Campaign concernant les DFS (Arenaza, 2014) constituent, pour l'ensemble du secteur, des engagements à sensibiliser les clients, améliorer les pratiques et établir des normes (voir l'annexe 3 pour d'autres codes et normes du secteur susceptibles de contribuer à une meilleure atténuation des risques pour les clients afin de promouvoir l'inclusion financière).

Outre les acteurs du secteur, d'autres parties prenantes des DFS commencent à promouvoir activement une finance numérique responsable. La protection des consommateurs est dans la ligne de mire des organismes de régulation et de surveillance remplissant des rôles ou des missions dans le domaine des DFS, en particulier ceux chargés de veiller à l'inclusion financière dans des marchés en évolution rapide. L'Alliance pour l'inclusion

financière (AFI)⁶, le Partenariat mondial pour l'inclusion financière (GPIF) du G20, les organismes mondiaux de normalisation du secteur financier⁷ et le Groupe de réflexion G20/OCDE sur la protection financière des consommateurs (OCDE, 2014) travaillent actuellement eux aussi sur les questions liées à une régulation et à une surveillance proportionnées et efficaces. Dans le même temps, les organismes de développement et les bailleurs de fonds apportent leur soutien aux efforts des gouvernements et des acteurs du secteur.

La section II de la présente note fait une synthèse des données concernant les sept domaines de risque pour les consommateurs de DFS et décrit les comportements d'autoprotection signalés par les personnes interrogées. La section III recense cinq domaines d'action prioritaire par lesquels les acteurs du secteur peuvent s'attaquer aux risques et aux problèmes communs rencontrés par les consommateurs, analyse les considérations commerciales qui influenceront sur le rythme et l'ampleur de pratiques améliorées d'atténuation des risques, et contient de courts exemples de solutions possibles. La section IV fait ressortir les domaines nécessitant une action plus approfondie, notamment des travaux de recherche et développement visant à générer des données et des connaissances pratiques, ainsi que des cas particuliers dans lesquels la régulation peut s'avérer nécessaire pour renforcer les efforts du secteur ou pallier les défaillances qui exposent les consommateurs à des risques évitables ou inacceptables. La section V clôture la note sur le constat selon lequel la mise en place d'un écosystème de finance numérique responsable s'accélère. Si les diverses initiatives susmentionnées sont couronnées de succès, elles contribueront grandement à des résultats mutuellement bénéfiques pour les consommateurs, les prestataires qui les servent et les sociétés qui recherchent des systèmes financiers plus inclusifs.

II. Perception et expérience des risques par les clients de DFS

Les DFS évoluent rapidement dans les marchés émergents et les économies en développement. La GSMA indique que plus de 120 entreprises de services financiers mobiles desservent désormais 300 millions de personnes dans des marchés en développement partout dans le monde. Le nombre d'abonnés a augmenté de 42 % depuis 2013, et le nombre de comptes numériques dépasse celui de comptes bancaires dans 16 pays (GSMA, 2015). Toutefois, le taux d'inactivité est élevé dans bon nombre de régions (il atteint 91 % des utilisateurs en Afrique de l'Ouest) et, dans beaucoup de

4 La GSMA estime que les investissements de départ consentis par les opérateurs de services d'argent mobile dans le but d'élargir le réseau de détaillants et de sensibiliser les consommateurs sont généralement sept à huit fois supérieurs aux revenus générés. Les opérations ont tendance à atteindre un seuil de rentabilité après trois ans. Les opérateurs qui réalisent ces investissements peuvent espérer des marges bénéficiaires d'environ 20 % à un stade plus avancé de forte croissance (Almazan et Vonhron, 2014). Selon certaines informations, les services d'argent mobile de Safaricom (Kenya) et de Vodacom (Tanzanie) génèreraient un retour sur investissement de cet ordre (Zetterli, 2015).

5 Ce code de principes a été publié fin 2014 et adopté par 12 grands groupes d'OTM. Il fait une place importante à l'atténuation des risques pour les clients (GSMA, 2014c). Voir aussi Di Castri (2014).

6 Voir par exemple les lignes directrices sur la protection des consommateurs de DFS (AFI, 2014) et sur les risques technologiques (AFI, 2012).

7 La seconde conférence du GPIF sur les organismes de normalisation et l'inclusion financière organisée en 2014 par l'Institut de stabilité financière, qui relève de la Banque des règlements internationaux, portait sur la définition de normes dans le paysage en constante évolution de l'inclusion financière numérique (GPIF, 2014). Les six organismes de normalisation participant à la conférence étaient : le Comité de Bâle sur le contrôle bancaire (CBCB), le Comité sur les paiements et les infrastructures de marché (CPIM), le Groupe d'action financière (GAFI), l'Association internationale des systèmes de garantie des dépôts (IADI), l'Association internationale des contrôleurs d'assurance (AICA) et l'Organisation internationale des commissions de valeur (OICV). Voir aussi Lauer et Lyman (2015) et CBCB (2015).

Encadré 1. Caractéristiques des modèles de finance numérique qui déterminent les risques pour les consommateurs

Trois caractéristiques des modèles de DFS sont essentielles à l'analyse des risques pour les consommateurs :

Le recours à des détaillants. C'est un aspect fondamental de la plupart des déploiements de DFS et une innovation importante pour la fourniture de services financiers accessibles, abordables et étendus dans un environnement familier et non-intimidant. Le recours à des détaillants peut toutefois être un couteau à double tranchant. D'un côté, les détaillants aident fréquemment les clients de DFS à effectuer leurs transactions et à surmonter leurs difficultés, ce qui peut contribuer à instaurer un climat de confiance et inciter à essayer de nouveaux produits. De l'autre, l'importance des transactions facilitées par les détaillants peut exposer des clients inexpérimentés à certains risques si les détaillants ou leurs employés n'ont pas les capacités, la formation ou un soutien suffisants, ou s'ils sont malhonnêtes. Les prestataires de DFS doivent faire des arbitrages difficiles en vue d'optimiser la qualité du service tout en développant un réseau de détaillants qui dessert un nombre important de consommateurs.

La dépendance à l'égard de la technologie et de l'interface technique. Les avantages des dispositifs mobiles et d'autres supports numériques en termes de coût et de couverture sont également essentiels pour l'amélioration de l'inclusion financière. Cependant, de nombreux consommateurs de DFS utilisent pour la première fois des services financiers formels et rencontrent des difficultés, du moins au début, en raison de la barrière de la langue, de la complexité des interfaces et des multiples étapes de chaque processus, d'autant plus que la plupart utilisent des téléphones aux fonctionnalités basiques qui présentent des options d'interface limitées^a. Les GAB posent des problèmes similaires (CGAP, 2014a). De plus, les clients s'appuient sur des réseaux mobiles et des plateformes de DFS parfois peu fiables pour leurs transactions, ainsi que pour la sécurité de leurs données et des fonds stockés.

Des chaînes de valeur plus longues et plus complexes. Le développement de l'écosystème des paiements à travers la conclusion de partenariats commerciaux et l'arrivée de nouveaux acteurs qui assument des rôles spécialisés est également important pour parvenir à une inclusion financière totale, comprenant l'accès à des services avancés ou à valeur ajoutée tels que le paiement des factures, le crédit ou l'assurance. Les gouvernements et les organismes de développement participent également à certaines chaînes de valeur en tant qu'émetteurs de paiements en bloc. Des entreprises d'analyse de données peuvent également y être associées pour fournir des services comme l'évaluation du risque client. Le nombre d'entités associées directement ou indirectement à la prestation de DFS détermine les risques pour les clients et peut entraîner des failles au niveau de la surveillance et des questions de responsabilité. Une coordination efficace est nécessaire pour identifier clairement les personnes chargées au final de veiller à la protection des clients et à une gestion transparente et efficace des plaintes.

Même si les DFS augmentent certains risques relatifs aux clients ou transfèrent la gestion de ces risques à des acteurs moins outillés, il importe de noter qu'ils sont également susceptibles de réduire d'autres risques encourus par les clients (comme l'insécurité physique liée au transport d'argent liquide, l'absence de confidentialité lors d'une demande de prêt, etc.).

a. Voir par exemple InterMedia (2014).

pays, les services de gré à gré sont monnaie courante⁸, ce qui limite l'accès des clients à des services de portemonnaie mobile plus avancés (GSMA, 2014a).

Comment concilier les éléments contradictoires d'une croissance rapide des DFS, qui présentent néanmoins une activité limitée, avec les préférences des consommateurs pour les services de gré à gré ? Si les réponses sont certainement complexes, l'examen du parcours des clients peut offrir des indices sur les aspects qui nécessitent une attention prioritaire (GSMA, 2014b). Dans l'ensemble, les faits montrent que les risques perçus ou expérimentés par les consommateurs en lien avec les DFS peuvent ébranler leur confiance à l'égard desdits services et compromettre l'adoption et l'utilisation de ces derniers. La nature spécifique des risques, ainsi que leur fréquence, leurs conséquences et leur impact sur le comportement des consommateurs varient d'un marché de DFS à l'autre.

En Ouganda par exemple, certains consommateurs signalent que, même s'ils sont au courant de l'existence de services d'argent mobile, leur perception négative du réseau et de la plateforme, qu'ils jugent peu fiables, limite leur envie d'utiliser ces services (Ogwal, 2015). En

Tanzanie, d'anciens utilisateurs de DFS (qui ne les ont pas sollicités depuis plus de 90 jours) font état de voies de recours inefficaces et d'une mauvaise résolution de leurs problèmes, ce qui les pousse à n'effectuer des transactions qu'en cas d'urgence, car ils ne souhaitent pas risquer une erreur pour laquelle il n'y aurait pas de solution (InterMedia, 2014). Le contexte détermine également le modèle économique et le type de DFS : au Bangladesh, les utilisateurs rapportent que la complexité de l'interface les pousse à utiliser en priorité les services de gré à gré et les dissuade de souscrire à un portemonnaie mobile pourtant susceptible de leur offrir plus de services et une meilleure inclusion (InterMedia, 2014).

Méthodologie. Les faits présentés dans cette section proviennent d'enquêtes comparatives représentatives sur le plan national et d'études qualitatives menées au Bangladesh, au Ghana, en Inde, au Kenya, au Nigéria, en Ouganda, au Pakistan, au Rwanda et en Tanzanie dans le cadre des travaux du programme Financial Inclusion Insights (FII) effectués par InterMedia pour la fondation Bill & Melinda Gates (BMGF) et pour le CGAP⁹. Ils permettent d'analyser la fréquence des risques et des

⁸ Au Pakistan, 94 % des utilisateurs de services d'argent mobile effectuent des transactions de gré à gré, un pourcentage qui se monte à 84 % au Bangladesh (GSMA, 2014a).

⁹ La taille des échantillons pour les enquêtes FII, hormis dans le cas de l'Inde, va de N = 3 000 à N = 6 000. La recherche qualitative comprenait des échanges au sein de groupes de réflexion (Bangladesh, Nigéria, Ouganda, Pakistan et Tanzanie), des entretiens avec des détaillants et des entrevues avec des clients au sortir de transactions (Bangladesh, Nigéria, Ouganda, Pakistan et Tanzanie), ainsi que des enquêtes mystères (Bangladesh, Nigéria, Ouganda et Tanzanie).

problèmes spécifiques auxquels sont confrontés aussi bien les usagers de DFS que les personnes n'utilisant pas ces services, et aident à comprendre les différences entre segments démographiques et géographiques. Les faits puisent également dans les conclusions de quatre monographies nationales du CGAP préparées à la mi-2014 par Bankable Frontier Associates en Colombie et par MicroSave au Bangladesh, aux Philippines et en Ouganda¹⁰. Ces marchés ont été choisis pour la diversité de leurs modèles commerciaux, la maturité de leur marché, leur géographie et d'autres facteurs liés à l'expérience des risques par les consommateurs de DFS¹¹. Enfin, la présente note s'appuie sur une étude documentaire approfondie de données sur les risques pour les consommateurs tirées d'autres sources, parmi lesquelles des études du CGAP en Colombie, en Côte d'Ivoire, en Inde, en Russie et en Tanzanie, des enquêtes du projet Agent Network Accelerator (ANA)¹², et des recherches effectuées par le Fonds d'équipement des Nations Unies (FENU), la GSMA, le programme Financial Sector Deepening Kenya et d'autres acteurs.

Les données sont limitées à bien des égards. Elles se concentrent sur les types de DFS les plus pertinents pour l'inclusion financière plutôt que sur l'ensemble du secteur de la finance numérique. De plus, de nombreux pays ne disposant pas de données quantitatives en nombre suffisant, il est impossible de déterminer avec précision la fréquence des risques pour les clients, ce qui limite la possibilité de généraliser les problèmes. Par ailleurs, même s'il est vrai que les détaillants sont eux aussi confrontés à de nombreux risques lorsqu'ils fournissent des DFS, l'examen de ces risques dépasse le cadre de la présente note d'information.

Sur les sept principaux domaines de préoccupation¹³ recensés chez les clients de DFS dans la plupart des marchés étudiés, certains (comme la fraude) présentent un risque direct pouvant entraîner une perte financière ou d'autres préjudices. D'autres préoccupations sont moins directes, car elles créent des conditions susceptibles d'entraîner des pertes ou d'autres préjudices. Les pannes de réseau, par exemple, peuvent inciter les clients à laisser de l'argent aux détaillants pour que ceux-ci finalisent la transaction lorsque le réseau sera de nouveau opérationnel, ce qui expose les clients à

d'éventuelles fraudes si le détaillant garde l'argent pour lui au lieu d'effectuer la transaction. Chaque risque est abordé plus en détail ci-après.

1. Incapacité d'effectuer une transaction en raison d'une défaillance du réseau ou du service

Les aspects qui génèrent un risque incluent notamment :

- des comportements risqués de la part des clients ;
- des transactions interrompues ou incomplètes ;
- l'inaccessibilité des fonds ;
- l'absence de messages de confirmation.

« Parfois [les services d'argent mobile] ne fonctionnent pas... L'argent est dans le téléphone, mais quand vous voulez le retirer, on vous dit que le réseau est inaccessible. » Citadin, Tanzanie

L'incapacité d'effectuer une transaction en raison d'une défaillance du réseau est la principale préoccupation des consommateurs. Le manque de fiabilité du réseau nuit à la confiance dans le service et peut entraîner des comportements risqués ou préjudiciables de la part des clients. Les utilisateurs de nombreux pays indiquent avoir peur d'effectuer des transactions en raison de la possibilité d'une panne de réseau. Le manque de fiabilité a des conséquences à la fois pour les non-utilisateurs (ce qui peut limiter le recours aux DFS lorsqu'ils apprennent les problèmes rencontrés par d'autres) et pour les utilisateurs (dont certains déclarent limiter leur activité en conséquence).

« En fait, vous laissez l'argent au détaillant et il l'envoie lorsque le réseau fonctionne de nouveau. Tout ce qu'il vous reste à faire, c'est de l'appeler pour avoir la confirmation que l'argent a bien été envoyé. » Femme en zone rurale, Ouganda

La fréquence des interruptions et le manque de fiabilité des réseaux ou des plateformes génèrent quatre problèmes connexes. Premièrement, dans plusieurs marchés, la fréquence des pannes pousse les clients à adopter des comportements risqués, comme laisser de l'argent, leur numéro d'identification personnel (PIN) ou même leur téléphone aux détaillants afin que

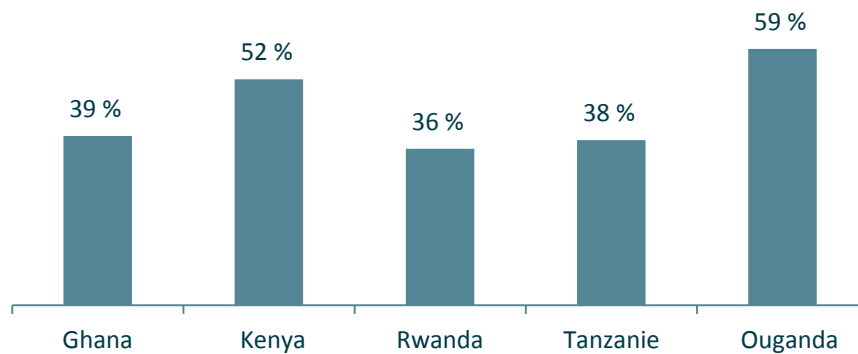
10 Ces études ont été réalisées à partir d'échanges au sein de groupes de réflexion et d'entretiens avec des utilisateurs et des non-utilisateurs de DFS, et ont associé au total 224 participants au Bangladesh, 227 participants en Ouganda, 215 participants aux Philippines et 80 participants en Colombie. Elles incluaient également des entretiens avec des PSF, des détaillants, des prestataires de services techniques et des organismes de régulation.

11 En Ouganda, il s'agit d'un modèle de partenariat OTM-banque associant près de 15 millions d'abonnés aux services d'argent mobile. Entre 2011 et 2013, il a connu une croissance rapide de 389 %. Le Bangladesh est un marché hybride où les banques s'associent à des OTM ou à des tiers pour offrir des services. Le pays compte 15 millions d'abonnés. Il a connu une croissance rapide de 183 % entre 2013 et 2014 et offre majoritairement des transactions de gré à gré. Les Philippines sont un marché plus mature, tiré par des partenariats entre banques et OTM, avec 27 millions d'abonnés, mais une croissance plus faible (34 % de 2011 à 2013). Le marché colombien est essentiellement animé par des banques qui passent par des détaillants pour faciliter la fourniture de DFS. Les clients ont atteint le chiffre de 5 millions en 2013, et 62 % de croissance au cours des deux années précédentes.

12 Dirigé par le Helix Institute of Digital Finance de MicroSave sur financement de la BMGF, le projet ANA consiste en des enquêtes représentatives sur le plan national concernant au total plus de 9 000 détaillants de DFS au Bangladesh, en Inde, en Indonésie, au Kenya, au Nigéria, en Ouganda, au Pakistan et en Tanzanie.

13 Une préoccupation qui n'a pas souvent été rapportée par les consommateurs concerne le risque de pertes en raison de l'insolvabilité ou de la faillite de leur prestataire de DFS.

Figure 1 : Pourcentage d'utilisateurs de services d'argent mobile qui ont connu des interruptions de service en cours de transaction



Source : InterMedia (2015).

ceux-ci effectuent la transaction lorsque le réseau est de nouveau opérationnel. Deuxièmement, les pannes de réseau occasionnent l'interruption ou l'inachèvement des transactions, ce qui se produit lorsqu'un client effectue un transfert de fonds, et que le réseau interrompt l'opération avant que les fonds ne soient crédités sur le compte du bénéficiaire (par exemple en cas de déficit d'intégration entre les nombreuses plateformes qui traitent une transaction). Les fonds transférés peuvent être bloqués dans un « vide » technique entre le porte-monnaie de l'expéditeur et le compte du bénéficiaire, aucune des deux parties ne pouvant y accéder jusqu'à ce que le réseau fonctionne de nouveau et que la transaction puisse être achevée. Troisièmement, il est possible que les utilisateurs perdent temporairement l'accès à leurs fonds, par exemple au solde de leur porte-monnaie, ou qu'ils n'aient plus la capacité d'effectuer des virements ou des retraits, ce qui constitue un préjudice évident pour tout client ayant un besoin urgent de liquidités. Enfin, le manque de fiabilité du réseau ou de la plateforme peut avoir une autre conséquence : les utilisateurs ne reçoivent pas de confirmation en temps réel des transactions qu'ils effectuent. Dans le doute, l'utilisateur pourrait envoyer les fonds de nouveau, au risque d'être facturé deux fois pour la même transaction et de s'en remettre à la bonne volonté du bénéficiaire pour la restitution de la somme perçue par erreur. Parfois, dans de tels cas, l'expéditeur appelle le bénéficiaire pour confirmer la réception du paiement. À l'inverse, les clients peuvent croire que le paiement est bien passé alors que cela n'a pas été le cas et, en conséquence, risquer de manquer une échéance de paiement importante.

L'étude de cas de la Colombie a montré que le fait de laisser de l'argent aux détaillants lorsque le réseau est en panne est si courant qu'il existe un mot familier pour désigner cette situation : *Jineteo*. Cela se produit généralement quand un client venu payer une facture ne peut pas effectuer la transaction à cause d'une panne et laisse de l'argent liquide au détaillant afin que ce dernier effectue le paiement lorsque le service sera de

nouveau disponible. Certains détaillants utilisent plutôt cet argent et remettent à plus tard le paiement de la facture du client (CGAP, 2014f). Cette pratique constitue un détournement des fonds du client et fait courir des risques à ce dernier si le détaillant oublie de payer la facture, n'a pas suffisamment de liquidités pour la payer lorsqu'elle arrive à échéance ou décide tout simplement de ne pas la payer.

Exemple de solution : MTN Uganda a migré vers une nouvelle plateforme fin 2014 et espère que celle-ci améliorera considérablement la fiabilité du service.

2. Insuffisance du flottant ou des liquidités du détaillant

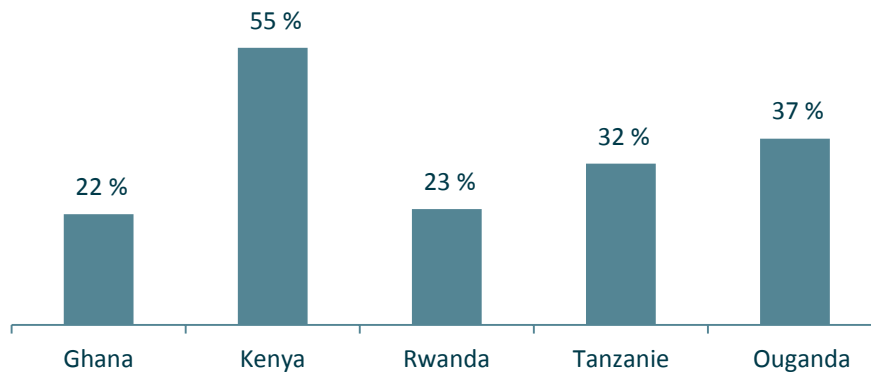
Les aspects qui génèrent un risque incluent notamment :

- des difficultés en lien avec l'activité de détaillant ;
- des paiements en bloc ;
- la confidentialité et la sécurité des informations.

L'insuffisance de liquidités chez le détaillant empêche les utilisateurs d'accéder à leur propre argent. Cela peut également donner lieu au « fractionnement des transactions », une pratique qui consiste pour le client à effectuer de multiples transactions, avec au final un total de frais de transaction plus élevé (dans le cadre d'un mécanisme de tarification par paliers). Les enquêtes FII placent l'insuffisance des liquidités au deuxième rang des problèmes rencontrés par les utilisateurs de DFS dans de nombreux pays, après les pannes de réseau (figure 2).

Selon les enquêtes du projet ANA (Helix Institute of Digital Finance, 2014a), le manque de liquidités en Tanzanie occasionne le rejet de cinq transactions en moyenne par détaillant et par jour, ce qui représente 14 % des transactions quotidiennes. En Ouganda, les rejets concernent trois transactions par détaillant et par jour, soit 10 % des transactions quotidiennes. Au Kenya,

Figure 2 : Pourcentage des utilisateurs d'argent mobile incapables d'aller au bout d'une transaction pour cause d'insuffisance de liquidités chez le détaillant



Source : InterMedia (2015).

ce sont trois transactions qui sont refusées chaque jour. Ces chiffres représentent une proportion importante des transactions entreprises.

Difficultés en lien avec l'activité de détaillant

Les détaillants signalent des problèmes dans la gestion des liquidités, et citent les « fluctuations dans la demande des clients » comme l'une des plus grandes difficultés rencontrées pour maintenir des niveaux suffisants d'argent liquide et de flottant. D'autres difficultés incluent le fait de devoir fermer leur commerce pour se réapprovisionner, l'insuffisance de fonds pour acheter davantage de flottant, et le temps nécessaire pour se rendre et attendre au point de réapprovisionnement¹⁴. De plus, dans de nombreux marchés, les détaillants sont la cible de braquages en raison des liquidités qu'ils détiennent, ce qui les incite à en réduire les montants. Les fraudeurs ciblent également les détaillants pour leur monnaie numérique, ce qui pousse les détaillants à conserver moins de flottant dans leur compte (Wright, 2013).

Certains détaillants gèrent volontairement leurs liquidités de telle sorte que les clients se retrouvent dans l'incapacité d'effectuer des transactions. Une étude réalisée au Kenya a montré que certains détaillants mentent à leurs clients sur leur niveau de liquidités afin de maximiser les revenus tirés de chaque transaction¹⁵ ou pour aider d'autres détaillants des environs : ils refusent ainsi d'effectuer certaines transactions même lorsqu'ils ont en réalité suffisamment de flottant (Jumah, 2015).

Exemple de solution : Au Pakistan, Easypaisa analyse les données sur les ventes de crédit de communication pour vérifier la bonne santé financière et les liquidités d'une entreprise avant de l'intégrer dans son réseau de détaillants.

Exemple de solution : Au Bangladesh, les employés de groupements de détaillants, souvent désignés sous le nom de « coursiers », livrent régulièrement de l'argent liquide aux détaillants, ce qui permet un réapprovisionnement plus fréquent. Ainsi, les détaillants ne refusent en moyenne aucune transaction par jour pour cause de manque de liquidités.

Paiements en bloc

Le versement par voie numérique de transferts et d'aides en bloc émanant de dispositifs de sécurité sociale pose un problème spécifique, comme le montre une étude commandée par le CGAP pour le compte de *Better than Cash Alliance*, avec le soutien du département britannique du Développement international (DFID), et réalisée en Ouganda, au Kenya, aux Philippines et en Haïti (Zimmerman et al. 2014 ; CGAP, 2013 b, 2013c, 2013d et 2013e). Les bénéficiaires de paiements d'État à particulier (G2P) dans une localité donnée reçoivent souvent leurs transferts électroniques le même jour, et la plupart veulent retirer cet argent immédiatement, ce qui exerce une pression sur les liquidités du détaillant. L'étude a montré qu'en général, seul le premier retrait par carte ou par téléphone mobile dans une période de paiement donnée est gratuit pour les bénéficiaires de G2P, raison pour laquelle les retraits multiples et les frais qu'ils engendrent sont considérés comme une perte de revenus. En raison du très faible niveau de revenu de la plupart des bénéficiaires d'aides sociales de type G2P, les frais supplémentaires ou l'inaccessibilité des fonds posent de gros problèmes.

Une étude menée par le CGAP, MasterCard et le Programme alimentaire mondial (PAM) a montré que les bénéficiaires d'allocations du PAM dans l'est du

¹⁴ Voir les rapports du projet ANA pour l'Ouganda, le Kenya et la Tanzanie (Helix Institute of Digital Finance, 2014a).

¹⁵ La structure tarifaire de M-PESA au Kenya est divisée par paliers. Ainsi, un détaillant perçoit le même gain pour une transaction dont le montant se situe entre 3 501 shillings et 5 000 shillings. Pour maximiser ses revenus et conserver un maximum de flottant, un détaillant prétendra ne pas avoir suffisamment de liquidités pour effectuer une transaction d'un montant de 4 000 ou 5 000 shillings, et proposera à la place une transaction de 3 550 shillings seulement, afin de conserver le reste des liquidités tout en percevant le même revenu que pour une transaction d'un montant supérieur.

Kenya rencontraient des problèmes similaires pour effectuer des retraits d'argent (Mazer et Baur, 2014). Dans le cas des régions les plus reculées notamment, les bénéficiaires parcourent de longues distances pour se rendre chez un détaillant, et découvrir que celui-ci n'a pas suffisamment de liquidités pour leur permettre d'effectuer leur retrait. Certains bénéficiaires laissent alors au détaillant leur identifiant, leur PIN et leur carte délivrée par le programme afin de retirer l'argent lorsque ce dernier sera disponible. D'autres bénéficiaires remettent leurs cartes et leurs PIN à une seule personne qui effectue le trajet pour retirer les fonds de tout le monde et épargner ainsi aux autres des voyages infructueux. Un autre arrangement consiste à faire en sorte que les bénéficiaires transfèrent électroniquement leurs fonds à un seul bénéficiaire, lequel est chargé de se rendre chez le détaillant et de récupérer l'argent. De tels arrangements mettent en péril les fonds des bénéficiaires, soit à cause du détaillant, soit à cause de la personne qui effectue le retrait pour tous les autres.

Les transferts numériques en bloc sont généralement plus efficaces ou plus fiables que les décaissements d'argent liquide. Le volume offre également des avantages à l'écosystème des paiements. En général, les transferts numériques s'accompagnent également d'une diminution des pertes, ce qui est à l'avantage des bénéficiaires et peut s'avérer plus pratique. La résolution des problèmes décrits ci-dessus devrait améliorer l'expérience des utilisateurs, réduire les préjudices financiers potentiels, et permettre de mettre à profit ces systèmes pour promouvoir l'inclusion financière¹⁶.

Partage illicite des informations et des données d'identification des clients

L'insuffisance de liquidités chez le détaillant peut également compromettre la confidentialité des données personnelles des clients. En Ouganda par exemple, certains détaillants ont déclaré que, lorsqu'ils manquent de liquidités, ils appellent souvent un autre détaillant, lui communiquent le PIN du client, demandent à cet autre détaillant d'effectuer la transaction, puis font concorder les montants plus tard (CGAP, 2014c). Ce partage d'informations confidentielles, qui constitue aussi de toute évidence une violation de la sécurité des données, peut exposer les clients à des risques de fraude et leur faire perdre confiance dans la confidentialité de leurs transactions financières.

3. Interface utilisateur complexe et déroutante

Les aspects qui génèrent un risque incluent notamment :

- des difficultés à faire fonctionner les services ;
- des transactions assistées, notamment avec communication du PIN ;
- des fautes de frappe.

« **Je ne suis pas suffisamment instruit, ce qui fait que je ne comprends pas le menu sur le téléphone mobile.** » *Homme, Pakistan*

La complexité et le caractère déroutant des menus et des interfaces utilisateurs font qu'il est difficile pour les clients d'utiliser les DFS et peuvent exposer ceux-ci à certains risques¹⁷. L'étude de la GSMA (2015) montre que « l'absence de connaissances et le manque de confiance dans leur capacité à utiliser des services financiers mobiles » sont des obstacles majeurs à une adoption plus répandue de ces services, en particulier chez les femmes¹⁸. En Russie, les clients perçoivent les canaux numériques comme faciles à comprendre et à utiliser, un facteur jugé propice à une adoption et une utilisation accrue des DFS (Imaeva et al. 2014 ; Lyman et al. 2013).

Difficultés à faire fonctionner les services

Dans de nombreux pays, les menus des services d'argent mobile sont en anglais ou dans une variante soutenue de la langue locale, ce qui pose problème aux consommateurs illettrés ou à ceux qui ne comprennent qu'un langage familier. Les interfaces des GAB présentent généralement des difficultés similaires¹⁹. De plus, la plupart des menus de DFS imposent de nombreuses étapes compliquées et déroutantes aux yeux des utilisateurs. Au Bangladesh et dans d'autres marchés, les transactions des utilisateurs via la plateforme de données de services supplémentaires non structurés (USSD, de l'anglais *unstructured supplementary service data*) se font en cinq ou six étapes et sont limitées dans le temps, ce qui peut entraîner l'expiration du temps qui leur est alloué (CGAP, 2014e). Des menus compliqués et non intuitifs, ainsi que d'autres problèmes rencontrés par les utilisateurs au niveau de l'interface technique, ont également été rapportés dans l'étude de cas concernant la Colombie²⁰.

Exemple de solution : En Inde, M-PESA est disponible en hindi, en bengali, en marathi, en

16 Par exemple, Equity Bank, l'ancien prestataire de services de paiements du programme de transfert d'argent *Cash for Assets* du PAM au Kenya, s'était rendu compte que les détaillants modifiaient leurs tarifs en raison de problèmes de liquidités. (Les retards dans les paiements du programme leur imposaient de verser en une fois plusieurs mois de transferts aux bénéficiaires.) La banque a révisé sa structure tarifaire et son accord avec le PAM, et s'est engagée à surveiller plus attentivement les besoins de liquidités.

17 Voir les monographies nationales du CGAP (CGAP 2014c, 2014d, 2014e et 2014f) et InterMedia (2014).

18 Voir aussi Shrader (2015) et CGAP (2014a).

19 Dans l'étude de cas de la Colombie, les consommateurs ont indiqué être déroutés lorsque les GAB demandent deux zéros supplémentaires pour les centimes alors qu'ils n'en ont pas l'utilité (CGAP, 2014f). Voir aussi Seltzer et McKay (2014).

20 Ils se plaignent également du fait que l'interface et le menu changent lorsqu'ils utilisent un téléphone différent (ou présentant des fonctionnalités différentes). Certains insèrent leur carte SIM dans le téléphone d'une autre personne pour effectuer une transaction, car le menu ne s'affiche pas correctement sur leur propre téléphone (CGAP, 2014f).

gujarati et en anglais, et il est prévu de développer le service dans d'autres langues.

De nombreux clients ont également des difficultés à créer et mémoriser des PIN, pourtant essentiels aux transactions sur la plupart des comptes mobiles et pour un grand nombre de services fonctionnant par carte. Les PIN posent particulièrement problème aux clients qui utilisent pour la première fois les services numériques et des mots de passe. Il n'est donc pas surprenant que nombre d'entre eux choisissent des numéros faciles, les écrivent ou les communiquent à des tiers, ce qui peut compromettre leurs comptes ou la confidentialité de leurs transactions²¹. Les monographies nationales ont révélé les cas de détaillants qui suggèrent ou même fournissent des PIN à leurs clients. Plus nombreux seront les clients qui laissent de l'argent sur leurs comptes ou leur porte-monnaie, plus il importera d'utiliser des PIN et d'en préserver la confidentialité.

Fautes de frappe

Une mauvaise interface utilisateur peut également entraîner des pertes financières lorsque les utilisateurs commettent une faute de frappe ou d'autres erreurs de procédure qui sont ensuite difficiles à annuler ou à corriger. Ces erreurs peuvent se produire lorsque les clients ne comprennent pas le menu ou se dépêchent de passer d'une étape à l'autre pour terminer une transaction avant que le délai imparti ne soit écoulé. L'envoi d'argent à un numéro erroné, par exemple, est particulièrement fréquent. Les menus qui n'affichent pas le nom du bénéficiaire lorsque le numéro de téléphone ou de compte est introduit aggravent ce problème²². Le « rejet » ou l'annulation de transactions erronées pose généralement problème. Les PSF insistent souvent sur le fait que la responsabilité des erreurs de transfert incombe aux clients, en particulier après le retrait de l'argent par le bénéficiaire accidentel.

Transactions assistées

« Ma sœur retire toujours l'argent pour moi et me le rapporte... Elle essaie de m'apprendre comment faire, mais j'ai peur de me tromper et de perdre de l'argent avec tous ces boutons. » *Femme, Colombie*

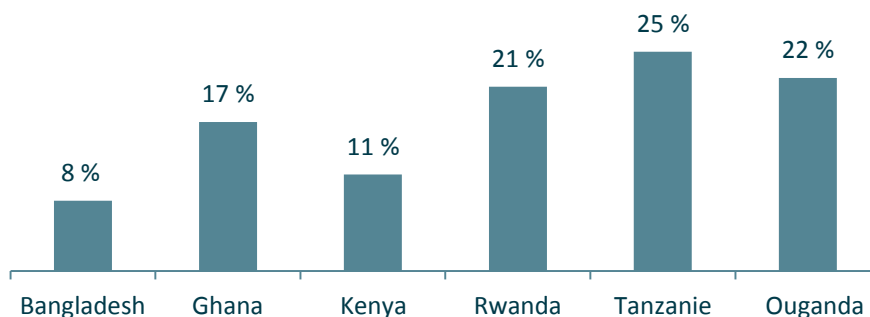
Confrontés à des interfaces utilisateurs peu conviviales, les clients font souvent appel à des détaillants ou à d'autres personnes, comme des parents ou des amis. Pour les abonnés, cela implique généralement de révéler leur PIN ou d'autres informations liées à leur compte. En Afrique de l'Est par exemple, les abonnés indiquent faire souvent appel aux détaillants pour qu'ils les aident tout au long de la transaction ou pour qu'ils effectuent cette dernière à leur place, sur leur téléphone, parce qu'ils ne peuvent pas faire fonctionner le menu de façon autonome (InterMedia, 2014). Les transactions assistées sont particulièrement courantes dans le cas de clients âgés ou dans les zones rurales où les niveaux d'instruction sont faibles. Même si elles peuvent aider les clients à maîtriser les risques, par exemple en leur évitant de commettre des erreurs, elles peuvent aussi les exposer à des pratiques répréhensibles, à la fraude ou à des pertes de la part de ceux qui sont censés les aider.

4. Insuffisance de voies de recours auprès du prestataire

Les aspects qui génèrent un risque incluent notamment :

- des procédures floues, coûteuses et longues ;
- les capacités limitées du détaillant ;
- des inquiétudes particulières pour les bénéficiaires de G2P.

Figure 3 : Pourcentage d'abonnés au service d'argent mobile qui font « généralement » appel à quelqu'un d'autre pour effectuer les transactions à leur place



Source : InterMedia (2015).

²¹ Concernant les PIN prévisibles ou fournis par des détaillants, voir l'étude de cas de l'Ouganda (CGAP, 2014c) et Ogwal (2014).

²² Voir les monographies nationales du CGAP (CGAP 2014c, 2014d, 2014e et 2014f).

Encadré 2. Risque pour le consommateur et transactions de gré à gré

Les transactions de gré à gré sont un type spécifique de transaction assistée où le client demande au détaillant d'effectuer l'intégralité de la transaction à sa place, sur le téléphone dudit détaillant. Souvent, mais pas toujours, le client n'a pas de compte enregistré sur un DFS. De nombreux facteurs favorisent les transactions de gré à gré : des interfaces inadaptées qui dissuadent d'utiliser les porte-monnaie mobiles de façon autonome ; les clients qui préfèrent que le détaillant effectue la transaction à leur place ; les clients qui ne possèdent pas de téléphone ou de carte SIM ; l'absence de moyens d'identification ou d'autres facteurs qui empêchent les clients d'ouvrir leur propre compte ; les détaillants qui essaient d'augmenter leurs recettes (par exemple en demandant le paiement en liquide de frais illicites pour des services de gré à gré) ; et les prestataires qui offrent des produits de gré à gré spécifiques comme le paiement de factures auprès du détaillant^a.

L'utilisation du système de gré à gré est répandue dans certains marchés et concerne 77 % de l'ensemble des utilisateurs d'argent mobile au Bangladesh, malgré le fait que ce type de transactions soit interdit par la loi (InterMedia, 2015). Ce système est couramment utilisé dans certains pays, même par des abonnés au service d'argent mobile. En Ouganda, 58 % des abonnés déclarent utiliser « habituellement » les services de gré à gré (InterMedia, 2015). Lorsque ces derniers sont mis en place et que les utilisateurs y sont habitués, il peut être difficile de les inciter à changer de comportement et de les encourager à adopter et à utiliser les porte-monnaie mobiles, à moins d'améliorer considérablement leurs connaissances et où la fréquence d'utilisation ou les offres de service.

Dans certains cas, les transactions de gré à gré peuvent réduire les risques pour les clients. Dans d'autres par contre, elles sont susceptibles de les augmenter. Lorsque les clients demandent à un détaillant d'effectuer la transaction, le risque de pertes lié à des transactions erronées ou à d'autres types d'erreurs est parfois moindre. Toutefois, les transactions de gré à gré peuvent aussi exposer les utilisateurs à des pratiques répréhensibles ou à des actes frauduleux de la part des détaillants, ainsi qu'au paiement de frais supplémentaires et à la perte de confidentialité de leurs opérations. Selon une étude réalisée au Bangladesh, les clients considèrent que les porte-monnaie mobiles sont un moyen de virement plus fiable que les services de gré à gré, et que les utilisateurs de ces derniers risquent davantage de se voir facturer des frais irréguliers (Chen et Islam, 2014).

Les transactions de gré à gré – qu'elles soient choisies par le client ou encouragées par le détaillant, voire les deux – posent également aux prestataires de DFS des problèmes pour garantir leur revenu, assurer le respect des cadres d'action et des procédures par le détaillant, ou encourager le client à adopter des services plus avancés^b.

- a. Selon Chen et Islam (2014), il est essentiel de proposer aux clients un produit de porte-monnaie présentant clairement des avantages, notamment en leur offrant plus de valeur ou de services (épargne, crédit, eau salubre, énergie solaire, assurance, etc.), en réduisant les prix (actuellement, les frais liés aux porte-monnaie mobiles sont identiques aux frais réels des services de gré à gré), en utilisant les langues locales et en simplifiant l'interface client.
- b. Voir par exemple Wright (2014).

« [Lorsque ma recharge mobile n'est pas passée chez le détaillant], j'ai dû me rendre au bureau [de l'OTM]... Cela ne m'a coûté que 10 000 pesos [5 dollars], mais c'est pénible ! J'ai attendu trois jours qu'ils donnent suite à ma plainte, mais je n'ai jamais pu obtenir de solution]. Cette expérience m'inquiète : et si cela se reproduisait au moment de payer mes factures ? » Homme, Colombie

Les failles des dispositifs de recours mis à la disposition des clients par les PSF et leurs partenaires commerciaux, ainsi que la mauvaise expérience concernant les plaintes et les requêtes, sont des enjeux fondamentaux pour la protection des consommateurs. Ce sont des préoccupations majeures dans de nombreux pays, qui ont été citées comme des obstacles à l'utilisation de DFS par les consommateurs du Bangladesh, de Colombie, de Tanzanie et d'Ouganda²³ : les non-utilisateurs ont fait savoir que les commentaires défavorables véhiculés de bouche-à-oreille et la perception négative des possibilités de recours limitent l'envie d'essayer ces services. Dans de nombreux marchés, les utilisateurs ont déclaré que puisqu'ils ne parviennent même pas à résoudre des problèmes concernant de simples transferts d'argent, ils ne veulent pas risquer de commettre une

erreur dans le cas d'un service plus complexe comme le paiement des factures.

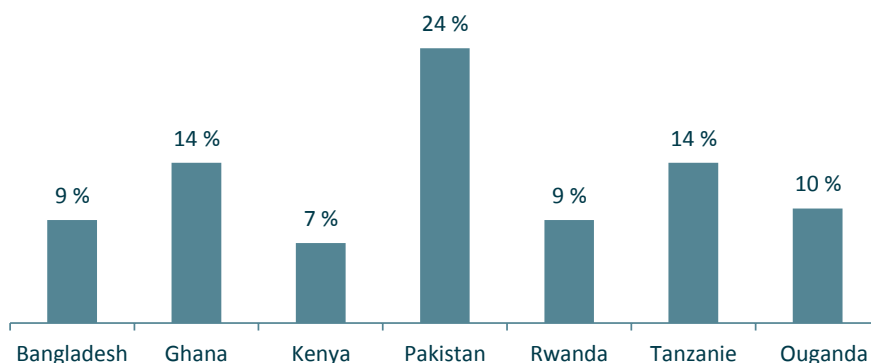
Procédures floues, coûteuses et longues

Les problèmes liés aux recours sont multiformes. Premièrement, les clients déclarent ne pas savoir exactement comment introduire une plainte, ni auprès de qui. S'ils le font néanmoins, en contactant un centre d'appels, ils ont souvent affaire à des employés mal formés qui ne sont pas en mesure de résoudre leur problème. Dans la quasi-totalité des marchés étudiés, les clients ont signalé la longueur du temps d'attente lorsqu'ils appellent des services d'assistance téléphonique et le fait que sur certains marchés, ils sont facturés pour la communication. De plus, les appels sont souvent coupés en raison de la mauvaise qualité du réseau, ce qui oblige l'utilisateur à rappeler et à réexpliquer son problème. Dans certains cas, les fraudeurs mettent à profit les longs délais d'attente : lorsqu'enfin l'utilisateur a la possibilité de dénoncer le délit, le fraudeur a déjà sorti du porte-monnaie mobile le montant de l'escroquerie²⁴. Le déplacement jusqu'au centre du service client implique généralement des frais et une perte de temps liés au trajet et à l'attente. Lorsque de multiples parties sont impliquées dans la prestation

23 Voir les monographies nationales du CGAP (CGAP 2014c, 2014d, 2014e et 2014f) et InterMedia (2014).

24 Entretien avec Mercy Buku, consultante indépendante, ancien cadre supérieur, Signalement du blanchiment d'argent, Gestion des risques, Safaricom Kenya.

Figure 4 : Parmi les utilisateurs d'argent mobile ayant rencontré un problème lié au service au cours des six derniers mois, pourcentage de ceux qui l'ont déclaré au service client



Source : InterMedia (2015).

du service (par exemple un OTM, un prestataire de services de paiement et une banque pour le paiement des factures), les clients déclarent être renvoyés de l'une à l'autre. Dans l'ensemble, les clients indiquent utiliser peu les voies de recours disponibles pour toute une série de raisons : le manque de transparence de la procédure, son coût et les difficultés associées.

Exemple de solution : Tigo Ghana garantit que ses clients reçoivent des messages de suivi de leur plainte au plus tard une heure après l'introduction de celle-ci. L'objectif est d'y apporter une solution complète dans les 24 heures, et les clients reçoivent un numéro de dossier et des informations régulières sur leur procédure (Tigo Ghana, 2015).

Rôle des détaillants

« [Le prestataire du service d'argent mobile] ne s'intéresse plus à nous. Si j'appelle le responsable local pour recevoir de l'aide, il me dit que c'est à nous de faire attention aux transactions. Ils nous font porter la responsabilité des risques. Ils ne nous aident pas lorsque nous faisons une erreur. »
Détaillant de services d'argent mobile, Bangladesh

Les données de l'étude FII et des monographies nationales du CGAP indiquent que les clients de DFS se tournent souvent vers les détaillants pour résoudre leurs problèmes. Au Ghana, par exemple, 61 % des utilisateurs d'argent mobile déclarent s'adresser à un détaillant – 52 % au Rwanda (InterMedia, 2015). Pourtant, les détaillants ne sont pas toujours formés ou équipés pour remplir ce rôle, le partage des données que cela implique expose les clients à la fraude, et les détaillants peuvent manquer de motivation pour consacrer du temps à ces problèmes.

Souvent, les détaillants doivent appeler le même service d'assistance téléphonique que les clients, ce qui leur fait perdre du temps et des frais de communication pendant la mise en attente. Les enquêtes ANA réalisées en Ouganda, en Tanzanie et au Bangladesh montrent que les détaillants considèrent le recours au service client en cas de problème comme le deuxième aspect le plus pénible de leur travail — après le risque de fraude (Helix Institute of Digital Finance, 2014a). Selon la FII et d'autres études, les détaillants renvoient souvent les clients vers un autre détaillant ou vers les centres de service client.

Exemple de solution : Bancolumbia a établi un centre d'appels dédié aux détaillants, ce qui facilite le règlement de leurs problèmes particuliers et de ceux de leurs clients.

Préoccupations particulières pour les bénéficiaires de G2P

L'étude de 2014 réalisée par le CGAP sur les paiements électroniques G2P dans les pays à faible revenu a révélé que les mécanismes de recours constituaient un véritable point faible (Zimmerman et al., 2014). Les bénéficiaires ne maîtrisaient souvent pas les possibilités de recours et de soutien, de sorte qu'il était difficile de résoudre les problèmes ou d'obtenir des réponses aux questions qu'ils posaient à propos de leurs paiements. Les bénéficiaires de G2P s'inquiétaient aussi du fait que, s'ils se plaignaient, ils risquaient de perdre leurs allocations, et cette perception erronée les dissuadait de signaler leurs problèmes. Ces difficultés ont sapé les objectifs d'inclusion financière et d'efficacité que devait permettre l'utilisation de paiements électroniques pour ces programmes.

Exemple de solution : En 2014, le PAM a lancé au Kenya un nouveau service d'assistance téléphonique doté d'une fonction de rappel. Pour informer les bénéficiaires, le PAM a dispensé des formations sur l'assistance téléphonique, offert des brochures et placardé des affiches chez les détaillants. Deux employés maîtrisant un grand nombre de langues suivent les appels des bénéficiaires via un système de gestion des relations avec la clientèle.

5. Manque de transparence des frais et d'autres conditions de service

Les aspects qui génèrent un risque incluent notamment :

- des informations opaques ou inadéquates sur les frais et d'autres conditions de service ;
- des suspicions de surfacturation.

« Les frais facturés ne sont pas standards, car, à certains endroits, lorsque vous retirez 10 000 shillings [6,25 dollars], on vous prend 1 200 shillings [0,75 dollar], alors qu'ailleurs on va vous prendre 2 000 shillings [1,25 dollar]. Il y a bien des affiches, mais ce qui est écrit est différent de ce que dit le détaillant. » *Femme de zone rurale, Tanzanie*

En raison du manque de transparence, les clients ne comprennent pas parfaitement la politique tarifaire et les conditions des services financiers qu'ils utilisent. De plus, ils sont plus exposés à d'autres risques, comme des pratiques répréhensibles de la part du détaillant ou la fraude sur les prix (facturation de frais illicites).

Informations opaques ou inadéquates sur les frais et d'autres conditions de service

De nombreux clients indiquent que les structures tarifaires sont déroutantes et qu'ils ne savent pas combien devrait coûter une transaction. Dans de nombreux marchés, les clients déclarent que les détaillants facturent des frais variables et qu'ils ne savent pas exactement lesquels sont autorisés. Par exemple, une évaluation mystère réalisée en Ouganda et au Bangladesh a montré que les grilles tarifaires ne sont souvent pas affichées dans les boutiques de détaillants (InterMedia, 2014). En Tanzanie, une enquête a montré que même si les détaillants affichent généralement les grilles tarifaires, les montants facturés peuvent être différents de ceux présentés sur lesdites grilles. Les clients signalent que les détaillants affichent souvent d'anciennes grilles tarifaires et les frais en vigueur sont simplement communiqués verbalement (InterMedia, 2014). Aux Philippines, les consommateurs ont indiqué ne pas être certains que les

frais soient appliqués de façon honnête, d'autant plus que les détaillants sont autorisés à les modifier (CGAP, 2014d). Les clients se disent également préoccupés par le fait que les GAB ne renseignent pas sur les frais de retrait, notamment lorsqu'ils utilisent le GAB d'un autre prestataire. Au Kenya par exemple, dans le cadre d'un programme de transfert monétaire de bailleur de fonds à particulier, les bénéficiaires ont expliqué ne pas aimer utiliser les GAB, car ils ne savent pas quels frais sont appliqués pour leurs retraits²⁵.

Des enquêtes menées au Kenya et en Tanzanie ont montré que les frais appliqués pour des opérations réalisées avec une tierce partie via un service d'argent mobile (comme le paiement de factures) sont particulièrement opaques. Par exemple, une enquête inédite menée par le CGAP auprès de 500 habitants pauvres de Nairobi a montré que 35 % des utilisateurs du service de paiement des factures pensaient que ce service était gratuit, alors que l'étude de leurs relevés M-PESA confirmait le prélèvement de frais pour ces opérations. Les frais n'étant pas communiqués, les utilisateurs pouvaient uniquement en avoir connaissance s'ils examinaient le solde de leur compte avant et après la transaction et constataient une baisse dudit solde, ou si leur solde était insuffisant pour couvrir à la fois la transaction et les frais associés. On observe également des cas où des prestataires tiers utilisent la plateforme de l'OTM pour le paiement de factures, puis surfacturent le client pour certains services ou lui font souscrire des services qu'il n'a pas demandés, et déduisent des frais journaliers pour lesdits services²⁶.

La communication des conditions de DFS, en particulier de services plus complexes comme le crédit ou l'assurance, laisse aussi souvent à désirer. Au Rwanda, seulement près de la moitié des emprunteurs déclarent connaître les conditions de leur prêt et les intérêts qu'ils paient pour celui-ci (InterMedia, 2015). Au Kenya, les conditions générales du produit d'épargne et de crédit M-Shwari sont accessibles via un lien vers une page web, alors que de nombreux utilisateurs n'ont pas accès à Internet. En Tanzanie, les clients font état de leur confusion quant au lien entre l'argent mobile et les services non financiers offerts par les opérateurs de téléphonie mobile²⁷.

²⁵ Certains ont également indiqué avoir appris par d'autres que les frais au GAB sont très élevés, alors même que ceux-ci sont en réalité inférieurs à ceux facturés par les détaillants (étude inédite du CGAP).

²⁶ Entretien avec Mercy Buku, consultante indépendante, ancien cadre supérieur, Signalement du blanchiment d'argent, Gestion des risques, Safaricom Kenya.

²⁷ Entretien avec Kennedy Komba, consultant pour les systèmes de paiement nationaux, Banque de Tanzanie.

Suspensions de surfacturation

Le manque de transparence autour des frais, en particulier, peut conduire les utilisateurs à soupçonner des pratiques répréhensibles de la part du détaillant et nuire à la réputation des DFS et des PSF. En Ouganda par exemple, l'étude FII a montré que le manque de transparence tarifaire a conduit certains clients à croire que tous les frais facturés par les détaillants étaient frauduleux (InterMedia, 2014). En Russie, le manque de transparence des frais et des conditions générales se place parmi les quatre premiers obstacles à l'adoption des DFS (Imaeva et al., 2014 ; Lyman et al., 2013). La facturation de frais illicites par les détaillants est abordée dans la sous-section suivante.

6. Fraude commise à l'encontre du client

Les aspects qui génèrent un risque incluent notamment :

- la fraude commise par le personnel du PSF et la fraude imputable à des acteurs extérieurs ;
- la fraude commise par le détaillant.

Bien qu'avérée, la fraude est une menace que les consommateurs citent moins souvent. Elle peut pourtant leur faire perdre de l'argent et ternir la réputation des prestataires²⁸. La perception de la fraude est élevée dans les marchés couverts par les monographies nationales du CGAP, même si les cas avérés sont rares. Ceci donne à penser que le bouche-à-oreille, même s'il concerne peu de cas, peut avoir un impact considérable. La perception de la fraude constitue également un problème dans d'autres pays. En Côte d'Ivoire par exemple, les utilisateurs qui reçoivent le paiement de leur récolte par voie numérique ont déclaré retirer immédiatement la totalité de leurs fonds et les déposer dans leur institution de microfinance parce qu'ils craignent la fraude et considèrent que leur démarche est plus sûre. Les données de l'étude FII confirment cette observation concernant la différence entre perception et réalité. Par exemple, à peine 2 % des utilisateurs d'argent mobile interrogés en Ouganda ont déclaré avoir été victimes de fraude, alors que dans l'étude qualitative, la perception de la fraude était bien plus fréquemment rapportée (InterMedia, 2014, 2015). Cette perception est susceptible de décourager le recours aux services : certains détenteurs de porte-monnaie mobile au Bangladesh, par exemple, disent ne pas y conserver d'argent pour éviter d'en perdre à la suite d'une fraude (CGAP, 2014e). Ce manque de confiance pourrait également limiter l'adoption de produits comme l'épargne mobile.

Fraude commise par le personnel du PSF et fraude imputable à des acteurs extérieurs

Les employés de fournisseurs de DSF peuvent se servir de leur position pour accéder aux données personnelles des clients, puis utiliser celles-ci pour cibler certains clients et accéder à leurs comptes ou à leur argent de toute autre

façon. Des tiers, comme les employés d'entreprises sous-traitantes ou des fraudeurs indépendants, contactent directement les clients la plupart du temps, afin d'obtenir frauduleusement des renseignements sur leurs comptes. Ils peuvent également procéder autrement, en piratant notamment des comptes, pour accéder à ces derniers et s'approprier l'argent qui s'y trouve (Mudiri, 2012). Ces fraudes se présentent sous différentes formes, notamment :

1. *L'échange de cartes SIM*, qui se produit lorsqu'un escroc fait passer le numéro de téléphone d'un client sur une autre carte SIM, qu'il modifie ou découvre autrement le PIN associé au compte mobile de l'utilisateur, et retire le solde du compte ;
2. *Les arnaques par ingénierie sociale*, y compris des messages SMS ou des appels frauduleux (par exemple de l'hameçonnage) qui demandent ou visent à obtenir de toute autre manière le PIN d'un client, d'autres renseignements ou un transfert d'argent. Ce sont par exemple des transferts prétendument erronés, des arnaques portant sur une promotion ou une candidature à un emploi ;
3. *Mystification de l'identité d'un appelant*, qui fait apparaître un faux numéro de téléphone sur l'identifiant de l'appelant, demande des informations ou escroque le client de toute autre manière ;
4. *De faux GAB* qui lisent et copient les numéros de carte, de fausses façades, des caméras de surveillance dissimulées qui enregistrent les PIN, l'écroulement de données, et la présence de fraudeurs à proximité des machines pour « aider » les clients rencontrant des difficultés (Lubitz, 2008) ;
5. *L'accès non autorisé aux comptes par des employés*, qui peut être obtenu en raison de la position de ces derniers au sein du PSF ou de dispositifs de sécurité internes défaillants, entraînant la perte de fonds ou l'accès non autorisé aux données des clients. Le piratage par des acteurs externes est bien moins fréquent que la fraude interne.

Les consommateurs ont décrit de très nombreuses expériences de ces formes de fraude dans les monographies nationales du CGAP et dans l'étude qualitative FII. Au Bangladesh, les utilisateurs ont signalé avoir reçu des appels frauduleux leur annonçant qu'ils avaient gagné à la loterie et leur demandant un transfert d'argent afin « d'accéder » à leurs gains. D'autres ont mentionné un appelant qui prétendait être un agent d'un centre d'appels ayant besoin de renseignements sur les clients. Certains clients au Bangladesh ont signalé que le solde de leur porte-monnaie avait disparu, et que cela était selon eux le fait de quelqu'un qui avait piraté leur compte.

²⁸ La présente note d'information s'intéresse plus particulièrement à la fraude commise à l'encontre des clients, plutôt qu'à celle qui touche les détaillants ou les prestataires.

En Ouganda, les clients ont déclaré recevoir des SMS frauduleux leur annonçant que de l'argent a été déposé sur leur compte, suivis d'un appel leur demandant de « rendre » l'argent viré par « erreur ». Une autre étude a confirmé ces résultats : elle montrait que les utilisateurs urbains étaient plus particulièrement exposés à ce type de fraude et que beaucoup d'entre eux avaient perdu de l'argent en conséquence (BEI et FENU, 2014). De telles demandes frauduleuses de redressement étaient à un moment donné la principale arnaque d'ingénierie sociale au Kenya, mais elles ont été considérablement réduites grâce à des campagnes de sensibilisation agressives²⁹.

Les Nigériens font état de fraudes récurrentes et d'arnaques par téléphone mobile, telles que la « disparition » de leur crédit de communication, des escroqueries par des tiers via SMS, des frais pour des services auxquels l'utilisateur n'a pas souscrit ou il s'est désabonné, ainsi que des frais pour des SMS non transmis. En conséquence, le grand public se méfie considérablement des OTM et des services qu'ils offrent à travers la téléphonie mobile. Les groupes témoins ont exprimé leurs craintes que des pirates n'accèdent à leurs comptes et ne volent leur argent (InterMedia, 2014).

Exemple de solution : M-PESA de Safaricom a recours à des alertes SMS, des messages radio dans les dialectes locaux, des annonces dans les journaux et d'autres mesures pour sensibiliser ses clients à ces techniques de fraude.

Exemple de solution : Les fournisseurs tanzaniens ont défini une période de « quarantaine » après un échange de carte SIM, période durant laquelle le PIN associé à l'argent mobile ne peut pas être modifié. Certains opérateurs ont instauré un « verrouillage de l'IMSI », une solution système qui verrouille la carte SIM et bloque l'accès au compte jusqu'à ce que le client ait confirmé aux employés du service d'argent mobile que le changement de la carte SIM était délibéré et qu'ils ont bien la carte SIM en main. Et c'est après cela que la nouvelle carte SIM est associée au compte.

Fraude commise par des détaillants

Les détaillants peuvent commettre des fraudes de multiples façons. Une méthode consiste à fractionner une transaction pour augmenter les commissions³⁰. Par

exemple, un détaillant peut dire à un client qu'il ne dispose pas de suffisamment de flottant et lui conseiller de revenir plus tard pour terminer la transaction. Cela peut entraîner des frais supplémentaires pour les clients, lesquels ne comprennent pas toujours ce qui s'est passé. L'étude au Kenya a montré que certains détaillants effectuent des transactions partielles pour gérer leur flottant et maximiser leurs recettes (Jumah, 2015). Une autre méthode consiste à accéder aux dossiers du détaillant et à les utiliser à des fins frauduleuses. Par exemple, un détaillant pourrait avoir accès au registre utilisé par un autre détaillant pour consigner les transactions, recueillir des informations sur les clients et les utiliser à des fins frauduleuses³¹.

Enfin, les détaillants peuvent facturer des frais illicites. Ces derniers sont fréquemment signalés dans de nombreux marchés, en particulier pour les transactions de gré à gré. Ils se présentent sous différentes formes : les détaillants facturent par exemple des frais supplémentaires lorsqu'ils effectuent des transactions ou demandent le paiement de services qui devraient être gratuits. Même lorsque les procédés commerciaux des services d'argent mobile sont établis de façon à déduire électroniquement le montant correct des frais, par exemple, les détaillants peuvent surfacturer leurs clients en imposant des frais supplémentaires payés en liquide pour un dépôt ou en prélevant une partie du montant d'un retrait effectué par le client. En Ouganda, les utilisateurs de DFS signalent que les détaillants facturent l'abonnement, alors que cette procédure est gratuite, et ils soupçonnent généralement les détaillants de prélever des frais non autorisés pour les virements (InterMedia, 2014). D'après une étude du FENU, les clients ougandais déclarent que les détaillants facturent les dépôts et précisent qu'ils prélèvent différents frais pour les mêmes services, ce qui les incite à soupçonner qu'un grand nombre de ces frais sont abusifs (Ogwal, 2015). En Tanzanie, les utilisateurs de DFS soupçonnent également les détaillants de facturer des frais indus, et beaucoup d'entre eux déclarent que les frais prélevés par les détaillants ne concordent pas avec les frais affichés dans les magasins de ces derniers (InterMedia, 2014).

29 Entretien avec Mercy Buku, consultante indépendante, ancien cadre supérieur, Signalement du blanchiment d'argent, Gestion des risques, Safaricom Kenya.

30 Dans une structure tarifaire par paliers, les détaillants perçoivent un montant forfaitaire pour chaque palier de transaction et peuvent donc recevoir une commission totale plus importante en réalisant de multiples transactions. C'est l'inverse d'une structure tarifaire basée sur un pourcentage, où le total des frais reste le même, que la transaction soit effectuée en une seule fois ou en plusieurs tranches. La première présente des avantages commerciaux, ce qui fait que de nombreux prestataires ne veulent pas passer à une structure basée sur un pourcentage dans le seul but d'éviter la fraude.

31 Les informations consignées dans les registres peuvent également être utilisées pour d'autres formes de fraude, comme l'inscription frauduleuse à des partis politiques (entretien avec Mercy Buku, consultante indépendante, ancien cadre supérieur, Signalement du blanchiment d'argent, Gestion des risques, Safaricom Kenya).

Encadré 3. Les clients sont-ils en mesure de prendre des décisions éclairées et « rationnelles » pour se protéger ?

Il est communément admis que les clients devraient assumer une certaine part de responsabilité dans l'atténuation des risques. Cependant, les faits démontrent clairement que les mesures prises par les consommateurs laissent généralement à désirer. Par exemple, la perception qu'ont les consommateurs des risques et de leurs conséquences n'est pas toujours conforme à la réalité, comme dans le cas de la fraude où les perceptions sont nettement plus importantes que ce que les clients déclarent avoir vécu. Il est possible que les consommateurs limitent leur utilisation de services qui présentent en réalité moins de risques de pertes financières et de préjudices que d'autres solutions informelles.

Une partie de la méfiance autour des frais illicites est probablement due à une mauvaise information sur les tarifs appliqués, et donc à un manque de transparence. Des données supplémentaires sont nécessaires pour déterminer l'ampleur de la surfacturation réelle par rapport aux perceptions. Toutefois, même la simple perception d'une surfacturation entraîne une baisse de la confiance à l'égard des détaillants et des DFS.

Exemple de solution : Telenor Easypaisa au Pakistan a combiné un modèle de commissions par paliers avec un dépôt minimum afin de réduire le fractionnement des transactions.

7. Confidentialité et protection des données

Les aspects qui génèrent un risque incluent notamment :

- l'atteinte à la sécurité des données numériques ;
- une mauvaise compréhension des nouvelles modalités d'utilisation des données personnelles ;
- des conséquences imprévues, comme le vol d'identité ou le blanchiment d'argent.

Alors que les consommateurs souscrivent à des DFS, beaucoup d'entre eux créent des empreintes numériques pour la première fois, et les données qu'ils génèrent peuvent avoir de la valeur pour les entreprises, les administrations ou d'autres individus. Par exemple, bon nombre de prestataires commencent à utiliser les données mobiles³² pour attribuer des cotes de crédit et offrir des prêts sans garantie aux clients (Chen et Faz, 2015).

Encadré 4. Dans quelles conditions les frais non autorisés sont-ils frauduleux ?

Dans certains pays, les frais non autorisés sont si courants que les clients les considèrent comme des « frais commerciaux ». Est-ce que cela les rend moins frauduleux ? Selon les définitions les plus courantes de la fraude, les frais non autorisés correspondent bien à une fraude commise à l'encontre des clients. Par exemple, une étude sur la fraude dans le domaine de l'argent mobile en donnait cette définition :

« [La fraude est] un acte volontaire et délibéré perpétré par des acteurs de l'écosystème des DFS et visant à obtenir des gains (argent liquide ou électronique), à refuser des revenus à d'autres acteurs ou à porter atteinte à la réputation d'autres parties prenantes » (Mudiri, 2012).

Dans certains cas cependant, les clients considèrent que ces frais supplémentaires constituent une rémunération légitime des services rendus. Au Bangladesh par exemple, où de nombreux clients demandent aux détaillants d'effectuer des transactions en leur nom au lieu de créer un compte et d'effectuer eux-mêmes leurs transactions, les clients estiment souvent que les frais non autorisés versés en liquide constituent un dédommagement du détaillant pour le temps et l'effort consacrés à la réalisation de la transaction.

La perception par les clients des frais non autorisés comme étant frauduleux peut dépendre de leur connaissance des frais officiels et de leur prédisposition à payer pour ce qu'ils considèrent comme des prestations supplémentaires. Certains marchés, comme le Kenya où l'on observe une plus grande discipline et une meilleure application de la législation en matière de transparence, affichent moins de méfiance à l'égard des détaillants et moins de soupçons de surfacturation.

Atteinte à la sécurité des données numériques

Les clients sont préoccupés par la sécurité de leurs données et la possibilité que celle-ci soit compromise. Les clients interrogés dans le cadre des monographies nationales ont déclaré avoir reçu des appels et des SMS frauduleux, dont les émetteurs détenaient des renseignements qu'ils n'auraient pas pu obtenir autrement qu'en consultant leurs données personnelles. Ils soupçonnaient les employés du prestataire de DFS d'avoir accédé à leur compte sans autorisation et d'avoir utilisé les informations recueillies à des fins frauduleuses.

Mauvaise compréhension des nouvelles modalités d'utilisation des données personnelles

En raison du développement de nouveaux services qui s'appuient sur les relevés d'appels mobiles et les données de paiement, certains consommateurs s'inquiètent de la

32 Comme les relevés d'appels et de SMS ou les données liées aux transactions mobiles.

sécurité, de la confidentialité et de l'utilisation de leurs données à ces fins. Une récente étude du CGAP a montré que les consommateurs tanzaniens s'inquiétaient de la manière dont leurs données pourraient être utilisées par un tel service et du type d'informations auxquelles il aurait accès. Ils ont également indiqué ne pas savoir précisément quel type d'informations seraient incluses dans les données mobiles et s'inquiéter du fait que l'accès aux données mobiles implique d'écouter leurs conversations téléphoniques ou de lire leurs SMS (ce qui n'est pas le cas). En fait, de simples SMS et d'autres supports d'information ont permis d'améliorer les connaissances de base sur les données numériques et de lutter contre les idées reçues, même si la compréhension des utilisateurs est restée limitée. Il n'est peut-être pas surprenant de constater également que, selon l'étude, les clients étaient prêts à autoriser cet accès unique à leurs données en échange de la possibilité d'obtenir de meilleures conditions de prêt ou de financement (Mazer et al. 2014).

La mauvaise compréhension de l'utilisation des données peut être aggravée par l'insuffisance des moyens mis en œuvre pour s'assurer que les clients reçoivent les

conditions générales des DFS concernant leurs données, qu'ils y ont accès et sont en mesure de les comprendre. Souvent, les clients ont l'obligation d'accepter des conditions générales qui ne se trouvent que sur un site web, ce qui n'est pas pratique pour beaucoup d'entre eux, particulièrement pour les pauvres ou les ruraux qui n'ont généralement pas accès à l'internet ou à des téléphones permettant de s'y connecter (Cook et McKay, 2015).

Conséquences imprévues

Le manque de confidentialité des données peut porter préjudice aux clients de bien d'autres façons, ce que le client moyen n'est pas en mesure de concevoir ou d'anticiper. Par exemple, les données volées peuvent être utilisées pour une usurpation d'identité ou à d'autres fins criminelles, et porter atteinte au profil de crédit de l'utilisateur. Le manque de confidentialité des données peut également présenter des risques non financiers, comme l'accès par des organismes publics à des données personnelles sensibles ou l'utilisation de ces dernières à des fins politiques. Les données personnelles ont une valeur qui peut évoluer en une nouvelle catégorie d'actifs, même pour des clients démunis.

Encadré 5. Nouveaux domaines de risque pour les clients

Le paysage des DFS est en constante mutation et les risques auxquels sont confrontés les clients évoluent en même temps que les produits. Les faits révèlent que, outre les sept risques examinés dans le cadre de la présente note, une nouvelle génération de problèmes se profile à l'horizon. En voici trois exemples :

Livraison numérique de produits plus complexes. Alors que des DFS moins courants ou plus complexes, comme le crédit ou l'assurance mobile, pénètrent le marché et se développent parfois très rapidement, il faudra veiller plus étroitement à ce que les clients comprennent les modalités, les conditions et les risques les plus importants. Ceci est d'autant plus compliqué que les informations fournies sur l'écran d'un téléphone basique sont limitées. Par exemple, lorsque des souscripteurs de crédit mobile remplissent « virtuellement » toutes les conditions du prêt sur leur téléphone, il est possible qu'ils n'aient pas (ou ne saisissent pas) l'occasion de demander des précisions sur les tarifs, les conditions de remboursement ou les conséquences d'un défaut ou d'un retard de remboursement. L'assurance mobile connaît une croissance rapide dans de nombreux marchés et peut également être difficile à comprendre pour les consommateurs, surtout parce que cette police d'assurance est généralement associée à un autre service ou offerte en récompense d'une opération de paiement. Parfois, les détaillants auxquels les clients font généralement appel savent peu sur ces nouveaux produits plus sophistiqués lorsqu'ils n'ont pas reçu une formation appropriée.

Utilisation de smartphones et d'applications numériques. La GSMA prévoit que quatre connexions par smartphone sur cinq se feront dans les pays en développement d'ici 2020 ; 61 % des services de finance mobile qu'elle suit sont désormais offerts via une application (GSMA, 2014e et 2015). Cette évolution pourrait améliorer l'expérience des clients et réduire les risques qu'ils courent dans certains des principaux domaines identifiés dans la présente étude, tout en faisant naître de nouvelles menaces pour les consommateurs. Par exemple, l'interface utilisateur sophistiquée et les fonctionnalités améliorées des smartphones devraient être nettement plus intuitives et conviviales que les menus USSD utilisés actuellement par 86 % des services d'argent mobile. Les consommateurs peuvent également tirer profit d'une concurrence accrue, étant donné que différents PSF peuvent offrir des DFS à partir d'applications qui ne requièrent pas une association avec un OTM (Mas et Porteous, 2014). Cependant, des risques nouveaux ou différents peuvent également apparaître dans cet écosystème, comme de nouvelles formes de fraude ou l'accès non autorisé aux données des clients. C'est le cas en particulier si le comportement actuel de l'utilisateur, par exemple une mauvaise utilisation du PIN, ne change pas, notamment dans un contexte où un plus grand nombre d'acteurs s'associent pour fournir des DFS. Il peut également être nécessaire de faire attention à la possible apparition de logiciels malveillants.

Préoccupations supplémentaires relatives à la confidentialité et la protection des données. On observe une utilisation accrue des données numériques pour la prestation de services financiers. Du point de vue de la confidentialité, ni les fournisseurs, ni les clients ne sont déjà en mesure d'évaluer avec beaucoup de certitude les compromis qui devront être faits entre les principes liés à la propriété, au traitement, au stockage et à la sécurité des données. Il importe de ne pas sous-estimer le défi consistant à trouver un consensus et à mettre en place des mesures équilibrées et pratiques de gouvernance des données. Il faudra adopter de nouvelles méthodes de communication pour informer les clients de façon plus efficace sur leurs droits et la manière dont leurs données pourraient être utilisées. Du point de vue de la sécurité, des efforts supplémentaires seront certainement nécessaires pour s'assurer que les données des clients qui ne relèvent pas du domaine public sont protégées contre les attaques de pirates extérieurs et contre toute utilisation ou tout accès non autorisés. De toute évidence, ces défis débordent largement le seul champ de la finance numérique et il serait peut-être utile de travailler avec des spécialistes et des défenseurs de la protection des données dans des domaines connexes.

Mesures d'autoprotection prises par les clients contre les risques inhérents aux DFS. Les données analysées dans le cadre de la présente section ont permis de faire le jour sur les diverses mesures que prennent les clients de DFS pour se protéger contre des risques réels ou imaginaires. Bien que certaines mesures d'autoprotection soient efficaces, comme le fait de ne pas dévoiler son PIN à quiconque, d'autres ne permettent pas de protéger adéquatement les clients et peuvent réduire le niveau d'utilisation ou d'activité. Le comportement et les attitudes d'autoprotection qui ont été relevés sont notamment les suivants :

Ne pas laisser d'argent dans le système. Certains clients limitent le solde conservé dans leur porte-monnaie mobile afin d'éviter des risques perçus, comme la « disparition » de l'argent. Ils le font généralement en effectuant un retrait aussitôt après avoir reçu un virement.

Limiter les façons d'utiliser le service. Certains clients indiquent n'utiliser les DFS qu'en cas d'urgence et en réduisant au minimum le nombre de transactions, parce qu'ils ont rencontré des difficultés par le passé, comme perdre de l'argent suite à des fautes de frappe. Certains utilisateurs déclarent également limiter les types de services qu'ils utilisent (par exemple en se contentant de vérifier le solde de leur compte ou d'effectuer des transferts d'argent) en raison des risques qu'ils imaginent liés à d'autres services (De Koker et Jentzsch, 2013).

Effectuer des transactions de gré à gré au lieu d'utiliser le porte-monnaie mobile. De nombreux clients disent utiliser les services de gré à gré comme un mécanisme d'autoprotection. Les clients au Bangladesh et en Ouganda affirment trouver plus sûr de demander à un détaillant d'effectuer une transaction de gré à gré plutôt que de s'en charger eux-mêmes et risquer une erreur coûteuse (InterMedia, 2014).

Une étude qualitative montre que les utilisateurs colombiens se sentent généralement responsables si un problème survient, malgré le fait qu'ils déclarent appliquer des mesures d'autoprotection classiques au moment d'utiliser les DFS³³. Ils disent également ne pas se sentir autorisés à introduire des requêtes et ne pas faire confiance aux procédures de traitement de ces requêtes. D'ailleurs, une étude de consommation réalisée dans de nombreux marchés confirme les obstacles culturels à l'introduction de recours et un manque général de confiance de la part de consommateurs démunis et peu expérimentés dans le fait que ledit recours prospèrera (Chapman et Mazer, 2013).

Au final, les mesures d'autoprotection prises par les clients ne représentent qu'une petite partie d'un effort plus général qui incombe davantage à d'autres parties, notamment aux prestataires, aux régulateurs et à d'autres acteurs susceptibles de détenir de meilleures informations sur les risques et leurs conséquences. Les sections qui suivent explorent les rôles que doivent jouer les

prestataires et d'autres acteurs des DFS, à titre individuel ou collectif, en vue d'atténuer plus efficacement les risques pour les consommateurs. Ces sections abordent également les priorités dans ce domaine.

III. Cinq priorités pour l'identification, l'essai et l'ajustement de solutions dans le secteur

Les divers renseignements émanant des consommateurs qui ont été examinés aux fins de la présente note d'information suggèrent fortement que les prestataires peuvent et doivent prendre des mesures pour améliorer la sécurité, la fiabilité et la performance des produits, des médias et des systèmes de DFS pour leurs clients. Non seulement cela permettrait de réduire les obstacles auxquels sont confrontées bon nombre de personnes pour adopter ces services et les utiliser de façon plus intensive, mais cela pourrait également constituer une condition préalable à l'adoption massive de services offrant des marges plus importantes, comme le crédit, qui sont essentiels à la viabilité à plus long terme de ces services pour de nombreux prestataires.

Il est primordial et opportun que les fournisseurs de DFS et d'autres acteurs du secteur prennent l'initiative dans cinq domaines prioritaires :

1. Améliorer la fiabilité et la solidité des services ;
2. Rendre l'interface client plus conviviale ;
3. Renforcer la qualité du service, la gestion et les liquidités du détaillant ;
4. Lutter contre la fraude à l'encontre des clients ;
5. Améliorer le traitement des plaintes, des requêtes et des demandes de réparation.

Chaque section consacrée à un domaine d'intervention prioritaire examine les types d'action qui sont ou pourraient être mis en œuvre. Bien que le cadre de la présente note ne permette pas de formuler des recommandations sur les meilleures pratiques ou les meilleures stratégies de mise en œuvre, nous offrons des exemples de solutions initiées par les PSF qui ont été signalées et répondent à ces priorités.

1. Améliorer la fiabilité et la solidité des services

Principal motif de plainte des clients de DFS, la réduction des pannes de réseau devrait être la première priorité des PSF et de leurs fournisseurs de services tiers. L'amélioration de la fiabilité du système — pour garantir un accès permanent aux services et aux comptes, le règlement des transactions dans les délais et la vérification des opérations — est toutefois une tâche complexe. Dans certains modèles, les services de DFS en croissance rapide doivent rivaliser avec d'autres secteurs

³³ Comme « ne jamais se rendre seul chez un détaillant », « ne pas parler à voix haute (chez le détaillant) » et « saisir son PIN à l'abri des regards » (CGAP, 2014f).

Tableau 1. Exemples de mesures prises par les prestataires pour améliorer la fiabilité et la solidité des services

Solutions	Exemples pratiques
Coordination interne pour la résolution des problèmes	L'équipe qui gère la plateforme d'argent mobile d'Airtel Uganda travaille directement avec l'équipe IT/GSM par l'intermédiaire d'un agent informatique dédié, dans le but de déterminer les problèmes liés à la plateforme et ceux associés aux GSM, ce qui permet de les classer de façon géographique et de les résoudre plus efficacement.
Test régulier du réseau et surveillance en temps réel	Airtel Money Uganda combine des sauvegardes progressives et complètes du système avec un outil de surveillance du système qui lance des alertes et produit des rapports. Au Nigéria, une étude a montré que la maintenance prédictive/anticipée est plus efficace que les approches de maintenance préventive/planifiée pour maintenir la fiabilité du réseau GSM (Ubani et Nwakanma, 2013).
Une plateforme fiable qui peut s'intégrer harmonieusement à d'autres acteurs de l'écosystème	Fin 2014, MTN Uganda a migré vers une nouvelle plateforme qui devrait améliorer considérablement la fiabilité globale du service. La compagnie a également ajouté 117 nouveaux sites de 2G et 130 nouveaux sites de 3G au premier semestre 2014 (MTN Uganda, 2014). Airtel India a massivement investi dans des systèmes de câbles de pointe qui devraient améliorer les opérations d'Airtel Money au plan de la résilience et de la redondance du réseau (Bharti Airtel, 2014). Au Bangladesh, MobiCash exploite un réseau de 60 000 revendeurs de crédit de communication et d'autres produits et infrastructures de communication mobile dans tout le pays (Noor et Shrader, 2015). Telecel Zimbabwe s'est aperçu qu'une plateforme USSD dédiée aux services d'argent mobile réduisait les interruptions du service ^a .
Des prix et des pratiques commerciales qui garantissent l'attribution d'une largeur de bande suffisante	Les prix par session USSD varient de 0,01 dollar au Nigéria à 0,06 dollar au Kenya et en Afrique du Sud (CGAP, 2014b).

a. Entretien avec Cloud Nhau, directeur des ventes, Services financiers mobiles de Telecel Zimbabwe.

d'activité au niveau de la capacité de la plateforme et des investissements. Les coentreprises et les accords de sous-traitance sont également monnaie courante ; ils nécessitent un système de fonctionnement plus complexe et exigent une communication/coordination des différents systèmes mis en commun.

Les solutions possibles et les avancées dans ce domaine incluent notamment :

- des tests réguliers et une surveillance en temps réel du réseau, ainsi que la mise en place de procédures de continuité des opérations et de plans d'urgence adéquats³⁴;
- l'exploitation des services d'argent mobile sur une plateforme fiable qui s'intègre harmonieusement avec d'autres acteurs de l'écosystème ;
- l'adoption de tarifs et de pratiques commerciales qui garantissent l'attribution d'une largeur de bande adéquate pour les DFS et la définition de délais d'expiration des sessions USSD et d'interruption des services qui soient plus pratiques (Hanouch et Chen, 2015 ; Mazer, 2015) ;
- la définition minutieuse des relations entre les différents acteurs et de leurs responsabilités dès le lancement du service³⁵.

Pour les PSF travaillant avec des prestataires tiers qui exploitent une plateforme ou un service de DFS, il est crucial de s'assurer que les points mentionnés ci-haut sont examinés et pris en compte dans la relation et les accords contractuels. Les PSF doivent s'assurer que leurs clients sont toujours protégés lorsqu'ils effectuent des transactions d'une plateforme à l'autre, et ce même si le PSF ne contrôle pas totalement la fiabilité du service.

2. Rendre l'interface client plus conviviale

L'amélioration de l'interface utilisateur peut en augmenter la valeur aussi bien pour les clients que pour les prestataires, car des interfaces complexes et déroutantes entraînent le risque de perdre des clients, de supprimer certains niveaux d'activité, et de développer les services de gré à gré plutôt que des porte-monnaie indépendants ou d'autres opérations numériques s'appuyant sur des interfaces. À court terme, les prestataires devront évaluer la faisabilité financière et technique de ces mesures par rapport à leurs avantages éventuels ; à plus long terme, d'autres solutions économiques pourraient être mises en ligne. Lorsque les PSF travaillent avec des tiers et utilisent leurs plateformes pour fournir des DFS à la clientèle finale, il est essentiel de vérifier la fonctionnalité de l'interface utilisateur.

34 Voir par exemple Parada et Bull (2014) et GSMA (2015).

35 Les dispositions contractuelles et les accords de rémunération peuvent renforcer l'engagement continu des parties (Lake, 2013).

Tableau 2. Exemples de mesures prises par les prestataires pour améliorer la fiabilité et la solidité des services

Solutions	Exemples pratiques
Menus et instructions en langue locale	Airtel Money Uganda propose son menu en luganda et en anglais.
	En Inde, M-PESA est disponible en hindi, en bengali, en marathi, en gujarati et en anglais, et il est prévu de développer le service dans d'autres langues.
	Tigo Tchad utilise le SVI pour envoyer des messages et des instructions concernant les services d'argent mobile (GSMA, à paraître).
Réduction des délais d'expiration des sessions USSD	En Tanzanie, Tigo Kilimo a modifié son menu, remplaçant des questions ouvertes par des questions à choix multiples qui appellent une réponse plus facile et plus rapide.
	En Inde, Eko propose une procédure en une seule étape que les clients peuvent parcourir facilement.
Réduction des fautes de frappe	Au Bangladesh, DBBL crée un numéro de compte client en ajoutant un chiffre de contrôle à la fin du numéro mobile. Si l'envoyeur tape le mauvais numéro de compte, il est peu probable que le chiffre de contrôle corresponde (monographie nationale du CGAP, Bangladesh, 2015 [inédite]).
	En Ouganda, Airtel Money affiche le nom du destinataire lorsque le client introduit le numéro de téléphone.
Alternatives au PIN	En Colombie, Daviplata crée un PIN temporaire transmis par SMS aux bénéficiaires de paiements G2P : il peut être utilisé dans un GAB ou chez un détaillant pendant un court laps de temps.
	Novopay India est une entreprise de paiement mobile qui utilise le scanner biométrique Aadhaar pour permettre à ses clients d'effectuer des opérations bancaires depuis des boutiques de proximité (Indiatimes, 2015).

Les solutions possibles et les avancées dans ce domaine incluent notamment :

- l'affichage du menu en langues locales ;
- l'utilisation d'un serveur vocal interactif (SVI) pour transmettre les messages et les instructions concernant le service d'argent mobile, notamment à des utilisateurs peu instruits ;
- la réduction des délais d'expiration des sessions USSD en prolongeant lesdites sessions, en introduisant des temporisateurs d'inactivité entre chaque menu ou chaque transaction plutôt que des délais d'expiration³⁶, ou en concevant un menu plus intuitif et plus convivial (Mazer, 2015 ; Noor et Shrader, 2015) ;
- une redéfinition des interfaces et des processus pour réduire les fautes de frappe, par exemple en intégrant des déclencheurs simples permettant aux clients de confirmer qu'ils envoient l'argent au bon destinataire (« chiffre de contrôle » ou intégration avec un carnet d'adresses permettant d'afficher le nom du bénéficiaire avant l'envoi) ;
- la possibilité d'utiliser des alternatives au PIN, comme la biométrie ou des dispositifs d'identification sécurisés ;
- des efforts de développement d'applications mobiles plus intuitives sur smartphones ;
- l'application d'un dispositif centré sur l'humain et d'essais d'acceptation par les utilisateurs, y compris des applications pilotes et des tests pré-déploiement³⁷.

3. Améliorer la qualité du service, la gestion et les liquidités du détaillant

Les détaillants sont les premiers contacts de la plupart des clients de DFS. La majorité d'entre eux remplissent ce rôle en toute intégrité. En effet, la possibilité d'accéder à des détaillants en nombre suffisant, bien formés, bien supervisés et bien soutenus, est un élément clé de la plupart des solutions mises en évidence dans la présente note. Une récente étude du projet ANA montre que les détaillants qui affichent leurs tarifs et qui sont bien informés des conditions générales de leurs services traitent un plus grand nombre de transactions par jour et ont un avantage par rapport à des concurrents moins informés et aux pratiques moins transparentes (Anthony et Balasubramanian, 2015). Si les clients avaient la possibilité de se tourner vers d'autres détaillants lorsqu'ils soupçonnent ou sont confrontés à des cas de surfacturation, d'autres pratiques répréhensibles de détaillants ou à un service de mauvaise qualité, cela permettrait d'améliorer les pratiques des détaillants, de réduire les risques pour les clients et d'accroître la valeur pour les clients au fil du temps. Dans de nombreux marchés, cependant, il n'y a pas suffisamment de détaillants pour que les clients puissent exercer leur choix.

La concurrence seule peut être insuffisante pour garantir de bonnes pratiques. L'amélioration de la gestion des détaillants, renforcée par des incitations adaptées, peut aider à améliorer la transparence et le respect des règles de conduite et des procédures, à réduire la fraude commise par les détaillants à l'encontre des clients, à améliorer le traitement des données et à

³⁶ Entretien avec Khurram Sikander, conseiller principal pour les paiements numériques, Enclude Solutions.

³⁷ Cela implique d'évaluer en permanence les besoins par segmentation de la clientèle et de diversifier la gamme de produits afin d'apporter une solution aux besoins de chaque segment.

Tableau 3. Exemples de mesures prises par les prestataires pour renforcer la qualité du service, la gestion et les liquidités du détaillant

Solutions	Exemples pratiques
Critères précis de sélection des détaillants	Au Pakistan, Easypaisa analyse les données sur les ventes de crédit de communication pour vérifier la bonne santé financière et les liquidités d'une entreprise avant d'intégrer un détaillant dans son réseau.
Formation initiale de grande qualité et formation continue régulière	MTN Uganda prévoit six heures de formation dans le domaine pour chaque nouvel employé de première ligne engagé par un détaillant qui propose des dépôts ou des retraits d'argent.
	M-PESA de Safaricom exige que chaque nouveau propriétaire ou gérant participe à une journée complète de formation à Nairobi.
	En Côte d'Ivoire, Orange combine une demi-journée de formation dans ses centres régionaux avec des visites ultérieures sur le terrain.
	Airtel Uganda organise régulièrement des « réunions de terrain » auxquelles participent jusqu'à 500 détaillants pour une formation de recyclage.
Renforcement de la gestion des liquidités	Au Bangladesh, l'argent liquide et le flottant sont livrés aux détaillants par un employé du groupement, ce qui permet un réapprovisionnement plus régulier et moins de rejets de transactions qu'en Afrique de l'Est (McCaffrey et Khan, 2014).
	Les détaillants principaux de Vodacom Tanzania ont des numéros gratuits qu'ils peuvent utiliser pour faire remonter facilement leurs demandes de liquidités.
	Airtel Uganda a adopté de nombreuses mesures pour aider les détaillants à gérer le flottant, y compris à travers des groupements qui livrent le flottant aux détaillants, des partenariats avec 13 banques où les détaillants peuvent obtenir du flottant sans faire la file, et des super-détaillants auprès desquels les plus petits détaillants peuvent acheter du flottant.

renforcer les possibilités de choix, d'autonomisation et de recours en cas de problèmes. Pour de nombreux PSF, le réseau de détaillants est le principal poste de dépenses d'exploitation. Les PSF sont confrontés à des choix difficiles quant à la meilleure manière de niveler la qualité de leur réseau de détaillants en élargissant la couverture de leurs services et en préservant la viabilité économique de leurs détaillants. Les modèles existants sont souvent soumis à la pression de l'échelle, des autres offres de DFS et d'autres dynamiques du marché.

Les solutions possibles et les avancées dans ce domaine incluent notamment :

- l'élaboration de critères de sélection qui reflètent le rôle plus complexe des détaillants de DFS par rapport aux vendeurs traditionnels de crédit de communication (comme les compétences et les atouts requis pour une connaissance satisfaisante du client, la formation et le soutien des clients, la comptabilité, la détection des fraudes) ;
- l'amélioration de la qualité et de la rentabilité de la formation initiale et l'organisation de formations régulières de remise à niveau ;
- la définition de critères raisonnables en matière de flottant afin d'équilibrer la couverture et la capacité, et de renforcer le modèle de gestion des liquidités au fil du temps ;
- l'utilisation d'alertes destinées à informer les détaillants du solde du flottant ;
- la recherche d'options d'équilibrage de la trésorerie afin de soutenir les détaillants qui rencontrent régulièrement des difficultés à se réapprovisionner ;

- le renforcement de la gestion et de la surveillance des détaillants³⁸;
- l'utilisation de groupements de détaillants et de gérants de réseaux de détaillants comme des acteurs de seconde ligne pour la formation des détaillants et la résolution des problèmes des clients ;
- l'introduction et l'application de sanctions progressives à l'encontre des détaillants en cas d'infraction aux règles³⁹.

4. Lutter contre la fraude à l'encontre des clients

La fraude peut entraîner des pertes d'argent directes pour les clients de DFS. Il est donc essentiel d'instaurer des contrôles efficaces destinés à détecter les actes frauduleux pour conserver la confiance des clients. Des produits numériques plus complexes comme l'épargne ou le crédit vont accroître les possibilités de fraude, leur fréquence et les montants concernés. De nombreux prestataires de DFS n'ont pas les capacités suffisantes en matière d'analyse des données pour détecter une évolution suspecte dans les comportements et les transactions. L'analyse des données constitue pourtant une pierre angulaire des systèmes de surveillance et de gestion de la fraude. Des pratiques adéquates de traitement des données font également partie intégrante de la prévention d'actes frauduleux comme l'usurpation d'identité. Il est donc prudent et important de porter une plus grande attention aux actes frauduleux commis à l'encontre des utilisateurs, car ceux-ci influent sur la confiance des consommateurs, les niveaux de revenus, et la réputation des DFS en général et des prestataires en particulier.

³⁸ Par exemple, au moyen de protocoles automatisés d'inspection sur site, de vérifications du système hors site ou d'évaluations mystères pour évaluer le respect des règles.

³⁹ Par exemple, la suspension, le renvoi ou l'inscription sur une liste noire des employés et des directeurs d'agence, ainsi que le recouvrement des commissions touchées de manière frauduleuse. M-PESA de Safaricom est parvenu à réduire drastiquement les services de gré à gré (désignés par « dépôts directs » au Kenya) en appliquant des mesures de recouvrement des commissions.

Tableau 4. Exemples de mesures prises par les prestataires pour lutter contre la fraude commise à l'encontre des clients

Solutions	Exemples pratiques
Mieux informer les clients des mécanismes de fraude	<p>M-PESA de Safaricom a recours à des alertes SMS, des annonces radio en dialectes locaux, des publicités dans les journaux et d'autres mesures pour mieux sensibiliser ses clients.</p> <p>MTN Uganda se sert des médias sociaux pour informer ses clients des nouveaux mécanismes de fraude.</p> <p>Les PSF colombiens recommandent aux consommateurs de se protéger eux-mêmes, en les informant des risques, des façons de se protéger et des instances de recours (CGAP, 2014f ; Ahmed et Gomez, 2015).</p> <p>Banco WWB en Colombie impose que ses détaillants et ses commerciaux dispensent des conseils aux clients sur la sécurisation des produits lors de l'ouverture d'un compte ou de l'abonnement à un service d'argent mobile (CGAP, 2014f ; Ahmed et Gomez, 2015).</p> <p>Au Kenya, la campagne « PIN Yako Siri Yako » (« Votre PIN, votre secret ») menée par M-PESA a amélioré considérablement la prise de conscience et le comportement des clients.</p>
Introduire des mesures pour réduire les échanges non autorisés de cartes SIM	<p>En Tanzanie, les fournisseurs imposent une période de « quarantaine » après un échange de carte SIM, pendant laquelle le code PIN associé à l'argent mobile ne peut pas être modifié.</p> <p>En Afrique du Sud, ABSA bloque temporairement le compte client s'il a connaissance d'un échange de carte SIM. Le client dispose de 36 heures pour valider son identité et informer ABSA de la légitimité du changement de carte SIM.</p>
Veiller à ce que la relation avec les détaillants et la structure des commissions favorisent des comportements éthiques	<p>En Colombie, Finamerica exige que les détaillants travaillent deux ans comme responsables communautaires avant d'être habilités à exécuter des transactions. Les responsables communautaires coordonnent les activités d'éducation financière et d'autres actions de développement menées au niveau local pour le compte de Finamerica (CGAP, 2014f).</p> <p>Easypaisa de Telenor Pakistan a combiné un modèle de commissions par paliers avec un dépôt minimum pour réduire le fractionnement des transactions.</p>
Analyse et partage des données dans le but de détecter la fraude	Safaricom Kenya a mis au point des modèles plus sophistiqués d'analyse des données au fil du temps. En Tanzanie, les opérateurs de services d'argent mobile et les banques ont entrepris chacun des initiatives de coordination pour lutter contre la fraude.
Traitement des données	<p>F-Road en Chine utilise une carte SIM superposée, c'est-à-dire qu'une carte SIM fine est placée sur la carte SIM normale du client, de telle sorte que l'activité financière est liée à la carte superposée tandis que les activités de communication sont associées à la carte SIM normale. Les données transmises par la carte superposée sont cryptées, afin que seul le PSF puisse y accéder.</p> <p>En Colombie, Banco WWB a conçu son système de banque mobile dans l'optique de garantir la sécurité des données, en ne laissant aucune information, aucune notification, et aucune donnée de géolocalisation sur les téléphones des clients (CGAP, 2014f).</p>

Les solutions possibles et les avancées dans ce domaine incluent notamment :

- la lutte contre l'hameçonnage, les appels et les messages frauduleux, et l'usurpation de l'identité de l'appelant à travers des actions plus efficaces de sensibilisation des clients et des mesures qui améliorent l'aptitude de ces derniers à reconnaître les messages frauduleux et à y résister. L'investissement dans des campagnes grand public portant sur ces questions peut être payant pour l'opérateur ou pour le secteur tout entier⁴⁰ ;
- l'introduction de mesures visant à réduire les échanges de carte SIM et à détecter les escroqueries correspondantes⁴¹ ;
- l'amélioration des protocoles de transfert des données et le renforcement des contrôles pour empêcher

les fraudeurs ou d'autres parties non autorisées à y accéder ;

- l'amélioration des enquêtes de moralité, de la formation et du suivi des détaillants dans ce domaine ; le blocage des comptes des détaillants lorsqu'un acte frauduleux est signalé ou soupçonné ; et la punition des individus lorsque la fraude est avérée⁴² ;
- la garantie que le mode d'organisation et les structures des commissions des détaillants incitent à l'adoption d'un comportement éthique, par exemple en récompensant l'utilisation active plutôt que les abonnements, dans la mesure où l'activité peut servir d'indicateur supplétif de la satisfaction des clients⁴³. Le maintien par les PSF de relations directes et continues avec leurs détaillants améliore la qualité du service, la fiabilité des détaillants et le respect

40 Des exemples de Colombie, du Kenya et d'autres marchés incluent la transmission de simples SMS de sensibilisation à la fraude, l'organisation de tournées de présentation, le fait d'inciter les médias à braquer les projecteurs sur les cas de fraude et les mesures de prévention, et des partenariats destinés à financer des annonces télévisées et des programmes de type commercial comme des feuilletons télévisés diffusés en soirée qui traitent d'escroqueries courantes.

41 Comme le gel de comptes mobiles pour un temps et l'obligation de le valider à nouveau en personne dans un centre de service client, ou l'envoi d'alertes à un autre point de contact du client si une carte SIM est échangée.

42 Effectuer une surveillance permanente des transactions pour détecter les schémas de fraude et faciliter le profilage, l'arrestation et la poursuite des fraudeurs ; coopérer avec les organes répressifs pour identifier et poursuivre les fraudeurs.

43 De nombreux spécialistes consultés pour cette étude ont fait remarquer que les opérateurs peuvent hésiter à se montrer trop sévères à l'encontre de détaillants qui facturent des frais illicites lorsqu'ils essaient de bâtir leur réseau de détaillants et que la rentabilité de ces derniers n'est pas encore avérée à grande échelle ou démontrée sans ces revenus supplémentaires.

- des normes de qualité du service et des principes de protection des consommateurs ;
- l'amélioration de la formation des employés des centres d'appels afin qu'ils remontent et traitent correctement les cas de fraude, et la mise en place de boucles de rétroaction efficaces avec les systèmes internes de lutte contre la fraude du PSF ;
 - le renforcement des capacités d'analyse des données en vue de la détection de la fraude. Le développement de mécanismes pour un partage coordonné des données et des informations entre PSF afin de mieux détecter et contrer des pratiques frauduleuses qui évoluent rapidement ;
 - la garantie que les partenaires et les commerçants sont également formés aux mesures de prévention des fraudes.

5. Améliorer le traitement des plaintes, des requêtes et des demandes de réparation

Pour les prestataires de DFS non bancaires, les demandes introduites dans leurs systèmes d'enregistrement des plaintes par des services financiers en rapide évolution sont très différentes de celles associées à leurs services de télécommunications de base ou à d'autres activités commerciales. Étant donné que les possibilités de recours sont importantes pour les consommateurs

et touchent tous les autres domaines de risque, les prestataires devront examiner attentivement les options qui conviennent à leurs activités de DFS (Chapman et Mazer, 2013). Les clients qui abandonnent les services de gré à gré au profit du porte-monnaie mobile devront avoir suffisamment de confiance et de compétences pour gérer les recours sans l'assistance de détaillants. Avec la mise en ligne de services autres que les paiements numériques, les DFS généreront de nouvelles demandes de recours. Les centres d'appels et d'autres équipes de service client devront alors aider les clients à introduire leur recours au bon endroit lorsque différentes parties sont impliquées dans la prestation de DFS.

Les solutions possibles et les avancées dans ce domaine incluent notamment :

- une communication claire aux clients sur le fait qu'ils devraient introduire une plainte lorsqu'ils rencontrent un problème et sur la meilleure façon de procéder (et auprès de qui) ;
- une meilleure préparation des détaillants à travers des formations et une documentation qui les aident à résoudre les problèmes simples des clients. La mise en place d'une assistance téléphonique dédiée aux détaillants de telle sorte qu'ils puissent aider leurs clients à obtenir une réponse dans un délai raisonnable et passer le relais pour les cas plus complexes ou plus importants (comme des soupçons de fraude, des cas de rejet) ;

Tableau 5. Exemples de mesures prises par les prestataires pour améliorer le traitement des plaintes, des requêtes et des demandes de réparation

Solutions	Exemples pratiques
Doter les détaillants de moyens accrus pour aider à la résolution de problèmes	En Colombie, Bancolombia a mis en place une ligne d'assistance téléphonique dédiée aux détaillants.
Des équipes spécifiques et spécialisées au sein des centres d'appels	En Haïti, Digicel a formé et affecté une équipe du centre d'appels à leur service financier Tcho Tcho Mobile (TTM) par lequel l'État verse les prestations sociales. Digicel a doublé les effectifs du centre d'appels dédié à TTM. En Colombie, Davivienda a engagé d'anciens bénéficiaires de G2P pour travailler au centre d'appels, créant ainsi des emplois et réduisant la pression exercée sur ce centre en raison de l'augmentation des plaintes depuis que l'opérateur assume la distribution des paiements G2P (CGAP, 2014f). En Tanzanie, les prestataires ont révisé leurs politiques concernant les services autorisés à annuler les transactions sur des « numéros erronés » (par exemple en transférant cette fonction du département financier basé au siège social vers le centre d'appels).
Une grande qualité de service	Tigo Ghana a pour objectif de traiter intégralement les plaintes des clients en 24 heures, et les clients reçoivent un numéro de dossier et des informations régulières sur l'avancement de leur procédure. Le système enclenche une procédure d'urgence pour les plaintes irrésolues lorsqu'elles concernent plus de cinq clients en moins de 30 minutes. Les clients d'Eko (en Inde) peuvent introduire une plainte auprès de nombreux points de service, y compris des détaillants, des centres de service client ou du centre d'appels, et suivre l'avancement de leur procédure depuis leur téléphone mobile (Chapman et Mazer, 2013). Au Kenya, le PAM a lancé un nouveau service d'assistance téléphonique. Pour informer les bénéficiaires, il a dispensé des formations, offert des brochures et placardé des affiches chez les détaillants. Deux employés maîtrisant un grand nombre de langues suivent les appels des bénéficiaires via un système de gestion des relations avec la clientèle.
Communication sur les possibilités de recours	Telecel Zimbabwe utilise la radio et des spectacles itinérants.

Encadré 6. Le secteur prend l'initiative en vue d'une finance numérique responsable

Tandis que de nombreux PSF prennent déjà des mesures destinées à atténuer les risques pour leurs clients, une action collective de la part des entreprises ou des efforts intersectoriels ont le potentiel d'améliorer davantage l'efficacité et la portée de ces mesures. Parmi les exemples notables d'envergure mondiale, citons le nouveau code de conduite des prestataires de services d'argent mobile de la GSMA, destiné à une application dans tout le secteur et approuvé par 12 grands groupes d'OTM^a qui représentent plus de 82 déploiements de services d'argent mobile dans 51 pays. Lorsque ces conditions minimales pour tout le secteur seront traduites en normes mondiales, les groupes et leurs sociétés d'exploitation les appliqueront à titre d'essai. Après une période d'auto-évaluation, les signataires seront soumis à une procédure de vérification externe portant sur leur respect des normes. Les huit principes du code concernent les problèmes les plus couramment rencontrés :

1. Protéger les fonds des clients contre le risque de perte
2. Utiliser des mécanismes efficaces de lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme
3. Équiper et surveiller leur personnel, leurs agents et les entités leur fournissant des services en sous-traitance pour s'assurer de la sûreté et de la fiabilité des services fournis
4. Fournir un service fiable avec une capacité adéquate en termes de système et de réseau
5. Prendre des mesures solides pour garantir la sécurité des réseaux et canaux mobiles
6. Fournir des informations claires, adéquates et opportunes pour que les clients puissent prendre des décisions en connaissance de cause
7. Mettre en place des mécanismes permettant de s'assurer que les réclamations soient correctement traitées et que les problèmes soient résolus dans les meilleurs délais
8. Collecter, traiter et/ou transmettre les données personnelles de façon équitable et sécurisée.

Le code a pour objectif de garantir au plus haut point que les services sont solides, que le système est sûr et que le client est traité de façon équitable. Il reflète assez bien les priorités qui ressortent des enquêtes menées auprès des consommateurs et présentées à la section II, ainsi que les domaines d'action prioritaires pour le secteur exposés dans la présente section. D'autres exemples prometteurs d'initiatives prises par le secteur sont indiqués à l'annexe 3.

a. Airtel, Avea, Axiata, Etisalat, Millicom, MTN, Ooredoo, Orange, Telenor, Telma, Vodafone et Zain (GSMA, 2014c).

- l'amélioration des normes des services concernant les recours, comme par l'engagement à traiter rapidement la plupart des plaintes et un système de suivi qui émet des tickets et informe régulièrement les clients du statut de leur procédure ;
- le classement des plaintes des clients par catégorie et la désignation d'une équipe spécialisée utilisant des documents de référence et de procédures pour les problèmes les plus courants ;
- la séparation de la fonction de centre d'appels, ainsi que des politiques, des procédures et des normes de réclamation concernant les DFS, d'autres secteurs d'activité.

Les prestataires devront évaluer individuellement leurs priorités et les solutions rentables à leur disposition en fonction de leur modèle économique et de leurs objectifs. Chaque PSF devra examiner les mesures d'atténuation des risques pour les clients qui sont les plus importantes et les plus faciles à mettre en œuvre en fonction de son modèle économique, de sa gamme de produits et de ses objectifs. Les solutions entraînent des coûts et certaines d'entre elles (par exemple le renforcement de la surveillance des détaillants ou l'amélioration de la capacité du réseau ou de la plateforme) sont plus complexes et plus coûteuses à mettre en place que d'autres (comme l'amélioration de l'affichage d'informations, de la communication avec les clients ou des procédures des centres d'appels). L'élaboration d'une analyse de rentabilité claire qui fait ressortir les avantages – comme les économies, l'assurance d'un revenu, l'augmentation des gains associés à l'accroissement des niveaux d'activité et aux ventes additionnelles, et les avantages indirects comme

la réduction des taux de défection ou les économies sur la distribution des crédits de communication – peut aider à justifier ces investissements. La protection de la réputation de l'entreprise est un autre aspect à prendre en considération, qui est souvent important pour les opérateurs de téléphonie, les groupes bancaires ou les groupes de la grande distribution dont la marque a une grande valeur. Dans certains contextes, les mesures prises pour réduire les risques encourus par les clients seront également motivées par la nécessité de se conformer aux nouveaux règlements ou de réduire le risque de voir le régulateur imposer des exigences supplémentaires ou plus onéreuses en matière de service ou de conduite des affaires.

En raison de priorités d'investissement concurrentes et du temps nécessaire pour atteindre un certain volume et des revenus solides, les dépenses supplémentaires consacrées à limiter davantage les risques pour les clients peuvent être difficiles à faire accepter. Des voies plus séduisantes peuvent exister pour optimiser les revenus et la largeur de bande à court terme. Pourtant, la GSMA indique que l'investissement dans les services financiers mobiles est en hausse et que la rentabilité de ces derniers s'améliore⁴⁴.

IV. Mesures complémentaires attendues des organismes de régulation et d'autres acteurs

Les risques sont inévitables dans la prestation de services financiers, qu'ils soient numériques ou autres. Les données et leur analyse font apparaître des

⁴⁴ L'enquête sur les services financiers mobiles de la GSMA révèle que 80 % des entités interrogées ont indiqué avoir maintenu ou augmenté leurs investissements. Par exemple, la moitié avait déjà migré vers une plateforme améliorée ou prévoyait de le faire en 2015 (GSMA, 2015).

problèmes communs qui peuvent éroder la confiance des consommateurs, influencer sur l'activité globale des clients et modifier le rythme et la courbe de croissance des DFS. Les PSF sont les premiers responsables de la prévention et de la résolution des problèmes auxquels sont confrontés les clients, et ils sont potentiellement mieux placés que d'autres parties pour identifier les risques correspondants et les atténuer. De fait, le tour d'horizon des solutions dans le cadre de la présente note d'information suggère une meilleure prise de conscience de la question par le secteur et le renforcement des initiatives destinées à y répondre.

Toutefois, il est nécessaire de poursuivre les interventions en vue d'encourager et de renforcer l'autorégulation du secteur et de protéger les consommateurs. Les organismes de régulation et de surveillance peuvent et doivent adopter des mesures équilibrées et adaptées en vue de soutenir une finance numérique responsable.

Même s'il est inévitable que des marchés innovants et en croissance rapide connaissent des crises de croissance, certaines situations comportent des risques inacceptables pour les consommateurs démunis et vulnérables. Les solutions ne sont parfois pas disponibles immédiatement, ou largement adoptées tout au long de l'évolution normale du marché. Par exemple, dans les marchés financiers à travers le monde, nous observons des problèmes comme une tarification opaque des produits ou des clauses contractuelles abusives, qui perdurent parce que les PSF ne sont pas réellement encouragés à y faire face. D'autres problèmes complexes – comme le suivi de pratiques frauduleuses en rapide évolution ou le maintien d'une sécurité adéquate des données à mesure que la chaîne de valeur s'accroît – peuvent nécessiter soit des efforts supérieurs à ceux que les acteurs du marché sont prêts à consentir, soit une action collective qu'il est difficile d'organiser sans appui extérieur. La réglementation des pratiques commerciales et de la protection des consommateurs vise à corriger ces défaillances du marché.

Dans de nombreux marchés, les organismes de régulation prennent des mesures en vue de mieux comprendre et d'atténuer les risques associés à différents produits, services et canaux de distribution des DFS (voir encadré 7). Avant d'approuver un nouveau dispositif d'argent mobile, l'organisme de surveillance financière de Colombie exige que les prestataires de DFS soumettent un plan qui identifie les risques pour les consommateurs et les solutions d'atténuation (CGAP, 2014f). Des pays comme le Bangladesh, le Pakistan ou la Tanzanie ont mis en place des mécanismes de concertation et des processus de coordination formels dans le secteur. Au Kenya, le régulateur organise régulièrement des forums de parties prenantes pour discuter de l'évolution du marché et de questions portant par exemple sur les

mesures prises par les PSF face à différentes formes de fraude ou d'infractions commises par des détaillants. Le Pérou offre un autre exemple intéressant de coopération étroite entre le secteur et l'organisme de surveillance. Pour faire avancer l'inclusion financière, l'association des banques a lancé « Modelo Peru », un projet du secteur privé visant à mettre en place une plateforme ouverte d'argent électronique – également ouverte à des prestataires de services financiers non bancaires, notamment les OTM et les institutions de microfinance – qui garantira la transparence (communication des frais de transaction dans un langage simple avant l'introduction du PIN, etc.) et des dispositifs de protection des données pour les consommateurs démunis visés par ce projet. Ce travail s'est effectué en étroite coordination avec l'agence de surveillance du secteur bancaire.

D'autres organismes de régulation et de surveillance disposant de missions ou de rôles en matière d'inclusion financière – en particulier ceux chargés de contrôler les marchés en forte croissance des DFS – adoptent de nouvelles mesures (comme des règles spécifiques au secteur des DFS)⁴⁵ et adaptent les pratiques commerciales existantes et les systèmes de protection des consommateurs en fonction de l'évolution des risques auxquels ces consommateurs sont confrontés. En codifiant les pratiques acceptables, des règles proportionnées et bien appliquées peuvent renforcer les mesures et les normes adoptées par le secteur en matière d'atténuation des risques, et renforcer ainsi la confiance des consommateurs et minimiser les risques d'atteinte à la réputation pour l'ensemble du secteur des DFS. Elles peuvent également favoriser une adhésion plus régulière et plus large aux bonnes pratiques et le développement d'un marché plus concurrentiel. Elles peuvent être nécessaires pour corriger les failles lorsque les consommateurs sont confrontés à des risques importants que le secteur ne parvient pas à contenir, que ce soit en raison de la faiblesse des incitations, de l'échec des initiatives de coordination ou du déficit de capacités ou de connaissances des PSF.

Les organismes de développement et les chercheurs peuvent également œuvrer pour un secteur de la finance numérique responsable en aidant à combler le déficit de connaissances et en soutenant une meilleure identification ainsi que la promotion de modes de fonctionnement et d'une surveillance efficaces des prestataires.

Les prestataires et les organismes de régulation reconnaissent ne pas bien comprendre comment et dans quelle mesure les risques encourus par les consommateurs influent sur les segments à faible revenu du marché des DFS. Ils ont besoin de données et d'études plus fournies et de meilleure qualité sur l'incidence des différents risques en fonction des marchés, des modèles économiques et des produits de DFS, y compris pour des modèles extérieurs au secteur des services d'argent mobile (puisque les données

⁴⁵ Par exemple, de nouvelles réglementations concernant les DFS ont été adoptées l'année dernière dans des pays comme la Colombie, l'Inde, le Kenya ou le Libéria (GSMA, 2015).

Encadré 7. La finance numérique responsable à l'ordre du jour des organismes de régulation

La participation des autorités de régulation et de surveillance à la gestion des risques encourus par les clients de DFS – hormis la protection des fonds de ces derniers^a – est une relative innovation qui prend progressivement racine. Des publications récentes de l'AFI et du CBCB révèlent une convergence de vues substantielle sur les sujets et les pratiques prioritaires. Les lignes directrices sur la protection des consommateurs de DFS (AFI, 2014) destinées aux organismes de surveillance proposaient trois objectifs communs de régulation et de surveillance : *i*) les consommateurs reçoivent suffisamment d'informations pour prendre des décisions financières en connaissance de cause ; *ii*) des règles préviennent les pratiques abusives des PSF ; et *iii*) les consommateurs ont accès à des mécanismes de recours pour résoudre les litiges. Les lignes directrices portent essentiellement sur six formes spécifiques de vulnérabilité qui exposent les consommateurs de DFS à des risques, et définissent des règles ou d'autres mesures permettant d'agir dans chaque domaine de risque :

- informations insuffisantes ou incomplètes – règles et normes en matière de publication des informations et de recours ;
- risques d'ordre technologique – normes minimales de conception des produits ;
- comportement des détaillants – normes de sélection, de formation et de surveillance des détaillants ; incitations à une bonne conduite ; révision des modèles de contrats pour les détaillants et les gérants de réseaux de détaillants sous-traitants ; indication claire aux clients que les PSF sont responsables de la conduite de leurs détaillants ;
- exposition et accès limités des consommateurs à de nouveaux services et prestataires de services – systèmes appropriés de gestion des risques opérationnels pour garantir la sécurité et la solidité de l'activité, du modèle économique et des fonds des clients ;
- inquiétudes des clients au sujet de la confidentialité des données – règles sur la propriété, la confidentialité, la collecte, le partage, la correction et les dispositifs de contrôle des données des clients ;
- intervention de tiers et sous-traitance – les PSF demeurent responsables lorsqu'ils offrent des services par l'intermédiaire d'OTM ou de détaillants, notamment en ce qui concerne la création et le maintien d'un mécanisme adéquat de traitement des plaintes et de recours.

Un récent rapport du CBCB sur la « diversité des pratiques » s'est penché sur l'application de mesures pertinentes pour les DFS et la protection des consommateurs de services financiers. Par exemple, les régulateurs prudents exigent de plus en plus que les PSF analysent les risques opérationnels encourus avant l'exploitation d'un nouveau produit, d'un nouveau service ou d'un nouveau canal de distribution destiné à promouvoir l'inclusion financière. La plupart des représentants d'organismes de surveillance interrogés ont déclaré s'occuper de la cybercriminalité et la sécurité, des transactions litigieuses, des failles dans la sécurité des données relatives à l'utilisation de téléphones mobiles ou d'autres appareils mobiles, et de la perte des fonds des clients résultant d'actes frauduleux commis par des détaillants. L'enquête objet du rapport a aussi révélé plusieurs « nouvelles mesures prioritaires » visant à traiter les questions de protection des consommateurs les plus courantes qui sont en lien avec la régulation des émetteurs ou des distributeurs non bancaires d'argent électronique, notamment les règles de traitement des plaintes (46 %), la protection et la confidentialité des données (43 %), l'interdiction de pratiques injustes ou abusives (39 %), la transmission au consommateur d'une copie de l'accord signé (39 %), la transparence des tarifs (29 %) et la mise en place d'une unité ou d'un service de traitement des plaintes (29 %).

- L'enquête de 2013 portait sur les pratiques de régulation et de surveillance des institutions financières qui contribuent à l'inclusion financière. Le CBCB a reçu 52 réponses valides de sondés représentant 59 juridictions (y compris les huit membres de l'Union économique et monétaire ouest-africaine) réparties uniformément en fonction de groupes de pays classés par niveau de revenus.
- Les juridictions abordent généralement la question de la protection des fonds des clients à travers des règles en lien avec les prestataires autorisés à offrir des DFS, les besoins de capitaux, la séparation et l'intermédiation des fonds, et d'autres mesures visant à préserver la valeur de l'argent mobile stocké par les clients en garantissant que les acteurs concernés sont solvables et maintiennent un niveau de liquidités suffisant (voir par exemple Tarazi et Breloff, 2010). Ces règles sont extrêmement pertinentes pour la protection des consommateurs, mais dépassent le cadre de la présente note d'information, laquelle se concentre sur la pertinence des offres de produits, du mode de conduite des affaires et de la gestion des risques opérationnels.

disponibles sont largement axées sur ce secteur). Les enquêtes auprès des consommateurs⁴⁶ et les évaluations mystères peuvent générer des informations directes sur les perceptions et les expériences des consommateurs⁴⁷. Les organisations de défense des consommateurs peuvent participer aux travaux de recherche et aux actions de sensibilisation sur les questions, les requêtes ou les plaintes les plus fréquemment enregistrées. En recueillant et en exploitant les informations sur les comportements, les prestataires et les régulateurs peuvent trouver de meilleures manières d'encourager les consommateurs à se protéger plus efficacement, et contribuer à élargir l'analyse au-delà du paysage global d'évolution des DFS pour comprendre les facteurs de confiance, d'adoption et d'utilisation.

V. Vers un écosystème de finance numérique responsable

Les innovations et l'évolution des marchés de DFS offrent des possibilités intéressantes aux populations démunies qui n'ont à leur disposition que des options inadéquates de services financiers. Malgré d'excellentes perspectives de poursuivre leur expansion, les DFS doivent surmonter des obstacles évidents pour réaliser leur plein potentiel. Toutes les parties concernées – les PSF et d'autres acteurs du secteur, les organismes de régulation et de surveillance, les organismes de développement, les défenseurs des intérêts des consommateurs, les chercheurs et les consommateurs eux-mêmes – ont un rôle à jouer pour mettre la finance

46 Voir par exemple Seltzer et McKay (2014).

47 Voir Mazer *et al.* (à paraître).

numérique au service des pauvres. Les prestataires de DFS doivent proposer des solutions plus nombreuses et mieux adaptées, et adopter sans attendre les nouvelles normes du secteur. Les régulateurs doivent s'employer à mieux comprendre les modèles économiques et les produits, surveiller les risques en constante évolution, et mettre en place des mesures efficaces et proportionnées pour renforcer les efforts du secteur et en corriger les failles. Les gouvernements, les prestataires et d'autres acteurs doivent travailler ensemble pour améliorer les efforts de sensibilisation et de renforcement des capacités des consommateurs. Les consommateurs ont besoin de plus de confiance, de choix et de voix pour se protéger et profiter des avantages qu'offrent les DFS (Koning et Cohen, 2015).

Si les initiatives en faveur d'une finance numérique responsable sont couronnées de succès, elles contribueront grandement à des résultats mutuellement bénéfiques pour les consommateurs, les prestataires qui les servent et les sociétés qui recherchent des systèmes financiers plus inclusifs.

Références

AFI (Alliance pour l'inclusion financière). 2012. « Mobile Financial Services: Technology Risks ». Bangkok : groupe de travail sur les services financiers mobiles de l'AFI, note d'orientation, septembre. http://www.afi-global.org/sites/default/files/pdfimages/AFI_MFSWG_guidelinenote_TechRisks.pdf

---. 2014. « Mobile Financial Services : Consumer Protection in Mobile Financial Services ». Bangkok : groupe de travail sur les services financiers mobiles de l'AFI. Note d'orientation n° 2. Mars. http://www.afi-global.org/sites/default/files/publications/mfswg_guideline_note_7_consumer_protection_in_mfs.pdf

Ahmed, Wajiha et Natalia Gomez. 2015. « Papayas and Digital Finance: Emerging Consumer Risks in Colombia ». Washington : CGAP, janvier. <http://www.cgap.org/blog/papayas-and-digital-finance-emerging-consumer-risks-colombia>

Almazan, Mireya et Nicolas Vonthron. 2014. « Mobile Money for the Unbanked. Mobile Money Profitability: A Digital Ecosystem to Drive Healthy Margins ». Londres : GSM Association, novembre. http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2014/11/2014_Mobile-money-profitability-A-digital-ecosystem-to-drive-healthy-margins.pdf

Anthony, Leena et Karthik Balasubramanian. 2015. « The Better Service Agents Provide, the More Business They Do ». Nairobi : Helix Institute of Digital Finance, mars. <http://helix-institute.com/blog/better-service-agents-provide-more-business-they-do>

Arenaza, Sonia. 2014a. « Digital Financial Services and Microfinance: State of Play. A Framing Note to Inform the Evolution of the Client Protection Standards. » Washington : Accion et Smart Campaign, août. http://www.smartcampaign.org/storage/documents/Tools_and_Resources/20140821_EoS_DfS_MFIs.pdf

———. 2014 b. « Potential Risks to Clients When Using Digital Financial Services. An Analysis Report to Inform the Evolution of the Client Protection Standards ». Washington : Accion et Smart Campaign, septembre. http://www.smartcampaign.org/storage/documents/Tools_and_Resources/EoS_Risk_identification_and_analysis_vSA_AR_LT.pdf

CBCB (Comité de Bâle sur le contrôle bancaire). 2015. « Range of Practice in the Regulation and Supervision of Institutions Relevant to Financial Inclusion ». Bâle : CBCB, janvier.

Bharti Airtel. 2014. « E-commerce and E-business ». Présentation. New Delhi : Bharti Airtel. <http://www.slideshare.net/nitishbaweja/implementation-of-e-commerce-in-airtel>

CaLP (Cash Learning Partnership). 2013. « Protecting Beneficiary Privacy. Principles and Operational Standards for the Secure Use of Personal Data in Cash and E-Transfer Programmes. » Oxford : CaLP. <http://www.cashlearning.org/downloads/calp-beneficiary-privacy-web.pdf>

CGAP (Groupe consultatif d'assistance aux pauvres). 2013a. « Fraud and Customer Protection in Mobile Money: Framing Study [Tanzania]. » Non publié. Washington : CGAP.

———. 2013 b. « Electronic Payments with Limited Infrastructure. Uganda's Search for a Viable E-Payments Solution for the Social Assistance Grants for Empowerment ». Washington : CGAP, mars. http://www.cgap.org/sites/default/files/eG2P_Uganda.pdf

———. 2013c. « Helping Ti Manman Cheri in Haiti. Offering Mobile Money-Based Government-to-Person Payments in Haiti ». Washington : CGAP, juillet. http://www.cgap.org/sites/default/files/eg2p_Haiti.pdf

- . 2013d. « Cash for Assets. Programme's Exploration of the In-Kind to E-Payments Shift for Food Assistance in Kenya ». Washington : CGAP, septembre. http://www.cgap.org/sites/default/files/eG2P_Kenya.pdf
- . 2013e. « Striving for E-payments at Scale. The Evolution of the Pantawid Pamilyang Pilipino Program in the Philippines ». Washington : CGAP, novembre. http://www.cgap.org/sites/default/files/eG2P_Philippines.pdf
- . 2014a. « Financial Inclusion for the Poorest Women in Pakistan ». Présentation. Washington : CGAP, 10 janvier. <http://www.slideshare.net/CGAP/financial-inclusion-for-the-poorest-women-in-pakistan>
- . 2014 b. « Mobile Payments Infrastructure Access and Its Regulation: USSD ». Commandé à Genesis Analytics. Washington : CGAP, mai. <http://www.cgap.org/sites/default/files/Working-Paper-Mobile-Payments-Infrastructure-Access-and-Its-Regulation-May-2014.pdf>
- . 2014c. « Emerging Consumer Risks in Digital Financial Services in Uganda ». Étude de cas nationale du CGAP. Washington : CGAP, octobre.
- . 2014d. « Emerging Consumer Risks in Digital Financial Services in the Philippines ». Étude de cas nationale du CGAP. Washington : CGAP, octobre.
- . 2014e. « Emerging Consumer Risks in Digital Financial Services in Bangladesh ». Étude de cas nationale du CGAP. Washington : CGAP, octobre.
- . 2014f. « Emerging Risks to Consumer Protection in Branchless Banking: Key Findings from Colombia Case Study ». Étude de cas nationale du CGAP. Washington : CGAP, décembre. <http://www.cgap.org/sites/default/files/Working-Paper-Colombia-Emerging-Risks-to-Consumer-Protection-Dec-2014.pdf>
- CGAP, MicroSave et BFA (Bankable Frontier Associates). 2014. « Consumer Protection and Emerging Risks in Digital Financial Services. Perspective from Bangladesh, Uganda, Colombia, and the Philippines ». Présenté lors du Forum sur la finance responsable organisé à Perth, Australie, le 28 août. https://www.responsiblefinanceforum.org/wp-content/uploads/140828_CGAP-Presentation.pdf
- Chapman Megan et Rafael Mazer. 2013. « Les recours : comment en faire bénéficier les consommateurs de produits financiers au bas de la pyramide ». Note d'information n° 90. Washington : CGAP, décembre. <http://www.cgap.org/sites/default/files/Focus-Note-Making-Recourse-Work-for-Base-of-the-Pyramid-Financial-Consumer-Dec-2013-French.pdf>
- Chen Gregory et Pjal Islam. 2014. « Bangladesh Consumer Insights : Is a Transition to Mobile Wallets Underway? » Présentation. Washington : CGAP et pi Strategy, mars. <http://www.slideshare.net/CGAP/is-a-transition-to-mobile-wallets-underway-in-bangladesh>
- Chen Gregory et Xavier Faz. 2015. « Le potentiel des données numériques en matière d'inclusion financière » Note d'information n° 100. Washington : CGAP, janvier. <http://www.cgap.org/sites/default/files/Focus-Note-The-Potential-of-Digital-Data-Jan-2015-French.pdf>
- Cook Tamara et Claudia McKay. 2015. « How M-Shwari Works: The Story So Far ». Forum 10. Washington : CGAP et FSD Kenya.
- De Koker Louis et Nicola Jentsch. 2013. « Financial Inclusion and Financial Integrity: Aligned Incentives? » World Development, vol. 44, n° C, p. 267-280. http://econpapers.repec.org/article/eeewdevel/v_3a44_3ay_3a2013_3ai_3ac_3ap_3a267-280.htm
- Dias Denise et Katharine McKee. 2010. « Protéger les consommateurs de services de banque à distance : objectifs stratégiques et options réglementaires ». Note d'information n° 64. Washington : CGAP. <http://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP-Focus-Note-Protecting-Branchless-Banking-Consumers-Policy-Objectives-and-Regulatory-Options-Sep-2010-French.pdf>
- Di Castri, Simone. 2014. « Mobile Money Users at Center of New GSMA Code of Conduct ». Blog. Washington : CGAP, novembre. <http://www.cgap.org/blog/mobile-money-users-center-new-gsma-code-conduct>
- BEI (Banque européenne d'investissement) et FENU (Fonds d'équipement des Nations unies). 2014. « Digital Financial Services in Africa: Beyond the Kenyan Success Story ». Luxembourg : BEI, décembre. http://www.eib.org/attachments/country/study_digital_financial_services_in_africa_en.pdf

- Gilman Lara et Michael Joyce. 2012. « La prévention du risque de fraude dans l'argent mobile ». Londres : GSMA, octobre. http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2013/12/MMU_Managing_the_Risk_of_Fraud_FR.pdf
- GPII (Partenariat mondial pour l'inclusion financière). 2014. « Issues Paper : Digital Financial Inclusion and the Implications for Customers, Regulators, Supervisors and Standard-Setting Bodies ». Deuxième conférence du GPII sur les organismes de normalisation et l'inclusion financière : l'établissement de normes dans le paysage en mutation de l'inclusion financière numérique. Bâle, 30-31 octobre. <http://www.gpii.org/sites/default/files/documents/Issues%20Paper%20for%20GPII%20BIS%20Conference%20on%20Digital%20Financial%20Inclusion.pdf>
- Grameen Foundation, GSMA et InterMedia. 2014. « Use of Mobile Financial Services among Poor Women in Rural India and the Philippines ». Étude de cas. Washington : Grameen Foundation, février. <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2014/07/Use-of-Mobile-Financial-Services-Among-Poor-Women-in-Rural-India-and-the-Philippines.pdf>
- GSMA (GSM Association). 2012. « Mobile Privacy Principles. Promoting a User-Centric Privacy Framework for the Mobile Ecosystem ». Londres : GSMA, mars <http://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/03/gsmaprivacyprinciples2012.pdf>
- . 2014a. « Le point sur le secteur 2013. Les services financiers mobiles destinés aux personnes non bancarisées en 2013 ». Londres : GSMA, février. http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2014/07/SOTIR_2013_French.pdf
- . 2014 b. « Mobile Privacy: Consumer Research Insights and Considerations for Policymakers ». Londres : GSMA, février.
- . 2014c. « Code de conduite des prestataires de services d'argent mobile ». Londres : GSMA, novembre. <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2014/11/Code-de-conduite-des-prestataires-de-services-d%E2%80%99argent-mobile.pdf>
- . 2014d. « Mobile Money Risk Toolkit ». Londres : GSMA, juin.
- . 2014e. « Smartphones to Account for Two Thirds of World's Mobile Market by 2020 Says New GSMA Intelligence Study ». Londres : GSMA, septembre. <http://www.gsma.com/newsroom/press-release/smartphones-account-two-thirds-worlds-mobile-market-2020/>
- . 2015. « 2014 State of the Industry Report on Mobile Financial Services for the Unbanked ». Londres : GSMA, février. http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2015/03/SOTIR_2014.pdf
- Hanouch Michel et Gregory Chen. 2015. « Promouvoir la compétition dans les services de paiement par téléphone mobile : le rôle de la technologie USSD ». Note. Washington : CGAP, février. http://www.cgap.org/sites/default/files/Brief-The-Role-of.USSD-Feb-2015-French_0.pdf
- Helix Institute of Digital Finance. 2014a. « Agent Network Accelerator Surveys ». Voir les rapports nationaux 2013 sur l'Ouganda, le Kenya, la Tanzanie, le Nigéria, le Bangladesh et l'Indonésie. Nairobi : Helix Institute of Digital Finance, janvier. <http://www.helix-institute.com/data-and-insights>
- . 2014 b. « Emerging Trends for Mobile Money Agent Networks & Implications on Client Protection ». Nairobi : Helix Institute of Digital Finance, mai. <http://www.helix-institute.com/data-and-insights/emerging-trends-mobile-money-agent-networks-implications-client-protection>
- ID3 (Institute for Data Driven Design). 2014. « The Windhover Principles for Digital Identity, Trust and Data ». Boston : ID3, novembre. https://idcubed.org/home_page_feature/windhover-principles-digital-identity-trust-data/
- Imaeva Guzelia, Irina Lobanova et Olga Tomilova. 2014. « Financial Inclusion in Russia: The Demand-Side Perspective ». Moscou : CGAP, août. <http://www.cgap.org/sites/default/files/Working-Paper-Financial-Inclusion-in-Russia-Aug-2014.pdf>
- IMTFI (Institute for Money, Technology & Financial Inclusion). 2013. « Digital Payment Client Uptake: Warning Signs ». Irvine, Californie : IMTFI, juin. <http://www.imtfi.uci.edu/files/docs/2013/imtfi-dpcu-digital-loresFINAL.pdf>

Indiatimes. 2015. « Mobile Payment Startups and Banks Use Technology to Tap Rural India ». The Economic Times of India. Gurgaon : Indiatimes. http://articles.economictimes.indiatimes.com/2015-01-01/news/57581220_1_bank-accounts-state-bank-ezetap

InterMedia. 2014. « Financial Inclusion Insights (FII) Reports ». Voir les rapports sur le Bangladesh, l'Inde, le Pakistan, le Kenya, le Nigéria, la Tanzanie et l'Ouganda. Washington : InterMedia. <http://finclusion.org/fii-blog/fii-reports/>

———. 2015. « Financial Inclusion Insights (FII) Data ». Bangladesh, Pakistan, Kenya, Tanzanie, Ouganda, Rwanda, Ghana. Washington : InterMedia.

CIPVP (Commissaire à l'information et à la protection de la vie privée). 2011. « La protection intégrée de la vie privée. Les sept principes fondamentaux ». Toronto : CIPVP. <https://www.ipc.on.ca/images/Resourcess/7foundationalprinciples.pdf>

ISF (Information Security Forum). 2014. « The 2014 Standard of Good Practice for Information Security ». Londres : ISF. <https://www.securityforum.org/shop/p-71-173>

ISO (Organisation internationale de normalisation). 2015. « ISO/DIS 12812-1. Opérations bancaires de base – Services financiers sur mobile – Partie 1 : Cadre général. » Genève : ISO. http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=59844

UIT (Union internationale des télécommunications). 2014. « Regulation and Consumer Protection in a Converging Environment ». Genève : UIT, mars. https://www.itu.int/ITU-D/finance/Studies/consumer_protection.pdf

Jumah, Jaqueline. 2015. « The "I Don't Have Enough Float" Quandary! » Blog. Nairobi : Helix Institute of Digital Finance, février. <http://helix-institute.com/blog/%E2%80%9Ci-don%E2%80%99t-have-enough-float%E2%80%9D-quandary>

Koning Antonique et Monique Cohen. 2015. « Enabling Customer Empowerment: Choice, Use, Voice ». Note. Washington : CGAP, avril. http://www.cgap.org/sites/default/files/Brief-Enabling-Customer-Empowerment-Mar-2015_0.pdf

Lake, Andrew J. 2013. « Risk management in Mobile Money: Observed Risks and Proposed Mitigants for Mobile Money Operators ». Washington : Fonds monétaire international. <http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/37a086804236698d8220ae0dc33b630b/Tool+7.1.+Risk+Management.pdf?MOD=AJPERES>

Lamb Jason et Sacha Polverini. 2015. « Assessing Risk in Digital Payments. Special Report Financial Services for the Poor ». Seattle : Bill & Melinda Gates Foundation, février. <https://docs.gatesfoundation.org/documents/Assessing%20risk%20in%20digital%20payments%20FSP.pdf>

Lauer Kate et Timothy Lyman. 2015. « Digital Financial Inclusion: Implications for Customers, Regulators, Supervisors, and Standard-Setting Bodies ». Note. Washington : CGAP, février. <http://www.cgap.org/sites/default/files/Brief-Digital-Financial-Inclusion-Feb-2015.pdf>

Lubitz, Lenny. 2008. « 5 ATM Scams That Can Break the Bank. » Oakland : Investopedia. <http://www.investopedia.com/articles/pf/08/avoid-atm-scams-atm-fraud.asp>

Lyman Timothy, Stefan Staschen et Olga Tomilova. 2013. « Landscaping Report: Financial Inclusion in Russia ». Note. Washington : CGAP, janvier. <http://www.cgap.org/publications/landscaping-report-financial-inclusion-russia>

Mas Ignacio et David Porteous. 2014. « How the Spread of Smartphones Will Open up New Ways of Improving Financial Inclusion ». Blog. Washington : The Brookings Institution, 2 décembre. <http://www.brookings.edu/blogs/techtank/posts/2014/12/2-smartphones-financial-inclusion>

Matthews, Brett. 2014. « Oral Information Management Tools : Lighting the Path to Financial Inclusion ». Toronto : My Oral Village, octobre. <http://savings-revolution.org/doclib/Oral%20Information%20Management%20Tools%2010%2014.pdf>

Mazer, Rafael. 2015. « USSD Access: A Gateway and Barrier to Effective Competition ». Blog. Washington : CGAP, février. <http://www.cgap.org/blog/ussd-access-gateway-and-barrier-effective-competition>

Mazer Rafael et Silvia Baur. 2014. « Merchant Incentives in the Shift to Cashless Food Aid ». Blog. Washington : CGAP, novembre. <http://www.cgap.org/blog/merchant-incentives-shift-cashless-food-aid>

- Mazer Rafael, Jessica Carta et Michelle Kaffenberger. 2014. « Informed Consent: How Do We Make It Work for Mobile Credit Scoring? » Washington : CGAP, août. <http://www.cgap.org/sites/default/files/Working-Paper-Informed-Consent-in-Mobile-Credit-Scoring-Aug-2014.pdf>
- Mazer, Rafael, Xavier Gine, et Cristina Martinez. À paraître. « Mystery Shopping for Financial Services Technical Guide ». Washington : CGAP.
- McCaffrey Mike et Evelyne Matibe. 2014. « The Status of Agents in Kenya: Proliferation, Dominance, Evolution and Impact ». Nairobi : Helix Institute of Digital Finance, juin. <http://www.helix-institute.com/blog/status-agents-kenya-proliferation-dominance-evolution-impact>
- McCaffrey Mike et Maha Khan. 2014. « Bangladesh Pioneering Unique Models & Innovations for Agent Networks ». Nairobi : Helix Institute of Digital Finance, novembre. <http://helix-institute.com/blog/bangladesh-pioneering-unique-models-innovations-agent-networks>
- McKee Katharine, Estelle Lahaye et Antonique Koning. 2011. « Finance responsable : de la théorie à la pratique ». Note d'information n° 73. Washington : CGAP, septembre. <http://www.cgap.org/sites/default/files/Focus-Note-Responsible-Finance-Putting-Principles-to-Work-Sep-2011-French.pdf>
- MTN Uganda. 2014. « MTN Group Interim Results for the Period Ending 30th June 2014 Show Continued Improvement for MTN Uganda as It Reaches the 10 Million Subscriber Landmark ». Communiqué de presse, 7 août. Kampala : MTN Uganda. <http://www.mtn.co.ug/About-MTN/News-Room/2014/August/MTN-Group-Interim-results-for.aspx>
- Mudiri, Joseck L. 2012. « Fraud in Mobile Financial Services ». Lucknow, Inde : MicroSave, décembre. http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/42f4348042366ee8309af0dc33b630b/7.5+Fraud_in_Mobile_Financial_Services_JMudiri.pdf?MOD=AJPERES
- Noor Wameek et Leesa Shrader. 2015. « Telenor's Shared Agents: Digital Finance Catalyst for Bangladesh? » Blog. Washington : CGAP, février. <http://www.cgap.org/blog/telenor%E2%80%99s-shared-agents-digital-finance-catalyst-bangladesh>
- OCDE (Organisation de coopération et de développement économiques). 2011. « G20 High-level Principles on Financial Consumer Protection ». Paris : OCDE, octobre. <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-markets/48892010.pdf>
- . 2014. « Effective Approaches to Support the Implementation of the Remaining G20/OECD High-level Principles on Financial Consumer Protection ». Paris : OCDE, septembre. <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/G20-OECD-Financial-Consumer-Protection-Principles-Implementation-2014.pdf>
- Ogwal, Isaac. 2014. « Survival of the Fittest: The Evolution of Frauds in Uganda's Mobile Money Market ». Blog. Lucknow, Inde : MicroSave, août. <http://blog.microsave.net/survival-of-the-fittest-the-evolution-of-frauds-in-ugandas-mobile-money-market-part-i/>
- . 2015. « Uganda: Tracing the Customer Journey ». New York : FENU MM4P, février. http://www.uncdf.org/sites/default/files/Documents/bn2_uganda_v7.pdf
- Parada Marcia et Greta Bull. 2014. « In the Fast Lane : Innovations in Digital Finance ». Washington : Société financière internationale, mai. <http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/d2898b80440daa039453bc869243d457/In+The+Fast+Lane+-+Innovations+in+Digital+Finance+IFC.pdf?MOD=AJPERES>
- PCI SSC (Conseil des normes de sécurité du secteur des cartes de paiement). 2015. « PCI SSC Data Security Standards ». Wakefield : PCI SSC. https://www.pcisecuritystandards.org/security_standards/index.php
- Radcliffe Daniel et Rodger Voorhies. 2012. « The Digital Pathway to Financial Inclusion ». Seattle : Bill & Melinda Gates Foundation, décembre.
- Seltzer Yanina et Claudia McKay. 2014. « What Human-Centered Design Means for Financial Inclusion ». Washington : CGAP, octobre. http://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP_Insights_into_Action_final.pdf
- Shrader, Leesa. 2015. « Digital Finance in Bangladesh : Where Are All the Women? » Blog. Washington : CGAP, février. <http://www.cgap.org/blog/digital-finance-bangladesh-where-are-all-women>

- Tarazi Michael et Paul Breloff. 2010. « Émetteurs non bancaires de monnaie électronique : approches réglementaires pour protéger les fonds des clients ». Note d'information n° 63. Washington : CGAP, juillet. <http://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP-Focus-Note-Nonbank-E-Money-Issuers-Regulatory-Approaches-to-Protecting-Customer-Funds-Jul-2010-French.pdf>
- Tigo Ghana. 2015. « Process of Complaints Handling ». Accra : Tigo Ghana. <http://www.tigo.com.gh/people/process-complaints-handling>
- Ubani, E. C. et I. C. Nwakanma. 2013. « Effectiveness of Maintenance Policies for Cellular System Infrastructure Project ». *International Journal of Scientific Engineering and Technology*, vol. 2, no 10, p. 953–960, octobre. http://ijset.com/ijset/publication/v2s10/IJSET_2013_1004.pdf
- Banque mondiale. 2014. « Diagnostic Reviews of Consumer Protection and Financial Literacy ». *Revue diagnostiques sur le Rwanda, le Pakistan, la République kirghize, l'Indonésie et les Philippines*. Washington : Banque mondiale. <http://responsiblefinance.worldbank.org/diagnostic-reviews>
- . 2015. « Paraguay Diagnostic Review of Consumer Protection and Financial Literacy, Volume 1. Key Findings and Recommendations ». Washington : Banque mondiale, janvier. <http://responsiblefinance.worldbank.org/~media/GIAWB/FL/Documents/Diagnostic-Reviews/Paraguay-CPFL-DiagReview-Volume-I-FINAL.pdf>
- . À paraître. « Zimbabwe Diagnostic Review of Consumer Protection and Financial Literacy, Volume 1. Key Findings and Recommendations ». Washington : Banque mondiale.
- Wright, Graham. 2013. « Why Rob Agents ? Because That's Where the Money Is ». Blog. Lucknow, Inde : MicroSave, août. <http://blog.microsave.net/why-rob-agents-because-thats-where-the-money-is/>
- . 2014. « Over the Counter Transactions—Liberation or a Trap? Part III ». Blog. Lucknow, Inde : MicroSave, décembre. <http://blog.microsave.net/over-the-counter-transactions-liberation-or-a-trap-part-iii/>
- Zetterli, Peter. 2015. « Tanzania: Africa's Other Mobile Money Juggernaut ». Blog. Washington : CGAP, mars. <http://www.cgap.org/blog/tanzania-africa's-other-mobile-money-juggernaut>
- Zimmerman Jamie et Eric Tyler. 2014. « How Responsible Is Digital Finance? 10 Global Insights ». Blog. Washington : CGAP, décembre. <http://www.cgap.org/blog/how-responsible-digital-finance-10-global-insights>
- Zimmerman Jamie, Kristy Bohling et Sarah Rotman Parker. 2014. « Paiements électroniques G2P : Étude de quatre pays à faible revenu ». Note d'information n° 93. Washington : CGAP, mai. <http://www.cgap.org/sites/default/files/Focus-Note-Electronic-G2P-Payments-April-2014-French.pdf>
- Zollmann, Julie. 2014. « Kenya Financial Diaries: Shilingi Kwa Shilingi—The Financial Lives of the Poor ». Nairobi : FSD Kenya, août. http://www.fsdkenya.org/pdf_documents/14-08-08_Financial_Diaries_report.pdf

Annexe 1 : Glossaire

Services de pointe	Voir Services à valeur ajoutée
Chiffre de contrôle	Un chiffre de contrôle est un chiffre ajouté à la fin du numéro de téléphone d'un client pour créer son numéro de compte. Si un émetteur saisit accidentellement un numéro de téléphone erroné, il est probable que le chiffre de contrôle ne concordera pas, ce qui réduit le nombre de transactions erronées.
Risque pour les clients	La possibilité qu'un client subisse un préjudice incluant une perte financière, l'impossibilité d'accéder à ses propres comptes ou aux valeurs stockées, des pratiques injustes, abusives ou discriminatoires de la part des employés de PSF, de détaillants ou de prestataires de services sous-traitants, ou encore l'exposition à d'autres risques immédiats ou futurs, comme la perte de la confidentialité et de la sécurité des données personnelles, le harcèlement par des privés ou par des entités ou des individus liés au gouvernement, la participation involontaire à des activités illégales, etc.
Services financiers numériques (DFS, digital financial services)	Il n'existe pas de définition communément admise des DFS. La présente note d'information en donne une définition générale, qui recouvre tout l'éventail de produits (y compris les transferts numériques, les paiements, les valeurs stockées, l'épargne, l'assurance, les crédits et autres), de canaux (comme les téléphones mobiles ou les GAB) et de prestataires, parmi lesquels les opérateurs de téléphonie mobile (OTM), les banques, les institutions financières non bancaires, les émetteurs de monnaie électronique, les détaillants, les bureaux de poste et d'autres.
Client/utilisateur/consommateur de service financier	La présente note d'information emploie de façon interchangeable les termes « clients », « utilisateurs » et « usagers » pour désigner ceux qui utilisent un ou plusieurs DFS. « Consommateurs » est un terme plus général, car il recouvre également les utilisateurs potentiels susceptibles d'être exposés à certains risques, comme le manque de transparence lorsqu'ils prospectent pour des DFS, dont la confiance et le comportement peuvent être influencés par les expériences décrites par les utilisateurs.
Prestataires de services financiers (PSF)	Les prestataires de services financiers (PSF) incluent les opérateurs de téléphonie mobile (OTM), les banques, les institutions financières non bancaires, les émetteurs de monnaie électronique, les détaillants, les bureaux de poste et autres. Il faut noter que beaucoup d'entre eux ne sont pas traditionnellement considérés comme des « institutions financières ». Il faut également noter qu'une entité de PSF (par exemple une banque) peut détenir un ou plusieurs autres PSF (par exemple des émetteurs de monnaie électronique).
Fraude	La fraude est « un acte volontaire et délibéré perpétré par des acteurs de l'écosystème des DFS et visant à obtenir des gains (argent liquide ou électronique), à refuser des revenus à d'autres acteurs ou à porter atteinte à la réputation d'autres parties prenantes » (Mudiri, 2012).
Services financiers mobiles	L'argent mobile ainsi que d'autres services sur téléphone mobile comme le paiement des factures, l'épargne, l'assurance et le crédit.
Argent mobile	Utilisation du téléphone mobile et d'un réseau de points de service extérieurs aux agences bancaires pour transférer de l'argent et effectuer des paiements (GSMA, 2015).
Porte-monnaie mobile	Également connu sous le nom de porte-monnaie électronique ou numérique, c'est un compte qui permet de stocker de la valeur et qui peut être géré depuis un téléphone mobile.
Évaluation mystère	L'évaluation mystère est un exercice utilisé pour mesurer l'adéquation des pratiques en matière de publication et de communication d'informations, les ventes, la conduite des affaires, le traitement des plaintes, etc. L'évaluation mystère implique de former des consommateurs réels ou potentiels pour remplir un certain profil. Ceux-ci se rendent ensuite une ou plusieurs fois auprès d'un ou de plusieurs points de service de PSF (ces visites peuvent consister en une simple évaluation des offres de service, ou conduire à un véritable abonnement ou à la réception/l'achat d'un service financier).
Problèmes de réseau ou de plateforme	Les problèmes de réseau ou de plateforme peuvent prendre plusieurs formes : le téléphone du client ne peut pas se connecter à la station de base en raison d'une panne de réseau ; la congestion du réseau mobile peut empêcher la connexion entre le téléphone et la plateforme ; la congestion de la plateforme peut limiter le nombre de transactions simultanées ; ou il peut y avoir une interruption des services fournis par des tiers qui utilisent la plateforme d'argent mobile pour offrir leurs services, comme les paiements de détail ou de notes d'hôpital. De plus, pour les systèmes fondés sur l'USSD, le temps imparti à chaque session USSD est généralement limité. Si la transaction s'interrompt avant la fin du processus, de nombreux clients peuvent penser à tort que le réseau est en panne alors qu'en réalité, la session USSD a expiré.
Transactions de gré à gré	Les transactions de gré à gré ont lieu lorsque les clients effectuent des paiements de particulier à particulier en donnant de l'argent liquide à un détaillant qui effectue le paiement électronique en leur nom.
Finance numérique responsable	Appliqué aux DFS, le terme « responsable » utilisé dans la présente note d'information renvoie aux caractéristiques du produit, aux processus commerciaux et aux politiques qui protègent les clients et équilibrent leurs intérêts et leurs avantages avec la viabilité à long terme des prestataires (McKee et al. 2011).
Services/produits à valeur ajoutée	La plupart des prestataires de DFS offrent des produits et des services de première génération comme les dépôts et les retraits, les transferts de particulier à particulier, ainsi que les recharges de crédit de communication, tandis que quelques-uns expérimentent des produits de seconde génération ou des produits à valeur ajoutée comme l'épargne, les prêts, la micro-assurance, les transferts de particulier à entreprise, le paiement des factures, le financement de produits de consommation, le versement de salaires, le commerce électronique et les pensions de retraite (BEI, 2014).

Annexe 2 : Conclusions des enquêtes FII : problèmes rencontrés par les clients et utilisation des voies de recours

	Bangladesh ^a	Ghana	Kenya	Pakistan	Rwanda	Tanzanie	Ouganda
Pourcentage total de clients qui indiquent avoir rencontré au moins un problème	22 %	59 %	87 %	19 %	53 %	69 %	81 %
Pourcentage de clients ayant rencontré chaque problème au cours des six derniers mois							
Le détaillant était absent	5 %	21 %	43 %	4 %	25 %	31 %	39 %
Le détaillant était impoli	1 %	6 %	11 %	2 %	6 %	6 %	10 %
Le détaillant n'avait pas suffisamment de liquidités pour effectuer la transaction	2 %	22 %	55 %	1 %	23 %	32 %	37 %
Le détaillant a refusé d'effectuer la transaction sans raison valable	0 %	2 %	4 %	0 %	2 %	2 %	4 %
Le détaillant a surfacturé la transaction	3 %	3 %	2 %	0 %	1 %	5 %	11 %
Le détaillant n'a pas remis la totalité de l'argent liquide qui était dû	1 %	3 %	3 %	1 %	0 %	4 %	6 %
Le réseau était en panne	5 %	39 %	52 %	2 %	36 %	38 %	59 %
Le système du détaillant était en panne	1 %	s.o.	51 %	6 %	s.o.	42 %	42 %
Cela a pris beaucoup de temps	2 %	13 %	24 %	2 %	1 %	9 %	19 %
N'a pas obtenu de reçu (par ex. un reçu par SMS)	10 %	7 %	37 %	6 %	3 %	8 %	20 %
Le détaillant a facturé le dépôt	1 %	3 %	2 %	2 %	1 %	2 %	10 %
Le détaillant a demandé le code PIN	1 %	13 %	6 %	7 %	1 %	3 %	15 %
Le détaillant était méprisant envers les femmes	0 %	1 %	2 %	0 %	4 %	0 %	1 %
Le détaillant m'a escroqué ou a aidé d'autres personnes à m'escroquer	0 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	2 %
La boutique du détaillant est située dans un lieu peu sûr	0 %	1 %	4 %	0 %	1 %	0 %	3 %
Pourcentage de clients ayant signalé le problème au service client	9 %	14 %	7 %	24 %	9 %	14 %	10 %
Pourcentage de clients satisfaits de la résolution du problème	54 %	78 %	89 %	65 %	94 %	74 %	79 %

Source : InterMedia (2015).

a. Au Bangladesh et au Pakistan, des études qualitatives et d'autres enquêtes portent à croire que certains chiffres indiqués ici, y compris en ce qui concerne la surfacturation par le détaillant ou la panne de réseau, sont inférieurs à la réalité. Des facteurs comme l'interprétation des problèmes par les consommateurs, les préjugés culturels ou autres peuvent avoir contribué à faire que bon nombre de cas ne soient pas signalés dans ces pays.

Annexe 3 : Exemples de normes et de codes de conduite pertinents pour une finance numérique responsable

On observe un intérêt croissant pour l'élaboration de principes privés ou publics, de codes de conduite, de normes, ou de « bonnes pratiques » afin de mieux atténuer les risques que comportent les DFS pour les clients ⁴⁸. Le tableau A3-1 donne des exemples de normes, codes et principes spécifiques ayant pour objectif d'atténuer les risques pour les utilisateurs de DFS. La liste alphabétique des initiatives n'est pas exhaustive, de même que l'inclusion d'un exemple ne signifie pas que nous en validons l'efficacité. (De plus, au niveau mondial, l'AFI, le GPFI, les organismes de normalisation du secteur financier et le G20 associé à l'OCDE mènent actuellement des travaux intéressants en vue de fournir des orientations sur l'application des principes et des normes de régulation et de surveillance des produits, des canaux et des prestataires de DFS.)

Tableau A3-1. Initiatives d'élaboration de bonnes pratiques et de normes

Code	Année de parution	Contenu
AFI <i>Note d'orientation sur la protection des consommateurs de services financiers mobiles</i>	2014	Cette note d'orientation recense les vulnérabilités, les risques, les contraintes et les coûts pour les consommateurs en lien avec la prestation de services financiers mobiles à quatre étapes de la transaction : <i>i)</i> promotion, <i>ii)</i> souscription, <i>iii)</i> transaction, et <i>iv)</i> transaction et valeur ajoutée complexe. La note d'orientation conclut sur les implications et les responsabilités pour les prestataires et les organismes de régulation financière. (AFI, 2014)
Cash Learning Partnership (CaLP) <i>Principes pour des transferts d'argent éthiques</i>	2013	Les principes et les normes opérationnelles du CaLP portent essentiellement sur le traitement des données, en mettant un accent particulier sur la possibilité pour les agences impliquées dans la distribution d'argent liquide (par exemple les transferts électroniques) de maîtriser les risques inhérents à leur accès aux données des bénéficiaires et à leur utilisation de ces dernières. Les huit principes du CaLP portent sur les points suivants : <ol style="list-style-type: none"> 1. Respect 2. Protection intégrée de la vie privée 3. Maîtrise des flux de données et des risques associés 4. Qualité et précision 5. Obtention du consentement ou information des bénéficiaires sur l'utilisation de leurs données 6. Sécurité 7. Suppression 8. Responsabilité (CaLP, 2013).
G20/OCDE <i>Principes de haut niveau du G20 sur la protection financière des consommateurs</i>	2011	Les ministres des Finances et les gouverneurs des banques centrales du G20 ont appelé l'OCDE, le Conseil de stabilité financière et les autres organisations internationales concernées à établir des principes communs sur la protection des consommateurs dans le domaine des services financiers dans le but de compléter, sans s'y substituer, les lignes directrices et/ou principes internationaux existants : <ol style="list-style-type: none"> 1. Dispositif juridique, réglementaire et mécanisme de surveillance 2. Rôle des autorités de contrôle 3. Traitement juste et équitable des consommateurs 4. Publication d'informations et transparence 5. Éducation et sensibilisation aux questions financières 6. Comportement responsable des PSF et de leurs agents agréés 7. Protection des droits des consommateurs contre la fraude et l'utilisation abusive 8. Protection des données relatives aux consommateurs et de leur vie privée 9. Gestion des plaintes et réparation 10. Concurrence (OCDE, 2011).

⁴⁸ Ce fut également un élément d'intérêt majeur cité par les participants au premier Forum mondial sur la finance numérique responsable, qui réunissait des experts du secteur, des organismes de régulation, des organismes de développement, des défenseurs des intérêts des consommateurs et la communauté scientifique (Perth, Australie, 2014).

Tableau A3-1. Initiatives d'élaboration de bonnes pratiques et de normes

Code	Année de parution	Contenu
G20/OCDE <i>Approches efficaces de soutien à la mise en œuvre des principes de haut niveau du G20 et de l'OCDE sur la protection financière des consommateurs</i>	2014	Les approches efficaces de soutien à la mise en œuvre des principes de haut niveau du G20 sur la protection financière des consommateurs fournissent aux décideurs, aux organismes de régulation et de surveillance, ainsi qu'aux PSF, à leurs agents autorisés et à leurs clients, des exemples pertinents, pratiques et factuels de la manière dont les principes peuvent être mis en œuvre en identifiant certaines hypothèses sous-jacentes, des approches courantes efficaces et des « approches innovantes ou nouvelles » qui font leur preuve (OCDE, 2014).
Groupe Spéciale Mobile Association (GSMA) <i>Code de conduite des prestataires de services d'argent mobile</i>	2014	Ce code de conduite définit huit principes opérationnels communs destinés à permettre le développement de services financiers numériques responsables : <ol style="list-style-type: none"> 1. Protéger les fonds des clients contre le risque de perte 2. Utiliser des mécanismes efficaces de lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme 3. Equiper et surveiller leur personnel, leurs agents et les entités leur fournissant des services en sous-traitance pour s'assurer de la sûreté et de la fiabilité des services fournis 4. Fournir un service fiable avec une capacité adéquate en termes de système et de réseau 5. Prendre des mesures solides pour garantir la sécurité des réseaux et canaux mobiles 6. Fournir des informations claires, adéquates et opportunes pour que les clients puissent prendre des décisions en connaissance de cause 7. Mettre en place des mécanismes permettant de s'assurer que les réclamations soient correctement traitées et que les problèmes soient résolus dans les meilleurs délais 8. Collecter, traiter et/ou transmettre les données personnelles de façon équitable et sécurisée (GSMA, 2014c).
Groupe Spéciale Mobile Association (GSMA) <i>Principes de protection de la vie privée dans la téléphonie mobile</i>	2012	Les principes de protection de la vie privée dans la téléphonie mobile définis par la GSMA sont un cadre destiné à inspirer des normes et des codes indépendants pour traiter des questions spécifiques relatives à la vie privée, comme la confidentialité du lieu, la transparence, l'information et les mécanismes de choix. Ces codes ou ces normes doivent formuler des mesures proportionnées et efficaces de façon à protéger la vie privée des utilisateurs de téléphones mobiles, d'un point de vue général ou dans des scénarios de service ou des contextes spécifiques. Les neuf principes sont les suivants : <ol style="list-style-type: none"> 1. Ouverture, transparence et notification 2. Intention et utilisation 3. Choix et contrôle de l'utilisateur 4. Limitation et rétention des données 5. Respect des droits des utilisateurs 6. Sécurité 7. Education 8. Enfants et adolescents 9. Responsabilité et application des règles (GSMA, 2012).
Commissaire à l'information et à la protection de la vie privée, Ontario, Canada <i>Principes de protection intégrée de la vie privée</i>	2009, mis à jour en 2011	Basé sur sept principes fondamentaux, le concept de protection intégrée de la vie privée est élaboré dans les années 90 par le commissaire à l'information et à la protection de la vie privée de l'Ontario. Cette solution est désormais reconnue comme une norme internationale de protection de la vie privée. Les principes sont les suivants : <ol style="list-style-type: none"> 1. Prendre des mesures proactives et non réactives ; des mesures préventives et non correctives 2. Assurer la protection implicite de la vie privée 3. Intégrer la protection de la vie privée dans la conception des systèmes et des pratiques 4. Assurer une fonctionnalité intégrale selon un paradigme à somme positive et non à somme nulle 5. Assurer la sécurité de bout en bout, pendant toute la période de conservation des renseignements 6. Assurer la visibilité et la transparence 7. Respecter la vie privée des utilisateurs (CIPVP, 2011).
Information Security Forum (ISF) <i>Normes de bonnes pratiques pour la sécurité des informations</i>	2014	Mises à jour chaque année, les normes de bonnes pratiques pour la sécurité des informations couvrent la totalité des dispositifs de sécurité des informations qui doivent être mis en place pour maintenir les risques opérationnels associés aux systèmes d'information dans des limites acceptables. Elles présentent également les bonnes pratiques de façon claire et pragmatique. Outre la sécurité des informations, ces normes portent sur la cyber-résilience, la sécurité de la chaîne d'approvisionnement, la sécurité des appareils mobiles, la confidentialité des données dans le nuage et les infrastructures critiques (ISF, 2014).

Tableau A3-1. Initiatives d'élaboration de bonnes pratiques et de normes

Code	Année de parution	Contenu
Institute for Data Driven Design (ID3) <i>Principes de Windhover sur l'identité, la confiance et les données numériques</i>	2014	Les principes de Windhover sur l'identité, la confiance et les données numériques sont un cadre établi conjointement par des acteurs publics et privés qui vise à garantir la sécurité de l'identité personnelle, la confiance et l'accès à des données ouvertes partagées sur l'internet : 1. Auto-souveraineté de l'identité et contrôle des données personnelles 2. Application transparente et gouvernance légère efficace 3. Garantie de la confiance et de la confidentialité 4. Collaboration autour de sources d'information ouvertes (ID3, 2014).
Organisation internationale de normalisation (ISO)) <i>Normes ISO pour les services financiers mobiles, ISO 12812</i>	À paraître 2015/2016	Depuis fin 2009, le groupe de travail a entrepris de définir les procédures de base à appliquer pour accéder aux comptes de dépôt et de crédit des utilisateurs, en se concentrant sur les transferts de valeur et en exploitant et en élargissant les normes ISO existantes concernant les capacités de paiement. La norme ISO 12812 traitera des aspects suivants : 1. Sécurité et protection des données pour les services financiers mobiles 2. Gestion des applications financières 3. Paiements mobiles de personne à personne 4. Paiements mobiles de personne à entreprise 5. Conditions générales pour les applications bancaires mobiles (ISO, 2015).
Union internationale des télécommunications (UIT) <i>Groupe de travail sur l'expérience et la protection du consommateur de DFS</i>	2014	En 2014, l'UIT a créé un groupe de travail sur les DFS dans le but d'identifier les orientations technologiques des DFS dans les années à venir, de décrire l'écosystème des DFS dans les pays développés et les pays en développement, ainsi que les rôles et responsabilités respectifs des acteurs de l'écosystème, et d'établir des liens et des relations avec d'autres organisations susceptibles de contribuer à la normalisation des DFS. De plus, il vise à identifier des cas d'utilisation réussie en vue de la prestation de DFS sûrs, y compris dans les pays en développement, en se concentrant plus particulièrement sur les avantages qu'en tireront les femmes, et œuvre à l'établissement d'un cadre propice aux DFS (UIT, 2014).
Conseil des normes de sécurité du secteur des cartes de paiement (PCI SSC) <i>Norme de sécurité des données de l'industrie des cartes de paiement (PCI DSS)</i>	2013	La norme de sécurité des données de l'industrie des cartes de paiement (PCI DSS) offre un cadre pratique pour la mise en place d'un processus solide de sécurisation des données des cartes de paiement, y compris en prévenant, détectant et contrant de façon appropriée des incidents de sécurité comme la fraude. La norme contient également des dispositions relatives à la sécurité des transactions par PIN, dont une seule série de dispositions pour tous les terminaux utilisant un PIN – terminaux points de vente, claviers PIN de cryptage et terminaux de paiement autonome (PCI SSC, 2015).
Smart Campaign, Accion <i>Principes de protection des consommateurs des services numériques de microfinance (révision)</i>	À paraître 2015/2016	The Smart Campaign a ouvert un chantier en vue de comprendre les nouveaux risques que peuvent courir les clients au moment d'utiliser des DFS et la meilleure manière d'atténuer ces risques. Elle travaille en partenariat avec Accion et sous la direction d'un groupe de travail sur l'évolution des normes. La révision des principes de protection des consommateurs de DFS sera basée sur les sept principes de protection des clients existants qu'elle complètera. Elle fournira également des conseils pratiques aux prestataires de DFS sur la manière d'atténuer ces risques (Arenaza, 2014).
Groupe de la Banque mondiale) <i>Bonnes pratiques en matière de protection des consommateurs de produits financiers dans le monde</i>	2012, actualisées en 2014, 2015	Le Groupe de la Banque mondiale met à jour son outil diagnostique intitulé « <i>Good Practices for Financial Consumer Protection</i> » en portant notamment une attention plus particulière à la fourniture responsable de produits et de services financiers par voie numérique ^a .

a. Voir les rapports sur le Paraguay (Banque mondiale, 2015), le Zimbabwe (Banque mondiale, à paraître), le Rwanda, le Pakistan, la République kirghize, l'Indonésie et les Philippines (Banque mondiale, 2014).

Annexe 4 : Sigles et abréviations

AFI	Alliance pour l'inclusion financière
AICA	Association internationale des contrôleurs d'assurance
ANA	Projet « Agent Network Accelerator » du Helix Institute for Digital Finance (MicroSave)
BEI	Banque européenne d'investissement
BMGF	Bill & Melinda Gates Foundation
CaLP	Cash Learning Partnership
CBCB	Comité de Bâle sur le contrôle bancaire
CGAP	Groupe consultatif d'assistance aux pauvres
CPIM	Comité sur les paiements et les infrastructures de marché
D2P	(Paiements) de bailleur de fonds à particulier
DFID	Département britannique du Développement international
DFS	Services financiers numériques
FENU	Fonds d'équipement des Nations Unies
FII	Étude « Financial Inclusion Insights »
G2P	(Paiements) d'État à particulier
GAB	Guichet automatique bancaire
GAFI	Groupe d'action financière
GPMI	Partenariat mondial pour l'inclusion financière
GSMA	Groupe Spéciale Mobile Association
IADI	Association internationale de protection des dépôts
ID3	Institute for Data Driven Design
IMSI	Identité internationale d'abonné mobile
IMTFI	Institute for Money, Technology & Financial Inclusion
ISF	Information Security Forum
ISO	Organisation internationale de normalisation
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
OICV	Organisation internationale des commissions de valeur
OTM	Opérateur de téléphonie mobile
P2P	(Paiements) de particulier à particulier
PAM	Programme alimentaire mondial
PCI DSS	Norme de sécurité des données de l'industrie des cartes de paiement
PCI SSC	Conseil des normes de sécurité du secteur des cartes de paiement
PIN	Numéro d'identification personnel
PIVP	Protection intégrée de la vie privée
PSF	Prestataire de services financiers
SIM	Module d'identification de l'abonné
SVI	Serveur vocal interactif
TTM	Tcho Tcho Mobile
UIT	Union internationale des télécommunications
USSD	Données de service supplémentaires non structurées

N'hésitez pas à partager cette Note d'information avec vos collègues ou à nous demander des exemplaires supplémentaires du présent numéro ou d'autres numéros de la série.

Les lecteurs sont invités à nous faire part de leurs commentaires sur cet article.

Toutes les publications du CGAP sont disponibles sur son site web : www.cgap.org.

CGAP
1818 H Street, NW
MSN P3-300
Washington, DC
20433 États-Unis

Tél : 202-473-9594
Fax : 202-522-3744

Courriel : cgap@worldbank.org
© CGAP, 2015

Cette note d'information a été rédigée par Katharine McKee, conseillère principale du CGAP ; Michelle Kaffenberger, consultante principale pour la recherche ; et Jamie M. Zimmerman, consultante principale pour les politiques publiques. Les auteurs tiennent à remercier les collègues suivants qui ont révisé la note d'information et y ont contribué de façon inestimable : Mercy Buku (consultante indépendante) ; Carol Caruso (Accion International) ; Louis de Koker (université Deakin) ; Khurram Sikander (Enclude Solutions) ; Jonathan Morduch (Financial Access Initiative) ; Simone di Castri, Lara Gilman et Jeremiah Grossman (GSMA) ; Leesa Shrader (consultante indépendante) ; Isabel Barres (Smart Campaign, Center for Financial

Inclusion) ; et Jennifer Chien, Denise Dias, Rosamund Grady et Ivo Jenik (Banque mondiale). Nous tenons également à exprimer notre gratitude aux collègues du CGAP cités ci-après pour leurs conseils et leur soutien tout au long du processus de rédaction : Camille Busette, Greg Chen, Gerhard Coetzee, Juan Carlos Izaguirre, Antonique Koning, Timothy Lyman, Rafael Mazer, Claudia Vonderohe McKay, Anna Nunan, Corinne Riquet et Olga Tomilova. Enfin, nous remercions spécialement Silvia Baur (CGAP) et Eric Tyler (consultant indépendant) qui nous ont beaucoup aidés dans les activités de recherche.

Recommandation pour la citation de la présente note : McKee, Katharine, Michelle Kaffenberger, et Jamie M. Zimmerman, « Réussir la finance numérique : pourquoi atténuer davantage les risques pour les clients », Note d'information n° 103, Washington, CGAP, 2015.

Impression : ISBN 978-1-62696-072-5
pdf : ISBN 978-1-62696-073-2

epub : ISBN 978-1-62696-074-9
mobi : 978-1-62696-075-6

