



Inclusion financière en République Démocratique du Congo : Déterminants de l'adoption de mobile money par les ménages dans la ville-province de Kinshasa.

Pascal MUKWATI UDUKAYENDJI*, FUNZANZA GIMUANGA*, KIBE SENGE*, SITA
MAKWAYA*, MATA EYENGA*

*Université Pédagogique Nationale

<https://doi.org/10.59937/AILS4149>

Résumé

En République démocratique du Congo (RDC), l'inclusion financière par la téléphonie mobile que l'on appelle parfois *mobile-banking* (*m-banking*) a connu une expansion remarquable ces dernières années. Les M-Banking ne sont pas venus remplacer des services bancaires classiques que les congolais ont l'habitude d'utiliser mais par contre compléter et favoriser ces services. Le mobile money (mobile banking au sens strict), arrive au bon moment dans un pays où les banques connaissent des difficultés de pénétration de marché mais pour lequel les réseaux de téléphonie au travers du mobile banking présentent des résultats très encourageants et se démarque par ses services dans la ville de Kinshasa.

Mots-clés : Inclusion financière, ménages, mobile money

Abstract

In the Democratic Republic of Congo (DRC), financial inclusion through mobile telephony, sometimes referred to as mobile-banking (m-banking), has seen remarkable expansion in recent years. M-Banking did not replace the traditional banking services that the Congolese are used to using, but rather complemented and promoted these services. Mobile money (mobile banking in the strict sense of the word) comes at the right time in a country where banks are experiencing difficulties in their operations. market penetration, but for which telephone networks through mobile banking show very encouraging results and stands out for its services in the city of Kinshasa.

Keywords: financial inclusion, households, mobile money

INTRODUCTION

Certains chercheurs affirment que le mobile banking favorise l'inclusion financière en RDC et à l'instar de A. MWARABU (2022), qui démontre que les paiements mobiles permettent aux institutions financières de rationaliser leurs opérations du fait de la faiblesse des coûts de transaction. Sa préoccupation majeure est : « comment migrer l'utilisation des services financiers du mobile money vers le mobile banking, afin de sécuriser davantage les paiements mobiles d'autant qu'en associant le numéro de la carte SIM d'un abonné à un compte bancaire, l'utilisateur du téléphone devra donner plus d'information sur son identité.

Il est arrivé aux conclusions selon lesquelles, la RDC étant au premier rang des demandeurs des services financiers, il est d'une extrême urgence que le gouvernement, par le

truchement de la banque centrale notamment, s'investisse afin que les prestations bancaires jouent un rôle prépondérant en tant que faits pourvoyeurs et collecteurs à court et long termes des ressources indispensables à la vie économique, d'autant plus que l'accès au service financier de base contribue à la réduction de la pauvreté.

Un système de paiement basé sur les téléphones portables, s'il est bien mis en œuvre, donne aux sociétés de cartes de crédit et aux opérateurs de télécommunications une autre source de revenu possible qui pourrait s'avérer très lucrative.

Par ailleurs, ZIADI LATIFA (2022), dans une étude effectuée en Tunisie», soutient que le mobile banking illustre l'adaptation des produits financiers au monde de nouvelles technologies. En effet, le mobile banking englobe une gamme vaste de produits et de services à distance en profitant de l'infrastructure technologique déjà en place. Ainsi, les réseaux de téléphonie constituent une démarche inclusive amorcée dans un grand nombre d'économies en développement où les populations affichent de grands niveaux d'exclusion financière et une bonne pénétration de la téléphonie mobile. ZIADI LATIFA (2022) s'est posée la question suivante : quels sont les facteurs qui influencent l'adoption du mobile banking dans un environnement où les réseaux de téléphonie sont très nombreux ? Elle estime que l'exclusion financière se ressentant principalement en milieu rural notamment avec les femmes, les démunies et les moins instruites, il faudra donc renforcer les premières expériences du mobile banking dont les résultats qui étaient modérés au départ mais montrent actuellement une grande prédisposition de la population jeune instruite et ayant des connaissances préalables à adopter les produits et services financiers mobiles. Leurs principaux motifs sont le gain du temps et la commodité des services.

En ce qui concerne notre travail, nous rejoignons les deux auteurs précités dans ce sens que nous abordons un sujet traitant de l'inclusion financière favorisée par le mobile money (mobile banking au sens strict), dans un pays où les banques connaissent des difficultés de pénétration de marché mais pour lequel les réseaux de téléphonie au travers du mobile banking présentent des résultats très encourageants et se démarque de ceux de nos prédécesseurs du fait qu'il identifie les facteurs associés à l'adoption du Mobile Banking dans la ville de Kinshasa.

En effet, l'inclusion financière désigne la démarche visant à ce que les individus et les entreprises aient accès à toute une gamme de services financiers fournis à un prix raisonnable et responsable (FINDEV, 2022).

Selon ASLI DEMIRGUC-KUNT et LEORA KLAPPER (2012), se référant aux données de la Banque Mondiale sur l'accès aux services financiers, 24% de la population d'Afrique Sub-saharienne dispose d'un compte dans une institution financière formelle et 16% utilisent le téléphone portable pour payer les factures, envoyer ou recevoir de l'argent. La promotion de l'intégration financière à travers les paiements par le téléphone mobile offre des perspectives très prometteuses, sans parler des avantages qui en découlent pour l'inclusion financière au niveau national.

Les problèmes demeurent liés à l'inclusion financière que le secteur de la finance seul a du mal à réduire et cela pour plusieurs raisons. Aussi, le secteur de la téléphonie au travers de son réseau présente un taux de pénétration et une option technologique pouvant venir en appui et ainsi accélérer ladite inclusion financière. D'où l'apparition de nouveaux modèles et cela, suivant les expériences déjà vécues dans des situations similaires en Afrique.

Le développement du mobile money contribuera à stimuler l'épargne domestique et permettra de mettre ces services au profit de l'intermédiation financière.

Au cours des cinq dernières années, le service financier mobile s'est développé de façon exponentielle en Afrique ; le taux de bancarisation quant à lui, demeure faible. Ce contraste crée les conditions idéales pour que le mobile money se développe sur le continent africain. La téléphonie mobile réduit les contraintes géographiques et les coûts de transaction tout en offrant aux banques commerciales une stratégie d'expansion à faible coût.

Le taux de bancarisation dans les pays de l'Afrique Subsaharienne, en général, et en République Démocratique du Congo, en particulier, demeure encore très faible autour de 6% de 2015-2017 (BANQUE MONDIALE, 2017) et 13% entre 2018 et 2021 (BANQUE CENTRALE DU CONGO, 2021). Selon une étude menée par GSMA (2022), le taux de bancarisation le plus faible en 2021 est celui du Burkina Faso (8%) et le plus élevé, celui des pays du Maghreb avec des taux de bancarisation de plus de 60%. À ces jours, plus de 87% des congolais ne possèdent pas de comptes bancaires et conservent encore leurs économies en devers de leurs domiciles. Malgré son immense potentiel minier, forestier, pétrolier et hydroélectrique, la RDC fait partie des pays les moins bancarisés d'Afrique.

Face au nombre de non-bancarisés dans le monde et au nombre croissant des téléphones portables en usage, le mobile money semble être une solution pour diffuser des services financiers et bancariser une nouvelle population.

Pour le cas de notre pays, nous disposons de quatre opérateurs de téléphonie cellulaire qui sont : Airtel avec son service Airtel-money, il fut le premier à se lancer, ensuite Vodacom

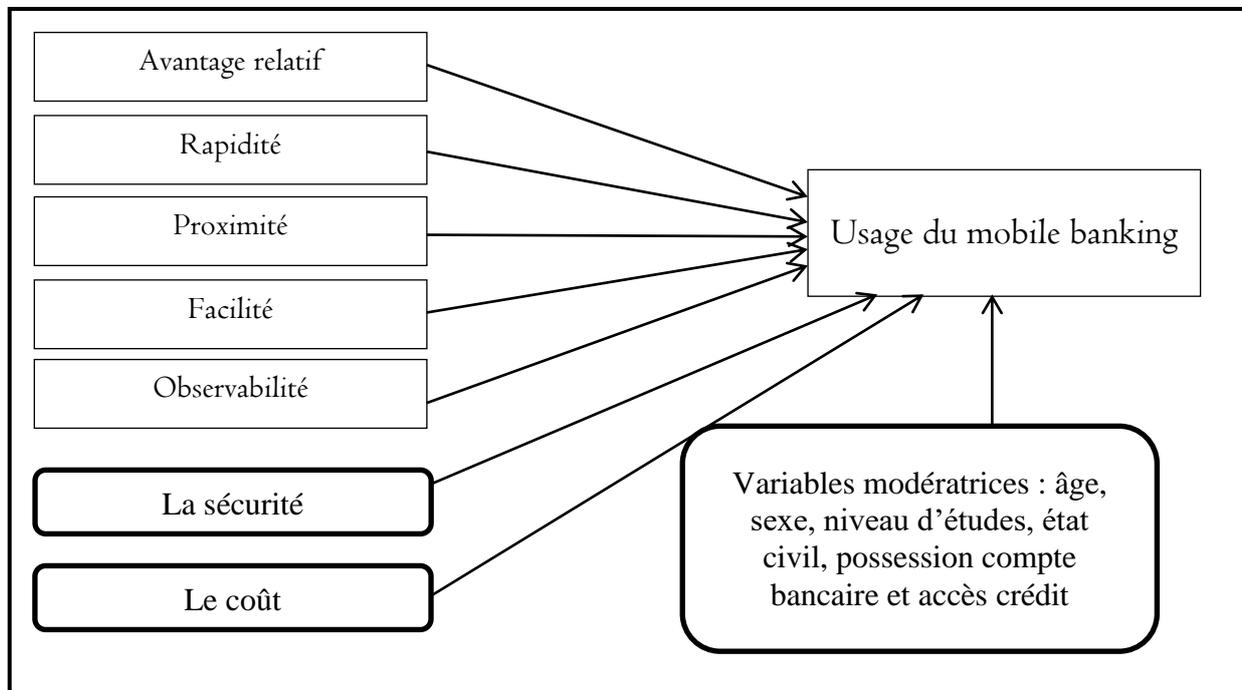
avec son service M-pesa, après orange avec son service orange-money et enfin Afrimoney de la société Africell. D'autres banques comme Ecobank-RDC, la Rawbank, la TMB et Equity-BCDC etc... font aussi du Mobile banking. Cependant, la grosse part dans l'utilisation des services financiers via le téléphone revient au Mobile money.

A la lumière de tout ce qui précède, notre problématique tourne autour des interrogations suivantes :

- Les systèmes de paiement par téléphonie mobile, favorisent-ils une réduction de l'exclusion financière en RDC ?
- Qu'apporte le mobile money dans le système financier congolais ?

La figure 1 ci-dessous présente l'expansion du modèle de la diffusion des innovations.

Dans le Modèle théorique (expansion du modèle de la diffusion des innovations)



Source : ROGERS (1962).

Figure 1. Modèle théorique

Dans sa théorie de la diffusion des innovations, (ROGERS, 1962), a tenté de mettre l'accent sur les facteurs expliquant l'adoption et la diffusion des innovations. Il a présenté cinq attributs qui peuvent expliquer l'adoption des innovations en l'occurrence : L'avantage relatif, la rapidité, la proximité, la facilité et l'observabilité.

Selon ROGERS (1962), les attributs de l'innovation renvoient aux perceptions individuelles qu'ils ont sur l'innovation. De ces variables, nous avons ajouté quelques variables modératrices telles que l'âge, le sexe, le niveau d'études, etc.

Dans ce travail nous avons formulé nos hypothèses de la manière ci-après :

- Les systèmes financiers par téléphone mobile constituent une opportunité pour la réduction de l'exclusion financière en RDC.
- Le mobile money s'inscrit dans le cadre de l'inclusion financière surtout pour les personnes ayant un faible revenu car, il permet aux utilisateurs d'effectuer des transactions financières à moindre coûts et de manière sécurisée.

La pertinence du sujet réside dans la nécessité du paiement mobile et l'urgence de l'inclusion financière pour l'amélioration du taux de bancarisation en RDC et surtout, pour mieux comprendre ce que peut apporter cette innovation technologique sur l'économie nationale.

L'intérêt attaché à cette étude est d'une importance capitale. Dans un pays où la croissance économique s'accompagne avec l'accroissement des services financiers par le téléphone mobile, notre travail est d'une importance théorique et pratique louable : du point de vue pratique, ce travail explique les raisons évidentes de l'augmentation depuis plus d'une année de ces services en République Démocratique du Congo alors que du point de vue théorique il vérifie si les théories liées au mobile money sont vérifiables dans le contexte congolais, tout en offrant une base de référence pour les recherches ultérieures dans ce domaine.

L'objectif général ou principal visé dans ce travail est d'analyser l'incidence de services mobiles money sur l'économie congolaise.

Spécifiquement, l'objectif visé dans ce travail est d'expliquer et de démontrer la manière dont les services financiers mobiles offerts par les banques favorisent l'épanouissement de la RDC via la libre circulation des capitaux.

METHODOLOGIE

Pour réaliser cette étude, nous avons recouru à la méthode analytique, descriptive et quantitative. Les techniques documentaire et quantitative à travers l'approche économétrique nous ont permis d'élaborer cette étude dans la ville de Kinshasa. Les données récoltées à l'issue de nos enquêtes ont été analysées à l'aide du logiciel stata 16. Les statistiques descriptives nous ont permis de faire cette analyse et l'élaboration d'un modèle logistique binaire a permis d'identifier les différents facteurs qui ont influencé l'inclusion financière par le mobile money en République Démocratique du Congo, en l'occurrence celle de la population de la Ville-Province de Kinshasa. Nous savons que le sujet traité est une variable latente. L'inclusion financière par le mobile money étant une variable latente, son étude relève

donc de l'économétrie avec des variables qualitatives, et dans notre cas, il s'agit précisément d'un contexte binaire où la variable expliquée (y) ne prend que deux variables : 1 (réussite) et 0 (échec). Le travail consiste à estimer la probabilité que Y soit égale à 1 et donc à savoir quelles sont les variables (x_i) qui augmentent cette probabilité. De ce fait, le modèle de choix binaires (ou encore modèle dichotomique) orientera notre raisonnement.

Ainsi donc, le modèle logistique binaire est un modèle qui permet d'analyser l'influence des variables explicatives sur une variable dépendante qualitative binaire ou dichotomique. Le principe du modèle est d'expliquer la survenance ou non d'un événement par le niveau des variables explicatives. Et pour notre cas, nous disposons d'un échantillon de ***n individus indicés par i***. Nous connaissons ***K informations*** (Caractéristiques individuelles, parcours académiques, manières d'étudier et réalités académiques) leur concernant représentées par les ***K variables*** notées x_1, x_2, \dots, x_k . Pour l'individu i , les K variables prennent les valeurs $x_{1,i}, x_{2,i}, \dots, x_{k,i}$.

Les individus sont classés en deux catégories selon qu'ils font usage du marketing et de la publicité ou pas. On note Y_1 la catégorie des personnes disposées à faire du marketing et de la publicité pour leurs produits et Y_0 celle des personnes qui ne sont pas disposées à faire du marketing. On a donc :

Y_1 : l'inclusion financière et le mobile money en particulier.

Y_0 : l'exclusion financière et le mobile money en particulier.

On souhaite analyser et quantifier le lien existant entre les informations individuelles x_k et l'appartenance à Y_1 ou Y_0 . On suppose que la probabilité P que l'individu i compte tenu de ses caractéristiques (x_1, x_2, \dots, x_k) appartienne à Y_1 ou Y_0 est une fonction de $x_{1,i}, x_{2,i}, \dots, x_{k,i}$ (BOURBONNAIS, R., 2018).

Le probit permet de comprendre l'effet d'une variable indépendante sur la probabilité de se retrouver dans un état. On arrive essentiellement au même but que celui de la MCO, c'est-à-dire de « prédire » la valeur d'une variable dépendante à l'aide de variables indépendantes (ou explicatives). Néanmoins, dans le cas d'un probit, la variable dépendante est qualitative. Le modèle ressemble à ceci :

$$y^*_i = \hat{a}_0 + \hat{a}'x_i + u_i$$

- y^*_i est une variable latente, c'est-à-dire qu'elle est non observable ;
- y et x_i sont connus car ils sont observés sur l'échantillon;
- \hat{a} = Paramètres du modèle (inconnus) à estimer.

Le modèle probit donne l'effet de la variation d'une unité de la variable indépendante sur la probabilité que l'évènement se produise. Ainsi, ce que l'on cherche à connaître ici est l'effet de x_i sur la probabilité de voir l'évènement se produire. Or, le probit, tel que formulé supra, nous donne la probabilité associée à une valeur donnée de la valeur latente (y^*_i) exprimée par la combinaison linéaire des variables indépendantes. La façon d'obtenir l'effet de x sur la probabilité que l'évènement se produise est de faire un dprobit. Le dprobit dérive la fonction sur x_i .

Pour faire un probit, il suffit d'inscrire probit suivi de la variable dépendante et des variables indépendantes. On inscrit dprobit suivi de la variable dépendante et des variables indépendantes pour faire un dprobit.

DÉFINITION DE QUELQUES CONCEPTS CLÉS

Notions sur les services financiers mobiles

D'après DONOVAN (1998), les services financiers mobiles sont comme la production des services financiers via des appareils mobiles. Cette définition englobe une vaste gamme de services financiers tels que le paiement mobile (transfert des fonds), la banque mobile (consultation d'un compte, transactions et informations) et la finance mobile (crédit, assurance ou épargne). Il est encore défini comme étant une composante du commerce sur téléphone portable qui permet au consommateur d'accéder à l'internet par le biais d'un dispositif sans fil, afin de procéder à des transactions. Le mobile banking est donc un canal par lequel le client interagit avec une banque via un dispositif mobile pour effectuer des paiements ou utiliser d'autres services financiers mobiles avec une indépendance de temps et de lieu (ASSADI, D. et CUDI, A., 2000).

Le mobile banking est un terme qui désigne le fait d'effectuer des opérations bancaires usuelles (vérifier son solde et ses dernières opérations, faire un virement, contracter un crédit ou réaliser un paiement, un dépôt, etc.) depuis un terminal mobile (téléphone portable).

Ce concept représente la partie innovatrice de la finance. Selon KEMPSON et WHYLEY (1999), l'innovation financière est présentée en tant qu'un élément constitutif de tout processus d'inclusion financière qui devrait résulter des actions stratégiques telles que l'amélioration de l'accès physique à une institution financière, la réduction des contraintes en matière de crédit, la réduction des coûts et la généralisation des services financiers à domicile, grâce à l'utilisation de nouvelles technologies d'information (Centres d'appel, banque en ligne et téléphonie mobile).

BRACK, E. (2013) définit ce concept en deux sens. Au sens strict, le mobile banking est défini comme le service financier par téléphone portable, offert par les banques. Il s'agit de services de paiement des factures, de transfert d'argent, et de consultation de solde. Au sens large, il est défini comme un concept qui s'étend à l'ensemble des services financiers offerts avec ou sans compte bancaire, via le mobile, par tout établissement agréé à cet effet (ZAKARYA, 2023).

L'expression « mobile banking » (ZAKARYA, op cit) ou service de banque mobile, est utilisé pour désigner un service qui permet aux clients qui y souscrivent d'accéder à un certain nombre de prestations bancaires ou financières à partir de simple téléphone mobile. Les clients peuvent ainsi gérer leur compte, effectuer des transferts de fonds, ou en recevoir, épargner ou même payer des factures (électricité, eau, etc.). Toutes ces opérations étant possibles à partir de leur téléphone cellulaire. Un simple SMS suffit à effectuer la plupart des transactions.

Mobile Money

Le mobile money est un service de portefeuille mobile, disponible dans de nombreux pays, qui permet à ses utilisateurs d'épargner, envoyer et recevoir de l'argent sur leur téléphone portable. En général, le terme de mobile money est utilisé comme substitut, et dans ce sens il inclut tous types des transactions monétaires réalisés par téléphone mobile (ERNST et YOUNG, 2009). Il diffère du mobile banking du fait que cette dernière demande d'avoir un compte en banque ou il est lui-même ce compte bancaire et utilise le téléphone portable comme moyen d'actionner ce compte. Votre argent est effectivement dans une banque.

Banque électronique (e-banking)

Une banque électronique ou e-banking ou internet banking est l'accès aux services bancaires depuis une interface interactive, par exemple un navigateur web. Sa disponibilité permet l'accès aux comptes d'effectuer des transactions ou d'obtenir des informations financières récentes. Son accès peut s'effectuer depuis un guichet automatique de banques (GAB), par téléphone, via un ordinateur ou grâce à un assistant personnel (PDA) ayant l'Internet.

Commerce mobile (m-commerce)

Le commerce mobile ou m-commerce correspond à l'utilisation des technologies sans fil, et plus particulièrement la téléphonie mobile pour effectuer des achats. Il regroupe l'ensemble des applications commerciales liées aux terminaux Mobiles et effectuées le plus souvent en situation de mobilité.

Mobile paiement (m-paiement)

Le paiement mobile correspond aux paiements pour lesquels le mobile est utilisé pour initier ou confirmer un paiement. Il diffère du mobile banking dans ce sens que, ce dernier couvre un périmètre plus long des services bancaires.

La figure infra présente les services financiers via téléphone.

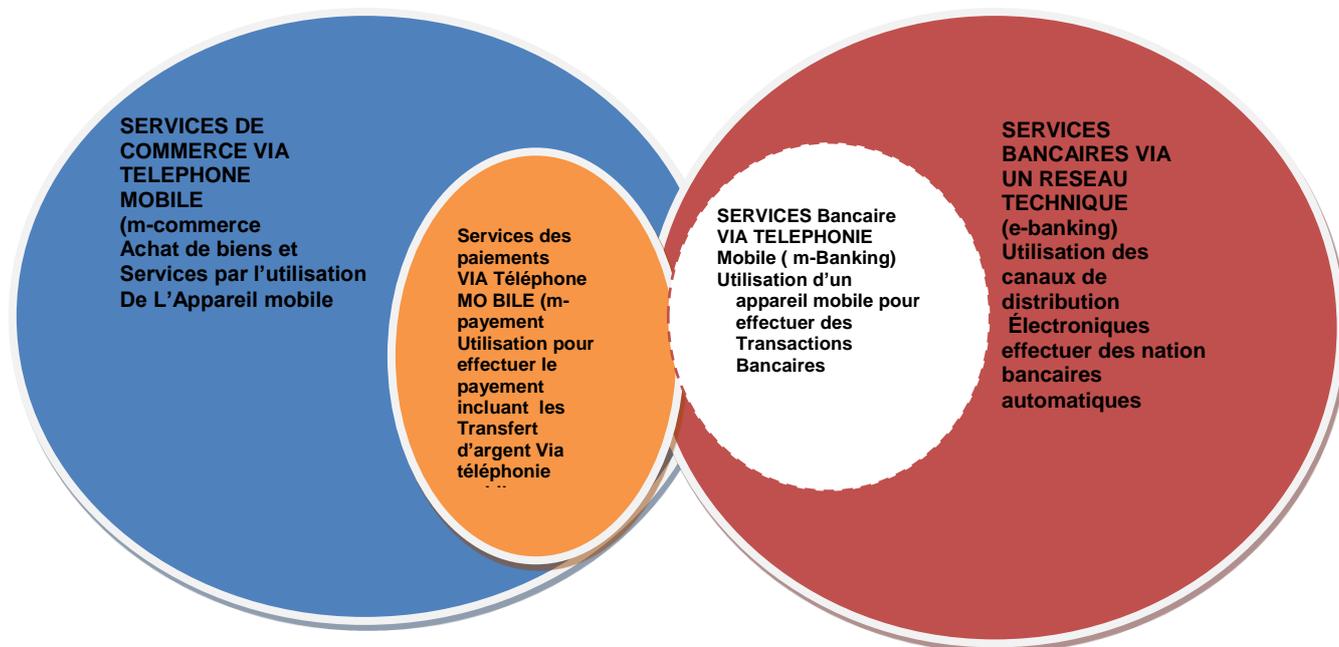


Figure 2. Services financiers via téléphonie mobile (m-money)

Source : Alliance pour l'inclusion financière

Téléphonie mobile

Rares sont ceux qui pensaient que la mise en service des premiers réseaux mobiles en Afrique, pouvaient faire du téléphone mobile, l'outil préféré de communication dans la région. En 1990, six pays seulement disposaient d'un réseau, et le continent comptait moins de 15000 abonnés. Il a fallu six années pour atteindre le chiffre d'un million d'abonnés à la téléphonie mobile, mais la barre des cents millions a été aisément franchie neuf ans plus tard en 2005 et au début de 2008, on dénombrait en Afrique plus d'un quart de milliard d'abonnés. Le nombre d'abonnés, dans ce secteur, est passé entre 2000 et aujourd'hui de deux millions à un quart de la population. En 2000, la République Sud-africaine comptait plus de la moitié du total des abonnés mobiles en Afrique, mais en 2007, seulement 16% des abonnés mobiles résidaient dans ce pays. Pourtant, aujourd'hui, on observe encore des variations considérables de la pénétration du mobile d'un pays d'Afrique à l'autre.

Grace à la diffusion des technologies sans fil, l'accès aux services de téléphonie s'est considérablement renforcé dans les pays en développement. Cette technologie a probablement

eu un impact plus fort et plus rapide sur la vie de ses utilisateurs que toutes celles qui l'ont précédée. En matière de développement, la téléphonie mobile est devenue « l'outil transformationnel » par excellence. Une étude récente de la banque mondiale portant sur 120 pays montre que chaque hausse de 10 points de pourcentage de la pénétration de la téléphonie mobile s'accompagne d'une croissance économique de 0,8 points de pourcentage dans les pays en développement, un taux significativement important que celui des pays développés.

Ci-dessous, les données chiffrées présentées traduisent la réalité ou le taux de pénétration de la téléphonie mobile dans les pays en développement, et plus particulièrement sur le continent africain.

Tableau 1. Taux de pénétration de la téléphonie mobile en Afrique

Pays	Swaziland	Zambie	Malawi	Tanzanie	Comores	Seychelles
Taux	39,8	29,1	12,5	31,4	4,7	100,9
Pays	Burundi	Rwanda	Ouganda	Kenya	Mozambique	Zimbabwe
Taux	5,4	13,2	26,8	42,1	20,2	13,2
Pays	Madagascar	Maurice	Ethiopie	Somalie	Djibouti	Erythrée
Taux	23,9	81,3	3,7	6,9	5,4	2
Pays	Egypte	Tchad	Soudan	Centrafrique	Botswana	Angola
Taux	39,8	16,3	19,3	3,5	78	38,7
Pays	R.D.Congo	R.Congo	Gabon	Guinée	Equatorial	Cameroun
Taux	14,3	47	96,6	27,2	66,6	32,6
Pays	Sao Tomé	Liberia	C. d'ivoire	Ghana	Togo	Bénin
Taux	30,6	18,6	53,2	48,3	22,9	36,9
Pays	Sénégal	Guinée B.	Sierra-L	Nigeria	Burkina F	Cap Verte
Taux	42,5	28,6	16,9	41,6	16,8	51,2
Pays	Gambie	Mali	Mauritanie	Maroc		
Taux	66,5	25,7	41,6	64,1		

Source : Union internationale des télécommunications (UIT), 2022.

Le niveau croissant de l'utilisation de la téléphonie mobile pousse les opérateurs (fabricants) à pouvoir développer certaines composantes. Comme constaté, la téléphonie mobile, passe d'un simple service de communication vocale et de messagerie à un niveau de technologie plus élevé ou plus sophistiqué qui continue à s'améliorer du jour au jour. Hier, nous avions eu des téléphones ne nous permettant pas d'avoir des options plus avancées, mais

aujourd'hui, nous en avons car, ces derniers nous permettent d'accéder à l'internet, à des services d'information, aux téléchargements des cours et à leurs lectures, etc. Tel est le cas de téléphones sans fil intelligents.

Avantages et limites du service financier mobile

Deux modèles s'affrontent aujourd'hui : le modèle dit « bancaire » et le modèle non bancaire. Dans le modèle bancaire, le client réalise ses opérations financières par l'intermédiaire de son Global System for Mobile communication (GSM), mais la conversion en cash se fait obligatoirement auprès d'une banque ou d'un distributeur d'argent.

Dans le modèle non bancaire, le client n'est pas obligé d'avoir un compte dans la banque. Les transactions financières se font également par le biais du GSM, mais en utilisant des comptes virtuels, localisés sur les serveurs des opérateurs mobiles ou téléphoniques. Le réseau physique de ces opérateurs est généralement plus étendu, ce qui permet au client de changer facilement en cash ses transactions en se rendant auprès d'un détaillant de l'opérateur mobile. Les banques ne sont utilisées que pour créer les comptes virtuels.

Le choix d'un modèle plutôt que l'autre est souvent lié à la réglementation en vigueur dans le pays concerné. Si l'émission de monnaie virtuelle aussi appelée « e-monnaie » par des intermédiaires financiers non bancaires n'est pas autorisée par le législateur, alors le choix du modèle bancaire s'impose. Aujourd'hui les deux modèles c'est-à-dire le modèle bancaire et non bancaire se sont développés avec succès.

Inclusion financière

L'inclusion financière appelée encore finance inclusive est l'offre de services financiers et bancaires de base à faible coût pour des consommateurs en difficultés et exclus des services traditionnels. Les services bancaires représentent aujourd'hui des services indispensables devant être intégrés à la société. L'inclusion financière est donc le dépendant de « l'exclusion bancaire » qui est directement liée à l'exclusion sociale (VARIA, 2021).

L'inclusion financière désigne la démarche visant à ce que les individus et les entreprises aient accès à toute une gamme de services financiers fournis à un prix raisonnable et responsable. L'inclusion financière est l'adhésion de toute couche de la population dans des services financiers conventionnés tels que l'épargne, la bancarisation, le transfert etc.

L'exclusion financière est l'état d'une personne qui se trouve dans une situation où il lui est impossible d'accéder à des tels services, ou lorsque les services auxquels elle a accès ne sont pas adaptés à ses besoins, ou pas offerts par des prestataires « classiques ».

Outre le fait que l'utilisateur de services financiers fait de plus en plus partie de la vie normale, la manière d'y accéder et de les utiliser pose des exigences toujours plus strictes d'un point de vue géographique, technique, culturel, éducationnel, en matière de garantie ou à cause de critères liés à l'analyse du risque. Ces exigences peuvent générer une série de difficultés d'accès et d'utilisation profondément ancrées dans la structure du marché de chaque pays. Les produits et services financiers sont considérés comme « adaptés » lorsque leur offre, leur structure et leur coût ne posent pas de difficultés d'accès et/ou d'utilisation au client. Ces difficultés sont provoquées simultanément par les caractéristiques des produits et par la manière dont ils sont vendus (coté offre) ainsi que par la situation et la capacité financière du client (coté demande). L'analyse de chaque structure (coté offre et coté demande) peut, pour chaque pays, mettre en lumière la manière dont l'offre rencontre la demande ainsi que son degré d'adaptation.

Prestataires de services financiers classiques

Les « prestataires de services financiers classiques » peuvent se définir comme étant des fournisseurs de services financiers non stigmatisant par rapport à la référence nationale et par opposition aux prestataires qui réserveraient leurs services à un segment spécifique.

Il est généralement admis que l'exclusion financière ne constitue qu'une facette de l'exclusion sociale, phénomène plus large affectant certains groupes qui n'ont pas accès à des services de qualité essentiels, comme l'emploi, le logement, l'éducation ou les soins de santé.

L'exclusion financière est en étroite corrélation avec l'exclusion sociale. Ainsi, l'exclusion financière renforce le risque d'exclusion sociale : si cette dernière mène pratiquement automatiquement à la première, l'exclusion financière fait partie d'un processus qui renforce le risque d'être confronté à l'exclusion sociale. Être objectivement exclu ou avoir le sentiment subjectif d'être exclu peut entraîner ou être renforcé par de difficultés d'accès ou d'utilisation des services financiers.

L'inclusion financière parfaite pourrait, par conséquent, se décrire comme étant la capacité d'accéder et d'utiliser les services financiers adaptés proposés par les prestataires de services financiers de base. Cependant, il peut exister un « second meilleur choix » adéquat consistant à acquérir des services adaptés proposés par des fournisseurs « alternatifs » se conformant aux règles et règlements et qui n'exploitent pas les personnes à bas revenus. Pour le moins, un prestataire de services réputé « social » peut donner une image suffisamment sécurisante/suffisante pour permettre aux personnes exclues d'essayer une fois encore des

services financiers qui pourraient ensuite constituer le premier pas vers l'inclusion financière auprès de prestataires de services financiers classiques.

L'inclusion financière constitue un canal de transmission majeure du développement financier vers le développement économique d'un pays. En RDC, le développement du système financier s'est mis en place car, nous remarquons qu'un grand nombre de la population congolaise en bénéficie. L'inclusion financière conduit à une augmentation de volume de transfert d'argent ; par conséquent cela va stimuler l'épargne, et à son tour cette dernière favorisera l'investissement.

Les dimensions de l'inclusion financière sont présentées dans la figure 3 ci-dessous.

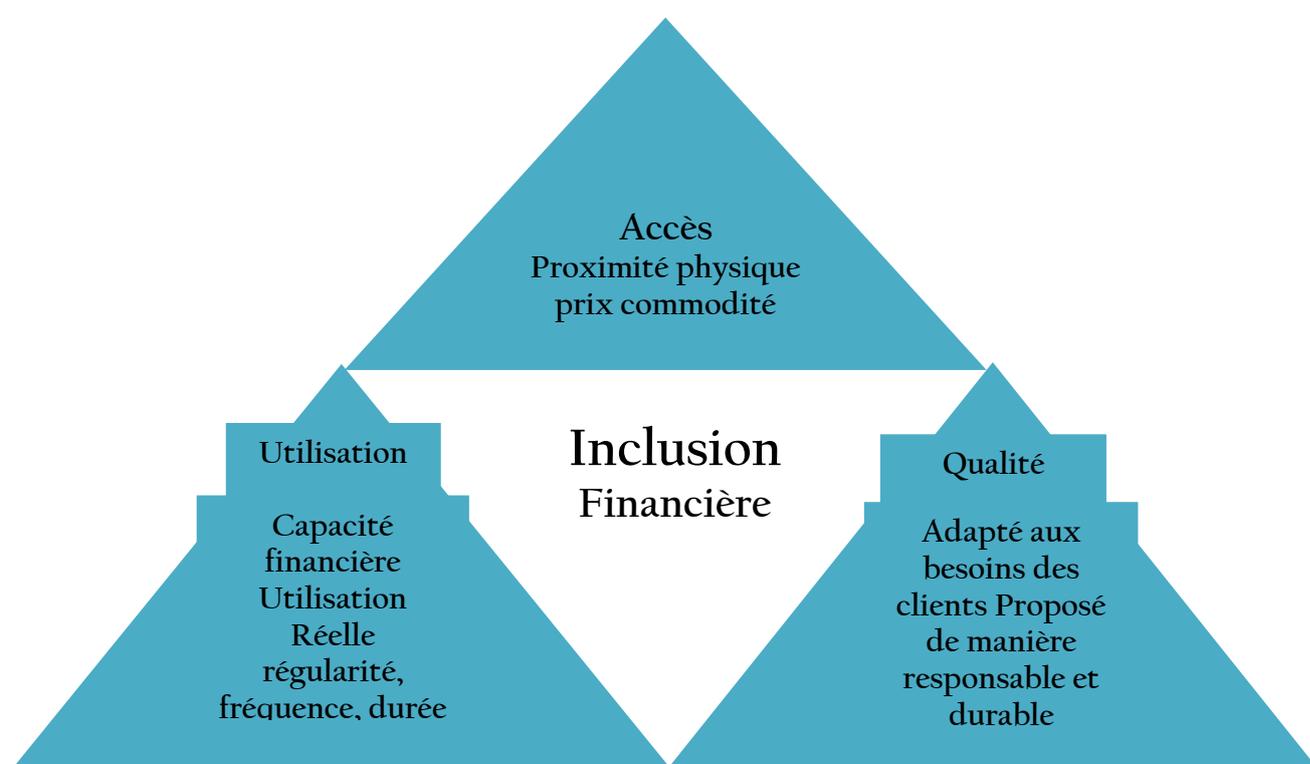


Figure 3. Les dimensions de l'inclusion financière.

Source : Deena M. Burjorjee et Barbara Scola (2015).

Prenant conscience de l'impact potentiel des services financiers sur les ménages et les économies, les autorités, les spécialistes et les bailleurs de fonds ont détourné leur attention de la microfinance classique, à savoir l'offre de services financiers aux pauvres par des prestataires spécialisés, au profit de l'inclusion financière, à savoir une situation où les particuliers et les entreprises ont l'opportunité d'accéder à la capacité d'utiliser une gamme diversifiée de services financiers adaptés qui sont fournis de manière responsable et durable par des institutions financières formelles. Cette tendance reflète une reconnaissance accrue

que la microfinance n'est qu'un point d'entrée parmi d'autres (p. ex. programmes gouvernementaux de paiement aux citoyens, financement des petites et moyennes entreprises, services financiers numériques (SFN), comptes bancaires simples, etc.) pour atteindre l'inclusion financière universelle ainsi que les objectifs associés en matière de développement économique et social.

Toutefois, malgré ce mouvement mondial en faveur de l'inclusion financière responsable, d'importantes divergences persistent dans la diversité, la qualité et l'utilisation des services financiers disponibles sur le marché, et 2 milliards d'adultes restent à ce jour sans accès (KLAPPER, et al., 2015). Les personnes pauvres et à faibles revenus, en particulier les femmes, les jeunes et les habitants des zones rurales, sont les plus exclues et dépendent de mécanismes informels moins fiables et souvent plus coûteux pour gérer leurs besoins financiers. Parallèlement, la capacité des micro-, petites et moyennes entreprises (MPME), qui appartiennent pour beaucoup à l'économie informelle, à faire durer et croître leurs activités est limitée en raison d'un manque de fonds de roulement. Dans les pays en développement, 70 % des MPME n'ont pas accès aux services financiers formels et le manque de formalité constitue une contrainte majeure (STEIN, GOLAND et SCHIFF, 2012). Il reste donc encore beaucoup à faire pour réaliser l'objectif d'inclusion financière universelle.

Historiquement, l'incapacité des institutions à offrir des services financiers est vue comme le principal frein à l'accès à la finance pour les pauvres. Par conséquent, les bailleurs de fonds ont privilégié l'assistance financière et technique pour favoriser la création et le développement des prestataires des services financiers (PSF), le financement étant en majeure partie alloué à la croissance des portefeuilles (LAHAYE et DASHI, 2015). Si cette approche de renforcement des institutions axée sur les prestataires a contribué à favoriser l'inclusion financière, elle a ignoré les problèmes sous-jacents. Les bailleurs n'ont pas suffisamment cherché à comprendre les besoins des clients, à promouvoir des environnements réglementaires favorables, à renforcer l'infrastructure des marchés, autant de mesures nécessaires pour créer les conditions, les outils et les mécanismes de contrôle appropriés pour développer des marchés de services financiers diversifiés, innovants et transparents. Parallèlement, de nombreux PSF continuent de dépendre de subventions, ce qui soulève également la question de la viabilité de l'accès sur le long terme.

Positionnement des programmes d'inclusion financière

La plupart des gouvernements et des organisations de développement soutiennent l'inclusion financière en tant qu'outil pour atteindre des objectifs de développement globaux

et non comme une fin en soi. Une théorie du changement permet d'articuler la façon dont un programme peut favoriser des changements au sein du système de marché et, à terme, contribuer à atteindre les objectifs de développement ciblés. C'est une approximation du processus de changement puisqu'elle articule les hypothèses concernant la façon dont le changement va intervenir, les types de changement attendus et les risques qui pourraient empêcher le programme d'obtenir des résultats. Définir une théorie du changement à l'avance permet de donner une orientation claire au programme d'un bailleur de fonds et contribue à préciser la conception du programme tout en laissant la possibilité d'utiliser des options différentes pendant la phase de mise en œuvre. La théorie du changement définit la portée du processus de diagnostic et fournit une base pour la conception des cadres de suivi et d'évaluation.

- **Au plus haut niveau**

La théorie du changement doit établir clairement le ou les objectif(s) de développement en termes d'impact visé sur le groupe cible, défini en tant que segment du marché (femmes, jeunes, petits exploitants agricoles, petites et moyennes entreprises, etc.) et/ou désignation géographique (p. ex. pays, région, district, etc.). Les bailleurs de fonds doivent s'appuyer sur le nombre croissant de données confirmant que l'inclusion financière a un impact positif sur plusieurs indicateurs microéconomiques, parmi lesquels l'emploi indépendant, la diversification des activités commerciales et l'investissement, et indiquant qu'elle affiche une corrélation positive avec certains indicateurs macroéconomiques comme la croissance économique et la réduction des inégalités. La théorie du changement doit être alimentée par les données démographiques et économiques disponibles, des études de marché et des évaluations de programmes similaires.

- **Au niveau suivant**

Elle doit définir les objectifs d'inclusion financière spécifiques auxquels le programme cherche à contribuer (p. ex. amélioration de l'accès, de l'utilisation et de la qualité). Les bailleurs de fonds peuvent utiliser des indicateurs standardisés pour définir les objectifs d'inclusion financière tels que les indicateurs du Partenariat mondial pour l'inclusion financière (GPFI) (p. ex. nombre d'adultes et d'entreprises ayant un compte en banque formel, points de service, etc.) (GPFI, 2012).

- **Au niveau inférieur**

La théorie du changement doit identifier les transformations systémiques qui permettront d'atteindre les objectifs d'inclusion financière visés. Elle précise ce qui

fonctionnera mieux ou différemment au sein du système de marché suite aux interventions soutenues par le bailleur (p. ex. une meilleure application des principes de protection des consommateurs et des normes de performance sociale, un meilleur partage des informations de crédit, un environnement réglementaire plus favorable, etc.).

- **Le dernier niveau**

Cette théorie doit décrire les interventions qui vont permettre de provoquer ces changements au sein du système de marché (p. ex. innovation produit dans le domaine de la technologie mobile, renforcement des capacités des organismes de réglementation en matière de régimes de protection des consommateurs, etc.). La théorie du changement doit démontrer comment l'intervention du bailleur va apporter les transformations systémiques recherchées plutôt que de fournir ou de financer directement les fonctions de marché manquantes. Étant donné que les systèmes de marché sont complexes et dynamiques, la définition de la théorie du changement pour un programme de système de marché nécessite un plus grand degré d'analyse que les interventions de financement traditionnelles. La théorie du changement nécessite également une certaine flexibilité pendant les interventions afin que les bailleurs de fonds puissent s'adapter et s'ajuster à l'évolution du marché. Les considérations suivantes devraient aider les bailleurs à formuler une théorie du changement pour des programmes qui soient conformes à leur(s) objectif(s) de développement et susceptibles d'entraîner le changement recherché à grande échelle.

- **Clarifier le(s) groupe(s) cible(s) et définir l'impact prévu.**

Les pauvres ne sont pas un groupe homogène. Plusieurs facteurs socioéconomiques, parmi lesquels le genre, la religion, l'ethnicité, la situation géographique, le niveau de pauvreté, l'occupation, etc., déterminent si et comment une personne peut accéder aux services financiers et les utiliser. Par conséquent, les bailleurs doivent identifier un ou des groupe(s) cible(s) ou segment(s) de marché spécifique(s) à soutenir. Il est important que le groupe cible soit assez large pour que le programme ait un impact significatif (p. ex. femmes, jeunes, populations rurales, pauvres économiquement actifs, etc.) mais qu'il présente également des contraintes communes dans l'accès et/ou l'utilisation des services financiers (p. ex. micro ou petits entrepreneurs, employés salariés, petits exploitants agricoles, membres d'un même groupe ethnique ou religieux, personnes déplacées, etc.). La théorie du changement doit identifier les lacunes du marché des services financiers afin de répondre aux besoins du groupe cible et expliquer comment le programme du bailleur va améliorer leur situation économique et sociale. Si, par exemple, un programme est axé sur la réduction de la

vulnérabilité des femmes salariées pauvres, il doit expliquer comment les services financiers peuvent répondre à leurs besoins et comment l'intervention du bailleur contribuera à leur participation aux marchés financiers. Ce programme peut prévoir, par exemple, un soutien au développement de produits axés sur les femmes (y compris des produits d'épargne et d'assurance santé) ou la collaboration avec une organisation de protection des consommateurs afin de lancer une campagne d'éducation financière axée spécifiquement sur les femmes.

• **Définir les limites du système de marché.**

Les limites du système de marché doivent être définies sur la base de sa pertinence pour le groupe cible tout en tenant compte de la stratégie interne, des instruments et de la capacité du bailleur à soutenir l'inclusion financière. Par exemple, un bailleur qui donne la priorité à l'accès des jeunes à la finance peut choisir de définir son système de marché autour de produits d'épargne flexibles pour les jeunes dans une zone géographique donnée comme composante clé de l'utilisation de services financiers plus complexes sur ce segment de marché. La définition des limites du système de marché nécessite de cartographier les différentes fonctions du marché et les acteurs impliqués, au-delà des clients et des fournisseurs, qui influencent la façon dont le segment de marché choisi accède aux et utilise les services financiers.

• **Étudier les systèmes de marché connexes.**

Lorsqu'on analyse les fonctions supports nécessaires pour que l'échange de base marche, il est utile de les traiter comme des systèmes de marché connexe. Il est important de comprendre qui sont les demandeurs et les fournisseurs des fonctions supports et qui paye pour ces fonctions afin de comprendre comment elles peuvent être proposées de façon viable.

Obstacles de l'inclusion financière

L'inclusion financière permet aux pauvres d'avoir accès à toute la gamme des services financiers et de les utiliser. Dans un marché idéal, les consommateurs connaissent leurs besoins financiers ; disposent d'informations et comprennent les services financiers proposés ; sont capables d'accéder, de sélectionner et d'utiliser les services qui répondent à leurs besoins ; et sont protégés en cas de pratiques abusives par les prestataires. Parallèlement, les prestataires comprennent les caractéristiques et le potentiel des clients pauvres et à faibles revenus, offrent des services qui répondent aux besoins des clients, appliquent des modèles économiques viables qui leur permettent de croître et d'innover et agissent de façon responsable envers leurs clients, leurs concurrents et l'environnement. Pourtant, dans la

réalité, des contraintes spécifiques empêchent une corrélation efficace entre l'offre et la demande de services financiers, ce qui limite l'accès et l'utilisation des services disponibles. Le processus de diagnostic vise à identifier les obstacles auxquels les clients et les prestataires sont confrontés et qui sont souvent liés à des lacunes dans les fonctions supports ou à des règles et normes défavorables.

Caractéristiques de la demande

Certaines des contraintes qui limitent l'accès et l'utilisation des services financiers sont liées aux caractéristiques et au comportement financier des personnes pauvres et à faibles revenus. Au cours des dernières décennies, les études sur la demande, y compris les agendas financiers, Findex, Fin Scope et l'expérience cumulée des prestataires aux services financiers (PSF) au service des pauvres, ont contribué à mieux comprendre le comportement financier des pauvres et la façon dont ce comportement limite leur accès aux services financiers. Toutefois, les perceptions erronées et le manque de connaissances en ce qui concerne les contraintes qui sont directement liés à la position des pauvres sur le marché persistent et doivent être prises en compte lorsqu'on analyse les services financiers destinés aux pauvres. Ces caractéristiques sont les suivantes :

- **Le manque de confiance dans les services et prestataires financiers formels.**

Dans les pays où les institutions financières s'adressent traditionnellement aux clients plus aisés, les personnes pauvres et à faibles revenus sont souvent intimidées par la formalité des installations de la banque qu'elles considèrent comme ne leur étant pas destinées ou par le personnel qui pourraient leur manquer de respect. Les cas de traitements injustes ou d'escroqueries alimentent la méfiance et la crainte envers les institutions financières formelles. Une relation financière se base sur la confiance et celle-ci est difficile à établir si les clients perçoivent un énorme fossé entre eux et le prestataire. Le manque de confiance est également l'un des facteurs qui limite l'adoption et l'utilisation des services financiers numériques et peut expliquer le nombre élevé de comptes inactifs et la dépendance des clients sur les transactions de gré à gré, même si les agents commettent de nombreux abus.

- **Facteurs culturels, sociaux et démographiques.**

En fonction du contexte, certains segments de la population sont confrontés à des contraintes supplémentaires pour accéder et utiliser les services financiers qui sont basées sur leur religion, leur ethnicité, leur sexe, leur âge ou d'autres facteurs sociodémographiques. Ces contraintes peuvent être liées à des règles formelles (p. ex. âge minimum pour ouvrir un compte en banque, obligation pour les femmes d'obtenir la signature de leur mari pour des

transactions financières, garanties formelles, identification nationale, etc.), des pratiques religieuses (p. ex. recevoir des intérêts est mal vu dans certaines croyances), ou des normes informelles dictant ce qui est socialement acceptable (p. ex. les femmes peuvent ne pas vouloir être vues aller en ville seule pour se rendre dans une banque).

- **Le manque d'informations sur les prestataires et les services.**

De nombreux clients potentiels n'ont pas accès aux informations pertinentes sur les services financiers disponibles, les modalités ou la fiabilité des prestataires. Les clients inexpérimentés qui ont tendance à ne pas comprendre les avantages et les risques des services financiers formels ne peuvent pas connaître tous les différents prestataires sur le marché. Les circuits de communication numériques peuvent combler certaines lacunes en termes d'information mais ils ne concernent pas tout le monde.

- **Des capacités financières limitées.**

Les faibles niveaux de sensibilisation, de capacités de calcul, d'alphabétisation et d'exposition à la technologie limitent l'adhésion des clients. Outre ces facteurs, une compréhension limitée des droits, obligations et avantages des clients rendent ces derniers (en particulier les femmes, les illettrés et les pauvres des zones rurales) plus vulnérables aux pratiques abusives.

Contraintes au niveau de l'offre

De nombreux prestataires des services financiers (PSF) répondent avec succès aux besoins spécifiques des clients à faible revenu. Par exemple, le modèle économique de la microfinance appliqué par les institutions financières spécialisées dans l'offre de produits destinés aux pauvres a contribué à créer un nouveau type de relation avec les personnes pauvres et à faibles revenus, permettant de gagner leur confiance et de répondre à certains de leurs besoins financiers. En prouvant que les pauvres étaient prêts et capables de payer pour des services financiers, les pionniers de la microfinance ont démontré que des services financiers inclusifs pouvaient être proposés de manière commercialement viable. Une gamme diversifiée de prestataires, parmi lesquels des banques, des organisations non gouvernementales (ONG), des coopératives de crédit, des institutions financières non bancaires, des banques rurales ainsi que des banques d'épargne et postales, offre désormais des services financiers aux personnes pauvres et à faibles revenus ainsi qu'aux petites entreprises. Les opérateurs de téléphonie mobile et les détaillants sont de plus en plus impliqués dans l'offre de services financiers aux pauvres, les innovations technologiques ayant également créé de nouvelles opportunités de réduction des coûts et de renforcement de

la portée grâce aux services financiers numériques. Pourtant, les contraintes auxquelles sont confrontés les prestataires des services financiers empêchent encore d'avoir une offre de services financiers plus adaptée aux pauvres, y compris les suivantes :

- **Une capacité institutionnelle limitée.**

De nombreux PSF qui ont été créés ou qui sont entrés sur le marché pour atteindre des objectifs sociaux manquent de vision stratégique, de leadership et des capacités internes indispensables pour innover et développer des services destinés aux nouveaux segments du marché ou qui créent de la valeur pour les clients. De faibles structures de gouvernance, des systèmes de gestion des risques défaillants et l'absence de vision stratégique et de leadership figurent parmi les contraintes de capacité les plus courantes pour les prestataires des services financiers.

- **Une faible proposition de valeur pour les clients.**

Les personnes pauvres et à faibles revenus ont des besoins financiers diversifiés pour gérer leur vie personnelle et professionnelle qui, dans la plupart des cas, ne peuvent être satisfaits par les services financiers standards qui sont conçus pour des clients bénéficiant de sources de revenus stables. Les PSF se concentrent généralement sur le financement des fonds de roulement pour les micro entrepreneurs, des commerçants pour la plupart, et ne répondent pas aux besoins financiers des autres segments de la population (petits exploitants agricoles, pêcheurs, travailleurs occasionnels, jeunes, etc.). Par conséquent, les pauvres continuent d'utiliser des services financiers informels, comme les associations rotatives d'épargne et de crédit ; les hawalas pour le transfert d'argent ; l'or ou le bétail comme forme d'épargne ; et les espèces comme unique forme de paiement. Les offres de PSF formels devraient créer de la valeur pour les pauvres en termes de fiabilité, d'accessibilité, de flexibilité et de coûts. Elles devraient connaître la diversité des besoins des populations pauvres et à faibles revenus qui dépendent de différents moyens de subsistance et qui ont besoin de services financiers non seulement en tant qu'investissements productifs mais aussi et surtout pour répondre à leurs besoins quotidiens.

- **Des circuits de distribution peu développés.**

Il convient de rappeler que 75 % de la population mondiale pauvre vivent dans des zones rurales qui comptent moins de points d'accès aux services financiers et où les contraintes de mobilité et les mauvaises infrastructures rendent difficiles et coûteux les déplacements vers le point d'accès le plus proche (BANQUE MONDIALE, 2008). Les services des finances numériques et les modèles d'agents bancaires réduisent les coûts et

permettent donc d'étendre la portée des services. Toutefois, l'activité des PSF repose toujours sur les réseaux de succursales classiques et il serait trop coûteux de les étendre jusqu'aux zones isolées. Par ailleurs, même les prestataires qui ont commencé à utiliser des agents remettent en question la viabilité de ce modèle dans les zones isolées et à faible densité de population.

- **Une compréhension limitée des opportunités de marché.**

Malgré l'augmentation du nombre de données disponibles sur le potentiel des marchés de services financiers à faibles revenus, de nombreux acteurs commerciaux ne voient pas l'intérêt de couvrir ces segments du marché, n'ont pas la compréhension nécessaire du comportement financier de ces clients et n'investissent pas dans leurs propres études de marché. Par conséquent, ces prestataires continuent de desservir des segments de clientèle qui nécessitent une adaptation limitée de leurs produits standards et ils ne cherchent pas à élargir leurs activités à de nouveaux segments du marché.

- **Manque de motivation pour innover.**

De nombreux PSF sont soit trop petits soit ne voient pas les avantages liés à un investissement conséquent dans l'innovation produit pour servir les clients à faibles revenus. Par ailleurs, les PSF ont tendance à sous-estimer les alternatives dont disposent les personnes pauvres et n'investissent pas suffisamment pour développer de nouveaux services créant plus de valeur pour le client.

- **Des pratiques commerciales prédatrices et irresponsables.**

La concurrence peut créer une dynamique positive pour le développement du marché mais elle peut également aboutir à l'adoption de pratiques qui sont potentiellement néfastes pour les pauvres s'il n'existe pas de mécanismes en place pour protéger les consommateurs. Sur certains marchés, les prestataires ont développé des pratiques de prêts voraces et déployés des efforts de collecte immoraux qui ont entraîné une surchauffe des marchés de crédit et exacerbé la méfiance des consommateurs. Les risques liés aux SFN, y compris la fraude, les abus commis par les agents ou les pannes de réseau, sont néfastes pour les clients et sapent la confiance dans les services financiers.

- **Manque de capital.**

L'innovation et la croissance du marché des services financiers nécessitent des ressources financières, des connaissances et des compétences que nombreux prestataires travaillant sur les marchés financiers à faibles revenus ne possèdent pas. Sur de nombreux marchés, les prestataires des services des finances ont du mal à accéder à des capitaux

d'investissement ou à des financements pour pouvoir tester de nouvelles idées de produits, former leur personnel aux nouvelles pratiques commerciales axées sur les clients ou tout simplement alimenter leur croissance.

RÉSULTATS ET DISCUSSION

Résultats

Résultats de l'analyse uni-variée des variables qualitatives.

Le tableau 2 infra présente les variables modératrices et celles liées aux caractéristiques sociodémographiques.

Tableau 2. Présentation des variables modératrices et celles liées aux caractéristiques sociodémographiques.

Variabiles	Fréquence (n = 509)	Pourcentage
District		
- Funa	213	41.85
- Lukunga	105	20.63
- Mont Amba	80	15.72
- Tshangu	111	21.81
Sexe		
- Masculin	303	59.53
- Féminin	206	40.47
Age		
De 12 à 24 ans	71	13.95
De 25 à 30 ans	111	21.81
De 31 à 40 ans	185	36.35
De 41 à 50 ans	106	20.83
51 ans ou plus	36	7.07
Nationalité		
- Congolaise	412	80.94
- Etrangère	97	19.06
Niveau d'instruction		
- Sans instructions	28	5,50
- Primaire	128	24,17
- Secondaire et humanité	262	51,47
- Supérieur et universitaire	96	18,86
Statut matrimonial		
- Célibataire	225	44.20
- Marié(e)	176	34.58
- Divorcé/Séparé	74	14.54
- Veuf (ve)	34	6.68

Source : Résultats du terrain, 2023.

Les variables modératrices et celles liées aux caractéristiques socio-économiques sont présentées dans le tableau ci-dessous.

Tableau 3. Présentation des variables modératrices et celles liées aux caractéristiques socioéconomiques.

Variabes	Fréquence	Pourcentage
Profession		
- Commerçant	173	26.92
- Fonctionnaire	132	25.93
- Étudiants	63	12.38
- Libéral(e)	69	13.56
- Autres	108	21.22
Religion		
- Catholique	131	25.74
- Protestante	196	20.83
- Mouvements de réveil	153	30.06
- Musulmane	69	13.56
- Autres religions à préciser	50	9.82
Réseau		
- Vodacom	174	34.18
- Airtel	148	29.08
- Orange	125	24.56
- Africel	62	12.18
Possession compte bancaire		
- Oui	313	61.49
- Non	196	38.51
Facilite l'épargne		
- Oui	292	57.37
- Non	217	42.63

Source : Résultats du terrain, 2023

Les résultats issus des tableaux 2 et 3 montrent que la plupart des personnes enquêtées sont les hommes soit 59,53% des cas et les femmes 40,47% et notre échantillon est composé en moyenne des jeunes (âge moyen estimé est de 40 ans et dévolu plus 51 ans). Les célibataires sont majoritaires soit 44,20% des cas, suivi des mariés soit 34,58% des cas. 51,47% ont atteint un niveau d'études secondaires et humanitaires, suivi du niveau primaire et supérieur ou universitaire soit respectivement 24,17% et 18,86% ; concernant leur profession, 26,92% des commerçants, 25,93% des fonctionnaires de l'Etat, suivi des étudiants ayant leurs unités de production pour se prendre en charge aux frais d'études (12,38%). Concernant la religion, les résultats de ces tableaux indiquent que les mouvements des réveils, les catholiques ainsi que les protestants sont plus sensibilisés à l'utilisation de mobile money soit respectivement 30,06% ; 25,74% et 20,83%. Aussi, par rapport à la couverture des services financiers numériques des entreprises multinationales, il sied de constater que Vodacom couvre ses services à 34,18% suivi d'Airtel soit 29,08% des cas et Orange avec 24,56% de couverture, Africel ne couvre qu'une fine partie, soit 12,18%. Ainsi donc, ce taux de pénétration des SFN réduit l'exclusion financière. Concernant l'accès (comptes bancaires) aux actifs productifs tel que le crédit et l'épargne, les données récoltées

renseignent que plus de 50% soit 61,49 % des sujets enquêtés possèdent au moins un compte bancaire ainsi que, la facilité de l'épargne (57,37%), par contre, nous avons remarqué un faible niveau d'accès au crédit dans le milieu sous études.

Dans le tableau 4 infra, nous trouverons les variables liées à la technologie de mobile money.

Tableau 4. Présentation des variables liées à la technologie de mobile money

Variables	Fréquences	Pourcentage
Utilisation mobile money		
- Oui	440	86.44
- Non	69	13.56
Faible Coût		
- Oui	314	61.69
- Non	195	38.31
Facilité dans les transactions		
- Oui	324	63.65
- Non	185	36.35
Sécurité dans la technologie		
- Oui	320	62.87
- Non	189	37.13
Exclusion bancaire		
- Oui	309	60.83
- Non	199	39.17

Source : Analyse des données du terrain, 2023.

Dans le tableau 4 supra, les résultats indiquent que plus de trois-quarts des sujets enquêtés soit 86.44% utilisent le mobile money dans la ville province de Kinshasa et cela en fonction des avantages que procurent ce service qu'il y a un grand nombre de la population qui a accès à cette nouvelle technologie. Parmi ces multiples avantages, nous avons l'utilisation de mobile money à tout moment et partout, facile d'effectuer les transactions, sécurité de service étant gérer par soi, la réduction de l'exclusion financière, en ce qui est de la raison du faible niveau de l'adoption, nous remarquons que 61,69% des enquêtés fustigent le fait que les coûts de transaction restent faibles. Pour, les raisons de l'adoption soulevées par nos enquêtés, on note la facilité dans les transactions (63,65%), réduction de l'exclusion (60,83%) ainsi que la sécurité de cette technologie (62,87%).

Résultats de l'analyse bi-variée entre deux des variables qualitatives

Les analyses bi-variées mettent en évidence l'existence ou non d'une relation de dépendance entre deux variables. Pour tester l'existence ou non d'une corrélation entre notre variable dépendante et les variables explicatives, nous avons utilisé le test de khi-carré car, ce test est utilisé pour vérifier le degré de dépendance entre deux variables qualitatives.

L'analyse bi-variée entre l'adoption et les variables modératrices est présentée dans les tableaux 5 et 6.

Tableau 5. Analyse bi-variée (Association entre l'adoption et les variables modératrices)

Variables	Proportion adoptants	Chi-2 ou T	Prob.
District		3.8695	0.276
- Funa	189		
- Lukunga	93		
- Mont Amba	65		
- Tshangu	93		
Sexe		0.0596	0.807
- Masculin	261		
- Féminin	179		
Age		3.9462	0.413
- De 12 à 24 ans	58		
- De 25 à 30 ans	101		
- De 31 à 40 ans	158		
- De 41 à 50 ans	106		
- 51 ou plus	36		
Nationalité		0.0024	0.961
- Congolaise	356		
- Etrangère	84		
Niveau d'instruction		8.5742	0.036**
- Sans instructions	27		
- Primaire	100		
- Secondaire	224		
- Supérieur ou universitaire	89		
Statut matrimonial		2.5977	0.036**
- Célibataire	192		
- Marié (e)	152		
- Divorcé/Séparé	68		
- Veuf (ve)	28		

Source : Résultats du terrain, 2023.

Tableau 6. Analyse bi-variée (Association entre l'adoption et les variables modératrices)

Variables	Proportion adoptants	Chi-2 ou T	Prob.
Profession		6.4560	0.168
- Commerçant	127		
- Fonctionnaire	111		
- Étudiant	54		
- Liberal (e)	58		
- Autres à préciser	90		
Religion		13.0259	0.011****
- Catholique	115		
- Protestante	98		
- Mouvements de réveil	121		
- Musulmane	59		

- Autres religions à préciser	47		
Réseau		4.3894	0.222
- Vodacom	156		
- Airtel	121		
- Orange	109		
- Africel	54		
Possession compte bancaire		6.2965	0.012***
- Oui	280		
- Non	160		
Facilité l'épargne		2.9711	0.003***
- Oui	259		
- Non	181		

Source : Résultats du terrain, 2023.

Dans les tableaux 5 et 6, supra les résultats de l'analyse bi-variée issus du test de chi-carré pour les variables qualitatives et le test de Student aux variables quantitatives ou de la régression logistique inhérente à « l'inclusion financière par le mobile money en République Démocratique du Congo » cas de la population de la Ville-Province de Kinshasa. On peut observer que le modèle est globalement significatif au seuil de 1% (soit p-value=0,000). Parmi les variables explicatives positivement associées à « l'inclusion financière par le mobile money en République Démocratique du Congo » cas de la population de la Ville-Province de Kinshasa on a le statut matrimonial, le niveau d'études, la possession d'un compte bancaire, la religion, ainsi que la facilité de l'épargne, et est influencée négativement par le district, le sexe, l'âge, la nationalité, la profession, ainsi que la couverture réseau, étant donné que les probabilité de toutes ces variables explicatives sont supérieurs aux seuils de 1%, 5% et 10%.

Le tableau 7 ci-dessous présente l'analyse bi-variée entre l'inclusion financière et les variables liées à la technologie du mobile money.

Tableau 7. Analyse bi-variée (Association entre l'inclusion financière et les variables liées à la technologie du mobile money).

Variables	Proportion des adoptants	Chi-2	Prob.
Faible Coût		13.0551	0.000***
- Oui	285		
- Non	155		
Facilité dans les transactions		1.7552	0.185
- Oui	285		
- Non	155		
Sécurité		0.0781	0.149
- Oui	282		
Non	158		

Exclusion bancaire		19.0551	0.000***
- Oui	284		
- Non	156		

Source : nous-mêmes sur base des enquêtes sur le terrain à l'aide du logiciel STATA.

Les résultats du tableau 7 prouvent qu'en rapport avec toutes les variables liées à la technologie du mobile money sur l'inclusion financière, on peut observer que le modèle est globalement significatif au seuil de 1% (soit p-value=0,000) du fait qu'au moins deux variables sont associées au modèle. Parmi les variables associées à « l'inclusion financière par le mobile money en République Démocratique du Congo » cas de la population de la Ville-Province de Kinshasa, on peut citer l'exclusion financière ou bancaire et le coût de transactions.

Résultats de l'analyse multi variée des variables d'impact

Nous avons procédé à l'estimation d'un modèle : le modèle logistique binaire. La régression logistique binaire est réalisée pour identifier les différentes variables explicatives de mobile money et leur influence sur l'inclusion financière. Comme nos variables sont majoritairement qualitatives, nous avons utilisé le «probit» mais aussi le «dprobit» pour estimer la contribution à la marge.

Les résultats du modèle probit des déterminants de l'utilisation du mobile money sont consignés dans le tableau 8 infra.

Tableau 8. Résultats du modèle probit des déterminants de l'utilisation du mobile money

Number of obs=507				
Wald chi2 (31)= 102.15				
Prob>Chi ₂ =0.0000				
Pseudo R ² = 0.3567				
Mobile Money	dy/dx	Coef.	Z	Prob.
District	-0.00879	-0.1963	-1.23	0.220
Age	-0.00254	0.0567	-0.30	0.761
Sexe	-0.02274	0.5273	-1.50	0.133
Nationalité	-0.03029	-0.6766	-1.23	0.217
Niveau d'études	0.02377	0.5310	2.38	0.017***
Statut matrimonial	0.00719	0.1607	0.71	0.478
Profession	-0.0091	-0.2034	-1.99	0.047**
Religion	0.0067	0.1514	1.06	0.290
Réseau	-0.0087	-0.0809	-0.49	0.626
Exclusion bancaire	0.0567	1.0986	3.18	0.001***

Faibles coûts	0.0548	1.0600	2.90	0.004***
Facilité des transactions	0.0130	0.2802	0.77	0.440
Élargir les transactions	0.0211	0.4466	1.33	0.185
Système de sécurité	0.0261	0.5427	1.65	0.099
Facture	0.0365	0.8165	2.20	0.028**
Crédit	0.0370	0.7495	2.30	0.022**
Épargne	0.0063	0.1406	0.41	0.685
Transfert d'argent	0.0007	0.0175	0.05	0.957
Possédez un compte bancaire	0.0204	0.4338	1.34	0.182
Application mobile money	0.0571	1.0895	3.13	0.002***
Connaissance MB	-0.0011	-0.0250	-0.17	0.865
Achat en ligne (transaction)	0.1304	2.0201	5.37	0.000***
Inquiétudes sur MM	0.0478	0.9181	2.56	0.011***
Qualité du service	-0.1216	-0.1216	-0.33	0.739
Satisfaction sur la sécurité	-0.0304	-0.7130	-2.15	0.031**
Préférence pour le MB	0.0182	0.3932	1.17	0.244
Frais élevés	-0.0067	-0.1541	-0.41	0.671
_cons.		-3.1602	-2.24	0.025

*significatif à 10%, **significatif à 5% et ***significatif à 1%

Les résultats du tableau 8 ci-haut, indiquent que l'ajustement du modèle est bon, car la probabilité associée au test de chi-carré est de 0,000 ou au seuil de 1% pour certaines variables et de 5% pour d'autres avec le pseudo $R^2 = 0.3567$. Il sied de noter que le pseudo R^2 n'a pas la même signification que le coefficient de détermination du modèle de régression estimé avec la méthode des moindres carrés ordinaires, et que sa faible valeur ne met pas en cause la qualité d'ajustement du modèle.

Concernant les facteurs déterminants l'utilisation du mobile money dans la ville province de Kinshasa les résultats du modèle attestent que l'adoption de mobile money dans cette partie de la ville de Kinshasa est plus influencée par les variables modératrices telles que : le niveau d'études secondaire, primaire et supérieur et universitaire, la profession, l'exclusion bancaire, le faible coût de transaction, l'application du réseau, l'achat en ligne par le mobile money, l'inquiétude liée à la sécurité, la facturation, l'accès au crédit ainsi que la satisfaction liée au SFN influencent positivement sur « l'inclusion financière par le mobile money en République Démocratique du Congo » cas de la population de la Ville-Province de Kinshasa. Par contre, d'autres variables liées à la technologie du mobile money ne semblent pas avoir de l'influence sur l'adoption.

Discussion

Les résultats trouvés dans cette recherche attestent que les hommes adoptent plus le mobile money que les femmes. Ces résultats vont dans le même sens que le signe attendu. Aussi, les travaux empiriques sur l'inclusion financière par des nouvelles technologies prouvent que les femmes souvent dépourvues de certains moyens de subsistance n'arrivent pas à investir dans l'amélioration de leur terre ou parce qu'elles ne disposent pas suffisamment d'énergie pour certaines technologies consommatrices en facteur travail comme les technologies.

Concernant l'âge, dans notre étude nous avons trouvé un signe positif et significatif entre la variable âge et l'inclusion financière par le mobile money. En d'autres termes, l'inclusion financière croît avec l'âge, ou plus l'âge augmente plus on a tendance à adopter le mobile money. Ceci peut s'expliquer par le fait que ces sont les plus âgés qui ont un revenu supérieur aux moins âgés. En effet, l'horizon de planification plus long pour les jeunes par rapport aux plus âgés est important pour bénéficier des avantages de la technologie. Par contre, l'âge a révélé une influence négative sur l'adoption des technologies, ceci traduirait le fait que les producteurs jeunes adoptent les nouvelles technologies que les plus âgés (TEKLEWOLD and KOHLIN, 2011; ASHOORI et al., 2016).

L'éducation a été trouvée comme facteur déterminant de l'inclusion financière par de mobile money et ceci confirme notre hypothèse sur la variable niveau d'études. Nos résultats corroborent ceux de nos prédécesseurs à l'instar de ZEWELD et al. (2018) qui soutiennent que le niveau d'études permet de mieux percevoir les fonctionnalités ainsi que l'importance d'une nouvelle technologie quel que soit le domaine. Ces résultats laissent entendre que la réussite du processus de bancarisation en RDC doit être associé à des campagnes d'éducation financière auprès des toutes les couches sociales, car beaucoup de congolais restent sous instruits.

Par rapport à nos attentes, une relation a été trouvée entre la variable religion et l'inclusion financière par le mobile money par les habitants du district de FUNA, MONT-AMBA, de LUKUNGA et de la TSHANGU. Par contre, WOSSEN et al. (2013) considèrent la religion comme un capital relationnel d'appartenance qui peut affecté positivement ou soit négativement le comportement des adoptants, c'est ainsi que dans notre études, nous prédisons les signes plus ou moins. Nos résultats corroborent ceux de MUKWATIUDUKAYENDJI PASCAL (2019 et 2023) et NEMI MARIE PAULE (2019) qui soutiennent que la religion permet de mieux percevoir les fonctionnalités ainsi que

l'importance d'une nouvelle technologie quel que soit le domaine et surtout dans l'entrepreneuriat.

Le revenu a aussi joué un rôle capital dans l'adoption de technologies de GDT (ASHOORI et al., 2016). Un haut revenu a encouragé l'adoption de technologies de conservation (ASHOORI et al., op cit) parce qu'un revenu élevé permet de faire face aux dépenses liées aux opérations culturelles et à la mise en place des technologies onéreuses. Dans notre étude, aucune relation n'a été trouvée entre le revenu et l'adoption de mobile money.

Dans le cadre de notre étude, nous avons défini le coût de transaction perçue comme la mesure dans laquelle une personne croit que l'utilisation des services financiers numériques via le mobile money coûtera cher (LUARN et LIN, 2005). De nombreuses échelles de mesure sont proposées par des études antérieures (VENKATESH et al., 2012), nous avons retenu l'hypothèse proposée par LUAN et LIN (2005) et un item de SRIPALAWAT et al. (2011), selon lequel l'augmentation de coût de transaction réduit l'inclusion financière de mobile money. Par ailleurs les résultats de nos analyses ne confirment pas l'hypothèse selon laquelle l'inclusion financière de mobile money est expliquée par le coût de transaction.

La question de la sécurité et la rapidité dans l'environnement virtuel en ligne constituent des freins majeurs au développement des services en ligne. Le mode / le canal en ligne doit présenter des dispositifs adaptés pour réduire les risques perçus de ce mode et contribuer ainsi à instaurer un climat de confiance. Le terme de sécurité recouvre la sécurité sur les données personnelles (la protection des données personnelles) qui constitue un élément majeur pour les clients cherchant souvent la confidentialité de leur données (AGARWAL et al., 2009). Cependant, HOFFMAN et al. (1999) remarquent que certains utilisateurs refusant de fournir des informations personnelles seraient prêts à le faire si le site expliquait comment ces données sont employées. Ainsi, dans le cas de notre étude la sécurité tout comme la rapidité ne semble pas jouer un rôle de déterminant de l'inclusion financière de mobile money par les habitants des quartiers périphériques de la ville de Kinshasa.

L'accès au crédit a été rapporté dans plusieurs études menées dans plusieurs régions du monde comme un facteur clé favorisant l'inclusion financière de technologies (NKOMOKI et al., 2018; ZEWELD et al., 2018). Par contre, le crédit permet de lever la contrainte capitale pour l'investissement dans les technologies dont les coûts initiaux de réalisation sont souvent élevés, nos évidences empiriques ne valident pas cette hypothèse.

Implications et limites

De cette recherche découle les recommandations ci-après :

La limite principale de ce travail est le fait que l'estimation du modèle se base sur les données fournies par les enquêtés, qui, faute de noter les faits, pourrait introduire des biais par déficience de la mémoire. Ces limites qui peuvent servir de pistes de réflexion et des futures recherches.

En effet, les données utilisées sont en coupe instantanée par conséquent ne permettent pas de saisir l'ampleur de l'inclusion financière par le mobile money dans une perspective dynamique. Aussi, les variables macroéconomiques et les mesures de monnaie (le revenu, le taux d'inflation, taux de croissance économique, le taux d'intérêt directeur, l'équilibre extérieur, le plein d'emploi, la monnaie centrale ou base monétaire « M_1 au sens strict », la masse monétaire au sens large « M_2 » et la masse monétaire au sens plus large « M_3 ») n'ont pas été prises en compte dans l'explication de l'inclusion financière par le mobile money, appelées également les variables non contrôlées dans le modèle. Pour améliorer le niveau d'accès aux nouvelles technologies de manière générale, soit de mobile money en particulier, les entreprises multinationales de télécommunication ainsi que les autres acteurs de ce secteur doivent mettre en place les campagnes de sensibilisation sur le mode de fonctionnement ainsi que les avantages de cette nouvelle technologie. Les banques aussi doivent améliorer le niveau de connexion ainsi que le mode de fonctionnement de mobile money.

CONCLUSION

Nous voici arrivé au bout de cette recherche qui a porté sur « l'inclusion financière en République Démocratique du Congo : Déterminants de l'adoption de mobile money par les ménages dans la Ville-Province de Kinshasa ». L'objectif principal de cette étude consistait à analyser les services mobiles money sur l'économie congolaise. De manière spécifique, il a été question de démontrer et d'expliquer la manière dont les services financiers mobiles offerts par les banques favorisent l'épanouissement de la RDC via la libre circulation des capitaux. Nous sommes partis des questions principales suivantes : Les systèmes de paiement par téléphonie mobile, favorisent-ils une réduction de l'exclusion financière en RDC ? Qu'apporte le mobile money dans le système financier congolais ?

Pour atteindre les objectifs assignés à cette recherche, nous avons recouru aux données primaires issues d'une enquête réalisée auprès de 509 personnes tirées à l'aide de la méthode d'échantillonnage non probabiliste. Ces données ont été enrichies par la revue de la

littérature théorique et empirique. L'analyse des données récoltées a été rendue possible à l'aide des outils statistiques et économétriques. Dans sa structure, l'étude est subdivisée en deux points hormis l'introduction et la conclusion générale, le premier point s'attèle à la terminologie et le deuxième présente est consacré à la présentation des résultats et discussions. Après l'analyse des données, les résultats suivants ont été trouvés : Plus de la moitié des sujets enquêtés soit 58.75% utilise le mobile money dans le milieu sous études. Concernant les facteurs déterminants l'adoption du mobile banking dans le district de la Tshangu, les résultats du modèle probit attestent que l'adoption de mobile banking dans ce district est plus influencée par les variables modératrices telles que : l'âge, le sexe, le niveau d'études ainsi que la possession d'un compte bancaire. Par contre les variables liées à la technologie du mobile banking ne semblent pas avoir de l'influence sur l'adoption.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- AGARWAL, S., DRISCOLL, J.C., GABAIX, X. and LAIBSON, D. (2009). *The age of reason : financial decision over the life-cycle with implications for regulation*. Brooking papers on economic activity.
- ASHOORI, D., ASGHARI, B., ALLAHYAIR, M.S. and MICHAILIDIS, A. (2016). Understanding the attitudes and practices of paddy farmers for enhancing soil and water conservation in Northern Iran. *International Soil and Water Conservation*.
- BRACK, E. (2013). Innovation et bancarisation étude de cas : mobile banking, *Africa Banking Forum*, Abidjan.
- DEENA, M. BURJORJEE et BARBARA SCOLA (2015). Une approche systémique de l'inclusion financière. Guide à destination des bailleurs de fonds. CGAP Banque mondiale.
- GPMI (Global Partnership for Financial Inclusion). (2012). « The G20 Basic Set of Financial Inclusion Indicators. » <http://www.gpmi.org/featured/g20-basic-set-financial-inclusion-indicators>.
- HOFFMAN, D.L., NOVAK, T.P. and PERALTA, M. (1999). Building consumer trust online. *Communication of the ACM*, 42, 80-85.
- JOSE MUANDA, W. (2014). *Analyse du nouveau code en RDC* (Mémoire inédite). UNIKIN.
- KLAPPER, L., LUSARDI, A. and VAN OUDHEUSDEN, P. (2015). *Financial Literacy around the World*. Washington DC: Standard & Poor's Ratings Services Global Financial Literacy Survey.

- LUARN, P. and LIN, H.H. (2005). Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. *Computers in Human Behavior*, 21, 873-891. <https://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2004.03.003>
- MWARABU, A. (2022). « RDC : Inclusion financière par le mobile banking ».
- NKOMOKI, W., BAVOROVA, M. and BANOUT, J. (2018). Adoption of sustainable agricultural practices and food security threats : Effects of land tenure in Zambia. *Land use policy*. Vol 78.p.532-538.
- ROGERS, E.M. (1962). *Diffusion of Innovations*, 1st ed. New York : Free Press.
- SRIPALAWAT; J and al. (2011). M-banking in metropolitan Bangkok and a comparison with other countries. *The journal of computer information systems*, vol 51, n°3, 67-76.
- STEIN PEER, TONY GOLAND, AND ROBERT SCHIFF. (2012). « *Two Trillion and Counting*. » Washington, D.C.: IFC and McKinsey. http://mckinseysociety.com/downloads/reports/Economic-Development/Two_trillion_and_counting.pdf.
- TEKLEWOLD, H and KOHLIN, G. (2011). Risk preferences as determinants of soil conservation decisions in Ethiopia. *Journal of soil and water conservation*. 66(2). 87-96.
- VENKATESH, V., MORRIS, M.G., DAVIS, G.B. et DAVIS, F.D. (2012). «User Acceptance of Information Technology: Toward a UnifiedView». *MIS Quarterly*, vol°27, n°3.
- VARIA, inclusion financière, in consulté le 27/03/2023 à 21h21.
- WOSSEN, T., ABDOULAYE, T., ALENE, A., HAILE, G.M., FELEKE, S., OLANREWAJU, A. and MANYONG. V. (2013). Impacts of extension access and cooperative membership on technology adoption and household welfare. *Journal of rural studies*. <https://dx.doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.06.022>
- ZEWELD, W., HUYLENBROECK, G.V., TESFAY, G., AZADI, H. and SPEELMAN, S. (2018). Impacts of sociopsychological factors on actual adoption of sustainable land management practices in dryland and water stressed areas. *MDPI*. <https://dx.doi.org/10.3390/su10092963>