

Le fonctionnement de M-Shwari : état des lieux

Tamara Cook et Claudia McKay

Les auteurs du présent rapport sont Tamara Cook, chef de l'innovation numérique, FSD-Kenya, et Claudia McKay, spécialiste senior du secteur financier, CGAP.

Remerciements

Le présent rapport a été réalisé conjointement par le CGAP et FSD-Kenya. Les auteurs tiennent à remercier Anastasia Mirzoyants, d'InterMedia, et Julie Zollmann, de Bankable Frontier Associates, dont les recherches et les observations pertinentes ont largement contribué à la qualité de leurs analyses. Eric Muriiki et son équipe de la Commercial Bank of Africa (CBA) ont fourni des données et apporté des éclaircissements importants. Rafe Mazer, du CGAP, a partagé les résultats de ses propres recherches et a contribué à toutes les étapes de la préparation du rapport, tandis que David Ferrand et Victor Malu, de FSD-Kenya, ont fourni des données utiles. Les auteurs remercient enfin Greg Chen, Amrik Heyer, Kate McKee, Michael Tarazi et Edoardo Totolo pour leurs analyses et leurs commentaires pertinents.

© 2015

Groupe consultatif d'aide aux populations les plus pauvres (CGAP)
et Financial Sector Deepening (FSD)
1818 H Street NW, MSN P3-300
Washington DC 20433

Internet : www.cgap.org
Courriel : cgap@worldbank.org
Téléphone : +1 202 473 9594

Droits et licences

L'utilisation de cet ouvrage est soumise aux conditions de la licence Creative Commons Attribution 3.0 Unported license (CC BY 3.0) <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0>. Conformément aux termes de la licence Creative Commons Attribution (paternité), il est possible de copier, distribuer, transmettre et adapter le contenu de l'ouvrage, notamment à des fins commerciales, sous réserve du respect des conditions suivantes :

Attribution (paternité) — L'ouvrage doit être cité de la manière suivante: Cook, Tamara et Claudia McKay. 2015. « Le fonctionnement de M-Shwari : état des lieux. » Forum 10. Washington, D.C. : CGAP et FSD-Kenya. Licence : Creative Commons Attribution CC BY 3.0

Traductions — Si une traduction de cet ouvrage est produite, veuillez ajouter à la mention de la paternité de l'ouvrage le déni de responsabilité suivant : Cette traduction n'a été réalisée ni par le CGAP ni par FSD-Kenya, et ne doit pas être considérée comme une traduction officielle. Le CGAP et FSD-Kenya ne sauraient être tenus responsables du contenu de la traduction ni des erreurs qui peuvent y figurer.

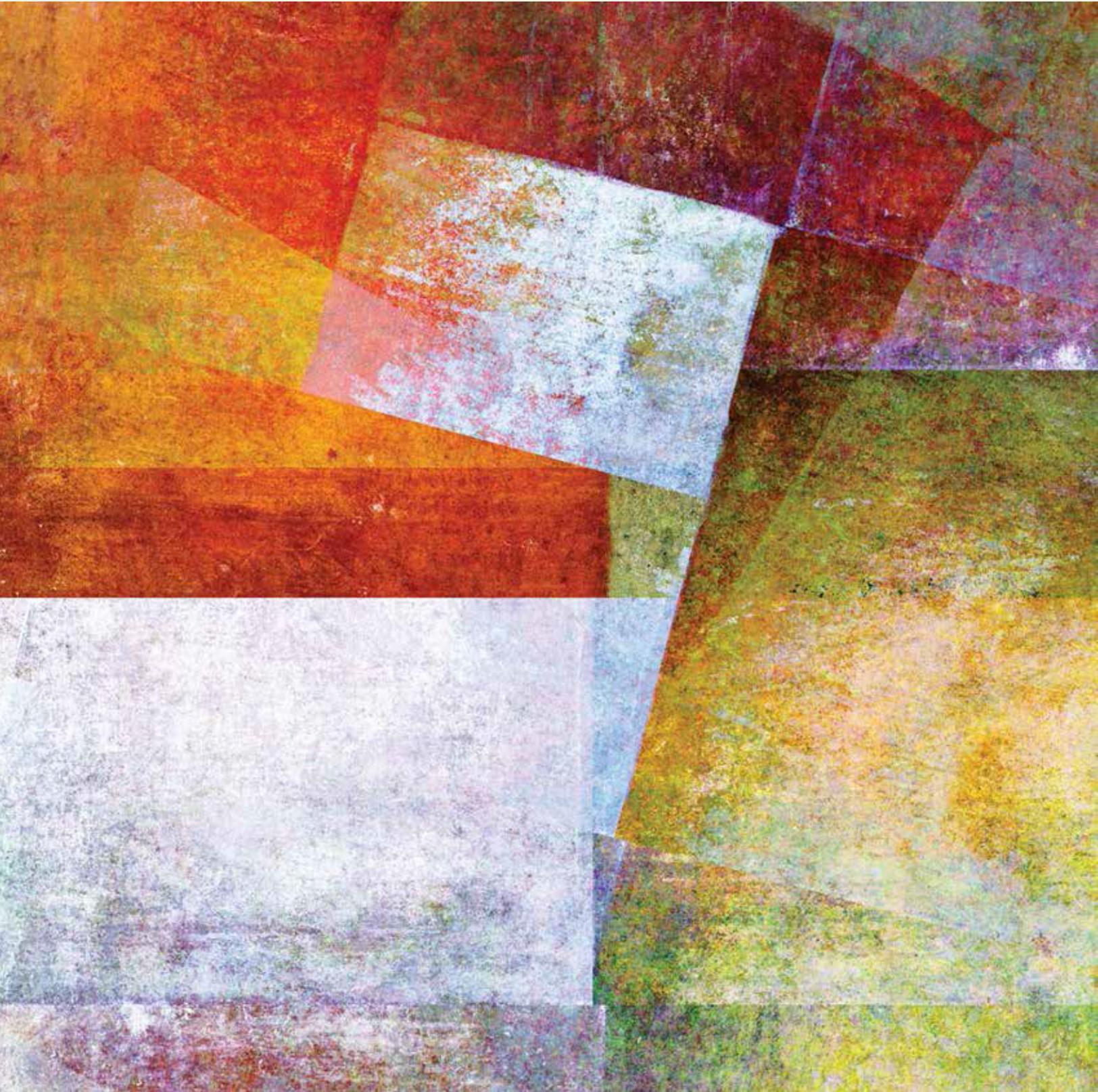
Pour tous renseignements sur les droits et licences, s'adresser à CGAP Publications, The World Bank Group, 1818 H Street NW, MSN P3-300, Washington, DC 20433, USA ; courriel : cgap@worldbank.org.



Table des matières



SECTION 1.	Introduction	1
SECTION 2.	Qu'est-ce que M-Shwari et comment fonctionne-t-il ?	3
SECTION 3.	Qui sont les clients de M-Shwari et comment utilisent-ils le produit ?	7
SECTION 4.	Pourquoi les clients utilisent-ils (ou n'utilisent-ils pas) M-Shwari ?	13
SECTION 5.	Conclusion	17
RÉFÉRENCES		18



Introduction

« Shwari » signifie « le calme » en swahili. Pourtant, M-Shwari, un produit d'épargne et de prêt, a pris d'assaut le marché kényan. Lancé par la Commercial Bank of Africa (CBA) en collaboration avec l'opérateur de téléphonie mobile Safaricom, et utilisant le vaste réseau de services financiers mobiles de ce dernier (M-PESA), M-Shwari a piqué la curiosité des observateurs du secteur des services bancaires par téléphone à l'affût de la prochaine innovation qui pourrait stimuler l'inclusion financière à l'échelle mondiale.

M-PESA est considéré à juste titre comme une réussite d'envergure nationale. Ce réseau est utilisé par les deux tiers des Kényans adultes, compte plus de 80 000 agents, et traite chaque jour des opérations de paiement d'une valeur de près de 20 millions de dollars. Cependant, M-Shwari ouvre de nouvelles perspectives dans le domaine des services financiers numériques en montrant comment on peut utiliser l'infrastructure de la téléphonie mobile pour offrir à grande échelle des produits financiers de plus grande valeur. M-Shwari a déjà offert l'accès à une gamme complète de produits bancaires (y compris les intérêts, l'assurance des dépôts et l'accès au crédit) à des millions de Kényans pauvres qui en étaient jusque-là privés en s'appuyant sur l'infrastructure hors pair de services financiers mobiles M-PESA. M-Shwari est aussi le premier produit bancaire de grande envergure qui se base sur des informations numériques (en l'occurrence, les

données de télécommunications) des clients pauvres et sans compte bancaire d'un marché émergent pour établir et ajuster les limites de crédit. La figure 1 et le tableau 1 mettent en évidence la croissance impressionnante de M-Shwari depuis son lancement en novembre 2012.

Cette réussite est due essentiellement au fait que ce nouveau produit tire les leçons de la façon dont les Kényans à faible revenu gèrent leur argent. Ces derniers s'efforcent en effet constamment de maintenir l'équilibre entre la satisfaction de leurs besoins de liquidités à court terme et leurs besoins de revenus à plus long terme. M-Shwari permet aux clients d'économiser à court terme tout en leur offrant un meilleur accès aux diverses options de crédit à long terme, donnant ainsi à ces derniers le sentiment que leur argent « travaille » pour eux. Le produit est de plus facile à comprendre et très gratifiant puisqu'il récompense rapidement les clients qui se conduisent bien. Le caractère « virtuel » du produit et sa rapidité d'exécution ont certes pour effet d'exacerber les difficultés habituelles que peuvent poser le niveau d'éducation des clients et les exigences relatives à la divulgation des renseignements, mais elles présentent en revanche une voie nouvelle et sans précédent d'accès au crédit à court terme et à des services d'épargne sûrs pour de larges pans de la population qui n'avaient pas jusque-là accès à des services financiers officiels.

FIGURE 1

Croissance des comptes d'épargne M-Shwari (en millions)



Source : CBA (2014)

TABLEAU 1 M-Shwari – statistiques

Nombre total de comptes d'épargnes	9,2 millions de comptes ouverts 7,2 millions de clients individuels 4,7 millions de comptes actifs (90 jours)
Nombre total de prêts	20,6 millions de prêts cumulés depuis le lancement 2,8 millions d'emprunteurs individuels depuis le lancement 1,8 million de prêts actifs en décembre 2014
Montants déposés	1,5 milliard de dollars déposés depuis le lancement Solde des dépôts de 45,3 millions de dollars en décembre 2014
Montants des prêts	277, 2 millions de dollars décaissés depuis le lancement Encours des prêts de 17,7 millions en décembre 2014
Solde moyen des comptes d'épargne	KES 504 (USD 5,56) — tous les comptes KES 911 (USD 10,06) — actifs sur 90 jours KES 1971 (USD 21,76) — actifs sur 30 jours
Prêts improductifs	2,2 % sur 90 jours

Qu'est-ce que M-Shwari et comment fonctionne-t-il ?

M-Shwari est un produit d'épargne et de prêt lancé dans le cadre d'un partenariat stratégique entre la Commercial Bank of Africa (CBA) et Safaricom. Les caractéristiques de base de ce produit sont résumées dans le tableau 2. Le compte M-Shwari est ouvert par la CBA, mais il doit être lié à un compte M-PESA de services financiers mobiles offert par Safaricom. Les dépôts effectués dans le compte M-Shwari et les retraits de ce compte doivent obligatoirement passer par le portefeuille M-PESA.

Bien que les détails du partenariat n'ait pas été rendus publics, Safaricom et la CBA ont chacun leurs atouts respectifs à faire valoir, et partagent les recettes générées par le produit. Safaricom profite de la large place qu'il s'est taillé sur le marché (68 % de la population utilise M-PESA) et fournit à la CBA un accès à ses données sur la connaissance de la clientèle (know-your-customer – KYC) ainsi que des informations sur la consommation de crédits téléphoniques et sur l'historique de l'utilisation de M-PESA. La CBA utilise ces informations aux fins de l'ouverture des comptes et de l'établissement des limites de crédit, et fait la promotion du produit par le biais de campagnes de publicité et de promotion.

TABLEAU 2 Description de M-Shwari

Solde minimal du compte d'épargne	KES 1
Solde maximal du compte d'épargne	KES 100 000 (déterminé uniquement à l'aide des données KYC de M-PESA) KES 250 000 (sous réserve d'un contrôle d'identité) KES 500 000 (sous réserve du contrôle d'une pièce d'identification nationale) Illimité (sous réserve du contrôle du numéro d'identification fiscale)
Taux d'intérêt de l'épargne	2 % : KES 1-10 000 3 % : KES 10 001-20 000 4 % : KES 20 001-50 000 5 % : plus de KES 50 000
Taux d'intérêt du « Lock Savings Account » de M-Shwari	Bonification de 1 % du taux d'intérêt par rapport aux taux susmentionnés
Montant minimal d'un prêt	KES 100
Montant maximal d'un prêt	KES 100 000
Tarifification des prêts	7,5 % (frais de facilitation) (aucun autre frais ni intérêt)
Échéance du prêt	30 jours (renouvelable une fois, sous réserve d'une tarification supplémentaire de 7,5 % applicable à l'encours)
Coût du transfert de fonds entre M-PESA et M-Shwari	Nul
Coût des dépôts dans M-PESA et des retraits de M-PESA	Dépôts gratuits, frais de retrait standard

Source : CBA (2014).

Elle a intégré le menu M-Shwari dans la boîte à outils SIM de M-PESA. La CBA ouvre les comptes d'épargne, accorde les prêts et maximise ainsi ses atouts : système spécial d'information de gestion, respect de la réglementation, analyse de données, communication des rapports au bureau de crédit, et capital pour le financement du portefeuille de prêts. Il importe de souligner qu'elle supporte les risques et absorbe les pertes dues aux prêts improductifs. M-Shwari est promu comme un produit géré par la CBA pour le bénéfice des clients M-PESA de Safaricom.

Caractéristiques du compte d'épargne M-Shwari

Le compte M-Shwari est un compte bancaire assujéti à l'ensemble des dispositions de la réglementation bancaire, y compris l'adhésion à la société d'assurance-dépôts (Kenya Deposit Insurance Corporation – KDIC)¹. Les comptes M-Shwari sont recensés dans les états financiers de la CBA et font l'objet d'un suivi assuré par un système spécial lié aux données de Safaricom et au système bancaire central de la banque. Tous les dépôts effectués dans les comptes M-Shwari et tous les retraits de ces comptes sont gratuits pour les clients. Cependant, les transactions sur le compte bancaire mobile M-PESA, y compris les virements de personne à personne, les transferts à d'autres banques et les retraits d'espèces font l'objet d'une tarification standard². Même s'il s'agit de comptes bancaires, l'accord conclu avec Safaricom interdit les transferts entre les comptes M-Shwari ou entre ces derniers et d'autres comptes bancaires de sorte que tous les fonds déposés ou retirés doivent transiter par M-PESA.

Comme tous les autres types de comptes bancaires Kényans, le compte M-Shwari doit respecter les règles concernant le contrôle de l'identité des clients conformément aux principes KYC. Cependant, dans le cas de M-Shwari, la CBA procède à ce contrôle par voie numérique en utilisant les détails stockés dans le système d'enregistrement du numéro de téléphone (SIM) et dans le compte M-PESA, ce qui exige la présentation d'une pièce d'identification. Ainsi, pour une majorité de clients, l'ouverture d'un tel compte (pour plusieurs, le premier compte bancaire de leur vie) prend moins d'une minute. La figure 2 illustre toutes les étapes du processus. Le recours, par M-Shwari, à cette méthode de contrôle de l'identité est jugé conforme aux règles prescrites pour les comptes de petite valeur (niveau 0) par la CBA et autorise le client à conserver dans son compte un montant maximal de KES 100 000. Lorsqu'il est possible de confirmer les détails de l'identification du client par recoupement avec les données du Système intégré d'enregistrement de la population (Integrated Population Registration System – IPRS) géré par l'État (toutes les pièces d'identification nationale sont recensées dans ce système qui couvre la majorité de la population kényanne, et 96 % des comptes M-Shwari ont été identifiés par son biais), le contrôle s'en trouve renforcé et la limite maximale autorisée dans le compte est portée à KES 250 000.

1. La KDIC impose un tarif équivalent à 0,15 % du solde moyen du compte sur un an et assure un montant maximal de 100 000 KES en cas de faillite bancaire.
2. La grille tarifaire la plus récente de M-PESA est disponible à l'adresse suivante : <http://www.safaricom.co.ke/personal/m-pesa/tariffs>.

FIGURE 2

Screenshots: M-Shwari Account Opening Process



Source : <http://cbagroup.com/m-shwari/>

Le client devient en même temps admissible à des prêts de la CBA. Les clients qui soumettent des copies de leurs pièces d'identité à un centre de services Safaricom voient leur limite maximale autorisée portée à KES 500 000 ; ceux qui soumettent en plus des copies de leur numéro d'identification fiscale (numéro d'identification personnel, ou NIP) ne se voient imposer aucune limite. Les limites plus élevées sont pratiques pour les clients – par exemple, des entrepreneurs payés par l'intermédiaire de M-PESA ou qui utilisent le système pour payer d'autres personnes et qui dépassent souvent la limite de KES 100 000 fixée par M-PESA.

Pour ouvrir un compte M-Shwari, les clients doivent accepter de se conformer à un ensemble de conditions énumérées dans un document de neuf pages disponible uniquement sur le web³. Comme la plupart des gens n'ont pas accès à l'Internet par le biais de leur téléphone (ni autrement), la plupart des clients acceptent ces conditions sans accéder au site en question, et même ceux qui ont accès à l'Internet lisent rarement ce document au complet. La plupart des conditions sont énoncées dans un langage juridique

standard comparable à celui utilisé dans beaucoup de documents bancaires. Cependant, le document contient également des informations importantes sur la façon dont les données des clients de Safaricom seront partagées avec la CBA, et autorise cette dernière à fournir aux bureaux d'évaluation du crédit des informations sur l'utilisation que font les clients de leur crédit (comme toutes les banques sont tenues de le faire).

Les sommes déposées au compte M-Shwari portent intérêt à un taux trimestriel qui varie de 2 à 5 % selon le solde quotidien moyen du compte. Ces taux sont très supérieurs à la moyenne pondérée de 1,5 % déclaré par la Banque centrale pour le secteur bancaire kényan, et, fait inhabituel, aucun solde minimal n'est requis.

Outre le compte d'épargne standard, M-Shwari a lancé en juin 2014 un deuxième compte appelé « Lock Savings account ». Ce compte d'épargne immobilisé permet aux clients d'épargner un montant minimal de KES 500 à un taux d'intérêt plus élevé (1 % de plus que les taux du compte M-Shwari pour des dépôts

3. Voir à l'adresse suivante : http://cbagroup.com/downloads/Mshwari_Terms_Conditions.pdf.

égaux ou supérieurs à KES 1 000) assortis d'une échéance optionnelle de un à six mois. Bien que cette option ne figure pas dans le menu M-Shwari, les clients peuvent composer un code USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*)⁴ pour préciser ce qu'ils souhaitent faire et transférer des fonds de leur compte M-Shwari régulier à leur compte M-Shwari immobilisé jusqu'à ce qu'ils atteignent ou dépassent leur objectif. Les dépôts dans ce compte et les retraits de ce compte sont gratuits, mais les clients qui souhaitent faire un retrait précoce doivent attendre deux jours et ne bénéficient alors que du taux d'intérêt régulier du compte M-Shwari. À l'échéance, les fonds sont automatiquement virés du compte Lock Savings au compte M-Shwari régulier. En décembre 2014, 103 000 comptes Lock Savings avaient déjà été ouverts ; plus de la moitié étaient actifs, affichaient un solde moyen de KES 5 984, et visaient à atteindre un objectif moyen de KES 7 656 au terme d'une période moyenne de 4,5 mois.

Caractéristiques du crédit M-Shwari

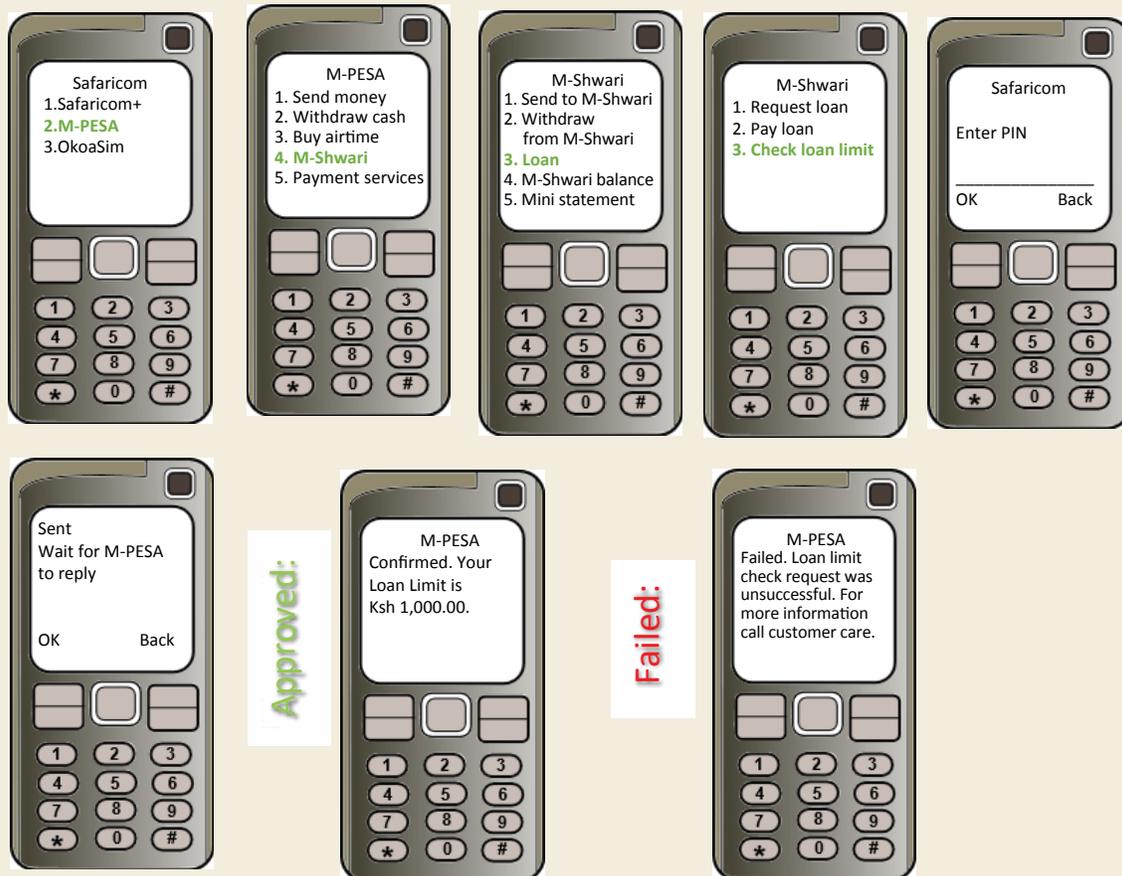
Dès qu'un client a ouvert un compte M-Shwari et déposé au moins KES 1, il peut accéder au menu et choisir la commande

« Check Loan Limit » (vérifier la limite de prêt). La figure 3 explique la marche à suivre. Après avoir composé son NIP M-PESA, le client reçoit un message lui indiquant sa limite de crédit ou l'avisant qu'il n'est toujours pas admissible à un prêt. Certains clients sont admissibles immédiatement, mais d'autres doivent d'abord faire la démonstration de leur solvabilité en établissant de bons antécédents en matière de dépôts, en conduisant des transactions sur M-PESA pendant au moins six mois, et/ou en présentant ou en mettant à jour les renseignements d'identification requis. Les clients doivent apprendre à se fier à leur intuition en ces matières puisque les exigences à remplir ne sont pas communiquées et qu'elles sont constamment modifiées en fonction de l'évolution des algorithmes de notation du crédit.

Le client qui souhaite demander un prêt accède au menu M-PESA, choisit l'option « M-Shwari », puis les options « Loan » (Prêt) et « Request loan » (demander un prêt). Il est alors invité à entrer le montant de prêt désiré qui doit se situer en deçà de sa limite de crédit, puis à entrer son NIP M-PESA. Si la demande est approuvée, le client reçoit les fonds directement dans son compte

FIGURE 3

Screenshots: Checking Loan Limits



4. L'USSD est un protocole servant à la communication avec les ordinateurs de l'opérateur de téléphonie mobile (OTM) qui donne accès à des services automatiques disponibles par le biais d'un menu.

M-PESA et est avisé des frais de facilitation de 7,5 % qui devront être payés à l'échéance du prêt, c'est-à-dire 30 jours plus tard.

Lorsque M-Shwari a été lancé, l'emprunteur voyait un montant égal au montant emprunté « gelé » dans son compte d'épargne M-Shwari en guise de protection contre les défauts de paiement. Cependant, cette mesure a été rapidement changée et ne s'applique désormais que si le prêt accuse un arriéré de plus d'un jour.

Les prêts peuvent être remboursés en tout ou partie n'importe quand pendant la période allouée de 30 jours. Cependant, le montant des frais de facilitation de 7,5 % reste le même dans tous les cas. Les clients sont avisés qu'un remboursement précoce peut les aider à obtenir une hausse de leur limite de crédit. Certains clients remboursent plus tôt afin de pouvoir obtenir un autre prêt puisqu'ils ne sont à tout moment admissibles qu'à un seul prêt actif.

Les prêts qui ne sont pas remboursés au bout de 31 jours sont automatiquement renouvelés pour un mois ; les clients reçoivent un message les avisant que des frais de facilitation supplémentaires de 7,5 % ont été perçus (calculés sur le solde du prêt) et que l'échéance a été reportée au 60^e jour. Ce message les avise aussi pour la première fois que leur cas sera porté à l'attention du bureau de crédit si le prêt n'est pas remboursé. Si le prêt n'est pas remboursé au bout de 62 jours, la CBA recouvre les fonds qui restent dans le compte M-Shwari pour couvrir le montant en souffrance, et avertit le client pour la deuxième fois que son dossier sera porté à l'attention du bureau de crédit en cas de non-remboursement. Au jour 90, la CBA avertit le client fautif pour la troisième et dernière fois. Trente jours après la transmission de cet avis final, le bureau de crédit est averti (comme l'exige la loi) que les paiements exigibles sont en retard de 120 jours et que le compte est en souffrance. Le bureau de crédit conservera pendant cinq ans le dossier de défaut de paiement. Cependant, dès que le solde dû sera remboursé, le statut du prêt sera changé pour indiquer « payé ». Si le solde n'est pas remboursé au bout de 120 jours, la CBA passera la dette par pertes et profits, sans pour autant renoncer à en exiger le remboursement. Les données les plus récentes publiées indiquent que 2,2 % du portefeuille était constitué de prêts improductifs au jour 90⁵.

Il importe de mentionner que le défaut de paiement est pratiquement sans effet sur les rapports entre les clients et le service M-PESA de Safaricom. Les sommes portées au crédit du compte M-PESA ne peuvent être virées ni utilisées pour rembourser un prêt sans le consentement du client. Le service téléphonique Safaricom n'est pas touché, et les crédits téléphoniques ne peuvent servir à rembourser le prêt M-Shwari. Cependant, les clients qui n'ont pas remboursé au bout de 60 jours se voient retirer un privilège offert par Safaricom : Okoa Jahazi, une petite avance de crédits téléphoniques accordée à court terme aux clients lorsque leur solde est épuisé.

Notation du crédit

Depuis le lancement de M-Shwari en novembre 2012, la CBA utilise un algorithme fondé sur l'utilisation des services de Safaricom pour évaluer la solvabilité de ses clients, attribuer les limites de crédit individuelles et prêter aux nouveaux clients.

Comme le système est sans équivalent en Afrique de l'Est (et dans le monde), la CBA avait très peu de précédents sur lesquels baser la conception de son algorithme de notation du crédit. La mise au point de la grille de notation originale s'est appuyée sur les antécédents de remboursement des clients de Safaricom qui utilisaient le service de crédits téléphoniques Okoa Jahazi.

L'algorithme de notation du crédit s'appuie sur un ensemble de variables recueillies auprès de Safaricom et portant sur les crédits téléphoniques et leur consommation, l'utilisation de M-PESA et l'ancienneté des clients. Il est le fruit d'un processus d'élaboration rigoureux. Chaque variable est assortie d'un poids et d'une valeur qui dépendent de son pouvoir prédictif. Les antécédents d'utilisation des services de télécommunication des nouveaux emprunteurs potentiels de M-Shwari sont évalués à l'aune de ces variables aux fins de l'attribution d'une note. Le cumul des notes attribuées pour toutes les variables permet à la CBA de choisir en connaissance de cause les clients qui méritent de se voir attribuer une limite initiale de crédit.

Au terme de ses quelques premiers mois d'utilisation, la première grille de notation ainsi élaborée a donné un taux de prêts improductifs de 6,1 % au jour 90. À mesure que sa clientèle grandissait et qu'il devenait possible de comparer la solvabilité théorique à la performance réelle des emprunteurs de M-Shwari, la CBA a entrepris d'élaborer une grille de notation fondée sur le comportement réel des clients de M-Shwari. Cette nouvelle notation a permis de réduire le taux de prêts improductifs de 2,0 %.

Un an environ avant le lancement de M-Shwari, la CBA, inspirée par sa collaboration antérieure avec FSD-Kenya, a demandé à cette organisation de l'aider à mieux comprendre le marché de masse et ses besoins pour mieux orienter son travail de conception de produits. FSD-Kenya a commandé une recherche sur les clients issus de familles à faible revenu en même temps qu'elle faisait appel à ses propres outils et connaissances et à ceux d'autres personnes-ressources pour orienter la conception et la commercialisation des produits en s'appuyant sur les enseignements tirés du marché cible. Ce soutien technique supplémentaire a permis d'élaborer le modèle de risque de crédit utilisé avant et après le lancement commercial. Pour en savoir davantage sur les clients qui avaient été écartés par l'algorithme de notation du crédit de M-Shwari, la CBA a travaillé avec FSD-Kenya à la réalisation d'une expérience (baptisée « Toboa », ce qui signifie « percée » en swahili) pour mesurer l'efficacité d'une nouvelle grille de notation dans l'évaluation du profil de risque des pauvres dont la demande aurait autrement été rejetée. Les résultats initiaux de cette expérience ont donné à penser que même si ce segment de la population de M-Shwari présentait un risque deux fois plus élevé, une analyse plus détaillée révélait l'existence d'un sous-ensemble de clients potentiellement admissibles aux prêts en tirant parti d'indicateurs supplémentaires, et laissait conclure à la possibilité d'accorder une limite de crédit à un million de clients de plus. Cette nouvelle grille de notation a été mise en vigueur en décembre 2014.

5. Le jour 90 est le 90^e jour après le décaissement du prêt, ce qui signifie que le remboursement accuse un retard de 90 jours. L'échéance des prêts M-Shwari est si courte, qu'une mesure de l'improductivité des prêts fondée sur une échéance encore plus courte que les 90 jours utilisés traditionnellement par les banques commerciales kényannes fournirait peut-être un meilleur aperçu des antécédents de remboursement des clients. La CBA a recours à une telle mesure à des fins de gestion interne, mais n'en publie pas les résultats.

Qui sont les clients de M-Shwari et comment utilisent-ils le produit ?

Plusieurs recherches qualitatives récentes (Mirzoyants-McKnight et Attfield, 2014)⁶ commencent à mettre en lumière des aspects de la clientèle de M-Shwari autres que ceux que laissent deviner les chiffres choc. InterMedia, qui effectue des enquêtes sur l'inclusion financière (Financial Inclusion Insights – FII), a sélectionné 283 clients de M-Shwari à partir de son enquête représentative au niveau national et a tenu des entretiens téléphoniques avec 108 d'entre eux en mai 2014 pour mieux comprendre comment et pourquoi ils utilisent M-Shwari. Le projet Kenya Financial Diaries (KFD) a procédé à un suivi détaillé de toutes les transactions financières effectuées pendant un an (septembre 2012 à août 2013) par 300 ménages à faible revenu, et a examiné comment les 32 personnes qui ont ouvert des comptes M-Shwari pendant cette période les ont utilisés. Enfin, le CGAP a tenu en juillet et en août 2014 des entretiens approfondis⁷ avec 15 clients à faible revenu de M-Shwari de zones urbaines aussi bien que rurales. Malgré la petite taille des échantillons, ces études sont riches d'enseignements et permettent d'en savoir plus sur l'identité des clients de M-Shwari, les raisons pour lesquelles ils utilisent le produit, et la façon dont ce dernier s'intègre dans leur portefeuille financier.

Qui utilise M-Shwari ?

Le programme FII a réalisé deux enquêtes représentatives au niveau national à partir desquelles ont été sélectionnés les clients de M-Shwari. Comme ceux de M-PESA, les clients qui sont les premiers à adopter M-Shwari sont beaucoup plus susceptibles de vivre en zones urbaines, de vivre au-dessus du seuil de pauvreté et de détenir un compte bancaire ; ils sont aussi légèrement plus susceptibles d'être de sexe masculin et d'être âgés de moins de 35 ans.

Le graphique de la figure 4 montre que l'évolution du portrait démographique des clients de M-Shwari semble suivre les mêmes tendances que celle des clients de M-PESA. Les premiers clients de M-PESA étaient mieux lotis et plus susceptibles de détenir un compte bancaire que la population générale, mais les segments pauvres et non bancarisés de la population ont rapidement suivi le mouvement. En 2008, moins de 20 % de la population vivant à l'extérieur de Nairobi avec moins de 1,25 dollar par jour utilisait M-PESA, mais ce pourcentage a graduellement augmenté pour atteindre 72 % en 2011 (Jack et Suri, 2012).

Comment les clients utilisent-ils M-Shwari ?

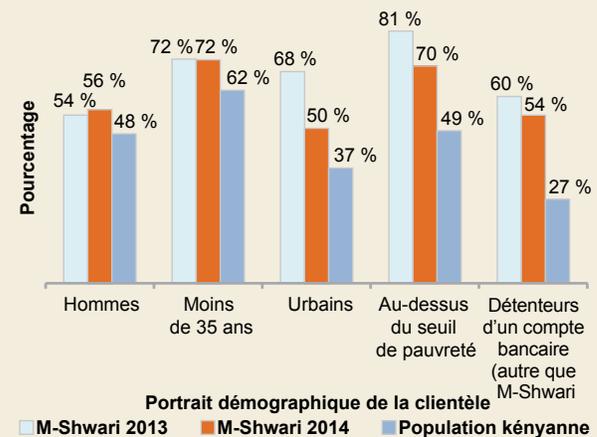
Mieux comprendre les comportements financiers des Kényans à faible revenu

Pour comprendre comment et pourquoi les gens utilisent M-Shwari, il importe de récapituler d'abord ce que nous savons des comportements financiers des Kényans à faible revenu.

Le projet KFD, qui a procédé à un suivi détaillé de toutes les transactions financières effectuées par les ménages pendant

FIGURE 4

Portrait démographique des clients de M-Shwari : évolution de 2013 à 2014, et comparaison avec la population générale



Source : Portrait démographique des clients de M-Shwari tiré des enquêtes FII (sept.-oct. 2013 et sept. 2014). Portrait démographique de la population générale du Kenya tiré des enquêtes FII et FinAccess 2013 — deux enquêtes représentatives au niveau national.

un an, constitue la meilleure source d'informations à ce propos. Il a constaté que les ménages sont constamment à la recherche d'un équilibre entre deux objectifs plus ou moins contradictoires : maintenir une réserve suffisante de liquidités à court terme, et veiller à investir suffisamment à plus long terme pour assurer leur avenir. Comme les ménages conservent une grande partie de leurs épargnes sous forme illiquide (en recourant par exemple à des clubs d'épargne qui ne leur permettent d'accéder à leurs fonds qu'à la fin d'un cycle), ils se trouvent souvent dépourvus des liquidités requises lorsque survient une urgence.

Les ménages kényans sont aux prises avec un grave problème de volatilité tant du point de vue de leur niveau de revenus (+/- 55 % d'un mois à l'autre) que de leurs sources de revenus (le ménage médian a recours au fil d'une année à 10 sources distinctes de revenus). Contraints de composer avec des niveaux élevés d'incertitude, les ménages à faible revenu consacrent beaucoup d'énergie à la recherche de nouveaux moyens d'accroître leurs revenus ou d'obtenir du crédit au besoin — en maintenant des lignes de crédit et en cultivant des relations dont ils pourraient tirer parti au besoin. Ce sont des épargnants actifs qui, selon les conclusions du projet KFD, épargnent plus qu'ils n'empruntent. En fait, le ménage médian détenait l'équivalent de 129 % de ses revenus mensuels sous forme d'actifs financiers, contre 53 % sous forme de

6. Cette étude de Mirzoyants-McKnight et Attfield (2014) est l'enquête FII, réalisé sur M-Shwari au Kenya en mai 2014, à laquelle il est fait référence dans le présent document. On trouvera des détails sur les enquêtes FII à l'adresse <http://finclusion.org/>. Le rapport du projet Kenya Financial Diaries commandé par FSD-Kenya est disponible à l'adresse http://www.fsdkenya.org/pdf_documents/14-08-08_Financial_Diaries_report.pdf. Les transcriptions des entretiens menés par le CGAP ne sont pas publiées.

7. Sauf indication contraire, toutes les citations de clients de M-Shwari reproduites dans le reste du présent document sont tirées des entretiens menés par le CGAP.

passifs, soit plus que ce que l'on observe chez les groupes à faible revenu d'autres pays. Cependant, « les personnes questionnées souhaitaient voir leur argent 'travailler', c'est-à-dire leur procurer des avantages immédiats : leur permettre d'acheter des produits de consommation ou des biens d'équipement, d'obtenir un rendement immédiat, de contracter des emprunts, de permettre à un ami ou à un parent de faire un investissement dès maintenant » (FSD-Kenya, 2014). Pour la plupart des Kényans, les fonds conservés dans un compte bancaire ne répondaient pas à ces besoins.

Les ménages utilisent immédiatement leurs revenus, en veillant dans la mesure du possible à ajuster leurs dépenses en fonction de leurs moyens financiers. Le ménage médian ne conserve que 10 % environ de ses actifs financiers sous forme liquide.

En conséquence, beaucoup de ménages sont mal préparés pour faire face aux situations urgentes ou aux besoins inattendus, et sont incapables de satisfaire à certains besoins importants comme l'achat de médicaments. Trente-huit pour cent ont dû se passer d'un médecin ou de médicaments dont ils avaient besoin au cours de l'année, et 57 % ont été contraints de retirer un enfant de l'école, étant incapables de s'acquitter de leur dette envers leur établissement scolaire. Souvent, les barrières financières étaient petites, même en comparaison avec leurs revenus. Par exemple, Samuel est tombé malade et a dû se rendre à l'hôpital. Sa mère lui a donné KES 5 000, mais ce montant ne couvrait que les frais de transport et de consultation. Il ne pouvait pas se procurer les médicaments prescrits, qui coûtaient KES 500 (l'équivalent de 5 % de ses revenus mensuels) et n'avait toujours pas réussi à faire remplir son ordonnance une semaine plus tard.

En résumé, les Kényans à faible revenu exercent une gestion active de leurs finances ; ils s'efforcent constamment de maintenir l'équilibre entre la satisfaction de leurs besoins immédiats (en veillant à faire « travailler » leurs fonds limités) et les investissements requis pour assurer leur avenir. Ils sont ainsi souvent pris au dépourvu lorsque survient un besoin inattendu, ce qui entraîne parfois des conséquences graves. Dans un tel contexte, comment les clients de M-Shwari ont-ils pu utiliser ce produit pour résoudre certains de ces problèmes ?

Dépôts et épargne

Compte tenu de l'importance qu'attachent les Kényans aux moyens de faire « travailler » leur argent, comment le compte

ENCADRÉ 1

Ouverture d'un premier compte

Plusieurs des personnes questionnées dans le cadre du projet KFD étaient très enthousiastes à l'idée d'ouvrir leur premier compte. Par exemple, Winnie a ouvert son premier compte M-Shwari et y a déposé 25 shillings. Son intervieweur explique : « Elle était heureuse et fière d'elle-même puisqu'elle avait toujours rêvé d'avoir un compte bancaire. Ses faibles revenus l'en avait empêchée jusque-là. De plus, M-Shwari lui permettait d'accéder à son compte en tout temps, sans avoir à se déplacer pour faire des dépôts. »

d'épargne M-Shwari peut-il les aider à y parvenir, et pourquoi préféreraient-ils ce produit au portefeuille M-PESA ? Même si le taux d'intérêt offert est élevé par rapport aux taux pratiqués normalement par les banques kényannes, cette caractéristique ne faisait pas partie des principaux avantages retenus par les répondants aux trois enquêtes précitées. Les répondants attachaient en revanche plus d'importance à la possibilité offerte par M-Shwari d'économiser pour satisfaire à des besoins à court terme, tout en améliorant leur accès au crédit pour l'avenir. Ils appréciaient non seulement la possibilité d'être admissibles à un prêt particulier à court terme, mais aussi d'utiliser un service capable de leur fournir des ressources en cas de besoin, à la manière d'une amitié que l'on nourrit avec un commerçant en songeant qu'il pourrait un jour nous accorder une ligne de crédit en cas de besoin. Ainsi, les épargnants de M-Shwari gardent une partie de leurs fonds sous forme liquide pour parer aux situations d'urgence ou aux besoins à court terme, tout en ménageant des options pour la satisfaction de leurs besoins futurs, ce qui correspond bien à ce qu'ils entendent par « faire travailler son argent ». Les clients apprécient par ailleurs la distance ménagée entre M-Shwari et M-PESA. Ils apprécient que les fonds qu'ils réservent pour l'avenir soient moins visibles et qu'il faille passer par une étape supplémentaire pour y accéder. Ils ont le sentiment que leur argent est ainsi plus à l'abri des voleurs ou des membres de leur famille trop curieux, et que le système les encourage à faire preuve de plus de discipline.

Comme le compte d'épargne M-Shwari a pour principal attrait de réaliser plusieurs objectifs simultanément, en permettant aux clients d'économiser à court terme tout en leur offrant un meilleur accès à diverses options de crédit à long terme, il est difficile de mesurer les raisons qui incitent à l'épargne à l'aide d'un instrument d'enquête. Toutefois, le graphique de la figure 5 démontre que l'enquête FII a effectivement permis de constater que les clients déposent des fonds dans leur compte M-Shwari dans le but principal d'obtenir une augmentation de leur limite de crédit.

Bien que les clients ne comprennent pas les détails du fonctionnement de l'algorithme de notation du crédit, ils savent que leur limite de crédit est liée en partie à leurs habitudes d'épargne et alimentent leur compte dans le but de maximiser leurs possibilités d'emprunt et leur limite de crédit. L'enquête FII a établi que 79 % des déposants actifs avaient emprunté de l'argent au cours des 90 derniers jours. Paul, à Kakamega, encourage ses amis à épargner avec M-Shwari dans ce but précis : « La plupart de mes amis sont curieux de savoir comment je réussis à obtenir des prêts de M-Shwari. Je leur réponds qu'il leur suffit chaque fois qu'ils le peuvent de déposer de petits montants – 500 ou même 200 shillings – dans leur compte M-PESA, puis de transférer cet argent dans un compte M-Shwari ; ils finiront ainsi par atteindre un niveau d'épargne qui les rendra admissibles à un prêt. »

Presque tous les ménages questionnés dans le cadre du projet KFD qui ont ouvert un compte ont fait une demande de prêt. Plusieurs ont vu leur première demande refusée, et la plupart n'ont pas fait de nouvelle demande par la suite, plusieurs allant même jusqu'à retirer la totalité de leurs épargnes. Par exemple, « Sarah a déposé 600 shillings dans son compte M-Shwari dans l'espoir d'obtenir un prêt, mais comme Safaricom a refusé de lui prêter de l'argent, elle a décidé d'envoyer plutôt cet argent à son père. » Ceci donne à penser que certains des comptes M-Shwari pourraient être dormants ou vides.

Figure 5

Principales raisons de déposer des fonds dans un compte M-Shwari



Source : Enquête FII sur M-Shwari au Kenya, mai 2014, N = 594

Bien qu'il existe des « as de l'épargne » (comme Catherine, dont il est question dans l'encadré 2), la plupart des épargnants mettent de l'argent de côté pour pallier aux fluctuations de liquidités à court terme et n'ont pas véritablement d'objectif précis. Ils mettent de côté un minimum de leurs actifs financiers pour pouvoir les conserver sous forme liquide. Plus de 80 % des dépôts et des retraits sont inférieurs à KES 2 500, ce qui met en lumière le caractère limité et éphémère des transactions. Plusieurs des personnes interviewées dans le cadre des trois enquêtes ont déclaré utiliser leurs fonds M-Shwari pour acheter

des crédits téléphoniques lorsque les fonds de leurs comptes M-PESA étaient épuisés. Plusieurs virent régulièrement des fonds supplémentaires de M-PESA à M-Shwari en prévision de besoins futurs. Faith a déclaré : « Oui, lorsqu'il me reste de l'argent, je le transfère ; lorsque j'ai 30, 50 ou KES 100, c'est dans ce compte qu'ils aboutissent. »

Certains clients se sont montrés intéressés à utiliser M-Shwari pour épargner de très grosses sommes d'argent dans un but précis. Un homme de Nairobi a déclaré : « Je souhaite ouvrir un bar à Kisumu. J'ai l'intention d'accumuler KES 150 000 dans mon compte M-Shwari ; cet argent viendra s'ajouter à mes autres ressources. » Pour l'instant, il y a peu de raisons de penser que des clients sont en train d'accumuler de grosses sommes d'argent dans leur compte M-Shwari, et à en juger par la façon dont les ménages pauvres s'y prennent pour cumuler des avoirs au Kenya, M-Shwari risque de ne pas convenir à cette fin. Il sera intéressant d'observer l'évolution du compte Lock Savings, qui a été créé précisément pour répondre aux besoins de cette tranche d'épargnants sérieux.

ENCADRÉ 2

Catherine : un as de l'épargne

Pour quelques-unes des personnes questionnées, M-Shwari représentait un outil d'épargne important. Par exemple, Catherine travaille occasionnellement dans les « godowns » de Mombasa. Parallèlement, elle gère une petite entreprise qui vend du savon. Elle a ouvert un compte M-Shwari en août 2013. Elle dit l'avoir fait surtout par curiosité, et apprécie le caractère privé et abordable de ce produit qui lui permet de gérer ses affaires — et de contracter un prêt, au besoin — par téléphone. À la fin de la période d'étude, elle avait accumulé KES 8 000, ce qui représentait environ 47 % du total de ses actifs financiers. Elle se réservait environ la moitié de cette somme, virée de son compte M-PESA, et transférait le reste à son groupe d'épargne informel. Elle juge désormais que M-Shwari est son outil d'épargne le plus important, bien qu'elle attache toujours une certaine valeur à son groupe d'épargne.

Retraits et emprunts

La CBA dispense chaque jour 50 000 prêts M-Shwari. Pour mettre les choses en perspective, il convient de mentionner que l'étude FinAccess 2013 a révélé que 700 000 personnes seulement (3,6 % de la population) détenaient un prêt bancaire personnel, et que moins de la moitié d'entre elles (310 000, soit 1,6 %) avaient contracté des prêts auprès d'une institution de microfinance (IMF) au début de 2013, à l'époque du lancement de M-Shwari. Le portefeuille de prêts M-Shwari a connu une croissance non négligeable, et ces prêts viennent clairement combler un vide dans le portefeuille financier des clients. Cependant, la taille moyenne des prêts est petite, s'établissant à KES 1 280, et leur échéance n'est que de 30 jours. Comment des prêts si petits et à si court terme peuvent-ils devenir si populaires, et quels besoins contribuent-ils à combler ?

ENCADRÉ 3

Les prêts M-Shwari servent à combler des besoins inattendus de trésorerie à court terme

Les citations suivantes illustrent la diversité des besoins que servent à combler les prêts M-Shwari, notamment en atténuant les effets des variations à court terme des flux de trésorerie :

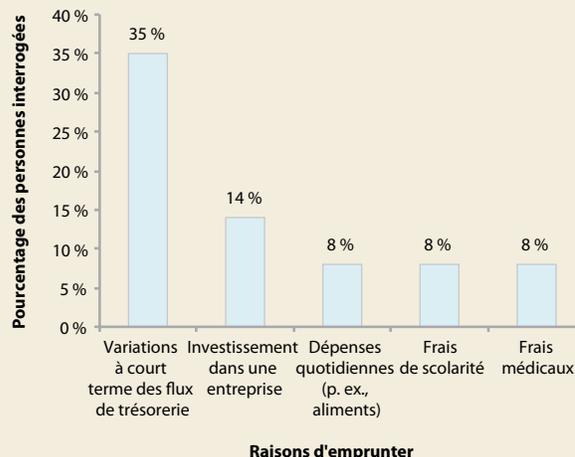
- « Ma paye a été retardée et ma femme de ménage avait besoin d'argent. Alors, j'ai emprunté 3 000 KES, payé ma femme de ménage avec une partie de cet argent, et utilisé le reste pour payer la personne qui emmène mon enfant à l'école sur sa motocyclette. »
- « Je me réveille un bon matin pour me retrouver en pleine crise familiale : les enfants sont grippés parce qu'ils sont asthmatiques comme moi, nous manquons d'argent pour acheter des tickets de bus, ou il n'y a plus de combustible... Et mon mari de s'écrier : 'hé, c'est le moment d'utiliser ton compte M-Shwari !' »
- « C'était le soir et je ne pouvais pas me rendre à la boutique pour acheter des crédits téléphoniques ; alors, j'ai emprunté. »
- « Pour moi, M-Shwari ne sert qu'à faire de petites économies et à emprunter pour acheter des choses comme les crédits téléphoniques ; pas pour les grosses dépenses. »
- « Lorsque j'aperçois quelque chose qui m'intéresse dans la rue, je peux emprunter tout de suite et l'acheter ! »
- « J'étais sorti pour acheter un écran. En arrivant à Kakamega, je me suis rendu compte que cet écran coûtait plus cher que prévu. J'ai donc emprunté KES 3 500 pour combler la différence. »

Comme le laissent constater les exemples énumérés dans l'encadré 3, les prêts M-Shwari servent principalement à gérer les variations à court terme des flux de trésorerie et à faire face à des besoins inattendus. Ils servent à faire de petites réparations, à acheter des crédits téléphoniques, à faciliter les achats impulsifs et à faire face à des situations d'urgence (voir figure 6).

Même lorsque les prêts sont contractés dans le cadre de la gestion d'une entreprise (15 % des clients de M-Shwari possèdent une entreprise ou une boutique), ils semblent servir essentiellement à corriger des problèmes temporaires de flux de trésorerie plutôt qu'à investir à plus long terme. Une des personnes interviewées a déclaré : « Je dirige une entreprise de transport. Il m'arrive de manquer d'argent et de devoir emprunter pour venir en aide à mes chauffeurs quand ils se font arrêter par la police. » Une autre personne œuvrant dans le même secteur raconte : « J'avais besoin de faire effectuer l'entretien de mes trois motocyclettes et je n'étais pas là pour payer le mécanicien. Je ne fais pas suffisamment confiance à mes chauffeurs pour leur confier l'argent nécessaire ; j'ai peur qu'ils le gardent pour eux. Je n'avais pas les fonds nécessaires sur mon compte M-PESA, alors j'ai simplement emprunté l'argent de mon compte M-Shwari pour l'envoyer directement au mécanicien. »

Figure 6

Principales raisons d'emprunter de M-Shwari



Source : Enquête FII sur M-Shwari au Kenya, mai 2014, N = 52.

Enfin, M-Shwari est utilisé en cas d'urgence, et en particulier pour payer des frais médicaux : « Il m'a été utile l'autre fois lorsque mon fils était malade et que je n'avais pas d'argent sur moi. Il saignait du nez abondamment et comme je revenais du marché, je n'avais plus un sou. J'avais besoin de KES 1 000 ; M-Shwari m'a vraiment dépannée. »

Interrogé sur le type d'outil financier auquel il aurait recours en cas d'urgence, Ambrocious a répondu : « Mon téléphone. C'est mon ami le plus fiable quand je suis dans le besoin. »

Plusieurs des ménages questionnés dans le cadre du projet KFD commençaient à peine à utiliser le produit à la fin du projet, mais les premières indications que nous possédons donnent à penser qu'à partir du moment où les clients réussissent à obtenir un premier prêt, il existe de fortes chances qu'ils deviennent des emprunteurs réguliers. Par exemple, Rebecca a emprunté à trois reprises : la première fois pour faire soigner son fils à l'hôpital, et les deux suivantes pour acheter du matériel dont elle avait besoin pour sa petite savonnerie. Raphael a déjà emprunté cinq fois, et il a utilisé l'argent pour payer en partie les coûts de la construction de sa maison à l'intérieur des terres. Il doit déjà de l'argent à plusieurs prêteurs informels, et il espère qu'avec le temps, en augmentant graduellement sa limite de crédit, M-Shwari lui permettra de consolider ses dettes. Les emprunts à répétition risquent d'influer négativement sur une des caractéristiques les plus appréciées de M-Shwari : la disponibilité de fonds en cas de situations inattendues ou urgentes. Si les prêts M-Shwari en viennent à faire partie intégrante du bilan des ménages, ils risquent de ne pas être disponibles comme option de rechange en cas de besoin urgent.

Rôle du centre d'appel dans la gestion du portefeuille

Bien que les prêts M-Shwari soient trop petits pour justifier le recours à des visites personnelles de recouvrement de créances, une équipe spéciale mise sur pied au centre d'appel de Safaricom joue un rôle important en rappelant aux emprunteurs la date d'échéance de leurs prêts et en les encourageant à rembourser dans les délais prescrits⁸. Avant la date d'échéance des prêts, l'équipe

contacte les emprunteurs pour veiller à ce qu'ils comprennent le produit et ses exigences de remboursement. Selon un membre du personnel du centre d'appel M-Shwari, un des aspects importants de cette démarche consiste à renseigner les clients sur le produit et les conditions qui s'y rattachent, et de veiller à ce qu'ils aient bien compris les modalités de remboursement et les pénalités prévues en cas de défaut.

À la date d'échéance des prêts, le centre d'appel contacte les consommateurs pour leur rappeler que le moment est venu de rembourser. Il leur rappelle du même coup les conséquences d'un défaut de paiement, et encourage ceux qui sont incapables de rembourser le prêt entier à faire un paiement partiel afin d'éviter de se retrouver en situation de défaut de paiement et de nuire ainsi à leur capacité future d'obtenir d'autres prêts ou de bénéficier d'autres avantages comme les crédits téléphoniques. On a aussi observé des agents en train d'expliquer aux consommateurs les conséquences à plus long terme d'un défaut de paiement prolongé

— par exemple, transmission du dossier au bureau de crédit. Comme beaucoup de clients connaissent mal les conséquences d'un signalement au bureau de crédit, les agents du centre d'appel ont insisté sur l'importance de contacter directement les clients pour leur expliquer le concept du bureau de crédit et les difficultés que risque de poser pour eux un transfert de leur dossier à un tel bureau. Ces appels s'ajoutent aux messages SMS envoyés aux emprunteurs de M-Shwari à l'approche de la date d'échéance de leur prêt et constituent une solution de rechange intéressante aux procédures traditionnelles de gestion des dossiers des emprunteurs défaillants, qui pourrait s'avérer utile à l'avenir pour la gestion de prêts de faible valeur basés sur le téléphone mobile. Safaricom a en fait décerné un prix à l'équipe du centre d'appel M-Shwari six mois après sa mise sur pied pour le succès remporté dans la réduction du nombre de prêts improductifs.

8. Les informations sur le centre d'appel de M-Shwari ont été recueillies lors des entretiens tenus par le CGAP en mai 2014.

Pourquoi les clients utilisent-ils (ou n'utilisent-ils pas) M-Shwari ?

Avantages

Les trois sources d'informations consultées s'accordent quant aux caractéristiques les plus prisées de M-Shwari (résumées au tableau 3). Premièrement, M-Shwari offre les services bancaires de base (épargne et prêts) dont les clients ont le plus besoin et qui, contrairement à ceux offerts par les comptes de banque classiques, sont faciles à utiliser et accessibles n'importe où et à tout moment. Deuxièmement, ces comptes sont jugés très sûrs, et le degré de séparation supplémentaire ménagé par rapport au compte M-PESA donne aux clients l'impression qu'ils sont plus sûrs et plus confidentiels que M-PESA. Enfin, les clients considèrent que M-Shwari est une source de crédit plus abordable que la plupart des autres sources de prêts comparables.

Tarifcation

Il est intéressant de noter qu'une vaste majorité des personnes qui ont répondu à une question de l'enquête FII portant sur la tarification ont indiqué que le « faible coût des prêts » constituait un des principaux avantages de M-Shwari⁹. Pourtant, les frais de facilitation de 7,5 % perçus par M-Shwari équivalent à un taux de tarification annuel d'environ 90 % (taux forfaitaire de 7,5 % fois 12)¹⁰, soit le double environ du taux annuel moyen pratiqué

par les IMF kényennes. Comment expliquer un tel décalage entre la perception des clients et la réalité ?

Il est possible que les emprunteurs comprennent mal le fonctionnement des taux d'intérêt ou ignorent comment calculer les taux annuels. La structure de tarification de M-Shwari est inhabituelle, et il est très possible que les clients comparent les frais mensuels de 7,5 % de M-Shwari aux taux annuels que les banques sont tenues d'indiquer dans leur publicité, et en déduisent ainsi que les prêts M-Shwari sont moins chers. Il est aussi possible que les clients à faible revenu tiennent compte, dans leur évaluation du coût de leur prêt, des coûts de transaction qui influent considérablement sur le coût des emprunts des personnes pauvres. Or, ces coûts, qui peuvent inclure les coûts du transport, le coût du temps consacré par exemple aux réunions avec le groupe informel ou l'IMF, ou le coût des démarches requises pour rassembler les documents requis (ainsi que certains coûts moins tangibles comme l'atteinte à la vie privée), sont nuls pour la plupart des prêts M-Shwari, à moins que le client ait besoin de retirer des espèces, ce qui l'obligera à se déplacer pour voir un agent ainsi qu'à payer des frais de retrait.

Si un client utilise un prêt M-Shwari pour une situation d'urgence (par exemple, une maladie), le coût d'opportunité associé

TABEAU 3 Principaux avantages de M-Shwari : perception des clients

Caractéristique	Description	Citation
Accessibilité	Les personnes interviewées par le CGAP ont classé M-Shwari au second rang des produits financiers les plus utiles en cas d'urgence (M-PESA se classant premier). Comme M-PESA, M-Shwari est disponible partout et en tout temps, même au milieu de la nuit lorsque les banques sont fermées et les amis et parents au lit.	« M-Shwari est très pratique pour moi. Je peux y accéder directement, quand je veux et sans attendre ; c'est instantané. » — <i>Helen, Nairobi</i>
Convivialité	La CBA souligne que M-Shwari ne lui demande que six secondes par prêt : un délai que les autres sources de crédit ne peuvent égaler. L'utilisation du produit est régie par des règles simples et claires, et même si les clients risquent de ne pas en comprendre toutes les conditions en détails, ils n'ont pas besoin d'aide pour en apprendre le fonctionnement.	Intervieweur : Le moment venu d'activer votre compte, quelqu'un a-t-il dû le faire pour vous ? Edwin : « Personne! Il suffisait de suivre les instructions. On trouve M-Shwari dans le menu M-PESA ; c'est logique. » — <i>Edwin, Nairobi</i>
Confidentialité	Plusieurs des personnes interviewées par le CGAP ont mentionné que la sécurité et la confidentialité sont les deux plus importantes qualités de M-Shwari. Les clients ont le sentiment que personne ne peut découvrir combien d'argent ils détiennent dans leur compte M-Shwari, même en mettant la main sur leur téléphone (contrairement à M-PESA, qui est jugé plus facile d'accès par les autres). Par ailleurs, les prêts M-Shwari n'exigent pas de remplir d'autres obligations sociales comme la plupart des autres sources de crédits à court terme.	« Les fraudeurs peuvent très facilement voler votre argent dans un compte M-PESA, mais vous n'entendez jamais personne se plaindre d'avoir perdu son argent avec M-Shwari. » — <i>homme interviewé à Kakamega</i> « Si quelqu'un prend votre téléphone et obtient votre NIP, il s'empressera d'accéder à votre compte M-PESA, en oubliant de chercher plus loin un compte caché du nom de M-Shwari. » — <i>Ambrocious, Kakamega</i>
Séparation de M-PESA	Les clients apprécient le fait que M-Shwari soit un compte distinct et séparé de M-PESA. Ils utilisent M-PESA si souvent qu'ils sont constamment au courant de leur solde et tentés de dépenser davantage. Ils aiment bien avoir leur compte M-Shwari « loin des yeux et loin du cœur » comme le dit le dicton, et sont heureux de disposer d'un outil d'épargne légèrement moins accessible que M-PESA.	« L'argent de votre compte M-PESA est à portée de main. Avec M-Shwari, c'est différent ; il y a moins de danger de faire à tout moment des retraits impulsifs. » — <i>Jane, Nairobi</i>

9. Une seule des 24 personnes qui ont répondu à la question « Comment le coût de votre dernier prêt M-Shwari (somme des frais de facilitation de 7,5 % et d'éventuels intérêts) se compare-t-il au coût des autres prêts que vous avez contractés au cours des 90 derniers jours ? » a jugé que le prêt M-Shwari avait coûté beaucoup plus cher ; et deux autres ont jugé qu'il était à peu près équivalent. Les 21 autres clients ont jugé que leur prêt M-Shwari leur avait coûté moins cher, ou beaucoup moins cher que les prêts obtenus par eux auprès d'autres institutions formelles ou informelles de crédit.

10. Pour en savoir plus sur le coût du crédit au Kenya, voir <http://www.cost-of-credit.com/index.php/site/downloads>

à la décision de s'abstenir d'emprunter risque de lui paraître très élevé, et le coût total de son emprunt lui paraîtra donc abordable, en particulier s'il est exprimé en valeur nominale (96 shillings, soit environ un dollar pour un prêt moyen). En revanche, si M-Shwari devient un moyen régulier de financer les dépenses quotidiennes, il deviendra un outil relativement coûteux.

Défis

Nos trois sources d'informations donnent à conclure que la connaissance insuffisante qu'ont les clients du produit constitue le plus grand défi. Bien que les clients puissent facilement maîtriser les étapes de l'ouverture d'un compte et de la demande d'un prêt, ils comprennent mal les conditions qui peuvent s'y rattacher — par exemple, les frais, les taux d'intérêt, les conditions d'admissibilité à un prêt ou celles à remplir pour obtenir une augmentation de la marge de crédit, et les conséquences d'un défaut de paiement. Trois seulement des 15 personnes interrogées par le CGAP à ce sujet démontraient une connaissance de base des conditions attachées aux prêts, de la tarification et de la période d'échéance, et un seul savait que la CBA était partie prenante. Par exemple, interrogé sur les conséquences d'un retard ou d'un défaut de paiement, un client a répondu que l'argent épargné dans M-PESA pourrait lui servir à rembourser, ce qui est faux. Par ailleurs, plusieurs des personnes qui ont cherché à obtenir de plus amples informations ont déclaré avoir été découragées par l'énorme quantité de documents qu'elles avaient à lire. Plusieurs ne pouvaient même pas accéder à l'énoncé des conditions avec leur téléphone. Ce haut degré d'ignorance est la conséquence malheureuse d'une des caractéristiques du produit les plus appréciées par les clients : la facilité et la rapidité d'accès. L'encadré 4 décrit un des avantages surprenant de ce faible degré de compréhension : un haut degré d'interaction découlant des efforts déployés par les clients pour comprendre le fonctionnement du produit. Il n'existe pas de

moyen facile et rapide de communiquer d'une manière efficace et transparente aux clients les conditions qui s'attachent à l'utilisation d'un produit virtuel accessible instantanément (voir encadré 5).

Bien que M-Shwari soit le produit bancaire virtuel le plus largement utilisé au Kenya, seule une minorité des deux tiers de la population qui utilisent déjà des services bancaires par téléphone sont des clients de M-Shwari. Il est peut-être possible d'accroître l'utilité du produit en l'employant à d'autres fins qu'une gestion étroite mais hautement efficace des flux de trésorerie à court terme. On reproche entre autres à M-Shwari de n'autoriser que de faibles montants de prêts (le tiers environ des emprunteurs n'a pas réussi à obtenir autant d'argent qu'ils le souhaitaient) et d'imposer une échéance de remboursement trop courte. Les clients souhaitent obtenir des prêts d'un montant plus élevé, assortis de délais de remboursement plus longs, tout en continuant de bénéficier de la même facilité d'emploi.

Quelle incidence M-Shwari a-t-il sur le portefeuille financier des ménages ?

Selon les premières indications, il apparaît que M-Shwari joue un rôle complémentaire important dans le portefeuille financier des Kényans. Il offre des options qui remplissent un rôle semblable à celui de produits existants, mais auxquelles les clients attachent une plus grande valeur. L'enquête FII a permis de constater que M-Shwari est un produit financier important pour une part non négligeable des clients — 10 % des clients conservent 50 % ou plus de leurs fonds dans un compte M-Shwari, tandis que 20 % déclarent obtenir 50 % ou plus de leurs emprunts auprès de M-Shwari. Le projet KFD n'a pas permis de son côté de déceler la moindre hausse des actifs ou des passifs nets qui pourrait être attribuable à M-Shwari. Il a laissé conclure qu'on pourrait assister à une légère tendance au transfert des sommes conservées dans

ENCADRÉ 4

L'engagement des clients : un avantage inattendu de leur piètre niveau de compréhension

Il est intéressant de noter qu'une des sources communes de confusion chez les clients — comment faire pour devenir admissible à un prêt ou pour obtenir une augmentation de la limite de crédit — a conduit à un très fort engagement du client envers le produit. Beaucoup de clients apprécient l'occasion qui leur est donnée d'expérimenter le produit et d'en élucider le fonctionnement. Ils sont récompensés pour leur « bonne » conduite (hausse du montant des dépôts) en devenant admissibles relativement rapidement à une augmentation de leur limite de crédit. Le produit encourage naturellement les interactions avec les clients et donne à ces derniers le sentiment d'avoir la haute main sur leurs affaires, chose qu'il serait difficile de réaliser dans une agence bancaire classique. Le client a ainsi le sentiment que son argent « travaille » pour lui, ce qui n'est pas le cas avec les produits d'épargne classiques.

Stan, une des personnes questionnées dans le cadre du projet KFD, explique : « Mon objectif est de franchir la marque des KES 1 000. J'aime la façon de fonctionner

du système. Par exemple, je n'ai pas besoin de retirer d'argent de M-PESA. Je gère simplement mes fonds en jonglant entre M-Shwari et M-PESA ; j'adore ! »

Eli, un autre participant, aime lui aussi « jongler » avec les transactions afin d'accroître sa limite de crédit. Selon l'intervieweur, « Eli a bien appris les rouages du système. Pour améliorer sa note de crédit, il vire d'abord dans son compte M-Shwari la totalité des sommes d'argent qui lui sont versées par l'intermédiaire de M-PESA, puis les récupère quelques minutes plus tard. Il a compris que l'important, c'est le nombre et l'importance des dépôts. Il peut ensuite demander et obtenir un prêt. Sa limite de crédit est passée de 2 000 à KES 2 300. »

Les clients spéculent sans arrêt sur le montant de prêt auquel ils pourraient devenir admissibles et sur les raisons pour lesquelles ils sont ou non autorisés à obtenir plus d'argent que d'autres personnes. Beaucoup semblent apprécier ce jeu, en particulier lorsqu'ils ont le sentiment d'avoir élucidé le système.

M-Shwari et les enjeux de la protection du consommateur

La prestation de services numériques ouvre des possibilités en même temps qu'elle pose des défis en matière de diffusion des conditions à respecter. Les défis découlent de l'exiguïté de l'espace disponible sur le menu ou dans les messages SMS par le biais desquels les clients s'inscrivent à un programme. Cependant, il pourrait s'avérer possible de tirer avantage de la nature personnelle et immédiate de la voie de communication numérique pour améliorer la transparence et l'analyse des besoins du client. On pourrait par exemple simplement recourir à des messages SMS communiqués en temps utile et énumérant les principales conditions d'emploi que les clients pourraient sauvegarder pour y accéder au besoin à l'avenir.

Les produits disponibles par voie numérique comme M-Shwari soulèvent aussi les enjeux du consentement

éclairé et de la confidentialité des données. Il convient en effet de i) faire en sorte que les clients comprennent d'emblée la façon dont leurs données sont utilisées pour élaborer des services financiers ciblés, et ii) leur fournir des moyens simples et efficaces d'exercer des choix lorsqu'ils utilisent leur téléphone portable et leurs informations financières, plutôt que de les obliger à consentir à un ensemble de conditions « à prendre ou à laisser ».

Alors que M-Shwari fait œuvre de pionnier dans la fourniture de services bancaires à ceux qui en sont privés, l'amélioration des règles de divulgation et de la compréhension des clients et la mise en place de conditions propres à aider les clients à prendre des décisions éclairées constitueront des enjeux importants, tant pour la CBA que pour Safaricom.

M-PESA et à la maison dans le compte M-Shwari, et à une légère hausse des prêts contractés auprès de M-Shwari, au détriment de ceux obtenus auprès de parents, d'amis ou de prêteurs privés.

Les clients qui accumulent de l'épargne dans leur compte M-Shwari (plutôt que de déposer l'argent pour le retirer peu après) semblent tirer leurs fonds principalement de leur compte M-PESA et, en second lieu, des économies conservées à la maison. Catherine, l'as de l'épargne dont il est question dans l'encadré 2, considère toujours que son groupe d'épargne est un outil très important. Contrairement à M-Shwari, ce groupe l'aide à maîtriser ses dépenses et lui permet d'investir des sommes d'argent plus importantes dans des « activités de développement » telles que sa petite savonnerie. Ce comportement paraît typique. Les principaux concurrents de M-Shwari pour les dépôts de fonds à court terme sont les groupes d'épargne informels et les banques

(rappelons-nous que plus de 50 % des clients de M-Shwari détiennent aussi un autre compte bancaire).

M-Shwari a surtout pour effet d'attirer les emprunteurs qui comptaient auparavant sur les membres de leur famille ou leurs amis pour obtenir un prêt. Les clients apprécient la rapidité d'accès, la confidentialité accrue et la réduction des obligations sociales que leur offre l'option M-Shwari. Comme le fait valoir l'intervieweur du projet KFD, « Eli adore M-Shwari et encourage ses amis à utiliser cette méthode pour obtenir des prêts au lieu de venir lui demander de l'argent. Un de ses amis souhaitait acheter une bague, mais il lui manquait KES 5 000. Eli lui a conseillé d'ouvrir un compte M-Shwari, grâce auquel il a pu obtenir un prêt de KES 2 000. Ainsi, il n'a pas eu à emprunter autant d'argent à ses amis. »

Conclusion — Les ramifications de M-Shwari

M-Shwari constitue une « première » sur de nombreux plans. Il s'agit du premier compte bancaire officiel intégré à un portefeuille mobile déjà utilisé par les deux tiers de la population. C'est aussi le premier produit de prêts modulables ciblant une clientèle grand public et utilisant des données numériques non financières pour la notation du crédit. Il doit son succès au fait qu'il répond à un besoin essentiel des Kényans en leur offrant une source de liquidités à court terme. Un produit promettant à la fois la fiabilité, la confidentialité et l'accès facile en temps voulu à de petits montants d'argent manquait cruellement dans le portefeuille financier de la plupart des Kényans, et M-Shwari semble avoir comblé ce besoin mieux que les autres options de rechange. M-Shwari offre aussi à ses clients la possibilité d'établir une relation réciproque unique avec une institution financière et d'être récompensés rapidement pour leur bonne conduite. Le produit est facile à tester, pousse les clients à faire des expériences et encourage ainsi un haut degré d'engagement de leur part. Les clients ont ainsi de nombreuses occasions d'interagir avec le système et d'en tirer des enseignements. Ainsi, en même temps qu'il offre à ses clients un moyen d'obtenir en temps utile les liquidités dont ils ont besoin, M-Shwari leur donne le sentiment que l'argent de leurs épargnes « travaille pour eux. »

D'autres fournisseurs partout dans le monde s'emploient activement à créer des produits semblables. Vodacom Tanzanie et la CBA ont lancé en mai 2014 un produit semblable appelé M-Pawa. Cependant, il ne sera pas aisé de reproduire le succès de M-Shwari, et ce pour trois raisons. Premièrement, Safaricom contrôle 79 % du volume de trafic de téléphonie vocale et 96 % du volume de trafic des messages texte au Kenya. L'opérateur bénéficie ainsi d'une base de données extraordinairement riche d'informations sur la clientèle, ainsi que d'une image de marque forte. Deuxièmement, M-PESA est déjà utilisé activement par les deux tiers de la population kényanne, et constitue une vaste plateforme à partir de laquelle il est possible d'offrir des produits à valeur ajoutée comme M-Shwari. Enfin, le Kenya est doté d'un système d'identité national passablement vaste et perfectionné, ce qui fait que la collecte d'informations sur la clientèle (KYC) ne pose pas un problème majeur. Les autres fournisseurs devront se montrer encore plus créatifs et à l'écoute des besoins de leurs clients s'ils souhaitent créer un produit aussi populaire sans pouvoir compter au départ sur de tels avantages. En fait, le système tanzanien M-Pawa a connu une croissance beaucoup plus lente au cours de ses premiers mois d'activité que le système kényan M-Shwari. Cette différence pourrait être attribuable au fait que Vodacom détient une part moins grande du marché, qu'il a plus de mal à recueillir des données sur la clientèle à cause de l'absence d'un système d'identité national, et que le marché tanzanien ne réagit pas de la même façon aux campagnes de promotion.

M-Shwari occupe déjà une place très importante dans le monde de la finance numérique, mais comme ce produit est par nature très dynamique, son histoire ne fait que commencer et il sera intéressant d'en suivre l'évolution et de voir quelles seront les solutions apportées aux enjeux suivants.

Quelles seront les incidences de la prolifération des données (« Big Data ») et de la numérisation croissante des données sur l'offre de services financiers, en particulier pour les pauvres ? Comme le soulignent Chen et Faz (2015), les grandes banques, les sociétés de cartes de crédit et les entrepreneurs comptent de plus

en plus sur les sources nouvelles et considérables d'informations numériques pour évaluer la solvabilité de leurs clients. Avant l'apparition de M-Shwari, l'application de ces méthodes aux populations pauvres et non bancarisées des marchés émergents paraissait peu réalisable. M-Shwari est le premier instrument de prêt à grande échelle utilisant les données d'un opérateur de téléphonie mobile pour attribuer une note de crédit à ses clients. Cela lui permet d'offrir ses services financiers à de larges pans de la population, et il lui suffit ensuite d'utiliser les données recueillies sur le comportement de ses nouveaux clients pour établir leurs antécédents de crédit. Quelles nouvelles données les prêteurs seront-ils en mesure d'utiliser à l'avenir pour cibler ce segment de leur clientèle ? Comment ces stratégies influenceront-elles sur les IMF et les autres prestataires qui dépendent de chargés de prêts pour recueillir leurs données et sur des groupes pour prendre des décisions de crédit éclairées ?

Quels pourraient être les enjeux soulevés en matière de protection des consommateurs par la prestation de services financiers numériques ? La nature virtuelle du produit et la rapidité des services qu'il offre plaisent aux consommateurs, mais viennent compliquer les enjeux soulevés par l'éducation des clients et la nécessité de promouvoir la transparence. Comment les prestataires comme la CBA et Safaricom parviendront-ils non seulement à enseigner à leurs clients le fonctionnement du produit, mais également à leur faire comprendre les conditions à respecter, et notamment les incidences d'un transfert de leur dossier au bureau de crédit ? Comment faire comprendre aux clients les façons dont leurs données risquent d'être utilisées, et comment faire pour qu'ils puissent avoir plus de voix au chapitre à ce sujet ?

Quelles pourraient être les conséquences générales, sur le marché, des efforts déployés par d'autres prestataires pour reproduire les succès de ce service de prêts numériques ? L'élaboration de ce produit a demandé une somme de travail considérable, et s'est appuyée sur les nombreux enseignements acquis au fil du temps par Safaricom. Safaricom et la CBA ont fait preuve de prudence et d'une bonne gestion des risques, mais cet instrument de prêt numérique pourrait faire de nombreuses émules. Quelle sera l'efficacité d'un tel instrument lorsque les montants prêtés représenteront une proportion plus grande du bilan de l'emprunteur ? Qu'arrivera-t-il lorsque des prêteurs moins prudents, utilisant des algorithmes moins performants ou posant des conditions d'utilisation moins strictes, proposeront leurs services ? Bien que la fréquence des cas de défaut de paiement chez les clients de M-Shwari soit actuellement relativement faible, il importe de porter attention à ces questions pour éviter tout risque de course à l'abîme ou de surendettement généralisé. Pour éviter de tels scénarios, nous avons besoin de partager plus efficacement l'information sur le crédit et de réglementer d'une manière plus rigoureuse la conduite du marché.

M-Shwari répond clairement à un besoin pour les Kényans qui ont besoin de mieux gérer les fluctuations de leurs flux de trésorerie, et en particulier d'emprunter de petites sommes d'argent à court terme. Il démontre qu'un partenariat solide établi entre des organisations fiables et un produit efficace et facile d'emploi peuvent constituer une combinaison gagnante.

Références

- Chen, Gregory, et Xavier Faz. 2015. « Le potentiel des données numériques en matière d'inclusion financière » Note d'information n° 100. Washington, D.C. : CGAP, janvier. <http://www.cgap.org/sites/default/files/Focus-Note-The-Potential-of-Digital-Data-Jan-2015-French.pdf>
- Financial Access Partnership. 2013. « FinAccess National Survey 2013: Profiling Developments in Financial Access and Usage in Kenya. » Nairobi, Kenya : Financial Access Partnership, octobre. http://www.fsdkenya.org/finaccess/documents/13-10-31_FinAccess_2013_Report.pdf
- FSD-Kenya. 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
- Jack, Billy, et Tavneet Suri. 2012. « Reaching the Poor: Mobile Banking and Financial Inclusion. » Blogue du magazine Slate, 27 février.
- Kaffenberger, Michelle. 2014. « Digital Pathways to Financial Inclusion: Findings from the First FII Tracker Survey in Kenya. » Washington, D.C.: InterMedia, juillet. <http://finclusion.org/wp-content/uploads/2014/04/FII-Kenya-Wave-One-Wave-Report.pdf>
- Mirzoyants-McKnight, Anastasia, et William Attfield. 2014. « Value-added Financial Services in Kenya: M-Shwari—Findings from the Nationally Representative FII Tracker Survey in Kenya (Wave 1) and a Follow-up Telephone Survey with M-Shwari Users. » Washington, D.C.: InterMedia.



