



**MASTERE SPECIALISE EN
REGULATION DU NUMERIQUE**
Promotion 2014-2015

**Etude des déterminants socio-économiques de
l'adoption et de l'usage du mobile money au Burkina
Faso**

Soumanan SANOU

ARCEP – Burkina Faso

Sous la direction de

Monsieur David Bounie



**Etude des déterminants socio-économiques de
l'adoption et de l'usage du mobile money au Burkina
Faso**

Soumanan SANOU

ARCEP – Burkina Faso

Sous la direction de
Monsieur David Bounie

Novembre 2015

Avertissement

Ce mémoire constitue le travail de fin d'étude du Mastère Spécialisé en Régulation du Numérique délivré par TELECOM ParisTech, dans le cadre d'une formation organisée conjointement par TELECOM ParisTech, l'ARCEP du Burkina Faso, l'ARCEP de France et l'ANFR de France dans le cadre du réseau Fratel.

TELECOM ParisTech et les coorganisateur de cette formation n'entendent donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans ce mémoire: ces opinions doivent être considérées comme propres à leurs auteurs.

Remerciements

C'est avec un grand plaisir que je réserve cette page en signe de gratitude et de profonde reconnaissance à tous ceux qui m'ont aidé de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

Je profite de cette occasion pour remercier :

- Monsieur Mathurin Bako, ancien Président de l'ARCEP du Burkina Faso, qui a bien voulu nous accorder l'opportunité de participer à cette formation qualifiante du Mastère Spécialisé en Régulation du Numérique ;
- Monsieur Tontama Charles Millogo, Président de l'ARCEP du Burkina Faso, qui a bien voulu nous accorder l'opportunité de continuer cette formation qualifiante du Mastère Spécialisé en Régulation du Numérique ;
- Monsieur Laurent Gille, pour cette formidable initiative du Mastère Spécialisé en Régulation du Numérique qui constitue une opportunité de formation et de cadre d'échange des régulateurs de l'Afrique Sub Saharienne ;
- Monsieur David Bounie, pour ses précieux conseils et son encadrement ;
- L'ensemble du corps enseignant de la promotion 2014-2015, pour avoir bien voulu partager leurs connaissances et leurs expériences avec la promotion tout au long de cette formation;
- Tous les collègues de la promotion 2014-2015, pour l'ambiance, la participation active, ainsi que pour les échanges fructueux et les précieux contacts que nous avons noués pendant cette formation ;
- Tous les amis et tous les frères, pour leur soutien et aide lors de la rédaction de la présente thèse professionnelle.

Résumé

Les services de mobile money ont été lancés au Burkina Faso en juillet 2012 par Airtel Burkina Faso S.A. sous la marque Airtel money puis par l'ONATEL S.A. sous la marque Mobicash vénéga en mai 2013.

Depuis lors, le nombre des utilisateurs ne fait que croître. Aussi, afin de déterminer l'importance des services de mobile money et les déterminants socio-économiques de l'adoption et de l'usage du mobile money, des enquêtes ont été menées d'une part auprès des utilisateurs de Airtel money et de Mobicash vénéga et d'autre part auprès de Airtel Burkina Faso S.A. et ONATEL S.A.

Pour des besoins d'étude des déterminants socio-économiques de l'adoption et de l'usage du mobile money, les variables telles que le sexe, l'âge, le niveau d'instruction, la catégorie socioprofessionnelle et la formule de mobile money ont été retenues pour expliquer les facteurs de la détention de compte bancaire, de carte bancaire et de compte mobile money mais également le montant de la transaction, la destination du transfert, le lieu d'achat, la nature de la facture payée et la destination du crédit de communication.

Les résultats des analyses statistiques montrent pour les utilisateurs de mobile money du Burkina Faso, que la détention d'un compte bancaire est très liée à l'âge de l'utilisateur, à son niveau d'instruction, à son genre, à sa catégorie et à la formule de mobile money. De même, la détention de carte bancaire s'explique par l'âge de l'utilisateur, son niveau d'instruction, et sa catégorie socioprofessionnelle. La détention de compte mobile money et le temps passé dans l'utilisation des services mobile money sont liés à la catégorie socioprofessionnelle de l'utilisateur. La fréquence d'utilisation des services de mobile money s'explique par le niveau d'instruction, le sexe et la formule de mobile money de l'utilisateur. Pour la propriété de la transaction, elle s'explique par l'âge, le niveau d'instruction, la catégorie socioprofessionnelle et la formule de mobile money de l'utilisateur. L'âge et la catégorie socioprofessionnelle de l'utilisateur sont les variables qui expliquent le facteur nombre de services mobile money utilisé.

Pour les utilisateurs de mobiles money utilisant les services de transferts d'argent, l'analyse statistique montre que le facteur montant de la transaction est expliqué par l'âge, le niveau d'instruction, le sexe, la catégorie socioprofessionnelle et la formule de mobile money de l'utilisateur. Quant au facteur destination du transfert, il dépend de la catégorie socioprofessionnelle et la formule de mobile money de l'utilisateur.

En ce qui concerne les services de dépôts/versements d'argent par mobile money, le facteur montant de la transaction est lié à l'âge, au niveau d'instruction, au sexe et à la catégorie socioprofessionnelle de l'utilisateur.

Les résultats de l'analyse statistique montrent aussi pour les services de retraits d'argent par mobile money que le facteur montant de la transaction s'explique par l'âge, le niveau d'instruction, le sexe et la catégorie socioprofessionnelle de l'utilisateur.

Enfin, toujours selon l'analyse statistique, l'âge et la formule de mobile money de l'utilisateur expliquent le facteur montant de la transaction pour les services d'achat de crédit de communication par le mobile money.

Sommaire

Avertissement	ii
Remerciements	iii
Résumé	iv
Sommaire	vi
Liste des tableaux	viii
Liste des figures	ix
Liste des sigles et des acronymes	xi
Introduction	1
Première partie : Approche théorique de l'étude	4
Chapitre 1 : Aperçu de l'environnement institutionnel et technologique	5
1.1 Définition mobile money	5
1.2 Textes réglementaires	5
1.3 Acteurs	6
1.4 Fonctionnement	7
Chapitre 2 : Présentation de la méthodologie d'enquête et d'analyse des données utilisées	10
2.1 Objectifs de l'étude	10
2.2 Méthodologie de l'enquête	10
2.3 Analyse des données	13
Deuxième partie : Présentation des résultats	14
Chapitre 3 : Profil socio-économique des utilisateurs du m-paiement	15
3.1 Répartition socioprofessionnelle	15
3.2 Répartition socio-économique des utilisateurs de mobile money	18
3.3 Utilisation des services mobile money	25
Chapitre 4 : Services de mobile money au Burkina Faso	33
4.1 Comptes mobile money	33
4.2 Transferts de comptes m-paiement vers comptes m-paiement	35
4.3 Dépôt/versement d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile	41
4.4 Retrait d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile	46
4.5 Achats de biens et services par le biais du paiement par téléphone mobile	50
4.6 Paiement de factures par le biais du paiement par téléphone mobile	53
4.7 Achats de crédits de communication par le biais du paiement par téléphone mobile	55
Chapitre 5 : Critères de choix, préférences d'utilisation et recommandations	59
5.1 Critères de choix de la formule de mobile money	59

5.2 Préférence du mode de paiement des services et raisons du choix.....	59
5.3 Difficultés relevées par les utilisateurs.....	61
5.4 Recommandations.....	63
Conclusion	65
Annexes	67
Annexe 1 : Questionnaire aux clients m-paiement.....	68
Annexe 2 : Exemple d'utilisation du Test du Khi2.....	72
Annexe 3 : Tableaux de croisement issus de l'enquête	74
Annexe 4 : Questionnaire aux opérateurs de téléphonie	90
Annexe 5 : Statistiques fournies par les opérateurs	93
Bibliographie	96
Table des matières	98

Liste des tableaux

Tableau 1: Tableau de détermination de la taille de l'échantillon.....	11
Tableau 2: Tableau de répartition de l'échantillon	12
Tableau 3: Taux de retour de la collecte des données.....	13
Tableau 4: Nombre d'utilisateurs les principaux critères de choix	59
Tableau 5: Difficultés énumérées par les utilisateurs de mobile money	62

Liste des figures

Figure 1: Exemple d'architecture de déploiement de solution pour la fourniture mobile money	9
Figure 2: Flux d'échanges entre les différents acteurs.....	9
Figure 3: Répartition en fonction du sexe de la population enquêtée	15
Figure 4: Répartition en fonction de l'âge de la population enquêtée	16
Figure 5: Répartition en fonction de la catégorie socioprofessionnelle de la population enquêtée....	16
Figure 6: Croisement âge et catégorie socioprofessionnelle de la population enquêtée	17
Figure 7: Croisement sexe et catégorie socioprofessionnelle de la population enquêtée	17
Figure 8: Croisement niveau d'instruction et catégorie socioprofessionnelle de l'échantillon.....	18
Figure 9: Répartition de l'échantillon en fonction du critère de détention de compte bancaire.....	19
Figure 10: Croisement âge et détention de compte bancaire	19
Figure 11: Croisement niveau d'instruction et détention de compte bancaire	20
Figure 12: Croisement sexe et détention de compte bancaire.....	20
Figure 13: Croisement catégorie socioprofessionnelle et détention de compte bancaire.....	21
Figure 14: Croisement formule de mobile money et détention de compte bancaire	21
Figure 15: Répartition de l'échantillon en fonction du critère de détention de carte bancaire.....	22
Figure 16: Croisement âge et détention de carte bancaire	22
Figure 17: Croisement niveau d'instruction et détention de carte bancaire	23
Figure 18: Croisement catégorie socioprofessionnelle et détention de carte bancaire.....	23
Figure 19: Répartition en fonction du critère de détention de compte mobile money	24
Figure 20: Croisement catégorie socioprofessionnelle et détention de compte mobile money	24
Figure 21: Répartition de l'échantillon en fonction du critère temps passé dans l'utilisation	25
Figure 22: Croisement catégorie socioprofessionnelle et temps passé dans l'utilisation	26
Figure 23: Croisement formule de mobile money et temps passé dans l'utilisation	26
Figure 24: Répartition de l'échantillon en fonction de la fréquence d'utilisation	27
Figure 25: Croisement niveau d'instruction et fréquence d'utilisation	27
Figure 26: Croisement sexe et fréquence d'utilisation	28
Figure 27: Croisement formule de mobile money et fréquence d'utilisation.....	28
Figure 28: Répartition de l'échantillon en fonction de la propriété des transactions	29
Figure 29: Croisement âge et propriété de la transaction	29
Figure 30: Croisement niveau d'instruction et propriété de la transaction.....	30
Figure 31: Croisement catégorie socioprofessionnelle et propriété de la transaction.....	30
Figure 32: Croisement formule de mobile money et propriété de la transaction	31
Figure 33: Répartition de l'échantillon en fonction du nombre de services utilisés.....	31
Figure 34: Croisement âge et nombre de services utilisés.....	32
Figure 35: Croisement nombre de services utilisés et catégorie socioprofessionnelle	32
Figure 36: Evolution du nombre de comptes mobile money.....	33
Figure 37: Evolution du nombre de points de vente.....	34
Figure 38: Répartition de l'échantillon en fonction de la formule de mobile money.....	34
Figure 39: Répartition de l'échantillon en fonction de l'utilisation des transferts par mobile money.	35
Figure 40: Répartition des utilisateurs de service de transfert par mobile money	36
Figure 41: Transfert mobile money - croisement âge et montant.....	36
Figure 42: Transfert mobile money - croisement niveau d'instruction et montant	37
Figure 43: Transfert mobile money - croisement sexe et montant	37
Figure 44: Transfert mobile money - croisement catégorie socioprofessionnelle et montant	38

Figure 45: Transfert mobile money - croisement formule de mobile money et montant	38
Figure 46: Transfert mobile money - croisement catégorie socioprofessionnelle et destination	39
Figure 47: Transfert mobile money - croisement formule de mobile money et destination	39
Figure 48: Evolution du nombre de transaction de transferts nationaux.....	40
Figure 49: Evolution du montant total des transferts nationaux.....	40
Figure 50: Evolution du nombre de transactions de transferts internationaux sortants et entrants...	41
Figure 51: Evolution du montant total des transferts internationaux entrants et sortants	41
Figure 52: Dépôts mobile money - répartition des utilisateurs en fonction de l'utilisation du service	42
Figure 53: Répartition des utilisateurs des services de dépôts/versements	42
Figure 54: Dépôt mobile money - croisement âge et montant.....	43
Figure 55: Dépôt mobile money - croisement niveau d'instruction et montant	43
Figure 56: Dépôt mobile money - croisement sexe et montant	44
Figure 57: Dépôt mobile money - croisement catégorie socioprofessionnelle et montant	44
Figure 58: Evolution du nombre de transactions de dépôts/versement	45
Figure 59: Evolution du montant total des transactions de dépôts/versement.....	46
Figure 60: Retrait par mobile money - répartition en fonction de l'utilisation du service	46
Figure 61: Répartition des utilisateurs de retrait par mobile money.....	47
Figure 62: Retrait par mobile money – croisement âge et montant	47
Figure 63: Retrait par mobile money – croisement niveau d'instruction et montant	48
Figure 64: Retrait par mobile money – croisement sexe et montant.....	48
Figure 65: Retrait par mobile money – croisement catégorie socioprofessionnelle et montant.....	49
Figure 66: Evolution du nombre de retrait par mobile money	50
Figure 67: Evolution du montant total des retraits par mobile money	50
Figure 68: Répartition en fonction de l'utilisation des services d'achat de biens et services.....	51
Figure 69: Répartition des utilisateurs de service d'achat de biens et services par mobile money	51
Figure 70: Evolution du nombre de transactions d'achat de biens par mobile money	52
Figure 71: Evolution du montant total des transactions d'achat de biens par mobile money.....	53
Figure 72: Répartition en fonction de l'utilisation du paiement facture par mobile money	53
Figure 73: Répartition des utilisateurs de service paiement facture par mobile money.....	54
Figure 74: Evolution du nombre de transactions de paiement de factures	54
Figure 75: Evolution du montant total des transactions de paiement de factures	55
Figure 76: Répartition en fonction de l'utilisation de l'achat de crédit communication	55
Figure 77: Répartition des utilisateurs de service achat de crédits de communication	56
Figure 78: Achat de crédit par mobile money - croisement âge et montant.....	56
Figure 79: Achat de crédit par mobile money - croisement formule mobile money et montant	57
Figure 80: Evolution du nombre de transaction achat de crédit de communication	57
Figure 81: Evolution du montant total des transactions d'achat de crédit de communication	58
Figure 82: Préférence d'utilisation des modes de paiement pour les opérations de transfert.....	60
Figure 83: Préférence d'utilisation modes de paiement pour les opérations de biens et services	60
Figure 84: Préférence d'utilisation modes de paiement pour les paiements de facture	61
Figure 85: Préférence d'utilisation des modes de paiement pour les opérations d'achat de crédit	61

Liste des sigles et des acronymes

ARCEP	Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes
BCEAO	Banque Centrale des Etats de l’Afrique de l’Ouest
BC/FT	Blanchiment de Capitaux et de Financement du Terrorisme
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur Le Commerce Et le Développement
DDL	Degré De Liberté
EME	Etablissement de Monnaie Electronique
F CFA	Franc de la Communauté Financière Africaine
GSM	Global System for Mobile Communications
GSMA	Groupe Spécial Mobile Association
HTTP	HyperText Transfer Protocol
HTTPS	HyperText Transfer Protocol Secure
ISO	International Organization for Standardization
JDBC	Java DataBase Connectivity
NFC	Near Field Communication
ONATEL S.A.	Office National des Télécommunications Société Anonyme
ONEA	Office National de l’Eau et de l’Assainissement
P2P	Person-to-Person
PEM	Pourcentage de l’Ecart Maximum
PIB	Produit Intérieur Brut
RGPH	Recensement General de la Population et de l’Habitation
S.A.	Société Anonyme
SAV	Service Après-Vente
SIM	Subscriber Identity Module (module d’identité d’abonné)
SMS	Short message service (service de messages courts)
SMTP	Simple Mail Transfer Protocol
SONABEL	Société Nationale d’Electricité du Burkina
SOTIR	State of the Industry Reports
UEMOA	Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
UMOA	Union Monétaire Ouest Africaine
USSD	Unstructured Supplementary Service Data (ou Service supplémentaire pour données non structurées)
XML	eXtensible Markup Language

Introduction

Selon un rapport du GSMA¹, l'Afrique subsaharienne est la région du monde qui a connu la plus forte croissance en matière d'abonnement au mobile. En effet, le nombre d'abonnés mobiles uniques a progressé de 18% par an au cours des 05 dernières années. Ainsi, à la mi-2013, le nombre d'abonnés mobiles uniques était de 253 millions pour la région subsaharienne.

Le même rapport révèle aussi que le secteur mobile représente 6% du PIB de la région, une proportion plus élevée que toute autre région comparable dans le monde et qui devrait, selon les estimations, atteindre plus de 8% d'ici à 2020.

Cette contribution dans le PIB peut se justifier par le fait que le secteur de la téléphonie mobile transforme les structures économiques et sociales. Elle rend plus efficaces les échanges existants et permet d'introduire de nouvelles formes d'organisation et de transaction. Dans la région subsaharienne, le manque ou la faiblesse de certaines infrastructures offre une opportunité pour le développement de nouveaux modèles d'affaires avec les services de la téléphonie mobile pour améliorer la vie des populations. Ainsi, des innovations allant du domaine de la santé au domaine de l'agriculture en passant entre autres par l'éducation, les finances ont vu le jour dans plusieurs pays de la région. On peut citer entre autres les plateformes de mobile health (mHealth), de mobile education (mEducation), de mobile agriculture (mAgriculture) et de mobile money (mMoney).

Selon le GSMA, près de 500 millions de personnes sont exclus du système bancaire². Les plateformes de mobile money permettent d'accroître l'inclusion financière et constituent pour la région subsaharienne non seulement des générateurs de revenus mais aussi des solutions pour faire face aux pénuries de monnaie. En Juin 2012, il y avait 56,9 millions d'utilisateurs de mobile money en Afrique Saharienne. Ce nombre représentait près de 70% de la base des utilisateurs de mobile money au monde³.

Conscients du rôle que joue le mobile money dans la région subsaharienne, tous les grands groupes de la téléphonie mobile présents dans la région ont intégré dans leur stratégie de développement le mobile money. Le M-Pesa de Safaricom est sans conteste l'un des modèles de succès de l'industrie du mobile money en Afrique.

¹ Rapport, intitulé « Sub-Saharan Africa Mobile Economy 2013 » (L'économie mobile en Afrique subsaharienne 2013), rédigé par GSMA Intelligence.

² Rapport, intitulé « Sub-Saharan Africa Mobile Economy 2013 » (L'économie mobile en Afrique subsaharienne 2013), rédigé par GSMA Intelligence.

³ Rapport, intitulé « Sub-Saharan Africa Mobile Economy 2013 » (L'économie mobile en Afrique subsaharienne 2013), rédigé par GSMA Intelligence.

Le Burkina Faso, pays continental de l'Afrique de l'ouest, n'est pas en marge de cette évolution. De 30 245 cartes SIM actives en 2000, le parc d'abonnés est passé à 12 494 391 cartes SIM actives au 31 décembre 2014⁴.

Dans le domaine bancaire, le Burkina Faso est caractérisé par un taux de bancarisation faible (5,1% en 2012⁵) et un nombre important de personnes évoluant dans le secteur informel. Au 31 décembre 2014, 2 247 812 personnes étaient membres (clients) des structures de microfinance⁶. Les établissements de microfinance sont des structures qui adressent essentiellement le secteur informel. Certains opérateurs de téléphonie mobile du Burkina Faso conscients de la faiblesse du taux de bancarisation de la population burkinabè et de l'importance de la pénétration de leur produit ont développé des stratégies de développement allant dans le sens de l'inclusion financière via les services de téléphonie mobile.

C'est ainsi que deux opérateurs (Airtel Burkina Faso S.A et ONATEL S.A) sur les trois que compte le pays offrent des services de mobile money au Burkina Faso. Les services de mobile money offerts dans le contexte burkinabè, sont essentiellement utilisés pour :

- des transferts d'argent entre personnes ;
- des achats de biens et services.

Les premiers services ont été mis sur le marché burkinabè en juillet 2012 par l'opérateur Airtel Burkina Faso S.A. L'opérateur ONATEL S.A. n'a commencé la commercialisation qu'en mai 2013. De quelques dizaines de milliers de souscripteurs aux services de mobile money au début, ils étaient à plus d'un million de souscripteurs au 31 décembre 2014. En d'autres termes, le nombre de souscripteurs aux services de mobile money a été pratiquement multiplié par 15 après 2,5 ans de mise en commercialisation des services de mobile money au Burkina Faso.

Après environ 3 ans de mise en exploitation commerciale de ces services de mobile money au Burkina Faso, quels sont les enseignements que l'on peut tirer. Pour répondre à cette interrogation, nous nous sommes intéressés à la question du mobile money au Burkina Faso à travers le thème d'étude suivant : « Etude des déterminants socio-économiques de l'adoption et de l'usage du mobile money au Burkina Faso ». L'objectif principal de l'étude est d'analyser les déterminants socio-économiques de l'utilisation des moyens de paiement par téléphone mobile de la population burkinabè.

De ce fait, la problématique de notre thème de travail s'articulera autour des questions suivantes :

- Qui sont les utilisateurs du mobile money au Burkina Faso?

⁴ Source ARCEP Burkina Faso

⁵ http://www.bceao.int/IMG/pdf/rapport_annuel_2012_cb_version_web.pdf

⁶ <http://www.bceao.int/Indicateurs-des-SFD-de-l-UMOA-2014.html>

- Quelles utilisations sont faites du mobile money au Burkina Faso?
- Quelles sont les raisons du choix du mobile money au Burkina Faso?
- Quels sont les aspects à améliorer par les opérateurs pour favoriser l'éclosion de ces moyens de paiement ?

Pour répondre à ces différentes interrogations, des questionnaires ont été administrés d'une part aux utilisateurs des services de mobile money et d'autre part aux opérateurs de téléphonie mobile fournisseurs de service de mobile money.

Pour des raisons de faisabilité technique de l'étude, nous nous sommes concentrés sur les utilisateurs de services de mobile money de la ville de Ouagadougou et plus spécifiquement sur les utilisateurs de airtel money de Airtel Burkina Faso S.A. et de mobicash de l'ONATEL S.A.

L'intérêt de la présente étude se situe à trois niveaux :

- Niveau opérateur : l'étude a pour but non seulement d'inviter les opérateurs de téléphonie mobile à promouvoir et favoriser l'accès au moyens de paiement par téléphone mobile mais aussi de les interpeller sur les griefs soulevés par les utilisateurs de moyens de paiement par téléphone mobile.
- Niveau Autorité de régulation : l'étude a pour but de fournir à l'Autorité des statistiques lui permettant d'apprécier la situation des moyens de paiement par téléphone mobile au Burkina Faso.
- Niveau académique : l'étude contribue à la formation des apprenants sur les techniques d'administration et d'analyse des enquêtes. En outre, elle pourra constituer de base pour les futures études sur la question des services offerts par le mobile money.

Le présent document s'articule autour de 02 grandes parties :

- Dans la première, en plus de l'aperçu de l'environnement institutionnel et technologique du mobile money, une présentation de la méthodologie d'enquête et d'analyse des données utilisées sera faite.
- La deuxième partie sera consacrée à la présentation des résultats de l'enquête menée auprès des utilisateurs du mobile money.

Première partie : Approche théorique de l'étude

Chapitre 1 : Aperçu de l'environnement institutionnel et technologique

1.1 Définition mobile money

Selon un rapport du GSMA⁷, le Mobile money est un moyen de paiement qui utilise le téléphone portable pour effectuer des transferts ou des paiements en faveur de personnes peu ou pas bancarisées.

De ce rapport du GSMA, il ressort que les services du mobile money répondent aux critères suivants :

- Le service doit offrir au minimum l'un des produits suivants : transferts P2P, paiements de factures, paiements marchands ou transferts internationaux.
- Le service doit s'appuyer sur un large réseau de points de service, hors agences bancaires, qui rendent le service accessible aux personnes non bancarisées ou sous-bancarisées. Les clients doivent pouvoir utiliser le service sans avoir disposé d'un compte bancaire au préalable. Les services qui utilisent le téléphone portable comme un simple canal d'accès supplémentaire à des produits bancaires traditionnels ne sont pas inclus.
- Le service doit offrir une interface permettant aux clients ou aux agents d'initier des transactions à partir de téléphones portables basiques.

Une définition semblable à celle du GSMA est donnée dans un rapport du cabinet PHB Development⁸. Selon ce rapport, le « paiement mobile » (ou m-paiement) correspond aux paiements pour lesquels le mobile est utilisé pour initier ou confirmer le paiement.

De ces définitions, il résulte que les types de transactions qui peuvent être gérées par le Mobile Money sont entre autres :

- De personnes à personnes. Exemple: envoi d'argent à des membres de sa famille ;
- Du consommateur vers le professionnel. Exemple: payer une facture, recharge de compte GSM en crédit de communications ;
- De professionnels vers professionnels. Exemple: payer un fournisseur ;
- Du gouvernement/professionnel vers le consommateur. Exemple: paiement de prestations sociales, virement de salaires.

De ce qui précède, le mobile money peut être considéré comme un service de « substitution » des services bancaires en ce sens qu'il permet d'avoir un compte « bancaire » en dehors des institutions traditionnelles de finance.

1.2 Textes réglementaires

Dans la zone UEMOA, la BCEAO autorise deux types de modèles pour l'émission de monnaie électronique : le modèle bancaire et le modèle non bancaire. Dans le modèle bancaire, l'émission de monnaie électronique est sous la responsabilité d'un établissement de crédit

⁷ SOTIR_2013_French

⁸ Mobile paiement ... Une révolution venue du « Sud »! Enjeux et perspectives du développement du m-paiement

en partenariat ou non avec un opérateur technique. Le modèle non bancaire est mis en œuvre dans le cadre de l'agrément d'un établissement non bancaire dénommé Etablissement de Monnaie Electronique (EME) pour l'émission de monnaie électronique⁹.

La fourniture de services de mobile money fait partie du modèle bancaire. En effet, elle implique l'association de deux (02) acteurs principaux que sont :

- un acteur du domaine des communications électroniques en occurrence un fournisseur de service de téléphonie mobile ;
- et un acteur du domaine financier en occurrence un établissement de crédit.

1.2.1 Au niveau financier

La fourniture de services de mobile money est classée dans la catégorie des monnaies électroniques et est subordonnée à l'obtention d'une autorisation de la BCEAO. En outre, cette fourniture est placée sous la responsabilité d'un établissement de crédit.

Les établissements de monnaie électronique sont régis par les textes suivants :

- règlement n° 15/2002/cm/uemoa relatif aux systèmes de paiement dans les états membres de l'union économique et monétaire ouest africaine (uemoa) ;
- instruction n°008-05-2015 régissant les conditions et modalités d'exercice des activités des émetteurs de monnaie électronique dans les Etats membres de l'Union Monétaire Ouest Africaine (UMOA).

1.2.2 Au niveau des communications électroniques

La fourniture de services de mobile money étant faite en partenariat avec un opérateur mobile, en application de la loi n° 061-2008/AN du 27 novembre 2008 portant réglementation générale des réseaux services de communications électroniques au Burkina Faso, cet opérateur a besoin d'un agrément de fournisseur de service à valeur ajoutée.

1.3 Acteurs

La commercialisation de services de mobile money met en présence plusieurs acteurs et parties prenantes qui ont des rôles différents et retirent divers avantages de l'ensemble de l'«écosystème» formé par les services du mobile money.

1.3.1 Organismes de réglementation

Ces organismes sont les banques centrales pour le secteur financier et les autorités de réglementation des télécommunications pour le secteur des télécommunications. Pour le cas du Burkina Faso, il s'agit de la BCEAO pour le secteur financier et l'ARCEP pour le secteur des télécommunications.

Dans un souci de faire évoluer le mobile money et d'accroître le nombre de ses utilisateurs, le GSMA intervient avec la production de documents relatifs au mobile money¹⁰.

⁹ Rapport_annuel_sur_les_services_financiers_via_la_telephonie_mobile

1.3.2 Institutions financières locales

Ce sont à ces institutions financières que sont délivrées les autorisations de la banque centrale. A ce titre, elles assurent les fonctions de surveillance et veillent au respect des réglementations et des politiques financières nationales et communautaires.

Dans le cas du Burkina Faso, il s'agit de ECOBANK Burkina pour Airtel money de Airtel Burkina Faso S.A. et de la BICIAB pour Mobicash vénéga de l'ONATEL S.A.

1.3.3 Opérateurs de téléphonie mobile

Ils fournissent l'infrastructure de télécommunications qui sera utilisée par les services de mobile money. En outre, ils disposent, potentiellement pour les services de mobile money, d'une clientèle qui utilise déjà les services de télécommunications.

Ces opérateurs assurent la conformité aux réglementations et à la politique du pays en matière de télécommunications. Pour le cas, du Burkina Faso, il s'agit de Airtel Burkina Faso S.A et de l'ONATEL S.A.

1.3.4 Distributeurs

Ces agents économiques servent d'intermédiaires pour les dépôts d'espèces (conversion d'argent liquide en argent électronique) et les retraits d'espèces (remise d'argent liquide aux clients qui le demandent). Ils permettent ainsi la convertibilité entre l'argent électronique et l'argent liquide.

1.3.5 Professionnels

Ils acceptent des paiements par mobile money pour divers produits et services. Ce sont entre autres les commerçants, les entreprises et les prestataires de services. Ils contribuent à l'augmentation de la demande de services mobile money en offrant aux utilisateurs de nouvelles manières de dépenser l'argent stocké dans leur porte-monnaie mobile.

1.3.6 Clients

Ce sont les utilisateurs de services de mobile money. Ils sont en général abonnés à d'autres services de l'opérateur de téléphonie mobile. A travers les services de mobile money, ils disposent de moyens moins coûteux et efficaces pour effectuer des transferts ou des paiements à d'autres personnes ou prestataires de service.

1.4 Fonctionnement

1.4.1 Techniques d'accès du client (Options de développement du M-paiement)

Plusieurs techniques d'accès aux plateformes de mobile money peuvent être utilisées par les clients pour bénéficier des services offerts. Ces techniques sont entre autres l'accès par le protocole USSD, l'accès par SIM Toolkit, l'accès par le NFC et l'accès par des applications téléchargeables. Les techniques les plus utilisées en Afrique subsaharienne sont :

¹⁰ Code of Conduct for Mobile Money Providers ; Mobile Money for the Unbanked

- Accès par le protocole USSD : avec cette technique, une session est ouverte entre le téléphone portable et le serveur. Cette session permet l'échange de données multiples au fur et à mesure que l'utilisateur est guidé à travers une série d'étapes pour effectuer la transaction. Comme avantages de cette technique, il y a entre autres la possibilité de l'utiliser sur tous les terminaux et son utilisation est simple et courante. Le problème de sécurité et le fait que le service de paiement peut être retardé ou non réalisé en cas d'encombrement du réseau de l'opérateur, de réception réseau dégradée, ou de défaillance du téléphone (ex : batterie faible) sont les principaux inconvénients de cette technique.
- Accès par SIM Toolkit (STK) : La fonction STK permet de diviser une transaction en plusieurs étapes logiques. Ces différentes étapes sont ensuite regroupées en une seule commande complexe qui est envoyée au serveur par SMS. Outre les SMS, la fonction STK peut également utiliser le protocole USSD.
- Accès par SMS : les commandes sont envoyées à la plateforme par SMS en utilisant un code court. Pour chaque transaction, une syntaxe particulière est utilisée. Le manque d'encryptage et le fait que le service de paiement peut être retardé ou non réalisé en cas d'encombrement de l'opérateur, de réception réseau dégradée, ou de défaillance du téléphone (ex : batterie faible) constituent les principaux inconvénients de cette technique.

1.4.2 Services offerts

Les services offerts par les fournisseurs de mobile money peuvent être divisés en trois grandes catégories :

- Les transferts: ce service consiste au transfert d'une somme d'argent d'un utilisateur à un autre, sans accompagnement, en règle générale, d'un échange de biens ou de services. Ces transactions peuvent être nationales ou internationales;
- Les paiements: ce service consiste au transfert d'une somme d'argent d'un utilisateur à un autre. Ce transfert est associé à un échange de biens ou de services. Comme exemple de services de paiement par mobile money, on peut citer l'achat de temps de communication, le paiement de facture de prestations diverses (soins, scolarité, ...), le paiement de salaires, le paiement de facture de téléphone, de l'eau, d'électricité, de cotisation;
- Les services financiers: pour ces services, le porte-monnaie mobile de l'utilisateur peut être relié à un compte bancaire pour lui offrir tout l'éventail des transactions (épargne et crédit, par exemple) qu'il pourrait normalement effectuer dans une succursale bancaire. Dans d'autres cas, les utilisateurs peuvent avoir accès, à partir de leur téléphone portable, à de nouveaux services financiers, comme les services d'assurance et de micro financement, par exemple.

Techniquement, l'architecture suivante¹¹ peut être utilisée pour la fourniture de services de mobile money.

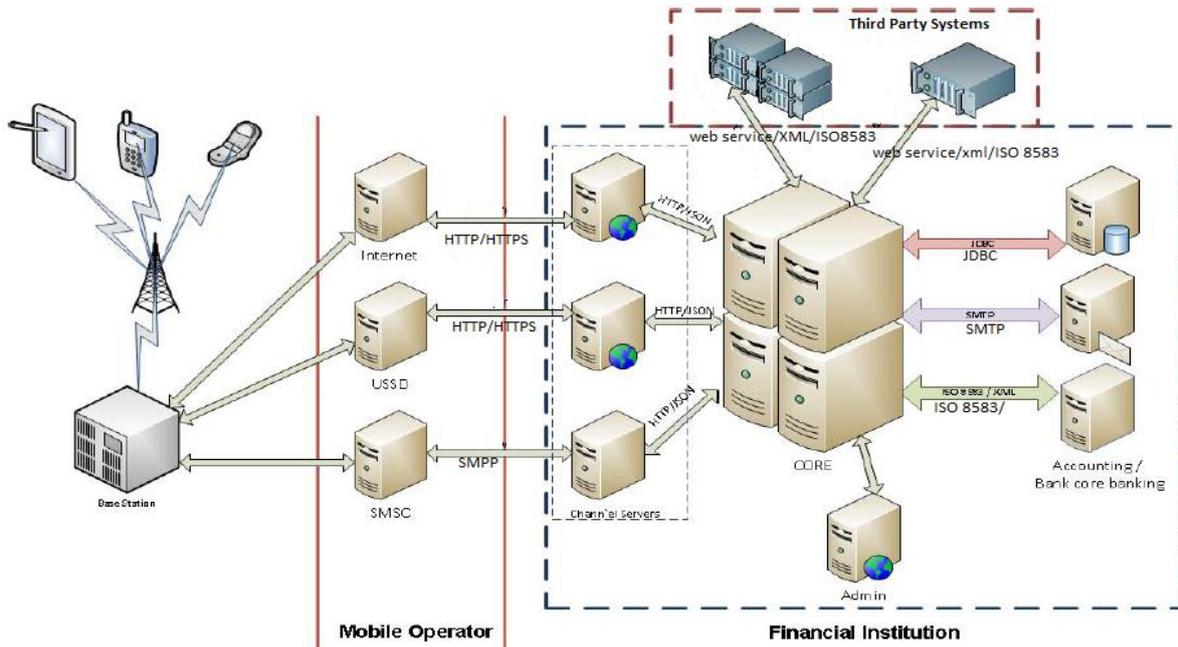


Figure 1: Exemple d'architecture de déploiement de solution pour la fourniture mobile money

Pour la fourniture des services de mobile money, un certain nombre d'échanges sont nécessaires. Le schéma ci-dessous donne un aperçu de ces différents types de flux échangés par les acteurs.

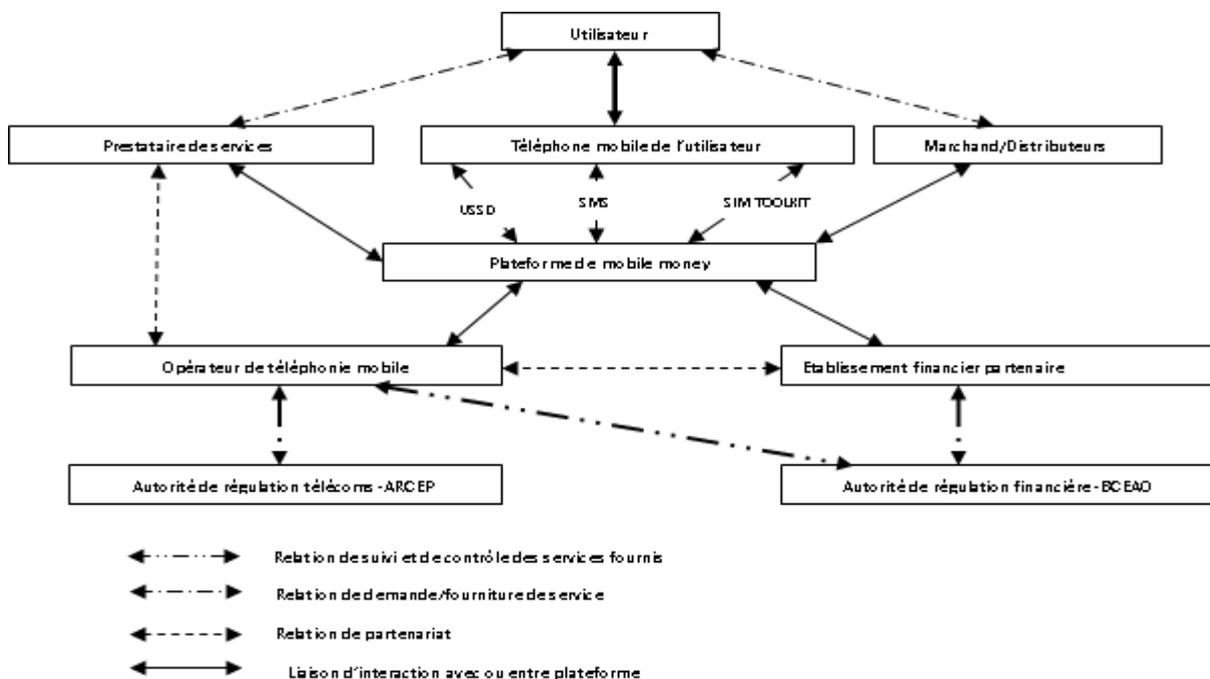


Figure 2: Flux d'échanges entre les différents acteurs

¹¹ Source MobiBanc, plateforme monétique de comptes bancaires mobiles

Chapitre 2 : Présentation de la méthodologie d'enquête et d'analyse des données utilisées

2.1 Objectifs de l'étude

L'objectif principal de l'étude est d'analyser les déterminants socio-économiques de l'adoption et de l'utilisation des moyens de paiement par téléphone mobile de la population burkinabè. Nous souhaitons en particulier étudier :

- Les dépendances entre les variables et certains facteurs considérés ;
- le profil des utilisateurs du mobile money au Burkina Faso ;
- les différents usages du mobile money au Burkina Faso ;
- les transactions effectuées par les différents utilisateurs ;
- les motifs d'utilisation du mobile money au Burkina Faso ;
- les points à améliorer pour une plus grande utilisation du mobile money.

2.2 Méthodologie de l'enquête

Les données utilisées dans cette étude proviennent d'une part de l'enquête menée auprès des utilisateurs de moyens de paiement par téléphone mobile (mobile money) et d'autre part de la collecte d'informations auprès des opérateurs fournisseurs de services mobile money.

2.2.1 Cible de l'enquête

La cible concernée par l'étude est toute personne physique utilisant un moyen de paiement par téléphone mobile (Airtel money de Airtel Burkina Faso S.A. ou Mobicash vénéga de ONATEL S.A.). Afin de mieux appréhender l'étude, les opérateurs fournisseurs de services de mobile money à savoir Airtel Burkina Faso S.A. et ONATEL S.A. ont été approchés pour compléter la collecte d'informations.

2.2.2. Questionnaires

Deux questionnaires ont été élaborés pour la collecte d'informations. Un questionnaire a été administré aux opérateurs et un autre a été administré aux utilisateurs de mobile money de Airtel Burkina Faso S.A. et de ONATEL S.A.

2.2.2.1 Questionnaire aux opérateurs de téléphonie

Le questionnaire adressé aux opérateurs avait pour objectif de recueillir des statistiques sur les volumes et les montants des différentes transactions effectuées par les utilisateurs de mobile money.

2.2.2.2 Questionnaire aux clients m-money

Le questionnaire adressé aux utilisateurs de services mobile de money est divisé en quatre (04) parties :

- La première partie permet d'identifier l'utilisateur ;
- La deuxième partie est relative au comportement et habitude d'achat (utilisation) des utilisateurs des services de mobile money ;

- La troisième partie aborde la question de préférence et les raisons du choix des services de mobile money utilisés ;
- La quatrième et dernière partie donne l'opportunité à l'utilisateur de service de mobile money de donner ses attentes et suggestions.

2.2.3 Echantillon

Pour la détermination de la taille de l'échantillon, nous avons utilisé le tableau suivant¹² avec si on veut une marge d'erreur égale à η avec $\alpha=5\%$

η	1%	1,5%	2%	2,5%	3%	4%	5%	10%
$1/\eta^2$ échantillon fréquence	10000	4444	2500	1600	1111	625	400	100
$4/\eta^2, \sigma=1$ échantillon moyenne	40000	17776	10000	6400	4444	2500	1600	400

Tableau 1: Tableau de détermination de la taille de l'échantillon

Du fait que pour le phénomène étudié, il s'agit de déterminer la proportion de la population enquêtée concernée alors la grandeur qui sera utilisée pour la détermination de notre échantillon sera la fréquence.

Pour notre échantillon, nous choisirons $\eta=5\%$ et donc la taille de l'échantillon sera de quatre cents (400) utilisateurs de mobile money.

2.2.4 Répartition de l'échantillon

Pour la répartition de l'échantillon, le critère « niveau d'instruction » a été préféré par rapport aux critères tels que l'âge, le sexe, catégorie socioprofessionnelle, etc. Le choix de répartition est porté sur ce critère dans la mesure où une bonne utilisation des services de mobile money nécessite un « petit » niveau d'instruction pour la manipulation. En outre, tenant compte de cet aspect et du fait que plus de 70% de la population burkinabè (40% en zone urbaine)¹³ ait le niveau d'instruction « aucun » alors le critère « niveau d'instruction » représente un bon critère pour prendre en compte toutes les composantes de la population afin de mener une analyse des déterminants socioéconomiques des utilisateurs de mobile money.

En se basant sur les résultats du recensement général de la population de 2006¹⁴ et la répartition de la population suivant le niveau d'instruction et le milieu de résidence, l'échantillon a été reparti de la manière suivante :

¹² Méthodologie d'enquête, laurent.gille@telecom-paristech.fr

¹³ Niveau d'instruction, RGPH de 2006

¹⁴ Niveau d'instruction de la population de 7 ans ou plus selon le milieu de résidence et le sexe, RGPH de 2006

Niveau d'instruction	Taille	Proportion
Sans niveau	160	40%
Primaire	126	31,5%
Secondaire	97	24,25%
Supérieur	17	4,25%
Total	400	100%

Tableau 2: Tableau de répartition de l'échantillon

2.2.5 Administration du questionnaire

2.2.5.1 Phase de test

Cette phase a consisté à administrer le questionnaire auprès d'un échantillon de vingt (20) personnes utilisatrices de services de mobile money. Les personnes enquêtées étaient essentiellement de niveaux d'instruction secondaire et supérieur. Cette phase de test a permis d'apporter des modifications sur le questionnaire initial à travers :

- la suppression et l'ajout de certaines questions ;
- le cadrage de certaines réponses.

2.2.5.2 Organisation de la collecte des données

6 enquêteurs ont été déployés sur le terrain en vue de la collecte des données selon les zones d'interventions. L'enquête s'est déroulée de mai à juillet 2015. Ces informations ont été collectées auprès d'utilisateurs de services de mobile money au niveau des marchés, des grandes écoles, des lieux de travail (administrations).

La méthodologie utilisée par les enquêteurs était la suivante :

- la cible visée est abordée avec toute la courtoisie qui sied ;
- L'enquêteur explique brièvement l'objet de l'étude à son interlocuteur et s'assure de sa disposition à répondre ;
- L'enquêteur laisse toute la latitude à l'interviewé de s'exprimer tout en ne s'écartant pas du sujet ;
- A la fin de l'interview, l'enquêteur remercie l'interviewé pour sa disponibilité et les réponses apportées aux questions.

2.2.5.3 Taux de retour de la collecte des données

Les résultats du recensement général de la population de 2006 montre que le taux de la population baisse lorsque le niveau d'éducation augmente. Sur le terrain, il était plus facile de rencontrer des utilisateurs de services de mobile money ayant un niveau d'instruction que ceux n'ayant pas de niveau. En d'autres termes, plus le niveau d'instruction baissait plus il était difficile de trouver des utilisateurs de services de mobile money. Ce constat pourrait se justifier par le fait que le paramètre de « pauvreté » de la population n'a pas été pris en compte dans la détermination de l'échantillon.

De ce fait, le taux de retour de la collecte des données se présente comme suit :

	Aucun	Primaire	Secondaire	Supérieur	Total
Echantillons souhaités	160	126	97	17	400
Echantillons réalisés	107	115	159	133	514
Taux de réalisation	66,88%	91,27%	163,92%	782,35%	128,50%

Tableau 3: Taux de retour de la collecte des données

2.3 Analyse des données

Les données collectées sont enregistrées dans un fichier Excel. Ensuite, des tableaux d'observation sont établis à partir de tris croisés entre les paramètres tels que le sexe, l'âge, la catégorie socioprofessionnelle et le niveau d'instruction et certains facteurs d'intérêt à savoir la détention de compte bancaire, la détention de carte bancaire, la détention de compte mobile money et la formule de mobile money, etc.

Les tableaux d'observation analysés dans ce document sont établis non seulement pour les utilisateurs de mobile money en général mais aussi pour les utilisateurs de services offerts par le mobile money tels que le transfert d'argent, le paiement de factures, le paiement de biens et services, le dépôt d'argent et l'achat de crédits de communication.

Pour chacun de ces tableaux d'observation, est calculé le khi deux. Ensuite, le test de khi deux est mené dans le but de déterminer de l'indépendance entre les paramètres et le facteur d'intérêt considérés.

Deuxième partie : Présentation des résultats

Chapitre 3 : Profil socio-économique des utilisateurs du m-paiement

Les services de mobile money sont offerts par le réseau Airtel Burkina Faso S.A. sous la marque Airtel money et par le réseau ONATEL S.A. sous la marque Mobicash vénéga. Dans ce chapitre, seront données quelques statistiques socio professionnelles, socio-économiques et d'utilisation des services mobiles money.

3.1 Répartition socioprofessionnelle

Les données issues de l'enquête ont permis de faire une répartition de l'échantillon des utilisateurs de services de mobile money suivant un certain nombre de paramètres. Les paramètres utilisés pour cette répartition sont le sexe, l'âge, la catégorie socio professionnelle, le niveau d'instruction et la formule de mobile money.

3.1.1 Répartition par sexe

Dans l'échantillon des utilisateurs de services de mobile money, il ressort que les personnes du sexe masculin représentent 73,1% de la population enquêtée tandis que les personnes de sexe féminin représentent 26,8% de la population enquêtée. En d'autres termes, les utilisateurs de mobile money de sexe masculin étaient plus représentés dans l'échantillon que les utilisateurs de sexe féminin. La figure ci-dessous illustre cette répartition.

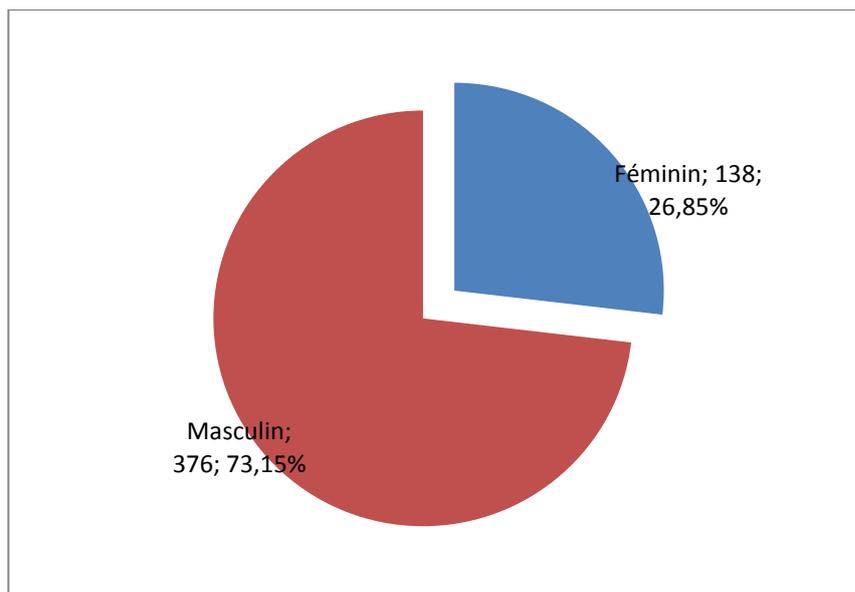


Figure 3: Répartition en fonction du sexe de la population enquêtée

3.1.2 Répartition par âge

La répartition par âge de l'échantillon des utilisateurs de services de mobile money montre que la tranche d'âge « 31 – 40 » avec 42,4% est la plus représentée dans la population enquêtée. Elle est suivie de la tranche d'âge « 21 – 30 » qui représente 40,4%. La tranche d'âge « 61 et plus », avec 0,5%, est la plus petite population représentée dans l'échantillon de l'enquête. L'illustration ci-dessous indique de manière exhaustive la répartition de l'échantillon selon le critère « âge ».

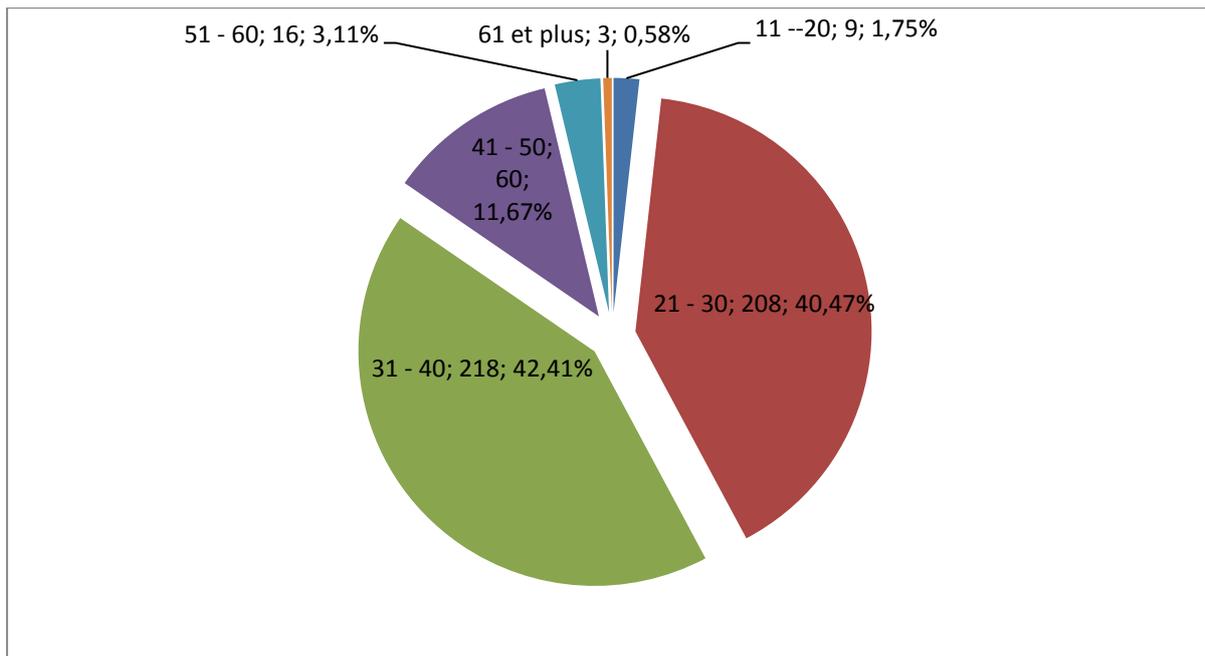


Figure 4: Répartition en fonction de l'âge de la population enquêtée

3.1.3 Répartition par catégorie socioprofessionnelle

La catégorie commerçant/artisan, en termes de catégorie socioprofessionnelle, est la plus représentée dans l'échantillon des utilisateurs des services de mobile money. En effet, elle représente 35,8% de la population enquêtée. La catégorie « autre » est la plus petite, elle représente 1,9%. Le schéma suivant indique de manière exhaustive la répartition de l'échantillon selon le paramètre « catégorie socioprofessionnelle ».

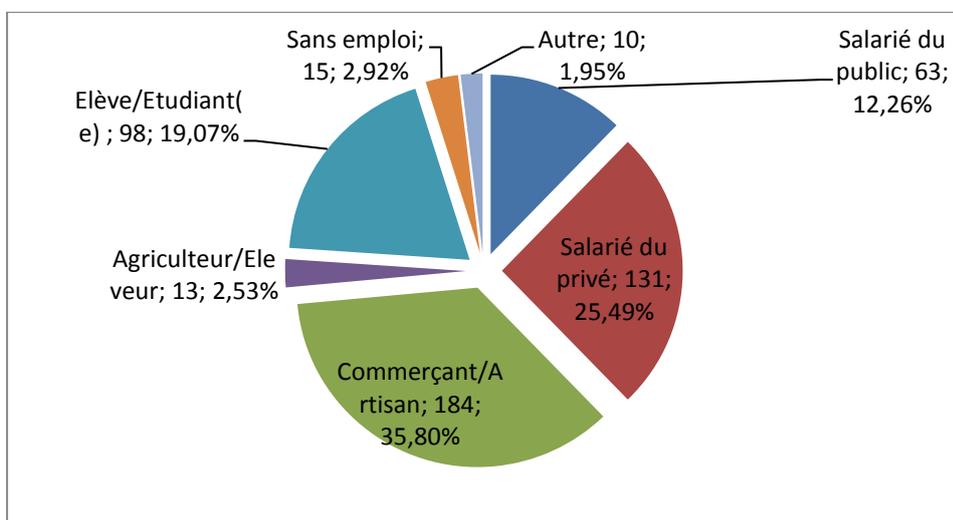


Figure 5: Répartition en fonction de la catégorie socioprofessionnelle de la population enquêtée

3.1.4 Répartition par âge et catégorie socioprofessionnelle

En croisant les paramètres « âge » et « catégorie socioprofessionnelle » comme paramètres de répartition des utilisateurs enquêtés, les différentes classes d'âge sont plus ou moins réparties dans les différentes catégories socioprofessionnelles. La figure suivante indique de

manière exhaustive cette répartition de l'échantillon selon les paramètres « âge » et « catégorie socioprofessionnelle ».

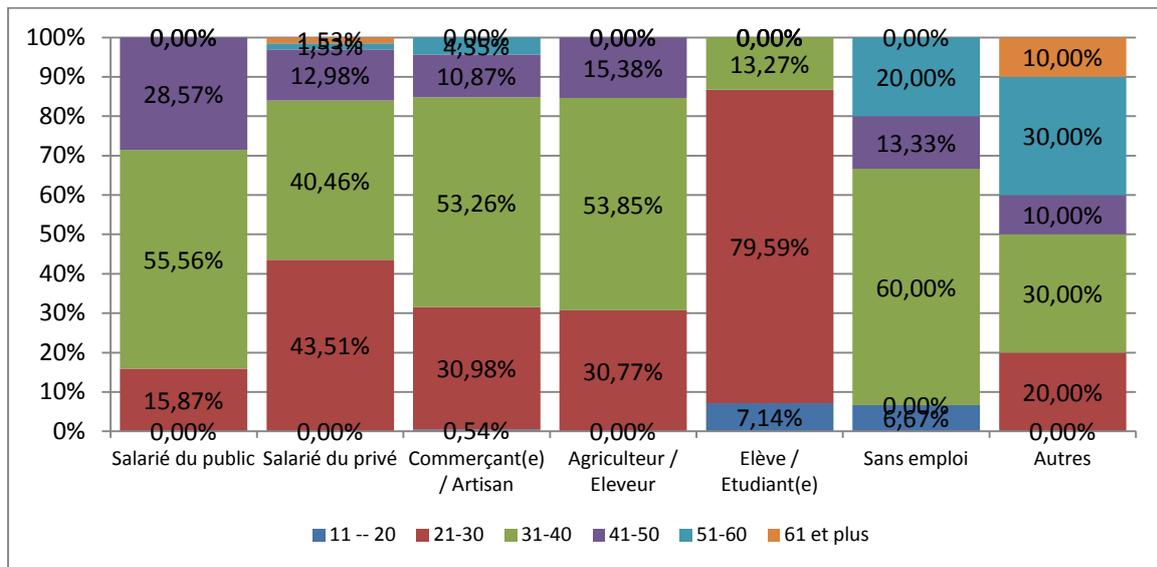


Figure 6: Croisement âge et catégorie socioprofessionnelle de la population enquêtée

3.1.5 Répartition par sexe et catégorie socioprofessionnelle

En termes de répartition de la catégorie socioprofessionnelle en fonction du sexe des utilisateurs de services de mobile money, le graphique ci-dessous montre que :

- pour le sexe féminin, la population enquêtée était majoritairement composée de commerçants/artisans, d'élèves/étudiants et de salariés du privé. Les classes socioprofessionnelles les moins représentées sont la catégorie des agriculteurs et les « autres » ;
- pour le sexe masculin, l'échantillon était essentiellement composé de commerçants/artisans, de salariés du privé, d'élèves/étudiants et de salariés du public. Les moins représentés sont les « sans emplois » et les « autres ».

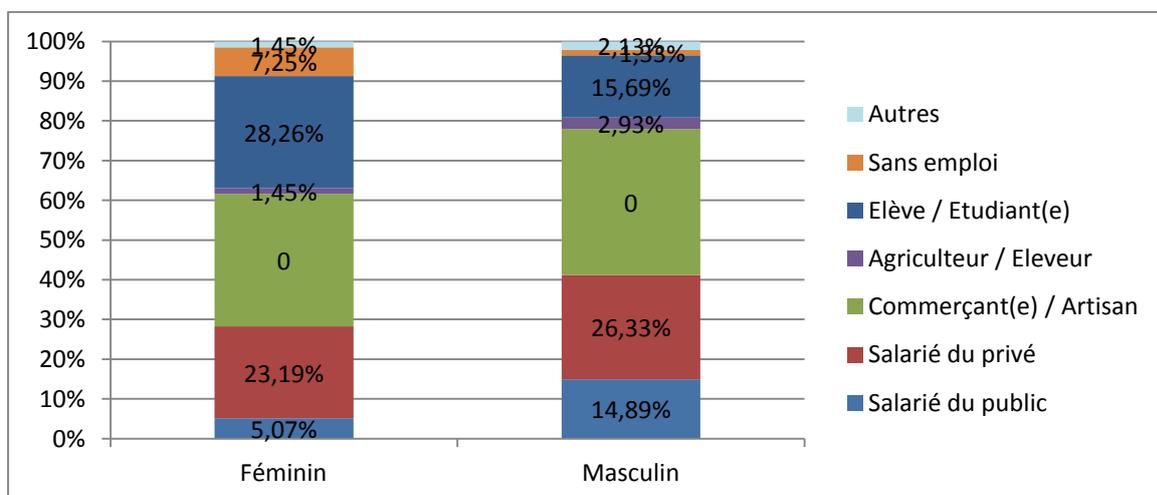


Figure 7: Croisement sexe et catégorie socioprofessionnelle de la population enquêtée

3.1.6 Niveau d'instruction et catégorie socioprofessionnelle

Sur la figure, en ce qui concerne les utilisateurs des services de mobile money, les constats suivants sont faits :

- les salariés du public ont tous le niveau supérieur ou le niveau secondaire ;
- les salariés du privé se recrutent dans tous les niveaux d'instruction ;
- les commerçants sont plus présents dans les niveaux d'instruction inférieurs (aucun et primaire) que dans les niveaux d'instruction supérieurs (secondaire et supérieur) ;
- les élèves/étudiants ne sont présents que dans les niveaux d'instruction secondaire et supérieur ;
- les « sans emplois » sont présents dans les quatre (04) niveaux d'instruction.

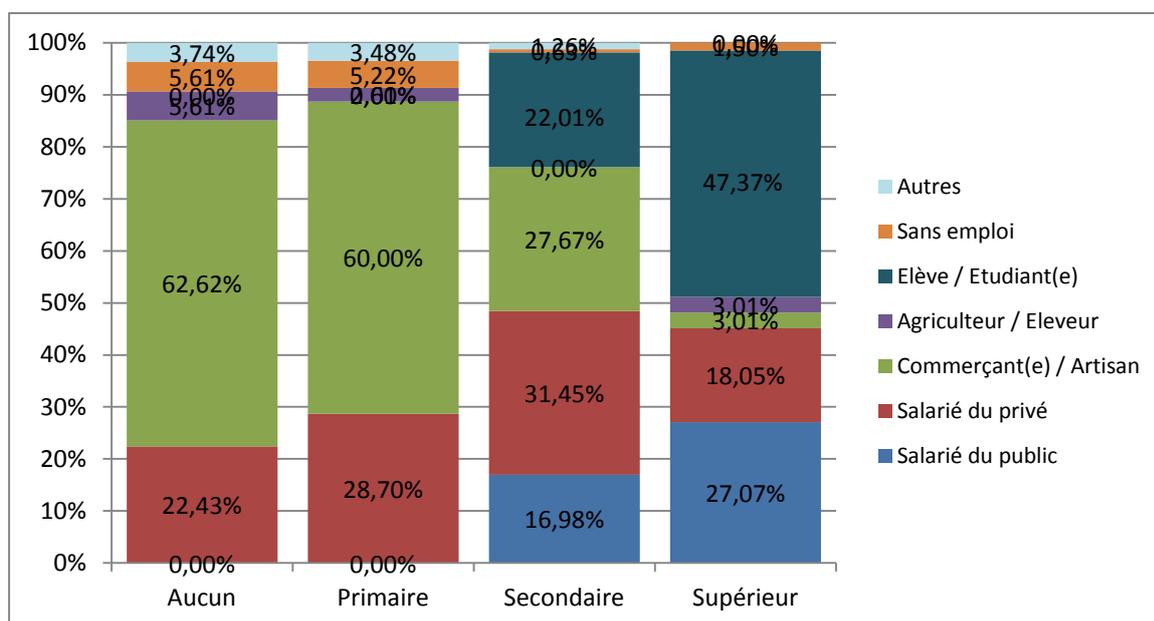


Figure 8: Croisement niveau d'instruction et catégorie socioprofessionnelle de l'échantillon

3.2 Répartition socio-économique des utilisateurs de mobile money

A partir des données de l'enquête menée, une étude des interactions entre les facteurs d'intérêt et certains paramètres sera menée. Le sexe, l'âge, la catégorie socioprofessionnelle, le niveau d'instruction et la formule de mobile money seront utilisés comme paramètres tandis que comme facteurs d'intérêt, la détention de compte bancaire, la détention de carte bancaire et la détention de compte mobile money seront utilisées.

3.2.1 Utilisateurs détenant un compte bancaire

Dans ce paragraphe, sera menée l'analyse des interactions entre les paramètres ci-dessus cités avec la variable d'intérêt « détention de compte bancaire ».

3.2.1.1 Répartition globale des utilisateurs détenant un compte bancaire

Dans la population enquêtée, moins de la moitié est détentrice d'un compte bancaire. En effet, seuls 47,6% de l'échantillon ont un compte bancaire et 51,1% n'ont pas de compte bancaire.

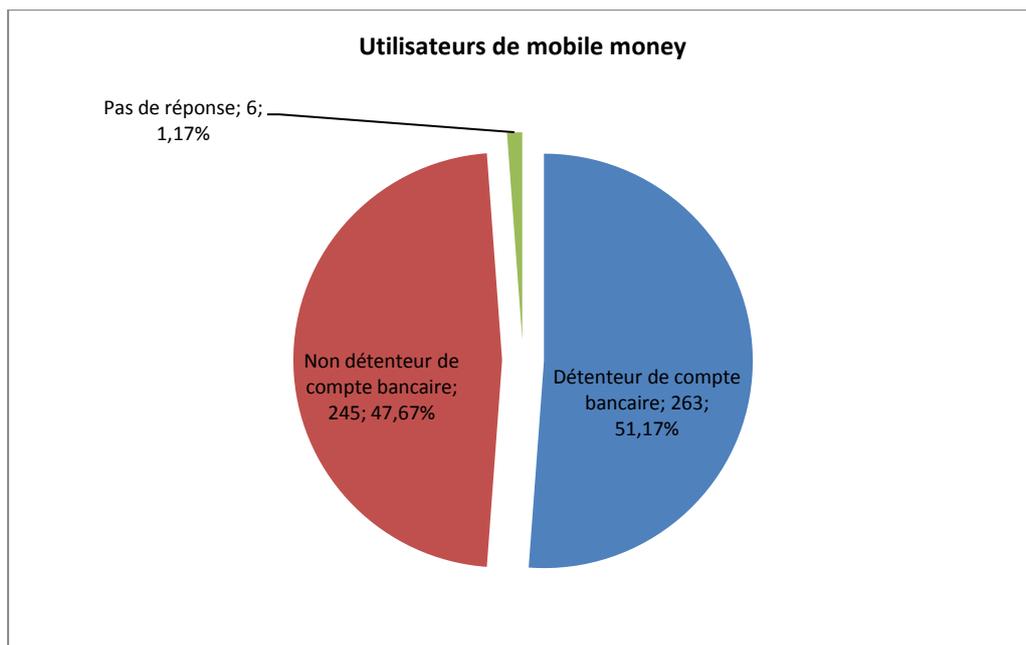


Figure 9: Répartition de l'échantillon en fonction du critère de détention de compte bancaire

3.2.1.2 Répartition selon l'âge des utilisateurs détenant un compte bancaire

La représentation de la répartition des utilisateurs de mobile money selon l'âge et la détention de compte bancaire montre que la tranche d'âge « 41-50 » est celle qui possède le plus d'individus ayant un compte bancaire. Elle est suivie de la classe d'âge « 31 – 40 », puis de la tranche « 51 – 60 ».

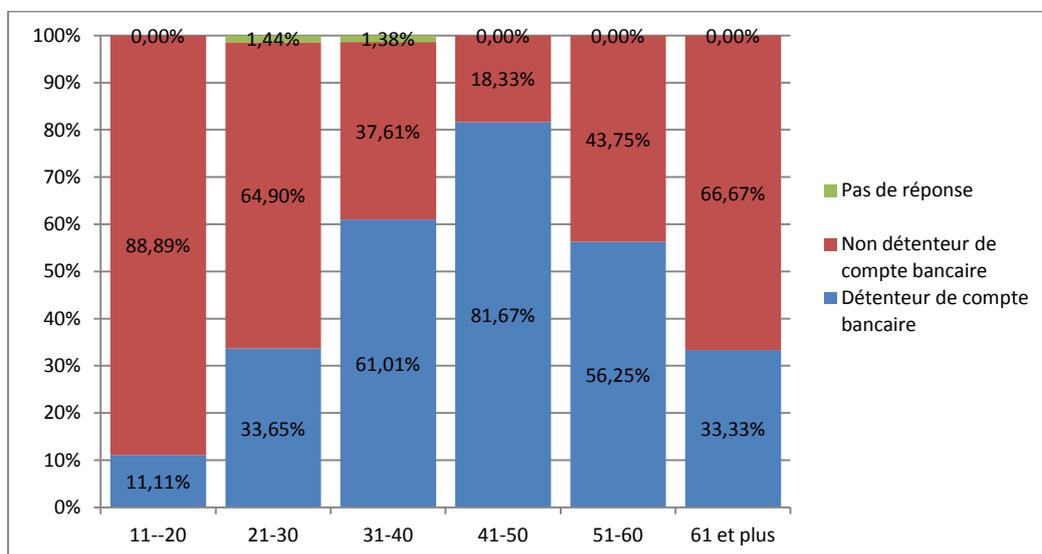


Figure 10: Croisement âge et détention de compte bancaire

3.2.1.3 Répartition selon le niveau d'instruction des utilisateurs détenant un compte bancaire

La représentation de la répartition des utilisateurs de mobile money selon le niveau d'instruction et la détention de compte bancaire montre que les utilisateurs de niveau d'instruction « supérieur » ont la plus grande proportion de détenteur de compte bancaire.

Le niveau « primaire » vient en deuxième position avec 56,5%. Le niveau « aucun » a la plus petite proportion de détenteur de compte bancaire avec 41,1%.

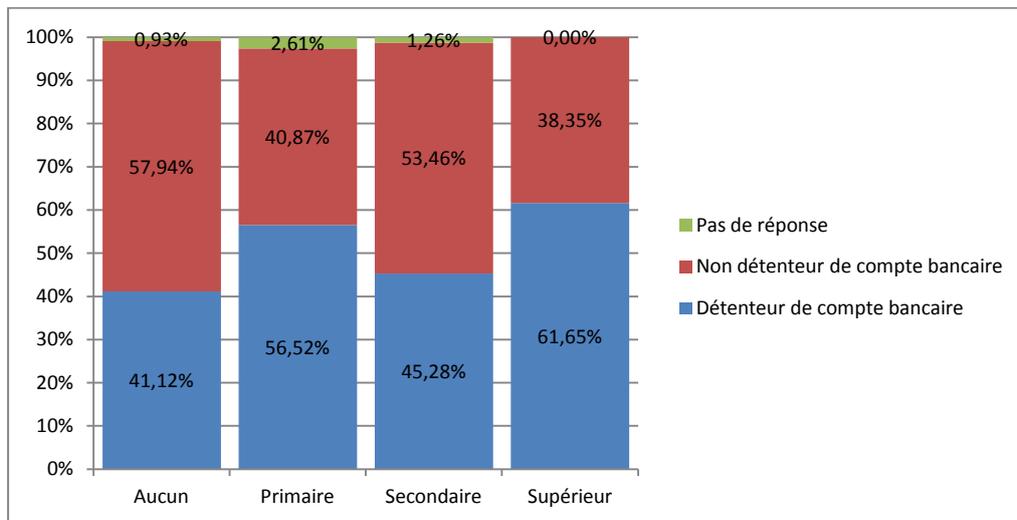


Figure 11: Croisement niveau d'instruction et détention de compte bancaire

3.2.1.4 Répartition selon le sexe des utilisateurs détenant un compte bancaire

La figure ci-dessous représente la répartition de l'échantillon en fonction du sexe et de la détention de compte bancaire. La proportion de femme ne détenant pas de compte bancaire est de 56,5% contre 44,4% pour les hommes.

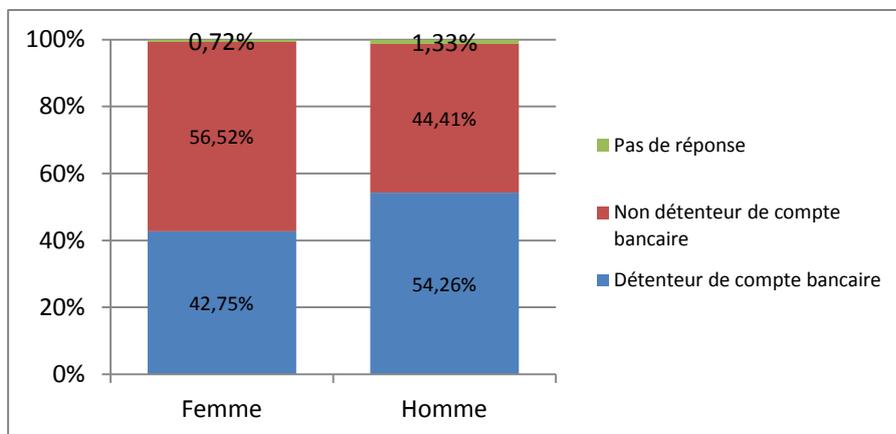


Figure 12: Croisement sexe et détention de compte bancaire

3.2.1.5 Répartition selon la catégorie socioprofessionnelle des utilisateurs détenant un compte bancaire

L'illustration ci-dessous donne la répartition de la population enquêtée en fonction de « la détention de compte bancaire » et de « la catégorie socioprofessionnelle ». La figure montre que les salariés du public sont les plus bancarisés avec 98,41% tandis que les sans emplois sont les moins bancarisés avec six 6,67%.

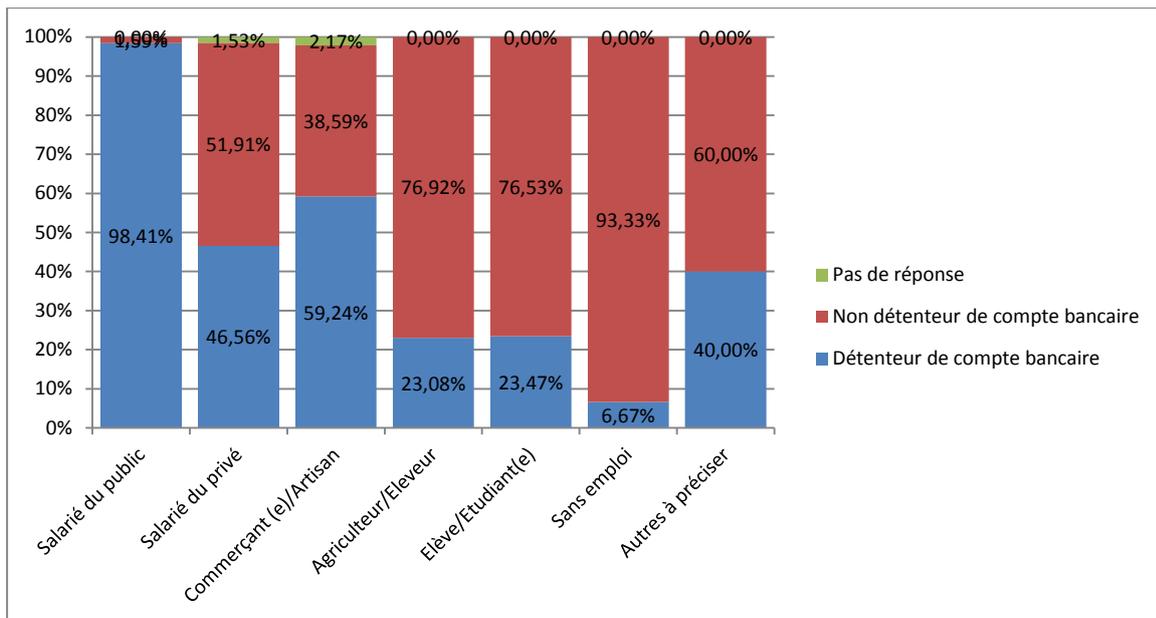


Figure 13: Croisement catégorie socioprofessionnelle et détention de compte bancaire

3.2.1.6 Répartition selon la formule de mobile money des utilisateurs détenant un compte bancaire

Airtel money est la formule de mobile money la plus utilisée. Pratiquement pour chacune des formules, 50% des utilisateurs sont détenteurs d'un compte bancaire comme l'illustration ci-dessous.

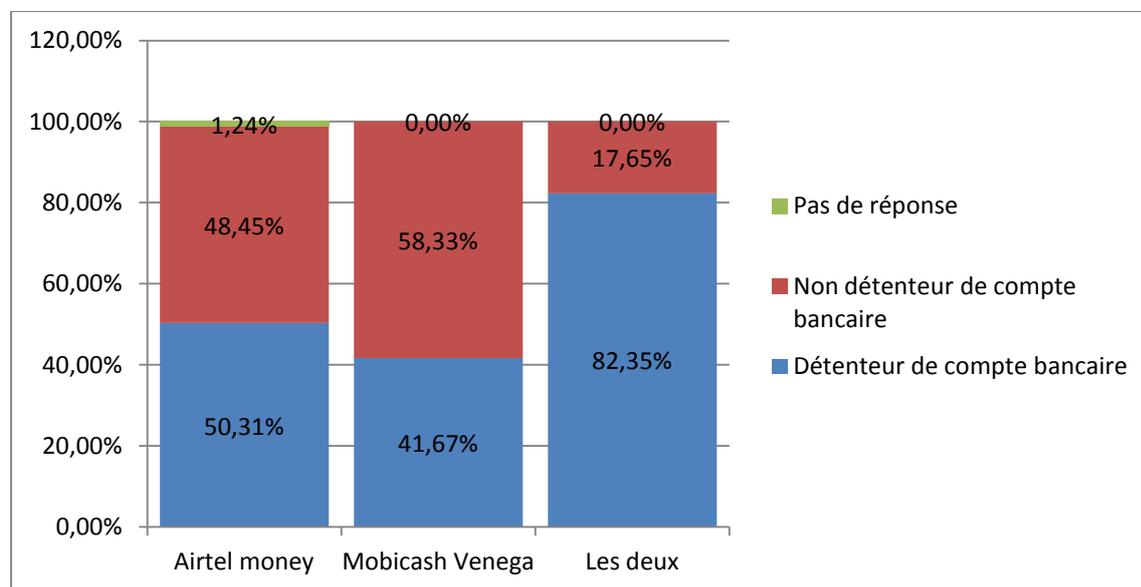


Figure 14: Croisement formule de mobile money et détention de compte bancaire

3.2.1.7 Dépendances entre le facteur détention de compte bancaire et les variables considérées

Les tests du khi 2 montrent que le facteur « détention de compte bancaire » est dépendant des variables âge, niveau d'instruction, sexe, catégorie socioprofessionnelle, formule du mobile money de l'utilisateur.

3.2.2 Utilisateurs détenant une carte bancaire

Dans ce paragraphe, seront analysées les interactions entre les paramètres ci-dessus cités et le facteur d'intérêt « détention de carte bancaire ».

3.2.2.1 Répartition globale des utilisateurs détenant une carte bancaire

Le taux d'utilisateurs de mobile money disposant de carte bancaire est faible. En effet, la proportion des utilisateurs de mobile money détenant une carte bancaire est de 28,6% contre 66,3% pour les non détenteurs de cartes bancaires. La figure ci-dessous donne les détails de cette répartition.

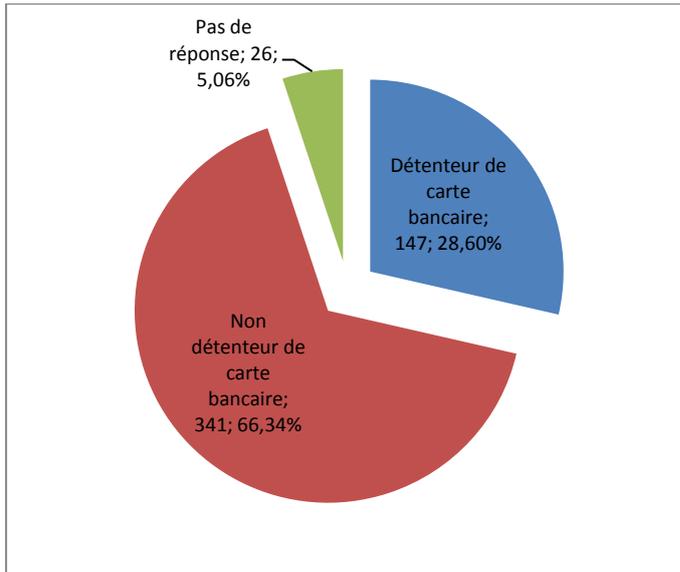


Figure 15: Répartition de l'échantillon en fonction du critère de détention de carte bancaire

3.2.2.2 Répartition selon l'âge des utilisateurs détenant une carte bancaire

Selon les résultats du croisement du paramètre « âge » avec le facteur d'intérêt « détention d'un carte bancaire », la tranche d'âge « 41 – 50 » présente le taux de détenteurs de carte bancaire le plus élevé avec 41,6%. L'illustration ci-dessous donne les détails de cette répartition :

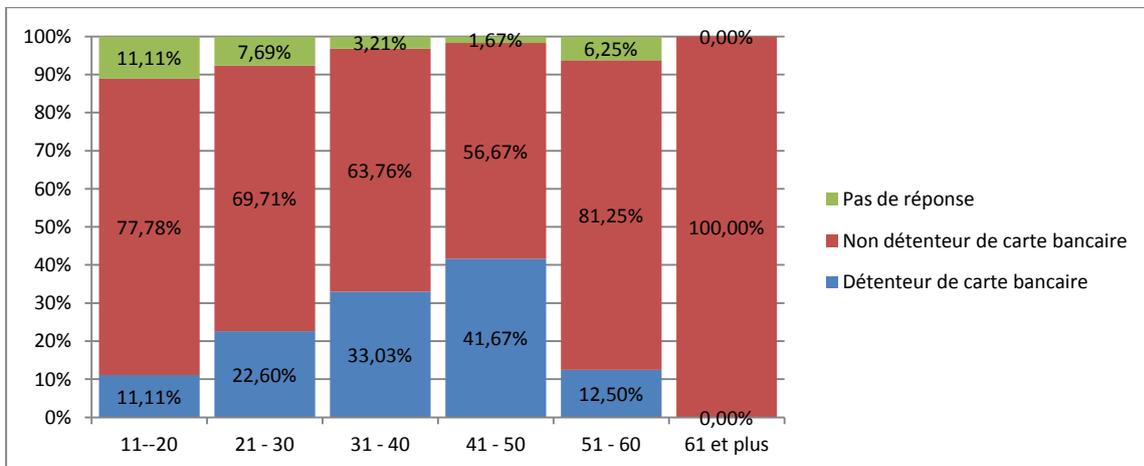


Figure 16: Croisement âge et détention de carte bancaire

3.2.2.3 Répartition selon le niveau d’instruction des utilisateurs détenant une carte bancaire

Selon l’illustration ci-dessous, plus le niveau d’instruction augmente plus la proportion de détenteur de carte bancaire augmente. En effet, la proportion des détenteurs de carte bancaire passe de 14% pour le niveau « aucun » à 42,8% pour le niveau supérieur. Cette proportion est de 24,3% pour le niveau « primaire » et de 29,5% pour le niveau « secondaire ».

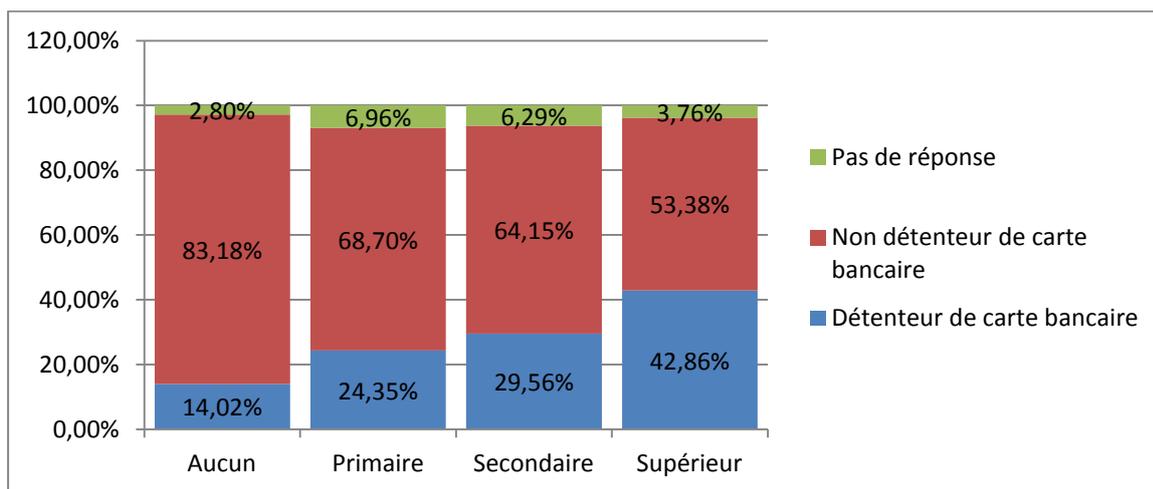


Figure 17: Croisement niveau d’instruction et détention de carte bancaire

3.2.2.4 Répartition selon la catégorie socioprofessionnelle des utilisateurs détenant une carte bancaire

Selon le croisement du paramètre « catégorie socioprofessionnelle » avec le facteur d’intérêt « détention d’une carte bancaire », la valeur « salarié du public » avec 68,2% représente la classe ayant plus de détenteur de carte bancaire. La catégorie « sans emploi » est celle qui n’a pas de détenteur de carte bancaire. Les détails sont illustrés sur la figure ci-dessous.

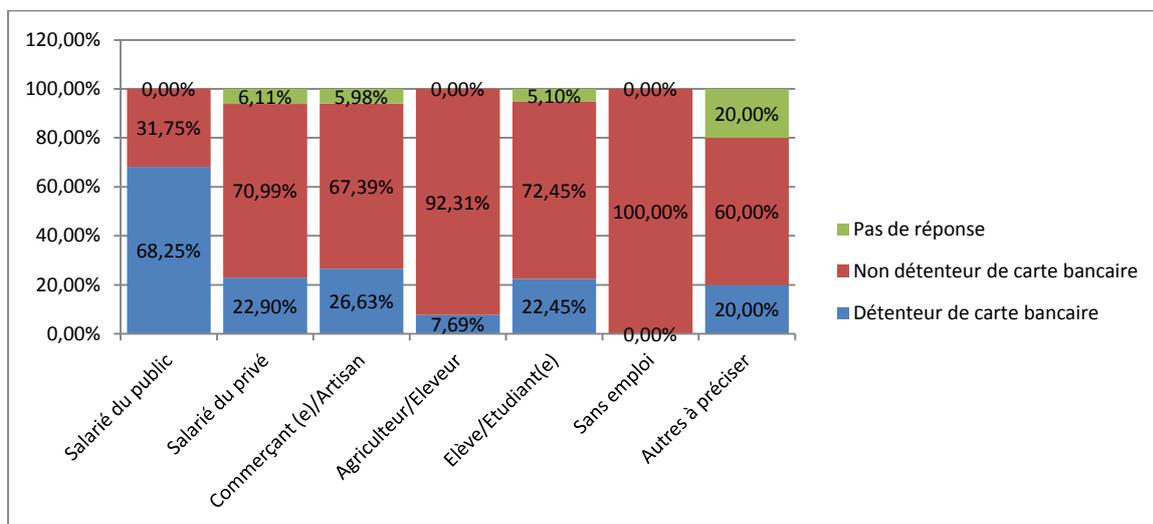


Figure 18: Croisement catégorie socioprofessionnelle et détention de carte bancaire

3.2.2.5 Dépendances entre le facteur détention de carte bancaire et les variables considérées
 Les tests du khi 2 montrent que le facteur « détention de compte bancaire » est lié aux variables âge, niveau d'instruction, catégorie socioprofessionnelle de l'utilisateur.

3.2.3 Détention de compte mobile money

Dans ce paragraphe, l'analyse des interactions entre les paramètres ci-dessus cités et le facteur d'intérêt « détention de compte de service mobile money » sera menée.

3.2.3.1 Répartition globale des utilisateurs

Plus de la majorité des utilisateurs de services de mobile money détiennent au moins un compte mobile money. En effet, 83,4% des utilisateurs ont au moins un compte mobile money. La figure ci-dessous donne les détails de cette répartition des utilisateurs de service mobile money.

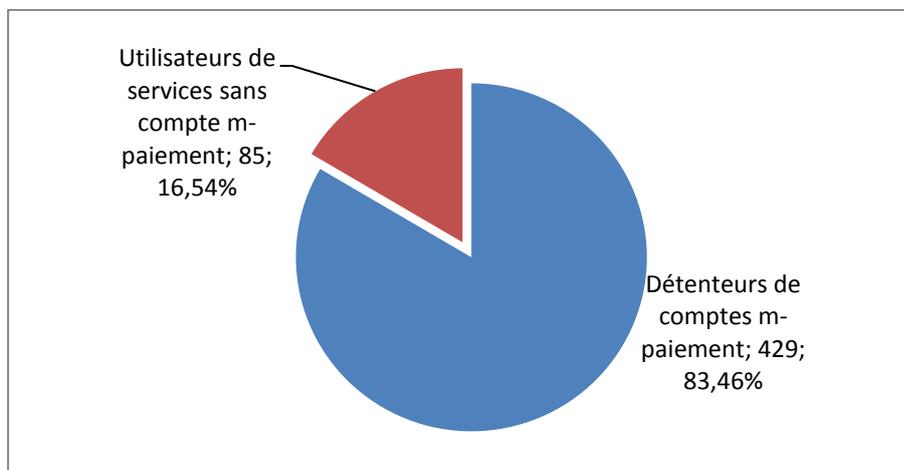


Figure 19: Répartition en fonction du critère de détention de compte mobile money

3.2.3.2 Catégorie socioprofessionnelle et détention de compte m-paiement

Pour toutes les catégories socioprofessionnelles, les utilisateurs de services de mobile money sont détenteurs de compte mobile money à plus de 50%. En effet, la catégorie « sans emploi » est celle qui a le moins d'utilisateurs possédant un compte mobile money est à 60% de détenteurs de compte mobile money.

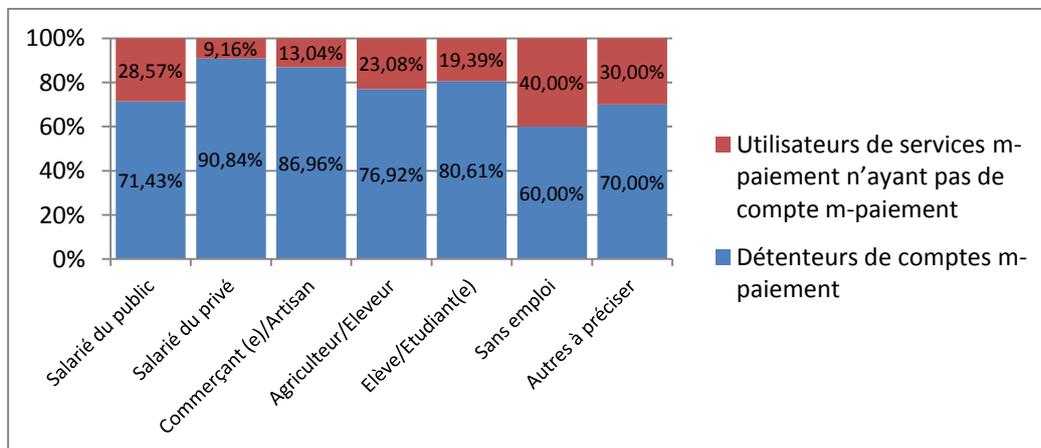


Figure 20: Croisement catégorie socioprofessionnelle et détention de compte mobile money

3.2.3.3 Dépendances entre le facteur détention d'un compte mobile money et les variables considérées

Les tests du khi 2 montrent que le facteur « détention de compte mobile money » est dépendant uniquement de la variable catégorie socioprofessionnelle de l'utilisateur.

3.3 Utilisation des services mobile money

Dans cette partie, les facteurs d'intérêt à utiliser seront le temps passé dans l'utilisation des services, la fréquence d'utilisation des services, la propriété des transactions et le nombre de services mobile money utilisés.

Le sexe, l'âge, la catégorie socioprofessionnelle, le niveau d'instruction et la formule de mobile money seront toujours utilisés comme paramètres pour l'analyse des interactions avec les facteurs d'intérêt.

3.3.1 Temps passé (durée) dans l'utilisation des services

Dans ce paragraphe, l'analyse des interactions entre les paramètres ci-dessus cités avec le facteur d'intérêt « temps passé dans l'utilisation des services » sera menée.

3.3.1.1 Répartition globale en fonction du temps passé

Selon la figure ci-dessous, les utilisateurs qui utilisent les services de mobile money depuis plus d'un an sont les plus nombreux.

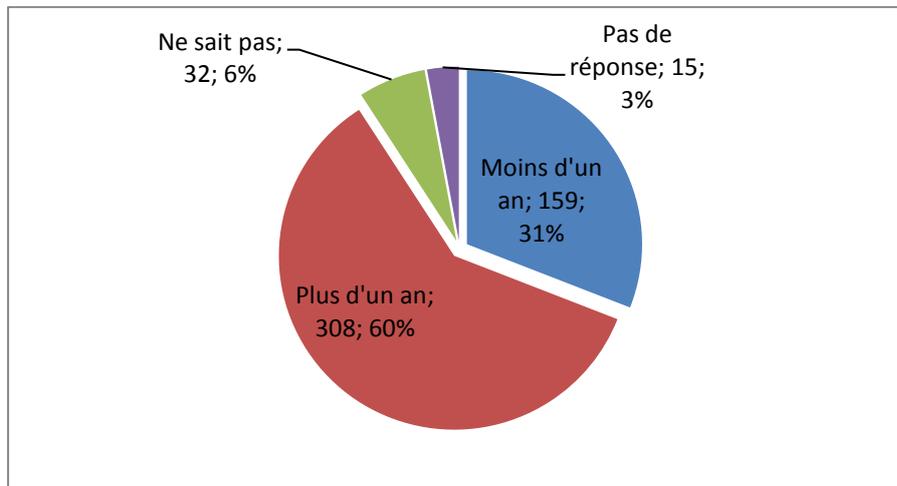


Figure 21: Répartition de l'échantillon en fonction du critère temps passé dans l'utilisation

3.3.1.2 Répartition en fonction de la catégorie socioprofessionnelle

La catégorie « sans emploi » est composée essentiellement de personnes qui utilisent les services de mobile money il y a moins d'un an. Quant à la catégorie commerçant/artisan, elle détient la proportion la plus faible des gens qui utilisent les services mobile money depuis moins d'un an. La figure ci-dessous donne plus de détails sur cette répartition.

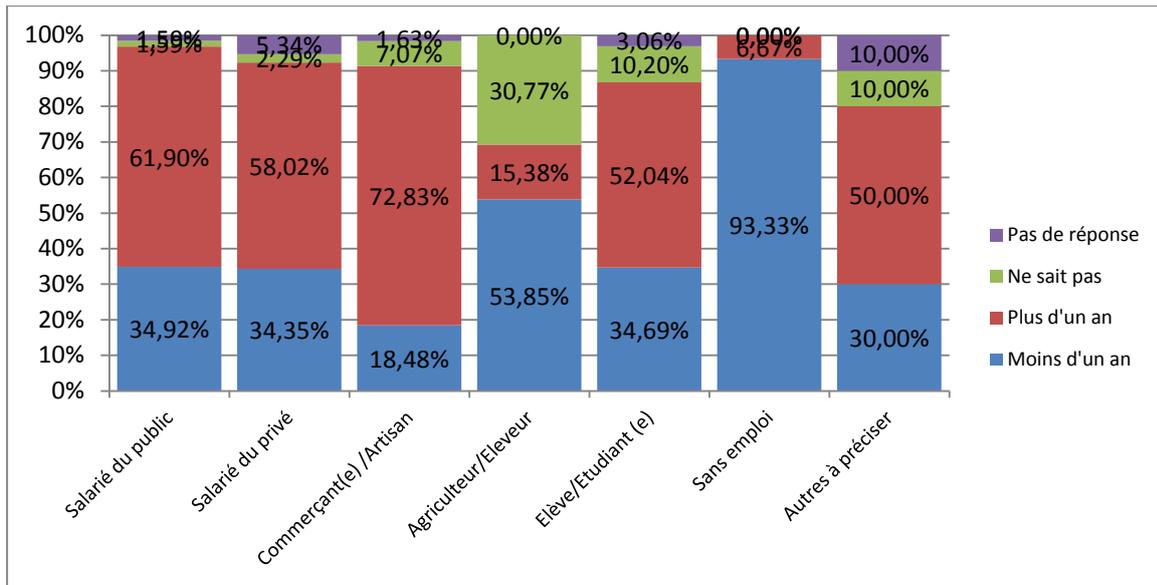


Figure 22: Croisement catégorie socioprofessionnelle et temps passé dans l'utilisation

3.3.1.3 Répartition en fonction de la formule de mobile money

La figure ci-dessous représente la répartition des utilisateurs de services de mobile money en fonction de la formule de mobile money et du temps passé dans l'utilisation des services.

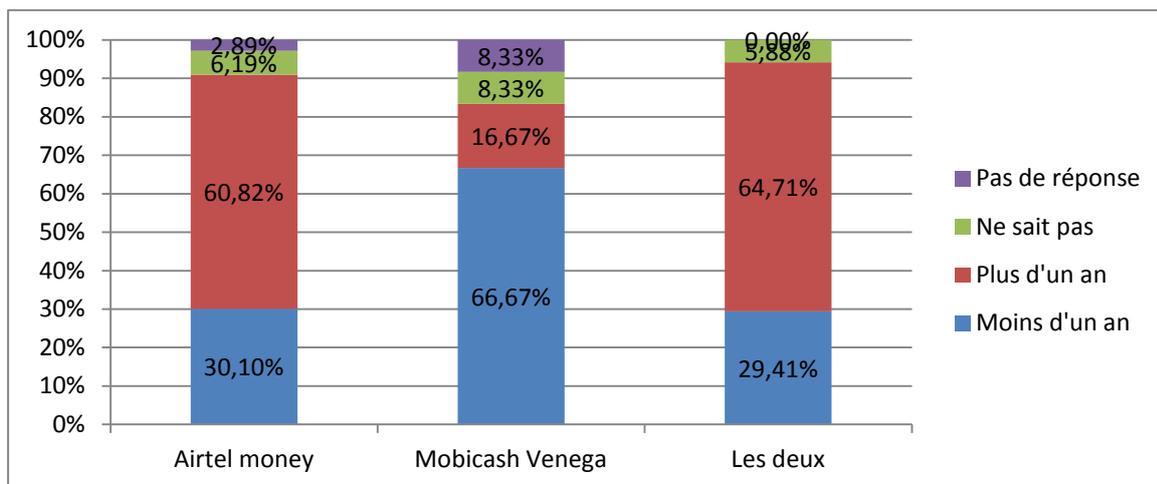


Figure 23: Croisement formule de mobile money et temps passé dans l'utilisation

3.3.1.4 Dépendances entre le facteur temps passé dans l'utilisation des services de mobile money et les variables considérées

Les tests du khi 2 montrent que le facteur « temps passé dans l'utilisation des services de mobile money » est lié aux variables catégorie socioprofessionnelle et formule du mobile money de l'utilisateur.

3.3.2 Fréquence d'utilisation des services

Dans ce paragraphe, l'analyse des interactions entre les paramètres ci-dessus cités avec le facteur d'intérêt « fréquence d'utilisation des services » sera menée.

3.3.2.1 Répartition globale en fonction de la fréquence d'utilisation

Selon la figure ci-dessous, les utilisateurs utilisant les services de mobile money au moins une fois par mois sont les plus nombreux.

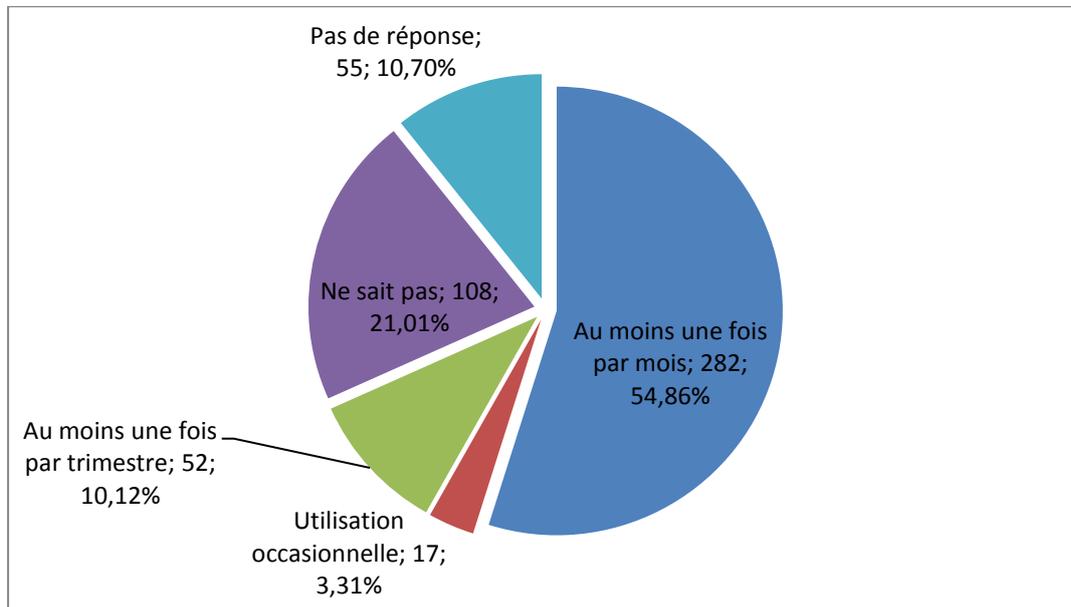


Figure 24: Répartition de l'échantillon en fonction de la fréquence d'utilisation

3.3.2.2 Répartition en fonction du niveau d'instruction

Pour tous les niveaux d'instruction, la proportion de ceux qui utilisent le service « au moins une fois par mois » est supérieure ou égale à 40 %. Le maximum est atteint avec le niveau d'instruction « primaire » où le pourcentage est de 63,4%.

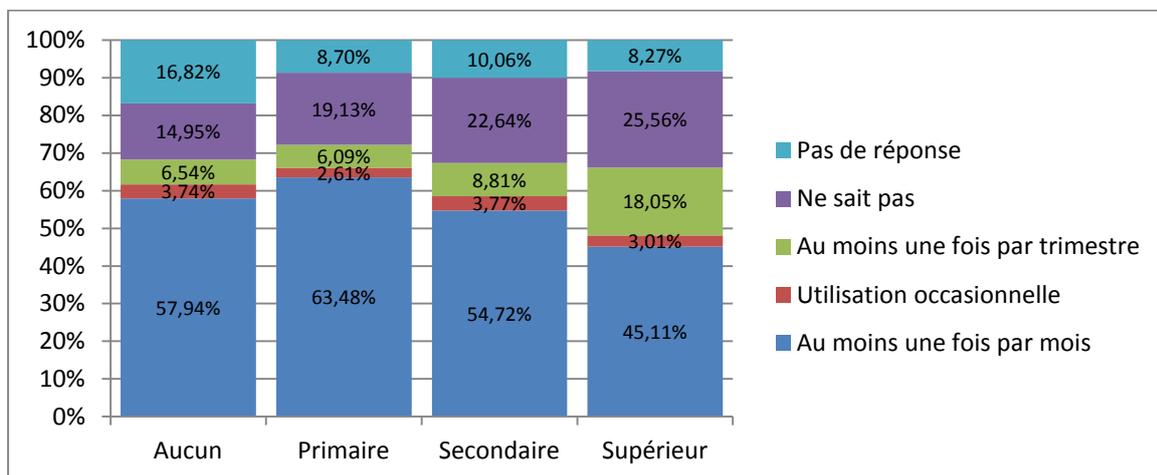


Figure 25: Croisement niveau d'instruction et fréquence d'utilisation

3.3.2.3 Répartition en fonction du sexe

Pour les deux sexes, la proportion de ceux qui utilisent le service « au moins une fois par mois » est supérieure à 40%. Le maximum est atteint avec le sexe masculin où le pourcentage est de 68,8%.

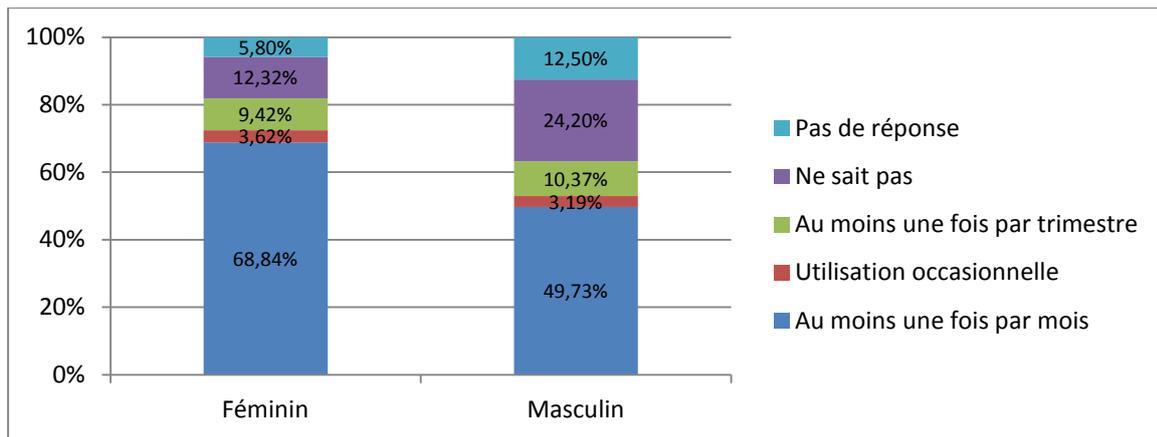


Figure 26: Croisement sexe et fréquence d'utilisation

3.3.2.4 Répartition en fonction de la formule de mobile money

Selon le croisement du paramètre « formule de mobile money » avec la variable d'intérêt « fréquence d'utilisation des services », pour ceux qui utilisent les deux formules de mobile money, aucun n'est utilisateur occasionnel de services de mobile money.

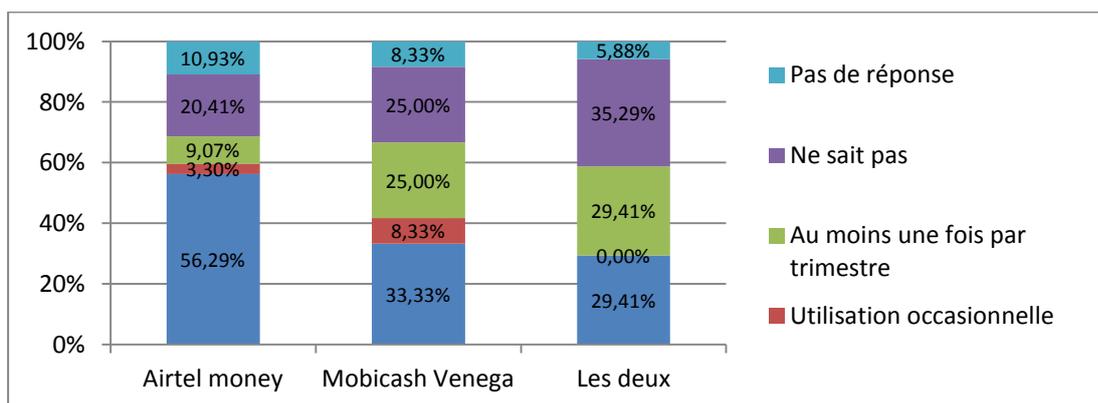


Figure 27: Croisement formule de mobile money et fréquence d'utilisation

3.3.2.5 Dépendances entre le facteur fréquence d'utilisation des services de mobile money et les variables considérées

Les tests du khi 2 montrent que le facteur « détention de compte bancaire » est dépendant des variables niveau d'instruction, sexe et formule du mobile money de l'utilisateur.

3.3.3 Propriété des transactions de mobile money

Dans ce paragraphe, l'analyse des interactions entre les paramètres ci-dessus cités avec le facteur d'intérêt « propriété des transactions » sera menée.

3.3.3.1 Répartition globale en fonction de la propriété des transactions

Selon la figure ci-dessous, les utilisateurs utilisant les services de mobile money pour leur propre compte sont les plus nombreux. Ensuite viennent ceux qui utilisent ces services pour leur propre compte et aussi pour le compte d'autrui.

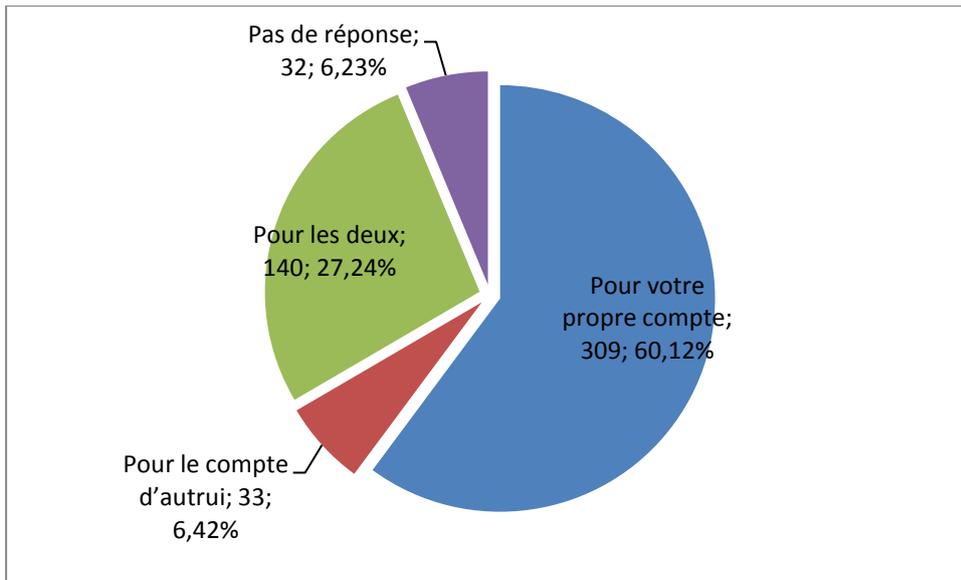


Figure 28: Répartition de l'échantillon en fonction de la propriété des transactions

3.3.3.2 Répartition en fonction de l'âge

Pour la tranche d'âge « 41 – 50 », la proportion de ceux qui utilisent les services de mobile money pour leur propre compte est inférieure à celui de ceux qui utilisent les services de mobile money pour le compte d'autrui. Pour les autres tranches d'âge, la proportion de ceux qui utilisent les services de mobile money pour leur propre compte est la plus grande.

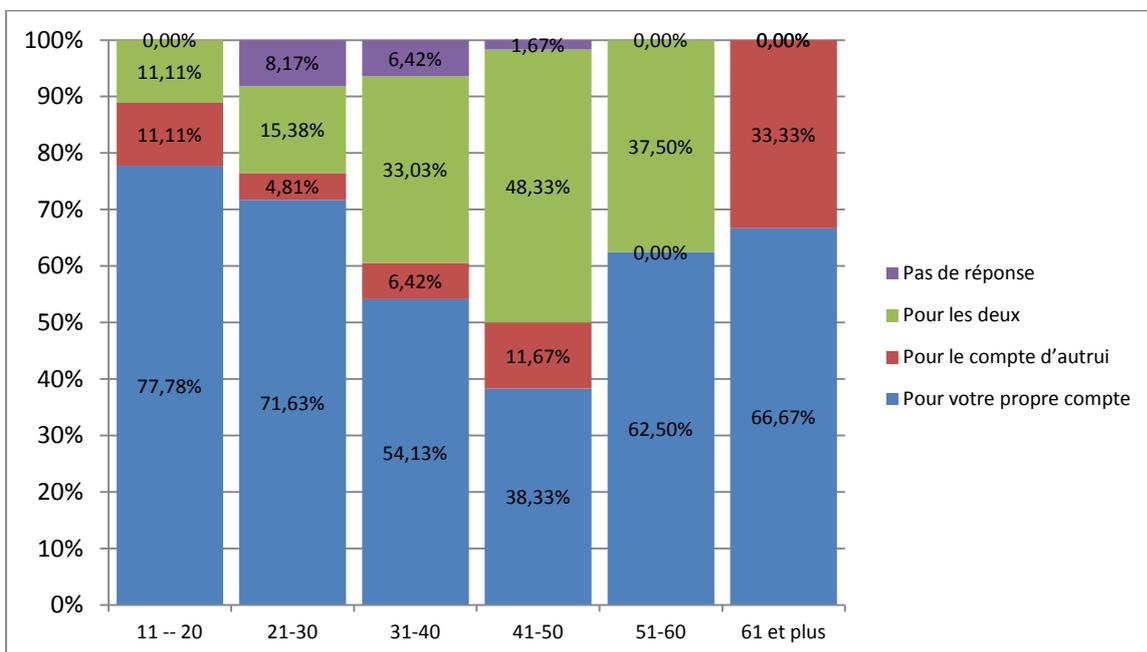


Figure 29: Croisement âge et propriété de la transaction

3.3.3.3 Répartition en fonction du niveau d'instruction

Pour tous les niveaux d'instruction, le pourcentage de ceux qui utilisent le service « pour leur propre compte » est supérieur à 50 %. Le maximum est atteint avec le niveau d'instruction « secondaire » où le pourcentage est de 62,8%.

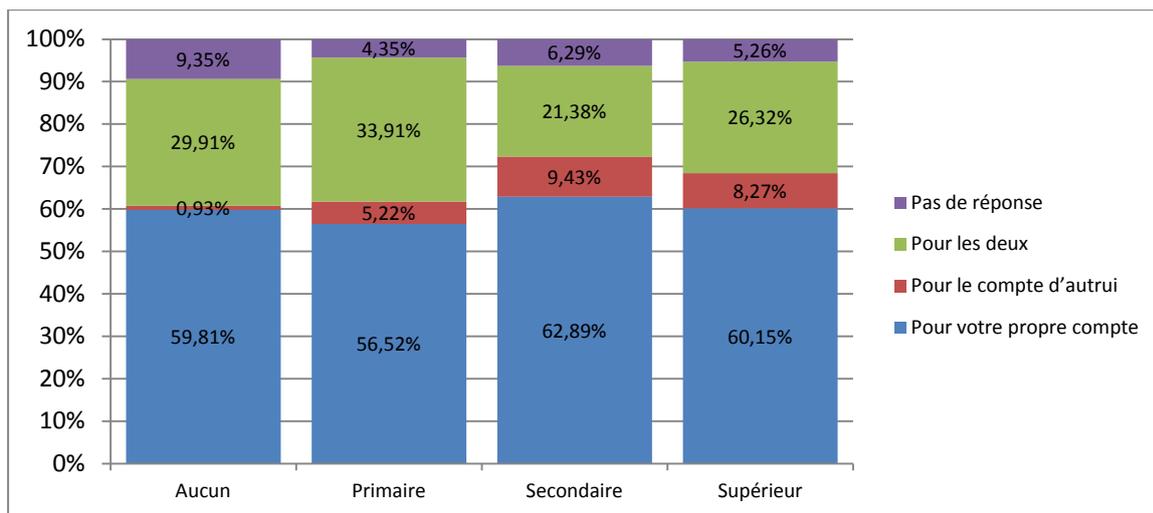


Figure 30: Croisement niveau d'instruction et propriété de la transaction

3.3.3.4 Répartition en fonction de la catégorie socioprofessionnelle

Pour toutes les catégories socioprofessionnelles, la proportion de ceux qui utilisent le service pour leur propre compte est supérieure à 40 %. Le maximum est atteint avec la catégorie socioprofessionnelle « élève/étudiant » où le pourcentage est de 77,5%.

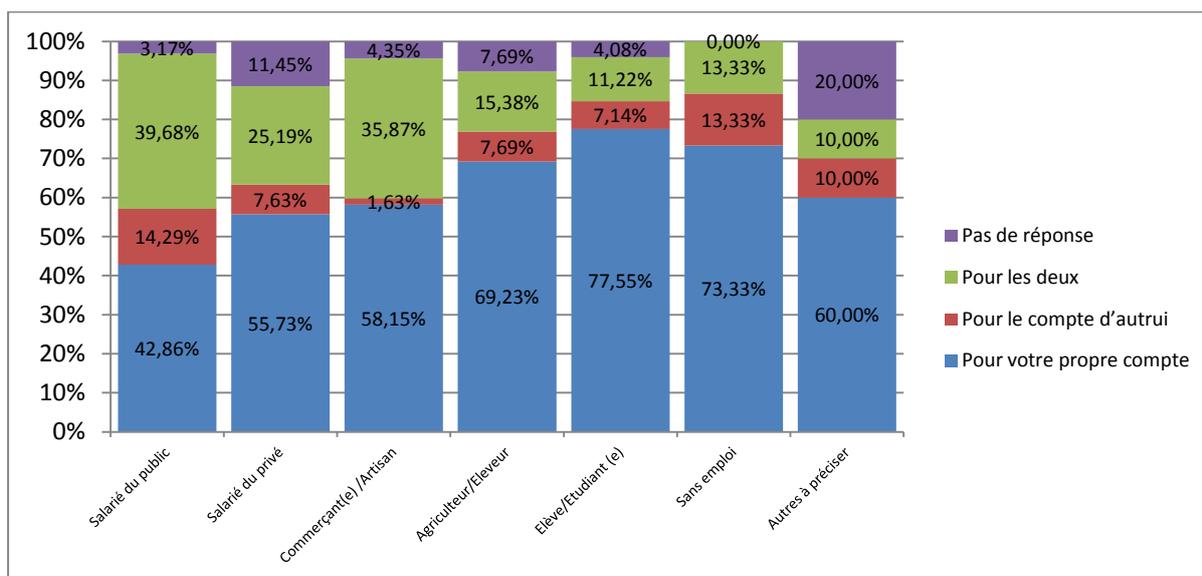


Figure 31: Croisement catégorie socioprofessionnelle et propriété de la transaction

3.3.3.5 Répartition en fonction de la formule de mobile money

Pour toutes les formules de mobile money, la proportion de ceux qui utilisent le service pour leur propre compte est supérieure ou égale à 50 %. Le maximum est atteint avec la formule Airtel money où le pourcentage est de 60,6%.

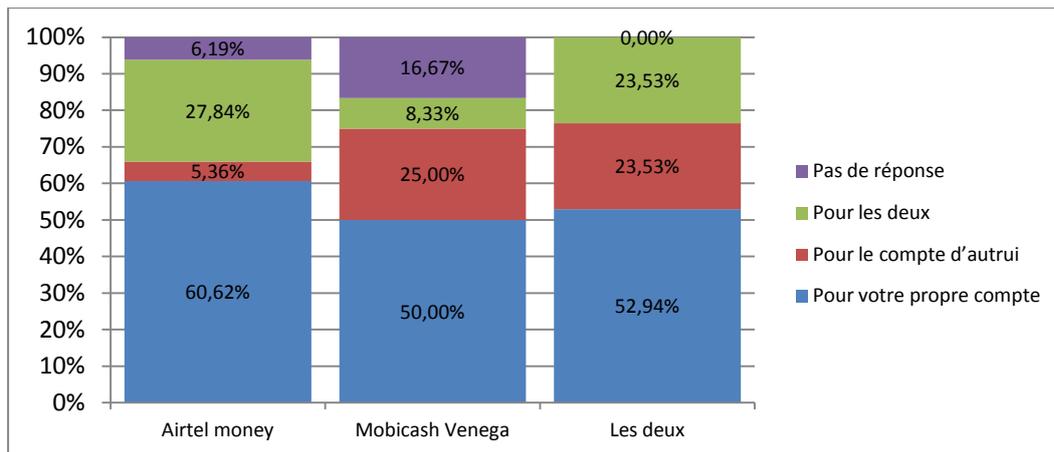


Figure 32: Croisement formule de mobile money et propriété de la transaction

3.3.3.6 Dépendances entre le facteur propriété des transactions de mobile money et les variables considérées

Les tests du khi 2 montrent que le facteur « détention de compte bancaire » est dépendant des variables âge, niveau d'instruction, catégorie socioprofessionnelle et formule du mobile money de l'utilisateur.

3.3.4 Répartition par Nombre de services utilisés

Dans ce paragraphe, l'analyse des interactions entre les paramètres ci-dessus cités avec le facteur d'intérêt « nombre de services utilisés » sera menée.

3.3.4.1 Répartition globale par nombre de services utilisés

Selon l'illustration ci-dessous, seul 14,7% des utilisateurs utilisent un seul service de mobile money. Ceux qui utilisent trois services de mobile money sont les plus nombreux.

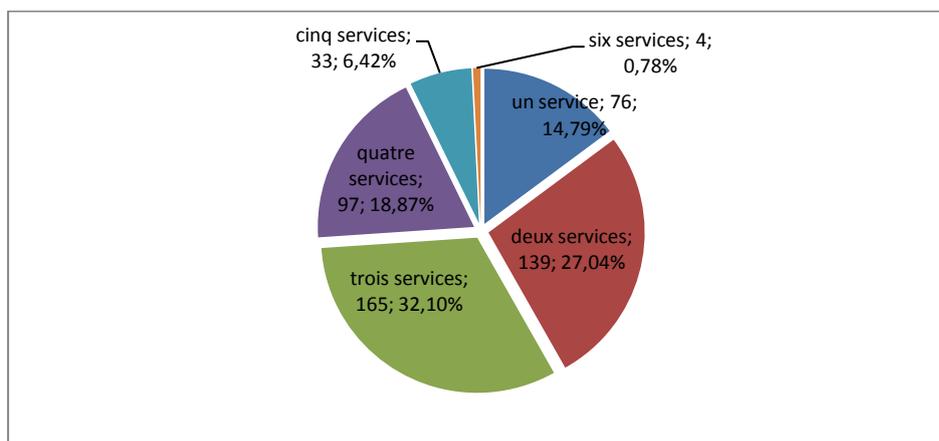


Figure 33: Répartition de l'échantillon en fonction du nombre de services utilisés

3.3.4.2 Age et utilisation des services de m-paiement

Pour toutes les tranches d'âge, la proportion de ceux qui utilisent un seul service est inférieure ou égale à 33,3 %. Le maximum est atteint avec les tranches d'âge « 11 – 20 » et « 51 – 60 » pour lesquelles le pourcentage est de 33,3%.

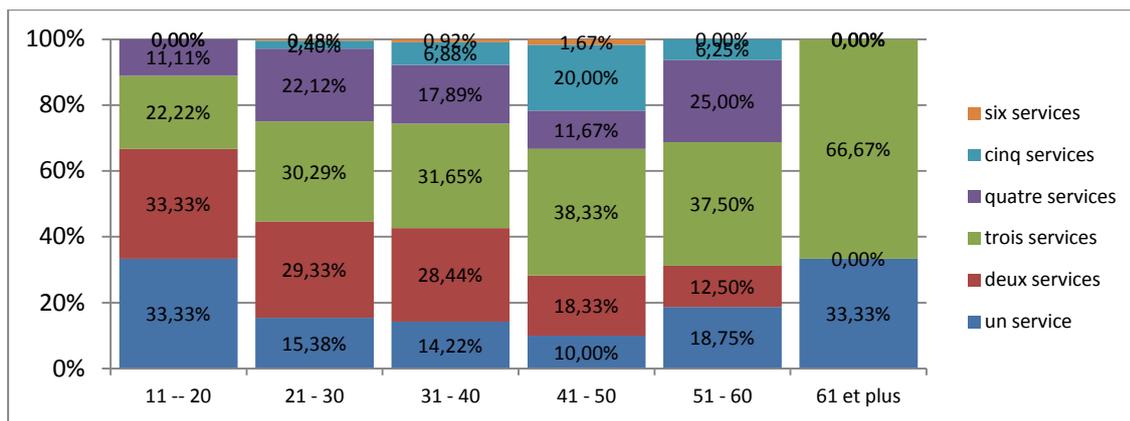


Figure 34: Croisement âge et nombre de services utilisés

3.3.4.3 Catégorie socioprofessionnelle et utilisation des services de m-paiement

Pour toutes les catégories socioprofessionnelles, la proportion de ceux qui utilisent un seul service est inférieure ou égale à 30%. Le maximum est atteint avec la catégorie « autres à préciser » pour laquelle le pourcentage est de 30%.

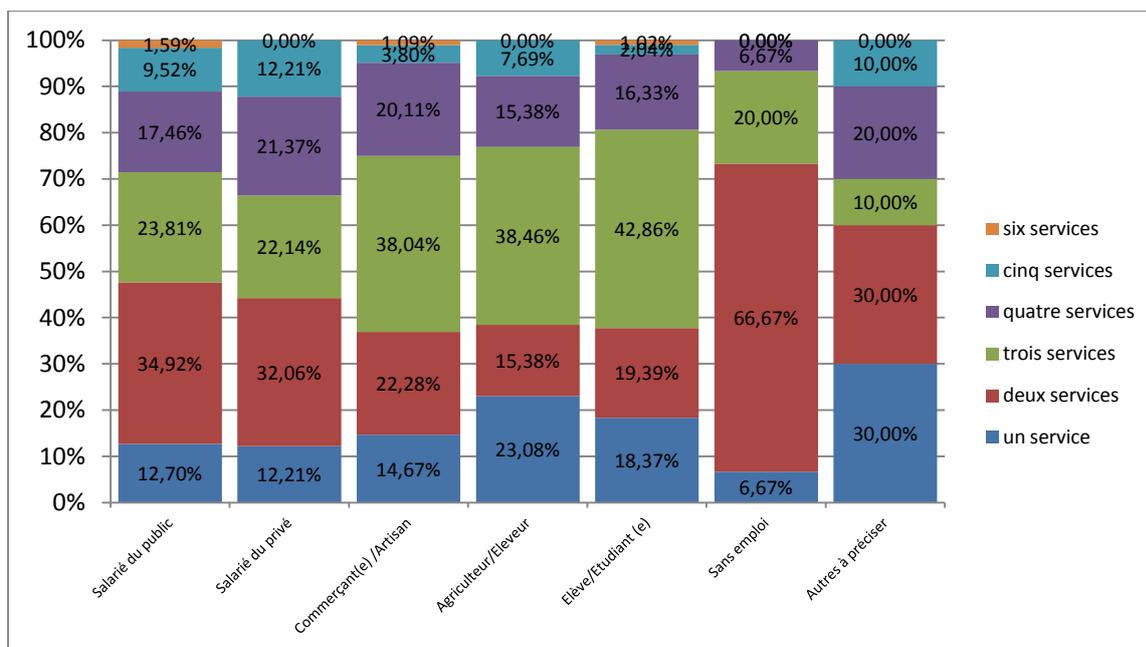


Figure 35: Croisement nombre de services utilisés et catégorie socioprofessionnelle

3.3.4.4 Dépendances entre le facteur nombre de services utilisés et les variables considérées

Les tests du khi 2 montrent que le facteur « détention de compte bancaire » est dépendant des variables âge et catégorie socioprofessionnelle de l'utilisateur.

Chapitre 4 : Services de mobile money au Burkina Faso

Dans ce chapitre, seront présentés et analysés quelques statistiques reçues des opérateurs et les résultats de l'enquête sur les services du mobile money tels que le transfert d'argent, le dépôt d'argent, le retrait d'argent, le paiement des factures, l'achat de biens/services et l'achat de crédits de communication.

4.1 Comptes mobile money

Les données utilisées dans ce paragraphe sont d'une part des statistiques fournies par les opérateurs Airtel Burkina Faso S.A. et ONATEL S.A. et d'autre part des données issues de l'enquête menée auprès des utilisateurs de services de mobile money.

4.1.1 Evolution du nombre de comptes

Les statistiques relatives au nombre de comptes ont été fournies par les deux opérateurs qui offrent des services de mobile money à savoir Airtel Burkina Faso S.A. et ONATEL S.A.

Depuis le lancement en 2012 des offres de services du mobile money par le réseau Airtel, le nombre de comptes ne fait qu'augmenter. En effet, de 148 en fin juin 2012, le nombre de comptes est passé à 1 402 761 en fin mars 2015. Quant à ONATEL, le nombre de comptes est passé de 65 350 en fin 2013 à 143 799 en fin mars 2015.

Comme le montre l'illustration ci-dessous, la croissance du nombre de comptes mobile money est plus accentuée sur le réseau de Airtel Burkina Faso S.A. que sur le réseau de ONATEL S.A.

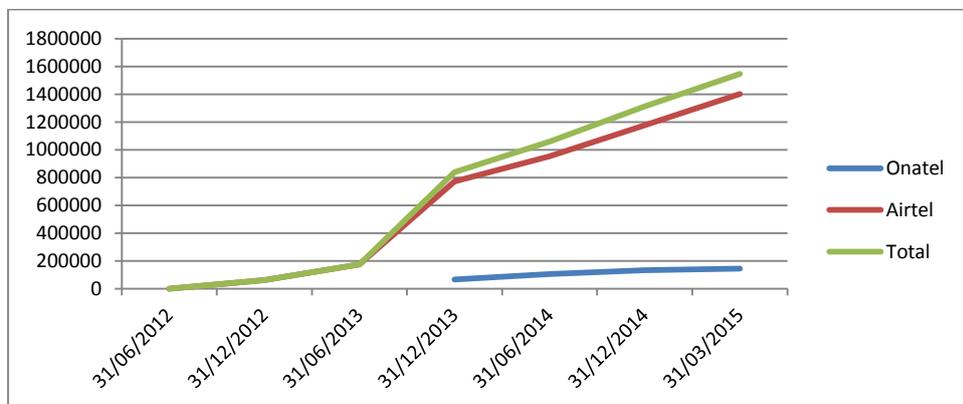


Figure 36: Evolution du nombre de comptes mobile money

Il est important de noter qu'il n'est pas obligatoire d'avoir un compte mobile money pour bénéficier des services de mobile money. En effet, à titre d'exemple, l'utilisation du service de « transfert » de Airtel money ne nécessite pas forcément la détention d'un compte de mobile money. En d'autres termes, le nombre de compte ci-dessus représenté ne donne pas nécessairement le nombre de client utilisant les services de mobile money.

4.1.2 Evolution du nombre de points de vente

Les points de vente représentent les lieux où les utilisateurs de mobile money peuvent déposer ou retirer de l'argent. Comme pour le nombre de comptes mobile money, une

évolution positive du nombre de points de vente est constatée. En fin mars 2015, le nombre de point de vente Airtel money était de 11 862 tandis que celui de Mobicash vénéga était de 1 272.

Le graphique ci-dessous représente l'évolution du nombre de points de vente de Airtel money, Mobicash vénéga et l'ensemble Airtel money et Mobicash vénéga sur la période allant de fin juin 2012 à fin mars 2015.

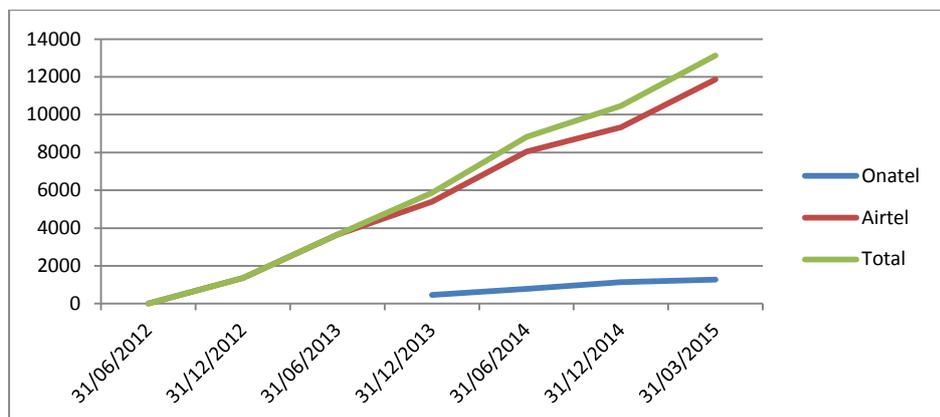


Figure 37: Evolution du nombre de points de vente

4.1.3 Répartition par opérateur

Cette répartition par opérateur est faite sur la base de l'enquête auprès des utilisateurs de mobile money. Selon cette enquête, 94,3% utilisent des services offerts par Airtel money, 2,3% utilisent des services offerts par Mobicash vénéga et 3,3% utilisent les services offerts par Airtel money et Mobicash vénéga. Le constat pouvant être fait sur la base de cette répartition est que les utilisateurs de mobile money ont plus recours à Airtel money qu'à Mobicash vénéga.

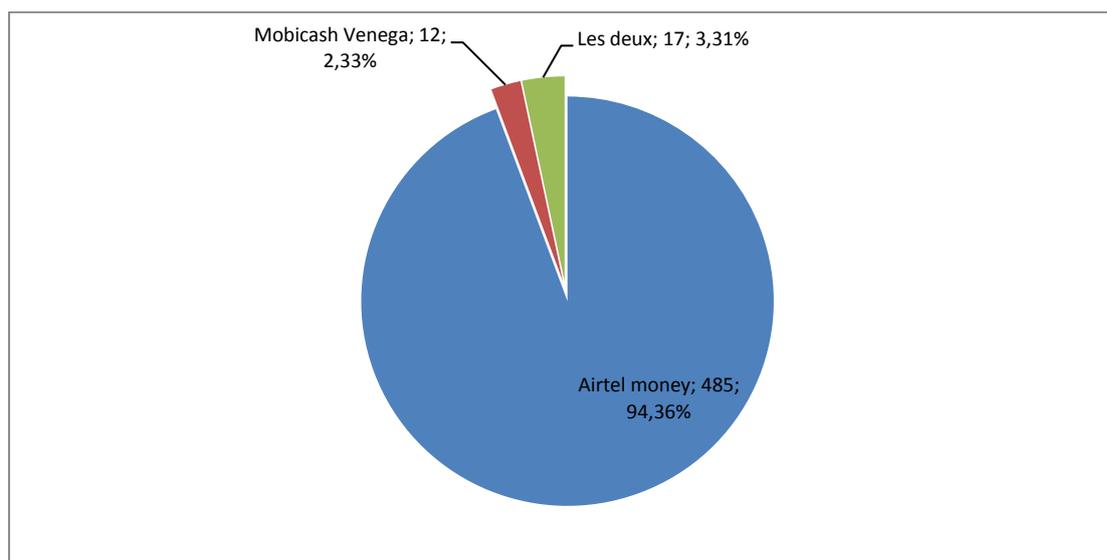


Figure 38: Répartition de l'échantillon en fonction de la formule de mobile money

4.2 Transferts de comptes m-paiement vers comptes m-paiement

A partir des données de l'enquête menée, une étude des interactions entre les facteurs d'intérêt et certains paramètres sera menée. Le sexe, l'âge, la catégorie socioprofessionnelle, le niveau d'instruction et la formule de mobile money seront utilisés comme paramètres et comme facteurs d'intérêt, il y aura le montant de la transaction et la destination de la transaction.

La population enquêtée concernée par ces études d'interaction est celle qui fait des transferts d'argent via les services de mobile money.

4.2.1 Utilisateurs de ce service

4.2.1.1 Proportion des utilisateurs

Sur la population enquêtée, plus de la moitié utilise les services de transfert de mobile money. En effet, 59,9% des utilisateurs de mobile money utilisent les services de transfert.

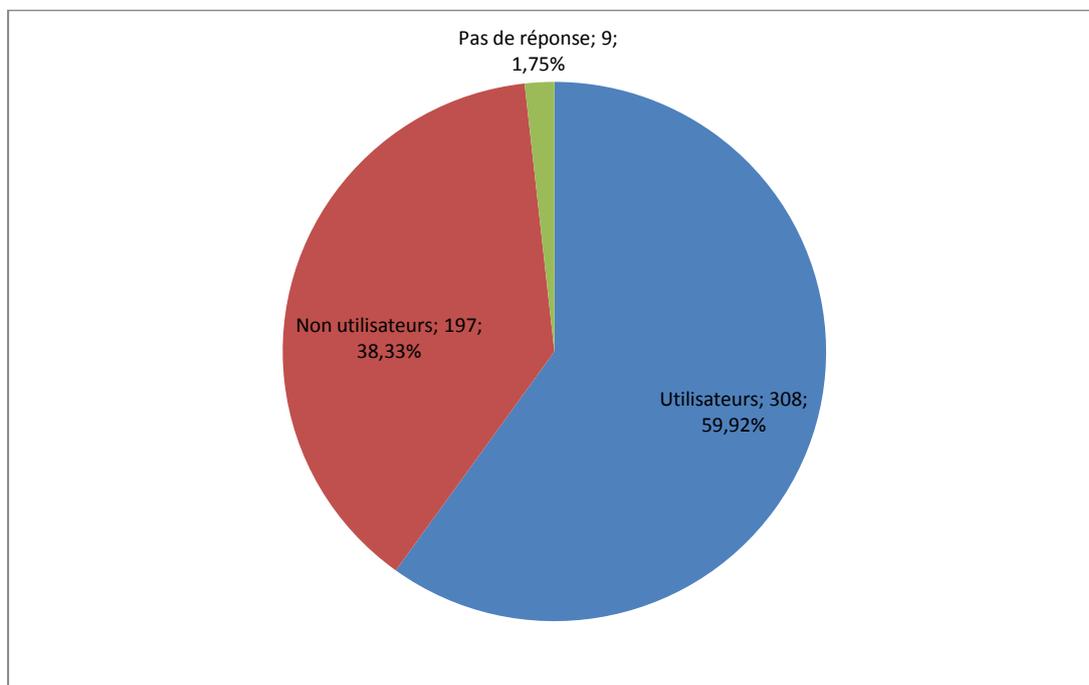


Figure 39: Répartition de l'échantillon en fonction de l'utilisation des transferts par mobile money

4.2.1.2 Transfert et détention de carte bancaire, compte bancaire et compte mobile money

Comme le graphique ci-dessous l'indique, certains utilisateurs de service transfert de mobile money sont détenteurs de comptes bancaires et/ou de cartes bancaires. Les gros utilisateurs de services de transfert de mobile money sont des utilisateurs qui détiennent des comptes mobile money.

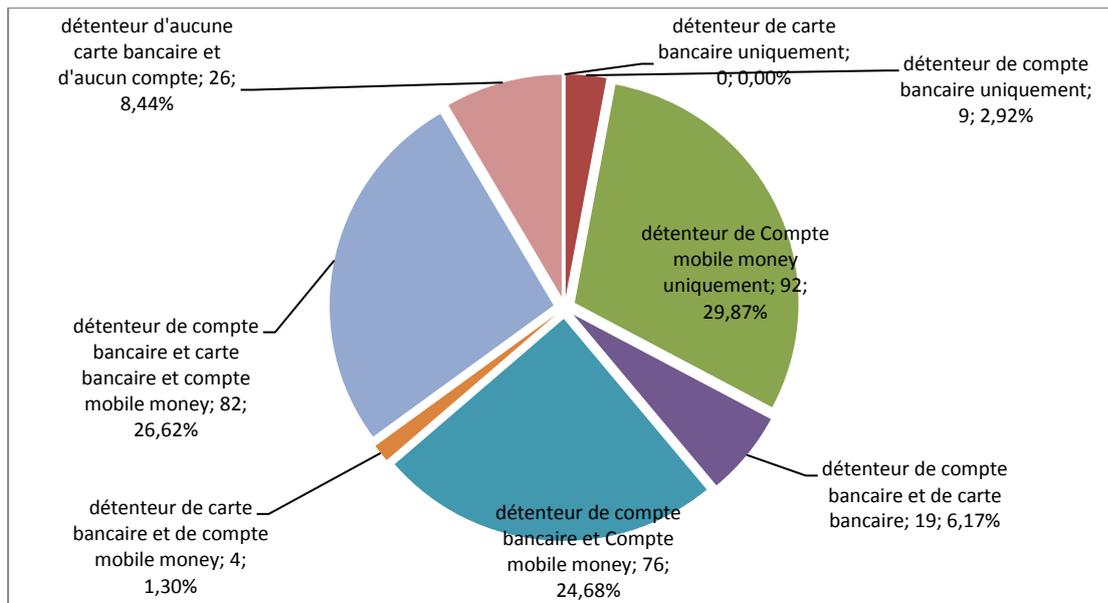


Figure 40: Répartition des utilisateurs de service de transfert par mobile money

4.2.1.3 Transfert et âge

Selon le graphique ci-dessous, les utilisateurs de services de transfert mobile money de la tranche d'âge « 11 – 20 » ne font que des transferts dont le montant est inférieur à 5 000 F CFA. Quant à l'utilisateur de la tranche d'âge « 61 et plus », le montant est dans la plage « 5 000 – 50 000 ».

Hors mis, la tranche d'âge « 51 – 60 » pour laquelle 45,4% des utilisateurs de transfert par mobile money mettent en jeu des montants de la plage « 100 000- 150 000 », les tranches d'âge « 21 – 30 », « 31 – 40 » et « 41 – 50 » mettent en jeu pour la plupart des montants de la plage « 5 000 – 50 000 ».

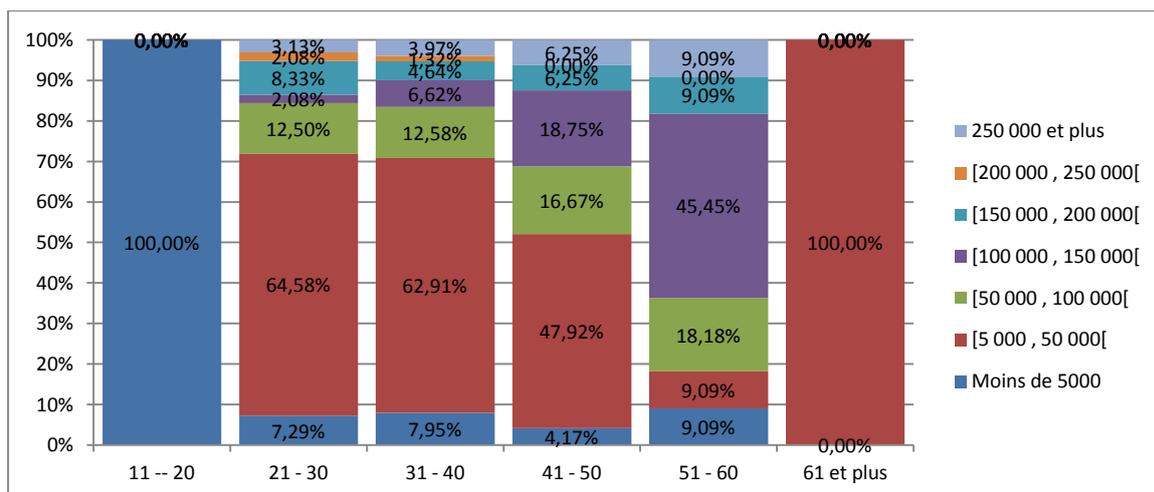


Figure 41: Transfert mobile money - croisement âge et montant

4.2.1.4 Transfert et niveau d'instruction

Pour tous les niveaux d'instruction, la proportion de ceux qui utilisent les services transfert avec des montants de la tranche « 5 000 – 50 000 » est supérieure à 45%. Le maximum est

atteint avec le niveau d’instruction « supérieur » où le pourcentage est de 66,1%. Il est à noter que pour tous les niveaux d’instruction, il existe des utilisateurs qui font des transferts dont le montant est supérieur à 250 000 F CFA. Le niveau supérieur avec 6,1% est celui qui est le plus représenté dans cette catégorie de transfert.

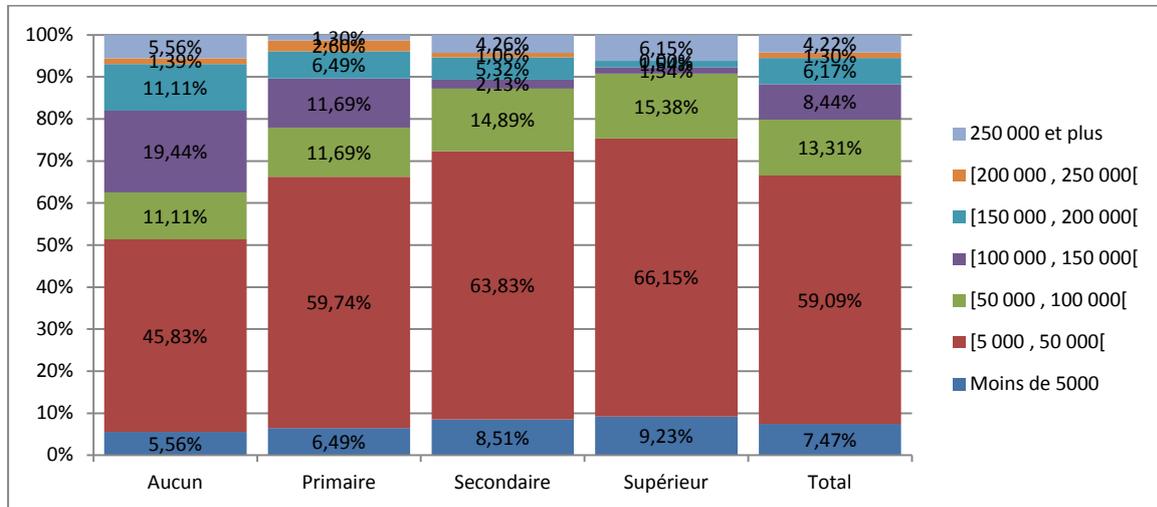


Figure 42: Transfert mobile money - croisement niveau d’instruction et montant

4.2.1.5 Transfert et sexe

Pour tous les deux sexes, la proportion de ceux qui utilisent les services transfert avec des montants de la tranche « 5 000 – 50 000 » est supérieure à 50%. Le maximum est atteint avec le sexe « féminin » pour lequel le pourcentage est de 78,9%. Il est à noter aussi que pour tous les sexes, il existe des utilisateurs qui font des transferts dont le montant est supérieur à 250 000 F CFA. Le sexe « masculin » avec 4,7% est celui qui est le plus représenté dans cette catégorie de transfert.

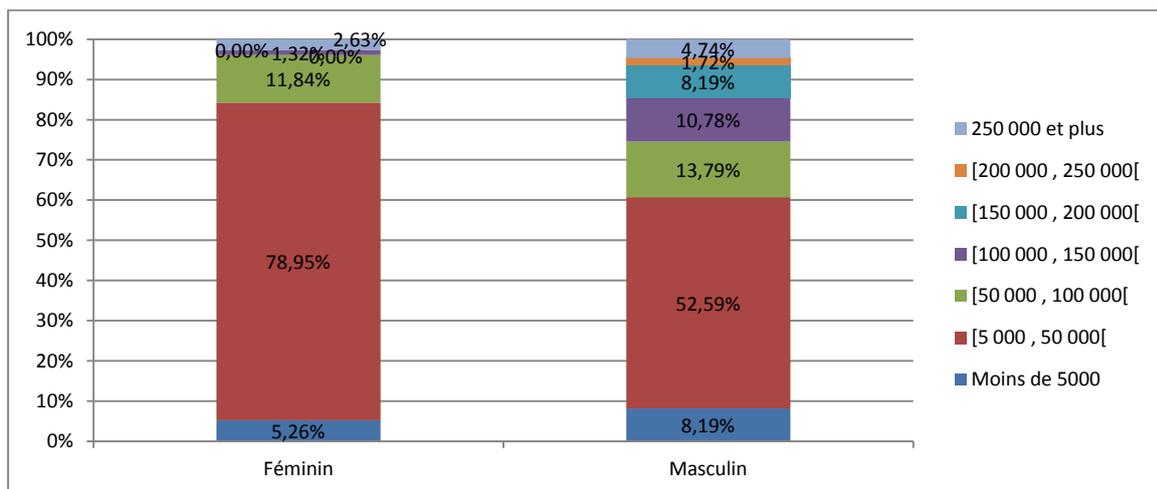


Figure 43: Transfert mobile money - croisement sexe et montant

4.2.1.6 Transfert et catégorie socioprofessionnelle

Pour toutes les catégories socioprofessionnelles, la proportion de ceux qui utilisent les services transfert avec des montants de la tranche « 5 000 – 50 000 » est supérieure à 50%.

Le maximum est atteint avec la catégorie « sans emploi » pour laquelle le pourcentage est de 88,8%. Il est à noter aussi que pour les catégories « Salarié du privé », « Commerçant(e) /Artisan » et « Elève/Étudiant (e) », il existe des utilisateurs qui font des transferts dont le montant est supérieur à 250 000. La catégorie « Salarié du privé » avec 5,68% est celle qui est la plus représentée dans cette catégorie de transfert.

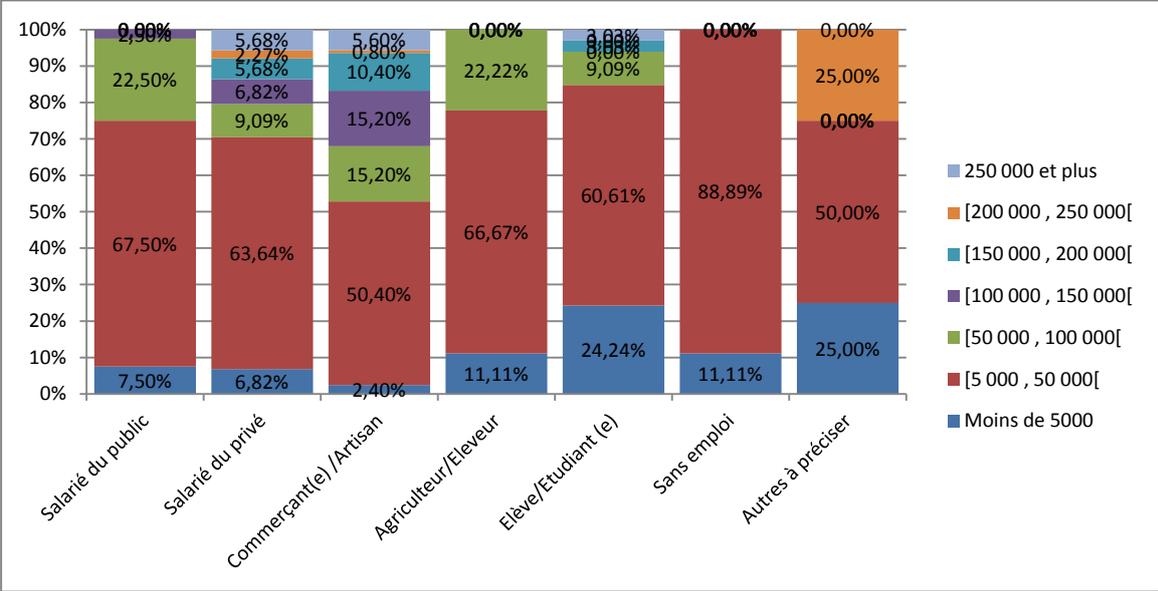


Figure 44: Transfert mobile money - croisement catégorie socioprofessionnelle et montant

4.2.1.7 Transfert et formule de mobile money

Pour toutes les formules de mobile money, la proportion de ceux qui utilisent les services transfert avec des montants de la tranche « 5 000 – 50 000 » est supérieure à 50%. Le maximum est atteint avec la formule de mobile money « Mobicash vénéga » pour laquelle le pourcentage est de 83,3%. Il est à noter aussi que pour les formules « Airtel money » et « Les deux », il existe des utilisateurs qui font des transferts dont le montant est supérieur à 250 000. La formule de mobile money « Les deux » avec 30% est celle qui est la plus représentée dans cette catégorie de transfert.

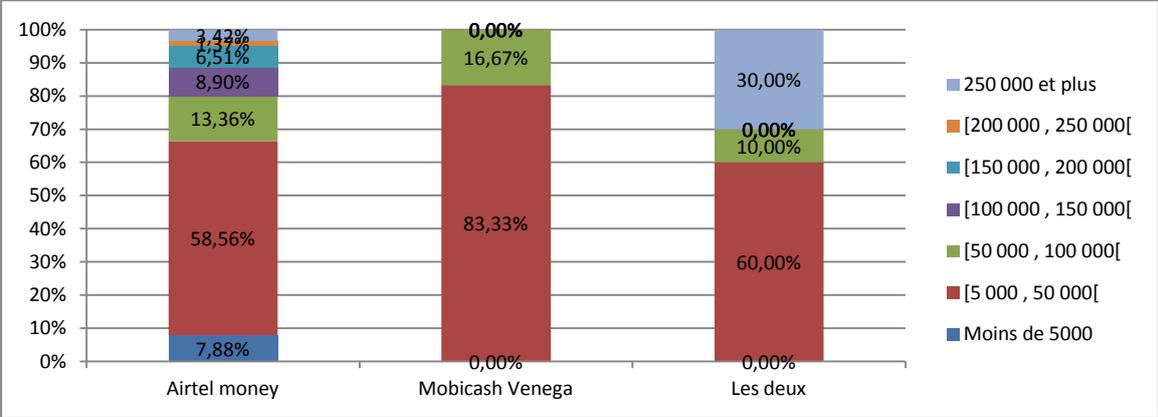


Figure 45: Transfert mobile money - croisement formule de mobile money et montant

4.2.1.8 Transfert, catégorie socioprofessionnelle et destination des transferts

Pour chacune des catégories socioprofessionnelles, la proportion des utilisateurs de mobile money qui font des transferts vers la destination « Le compte Airtel money/Mobicash d'un parent – Le compte Airtel money/Mobicash d'un ami » est supérieure à 30%. Le maximum est atteint pour la catégorie socioprofessionnelle « agriculteur/éleveur » pour laquelle le pourcentage est 77,7%.

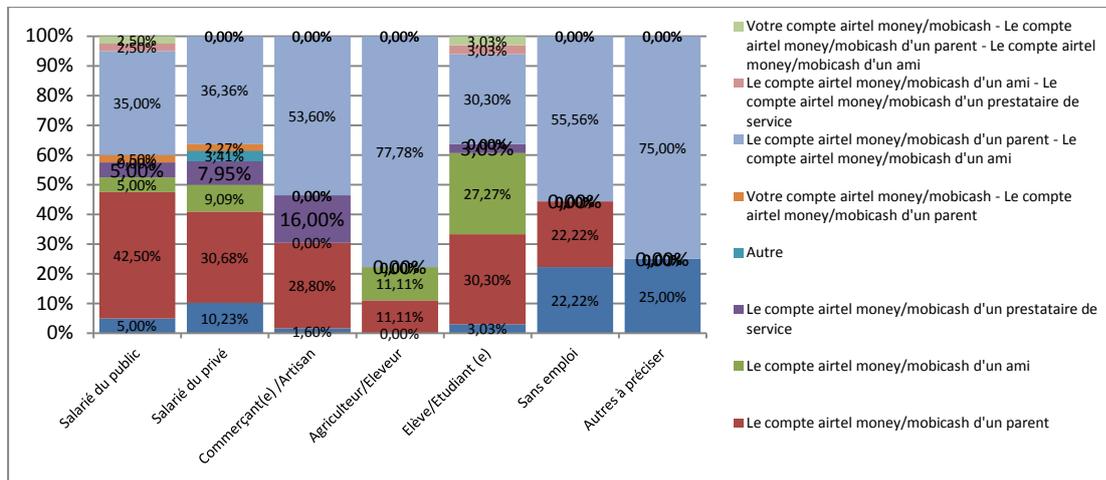


Figure 46: Transfert mobile money - croisement catégorie socioprofessionnelle et destination

4.2.1.9 Transfert, destination des transferts et formule d'abonnement

Pour chacune des formules de mobile money, la proportion des utilisateurs de mobile money qui font des transferts vers la destination « Le compte Airtel money/Mobicash d'un parent – Le compte Airtel money/Mobicash d'un ami » est supérieure à 40%. Le maximum est atteint pour la formule « Les deux » pour laquelle le pourcentage est 60%.

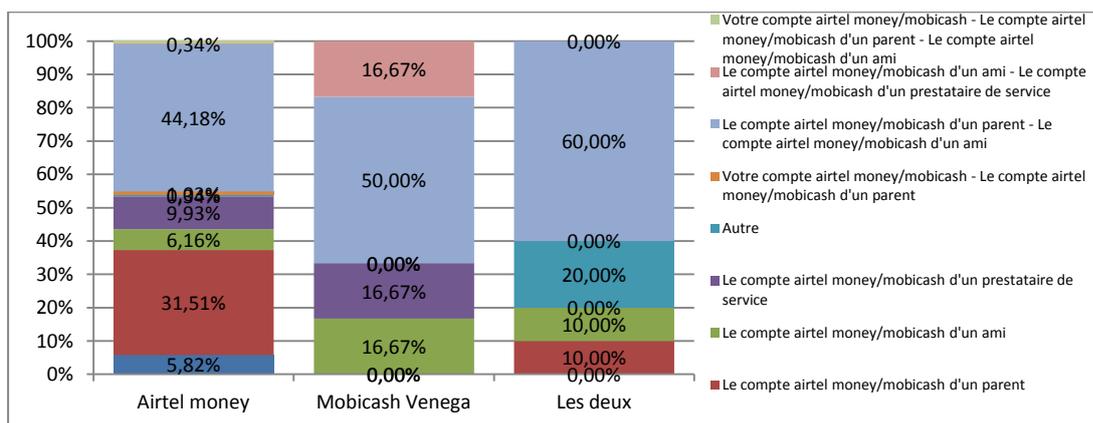


Figure 47: Transfert mobile money - croisement formule de mobile money et destination

4.2.1.10 Dépendance entre les facteurs montant et destination de la transaction et les variables considérées

Les tests khi 2 montrent que le facteur montant de la transaction est lié aux variables âge, niveau d'instruction, sexe, catégorie socioprofessionnelle et formule de mobile money. Quant au facteur destination de la transaction, il est dépendant des paramètres catégorie socioprofessionnelle et formule de mobile money.

4.2.2 Evolution des transactions

Les données utilisées dans ce paragraphe sont des statistiques fournies par les opérateurs Airtel Burkina Faso S.A. et ONATEL S.A.

4.2.2.1 Transactions nationales

Les transactions nationales concernent les transferts de compte mobile money vers des comptes mobile money effectués par les deux opérateurs sur le territoire national à travers leurs produits Airtel money et Mobicash vénéga.

Le graphique ci-dessous représente l'évolution du nombre de transactions sur la période allant de juin 2012 à mars 2015 pour les services de mobile money des réseaux de ONATEL S.A. et de Airtel Burkina Faso S.A. L'évolution est plus marquée pour le réseau Airtel que pour le réseau de ONATEL.

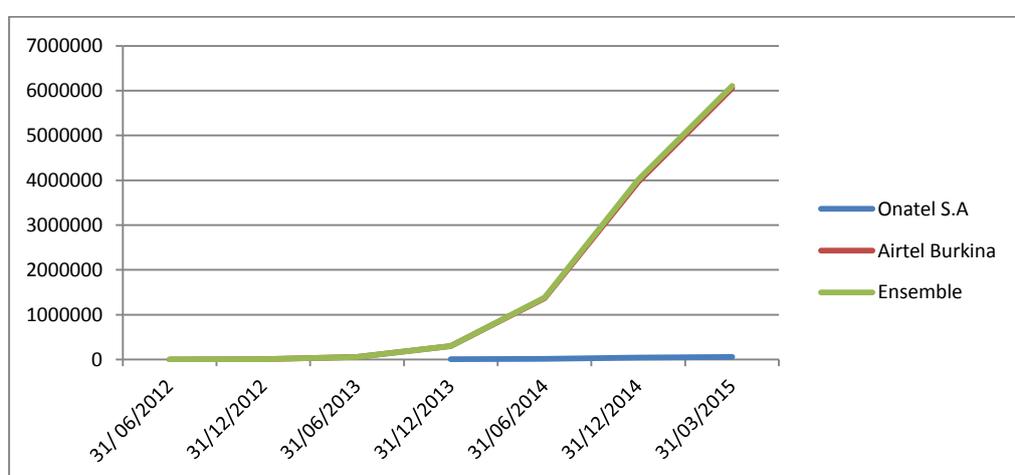


Figure 48: Evolution du nombre de transaction de transferts nationaux

Comme l'indique le graphique ci-dessous, l'évolution du montant total des transactions liées aux transferts d'argent sur le territoire national via les services de Airtel money de Airtel Burkina Faso S.A est plus accentuée que celle via les services de Mobicash vénéga de ONATEL S.A.

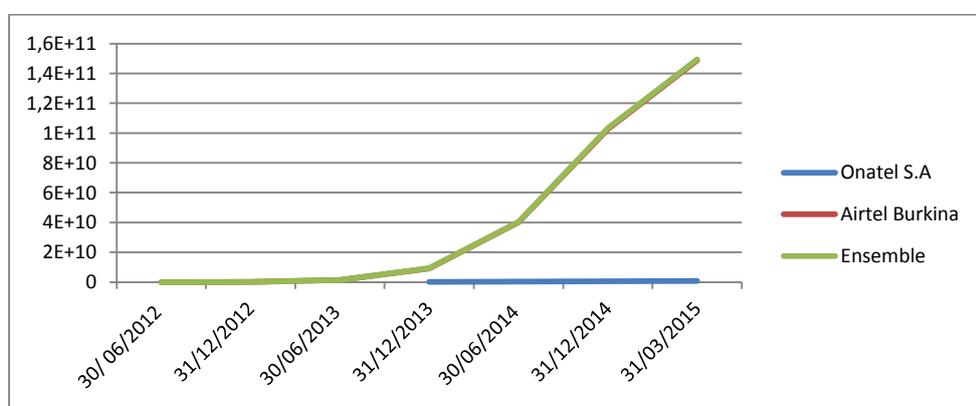


Figure 49: Evolution du montant total des transferts nationaux

4.2.2.2 Transactions internationales entrantes et transactions internationales sortantes

Les transactions internationales sortantes représentent les transferts d'argent du Burkina Faso vers d'autres pays notamment certains pays de la sous-région tandis que les transactions internationales entrantes représentent les transferts d'argent de certains pays notamment ceux de la sous-région vers le Burkina Faso.

A la date de la collecte des statistiques, seuls les services de Airtel money offraient ces types de transfert d'argent.

Le graphique représente l'évolution du nombre de ces transactions sur la période allant de juin 2014 (date de lancement du service de transfert international entrant) à mars 2015. Il ne représente que l'évolution des statistiques de Airtel money.

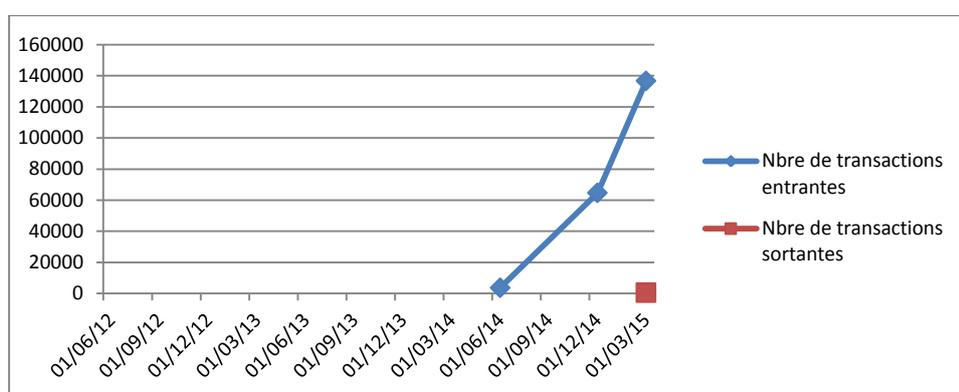


Figure 50: Evolution du nombre de transactions de transferts internationaux sortants et entrants

Le graphique ci-dessous représente l'évolution du montant total de ces transactions sur la période allant de juin 2014 (date de lancement du service de transfert international entrant) à mars 2015. Il ne représente que l'évolution des statistiques de Airtel money.

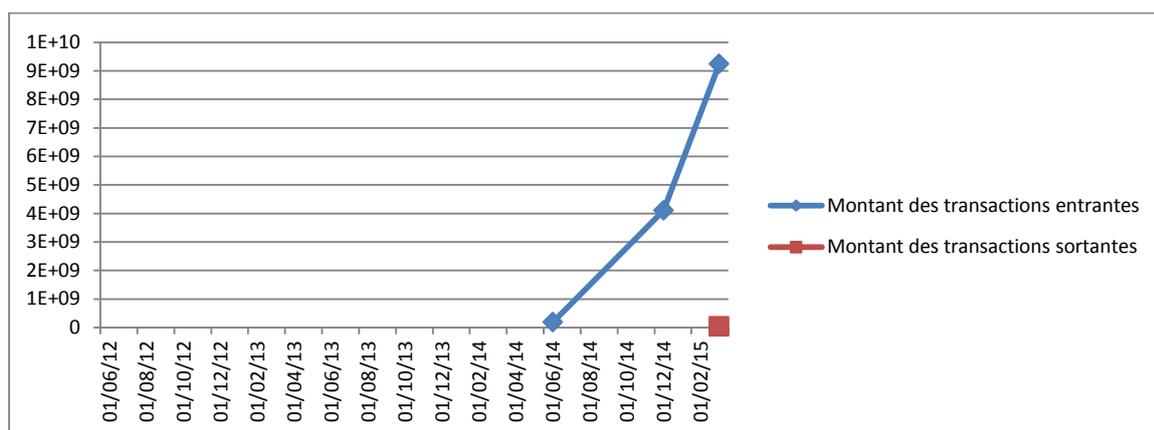


Figure 51: Evolution du montant total des transferts internationaux entrants et sortants

4.3 Dépôt/versement d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile

A partir des données de l'enquête faite auprès des utilisateurs, une étude des interactions entre les facteurs d'intérêt et certains paramètres sera menée. Le sexe, l'âge, la catégorie

socioprofessionnelle, le niveau d’instruction et la formule de mobile money seront utilisés comme paramètres et comme facteurs d’intérêt le montant de la transaction.

La population enquêtée concernée par ces études d’interaction est celle qui fait des dépôts d’argent via les services de mobile money.

4.3.1 Utilisateurs de ce service

4.3.1.1 Proportion des utilisateurs

Les utilisateurs de mobile money qui font des dépôts d’argent via les services offerts par Airtel money et/ou Mobicash vénéga représentent plus de 70% des utilisateurs enquêtés.

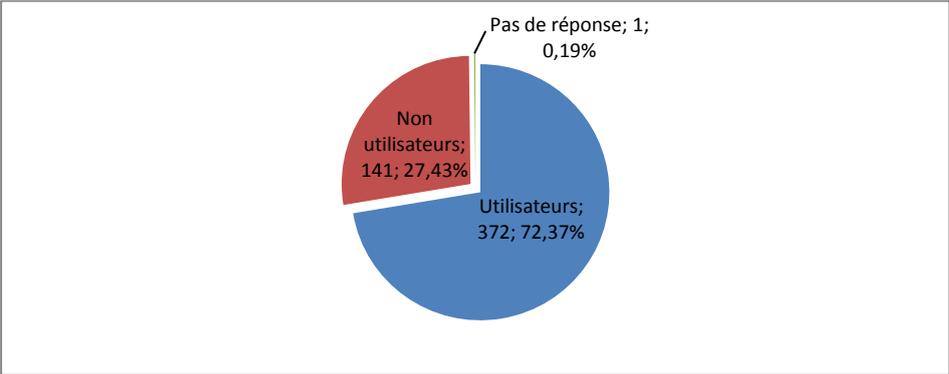


Figure 52: Dépôts mobile money - répartition des utilisateurs en fonction de l’utilisation du service

4.3.1.2 Dépôt/versement et détention de carte bancaire, compte bancaire et compte mobile money

Parmi les utilisateurs qui font des dépôts d’argent via les services de mobile money, environ 45% sont détenteurs de compte Airtel money/Mobicash uniquement. Ensuite viennent les utilisateurs détenteurs de « compte bancaire-carte bancaire-compte mobile money » et les utilisateurs détenteurs de « compte bancaire-Compte mobile money » avec respectivement 27,6% et 26,6%. Comme l’indique le schéma ci-dessous, tous les utilisateurs faisant des dépôts d’argent via les services de mobile money ont au moins un compte mobile money.

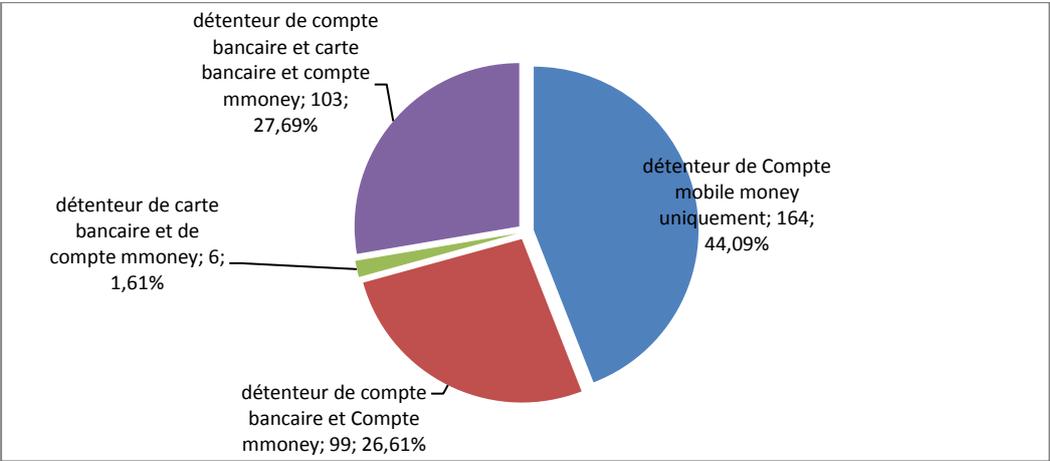


Figure 53: Répartition des utilisateurs des services de dépôts/versements

4.3.1.3 Dépôt/versement et âge

Les utilisateurs de dépôt via les services mobile money de la tranche d'âge « 61 et plus » ne font que des dépôts dont le montant est dans la tranche « 5 000 – 50 000 ». Quant aux utilisateurs de la tranche d'âge « 11 – 20 », les montants sont soit inférieur à 5 000 F CFA soit dans la tranche « 5 000 – 50 000 ».

Pour les utilisateurs des tranches d'âge « 21 – 30 », « 31 – 40 » et « 41 – 50 », ils mettent en jeu pour la plupart des montants compris dans la fourchette « 5 000 – 50 000 ». Pour le cas des utilisateurs de la tranche d'âge « 51 – 60 », les montants compris dans la fourchette « 100 000 – 150 000 » sont les plus déposés.

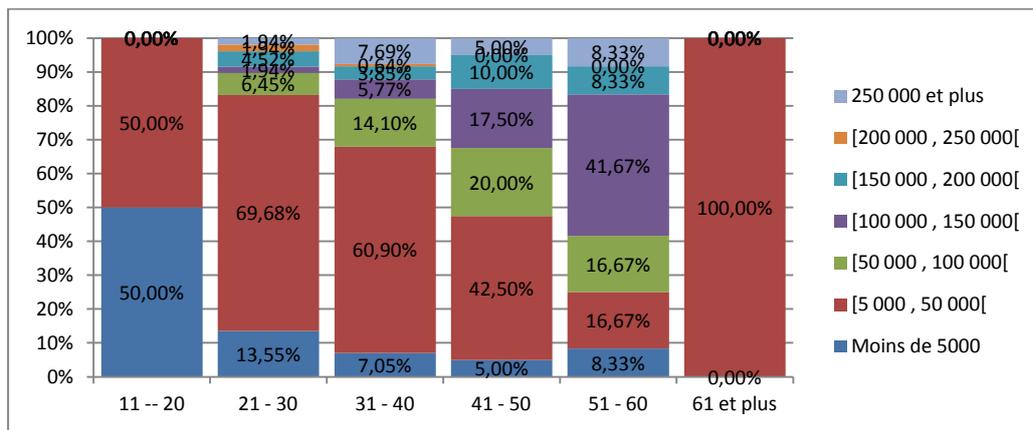


Figure 54: Dépôt mobile money - croisement âge et montant

4.3.1.4 Dépôt/versement et niveau d'instruction

Pour l'ensemble des niveaux d'instruction, les montants de la tranche « 5 000 – 50 000 » sont les plus déposés. En effet, pour l'ensemble de ces niveaux, la proportion des utilisateurs qui font des dépôts de la tranche « 5 000 – 50 000 » est supérieure à 40%. Le maximum est atteint avec le niveau d'instruction « supérieur » pour lequel le taux est de 70,6%. En outre, pour chacun des niveaux, il existe des utilisateurs qui font des dépôts supérieurs à 250 000 FCFA.

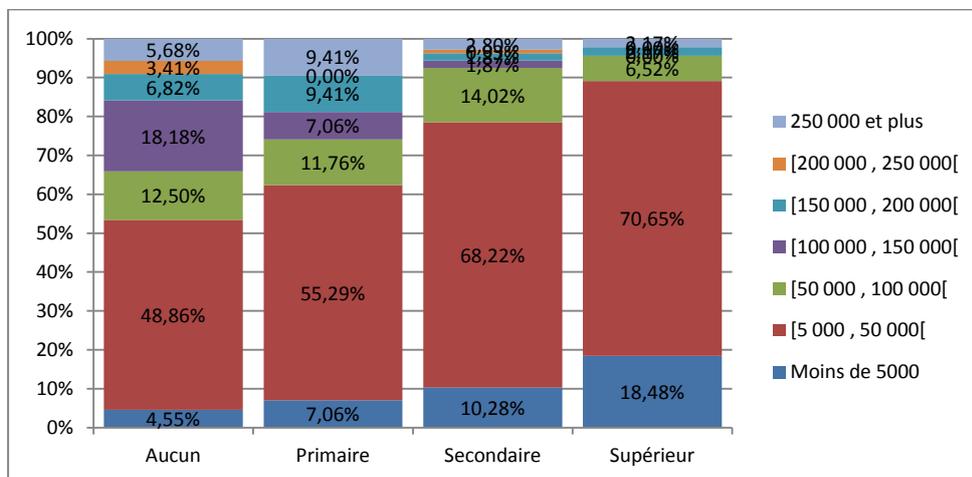


Figure 55: Dépôt mobile money - croisement niveau d'instruction et montant

4.3.1.5 Dépôt/versement et sexe

Pour les deux sexes, les montants de la fourchette « 5 000 – 50 000 » sont les plus déposés. En effet, la proportion des utilisateurs qui font des dépôts de la tranche « 5 000 – 50 000 » est supérieure à 50%. Le maximum est atteint avec le sexe « féminin » pour lequel le taux est de 75,2%. En outre, pour chacun des deux sexes, il existe des utilisateurs qui font des dépôts supérieurs à 250 000 FCFA.

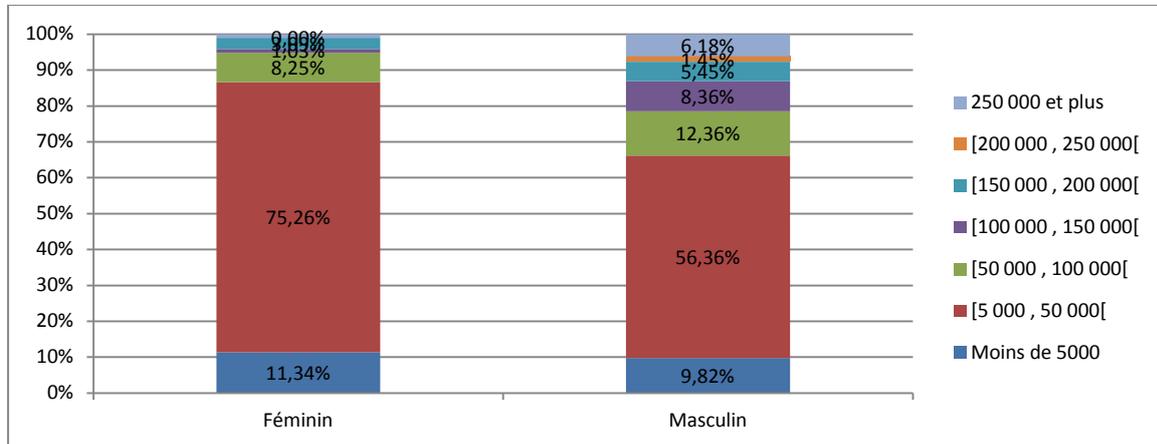


Figure 56: Dépôt mobile money - croisement sexe et montant

4.3.1.6 Dépôt/versement et catégorie socioprofessionnelle

Pour l'ensemble des catégories socioprofessionnelles, les montants de la tranche « 5 000 – 50 000 » sont les plus déposés. En effet, pour l'ensemble de ces catégories, la proportion des utilisateurs qui font des dépôts de la tranche « 5 000 – 50 000 » est supérieure à 40%. Le maximum est atteint avec la catégorie « agriculteur/éleveur » pour laquelle le taux est de 90%. Seules les catégories socioprofessionnelles « salarié du privé », « commerçant/artisan » et « autre » ont des utilisateurs qui font des dépôts supérieurs à 250 000 FCFA.

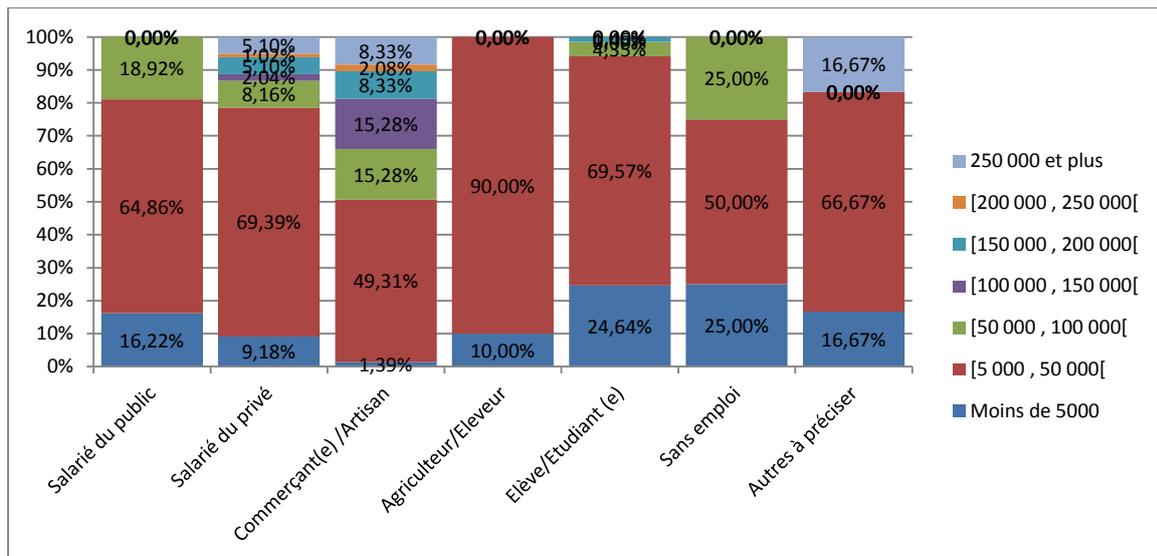


Figure 57: Dépôt mobile money - croisement catégorie socioprofessionnelle et montant

4.3.1.7 Dépendance entre le facteur montant de la transaction et les variables considérées

Les tests khi 2 montrent que le facteur montant de la transaction est lié aux paramètres âge, niveau d'instruction, sexe et catégorie socioprofessionnelle.

4.3.2 Evolution des transactions

Les données utilisées dans ce paragraphe sont des statistiques fournies par les opérateurs Airtel Burkina Faso S.A. et ONATEL S.A.

4.3.2.1 Nombre

Depuis le lancement en 2012 des offres de services mobile money par le réseau Airtel, le nombre de transactions liées à des dépôts d'argent via les services de mobile money ne fait qu'augmenter. En effet pour le réseau Airtel, de 9 en fin juin 2012, le nombre de transactions est passé à 6 430 691 en fin mars 2015. Quant à ONATEL, le nombre de transactions est passé de 25 183 en fin 2013 à 1 708 015 en fin mars 2015.

Comme le montre l'illustration ci-dessous, la croissance du nombre de transactions liées aux dépôts d'argent via les services de mobile money est plus accentuée sur le réseau de Airtel Burkina Faso S.A. que sur celui de ONATEL S.A.

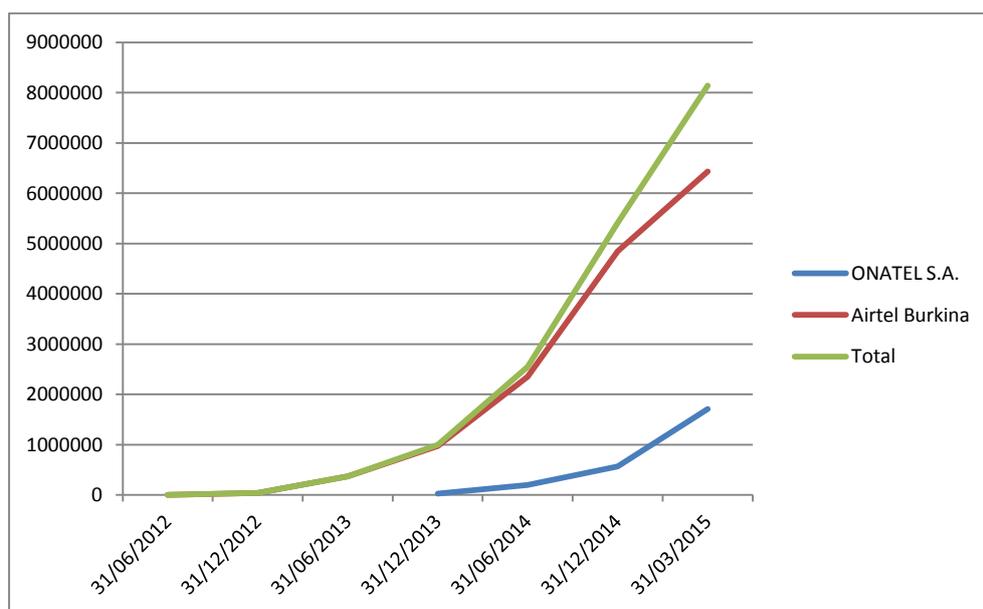


Figure 58: Evolution du nombre de transactions de dépôts/versement

4.3.2.2 Montant

Le graphique ci-dessous représente l'évolution des montants liés aux dépôts d'argent via les services de mobile money. La croissance constatée sur le total des montants des transactions liées aux dépôts d'argent via les services de mobile money est essentiellement due à celle de Airtel money.

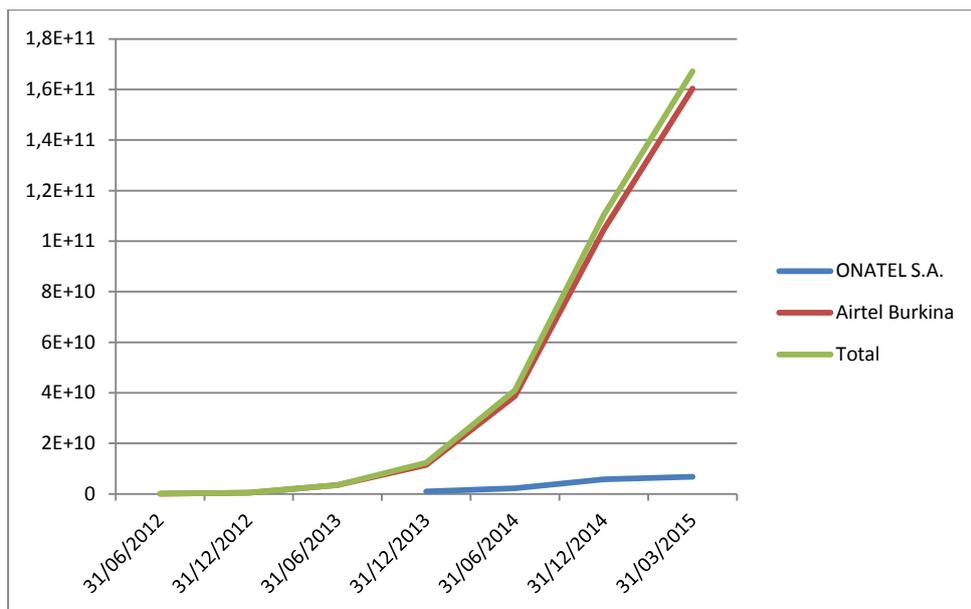


Figure 59: Evolution du montant total des transactions de dépôts/versement

4.4 Retrait d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile

Les études d'interaction menées dans cette partie concernent la population enquêtée qui fait des retraits d'argent via les services de mobile money. Le sexe, l'âge, la catégorie socioprofessionnelle, le niveau d'instruction et la formule de mobile money seront utilisés comme paramètres et comme facteur d'intérêt le montant de la transaction.

4.4.1 Utilisateurs de ce service

4.4.1.1 Proportion des utilisateurs

Les utilisateurs de mobile money qui font des retraits d'argent via les services offerts par Airtel money et/ou Mobicash vénéga représentent plus de 85% des utilisateurs enquêtés.

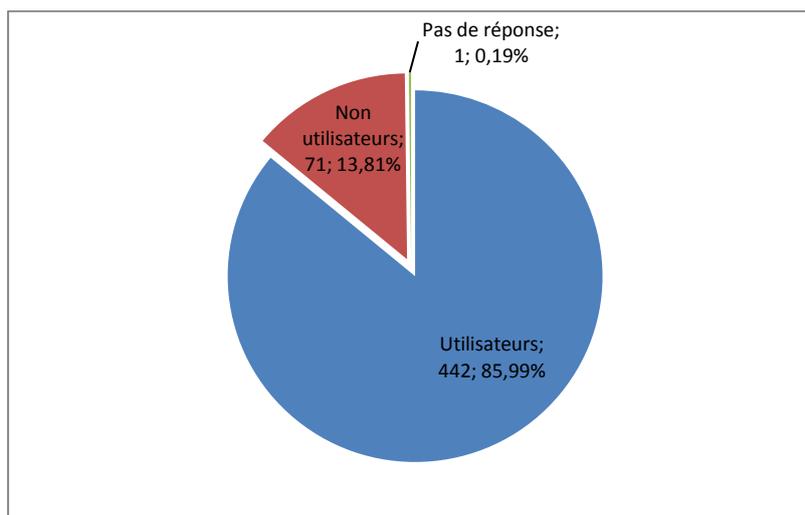


Figure 60: Retrait par mobile money - répartition en fonction de l'utilisation du service

4.4.1.2 Retrait et détention de carte bancaire, compte bancaire et compte mobile money

Parmi les utilisateurs qui font des retraits d'argent via les services de mobile money, il existe des utilisateurs qui ont des comptes bancaires et/ou des cartes bancaires. En outre, il est intéressant de noter que certains utilisateurs faisant des retraits d'argent via les services de mobile money ne détiennent aucune carte bancaire et aucun compte (bancaire et mobile money). Le taux de ces utilisateurs est estimé à 10,8% de la population enquêtée.

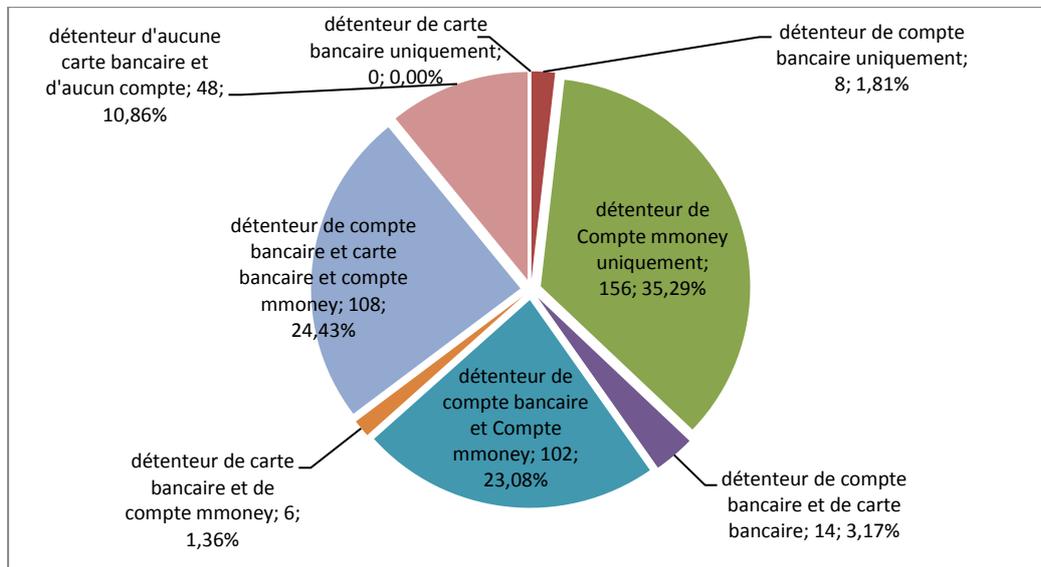


Figure 61: Répartition des utilisateurs de retrait par mobile money

4.4.1.3 Retrait et âge

Pour toutes les tranches d'âge, la proportion des utilisateurs de mobile money qui effectue des retraits d'argent via les services de mobile money dont le montant est dans la fourchette « 5 000 – 50 000 » est supérieure à 40%. Le maximum est atteint avec la tranche d'âge « 11 – 20 » pour laquelle la proportion vaut 88,8%.

Pour les tranches d'âge « 21 – 30 », « 31 – 40 » et « 41 – 50 », il existe des utilisateurs qui effectuent des retraits via les services de mobile money dont le montant est supérieur à 250 000.

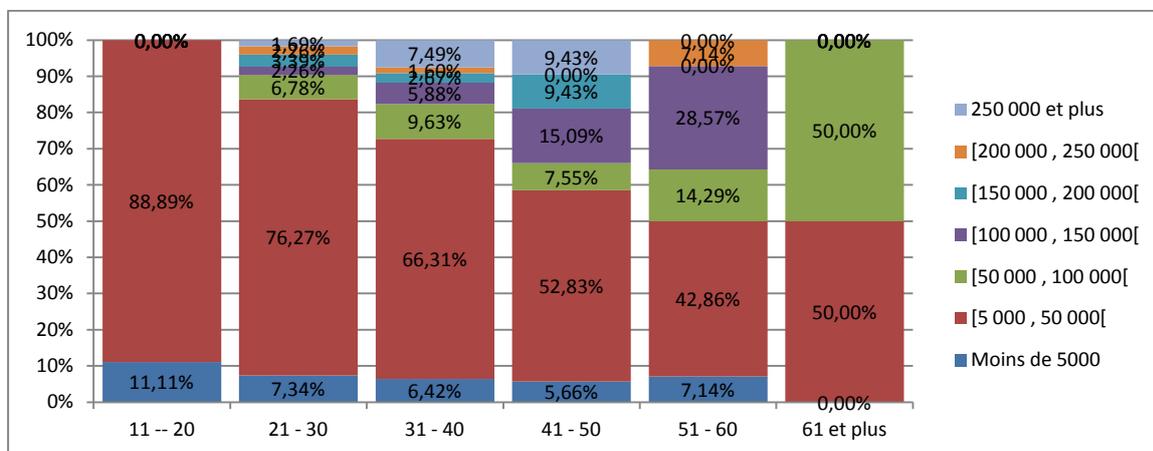


Figure 62: Retrait par mobile money – croisement âge et montant

4.4.1.4 Retrait et niveau d'instruction

Pour tous les niveaux d'instruction, la proportion des utilisateurs de mobile money qui effectue des retraits d'argent via les services de mobile money dont le montant est compris dans la fourchette « 5 000 – 50 000 » est supérieure à 50%. Le maximum est atteint avec le niveau « supérieur » pour lequel la proportion vaut 76,8%.

Pour chacun des quatre (04) niveaux, il existe des utilisateurs qui effectuent des retraits via les services de mobile money dont le montant est supérieur à 250 000.

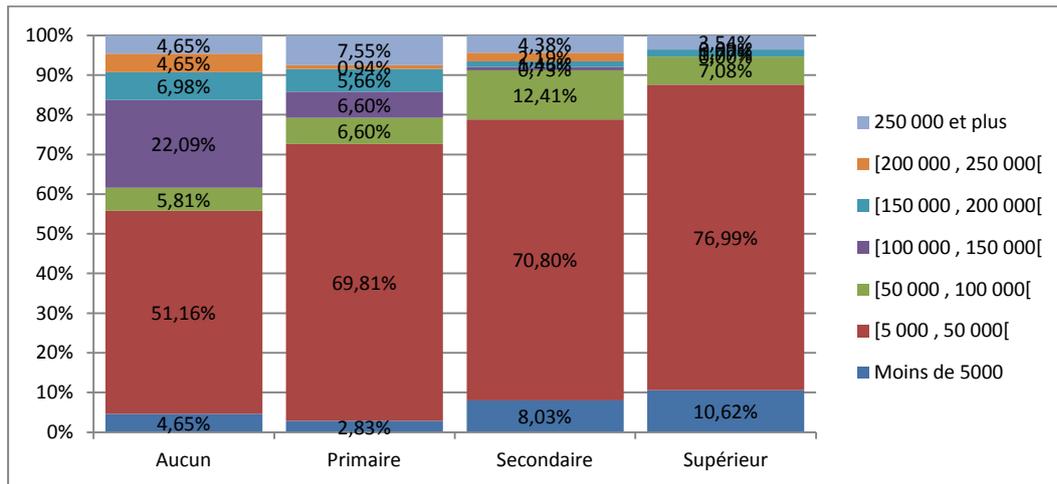


Figure 63: Retrait par mobile money – croisement niveau d'instruction et montant

4.4.1.5 Retrait et sexe

Pour tous les deux sexes, la proportion des utilisateurs de mobile money qui effectue des retraits d'argent via les services de mobile money dont le montant est dans la tranche « 5 000 – 50 000 » est supérieure à 60%. Le maximum est atteint avec le sexe « féminin » pour lequel la proportion vaut 86,7%.

Pour les deux sexes « féminin » et « masculin », il existe des utilisateurs qui effectuent des retraits via les services de mobile money dont le montant est supérieur à 250 000.

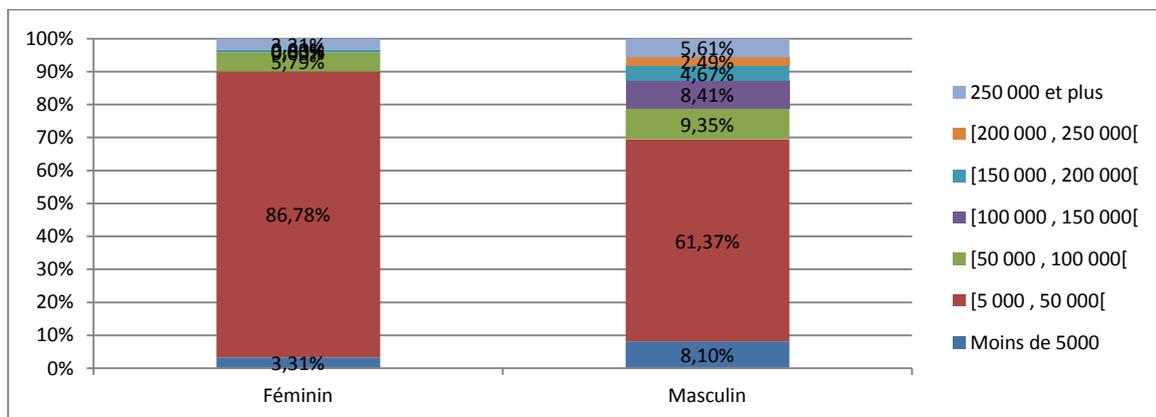


Figure 64: Retrait par mobile money – croisement sexe et montant

4.4.1.6 Retrait et catégorie socioprofessionnelle

Pour toutes les catégories socioprofessionnelles, les proportions des utilisateurs de mobile money qui effectuent des retraits d'argent via les services de mobile money dont le montant est dans la fourchette « 5 000 – 50 000 » sont supérieures à 40%. Le maximum est atteint avec la catégorie « sans emploi » pour laquelle la proportion vaut 100%.

Hors mis les catégories « Agriculteur/éleveur » et « sans emploi », il existe, pour les autres catégories, des utilisateurs qui effectuent des retraits via les services de mobile money dont le montant est supérieur à 250 000 FCFA.

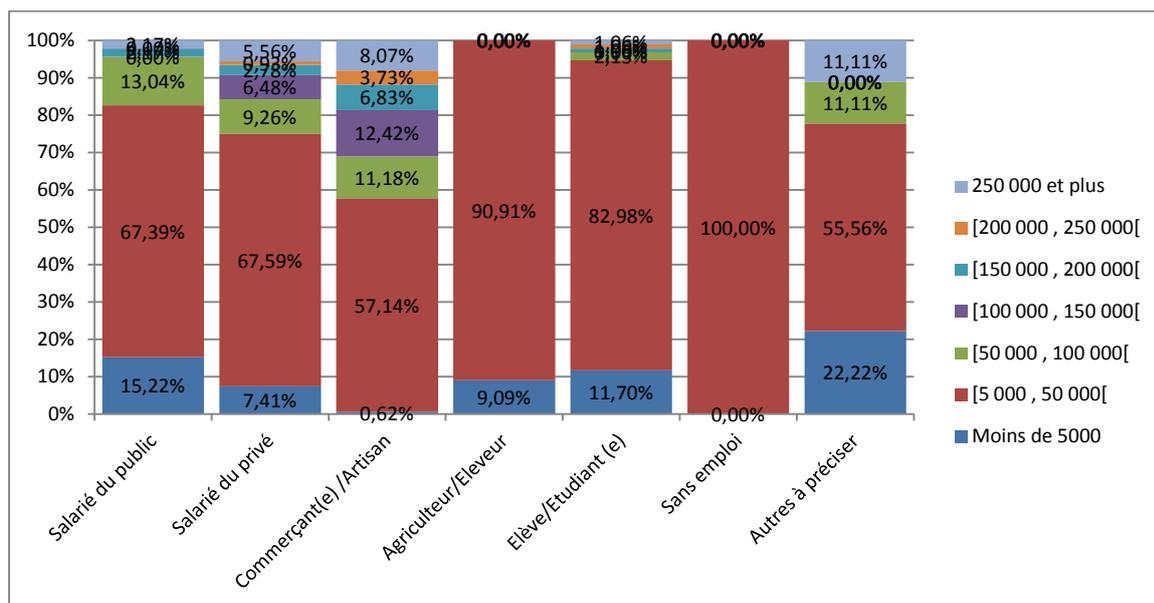


Figure 65: Retrait par mobile money – croisement catégorie socioprofessionnelle et montant

4.4.1.7 Dépendance entre le facteur montant de la transaction et les variables considérées

Les tests khi 2 montrent que le facteur montant de la transaction est lié aux variables âge, niveau d'instruction, sexe et catégorie socioprofessionnelle.

4.4.2 Evolution des transactions

Les données utilisées dans ce paragraphe sont des statistiques fournies par les opérateurs Airtel Burkina Faso S.A. et ONATEL S.A.

4.4.3.1 Nombre

Depuis le lancement en 2012 des offres de services mobile money par le réseau Airtel, le nombre de transactions liées aux retraits via les services de mobile money ne fait qu'augmenter. En effet pour le réseau Airtel, de 9 272 en fin décembre 2012, le nombre de transactions est passé à 8 343 262 en fin mars 2015. Quant à ONATEL, le nombre de transactions est passé de 20 832 en fin décembre 2013 à 56 084 en fin mars 2015.

Airtel money présente une fois de plus la meilleure croissance comparativement à Mobicash vénéga.

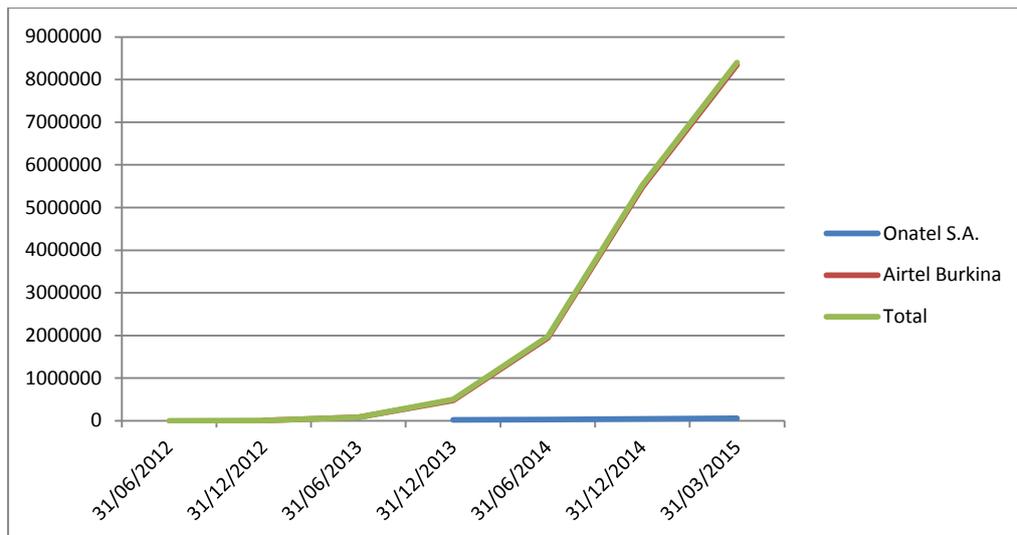


Figure 66: Evolution du nombre de retrait par mobile money

4.4.3.2 Montant

Le graphique ci-dessous représente l'évolution des montants liés aux retraits d'argent via les services de mobile money. La croissance constatée sur le total des montants des transactions de retraits d'argent via les services de mobile money est essentiellement due à celle de Airtel money.

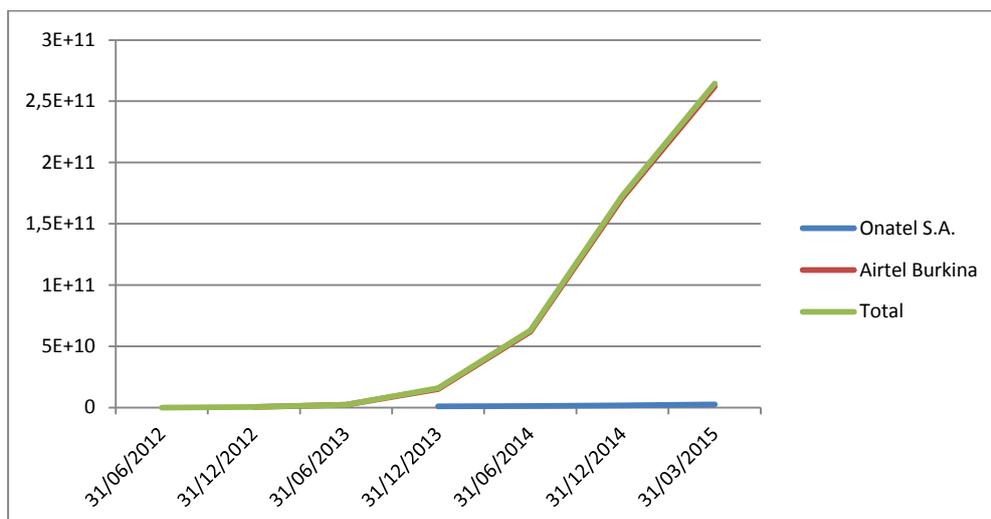


Figure 67: Evolution du montant total des retraits par mobile money

4.5 Achats de biens et services par le biais du paiement par téléphone mobile

La population concernée par les études d'interaction menées dans cette partie est celle enquêtée qui fait des achats de biens et services via les services de mobile money. Le sexe, l'âge, la catégorie socioprofessionnelle, le niveau d'instruction et la formule de mobile money seront utilisés comme paramètres et comme facteurs d'intérêt le montant de la transaction et le lieu d'achat.

4.5.1 Utilisateurs de ce service

4.5.1.1 Proportion des utilisateurs

La proportion des utilisateurs de mobile money qui font des achats de biens et services par le biais des services de mobile money est très faible. En effet, ces utilisateurs ne représentent que 7,3% de la population enquêtée.

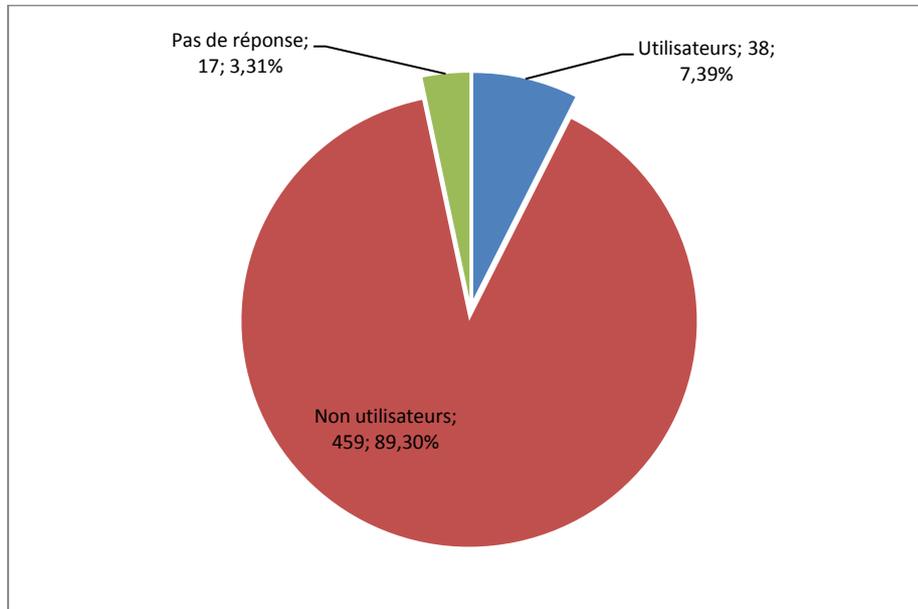


Figure 68: Répartition en fonction de l'utilisation des services d'achat de biens et services

4.5.1.2 Achat de biens et services et détention de carte bancaire, compte bancaire et compte mobile money

Les utilisateurs de mobile money détenteur de carte bancaire et de comptes bancaire et mobile money sont les plus nombreux de la population enquêtée à faire des achats de biens et services par le biais des services de mobile money.

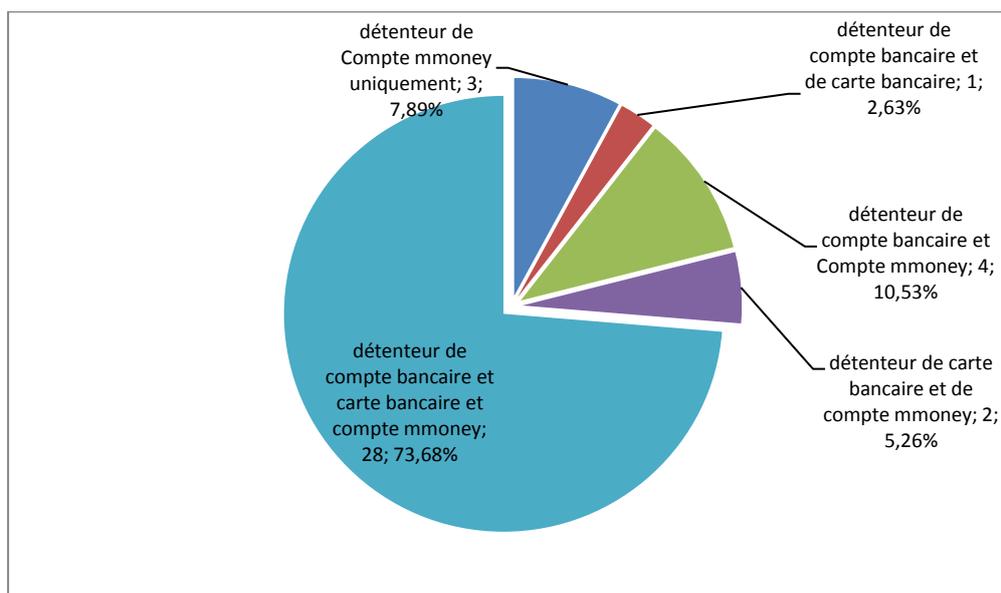


Figure 69: Répartition des utilisateurs de service d'achat de biens et services par mobile money

4.5.1.3 Dépendance entre les facteurs montant de la transaction et lieu d'achat et les variables considérées

Les tests khi2 montrent qu'il n'existe aucune dépendance d'une part entre le facteur montant de la transaction et les variables considérées et d'autre part entre le facteur lieu d'achat et les variables considérées.

4.5.2 Evolution des transactions

Les données utilisées dans ce paragraphe sont des statistiques fournies par les opérateurs Airtel Burkina Faso S.A. et ONATEL S.A.

4.5.3.1 Nombre

Depuis le lancement en 2012 des offres de services mobile money par le réseau Airtel, le nombre de transactions liées aux achats de biens et de services via les services de mobile money ne fait qu'augmenter. En effet, pour le réseau Airtel, de 85 en fin juin 2012, le nombre de transactions est passé à 106 033 en fin mars 2015. Quant à ONATEL, le nombre de transactions est passé de 3 en fin décembre 2013 à 19 en fin mars 2015.

Airtel money présente une fois de plus la meilleure croissance comparativement à Mobicash vénéga.

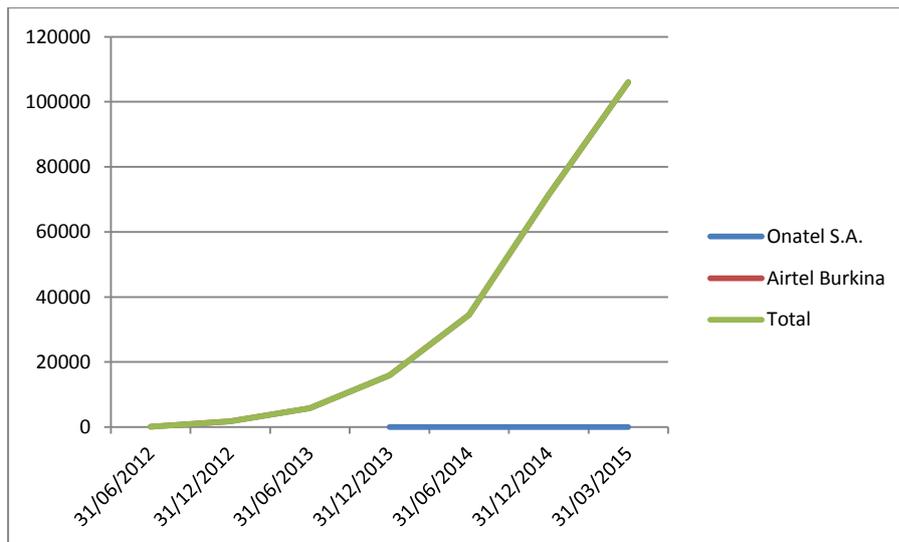


Figure 70: Evolution du nombre de transactions d'achat de biens par mobile money

4.5.3.2 Montant

Le graphique ci-dessous représente l'évolution des montants liés aux achats de biens et services via Airtel money et Mobicash vénéga. La croissance constatée sur le total des montants des transactions des achats de biens et de services est essentiellement due à celle de Airtel money.

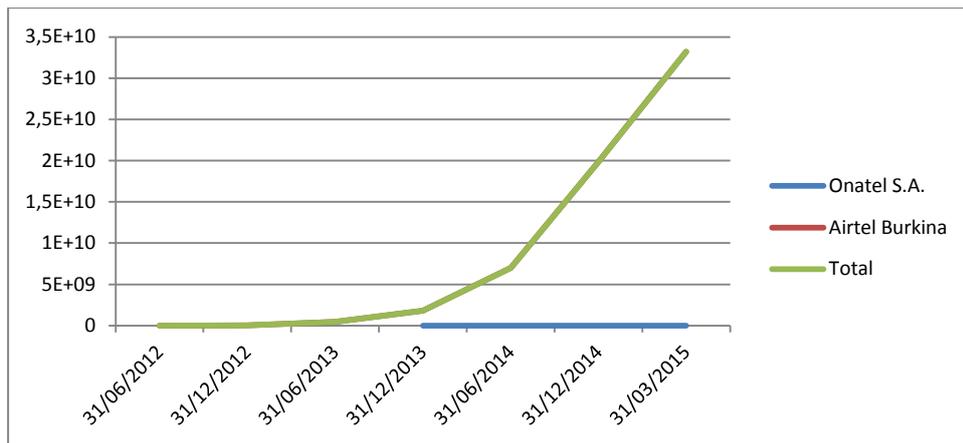


Figure 71: Evolution du montant total des transactions d'achat de biens par mobile money

4.6 Paiement de factures par le biais du paiement par téléphone mobile

La population concernée par les études d'interaction menées dans cette partie concerne la population enquêtée qui fait des paiements de factures via les services de mobile money. Le sexe, l'âge, la catégorie socioprofessionnelle, le niveau d'instruction et la formule de mobile money seront utilisés comme paramètres et comme facteurs d'intérêt le montant de la transaction et la nature de la facture payée.

4.6.1 Utilisateurs de ce service

4.6.1.1 Proportion des utilisateurs

La proportion des utilisateurs de mobile money qui font des paiements de factures par le biais des services de mobile money est très faible. En effet, ces utilisateurs ne représentent que 4,4% de la population enquêtée.

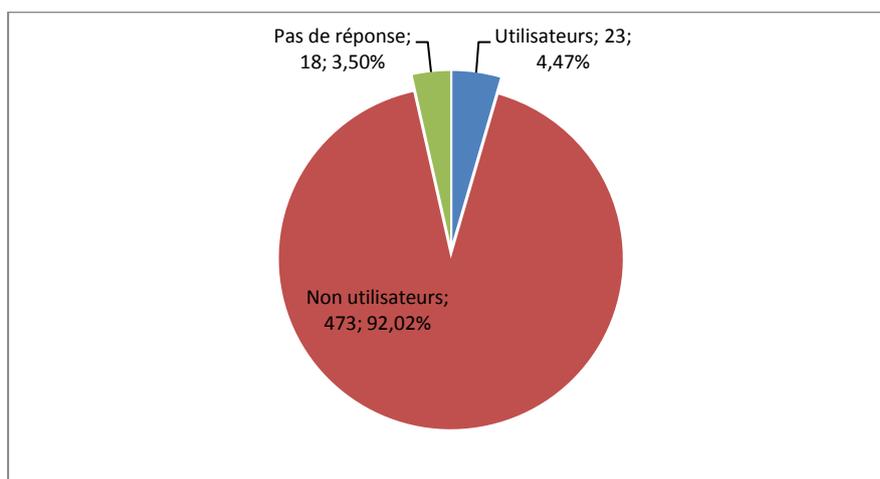


Figure 72: Répartition en fonction de l'utilisation du paiement facture par mobile money

4.6.1.2 Paiement de facture et détention de carte bancaire, compte bancaire et compte mobile money

Les utilisateurs de mobile money détenteur de carte bancaire et de compte bancaire et mobile money sont les plus nombreux de la population enquêtée à faire des paiements de factures par le biais des services de mobile money.

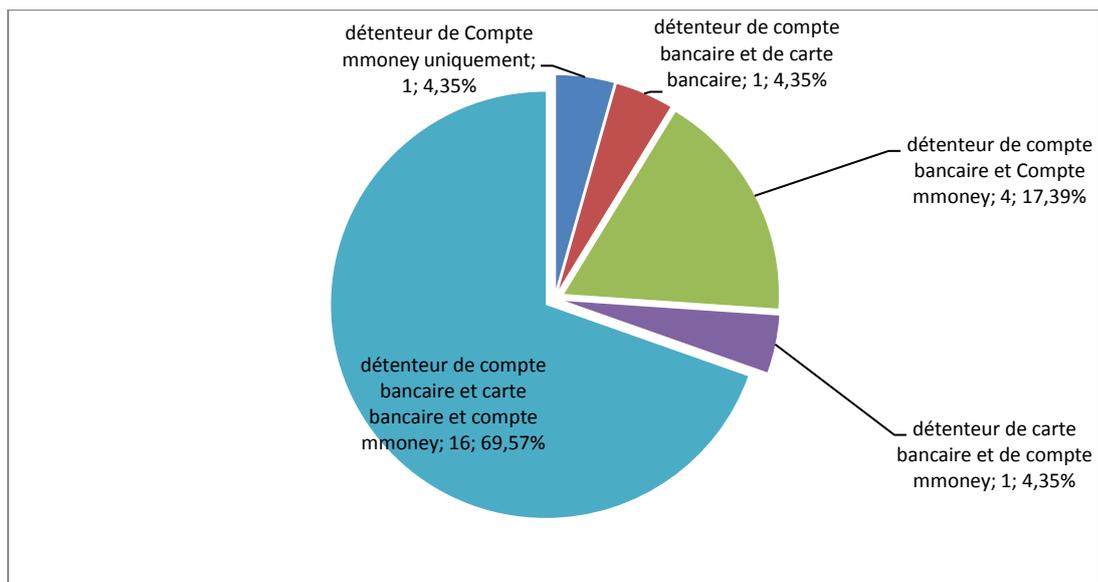


Figure 73: Répartition des utilisateurs de service paiement facture par mobile money

4.6.1.3 Dépendance entre les facteurs montant de la transaction et nature de la facture et les variables considérées

Les tests khi2 montrent qu'il n'existe aucune dépendance d'une part entre le facteur montant de la transaction et les variables considérées et d'autre part entre le facteur nature de la facture et les variables considérées.

4.6.2 Evolution des transactions

Les données utilisées dans ce paragraphe sont des statistiques fournies par les opérateurs Airtel Burkina Faso S.A. et ONATEL S.A.

4.6.2.1 Nombre

Les services de paiement des factures ont été lancés par Airtel Burkina Faso S.A. et ONATEL S.A. respectivement en 2013 et en 2014. Selon le graphique ci-dessous, la croissance du nombre de transactions chez Airtel money est plus accentuée que chez Mobicash vénéga.

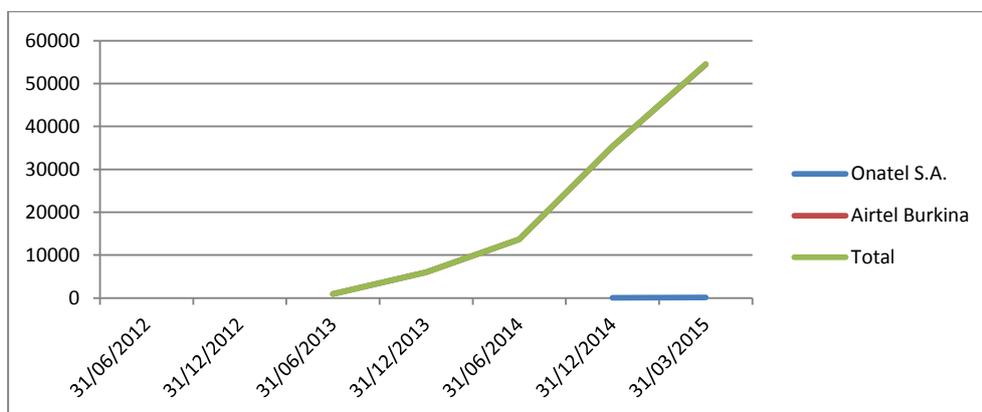


Figure 74: Evolution du nombre de transactions de paiement de factures

4.6.2.2 Montant

La tendance globale de l'évolution du montant total des transactions liées aux services de mobile money est modelée par la courbe d'évolution du montant total des transactions de Airtel money.

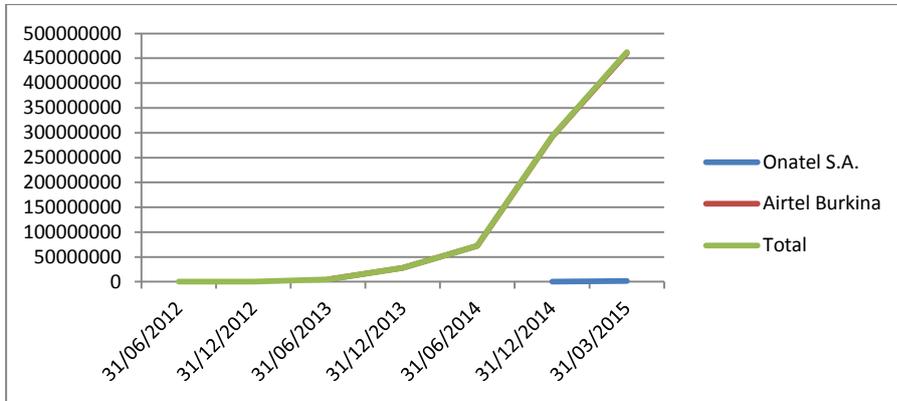


Figure 75: Evolution du montant total des transactions de paiement de factures

4.7 Achats de crédits de communication par le biais du paiement par téléphone mobile

La population concernée par les études d'interaction menées dans cette partie concerne la population enquêtée qui fait des achats de crédits de communication via les services de mobile money. Le sexe, l'âge, la catégorie socioprofessionnelle, le niveau d'instruction et la formule de mobile money seront utilisés comme paramètres et comme facteurs d'intérêt le montant de la transaction et la destination des crédits.

4.7.1 Utilisateurs de ce service

4.7.1.1 Proportion des utilisateurs

Les utilisateurs de mobile money qui font des achats de crédit de communication via les services offerts par Airtel money et/ou Mobicash vénéga représentent environ 50% des utilisateurs enquêtés. En effet, ces utilisateurs représentent 47,2% de la population enquêtée.

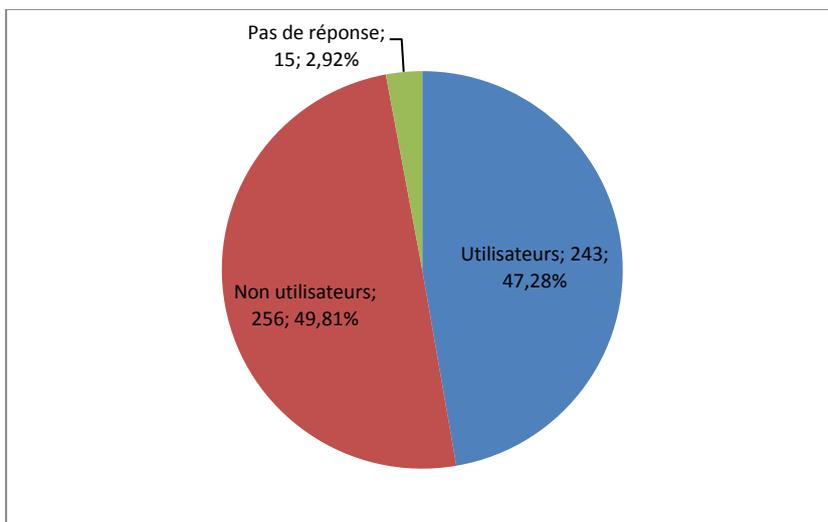


Figure 76: Répartition en fonction de l'utilisation de l'achat de crédit communication

4.7.1.2 Achat de crédit de communication et détention de carte bancaire, compte bancaire et compte mobile money

Les utilisateurs de mobile money détenteur de carte bancaire et de comptes bancaire et mobile money sont les plus nombreux de la population enquêtée à faire des achats de crédit de communication par le biais des services de mobile money.

Les utilisateurs ne détenant pas de compte mobile money et bénéficiant de crédits de communication par le biais de service sont des utilisateurs de mobile money qui ont reçu des crédits de communications via les services de mobile money.

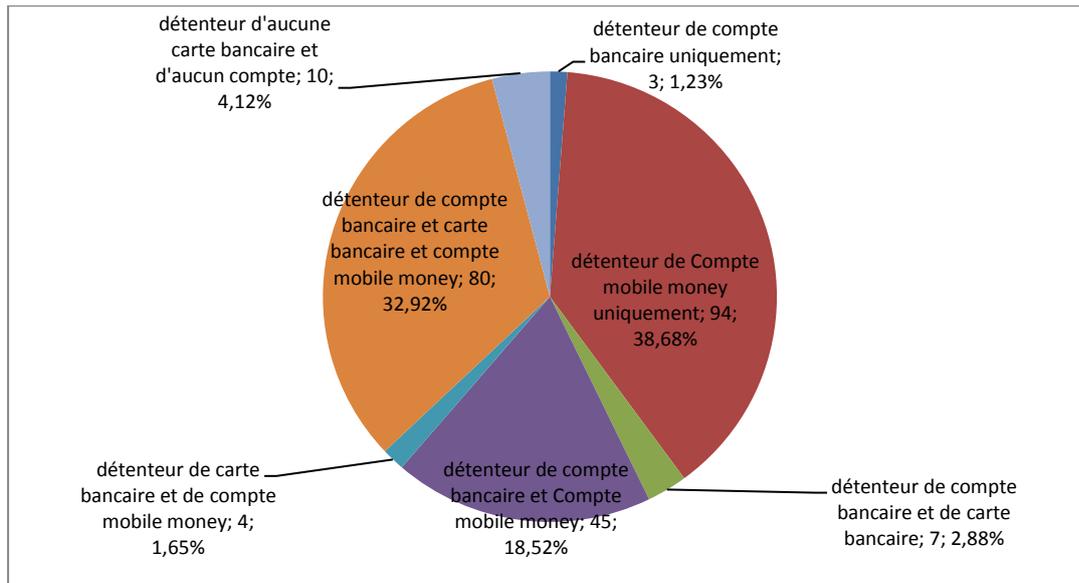


Figure 77: Répartition des utilisateurs de service achat de crédits de communication

4.7.1.3 Achat de crédit de communication et âge

Pour toutes les tranches d'âge, les montants de moins de 5 000 F CFA sont les plus utilisés. La tranche d'âge « 51 – 60 » a une proportion d'utilisateurs mettant en jeu pour l'achat de crédit de communication un montant appartenant à l'intervalle « 200 000 - 250 000 ».

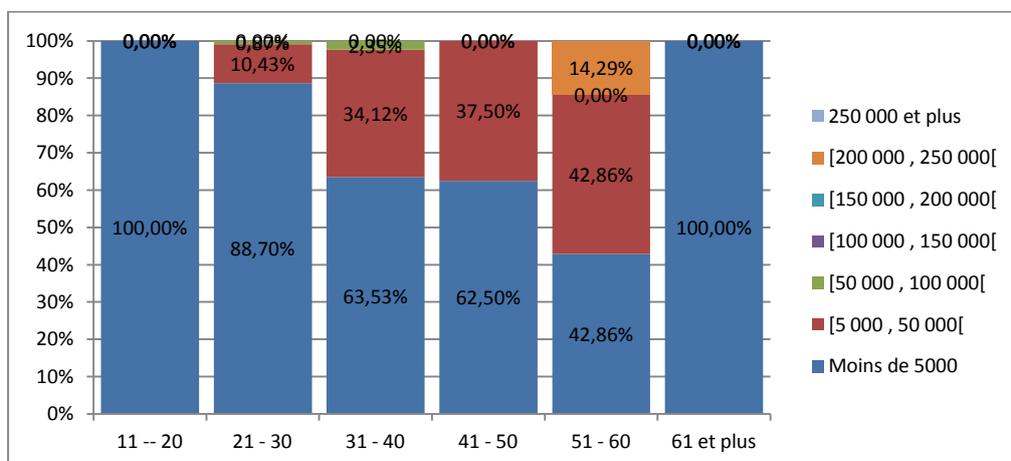


Figure 78: Achat de crédit par mobile money - croisement âge et montant

4.7.1.4 Achat de crédit de communication et formule de mobile money

Pour toutes les formules, les montants de moins de 5 000 F CFA sont les plus utilisés. La formule « airtel money » a une proportion d'utilisateurs mettant en jeu pour l'achat de crédit de communication un montant de l'intervalle « 200 000 - 250 000 ».

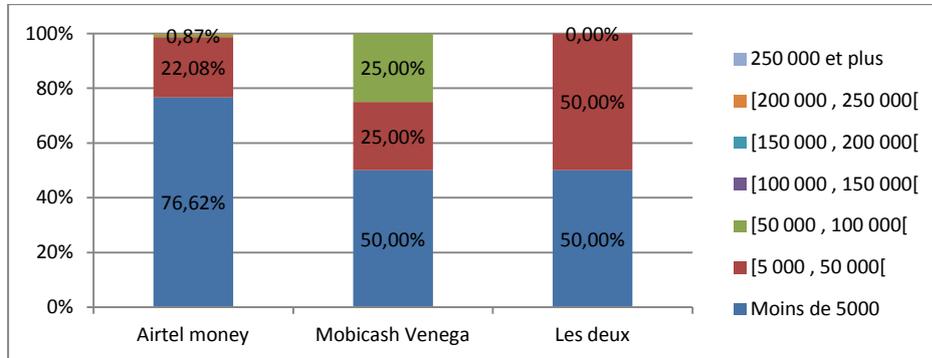


Figure 79: Achat de crédit par mobile money - croisement formule mobile money et montant

4.7.1.5 Dépendance entre les facteurs montant de la transaction et destination des crédits de communication et les variables considérées

Les tests khi 2 montrent que le facteur montant de la transaction est lié aux variables âge et formule de mobile money.

4.7.2 Evolution des transactions

Les données utilisées dans ce paragraphe sont des statistiques fournies par les opérateurs Airtel Burkina Faso S.A. et ONATEL S.A.

4.7.2.1 Nombre

Depuis le lancement en 2012 des offres de mobile money par le réseau Airtel, le nombre de transactions liées aux achats de crédits de communication via les services de mobile money ne fait qu'augmenter. En effet pour le réseau Airtel, de 223 en fin juin 2012, le nombre de transactions est passé à 31 256 695 en fin mars 2015. Quant à ONATEL, le nombre de transactions est passé de 22 437 en fin décembre 2013 à 5 427 070 en fin mars 2015.

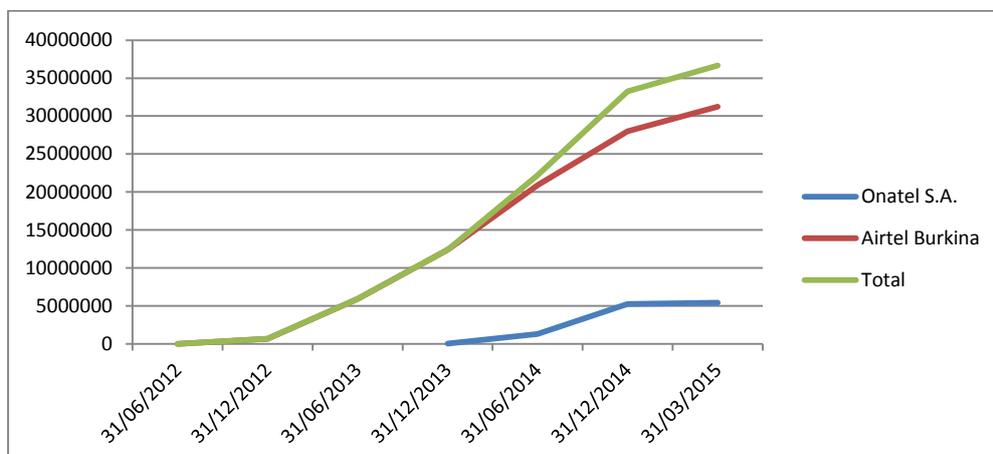


Figure 80: Evolution du nombre de transaction achat de crédit de communication

4.7.2.2 Montant

Le graphique ci-dessous représente l'évolution des montants liés aux achats de crédits de communication via Airtel money et Mobicash vénéga. La croissance constatée sur le total des montants des transactions des achats de crédits de communication est essentiellement due à celle de Airtel money.

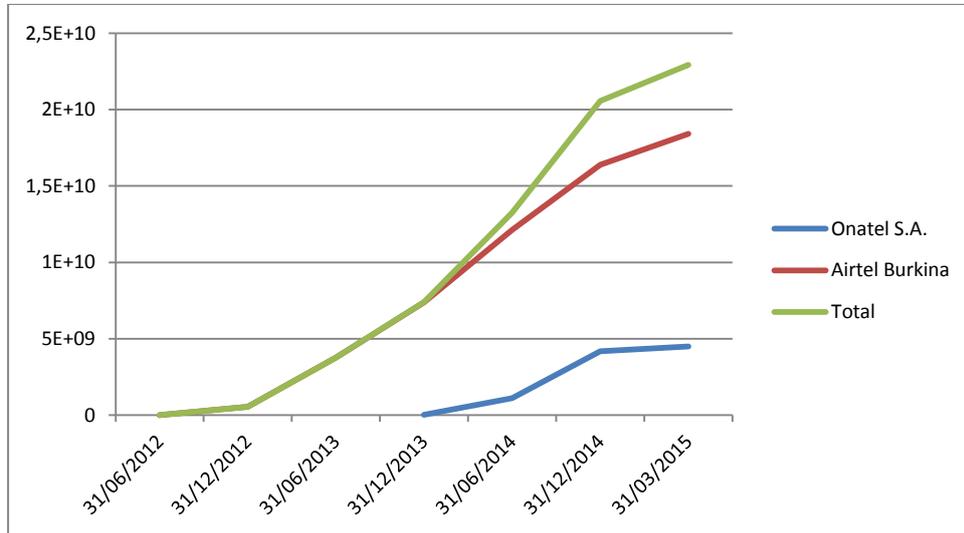


Figure 81: Evolution du montant total des transactions d'achat de crédit de communication

Chapitre 5 : Critères de choix, préférences d'utilisation et recommandations

L'enquête auprès des utilisateurs de mobile money a été une occasion pour ces utilisateurs de donner les critères de leur choix de la formule de mobile money et les préférences d'utilisation des moyens de paiement. A la fin du chapitre, seront données quelques recommandations.

5.1 Critères de choix de la formule de mobile money

Pour les utilisateurs de mobile money enquêtés, les principaux critères de choix de la formule de mobile money vont de la couverture réseau au SAV. Le tableau ci dessous donne par ordre d'importance en termes de nombre d'utilisateurs les principaux critères de choix.

	Nombre d'utilisateurs
Couverture réseau	196
Couverture réseau - Tarification moins chère	52
Effet réseau	49
Couverture réseau - Qualité du réseau	30
Promotion	22
Tarification moins chère	20
Qualité du réseau	18
Gamme de produits et service adaptée	12
Couverture réseau - Effet réseau	10
Tarification claire	8
SAV	7
Tarification moins chère - Effet réseau	6
Effet réseau - Promotion	6
Couverture réseau - Tarification moins chère - Qualité du réseau	6
Couverture réseau - Tarification moins chère - Gamme de produits et service adaptée	5
Image de marque de l'opérateur	3
Couverture réseau - Tarification claire	3
Tarification moins chère - Qualité du réseau	3
Couverture réseau - Gamme de produits et service adaptée - Qualité du réseau	3
Autres critères de choix	25
Pas de réponse	30

Tableau 4: Nombre d'utilisateurs les principaux critères de choix

La couverture réseau est la première raison utilisée par les utilisateurs pour choisir entre Airtel money et Mobicash vénéga. Les critères de choix « couverture réseau », « couverture réseau – tarification moins chère » et « effet réseau » sont les trois premières raisons de choix d'une formule. Ces trois raisons cumulées donnent 57,7% de l'ensemble des raisons avancées par les utilisateurs de mobile money pour le choix de la formule.

5.2 Préférence du mode de paiement des services et raisons du choix

Pour la détermination de la préférence du mode de paiement, quatre modes ont été proposés à savoir « virement bancaire », « Paiement numéraire » « Paiement par mobile money » et « autre ».

5.2.1 Transfert d'argent

Pour le transfert d'argent, 35,2% des utilisateurs de mobile money disent préférés le mode « paiement par téléphone mobile » contre 16,7% pour « paiement numéraire » et 6,4% pour « virement bancaire ».

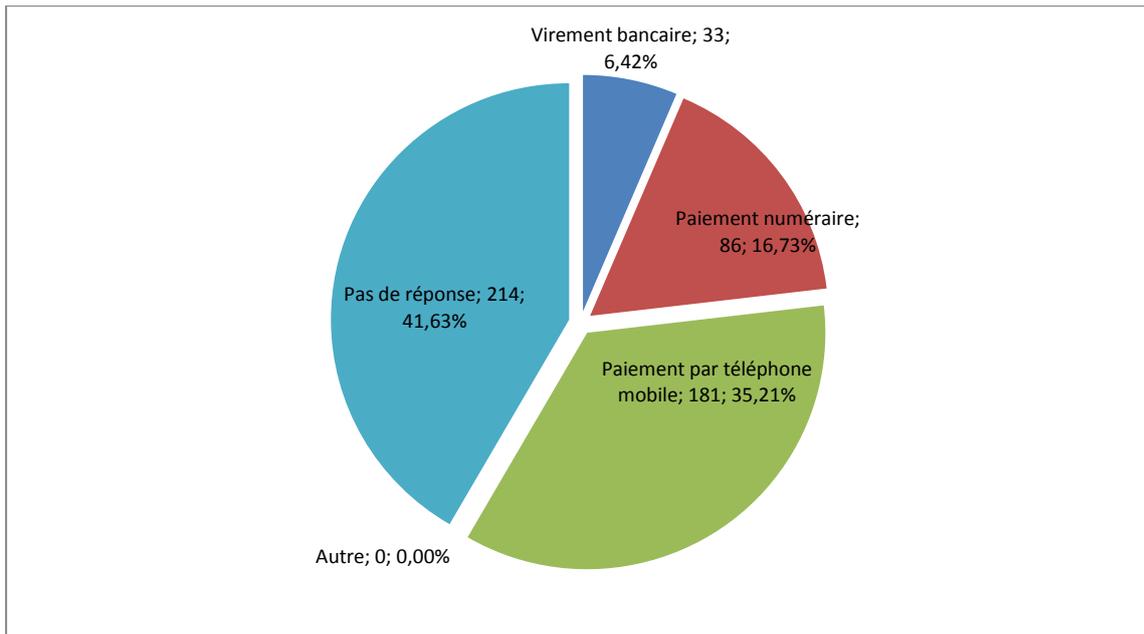


Figure 82: Préférence d'utilisation des modes de paiement pour les opérations de transfert

5.2.2 Achat de biens et services

Pour le service « achat de biens et services », plusieurs enquêtés n'ont pas répondu à la question. En effet, la proportion des utilisateurs ayant répondu est de 27,0%. Sur ces 27,0%, les utilisateurs préférant le paiement par numéraire constituent la plus grande population (17,7%). Le paiement par les services de mobile money vient en deuxième position.

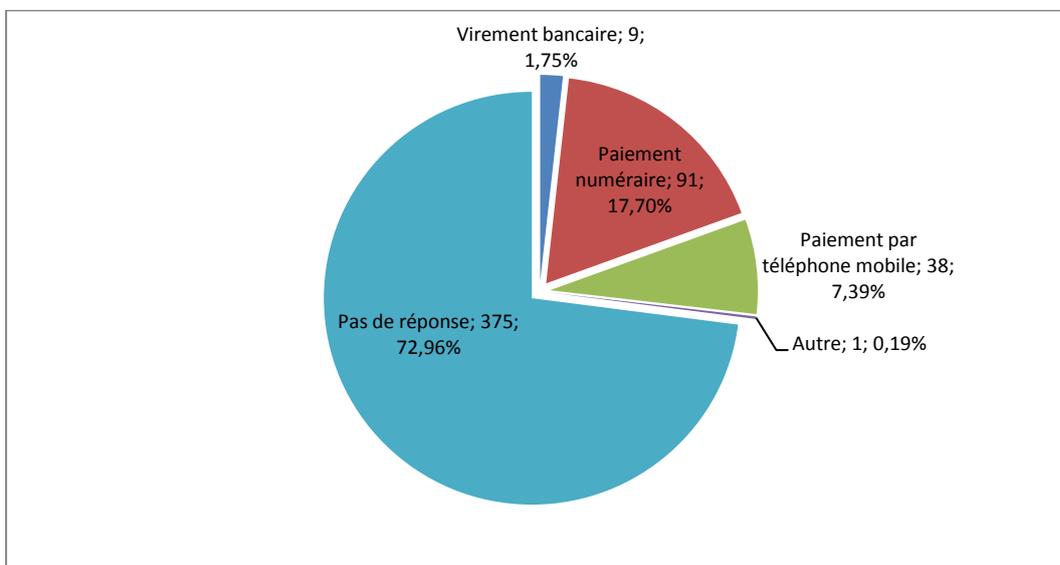


Figure 83: Préférence d'utilisation modes de paiement pour les opérations de biens et services

5.2.3 Paiement de factures

Le paiement de factures présente les mêmes caractéristiques en termes de préférence que les achats de biens. En effet, la proportion des utilisateurs ayant répondu est faible. Le paiement par numéraire et le paiement par mobile money représentent respectivement la

première grande proportion et la deuxième grande proportion des utilisateurs de mobile money.

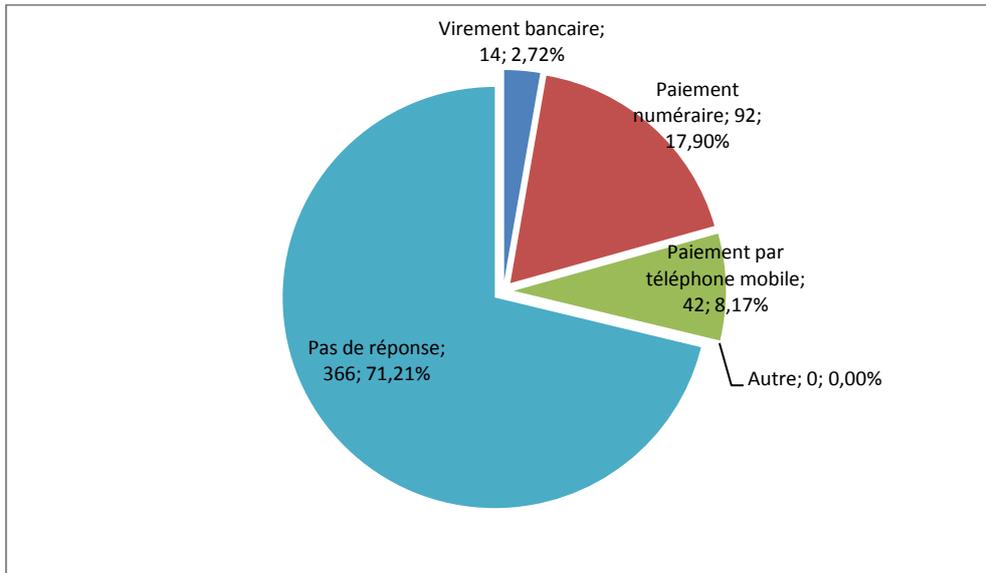


Figure 84: Préférence d'utilisation modes de paiement pour les paiements de facture

5.2.4 Achat de crédits de communication

Pour les achats de crédits de communication, le paiement par mobile money se présente comme la grande proportion des utilisateurs qui ont répondu à la question. Le paiement par numéraire vient en deuxième position en termes de préférence de choix du mode de paiement.

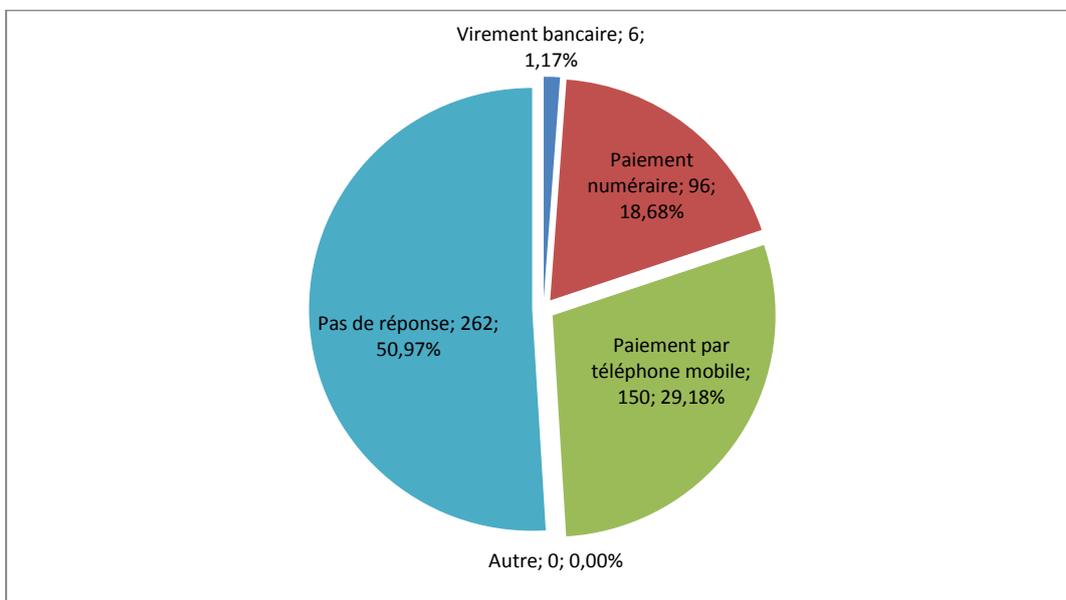


Figure 85: Préférence d'utilisation des modes de paiement pour les opérations d'achat de crédit

5.3 Difficultés relevées par les utilisateurs

Au cours de l'enquête, les utilisateurs de mobile money ont signalé un certain nombre de difficultés rencontrées dans l'utilisation des services de mobile money.

Le tableau ci-dessous présente les grandes difficultés énumérées par les utilisateurs de mobile money.

	Nombre de difficultés signalisées
Tarification	109
Réseau	79
Manipulation	24
Paieiment	16
Compte mobile money	6
Distribution	6
Information	6
Commissions	3
Destination des transferts	1
Autres	8

Tableau 5: Difficultés énumérées par les utilisateurs de mobile money

Les difficultés majeures énumérées par les utilisateurs sont la tarification, le réseau, la manipulation et le paiement. En effet, ces quatre difficultés représentent à elles seules 88,3% de l'ensemble des difficultés.

Les difficultés liées à la tarification sont relatives aux coûts des transactions que les utilisateurs trouvent élevés et souvent non fondés. Quant aux difficultés liées au réseau, il s'agit essentiellement de l'instabilité du réseau et les retards de transmissions des SMS liés aux transactions de mobile money.

Les problèmes de manipulation sont des difficultés du genre blocage de code secret, perte de temps dans la récupération des codes secrets et complication en cas d'effacement du message du transfert.

Les difficultés liées aux paiements sont essentiellement des problèmes de remboursement en cas d'erreur, de manque de fonds pour les paiements, de double facturation de certaines transactions et de perte de temps pour les retraits.

Pour les difficultés liées aux comptes mobiles money, il s'agit des problèmes du genre faiblesse de la taille des comptes et problème de validité des messages pour les utilisateurs n'ayant pas de compte mobile money.

Quant aux difficultés liées à la distribution, il s'agit essentiellement des problèmes du genre manque de points de vente (boutiques) et accueil des utilisateurs dans les boutiques.

Le manque d'accusé de réception en cas de transfert, le manque de promotion des services mobile money et la méconnaissance des produits constituent les difficultés d'information.

Pour les difficultés liées aux commissions, il s'agit essentiellement des problèmes du taux et de retard de paiement des commissions.

Sous le terme « autres » sont regroupés les difficultés telles que le manque de prêt, l'impossibilité de convertir les crédits de communication en espèces et les problèmes de bonus.

5.4 Recommandations

Tenant compte des résultats de l'enquête, des recommandations peuvent être formulées à l'endroit des opérateurs de communications électroniques, des régulateurs des communications électroniques et des services financiers.

5.4.1 Au niveau des opérateurs de communications électroniques

A l'endroit des opérateurs, les recommandations suivantes peuvent être formulées :

Limitation des risques de BC/FT : pour ce faire les dispositifs de contrôle tels que la mise en place des plafonds sur le nombre de comptes qu'un client peut ouvrir, la fréquence et le montant des opérations pouvant être effectuées et le montant pouvant être transféré sur une certaine période de temps.

Respect des obligations prudentielles visant à protéger l'argent des clients : cette recommandation a pour but de garantir que l'argent des clients est disponible lorsque ceux-ci veulent le retirer, pour atteindre cet objectif l'opérateur doit conserver des actifs liquides d'un montant égal à celui de l'argent émis sous forme électronique.

Stabilisation du réseau : offrir un réseau de qualité aux clients en assurant un bon fonctionnement des réseaux. En effet, les retards de transmission des SMS et les difficultés de connexions sont des récriminations portées par les clients à l'encontre des opérateurs.

5.4.2 Au niveau du régulateur des communications électroniques

A l'endroit du régulateur des communications électroniques, les recommandations suivantes peuvent être formulées :

Amélioration de la protection des consommateurs : cette amélioration peut passer par l'obligation pour les agents d'afficher les tarifs applicables, de communiquer le prix des opérations mobiles, l'interdiction pour les agents de facturer des frais supplémentaires sans les communiquer clairement aux clients, l'obligation que les contrats soient simples et comprennent tous les frais et commissions applicables, ou l'obligation pour les agents d'afficher leur statut en tant qu'agent d'une institution agréée.

Respect de la vie privée et la confidentialité des données : pour ce faire, il faut renforcer dans les transactions des paiements par téléphone mobile la protection de la vie privée. En effet, dans les paiements par téléphone mobile, les données peuvent comprendre des informations de localisation, d'identification du payeur et du bénéficiaire, l'heure de la transaction et des informations relatives aux transactions (nature, valeur et le montant). En d'autres termes, pour chaque transaction, les clients laissent des traces qui peuvent être exploitées à de bonnes comme à de mauvaises fins.

5.4.3 Au niveau du régulateur des services financiers

A l'endroit du régulateur des services financiers, les recommandations suivantes peuvent être formulées :

Définition des restrictions portant sur la nature ou les qualifications des agents ou autres tierces parties : pour ce faire, laisser aux opérateurs le pouvoir de fixer leurs propres critères de sélection des agents de l'argent mobile. Cette recommandation vise à améliorer le circuit de distribution du service de mobile money.

Limitation de la responsabilité de l'opérateur : pour ce faire, la responsabilité de l'opérateur se limitera aux actes que la tierce partie effectue pour le compte de l'opérateur et à l'exécution du contrat de mandataire entre l'opérateur et la tierce partie, à l'exclusion des autres actions entreprises par la tierce partie. Par exemple, l'opérateur ne saurait être tenu responsable du risque que des imposteurs se fassent passer pour des tierces parties et détournent de l'argent du public à l'insu de l'opérateur.

Evolution des systèmes de paiement par téléphone mobile : permettre aux opérateurs de devenir des établissements financiers à part entière à travers des filiales de ces opérateurs. En effet, certains utilisateurs utilisent l'argent électronique comme instrument d'épargne.

Conclusion

Les services de mobile money ont été lancés au Burkina Faso premièrement en juillet 2012 par Airtel Burkina Faso S.A. sous la marque commerciale Airtel money et par la suite par ONATEL S.A. en mai 2013 sous la marque commerciale Mobicash vénéga.

Depuis son lancement, les services de mobile money de Airtel Burkina Faso S.A. et de ONATEL S.A. n'ont fait que croître. En effet, le nombre total de compte mobile money est passé de 60 761 en fin décembre 2012 à 1 546 560 en fin mars 2015 soit une croissance d'environ 2000% en trois ans. Quant au nombre total des points de vente, il est passé de 1 350 à 13 134 soit une croissance de plus de 800% en trois ans.

Les services de mobile money utilisés au Burkina Faso sont essentiellement les transferts d'argent, les dépôts/versements d'argent, les retraits d'argent, les achats de biens et services, les paiements de factures et les achats de crédits de communication.

Les utilisateurs de services de mobile money en majorité utilisent ces services au moins une fois par mois pour leur propre compte et ce depuis plus d'un an. En outre, les utilisateurs de mobile money du Burkina Faso se recrutent dans toutes les tranches d'âge, tous les niveaux d'instruction, tous les sexes et toutes les catégories socioprofessionnelles. Certains détenteurs de comptes bancaires et/ou de cartes bancaires sont utilisateurs des services de mobile money.

Les services de mobile money les plus utilisés au Burkina Faso sont les transferts d'argent, les dépôts/versements d'argent, les retraits d'argent et les achats de crédits de communication. Quant aux services comme les paiements de factures et les achats de biens et services, ils sont moins prisés par les utilisateurs de mobile money burkinabè. En termes de valeurs mis en jeu, pour l'ensemble de ces services, les montants varient entre moins de 5 000 F CFA à plus de 250 000 F CFA.

De l'analyse des réponses de l'enquête, il ressort que les services de mobiles money sont souvent utilisés comme des comptes bancaires par certains utilisateurs. En effet, certains les utilisent comme des comptes d'épargne tandis que d'autres les utilisent comme compte courant afin d'éviter de se déplacer avec de la liquidité.

En outre, les résultats des analyses statistiques montrent pour les utilisateurs de mobile money du Burkina Faso, que la détention d'un compte bancaire est très liée à l'âge de l'utilisateur, à son niveau d'instruction, à son genre, à sa catégorie socioprofessionnelle et à la formule de mobile money. De même, la détention de carte bancaire s'explique par l'âge de l'utilisateur, son niveau d'instruction et sa catégorie socioprofessionnelle. La détention de compte mobile money et le temps passé dans l'utilisation des services mobile money sont des facteurs qui sont liés à la catégorie socioprofessionnelle de l'utilisateur. Le facteur fréquence d'utilisation des services de mobile money quant à lui s'explique par le niveau d'instruction, le sexe et la formule de mobile money de l'utilisateur. Pour le

facteur propriété de la transaction, il s'explique par l'âge, le niveau d'instruction, la catégorie socioprofessionnelle et la formule de mobile money de l'utilisateur. L'âge et la catégorie socioprofessionnelle de l'utilisateur sont les variables qui expliquent le facteur nombre de services mobile money utilisé.

Pour les utilisateurs de mobiles money utilisant les services transferts d'argent, l'analyse statistique montre que le facteur montant de la transaction peut s'expliquer par les paramètres âge, niveau d'instruction, sexe, catégorie socioprofessionnelle et formule de mobile money de l'utilisateur. Quant au facteur destination du transfert, il dépend de la catégorie socioprofessionnelle et la formule de mobile money de l'utilisateur.

En ce qui concerne les services dépôts/versements d'argent par mobile money, le facteur montant de la transaction est lié à l'âge, au niveau d'instruction, au sexe et à la catégorie socioprofessionnelle de l'utilisateur.

Les résultats de l'analyse statistique montrent aussi pour les services retraits d'argent par mobile money que le facteur montant de la transaction s'explique par l'âge, le niveau d'instruction, le sexe et la catégorie socioprofessionnelle de l'utilisateur.

Enfin, selon l'analyse statistique l'âge et la formule de mobile money de l'utilisateur expliquent le facteur montant de la transaction pour les services d'achat de crédit de communication par le mobile money.

La présente étude n'a concerné exclusivement que l'analyse des déterminants socio-économiques des utilisateurs de airtel money de Airtel Burkina Faso S.A. et de mobicash vénéga de l'ONATEL S.A. Les résultats de l'enquête et les statistiques fournies par opérateurs montrent que les montants mis en jeu et la proportion des utilisateurs des services de transferts d'argent et d'achats de crédits de communication via les services de mobile money sont importants. Aussi, des études sur ces services de mobile money peuvent être entreprises afin de déterminer leurs impacts sur un certain nombre de systèmes existants. Il s'agit entre autres d'une étude sur les impacts des transferts d'argent via les services de mobile money sur le système bancaire traditionnel et d'une autre étude sur les impacts des achats de crédits de communication via les services de mobile money sur la chaîne de valeur de la vente des cartes de recharge.

Annexes

Annexe 1 : Questionnaire aux clients m-paiement

1. Identification

- 1.1. **Sexe :** Féminin Masculin
- 1.2. **Âge :** 11-20 21-30 31-40 41-50 51-60 61 et plus
- 1.3. **Niveau d'étude :** Aucun Primaire Secondaire Supérieur
- 1.4. **Catégorie socioprofessionnelle :**
- Salarié du public Salarié du privé Commerçant(e)/Artisan
- Agriculteur/Éleveur Elève\Etudiant(e) Sans emploi
- Autres à préciser
- 1.5. **Êtes-vous abonnés chez quels opérateurs de téléphonie ?**
- Airtel Telmob Telecel
- Airtel-Telmob Airtel-Telecel Telmob-Telecel
- Airtel-Telmob-Telecel
- 1.6. **Etes-vous titulaire d'un compte bancaire ?**
- oui non
- 1.7. **Etes-vous titulaire d'une carte bancaire ?**
- 1.7.1.
- oui non
- 1.7.2. **Si oui, quelle carte bancaire utilisez-vous ?**
- GIM UEMOA Visas Mastercard
- CUP (China UnionPay) Autre à préciser
- 1.8. **Quelle formule de paiement par téléphone mobile utilisez-vous ?**
- Airtel money Mobicash Mobicash et Airtel money
- 1.9. **Etes-vous titulaire d'un compte de paiement par téléphone mobile ?**
- oui non
- 1.10. **Quels ont été les critères de choix quant à l'adoption de cette formule (Airtel money et/ou mobicash)?**
- Couverture réseau Tarification moins chère Gamme de produits et service adaptée
- Tarification claire Image de marque de l'opérateur Qualité du réseau
- Effet de réseau (vos partenaires utilisent cette formule) Services après ventes Promotion lancée par l'opérateur

2. Comportement d'achat et habitudes de consommations

- 2.1. **Depuis combien de temps utilisez-vous les services de paiement par téléphone mobile**
- Moins d'un an Plus d'un an Ne sait pas
- 2.2. **Quelle est votre fréquence d'utilisation du paiement par téléphone mobile**
- au moins une fois par mois au moins une fois par trimestre
- utilisation occasionnelle Ne sait pas

2.3. Utilisez-vous le paiement par téléphone mobile pour :

Pour votre propre compte Pour le compte d'autrui Pour les deux

2.4. Quels sont les services du paiement par téléphone mobile que vous utilisez ?

dépôt/versement d'argent retrait d'argent transfert d'argent achat de biens et services

paiement factures achat de crédit de communication Autre service

2.5. Faites-vous du dépôt/versement d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile ?

2.5.1.

oui non

2.5.2. Si oui, quel est votre dépôt/versement moyen mensuel (en F CFA)?

< 5000 [5000, 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[
 [150 000, 200000[[200 000 , 250 000[Plus de 250 000

2.5.3. Vers quelle destination se fait ce dépôt/versement d'argent ?

votre compte airtel money/mobicash Autre à préciser.....

2.6. Faites-vous du retrait d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile ?

2.6.1.

oui non

2.6.2. Si oui, quel est votre retrait moyen mensuel (en F CFA)?

< 5000 [5000, 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[
 [150 000, 200000[[200 000 , 250 000[Plus de 250 000

2.7. Faites-vous du transfert d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile ?

2.7.1.

oui non

2.7.2. Si oui, quel est votre budget moyen mensuel (en F CFA)?

< 5000 [5000, 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[
 [150 000, 200000[[200 000 , 250 000[Plus de 250 000

2.7.3. Vers quelle destination se fait ce transfert d'argent ?

votre compte bancaire le compte airtel money/mobicash d'un parent le compte airtel money/mobicash d'un ami

le compte bancaire d'un prestataire de service le compte airtel money/mobicash d'un prestataire de service Autre à préciser

2.8. Faites-vous des achats de biens et services par le biais du paiement par téléphone mobile ?

2.8.1.

oui non

2.8.2. Si oui, quel est votre budget moyen mensuel (en F CFA)?

< 5000 [5000, 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[
 [150 000, 200000[[200 000 , 250 000[Plus de 250 000

2.8.3. Où effectuez-vous ces achats de biens et services?

Supermarchés boutiques
 marché Autre

2.9. Faites-vous le paiement de vos factures par le biais du paiement par téléphone mobile ?

2.9.1.

oui non

2.9.2. Si oui, quel est votre budget moyen mensuel (en F CFA)?

< 5000 [5000, 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[
 [150 000, 200000[[200 000 , 250 000[Plus de 250 000

2.9.3. Quel(s) genre(s) de facture sont payés?

ONEA SONABEL
 Assurance Autre

2.10. Faites-vous des achats de crédits de communication par le biais du paiement par téléphone mobile ?

2.10.1.

oui non

2.10.2. Si oui, quel est votre budget moyen mensuel (en F CFA)?

< 5000 [5000, 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[
 [150 000, 200000[[200 000 , 250 000[Plus de 250 000

2.10.3. A qui sont destinés ces crédits de recharge ?

votre numéro mobile le numéro mobile d'un parent
 le numéro mobile d'un partenaire Autre

3. Préférence d'utilisation

3.1. Pour le transfert d'argent,

3.1.1. Classer par ordre de préférence les modes suivants :

virement bancaire dépôt de numéraires dans le compte destinataire
 paiement par téléphone mobile Autre

3.1.2. Quelles sont les raisons de ce classement :

.....
.....

3.2. Pour les achats de biens et de services,

3.2.1. classer par ordre de préférence les modes suivants :

- virement bancaire paiement à l'aide de numéraires
 paiement par téléphone mobile Autre

3.2.2. Quelles sont les raisons de ce classement :

.....
.....

3.3. Pour les paiements de factures,

3.3.1. classer par ordre de préférence les modes suivants :

- virement bancaire paiement à l'aide de numéraires
 paiement par téléphone mobile Autre

3.3.2. Quelles sont les raisons de ce classement :

.....
.....

3.4. Pour les achats de crédits de communication,

3.4.1. classer par ordre de préférence les modes suivants :

- virement bancaire paiement à l'aide de numéraires
 paiement par téléphone mobile Autre

3.4.2. Quelles sont les raisons de ce classement :

.....
.....

4. Attentes et suggestions

2.1. Quelles sont vos principales suggestions, en matière de paiement par téléphone mobile, aux opérateurs de téléphonie mobile ?

Airtel (Airtel money)	ONATEL (Mobicash)
-	-
-	-
-	-

Numéro de téléphone : |__|__|__|__|__|__|__|__|

Annexe 2 : Exemple d'utilisation du Test du Khi2

Soit le tableau d'observation issu du croisement de la variable « âge » avec le facteur « détention d'un compte bancaire » :

	Détenteur de compte bancaire	Non détenteur de compte bancaire	Total
11--20	1	8	9
21-30	70	135	205
31-40	133	82	215
41-50	49	11	60
51-60	9	7	16
61 et plus	1	2	3
Total	263	245	508

Le tableau des valeurs théoriques du tableau d'observation issu du croisement de la variable « âge » avec le facteur « détention d'un compte bancaire » est le suivant :

	Détenteur de compte bancaire	Non détenteur de compte bancaire	Total
11--20	4,65944882	4,34055118	9
21-30	106,13189	98,8681102	205
31-40	111,309055	103,690945	215
41-50	31,0629921	28,9370079	60
51-60	8,28346457	7,71653543	16
61 et plus	1,55314961	1,44685039	3
Total	263	245	508

N.B : la valeur d'une cellule (hors mis celles des lignes et des colonnes « Total ») est égale au quotient du produit du total de la ligne de la cellule et du total de la colonne de la cellule par le total général. (Par exemple $4,65944882 = 9 * 263 / 508$).

A partir des tableaux d'observation et des valeurs théoriques issus du croisement de la variable « âge » avec le facteur « détention d'un compte bancaire », le calcul du khi2 donne 62,24.

	Détenteur de compte bancaire	Non détenteur de compte bancaire	Total
11--20	2,87406648	3,08522238	5,95928886
21-30	12,3008594	13,2045961	25,5054555
31-40	4,22694353	4,53749448	8,764438
41-50	10,3575422	11,1185045	21,4760467
51-60	0,06198168	0,06653543	0,12851711
61 et plus	0,19700258	0,21147624	0,40847883
Total	30,0183959	32,2238291	62,242225

N.B : la valeur d'une cellule (hors mis celles des lignes et des colonnes « Total ») est égale $(\text{valeur observée} - \text{valeur théorique})^2 / \text{valeur théorique}$. (Par exemple $2,87406648 = (1 - 4,65944882)^2 / 4,65944882$).

Pour la détermination de la valeur théorique (critique) du Khi2, la table du khi2 ci-dessous est utilisée. Pour ce faire, le nombre de degré de liberté et le risque d'erreur sont utilisés pour la détermination.

La variable « âge » ayant 6 modalités et le facteur « détention de compte bancaire » ayant 2 modalités alors le degré de liberté (ddl) est 5. En considérant ce degré de liberté 5 et un risque d'erreur de 5% alors la table du khi2 donne la valeur théorique (critique) 11,07.

p	0,999	0,995	0,99	0,98	0,95	0,9	0,8	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,005	0,001
ddl														
1	0,0000	0,0000	0,0002	0,0006	0,0039	0,0158	0,0642	1,6424	2,7055	3,8415	5,4119	6,6349	7,8794	10,8276
2	0,0020	0,0100	0,0201	0,0404	0,1026	0,2107	0,4463	3,2189	4,6052	5,9915	7,8240	9,2103	10,5966	13,8155
3	0,0243	0,0717	0,1148	0,1848	0,3518	0,5844	1,0052	4,6416	6,2514	7,8147	9,8374	11,3449	12,8382	16,2662
4	0,0908	0,2070	0,2971	0,4294	0,7107	1,0636	1,6488	5,9886	7,7794	9,4877	11,6678	13,2767	14,8603	18,4668
5	0,2102	0,4117	0,5543	0,7519	1,1455	1,6103	2,3425	7,2893	9,2364	11,0705	13,3882	15,0863	16,7496	20,5150
6	0,3811	0,6757	0,8721	1,1344	1,6354	2,2041	3,0701	8,5581	10,6446	12,5916	15,0332	16,8119	18,5476	22,4577
7	0,5985	0,9893	1,2390	1,5643	2,1673	2,8331	3,8223	9,8032	12,0170	14,0671	16,6224	18,4753	20,2777	24,3219
8	0,8571	1,3444	1,6465	2,0325	2,7326	3,4895	4,5936	11,0301	13,3616	15,5073	18,1682	20,0902	21,9550	26,1245
9	1,1519	1,7349	2,0879	2,5324	3,3251	4,1682	5,3801	12,2421	14,6837	16,9190	19,6790	21,6660	23,5894	27,8772
10	1,4787	2,1559	2,5582	3,0591	3,9403	4,8652	6,1791	13,4420	15,9872	18,3070	21,1608	23,2093	25,1882	29,5883
11	1,8339	2,6032	3,0535	3,6087	4,5748	5,5778	6,9887	14,6314	17,2750	19,6751	22,6179	24,7250	26,7568	31,2641
12	2,2142	3,0738	3,5706	4,1783	5,2260	6,3038	7,8073	15,8120	18,5493	21,0261	24,0540	26,2170	28,2995	32,9095
13	2,6172	3,5650	4,1069	4,7654	5,8919	7,0415	8,6339	16,9848	19,8119	22,3620	25,4715	27,6882	29,8195	34,5282
14	3,0407	4,0747	4,6604	5,3682	6,5706	7,7895	9,4673	18,1508	21,0641	23,6848	26,8728	29,1412	31,3193	36,1233
15	3,4827	4,6009	5,2293	5,9849	7,2609	8,5468	10,3070	19,3107	22,3071	24,9958	28,2595	30,5779	32,8013	37,6973
16	3,9416	5,1422	5,8122	6,6142	7,9616	9,3122	11,1521	20,4651	23,5418	26,2962	29,6332	31,9999	34,2672	39,2524
17	4,4161	5,6972	6,4078	7,2550	8,6718	10,0852	12,0023	21,6146	24,7690	27,5871	30,9950	33,4087	35,7185	40,7902
18	4,9048	6,2648	7,0149	7,9062	9,3905	10,8649	12,8570	22,7595	25,9894	28,8693	32,3462	34,8053	37,1565	42,3124
19	5,4068	6,8440	7,6327	8,5670	10,1170	11,6509	13,7158	23,9004	27,2036	30,1435	33,6874	36,1909	38,5823	43,8202
20	5,9210	7,4338	8,2604	9,2367	10,8508	12,4426	14,5784	25,0375	28,4120	31,4104	35,0196	37,5662	39,9968	45,3147
21	6,4467	8,0337	8,8972	9,9146	11,5913	13,2396	15,4446	26,1711	29,6151	32,6706	36,3434	38,9322	41,4011	46,7970
22	6,9830	8,6427	9,5425	10,6000	12,3380	14,0415	16,3140	27,3015	30,8133	33,9244	37,6595	40,2894	42,7957	48,2679
23	7,5292	9,2604	10,1957	11,2926	13,0905	14,8480	17,1865	28,4288	32,0069	35,1725	38,9683	41,6384	44,1813	49,7282

Le test du khi2 consiste à comparer les valeurs calculée et critique. Pour notre cas, une comparaison de ces deux valeurs de khi2 montre que la valeur calculée (62,24) est supérieure à la valeur critique (11,07). De ce fait, on peut affirmer avec un risque d'erreur de 5% que le fait de détenir un compte bancaire dépend de l'âge de l'utilisateur des services de mobile money.

Annexe 3 : Tableaux de croisement issus de l'enquête

Détention de compte bancaire

Répartition selon Age des utilisateurs détenant un compte bancaire

	Détenteur de compte bancaire	Non détenteur de compte bancaire	Pas de réponse
11-20	1	8	0
21-30	70	135	3
31-40	133	82	3
41-50	49	11	0
51-60	9	7	0
61 et plus	1	2	0

Khi2 calculé : 62,24

Khi2 critique : 11,07

Répartition selon le niveau d'instruction des utilisateurs détenant un compte bancaire

	Détenteur de compte bancaire	Non détenteur de compte bancaire	Pas de réponse
Aucun	44	62	1
Primaire	65	47	3
Secondaire	72	85	2
Supérieur	82	51	0

Khi2 calculé : 13,63

Khi2 critique : 7,81

Répartition selon le sexe des utilisateurs détenant un compte bancaire

	Détenteur de compte bancaire	Non détenteur de compte bancaire	Pas de réponse
Femme	59	78	1
Homme	204	167	5

Khi2 calculé : 5,69

Khi2 critique : 3,84

Répartition selon la catégorie professionnelle des utilisateurs détenant un compte bancaire

	Détenteur de compte bancaire	Non détenteur de compte bancaire	Pas de réponse
Salarié du public	62	1	0
Salarié du privé	61	68	2
Commerçant (e)/Artisan	109	71	4
Agriculteur/Éleveur	3	10	0
Élève/Étudiant(e)	23	75	0
Sans emploi	1	14	0
Autres à préciser	4	6	0

Khi2 calculé : 109,99

Khi2 critique : 12,59

Répartition selon la formule d'abonnement des utilisateurs détenant un compte bancaire

	Détenteur de compte bancaire	Non détenteur de compte bancaire	Pas de réponse
Airtel money	244	235	6
Mobicash Venega	5	7	0
Les deux	14	3	0

Khi2 calculé : 6,99

Khi2 critique : 5,99

Détention de carte bancaire

Répartition selon l'âge des utilisateurs détenant une carte bancaire

	Détenteur de carte bancaire	Non détenteur de carte bancaire	Pas de réponse
11 - 20	1	7	1
21 - 30	47	145	16
31 - 40	72	139	7
41 - 50	25	34	1
51 - 60	2	13	1
61 et plus	0	3	0

Khi2 calculé : 13,19

Khi2 critique : 11,07

Répartition selon le niveau d'instruction des utilisateurs détenant une carte bancaire

	Détenteur de carte bancaire	Non détenteur de carte bancaire	Pas de réponse
Aucun	15	89	3
Primaire	28	79	8
Secondaire	47	102	10
Supérieur	57	71	5

Khi2 calculé : 25,74

Khi2 critique : 7,81

Répartition selon le sexe des utilisateurs détenant une carte bancaire

	Détenteur de carte bancaire	Non détenteur de carte bancaire	Pas de réponse
Femme	35	97	6
Homme	112	244	20

Khi2 calculé : 1,11

Khi2 critique : 3,84

Répartition selon la catégorie professionnelle des utilisateurs détenant une carte bancaire

	Détenteur de carte bancaire	Non détenteur de carte bancaire	Pas de réponse
Salarié du public	43	20	0
Salarié du privé	30	93	8
Commerçant (e)/Artisan	49	124	11
Agriculteur/Éleveur	1	12	0
Élève/Étudiant(e)	22	71	5
Sans emploi	0	15	0
Autres à préciser	2	6	2

Khi2 calculé : 57,22

Khi2 critique : 12,59

Répartition selon la formule d'abonnement des utilisateurs détenant une carte bancaire

	Détenteur de carte bancaire	Non détenteur de carte bancaire	Pas de réponse
Airtel money	136	323	26
Mobicash Venega	4	8	0
Les deux	7	10	0
Total	147	341	26

Khi2 calculé : 1,09

Khi2 critique : 5,99

Détention de compte mobile money

Age et détention de compte m-paiement

	Détenteurs de comptes m-paiement	Utilisateurs de services sans compte m-paiement
11-20	6	3
21-30	179	29
31-40	180	38
41-50	48	12
51-60	13	3
61 et plus	3	0

Khi2 calculé : 4,15

Khi2 critique : 11,07

Répartition selon le niveau d'instruction des détenteurs de compte m-paiement

	Détenteurs de comptes m-paiement	Utilisateurs de services sans compte m-paiement
Aucun	94	13
Primaire	95	20
Secondaire	129	30
Supérieur	111	22

Khi2 calculé : 2,17

Khi2 critique : 7,81

Sexe et détention de compte m-paiement

	Détenteurs de comptes m-paiement	Utilisateurs de services sans compte m-paiement
Femme	109	29
Homme	320	56

Khi2 calculé : 2,74

Khi2 critique : 3,84

Catégorie professionnelle et détention de compte m-paiement

	Détenteurs de comptes m-paiement	Utilisateurs de services sans compte m-paiement
Salarié du public	45	18
Salarié du privé	119	12
Commerçant (e)/Artisan	160	24
Agriculteur/Éleveur	10	3
Elève/Étudiant(e)	79	19
Sans emploi	9	6
Autres à préciser	7	3

Khi2 calculé : 21,67

Khi2 critique : 12,59

Répartition selon la formule d'abonnement des utilisateurs détenant un compte mobile money

	Détenteurs de comptes m-paiement	Utilisateurs de services sans compte m-paiement
Airtel money	407	78
Mobicash Venega	9	3
Les deux	13	4

Khi2 calculé : 1,29

Khi2 critique : 5,99

Temps passé (durée) dans l'utilisation des services

Répartition en fonction de l'âge

	Moins d'un an	Plus d'un an	Ne sait pas	Pas de réponse
11 --20	5	4	0	0
21 - 30	79	109	10	10
31 - 40	55	139	19	5
41 -50	14	43	3	0
51 -60	5	11	0	0
61 et plus	1	2	0	0

Khi2 calculé : 17,45

Khi2 critique : 18,30

3.3.1.3 Répartition en fonction du niveau d'instruction

	Moins d'un an	Plus d'un an	Ne sait pas	Pas de réponse
Aucun	28	69	8	2
Primaire	32	73	4	6
Secondaire	54	88	13	4
Supérieur	45	78	7	3

Khi2 calculé : 5,95

Khi2 critique : 12,59

Répartition en fonction du sexe

	Moins d'un an	Plus d'un an	Ne sait pas	Pas de réponse
Féminin	50	78	8	2
Masculin	109	230	24	13

Khi2 calculé : 2,06

Khi2 critique : 5,99

Répartition en fonction de la catégorie professionnelle

	Moins d'un an	Plus d'un an	Ne sait pas	Pas de réponse
Salarié du public	22	39	1	1
Salarié du privé	45	76	3	7
Commerçant(e) /Artisan	34	134	13	3
Agriculteur/Éleveur	7	2	4	0
Élève/Étudiant (e)	34	51	10	3
Sans emploi	14	1	0	0
Autres à préciser	3	5	1	1

Khi2 calculé : 69,64

Khi2 critique : 21,02

Répartition en fonction de la formule d'abonnement

	Moins d'un an	Plus d'un an	Ne sait pas	Pas de réponse
Airtel money	146	295	30	14
Mobicash Venega	8	2	1	1
Les deux	5	11	1	0
Total	159	308	32	15

Khi2 calculé : 9,50

Khi2 critique : 9,48

Fréquence d'utilisation des services

Répartition en fonction de l'âge

	Au moins une fois par mois	Utilisation occasionnelle	Au moins une fois par trimestre	Ne sait pas	Pas de réponse
11--20	8	0	0	1	0
21 - 30	104	6	23	50	25
31 - 40	120	9	18	44	27
41 - 50	36	1	10	10	3
51 - 60	12	1	1	2	0
61 et plus	2	0	0	1	0

Khi2 calculé : 12,31

Khi2 critique : 24,99

Répartition en fonction du niveau d'instruction

	Au moins une fois par mois	Utilisation occasionnelle	Au moins une fois par trimestre	Ne sait pas	Pas de réponse
Aucun	62	4	7	16	18
Primaire	73	3	7	22	10
Secondaire	87	6	14	36	16
Supérieur	60	4	24	34	11

Khi2 calculé : 18,95

Khi2 critique : 16,91

Répartition en fonction du sexe

	Au moins une fois par mois	Utilisation occasionnelle	Au moins une fois par trimestre	Ne sait pas	Pas de réponse
Féminin	95	5	13	17	8
Masculin	187	12	39	91	47

Khi2 calculé : 12,71

Khi2 critique : 7,81

Répartition en fonction de la catégorie professionnelle

	Au moins une fois par mois	Utilisation occasionnelle	Au moins une fois par trimestre	Ne sait pas	Pas de réponse
Salarié du public	33	2	13	12	3
Salarié du privé	72	6	11	25	17
Commerçant(e) /Artisan	106	6	10	41	21
Agriculteur/Éleveur	6	0	2	3	2
Elève/Étudiant (e)	47	2	14	26	9
Sans emploi	12	0	2	0	1
Autres à préciser	6	1	0	1	2

Khi2 calculé : 25,86

Khi2 critique : 28,86

Répartition en fonction de la formule d'abonnement

	Au moins une fois par mois	Utilisation occasionnelle	Au moins une fois par trimestre	Ne sait pas	Pas de réponse
Airtel money	273	16	44	99	53
Mobicash Venega	4	1	3	3	1
Les deux	5	0	5	6	1

Khi2 calculé : 15,20

Khi2 critique : 12,59

Propriété des transactions de mobile money

Répartition en fonction de l'âge

	Pour votre propre compte	Pour le compte d'autrui	Pour les deux	Pas de réponse
11 -- 20	7	1	1	0
21-30	149	10	32	17
31-40	118	14	72	14
41-50	23	7	29	1
51-60	10	0	6	0
61 et plus	2	1	0	0

Khi2 calculé : 43,54

Khi2 critique : 18,30

Répartition en fonction du niveau d'instruction

	Pour votre propre compte	Pour le compte d'autrui	Pour les deux	Pas de réponse
Aucun	64	1	32	10
Primaire	65	6	39	5
Secondaire	100	15	34	10
Supérieur	80	11	35	7

Khi2 calculé : 12,84

Khi2 critique : 12,59

Répartition en fonction du sexe

	Pour votre propre compte	Pour le compte d'autrui	Pour les deux	Pas de réponse	Total
Féminin	90	10	32	6	138
Masculin	219	23	108	26	376

Khi2 calculé : 2,05

Khi2 critique : 5,99

Répartition en fonction de la catégorie professionnelle

	Pour votre propre compte	Pour le compte d'autrui	Pour les deux	Pas de réponse	Total
Salarié du public	27	9	25	2	63
Salarié du privé	73	10	33	15	131
Commerçant(e) /Artisan	107	3	66	8	184
Agriculteur/Éleveur	9	1	2	1	13
Elève/Étudiant (e)	76	7	11	4	98
Sans emploi	11	2	2	0	15
Autres à préciser	6	1	1	2	10

Khi2 calculé : 42,77

Khi2 critique : 21,02

Répartition en fonction de la formule d'abonnement

	Pour votre propre compte	Pour le compte d'autrui	Pour les deux	Pas de réponse
Airtel money	294	26	135	30
Mobicash Venega	6	3	1	2
Les deux	9	4	4	0

Khi2 calculé : 17,45

Khi2 critique : 9,48

Répartition par Nombre de services utilisés

Age et utilisation des services de m-paiement

	un service	deux services	trois services	quatre services	cinq services	six services
11 - 20	3	3	2	1	0	0
21 - 30	32	61	63	46	5	1
31 - 40	31	62	69	39	15	2
41 - 50	6	11	23	7	12	1
51 - 60	3	2	6	4	1	0
61 et plus	1	0	2	0	0	0

Khi2 calculé : 39,42

Khi2 critique : 37,65

Niveau d'instruction et utilisation des services de m-paiement

	un service	deux services	trois services	quatre services	cinq services	six services
Aucun	14	26	41	21	4	1
Primaire	17	35	34	20	8	1
Secondaire	28	46	42	31	10	2
Supérieur	17	32	48	25	11	0

Khi2 calculé : 10,35

Khi2 critique : 24,99

Sexe et utilisation des services de m-paiement

	un service	deux services	trois services	quatre services	cinq services	six services
Féminin	22	37	54	16	8	1
Masculin	54	102	111	81	25	3

Khi2 calculé : 8,49

Khi2 critique : 11,07

Catégorie professionnelle et utilisation des services de m-paiement

	un service	deux services	trois services	quatre services	cinq services	six services
Salarié du public	8	22	15	11	6	1
Salarié du privé	16	42	29	28	16	0
Commerçant(e) /Artisan	27	41	70	37	7	2
Agriculteur/Éleveur	3	2	5	2	1	0
Élève/Étudiant (e)	18	19	42	16	2	1
Sans emploi	1	10	3	1	0	0
Autres à préciser	3	3	1	2	1	0

Khi2 calculé : 51,79

Khi2 critique : 43,77

Formule de mobile money et utilisation des services de m-paiement

	un service	deux services	trois services	quatre services	cinq services	six services
Airtel money	69	129	158	93	32	4
Mobicash Venega	3	5	2	1	1	0
Les deux	4	5	5	3	0	0

Khi2 calculé : 5,97

Khi2 critique : 18,30

Transferts de comptes m-paiement vers comptes m-paiement

Transfert et âge

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
11 -- 20	1	0	0	0	0	0	0
21 - 30	7	62	12	2	8	2	3
31 - 40	12	95	19	10	7	2	6
41 - 50	2	23	8	9	3	0	3
51 - 60	1	1	2	5	1	0	1
61 et plus	0	1	0	0	0	0	0

Khi2 calculé : 54,25

Khi2 critique : 43,77

Transfert et niveau d'instruction

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Aucun	4	33	8	14	8	1	4
Primaire	5	46	9	9	5	2	1
Secondaire	8	60	14	2	5	1	4
Supérieur	6	43	10	1	1	0	4

Khi2 calculé : 33,6

Khi2 critique : 28,86

Transfert et sexe

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Féminin	4	60	9	1	0	0	2
Masculin	19	122	32	25	19	4	11

Khi2 calculé : 21,75

Khi2 critique : 12,59

Transfert et catégorie professionnelle

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Salarié du public	3	27	9	1	0	0	0
Salarié du privé	6	56	8	6	5	2	5
Commerçant(e) /Artisan	3	63	19	19	13	1	7
Agriculteur/Éleveur	1	6	2	0	0	0	0
Élève/Étudiant (e)	8	20	3	0	1	0	1
Sans emploi	1	8	0	0	0	0	0
Autres à préciser	1	2	0	0	0	1	0

Khi2 calculé : 73,87

Khi2 critique : 50,99

Transfert et formule d'abonnement

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Airtel money	23	171	39	26	19	4	10
Mobicash Venega	0	5	1	0	0	0	0
Les deux	0	6	1	0	0	0	3

Khi2 calculé : 21,12

Khi2 critique : 21,02

Transfert et destination des transferts

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Votre compte airtel money/mobicash	2	7	2	1	2	0	3
Le compte airtel money/mobicash d'un parent	10	53	11	9	8	1	1
Le compte airtel money/mobicash d'un ami	7	11	1	0	0	1	0
Le compte airtel money/mobicash d'un prestataire de service	0	14	4	1	4	0	7
Autre	0	1	0	0	0	0	2
Votre compte airtel money/mobicash - Le compte airtel money/mobicash d'un parent	0	3	0	0	0	0	0
Le compte airtel money/mobicash d'un parent - Le compte airtel money/mobicash d'un ami	4	91	22	15	4	2	0
Le compte airtel money/mobicash d'un ami - Le compte airtel money/mobicash d'un prestataire de service	0	0	1	0	1	0	0
Votre compte airtel money/mobicash - Le compte airtel money/mobicash d'un parent - Le compte airtel money/mobicash d'un ami	0	2	0	0	0	0	0

Khi2 calculé : 132,12

Khi2 critique : 65,17

Transfert, âge et destination des transferts

	Votre compte airtel money/mobicash	Le compte airtel money/mobicash d'un parent	Le compte airtel money/mobicash d'un ami	Le compte airtel money/mobicash d'un prestataire de service	A u t r e	Votre compte airtel money/mobicash - Le compte airtel money/mobicash d'un parent	Le compte airtel money/mobicash d'un parent - Le compte airtel money/mobicash d'un ami	Le compte airtel money/mobicash d'un ami - Le compte airtel money/mobicash d'un prestataire de service	Votre compte airtel money/mobicash - Le compte airtel money/mobicash d'un parent - Le compte airtel money/mobicash d'un ami
11 -- 20	0	0	1	0	0	0	0	0	0
21 - 30	1	29	9	10	1	1	43	1	1
31 - 40	9	44	8	14	1	1	72	1	1
41 - 50	7	19	2	5	0	1	14	0	0
51 - 60	0	1	0	1	1	0	8	0	0
61 et plus	0	0	0	0	0	0	1	0	0

Khi2 calculé : 47,75

Khi2 critique : 55,75

Transfert, niveau d'instruction et destination des transferts

	Votre compte airtel money/mobicash	Le compte airtel money/mobicash d'un parent	Le compte airtel money/mobicash d'un ami	Le compte airtel money/mobicash d'un prestataire de service	A u t r e	Votre compte airtel money/mobicash - Le compte airtel money/mobicash d'un parent	Le compte airtel money/mobicash d'un parent - Le compte airtel money/mobicash d'un ami	Le compte airtel money/mobicash d'un ami - Le compte airtel money/mobicash d'un prestataire de service	Votre compte airtel money/mobicash - Le compte airtel money/mobicash d'un parent - Le compte airtel money/mobicash d'un ami
Aucun	6	27	1	7	0	0	31	0	0
Primaire	3	19	3	7	0	0	45	0	0
Secondaire	4	27	7	11	2	2	40	1	0
Supérieure	4	20	9	5	1	1	22	1	2

Khi2 calculé : 34,24

Khi2 critique : 36,41

Transfert, sexe et destination des transferts

	Votre compte airtel money/mobicash	Le compte airtel money/mobicash d'un parent	Le compte airtel money/mobicash d'un ami	Le compte airtel money/mobicash d'un prestataire de service	A u t r e	Votre compte airtel money/mobicash - Le compte airtel money/mobicash d'un parent	Le compte airtel money/mobicash d'un parent - Le compte airtel money/mobicash d'un ami	Le compte airtel money/mobicash d'un ami - Le compte airtel money/mobicash d'un prestataire de service	Votre compte airtel money/mobicash - Le compte airtel money/mobicash d'un parent - Le compte airtel money/mobicash d'un ami
Féminin	4	21	6	5	0	1	39	0	0
Masculin	13	72	14	25	3	2	99	2	2

Khi2 calculé : 4,94

Khi2 critique : 15,50

Transfert, catégorie professionnelle et destination des transferts

	Votre compte airtel money/mobicash	Le compte airtel money/mobicash d'un parent	Le compte airtel money/mobicash d'un ami	Le compte airtel money/mobicash d'un prestataire de service	A u t r e	Votre compte airtel money/mobicash - Le compte airtel money/mobicash d'un parent	Le compte airtel money/mobicash d'un parent - Le compte airtel money/mobicash d'un ami	Le compte airtel money/mobicash d'un ami - Le compte airtel money/mobicash d'un prestataire de service	Votre compte airtel money/mobicash - Le compte airtel money/mobicash d'un parent - Le compte airtel money/mobicash d'un ami
Salarié du public	2	17	2	2	0	1	14	1	1
Salarié du privé	9	27	8	7	3	2	32	0	0
Commerçant(e)/Artisan	2	36	0	20	0	0	67	0	0
Agriculteur/Eleveur	0	1	1	0	0	0	7	0	0
Élève/Étudiant(e)	1	10	9	1	0	0	10	1	1
Sans emploi	2	2	0	0	0	0	5	0	0
Autres à préciser	1	0	0	0	0	0	3	0	0

Khi2 calculé : 95,90

Khi2 critique : 65,17

Transfert, destination des transferts et montant

	Votre compte airtel money/mobicash	Le compte airtel money/mobicash d'un parent	Le compte airtel money/mobicash d'un ami	Le compte airtel money/mobicash d'un prestataire de service	A u t r e	Votre compte airtel money/mobicash - Le compte airtel money/mobicash d'un parent	Le compte airtel money/mobicash d'un parent - Le compte airtel money/mobicash d'un ami	Le compte airtel money/mobicash d'un ami - Le compte airtel money/mobicash d'un prestataire de service	Votre compte airtel money/mobicash - Le compte airtel money/mobicash d'un parent - Le compte airtel money/mobicash d'un ami
Airtel money	17	92	18	29	1	3	129	1	2
Mobicash Venega	0	0	1	1	0	0	3	1	0
Les deux	0	1	1	0	2	0	6	0	0

Khi2 calculé : 70,20

Khi2 critique : 26,29

Dépôt/versement d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile

Dépôt/versement et âge

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus	Total
11 -- 20	3	3	0	0	0	0	0	6
21 - 30	21	108	10	3	7	3	3	155
31 - 40	11	95	22	9	6	1	12	156
41 - 50	2	17	8	7	4	0	2	40
51 - 60	1	2	2	5	1	0	1	12
61 et plus	0	3	0	0	0	0	0	3

Khi2 calculé : 78,66

Khi2 critique : 43,77

Dépôt/versement et niveau d'instruction

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Aucun	4	43	11	16	6	3	5
Primaire	6	47	10	6	8	0	8
Secondaire	11	73	15	2	2	1	3
Supérieur	17	65	6	0	2	0	2

Khi2 calculé : 65,67

Khi2 critique : 28,86

Dépôt/versement et sexe

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Féminin	11	73	8	1	3	0	1
Masculin	27	155	34	23	15	4	17

Khi2 calculé : 17,56

Khi2 critique : 12,59

Dépôt/versement et catégorie professionnelle

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Salarié du public	6	24	7	0	0	0	0
Salarié du privé	9	68	8	2	5	1	5
Commerçant(e) /Artisan	2	71	22	22	12	3	12
Agriculteur/Éleveur	1	9	0	0	0	0	0
Élève/Étudiant (e)	17	48	3	0	1	0	0
Sans emploi	2	4	2	0	0	0	0
Autres à préciser	1	4	0	0	0	0	1

Khi2 calculé : 97,18

Khi2 critique : 50,99

Dépôt/versement et formule d'abonnement

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Airtel money	37	219	40	24	18	4	16
Mobicash Venega	0	5	2	0	0	0	0
Les deux	1	4	0	0	0	0	2

Khi2 calculé : 14,00

Khi2 critique : 21,02

Retrait d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile

Retrait et âge

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
11 - 20	1	8	0	0	0	0	0
21 - 30	13	135	12	4	6	4	3
31 - 40	12	124	18	11	5	3	14
41 - 50	3	28	4	8	5	0	5
51 - 60	1	6	2	4	0	1	0
61 et plus	0	1	1	0	0	0	0

Khi2 calculé : 55,65

Khi2 critique : 43,77

Retrait et niveau d'instruction

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Aucun	4	44	5	19	6	4	4
Primaire	3	74	7	7	6	1	8
Secondaire	11	97	17	1	2	3	6
Supérieur	12	87	8	0	2	0	4

Khi2 calculé : 79,40

Khi2 critique : 28,86

Retrait et sexe

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Féminin	4	105	7	0	1	0	4
Masculin	26	197	30	27	15	8	18

Khi2 calculé : 30,32

Khi2 critique : 12,59

Retrait et catégorie professionnelle

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Salarié du public	7	31	6	0	1	0	1
Salarié du privé	8	73	10	7	3	1	6
Commerçant(e) /Artisan	1	92	18	20	11	6	13
Agriculteur/Éleveur	1	10	0	0	0	0	0
Élève/Étudiant (e)	11	78	2	0	1	1	1
Sans emploi	0	13	0	0	0	0	0
Autres à préciser	2	5	1	0	0	0	1

Khi2 calculé : 82,69

Khi2 critique : 50,99

Retrait et formule d'abonnement

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus	Total
Airtel money	29	284	34	27	16	8	21	419
Mobicash Venega	1	8	1	0	0	0	0	10
Les deux	0	10	2	0	0	0	1	13

Khi2 calculé : 5,72

Khi2 critique : 21,02

Achats de biens et services par le biais du paiement par téléphone mobile

Achat de biens/services et âge

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
11 -- 20							
21 - 30	3	7	1	0	0		
31 - 40	2	12	1	0	0		
41 - 50	1	8	1	1	1		
51 - 60							
61 et plus							

Khi2 calculé : 6,06

Khi2 critique : 43,77

Achat de biens/services et niveau d'instruction

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Aucun	1	2	1	0	1		
Primaire	1	5	0	0	0		
Secondaire	2	11	2	0	0		
Supérieur	2	9	0	1	0		

Khi2 calculé : 12,64

Khi2 critique : 28,86

Achat de biens/services et sexe

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Féminin	2	8	1	0	0		
Masculin	4	19	2	1	1		

Khi2 calculé : 0,90

Khi2 critique : 12,59

Achat de biens/services et catégorie professionnelle

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Salarié du public	2	6	1	0	0		
Salarié du privé	1	13	1	1	0		
Commerçant(e) /Artisan	1	4	1	0	1		
Agriculteur/Éleveur	0	1	0	0	0		
Élève/Étudiant (e)	1	3	0	0	0		
Sans emploi							
Autres à préciser	1	0	0	0	0		

Khi2 calculé : 14,13

Khi2 critique : 50,99

Achat de biens/services et formule d'abonnement

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Airtel money	6	26	3	1	1		
Mobicash Venega	0	1	0	0	0		
Les deux							

Khi2 calculé : 0,41

Khi2 critique : 21,02

Achat de biens/services, âge et lieu d'achat

	Supermarchés	Boutiques	Marché	Autre
11 - 20				
21 - 30	1	6	3	1
31 - 40	5	3	4	3
41 - 50	6	1	3	2
51 - 60				
61 et plus				

Khi2 calculé : 8,60

Khi2 critique : 24,99

Achat de biens/services, niveau d'instruction et lieu d'achat

	Supermarchés	Boutiques	Marché	Autre
Aucun	1	0	4	0
Primaire	0	2	3	1
Secondaire	6	4	2	3
Supérieur	5	4	1	2

Khi2 calculé : 14,64

Khi2 critique : 16,91

Achat de biens/services, sexe et lieu d'achat

	Supermarchés	Boutiques	Marché	Autre
Feminin	6	2	2	1
Masculin	6	8	8	5

Khi2 calculé : 3,80

Khi2 critique : 7,81

Achat de biens/services, catégorie professionnelle et lieu d'achat

	Supermarchés	Boutiques	Marché	Autre
Salarié du public	3	2	0	4
Salarié du privé	7	3	5	1
Commerçant(e) /Artisan	1	2	3	1
Agriculteur/Éleveur	0	1	0	0
Élève/Étudiant (e)	1	2	1	0
Sans emploi				
Autres à préciser	0	0	1	0

Khi2 calculé : 17,84

Khi2 critique : 28,86

Achat de biens/services, formule d'abonnement et lieu d'achat

	Supermarchés	Boutiques	Marché	Autre
Airtel money	12	9	10	6
Mobicash Venega	0	1	0	0
Les deux				

Khi2 calculé : 2,88

Khi2 critique : 12,59

Achat de biens/services, lieu d'achat et montant

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[
Supermarchés	1	8	1	1	1
Boutiques	1	9	0	0	0
Marché	1	8	1	0	0
Autre	3	2	1	0	0

Khi2 calculé : 12,91

Khi2 critique : 28,86

Paiement de vos factures par le biais du paiement par téléphone mobile

Paiement facture et âge

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
11 -- 20							
21 - 30	1	3			0		
31 - 40	1	10			0		
41 - 50	0	5			1		
51 - 60	0	2			0		
61 et plus							

Khi2 calculé : 4,88

Khi2 critique : 43,77

Paiement facture et niveau d'instruction

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Aucun	1	0			1		
Primaire	0	4			0		
Secondaire	0	7			0		
Supérieur	1	9			0		

Khi2 calculé : 17,36

Khi2 critique : 28,86

Paiement facture et sexe

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Féminin	0	3			0		
Masculin	2	17			1		

Khi2 calculé : 0,51

Khi2 critique : 12,59

Paiement facture et catégorie professionnelle

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Salarié du public	0	9			0		
Salarié du privé	0	5			0		
Commerçant(e) /Artisan	1	5			1		
Agriculteur/Éleveur							
Élève/Étudiant (e)	1	1			0		
Sans emploi							
Autres à préciser							

Khi2 calculé : 8,40

Khi2 critique : 50,99

Paiement facture et formule d'abonnement

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Airtel money	1	18			1		
Mobicash Venega							
Les deux	1	2					

Khi2 calculé : 2,72

Khi2 critique : 21,02

Paiement facture, âge et nature des factures payées

	ONEA	Assurance	SONABEL	Autre	ONEA - SONABEL
11 -- 20					
21 - 30	1	0	2		1
31 - 40	5	1	2		3
41 - 50	1	0	1		4
51 - 60	1	0	0		1
61 et plus					

Khi2 calculé : 6,12

Khi2 critique : 31,41

Paiement facture, niveau d'instruction et nature des factures payées

	ONEA	Assurance	SONABEL	Autre	ONEA - SONABEL
Aucun	1	0	0		1
Primaire	0	1	1		2
Secondaire	3	0	1		3
Supérieur	4	0	3		3

Khi2 calculé : 7,85

Khi2 critique : 21,02

Paielement facture, sexe et nature des factures payées

	ONEA	Assurance	SONABEL	Autre	ONEA - SONABEL
Féminin	0	1	1		1
Masculin	8	0	4		8

Khi2 calculé : 8,11

Khi2 critique : 9,48

Paielement facture, catégorie professionnelle et nature des factures payées

	ONEA	Assurance	SONABEL	Autre	ONEA - SONABEL
Salarié du public	5	0	1		3
Salarié du privé	1	0	1		3
Commerçant(e) /Artisan	1	1	2		3
Agriculteur/Éleveur					
Elève/Étudiant (e)	1	0	1		0
Sans emploi					
Autres à préciser					

Khi2 calculé : 7,50

Khi2 critique : 36,41

Paielement facture, formule d'abonnement et nature des factures payées

	ONEA	Assurance	SONABEL	Autre	ONEA - SONABEL
Airtel money	6	1	4		9
Mobicash Venega					
Les deux	2	0	1		0

Khi2 calculé : 2,72

Khi2 critique : 15,50

Paielement facture, formule d'abonnement et nature des factures payées

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
ONEA	1	7			0		
Assurance	0	1			0		
SONABEL	1	4			0		
Autre							
ONEA - SONABEL	0	8			1		

Khi2 calculé : 3,34

Khi2 critique : 36,41

Achats de crédits de communication par le biais du paiement par téléphone mobile

Achat de crédit de communication et âge

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
11 - 20	3	0	0				0
21 - 30	102	12	1				0
31 - 40	54	29	2				0
41 - 50	20	12	0				0
51 - 60	3	3	0				1
61 et plus	1	0	0				0

Khi2 calculé : 59,00

Khi2 critique : 43,77

Achat de crédit de communication et niveau d'instruction

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Aucun	33	11	2				0
Primaire	28	9	0				0
Secondaire	58	12	1				1
Supérieur	64	24	0				0

Khi2 calculé : 9,95

Khi2 critique : 28,86

Achat de crédit de communication et sexe

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Féminin	50	10	0				0
Masculin	133	46	3				1

Khi2 calculé : 3,39

Khi2 critique : 12,59

Achat de crédit de communication et catégorie professionnelle

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Salarié du public	26	10	0				0
Salarié du privé	45	19	0				0
Commerçant(e) /Artisan	46	22	1				1
Agriculteur/Éleveur	4	0	0				0
Élève/Étudiant (e)	56	3	1				0
Sans emploi	2	1	1				0
Autres à préciser	4	1	0				0

Khi2 calculé : 39,74

Khi2 critique : 50,99

Achat de crédit de communication et formule d'abonnement

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Airtel money	177	51	2				1
Mobicash Venega	2	1	1				0
Les deux	4	4	0				0

Khi2 calculé : 22,40

Khi2 critique : 21,02

Achat de crédit de communication, âge et destination des crédits

	Votre numéro mobile	Le numéro mobile d'un parent	Le numéro mobile d'un partenaire	Votre numéro mobile - Le numéro mobile d'un parent
11 -- 20	3	0	0	0
21 - 30	93	0	2	20
31 - 40	68	2	0	15
41 - 50	18	1	0	13
51 - 60	7	0	0	0
61 et plus	1	0	0	0

Khi2 calculé : 18,10

Khi2 critique : 24,99

Achat de crédit de communication, niveau et destination des crédits

	Votre numéro mobile	Le numéro mobile d'un parent	Le numéro mobile d'un partenaire	Votre numéro mobile - Le numéro mobile d'un parent
Aucun	36	0	0	10
Primaire	29	1	0	7
Secondaire	56	1	1	14
Supérieur	69	1	1	17

Khi2 calculé : 2,42

Khi2 critique : 16,91

Achat de crédit de communication, sexe et destination des crédits

	Votre numéro mobile	Le numéro mobile d'un parent	Le numéro mobile d'un partenaire	Votre numéro mobile - Le numéro mobile d'un parent
Féminin	47	1	2	10
Masculin	143	2	0	38

Khi2 calculé : 6,6

Khi2 critique : 7,81

Achat de crédit de communication, catégorie professionnelle et destination des crédits

	Votre numéro mobile	Le numéro mobile d'un parent	Le numéro mobile d'un partenaire	Votre numéro mobile - Le numéro mobile d'un parent
Salarié du public	20	0	0	16
Salarié du privé	54	1	0	9
Commerçant(e) /Artisan	56	2	1	11
Agriculteur/Éleveur	4	0	0	0
Élève/Étudiant (e)	48	0	1	11
Sans emploi	3	0	0	1
Autres à préciser	5	0	0	0

Khi2 calculé : 22,57

Khi2 critique : 28,86

Achat de crédit de communication, formule d'abonnement et destination des crédits

	Votre numéro mobile	Le numéro mobile d'un parent	Le numéro mobile d'un partenaire	Votre numéro mobile - Le numéro mobile d'un parent
Airtel money	182	2	2	45
Mobicash Venega	4	0	0	0
Les deux	4	1	0	3

Khi2 calculé : 11,77

Khi2 critique : 12,59

Achat de crédit de communication, destination des crédits et montant

	Moins de 5000	[5 000 , 50 000[[50 000 , 100 000[[100 000 , 150 000[[150 000 , 200 000[[200 000 , 250 000[250 000 et plus
Votre numéro mobile	147	40	2			1	
Le numéro mobile d'un parent	0	3	0			0	
Le numéro mobile d'un partenaire	0	2	0			0	
Votre numéro mobile - Le numéro mobile d'un parent	36	11	1			0	

Khi2 calculé : 17,72

Khi2 critique : 28,86

Annexe 4 : Questionnaire aux opérateurs de téléphonie

1) Identification

- a. Opérateur :
- b. Nom commercial du service de paiement par téléphone mobile :
- c. Date de lancement commercial :

2) Evolution du nombre de souscripteurs au service de paiement par téléphone mobile

	31/ 06/2012	31/12/2012	31/06/2013	31/12/2013	31/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Nbre de souscripteurs pré payé							
Nbre de souscripteurs post payé							
Nbre total de souscripteurs							

3) Evolution du nombre de points agréés (Distributeurs) pour les services de paiement par téléphone mobile

	31/ 06/2012	31/12/2012	31/06/2013	31/12/2013	31/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Nbre de points agréés							

4) Montant cumulé de dépôt d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile

	31/ 06/2012	31/12/2012	31/06/2013	31/12/2013	31/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Nbre de transactions depuis le début de l'année							
Montant Total des transactions depuis le début de l'année							

5) Montant cumulé des retraits d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile

	31/ 06/2012	31/12/2012	31/06/2013	31/12/2013	31/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Nbre de transactions depuis le début de l'année							
Montant Total des transactions depuis le début de l'année							

6) Montant cumulé des transferts nationaux d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile

	31/ 06/2012	31/12/2012	31/06/2013	31/12/2013	31/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Nbre de transactions depuis le début de l'année							
Montant Total des transactions depuis le début de l'année							

7) Montant cumulé des transferts internationaux entrant d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile

	31/ 06/2012	31/12/2012	31/06/2013	31/12/2013	31/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Nbre de transactions depuis le début de l'année							
Montant Total des transactions depuis le début de l'année							

8) Montant cumulé des transferts internationaux sortant d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile

	31/ 06/2012	31/12/2012	31/06/2013	31/12/2013	31/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Nbre de transactions depuis le début de l'année							
Montant Total des transactions depuis le début de l'année							

9) Montant cumulé des achats de biens et services par le biais du paiement par téléphone mobile

	31/ 06/2012	31/12/2012	31/06/2013	31/12/2013	31/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Nbre de transactions depuis le début de l'année							
Montant Total des transactions depuis le début de l'année							

10) Montant cumulé des achats de crédits de communication par le biais du paiement par téléphone mobile

	31/ 06/2012	31/12/2012	31/06/2013	31/12/2013	31/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Nbre de transactions depuis le début de l'année							
Montant Total des transactions depuis le début de l'année							

11) Montant cumulé des paiements de factures (ONEA, SONABEL, assurance) par le biais du paiement par téléphone mobile

	31/ 06/2012	31/12/2012	31/06/2013	31/12/2013	31/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Nbre de transactions depuis le début de l'année							
Montant Total des transactions depuis le début de l'année							

Annexe 5 : Statistiques fournies par les opérateurs

Evolution du nombre de comptes

	31/06/2012	31/12/2012	31/06/2013	31/12/2013	31/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Onatel				65 350	104 678	133 465	143 799
Airtel	148	60 761	174 505	772 691	953 738	1 177 499	1 402 761
Total	148	60 761	174 505	838 041	1 058 416	1 310 964	1 546 560

Evolution du nombre de points de vente

	31/06/2012	31/12/2012	31/06/2013	31/12/2013	31/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Onatel				465	779	1 130	1 272
Airtel	11	1 350	3 648	5 401	8 042	9 328	11 862
Total	11	1 350	3 648	5 866	8 821	10 458	13 134

Transferts de comptes m-paiement vers comptes m-paiement

Nombre de transactions nationales

	31/06/2012	31/12/2012	31/06/2013	31/12/2013	31/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Onatel S.A				2535	13693	44673	52404
Airtel Burkina	72	6420	53069	297546	1369181	3963498	6057181
Ensemble	72	6420	53069	300081	1382874	4008171	6109585

Montant total des Transactions nationales

	30/06/2012	31/12/2012	30/06/2013	31/12/2013	30/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Onatel S.A				70 170 883	235 665 530	608 171 580	850 270 863
Airtel Burkina	625 953	145 853 083	1 321 594 860	9 182 704 969	40 217 679 869	102 775 751 318	148 682 699 682
Ensemble	625 953	145 853 083	1 321 594 860	9 252 875 852	40 453 345 399	103 383 922 898	149 532 970 545

Nombre de transactions internationales entrantes et Nombre de transactions internationales sortantes

	30/06/2012	31/12/2012	30/06/2013	31/12/2013	30/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Nbre de transactions entrantes					3 693	64 733	136 683
Nbre de transactions sortantes							571

Montant total de transactions internationales entrantes et montant total de transactions internationales sortantes

	30/06/2012	31/12/2012	30/06/2013	31/12/2013	30/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Montant des transactions entrantes					188 266 047	4 107 422 688	9 244 559 575
Montant des transactions sortantes							38 082 600

Dépôt/versement d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile

Nombre de transactions

	31/06/2012	31/12/2012	31/06/2013	31/12/2013	31/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
ONATEL S.A.				25 183	196 001	562 841	1 708 015
Airtel Burkina	9	39 030	366 183	973 953	2 349 934	4 844 180	6 430 691
Total	9	39 030	366 183	999 136	2 545 935	5 407 021	8 138 706

Montant de transactions

	31/06/2012	31/12/2012	31/06/2013	31/12/2013	31/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
ONATEL S.A.				936 313 913	2 219 518 436	5 806 645 387	6 755 470 341
Airtel Burkina	8 150 000	460 080 891	3 531 327 654	11 439 193 289	38 748 257 041	104 497 275 479	160 408 268 347
Total	8 150 000	460 080 891	3 531 327 654	12 375 507 202	40 967 775 477	110 303 920 866	167 163 738 688

Retrait d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile

Nombre de transactions

	30/06/2012	31/12/2012	30/06/2013	31/12/2013	30/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Onatel S.A.				20 832	26 726	45 233	56 084
Airtel Burkina		9 272	82 586	479 139	1 946 290	5 477 720	8 343 262
Total	-	9 272	82 586	499 971	1 973 016	5 522 953	8 399 346

Montant de transactions

	30/06/2012	31/12/2012	30/06/2013	31/12/2013	30/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Onatel S.A.				901 596 612	1 084 570 671	1 696 727 026	2 382 653 235
Airtel Burkina		276 837 545	2 301 681 978	14 868 304 127	61 806 407 099	171 214 485 237	262 132 736 923
Total	-	276 837 545	2 301 681 978	15 769 900 739	62 890 977 770	172 911 212 263	264 515 390 158

Achats de biens et services par le biais du paiement par téléphone mobile

Nombre de transactions

	30/06/2012	31/12/2012	30/06/2013	31/12/2013	30/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Onatel S.A.				3	16	19	19
Airtel Burkina	85	1 768	5 845	15 900	34 416	71 498	106 033
Total	85	1 768	5 845	15 903	34 432	71 517	106 052

Montant de transactions

	30/06/2012	31/12/2012	30/06/2013	31/12/2013	30/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Onatel S.A.				3 700	23 050	36 500	36 500
Airtel Burkina	1 601 978	20 908 067	457 957 320	1 805 509 165	6 993 570 178	19 901 793 923	33 192 848 946
Total	1 601 978	20 908 067	457 957 320	1 805 512 865	6 993 593 228	19 901 830 423	33 192 885 446

Paiement de vos factures par le biais du paiement par téléphone mobile

Nombre de transactions

	30/06/2012	31/12/2012	30/06/2013	31/12/2013	30/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Onatel S.A.						39	101
Airtel Burkina			967	6 021	13 705	35 332	54 452
Total			967	6 021	13 705	35 371	54 553

Montant de transactions

	30/06/2012	31/12/2012	30/06/2013	31/12/2013	30/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Onatel S.A.						498 086	1 513 218
Airtel Burkina			4 947 994	27 583 773	72 192 728	292 114 747	460 751 440
Total	-	-	4 947 994	27 583 773	72 192 728	292 612 833	462 264 658

Achats de crédits de communication par le biais du paiement par téléphone mobile

Nombre de transactions

	30/06/2012	31/12/2012	30/06/2013	31/12/2013	30/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Onatel S.A.				22 437	1 304 644	5 254 516	5 427 070
Airtel Burkina	223	674 137	5 933 229	12 378 533	20 904 448	28 000 951	31 256 695
Total	223	674 137	5 933 229	12 400 970	22 209 092	33 255 467	36 683 765

Montant de transactions

	30/06/2012	31/12/2012	30/06/2013	31/12/2013	30/06/2014	31/12/2014	31/03/2015
Onatel S.A.				18 770 911	1 114 076 617	4 187 285 976	4 504 540 367
Airtel Burkina	325 545	544 881 628	3 756 538 314	7 375 008 058	12 132 329 539	16 385 833 031	18 416 519 951
Total	325 545	544 881 628	3 756 538 314	7 393 778 969	13 246 406 156	20 573 119 007	22 921 060 318

Bibliographie

BCEAO. *Situation des services financiers via la téléphonie mobile dans l'UEMOA* [en ligne]. [Consulté le 21.07.2015]. Disponible à l'adresse :

http://www.bceao.int/IMG/pdf/rapport_annuel_sur_les_services_financiers_via_la_telephonie_mobile.pdf

BREUL, Philippe, PESTANES, Philippe. *Enjeux et perspectives du développement du m-paiement* [en ligne]. [Consulté le 22.12.2014]. Disponible à l'adresse :

www.kurtsalmon.com/uploads/2011_study_m_paiement_fev.indd_1.pdf

CARR, Mahil. *Mobile payment systems and services: an introduction* [en ligne]. [Consulté le 02.01.2015]. Disponible à l'adresse :

<http://www.mpf.org.in/pdf/Mobile%20Payment%20Systems%20and%20Services.pdf>

CIBOIS, Philippe. *Les écarts à l'indépendance. Techniques simples pour analyser des données d'enquête* [en ligne]. [Consulté le 02.01.2015]. Disponible à l'adresse :

www.scienceshumaines.com/textesInedits/Cibois.pdf

CNUCED. *Étude comparative des plates-formes et réglementations actuelles* [en ligne]. [Consulté le 25.05.2015]. Disponible à l'adresse :

unctad.org/fr/PublicationsLibrary/dtIstict2012d2_fr.pdf

DI CASTRI, Simone. *Argent mobile: les solutions réglementaires* [en ligne]. [Consulté le 25.05.2015]. Disponible à l'adresse :

http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2014/10/SC_GSM_257_MMU-Regulatory-Paper-FR.pdf

GSMA. *Code of Conduct for Mobile Money Providers* [en ligne]. [Consulté le 27.10.2015]. Disponible à l'adresse :

<http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2015/10/Code-of-Conduct-for-Mobile-Money-Providers-V2.pdf>

KHIAONARONG, Tanai. *Oversight Issues in Mobile Payments* [en ligne]. [Consulté le 27.10.2015]. Disponible à l'adresse :

<https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2014/wp14123.pdf>

MCGRATH, Fionán. *A guide to Commercial Best Practice* [en ligne]. [Consulté le 20.07.2015]. Disponible à l'adresse :

http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2013/07/MMU_Mobile-Money-101.pdf

PÉNICAUD, Claire, KATAKAM, Arunjay. *Le point sur le secteur 2013 : les services financiers mobiles destinés aux personnes non bancarisées en 2013* [en ligne]. [Consulté le 20.07.2015]. Disponible à l'adresse :

http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2014/07/SOTIR_2013_French.pdf

UNION MONETAIRE OUEST AFRICAINE- COMMISSION BANCAIRE. *Rapport annuel 2012* [en ligne]. [Consulté le 16.07.2015]. Disponible à l'adresse :

http://www.bceao.int/IMG/pdf/rapport_annuel_2012_cb_version_web.pdf

Table des matières

Avertissement	ii
Remerciements	iii
Résumé.....	iv
Sommaire	vi
Liste des tableaux.....	viii
Liste des figures.....	ix
Liste des sigles et des acronymes.....	xi
Introduction.....	1
Première partie : Approche théorique de l'étude.....	4
Chapitre 1 : Aperçu de l'environnement institutionnel et technologique.....	5
1.1 Définition mobile money.....	5
1.2 Textes réglementaires.....	5
1.2.1 Au niveau financier.....	6
1.2.2 Au niveau des communications électroniques	6
1.3 Acteurs.....	6
1.3.1 Organismes de réglementation.....	6
1.3.2 Institutions financières locales.....	7
1.3.3 Opérateurs de téléphonie mobile.....	7
1.3.4 Distributeurs.....	7
1.3.5 Professionnels	7
1.3.6 Clients.....	7
1.4 Fonctionnement	7
1.4.1 Techniques d'accès du client (Options de développement du M-paiement).....	7
1.4.2 Services offerts.....	8
Chapitre 2 : Présentation de la méthodologie d'enquête et d'analyse des données utilisées.....	10
2.1 Objectifs de l'étude	10
2.2 Méthodologie de l'enquête.....	10
2.2.1 Cible de l'enquête.....	10
2.2.2. Questionnaires	10
2.2.2.1 Questionnaire aux opérateurs de téléphonie	10
2.2.2.2 Questionnaire aux clients m-money	10
2.2.3 Echantillon.....	11

2.2.4 Répartition de l'échantillon.....	11
2.2.5 Administration du questionnaire	12
2.2.5.1 Phase de test	12
2.2.5.2 Organisation de la collecte des données.....	12
2.2.5.3 Taux de retour de la collecte des données	12
2.3 Analyse des données	13
Deuxième partie : Présentation des résultats.....	14
Chapitre 3 : Profil socio-économique des utilisateurs du m-paiement.....	15
3.1 Répartition socioprofessionnelle.....	15
3.1.1 Répartition par sexe	15
3.1.2 Répartition par âge.....	15
3.1.3 Répartition par catégorie socioprofessionnelle	16
3.1.4 Répartition par âge et catégorie socioprofessionnelle	16
3.1.5 Répartition par sexe et catégorie socioprofessionnelle.....	17
3.1.6 Niveau d'instruction et catégorie socioprofessionnelle.....	18
3.2 Répartition socio-économique des utilisateurs de mobile money	18
3.2.1 Utilisateurs détenant un compte bancaire	18
3.2.1.1 Répartition globale des utilisateurs détenant un compte bancaire.....	18
3.2.1.2 Répartition selon l'âge des utilisateurs détenant un compte bancaire	19
3.2.1.3 Répartition selon le niveau d'instruction des utilisateurs détenant un compte bancaire.....	19
3.2.1.4 Répartition selon le sexe des utilisateurs détenant un compte bancaire.....	20
3.2.1.5 Répartition selon la catégorie socioprofessionnelle des utilisateurs détenant un compte bancaire.....	20
3.2.1.6 Répartition selon la formule de mobile money des utilisateurs détenant un compte bancaire.....	21
3.2.1.7 Dépendances entre le facteur détention de compte bancaire et les variables considérées.....	21
3.2.2 Utilisateurs détenant une carte bancaire.....	22
3.2.2.1 Répartition globale des utilisateurs détenant une carte bancaire.....	22
3.2.2.2 Répartition selon l'âge des utilisateurs détenant une carte bancaire	22
3.2.2.3 Répartition selon le niveau d'instruction des utilisateurs détenant une carte bancaire.....	23
3.2.2.4 Répartition selon la catégorie socioprofessionnelle des utilisateurs détenant une carte bancaire.....	23

3.2.2.5 Dépendances entre le facteur détention de carte bancaire et les variables considérées.....	24
3.2.3 Détention de compte mobile money	24
3.2.3.1 Répartition globale des utilisateurs.....	24
3.2.3.2 Catégorie socioprofessionnelle et détention de compte m-paiement.....	24
3.2.3.3 Dépendances entre le facteur détention d'un compte mobile money et les variables considérées.....	25
3.3 Utilisation des services mobile money	25
3.3.1 Temps passé (durée) dans l'utilisation des services.....	25
3.3.1.1 Répartition globale en fonction du temps passé	25
3.3.1.2 Répartition en fonction de la catégorie socioprofessionnelle	25
3.3.1.3 Répartition en fonction de la formule de mobile money.....	26
3.3.1.4 Dépendances entre le facteur temps passé dans l'utilisation des services de mobile money et les variables considérées	26
3.3.2 Fréquence d'utilisation des services	26
3.3.2.1 Répartition globale en fonction de la fréquence d'utilisation	27
3.3.2.2 Répartition en fonction du niveau d'instruction.....	27
3.3.2.3 Répartition en fonction du sexe	27
3.3.2.4 Répartition en fonction de la formule de mobile money.....	28
3.3.2.5 Dépendances entre le facteur fréquence d'utilisation des services de mobile money et les variables considérées.....	28
3.3.3 Propriété des transactions de mobile money	28
3.3.3.1 Répartition globale en fonction de la propriété des transactions	28
3.3.3.2 Répartition en fonction de l'âge.....	29
3.3.3.3 Répartition en fonction du niveau d'instruction.....	29
3.3.3.4 Répartition en fonction de la catégorie socioprofessionnelle	30
3.3.3.5 Répartition en fonction de la formule de mobile money.....	30
3.3.3.6 Dépendances entre le facteur propriété des transactions de mobile money et les variables considérées	31
3.3.4 Répartition par Nombre de services utilisés	31
3.3.4.1 Répartition globale par nombre de services utilisés	31
3.3.4.2 Age et utilisation des services de m-paiement	31
3.3.4.3 Catégorie socioprofessionnelle et utilisation des services de m-paiement.....	32
3.3.4.4 Dépendances entre le facteur nombre de services utilisés et les variables considérées.....	32
Chapitre 4 : Services de mobile money au Burkina Faso	33

4.1 Comptes mobile money	33
4.1.1 Evolution du nombre de comptes	33
4.1.2 Evolution du nombre de points de vente.....	33
4.1.3 Répartition par opérateur	34
4.2 Transferts de comptes m-paiement vers comptes m-paiement.....	35
4.2.1 Utilisateurs de ce service.....	35
4.2.1.1 Proportion des utilisateurs.....	35
4.2.1.2 Transfert et détention de carte bancaire, compte bancaire et compte mobile money.....	35
4.2.1.3 Transfert et âge	36
4.2.1.4 Transfert et niveau d'instruction.....	36
4.2.1.5 Transfert et sexe.....	37
4.2.1.6 Transfert et catégorie socioprofessionnelle.....	37
4.2.1.7 Transfert et formule de mobile money	38
4.2.1.8 Transfert, catégorie socioprofessionnelle et destination des transferts	39
4.2.1.9 Transfert, destination des transferts et formule d'abonnement.....	39
4.2.1.10 Dépendance entre les facteurs montant et destination de la transaction et les variables considérées	39
4.2.2 Evolution des transactions	40
4.2.2.1 Transactions nationales.....	40
4.2.2.2 Transactions internationales entrantes et transactions internationales sortantes..	41
4.3 Dépôt/versement d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile.....	41
4.3.1 Utilisateurs de ce service.....	42
4.3.1.1 Proportion des utilisateurs.....	42
4.3.1.2 Dépôt/versement et détention de carte bancaire, compte bancaire et compte mobile money.....	42
4.3.1.3 Dépôt/versement et âge	43
4.3.1.4 Dépôt/versement et niveau d'instruction.....	43
4.3.1.5 Dépôt/versement et sexe.....	44
4.3.1.6 Dépôt/versement et catégorie socioprofessionnelle.....	44
4.3.1.7 Dépendance entre le facteur montant de la transaction et les variables considérées	45
4.3.2 Evolution des transactions	45
4.3.2.1 Nombre.....	45
4.3.2.2 Montant.....	45

4.4 Retrait d'argent par le biais du paiement par téléphone mobile.....	46
4.4.1 Utilisateurs de ce service	46
4.4.1.1 Proportion des utilisateurs.....	46
4.4.1.2 Retrait et détention de carte bancaire, compte bancaire et compte mobile money	47
4.4.1.3 Retrait et âge	47
4.4.1.4 Retrait et niveau d'instruction.....	48
4.4.1.5 Retrait et sexe.....	48
4.4.1.6 Retrait et catégorie socioprofessionnelle	49
4.4.1.7 Dépendance entre le facteur montant de la transaction et les variables considérées	49
4.4.2 Evolution des transactions	49
4.4.3.1 Nombre.....	49
4.4.3.2 Montant.....	50
4.5 Achats de biens et services par le biais du paiement par téléphone mobile.....	50
4.5.1 Utilisateurs de ce service	51
4.5.1.1 Proportion des utilisateurs.....	51
4.5.1.2 Achat de biens et services et détention de carte bancaire, compte bancaire et compte mobile money	51
4.5.1.3 Dépendance entre les facteurs montant de la transaction et lieu d'achat et les variables considérées	52
4.5.2 Evolution des transactions	52
4.5.3.1 Nombre.....	52
4.5.3.2 Montant.....	52
4.6 Paiement de factures par le biais du paiement par téléphone mobile.....	53
4.6.1 Utilisateurs de ce service	53
4.6.1.1 Proportion des utilisateurs.....	53
4.6.1.2 Paiement de facture et détention de carte bancaire, compte bancaire et compte mobile money.....	53
4.6.1.3 Dépendance entre les facteurs montant de la transaction et nature de la facture et les variables considérées.....	54
4.6.2 Evolution des transactions	54
4.6.2.1 Nombre.....	54
4.6.2.2 Montant.....	55
4.7 Achats de crédits de communication par le biais du paiement par téléphone mobile	55
4.7.1 Utilisateurs de ce service.....	55

4.7.1.1 Proportion des utilisateurs.....	55
4.7.1.2 Achat de crédit de communication et détention de carte bancaire, compte bancaire et compte mobile money	56
4.7.1.3 Achat de crédit de communication et âge	56
4.7.1.4 Achat de crédit de communication et formule de mobile money	57
4.7.1.5 Dépendance entre les facteurs montant de la transaction et destination des crédits de communication et les variables considérées	57
4.7.2 Evolution des transactions	57
4.7.2.1 Nombre.....	57
4.7.2.2 Montant.....	58
Chapitre 5 : Critères de choix, préférences d'utilisation et recommandations	59
5.1 Critères de choix de la formule de mobile money	59
5.2 Préférence du mode de paiement des services et raisons du choix.....	59
5.2.1 Transfert d'argent.....	59
5.2.2 Achat de biens et services	60
5.2.3 Paiement de factures	60
5.2.4 Achat de crédits de communication.....	61
5.3 Difficultés relevées par les utilisateurs.....	61
5.4 Recommandations.....	63
5.4.1 Au niveau des opérateurs de communications électroniques.....	63
5.4.2 Au niveau du régulateur des communications électroniques.....	63
5.4.3 Au niveau du régulateur des services financiers.....	63
Conclusion	65
Annexes	67
Annexe 1 : Questionnaire aux clients m-paiement	68
Annexe 2 : Exemple d'utilisation du Test du Khi2	72
Annexe 3 : Tableaux de croisement issus de l'enquête	74
Annexe 4 : Questionnaire aux opérateurs de téléphonie	90
Annexe 5 : Statistiques fournies par les opérateurs	93
Bibliographie	96
Table des matières	98