

Institutions Financières Haïtiennes - la Voie vers les Solutions Bancaires Mobiles

Méthodologie d'introduction visant à aider les institutions financières à intégrer des solutions mobiles dans leurs secteurs d'activités

Brittany Hicks, Imagines LLC
Octobre 2015

Institutions Financières Haïtiennes - la Voie vers les Solutions Bancaires Mobiles

Méthodologie d'introduction visant à aider les institutions financières à intégrer des solutions mobiles dans leurs secteurs d'activités

REMERCIEMENTS

Je voudrais remercier tous ceux qui ont apporté une contribution significative à travers les entrevues au cours de cette recherche. Les représentants d'institutions financières ont offert des conseils judicieux et honnêtes sur les difficultés rencontrées par leurs établissements et par les consommateurs. Je tiens à exprimer ma reconnaissance pour l'enthousiasme et le soutien exprimés par un si grand nombre d'établissements. C'est cette passion et cet intérêt portés pour l'avenir de la banque mobile en Haïti qui, une fois partagés, apporteront des changements significatifs, tant à petite qu'à grande échelle.

Je tiens à remercier mes collègues d'hier et d'aujourd'hui, ainsi que les nombreuses connaissances que j'ai rencontrées tout au long de ma carrière en Haïti au sein de l'Association pour la Coopération avec la Micro Entreprise (ACME), de la Boom Financial, Inc., de la Banque Nationale de Crédit (BNC), de la Caisse Populaire Fraternité (CPF), de la Caisse Populaire Saint Anne (CPSA), de Digicel, de « The Foundation for International Community Assistance » (FINCA), de « the Haiti Integrated Finance for Value Chains and Enterprises » (HIFIVE = programme de Financement intégré haïtien pour les chaînes de valeur et projets d'entreprise), de « the Haiti Mobile Money Initiative » (HMMI= l'Initiative haïtienne Mobile Money), de la Koperativ Tet Ansanm pou Lavi Miyo (Kotelam), de la Kes Populaire Kabaret (KPK), de Le Levier, de Micro Credit Capital (MCC), de la Scotiabank, de la Societe Cooperative Lavi Miyo (Socolavim), de l'Unibank, du « World Council of Credit Unions » (WOCCU=Conseil mondial des organismes de crédit) et de Blaze and Ballast, dont l'engagement envers leur mission et la passion envers leur travail sont source d'inspiration. Je voudrais particulièrement remercier Stéphanie Grell Azar, Peter Kelly, Ansy Saintervil, Alexandre Viard, et Saul Wolf pour le soutien considérable prodigué tout au long du programme.

Divulgateion

À la suite d'émeutes et de protestations politiques, les entrevues initiales ont été entièrement effectuées dans l'Ouest et l'Artibonite. Des entrevues téléphoniques ont été organisées au nord et au sud. Plusieurs organisations ont participé aux entretiens sur une période de six mois afin de fournir une évolution des commentaires portant sur les concepts et les outils recueillis dans ce rapport. Toutefois, certaines institutions ont connu des changements entre les premières entrevues en février et les dernières en août, rendant ainsi l'évolution des opinions plus difficiles à suivre. Enfin, puisque ni le français ni le créole haïtien ne sont ma première langue, j'assume la responsabilité pour tout malentendu ou toute erreur qui se serait infiltré dans les commentaires des personnes interrogées ou dans ceux traduits par mes collègues.

Contexte et méthodologie

L'initiative haïtienne Mobile Money (HMMI), un partenariat de la Fondation Bill & Melinda Gates et de l'Agence des États-Unis pour le développement international mis en place par FHI 360 et le Conseil Mondial des Organismes de crédit (WOCCU), a été conçue pour stimuler le lancement des services de banque mobile à Haïti suite au tremblement de terre de 2010. Gérée par le biais du programme de Financement intégré haïtien pour les chaînes de valeur et projets d'entreprise (HIFIVE) financé par l'USAID qui développe l'inclusion financière en proposant un meilleur accès aux produits financiers et encourage l'utilisation de la technologie pour étendre les programmes de sensibilisation, HMMI a lancé un fonds d'encouragement pour stimuler le développement des services de banque mobile. HIFIVE proposait des subventions permettant d'aborder les difficultés dans la mise en place des systèmes de paiement et d'améliorer l'accès aux services financiers mobiles.

Cinq ans après la présentation de la banque mobile, WOCCU est toujours impliqué dans les efforts d'encouragement liés à l'utilisation des services financiers mobiles et au soutien de nouvelles opportunités de banque mobile pour développer l'accès aux services financiers de base à Haïti. En juin 2014, la Fondation Bill & Melinda Gates a invité WOCCU, par le biais de HMMI, à effectuer des recherches afin d'identifier les raisons pour lesquelles les institutions financières haïtiennes n'utilisaient pas les solutions de banque mobile sur une large échelle et pour explorer les moyens de promouvoir davantage encore leur adoption.

La méthodologie ainsi définie, décrite dans ce document, est le résultat : de recherches documentaires récentes sur les solutions mobiles, les produits locaux et les réglementations ; d'initiatives de recherche sur les stratégies d'intégration des technologies de l'information et des communications (TIC) ; d'entrevues en personne effectuées en 2015 auprès des institutions financières et des commerçants haïtiens sur le statut de la banque mobile ; et d'études de marché sur la manière de soutenir les besoins des petits commerçants par l'entremise de solutions mobiles. Plus important encore, le présent document propose à des institutions financières un processus par étapes de création ou d'adoption des solutions financières mobiles.

L'objectif consiste à aider les institutions financières à identifier et aborder les obstacles qui les empêchent d'investir dans les solutions mobiles. Le cadre méthodologique permet d'aborder les besoins réels du marché et les inefficacités opérationnelles en esquissant les grandes lignes des stratégies et des plans commerciaux en matière de services bancaires mobiles qui, s'ils sont mis en place, permettront de réduire les coûts et de générer des revenus. Les analyses commerciales et de marché peuvent démontrer comment l'intégration sur plateforme peut développer les offres de service au-delà des services cash-in/cash-out et les paiements de personne à personne. Avec la Banque de la République d'Haïti mandatant des comptes mobiles pilotés par la banque, les institutions financières du pays doivent diriger les efforts visant à numériser le système bancaire. Une fois que les services et produits financiers seront liés aux plateformes mobiles, de véritables solutions bancaires mobiles pourront être offertes à Haïti.

Afin de promouvoir les investissements supplémentaires liés au système bancaire mobile dans le secteur financier et les communautés des donateurs d'Haïti, ce document présente un aperçu des processus des banques, des caisses populaires et des institutions de microfinance devant contribuer à la conception d'un modèle commercial et soutenir ainsi la mission nationale haïtienne pour l'accès aux services financiers mobiles de base ainsi que les objectifs des institutions individuelles pour la rentabilité des services mobiles.

Public cible

Ce rapport s'adresse particulièrement aux institutions financières d'Haïti. Il porte sur les éléments des services financiers mobiles qui conviennent le mieux au contexte réglementaire haïtien. Par conséquent, certaines descriptions des noms de sociétés locales et des institutions financières individuelles, généralement compris par le public cible, ne sont pas nécessairement indiquées aux présentes.

Hypothèses

Plusieurs hypothèses servent de guide au contenu de ce rapport. Tout d'abord, ce rapport ne mentionne pas les entreprises de télécommunications offrant des services de banque mobile et les entreprises de services monétaires mobiles en boucle fermée restreinte, assumant que la Banque de la République d'Haïti et les institutions financières haïtiennes préfèrent un modèle de type bancaire. (Cela ne signifie pas que des solutions fiables de services monétaires mobiles ne sont pas nécessaires à la mise en place d'un écosystème financier mobile solide.) Deuxièmement, il est probable que les institutions financières qui consultent ce rapport connaissent déjà les quatre modèles d'intégration ainsi que le Guide et l'Outil d'analyse des coûts d'interopérabilité. Enfin, on estime communément que les institutions financières partagent l'objectif de lutte contre la pauvreté par l'accès aux services financiers de base et par l'adoption massive des services mobiles. En fait, il ne s'agit pas de l'objectif principal des personnes interrogées. La décision d'investir dans la technologie mobile est principalement basée sur la question de savoir si les services s'alignent sur les objectifs commerciaux d'un établissement, s'ils amélioreront les efficacités opérationnelles et s'ils généreront des bénéfices ou réduiront les coûts.

TABLE DES MATIERES

Remerciements	i
Acronymes	iv
Sommaire exécutif.....	v
I. Le contexte : Contribuer à la croissance de Mobile Money (services monétaires mobiles) à Haïti.....	1
Partenariats de banque mobile.....	2
Développement du secteur bancaire mobile : Lacunes dans les connaissances et la réglementation.....	2
II. Une voie de développement des solutions bancaires mobiles.....	4
Étape 1 : Explorer le Paysage mondial des solutions bancaires mobiles	5
Étape 2 : Évaluer et quantifier les services et les fonctions souhaités	5
Étape 3 : Evaluer la préparation vers les outils TIC.....	9
Étape 4 : Déterminer le modèle d'intégration mobile approprié.....	9
Étape 5 : Opportunités de partenariat de recherche.....	13
Étape 6 : Comprendre le marché de la consommation.....	18
Étape 7 : Rechercher et définir des stratégies commerciales	19
Étape 8 : Définir les exigences commerciales et les cas d'usage.....	21
Étape 9 : Militer et plaider en faveur de la réforme de la réglementation.....	27
III. Recommandations pour les services financiers mobiles d'Haïti.....	33
IV. Conclusion: Le temps de la « compération »	35
Annexe A. Questions de recherche concernant l'établissement financier	37
Annexe B. Avantages de la mise en place de Mobile Money à Haïti	39
Annexe C. Obstacles à la mise en place de Mobile Money à Haïti	43
Annexe D. Participants au Rapport de la GSMA 2014 sur l'état du secteur d'activité.....	46
Annexe E. TIC Evaluation	47
Annexe F. Étude de consommation	55
Annexe G. Questionnaires d'enquête commerciale	62
Annexe H. Résultats provenant de l'enquête sur les commerçants HMMI	90
Annexe I. Cas type d'utilisation concernant des produits bancaires mobiles.....	94

ACRONYMES

ACME	Association pour la Coopération avec la Micro Entreprise
ATM	Guichet automatique
CIN	Carte d'Identification Nationale
CPF	<i>Caisse Populaire Fraternité</i>
CPSA	<i>Caisse Populaire Sainte Anne</i>
GSMA	Groupe Spécial Mobile Association
HIFIVE	Financement intégré haïtien pour les chaînes de valeur et projets d'entreprise
HMMI	Initiative haïtienne Mobile Money
TIC	Technologie de l'information et des communications
TI	Technologie de l'information
KOTELAM	Koperativ Tet Ansanm pou Lavi Miyo
KYC	Know Your Customer (Connaissance de Votre Client)
MFI	Institution de microfinance
MNO	Mobile Network Operator or Telco Company (Reseau Operateur Telecommunications)
P2P	Person-to-Person (Personne à personne)
PRONAP	Processeur National de Paiements
SMS	Service d'envoi de messages courts
SOCOLAVIM	Societe Cooperative Lavi Miyo
USAID	Agence des États-Unis pour le développement international
USSD	Données de service supplémentaires non structurées
WOCCU	Conseil mondial des organismes de crédit

SOMMAIRE EXECUTIF

L'introduction d'une nouvelle technologie bancaire mobile ne nécessite pas la redéfinition du terme « bancarisé ». Au lieu de cela, les établissements financiers devraient envisager une technologie mobile jouant un rôle de facilitation des services existants *et* nouveaux. La banque mobile représente l'avenir du secteur bancaire pour les établissements financiers réglementés car elle :

- Permet d'accéder à un plus grand nombre de clients et de numériser les services pour plus de bénéficiaires ;
- Crée une expérience sans succursale qui minimise la charge de gestion des espèces et les risques de sécurité ;
- Présente des technologies qui diminuent les coûts par transaction en créant des efficacités opérationnelles ;
- Numérise les comportements en regard du principe de la connaissance de la clientèle (KYC) et des transactions de consommateur, rendant possibles un contrôle des transactions plus transparent, une réduction des fraudes et des systèmes d'évaluation de crédit ainsi que des capacités améliorées de création de rapports et d'audit réglementaires ;
- Offre à tous les fournisseurs de services financiers de nouvelles opportunités de connecter leurs systèmes de traitement de base ,aux réseaux de paiement des commerçants et d'agences cash-in/cash-out, aux plateformes de traitement des paiements, aux réseaux de transfert d'argent et aux autres partenaires stratégiques pouvant accroître les flux de trésorerie numériques.

À un niveau élevé, les institutions financières haïtiennes comprennent l'impact potentiel de la banque mobile sur leurs entreprises et clients, et reconnaissent que les technologies mobiles représentent l'avenir. Néanmoins, le chemin vers le développement de solutions bancaires mobiles est intimidant. Cela est dû en grande partie au manque de connaissances sur la façon de les concevoir pour servir à la fois des consommateurs et des entreprises de manière efficace et aussi parce que les produits mobiles existants introduits sur le marché haïtien, n'ont pas encore répondu à leurs besoins pour un canal mobile interopérable qui permet d'accéder à services financiers par le biais de l'institution. En outre, le manque de solutions intégrées et interopérables empêche l'expansion des partenariats et services qui permettraient d'améliorer la commodité et l'accessibilité des services bancaires mobiles par rapport à l'argent.

Interrogés sur leur vision de la voie à suivre pour les services bancaires mobiles en Haïti , les institutions de microfinance (MFIs), les caisses populaires et les banques d'Haïti s'accordent sur deux hypothèses. Tout d'abord, les solutions mobiles de type institutionnelle¹ « bank-led » (et

¹Dans le cadre d'un modèle de type bancaire, le système de base de « services bancaires » de l'établissement est en interconnexion avec une autre technologie (un fournisseur de portefeuille électronique tiers, un fournisseur de services monétaires mobiles ou un autre système) afin que les informations soient partagées et accessibles dans les deux systèmes en temps réel. Le système actuel ne dispose pas d'une telle connexion.

non de type télécommunications « MNO-led ») représentent l'avenir des services financiers du pays. Deuxièmement, les opérateurs de réseau mobile ne doivent pas proposer de services financiers, mais continuent plutôt d'ajouter de la valeur en tant que fournisseurs tiers. Les institutions financières haïtiennes comprennent également les avantages potentiels des solutions mobiles, notamment, des services bancaires sans succursale et des services mobiles d'emprunt et de paiement, des services de règlements commerciaux et une base de données client centralisée. Elles considèrent les solutions mobiles comme un moyen de réduire la congestion des succursales, de générer de nouveaux bénéfices et de renforcer les réseaux financiers à travers une sensibilisation nationale et en stimulant la confiance.

Les établissements financiers acceptent également le fait qu'ils sont confrontés à des difficultés considérables les empêchant de développer les solutions mobiles : coûts d'investissement élevés, manque d'expertise dans la technologie mobile, manque de connaissances relativement aux exigences des TIC et manque de définitions des réglementations, tous ces facteurs pouvant compliquer la capacité à offrir des services mobiles sécurisés.

En comprenant les avantages et les obstacles rencontrés par les institutions financières haïtiennes, ce document esquisse une approche par étapes leur permettant d'analyser comment et quand ajouter une solution bancaire mobile intégrée à leurs secteurs d'activité. La méthodologie en neuf étapes soulignée ici représente un processus de A à Z pour les institutions financières qui envisagent d'exploiter les services bancaires mobiles :

- Étape 1 : Explorer le paysage mondial des solutions bancaires mobiles
- Étape 2 : Évaluer et quantifier les services et les fonctions souhaités
- Étape 3 : Évaluer la préparation vers les outils TIC
- Étape 4 : Déterminer le modèle d'intégration mobile approprié
- Étape 5 : Opportunités de partenariat de recherche
- Étape 6 : Comprendre le marché de la consommation
- Étape 7 : Rechercher et définir des stratégies commerciales
- Étape 8 : Définir les exigences commerciales et les cas d'usage
- Étape 9 : Militer et plaider en faveur de la réforme de la réglementation

Pour les institutions financières, cette méthodologie, prendre les dépôts des clients, des modèles d'intégration menée par la Banque centrale fournit le fondement sur lequel les interconnexions des solutions mobiles sont construites et ceci dans le but de créer des opérations transparentes, simplifiées, et en temps réel. Pour les institutions financières haïtiennes, elles souhaitent bénéficier du flotteur² de dépôts de clients, comptes bancaires mobiles interopérables qui sont mieux adaptés que les portefeuilles en boucle fermée d'argent mobile qui existent actuellement dans le marché haïtien. Des plates-formes interopérables neutres et des systèmes de traitement permettront le règlement entre les établissements, pourraient transformer le secteur financier d'Haïti entièrement électronique («sans papier»), des branches, porte-agnostique, et les services

² « Float » représente l'argent disponible pour une banque entre le moment où un dépôt est effectué et l'argent est utilisé ou déplacé par le propriétaire du compte. Au cours de la période durant laquelle les fonds sont stockés, les fonds déposés sont souvent stockés dans un compte d'épargne qui permet à l'institution financière d'appliquer ces fonds vers des prêts ou d'autres opportunités portant intérêt.

financiers en temps réel et amélioreront les réseaux de cartes de débit et de crédit actuelles et , plus important encore, la trésorerie rival.

Cette vision ambitieuse pour un tel écosystème mobile en Haïti n'est pas hors de portée, mais elle exigera de la part des institutions financières qu'elles prennent des mesures incluses dans cette méthodologie d'introduction, afin de mieux comprendre les technologies (et leurs usages), l'infrastructure TIC requise, les modèles d'intégration possible, les besoins du marché et du consommateur, ainsi que les réglementations qui soutiendront et limiteront la croissance des services financiers mobiles. Bien que certaines banques entament une planification à long-terme en vue de services financiers en ligne et mobiles, les établissements de plus petite taille éprouvent des difficultés à donner la priorité aux dépenses en stratégies d'intégration à long-terme par rapport aux besoins immédiats. Pour des établissements aux ressources limitées, il s'agit d'un équilibre délicat et d'un sujet de discussion important lorsqu'ils doivent justifier les investissements dans ces ressources et se préparer à une transition inévitable vers les services mobiles.

En appliquant les méthodologies présentées ici, et grâce à une meilleure compréhension de l'écosystème mobile d'Haïti, les institutions financières peuvent établir des stratégies mobiles précises avec des objectifs réalisables à court et à long terme. Puisque le partage d'information est un obstacle clé dans tout le secteur financier, ce document est également conçu pour stimuler les discussions, les recherches et le développement collaboratif. La collaboration de tout le secteur financier pour la promotion de l'adoption générale des comptes mobiles par le biais de solutions interopérables permettra de mettre en place des solutions souhaitables et pratiques qui produiront leurs effets à travers une expérience positive des consommateurs et le bouche-à-oreille. Une concurrence saine peut se développer au fur et à mesure que l'usage augmente, mais pour le moment, l'exclusivité dans les partenariats et les systèmes en boucle fermée sont préjudiciables à tous ceux qui souhaitent la réussite d'un écosystème numérique mobile. À court terme, une politique de « coopération » associant coopération et compétition représente la meilleure voie à suivre pour les institutions financières haïtiennes.

I. LE CONTEXTE : CONTRIBUER A LA CROISSANCE DE MOBILE MONEY (SERVICES MONÉTAIRES MOBILES) A HAÏTI

La concurrence des fonds d'encouragement de l'Initiative haïtienne Mobile Money (HMMI), qui a posé les bases du développement des services monétaires mobiles du pays, a été fortement influencée par une solution de paiement mobile de type de télécommunications reflétant le modèle M-PESA au Kenya.³ Il était prévu que si les trois situations suivantes se présentaient — à savoir soutien de l'effort par la Banque de la République d'Haïti, conversion des payeurs les plus importants en faveur de la distribution mobile des fonds et investissement des opérateurs de réseau mobile dans le développement de la technologie — le système prendrait rapidement une certaine envergure, incitant de fait des millions d'Haïtiens à utiliser des comptes mobiles et surmontant un ensemble d'obstacles de développement.⁴

Les résultats initiaux furent impressionnants avec plus de 800 000 utilisateurs inscrits au cours des deux premières années. Toutefois, en Septembre 2015, il n'y avait que 85,139 utilisateurs actifs, une situation bien éloignée de l'effet de transformation qu'un grand nombre d'utilisateurs avaient espéré pour les services monétaires mobiles. Pourtant, le paysage se modifie rapidement et le dialogue se poursuit au sujet des services monétaires mobiles et de paiement électronique, démontrant l'impact positif de la HMMI et son programme partenaire, le programme de Financement intégré haïtien pour les chaînes de valeur et projets d'entreprise (HIFIVE) financé par l'USAID. Plus explicitement, de nouveaux prestataires ont pénétré le marché avec des solutions de banque mobile. Les efforts de HMMI et HIFIVE constituent une raison clé pour laquelle les banques commerciales d'Haïti, *caisses populaires* (organismes de crédit) et MFI définissent des stratégies commerciales mobiles.

Comparaison Banque mobile/Portefeuilles mobiles

Contrairement aux portefeuilles mobiles en boucle fermée qui stockent des montants limités d'espèces jusqu'à ce qu'un détenteur de comptes souhaite utiliser les fonds ou les encaisser, la banque mobile établit une relation entre les comptes des consommateurs et les établissements financiers proposant le service. En Haïti, les « services bancaires mobiles » se réfèrent à un compte qui assure l'accès, sur un téléphone portable, à des services d'épargne, de crédit, de virement et autres services financiers offerts par une institution financière réglementée et accréditée. L'interface utilisateur sécurisée n'est pas différente de la banque en ligne ; le téléphone est tout simplement la méthode la plus accessible à la plupart des Haïtiens.

Avec les portefeuilles mobiles dont l'utilisation a été fortement limitée par la Banque de la République d'Haïti, l'institution financière stockant les fonds n'a aucun accès aux espèces. La banque mobile est plus attrayante pour les institutions financières, car elle leur permet d'accéder au fonds de couverture et de proposer davantage de services à valeur ajoutée par téléphone. La banque mobile permet également le transfert de fonds entre plusieurs types de compte au sein d'un même établissement ou entre établissements selon les réglementations en vigueur.

³Pour des informations sur le modèle M-PESA, consultez N. Hughes et S. Lonie, « M-PESA: Mobile Money for the 'Unbanked': Turning Cellphones into 24-Hour Tellers in Kenya » (M-PESA: Argent mobile pour les personnes « non-bancarisées » : Transformer les téléphones cellulaires en guichets disponibles 24h sur 24) (*innovations*, hiver et printemps 2007), http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2012/06/innovationsarticleonmpesa_0_d_14.pdf.

⁴ Vijay Goel et Salah Goss, Étude de cas : Initiative de banque mobile haïtienne - Jeu-concours d'incitation.

Partenariats de banque mobile

De nouveaux partenariats stratégiques se forment entre les prestataires de services de télécommunications, les prestataires de services technologiques financiers et les institutions financières afin de faciliter de nouvelles alliances et de nouveaux modèles de service mobile. Après que l'opérateur de réseau mobile, Digicel a lancé TchoTcho (maintenant Mon Cash) avec son partenaire financier Scotiabank, Digicel a acquis le compétiteur telecom, Voila et T-cash, le produit d'argent mobile de Unibank et Voila. Digicel a depuis migré vers une nouvelle plateforme d'argent mobile, Utiba, qui est le processeur central pour les portefeuilles mobiles sur plusieurs marchés Digicel. Digicel investit également dans une startup de la Silicon Valley, Boom Financial, qui a lancé un compte de services bancaires mobiles avec son partenaire financier Le Levier et son partenaire technologique WOCCU. Bien que cette solution de banque mobile de Boom n'est plus active en Haïti, elle a permis aux détenteurs de compte d'envoyer et de recevoir des virements nationaux et internationaux en provenance et à destination des États-Unis. Digicel a investi aussi dans Fonkoze, la plus grande MFI haïtienne et l'un des super agents de Mon Cash.

En parallèle, HaitiPay a développé le portefeuille mobile, Lajan Cash, avec son partenaire financier la Banque Nationale de Crédit (BNC) et sa plateforme technologique, Tagattitude. HaitiPay a annoncé un partenariat avec le deuxième services de télécommunications en Haïti Natcom. Toutefois, Lajan Cash continue d'offrir la seule solution interopérable du marché.

Développement du secteur bancaire mobile : Lacunes dans les connaissances et la réglementation

Alors que les services financiers mobiles évoluent, les connaissances des institutions financières portant sur les réglementations, gouvernant les services monétaires mobiles, les portefeuilles mobiles et la banque mobile évoluent également. Pour les institutions qui n'ont pas encore lancé de service mobile, il est difficile de trouver ou d'accéder des informations, des recherches, ou des outils qui expliquent clairement l'argent mobile et les modèles de services bancaires mobiles, la régulation en vigueur, comment développer les produits, ou quelles sont les possibilités qui existent au-delà des offres de produits actuelles.

Au moment, Lajan Cash et Mon Cash demeurent des prestataires des « portefeuilles électroniques », mais les fonds de ces comptes demeurent la propriété du propriétaire du portefeuille et sont règlementés par la banque à distance, qui a des limites plus strictes que d'autres types de compte et de services monétaires. La Banque de la République d'Haïti a accordé récemment à Mon Cash un portefeuille amélioré pour ses détenteurs de compte de portefeuilles complets (qui fournissent KYC) d'un montant de 60.000 HTG. La limite de transfert quotidien est également 60.000 HTG, environ 1 050 \$ USD. Cependant, il semble sans raison que les portefeuilles électroniques, même avec une bonne connaissance du client, sont plus strictes que les limites appliquées aux maisons de transfert d'argent ou des banques traditionnelles. Lors d'une maison de banque ou de transfert d'argent, les consommateurs avec des ID gouvernementaux valides peuvent envoyer jusqu'à \$ 9,999 USD. En outre, parce que les portefeuilles électroniques relèvent banque à distance. Des limites strictes sont également placés sur les dépôts et les retraits. Ces restrictions sur les comptes mobiles qui diffèrent grandement de lois bancaires et les règlements de transfert d'argent, limite l'utilisation et la capacité des services d'argent mobile pour rivaliser avec des solutions de rechange, y compris les liquidités.

Contrairement à Mon Cash ou Lajan Cash, quand il opérait Boom a déclaré être un compte de services bancaires mobiles et, par conséquent, elle n'est pas tombée sous le coup de restriction concernant la taille des portefeuilles ou les montants des virements, ou d'autres restrictions sur les banques à distance. En tant que compte d'une institution financière réglementée, Boom pouvait autoriser des virements nationaux et internationaux de compte à compte conformément aux réglementations applicables à d'autres types de compte, même si ses services étaient accessibles par téléphone.

Les institutions financières doivent comprendre les règlements actuels entièrement (par exemple, lorsque les réglementations existantes peuvent être adaptés aux services financiers de trésorerie dominé existantes, même lorsque celles-ci sont accessibles sur téléphones portables), afin de pouvoir adopter des approches plus souples au fur et à mesure de l'évolution du cadre réglementaire.

Aperçu des services bancaires mobiles en Haïti

Les services bancaires mobiles nécessitent des intégrations qui permettent un échange de données en temps réel entre des institutions financières pour le traitement des transactions, ce qui encourage la collaboration entre des banques réglementées et des caisses populaires et MFI non réglementées. Les services bancaires mobiles ouvrent les portes à une intégration du traitement des cartes, aux systèmes de règlement de factures, aux opérations de paiement et de remboursement de prêts entre institutions financières, tant à l'échelle nationale qu'internationale. Les prestataires de ces services nécessitent souvent des contrats et des partenariats directs avec des institutions financières. Encore plus intéressant, les entreprises de services bancaires mobiles ne doivent pas reposer entièrement sur des espèces.

Les aspects suivants sont des caractéristiques importantes des services bancaires mobiles haïtiens :

- Les services bancaires mobiles représentent un modèle de type bancaire soutenu par une technologie de plateforme mobile, et non pas reposant sur les services de télécommunications ;
- Les établissements financiers définissent des limites et restrictions dans le cadre des directives existantes ;
- Les services bancaires mobiles nécessitent la présentation d'un ou deux identifiants valides émis par le gouvernement (selon le service et l'établissement assujetti aux mêmes exigences KYC qu'une banque ou une caisse populaire) ;
- Du point de vue réglementaire, il est possible de lier les comptes mobiles à un compte existant dans un établissement donné ;
- Les services bancaires mobiles offrent la capacité, par interopérabilité, d'intégration avec des systèmes de traitement des paiements et d'encaissement de chèques électroniques et avec toute base de données future pour la validation KYC ou le registre de crédit ;
- Une réglementation et des agréments existent permettant des virements nationaux et internationaux avec d'autres établissements financiers ;
- Les services bancaires mobiles offrent la capacité d'interconnexion avec un service de virement d'argent et servent d'agence de cash-out.

Même sans les services de banque mobiles, les services monétaires mobiles peuvent réduire les coûts liés à l'impression d'argent, à la distribution d'espèces, au déboursement de paiements, à la gestion de la trésorerie personnelle et privée, ainsi qu'à la sécurité de la monnaie. Ces raisons, parallèlement à des procédures plus efficaces de règlement et à des coûts d'exploitation réduits pour les programmes publics nécessitant le déboursement d'espèces ou la perception des paiements, devraient inciter le gouvernement à prendre le parti des services monétaires mobiles en vue de services bancaires mobiles.

II. UNE VOIE DE DEVELOPPEMENT DES SOLUTIONS BANCAIRES MOBILES

Les entrevues avec des banques, des caisses populaires et des MFI (Annexe A) ont révélé deux hypothèses : tout d'abord, les solutions mobiles dirigées par des établissements, et non du type télécommunications, représentent l'avenir des services financiers en Haïti ; deuxièmement, bien que les opérateurs de réseaux mobiles ne devraient pas offrir de services financiers, ils peuvent ajouter de la valeur en tant que prestataires tiers. Les établissements financiers comprennent le besoin de moderniser les technologies. Au cours d'entrevues, ils ont partagé leurs perspectives uniques sur les avantages d'investir dans, et de lancer des services bancaires sans succursale, des services mobiles de prêts et de paie, des solutions améliorées de paiements commerciaux, et une base de données client centralisée. Ils considèrent les solutions mobiles comme un moyen de réduire la congestion des succursales, de générer de nouveaux bénéfices et de renforcer les réseaux financiers à travers une sensibilisation nationale et en stimulant la confiance. (Voir l'Annexe B pour plus d'informations sur les avantages identifiés par les institutions financières .)

Les représentants des institutions financières ont également mentionné que des difficultés considérables les empêchaient de développer les solutions mobiles, en particulier, les coûts d'investissement élevés, le manque d'expertise dans la technologie mobile, le manque de connaissances dans les exigences TIC et les réglementations non définies, qui constituent autant de facteurs pouvant compliquer leur capacité à offrir des services mobiles sécurisés. (Voir Annexe C pour une discussion des obstacles.)

Ayant ainsi compris les avantages et obstacles auxquels sont confrontés les institutions financières haïtiennes, le présent chapitre esquisse une approche par étapes pour analyser comment et quand intégrer les services bancaires mobiles dans les secteurs d'activités d'une institution financière .

- Étape 1 : Explorer le Paysage mondial des solutions bancaires mobiles
- Étape 2 : Évaluer et quantifier les services et les fonctions souhaités
- Étape 3 : Évaluer la préparation vers les outils TIC
- Étape 4 : Déterminer le modèle d'intégration mobile approprié
- Étape 5 : Opportunités de partenariat de recherche
- Étape 6 : Comprendre le marché de la consommation
- Étape 7 : Rechercher et définir des stratégies commerciales
- Étape 8 : Définir les exigences commerciales et les cas d'usage
- Étape 9 : Militer et plaider en faveur de la réforme de la réglementation

Il s'agit d'un processus de A à Z destiné aux institutions financières envisageant l'adoption des services bancaires mobiles pour la première fois. Certains de ces institutions ont peut-être déjà complété une ou plusieurs étapes. Bien que les étapes soient présentées en séquence, certaines peuvent être complétées simultanément (comme les études de marché et de consommation), et au moins un domaine (la réglementation) nécessitera une attention continue au fur et à mesure que les institutions financières progresseront dans l'application du processus. Plusieurs étapes comprennent une ou plusieurs sous-activités et sont présentées selon la perspective de l'institution financière.

Étape 1 : Explorer le Paysage mondial des solutions bancaires mobiles

Pour commencer, vous familiarisez avec les technologies disponibles sur le marché, en Haïti et dans le monde. En 2014, il existait 255 solutions de services monétaires mobiles actives dans 89 pays,⁵ catégorisées comme paiements mobiles, prêts mobiles, épargnes mobiles et produits d'assurance mobiles. Certains pays connaissent déjà une croissance des modèles au-delà des systèmes personne à personne (P2P) et disposent de programmes établis d'épargne, de prêt et d'assurance pour les consommateurs mobiles. (Voir Annexe D pour un résumé des services actuels.)

La réussite la plus connue est le modèle M-PESA en Afrique, mais les institutions financières en Haïti devraient prendre en compte le nombre croissant de services monétaires mobiles en Amérique latine, un marché avec des réglementations et des comportements culturels qui reflètent plus étroitement les siens. Entre 2013 et 2014, conformément au rapport État 2014 de l'Industrie du Groupe Spécial Mobile Association (GSMA), l'Amérique latine et les Caraïbes ont indiqué une croissance de 50 % de leurs services monétaires mobiles, avec près de 15 millions de comptes financiers mobiles inscrits et plus de 6 millions de comptes actifs.⁶ Haïti est le principal pays représentant le marché des Caraïbes dans ces données.

Tout établissement financier peut effectuer cet exercice de comparaison des modèles commerciaux du monde entier afin de s'assurer une compréhension claire des objectifs des autres produits, notamment ce qui stimule la croissance d'un produit et la manière de répondre à un besoin du marché.

La valeur d'examiner d'autres marchés

Nos entretiens avec des institutions financières haïtiennes ont révélé un manque d'expertise des services financiers mobiles. La plupart d'entre eux connaissent le modèle M-PESA ou les portefeuilles mobiles disponibles actuellement à Haïti, mais ne connaissent pas les produits d'assurance ni de prêts mobiles. Certains d'entre eux ne savaient pas qu'il existait déjà des produits en Haïti pouvant prendre en charge les services P2P ou d'épargne. Se familiariser avec les solutions mobiles qui produisent un effet sur d'autres marchés est une bonne méthode pour trouver l'inspiration concernant les produits et solutions destinés au marché haïtien. Tous les services ne sont pas directement applicables, mais une évaluation des succès permettrait de déterminer s'il existe des modèles d'utilisation similaire en Haïti.

Étape 2 : Évaluer et quantifier les services et les fonctions souhaités

La technologie est censée améliorer les produits, processus et procédures manuels. Les résultats de recherches internationales peuvent permettre de tirer des parallèles selon lesquels les besoins de votre établissement et de ses clients seraient mieux pris en compte par le biais de solutions technologiques. Pour commencer à comprendre comment la technologie peut stimuler un changement positif, la première étape consiste à identifier les « points douloureux » dans le secteur actuellement et dans ses opérations (Activité 2-1), à évaluer lesquels de ces points peuvent être résolus par le biais d'une solution mobile (Activité 2-2), et à attribuer des valeurs indicatives afin de quantifier les avantages des solutions potentielles (Activité 2-3). Les activités sont décrits en détail ci-dessous.

⁵ C. Scharwatt, et al., 2014 State of the Industry: Mobile Financial Services for the Unbanked, GSMA, disponible sur : http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2015/03/SOTIR_2014.pdf.

⁶ Sharwatt et al., GSMA 2014 État de l'Industrie.

À cette étape, il est important de se concentrer sur les problèmes généraux, les concepts et les solutions de haut-niveau sans s'attarder sur la manière de construire ou de gérer une solution spécifique. Les détails de la portée de la solution mobile, ainsi qu'un plan commercial détaillé seront développés graduellement, par un processus par étapes, et peuvent dépendre de la contribution du partenaire.

Activité 2-1 : Identifier les points douloureux majeurs

Utiliser les points de discussion suivants pour identifier les « points douloureux » perçus par vos clients et dans le cadre des opérations de votre établissement. Il peut être nécessaire de répondre à chaque question sur la liste ; celles-ci sont conçues comme un guide afin de révéler certains des obstacles principaux auxquels votre établissement et ses clients sont confrontés dans leurs interactions financières.

- Comment l'institution espère-t-elle aborder l'accès aux services financiers de base ?
- En règle générale, quels sont les besoins principaux et les points douloureux majeurs de votre client ? (*Sécurité monétaire ? Transport ? Développer une petite entreprise informelle ?*)
- Quels sont les points douloureux majeurs dans vos opérations quotidiennes ? (*Gestion financière ? Règlement et réconciliation ? Rapports et contrôle de compte ? Inscription ?*)
- En pensant à vos produits actuels, quel est le produit le plus populaire qui attire les clients vers votre établissement plutôt que vers d'autres ? Qu'est-ce qui stimule le besoin de ce produit ?
- Comment les clients utilisent-ils leurs prêts ?
- Comment l'existence des clients peut-elle être améliorée par de nouveaux services ou solutions financiers ?
- Quel pourcentage des clients dépend de transactions financières fréquentes, mais de petite taille ?
- Quel est le niveau de connaissance financière de vos clients ? Comment cela peut-il être amélioré à un niveau opérationnel ou technique ?

Activité 2-2 : Évaluer quels sont les points douloureux pouvant être abordés par le biais de solutions mobiles

Dès que vous aurez convenu d'une liste de points douloureux pour les clients et les opérations institutionnelles, évaluez ceux qui pourraient être abordés efficacement par le biais de solutions mobiles. Les exemples suivants de questions peuvent permettre de guider cette analyse :

- En pensant à vos clients actifs, quels besoins financiers ne sont pas encore adressés par les services offerts uniquement à l'intérieur d'une succursale ? (*Meilleure transparence des transactions ? Accès plus facile aux liquidités ?*)
- Comment les besoins ou points douloureux identifiés des clients pourraient être résolus si leurs comptes étaient accessibles ou gérés par une application mobile ?
- Comment une expérience sans succursale pourrait alléger le fardeau de votre entreprise ?

- Combien (quel pourcentage) de clients disposent de Smartphones ? Une application pour Smartphone est-elle un investissement valable pour une certaine tranche de votre base de clients ?
- Quelles sont les connaissances technologiques de votre personnel ? Une application tablette/mobile pourrait-elle proposer une acquisition sans succursale ?

Les institutions financières doivent clairement définir pourquoi les solutions mobiles justifient l'investissement, en quoi une telle solution conviendrait aux besoins des clients, et comment la solution pourrait bénéficier au client et à l'établissement. Par exemple, certaines MFI ont commencé à utiliser des tablettes pour des applications de prêts à distance (en dehors d'une succursale) afin de réduire les coûts des clients accédant aux services financiers et de réduire les frais des MFI s'étendant vers de nouveaux marchés. Les alertes textuelles/SMS ou de simples applications USSD (données de service supplémentaires non structurées) pourraient représenter une manière appropriée de répondre aux besoins des clients pour une meilleure visibilité en temps réel de leurs épargnes ou autres comptes. Ou encore, des services commerciaux pourraient être lancés à l'aide de modèles de portefeuilles existants afin d'encourager la croissance des paiements P2P dans le secteur informel. Les solutions et applications spécifiques varieront selon l'institution et ses besoins identifiés. (L'annexe B présente certains des avantages potentiels soulevés par les institutions financières haïtiennes.)

Activité 2-3 : Quantifier les avantages des services mobiles

Au cours de cet exercice, définir en termes quantifiables ou autrement mesurables comment les services mobiles potentiels pourraient représenter un avantage pour vos clients et votre établissement. Attribuer des chiffres indicatifs aux avantages vous permettra de justifier l'investissement, tout en créant des critères de réussite mesurables potentiels pour de futurs projets pilotes. Le tableau ci-dessous offre des exemples de ces services et des méthodes pour quantifier/mesurer leur impact. Utiliser les portions surlignées en gris pour personnaliser les mesures pour votre établissement.

Pour chaque situation, l'établissement doit évaluer les avantages financiers et opérationnels de l'entreprise. Une fois que vous aurez identifié les offres de services financiers mobiles les plus attrayantes pour votre établissement, l'étape suivante vers la création du service consiste à évaluer la préparation TIC de votre établissement pour une intégration de plateforme mobile.

Applications de comptes mobiles : les fonctions libre-service comme la vérification du solde et l'historique des transactions, les virements P2P et le paiement de factures, permettront un accès financier aux comptes bancaires par le biais d'applications mobiles. Avantage : cela permettra de minimiser la congestion des succursales et la charge des liquidités pour les établissements financiers et/ou diminuera les coûts d'opération par [insérer HTG par mois].

Transferts de fonds mobiles : prendre en charge les transferts de fonds internationaux et nationaux dans et en dehors des comptes mobiles permet un nouveau flux de revenus mensuels, prédits comme [(frais moyen par transfert) * (nombre de transactions clients par mois) = (revenus mensuels prévus)]. Des revenus supplémentaires peuvent être gagnés en offrant des changes de devises étrangères, dans des succursales ou électroniquement, par le biais de comptes mobiles. Plus de 2 milliards USD sont envoyés à Haïti chaque année. Les bénéficiaires, en particulier ceux dans les zones reculées, paieront des frais pour pouvoir accéder à des fonds en temps réel, en supposant qu'il existe une méthode d'accéder et de dépenser les espèces virées.

Gestion des prêts mobiles : les solutions de prêts mobiles (déboursement de micro-prêt et remboursement des comptes mobiles) peuvent augmenter les revenus en fournissant un accès au crédit à [insérer une estimation du nombre de clients] clients dans tout le pays sans la nécessité de mettre en place de nouveaux emplacements de succursales qui coûtent chacune [insérer le coût de construction d'une succursale]. Les prêts mobiles sont une étape cruciale dans la création de modèles bancaires sans succursale et de produits financiers libre-service ne nécessitant pas d'emplacements physiques et que les clients peuvent utiliser facilement. Pour des détails sur l'utilisation de l'Outil d'analyse des coûts d'interopérabilité en vue de déterminer un retour sur investissement spécifique aux solutions de prêts mobiles, et les modèles d'intégration requis, consulter l'Étape 4.

Comptes commerciaux mobiles : des mécanismes de paiement et des comptes commerciaux solides pour les clients limiteront le besoin de services cash-in/cash-out en conservant la devise dans le système numérique. Un plus grand nombre de clients adoptant des comptes de devises mobiles devraient entraîner une réduction des charges de gestion de comptant pour les institutions financières, car plus de commerçants conserveront leurs fonds stockés dans leurs comptes mobiles, utilisant ces fonds plus tard pour des transactions électroniques. Si les fonds de couverture du portefeuille d'épargne augmentent de [insérer l'estimation], des investissements à court-terme pourraient fournir [insérer le montant de l'opportunité des revenus d'intérêt] en nouveaux revenus d'intérêt.

Services mobiles de paie : Un dépôt direct sur des comptes mobiles permet aux entreprises de payer leurs employés au moyen d'un système de paie électronique, ce qui réduit ainsi les coûts d'exploitation des propriétaires d'entreprise qui n'ont plus besoin de distribuer des chèques ou de l'argent liquide, et ce qui rend ces fonds disponibles aux employés plus rapidement puisque ces derniers n'ont pas besoin de se rendre dans un établissement financier pour accéder à leurs salaires. Les employés sont également encouragés à utiliser le compte mobile pour effectuer leurs achats. Des frais imposés aux entreprises pour ce service pourraient résulter en [insérer l'estimation des revenus d'entreprise ici] de nouveaux revenus chaque mois, sans compter les revenus accrus des épargnes conservées dans les comptes mobiles et les revenus obtenus à partir du compte mobile des employés.

Contrôle des transactions et base de données des consommateurs sur mobile : La gestion électronique de la paie, des transferts et autres paiements rendent les comportements de dépenses des Haïtiens visibles, entraînant ainsi de nouvelles solutions. Les environnements mobiles intégrés créent également des opportunités pour les bases de données des consommateurs partagées qui peuvent être exploitées à des fins d'autorisation de crédit et de validation KYC. Davantage de consommateurs valideront KYC et un nombre croissant d'offres de prêts permettront de créer un enregistrement électronique pouvant faciliter les efforts des institutions financières et de la Central Bank de contrôler et d'éviter la fraude, avec un accès en temps réel pour bloquer ou annuler des transactions entre comptes mobiles. [Attribuer une valeur pour réduire le risque des opérations actuelles.]

Étape 3 : Evaluer la préparation vers les outils TIC

Les TIC représentent le pilier de la banque mobile et leur évaluation est une condition préalable pour toute institution financière qui envisage l'intégration d'un modèle de banque mobile avec ses services de compte. Si votre institution financière a déjà complété cette évaluation, vous pourrez sans doute passer directement à l'Étape 4.

Des connexions Internet sécurisées et dédiées, et des pratiques de sécurité des données renforcées sont essentielles pour connecter les logiciels financiers de base aux technologies de soutien. Pour un grand nombre d'établissements, les coûts associés à ces éléments sont des obstacles considérables, en particulier lorsque les décideurs de l'établissement ne disposent pas d'informations suffisantes sur la technologie disponible. En répondant à une série de questions relatives aux TIC, les succursales, les établissements et l'ensemble des réseaux peuvent combler ces lacunes de connaissances. Les réponses vous permettront de déterminer si votre entreprise est prête à soutenir une plateforme mobile et à identifier tout obstacle potentiel dans votre infrastructure et vos pratiques de sécurité de données.

Utiliser l'outil d'évaluation TIC de l'Annexe E pour vous aider à déterminer si :

- les connexions réseau peuvent être exploitées et intégrées à une plateforme mobile ;
- des investissements supplémentaires d'infrastructure sont nécessaires ;
- des ressources supplémentaires en technologie de l'information (TI) sont nécessaires pour prendre en charge la connectivité ;
- des processus suffisants de sécurité des données sont mis en place et respectés ;
- un logiciel bancaire de base prend en charge l'intégration.

Une note de 75 pour cent ou plus sur l'échelle d'évaluation suggère que votre établissement est prêt à mettre en place l'intégration mobile, notamment la banque mobile et autres services financiers numériques. Une note inférieure indique le besoin d'investissements supplémentaires avant qu'une solution intégrée puisse être une réussite.

Malgré l'importance d'une évaluation formelle des TIC, il se peut que certains établissements ne privilégient pas l'évaluation, et que d'autres manquent de ressources pour de telles évaluations. Si votre établissement ne dispose pas d'un service TI dédié, il serait peut-être prudent de coopérer avec des consultants qui vous aideront pour l'évaluation et l'audit des TIC. Certains établissements peuvent demander l'aide de leur fédération ou association, mais des agences locales indépendantes telles que *Access Haiti*, fournissent également ce type de services à des coûts variables. Utiliser des services professionnels pour l'évaluation des TIC permettra de garantir une compréhension approfondie de l'infrastructure et pourra vous aider à identifier des actions immédiates pour améliorer l'infrastructure ou les pratiques de sécurité des données avant de mettre en place une nouvelle technologie.

Étape 4 : Déterminer le modèle d'intégration mobile approprié

L'étape suivante consiste à rechercher et sélectionner un modèle d'intégration mobile approprié pour votre institution financier. L'évaluation des TIC permet de clarifier considérablement ce processus : sans comprendre les coûts véritables associés à la technologie mobile, il est facile de penser que le coût sera trop élevé ou que la solution prendra trop de temps avant de générer un retour sur investissement. Pour éviter ce type de présomptions, il pourrait être utile de se

souvenir qu'un grand nombre d'institution financière s'attaque à des questions identiques en dehors du domaine technologique ; par exemple, lorsque vous décidez de construire une nouvelle succursale ou point de service pour prendre en charge la demande croissante, en particulier dans une zone rurale.

En parallèle au développement de l'outil d'évaluation des TIC, WOCCU a engagé les services d'une société de conseil, Blaze and Ballast, pour effectuer des recherches sur les modèles d'intégration existants et faire des recommandations pour le marché haïtien. Leurs recherches ont produit un rapport, « La situation des stratégies de mise en place mobile à Haïti », ainsi qu'un outil de planification, le « Guide et outil de l'analyse des coûts d'interopérabilité. »⁷ Le rapport aborde la question de savoir si de nouvelles méthodes d'intégration peuvent engendrer des bénéfices réalistes pour une institution financière, comparé à l'ouverture d'une nouvelle succursale, et il souligne quatre méthodes possibles pour offrir des services de prêts de base par le biais de plateformes mobiles. Le rapport compare également les coûts techniques et opérationnels liés à l'ouverture d'une succursale aux coûts d'utilisation d'un des modèles d'intégration mobile de mise en place de la banque « à distance » pour les services de prêts mobiles. Ce qui est plus important, Blaze and Ballast ont découvert qu'avec le modèle stratégique correct, *un modèle de banque mobile à distance pourrait être échelonné pour servir un service entier ou un pays pour un coût quasiment identique à celui lié à l'ouverture d'une succursale physique.*

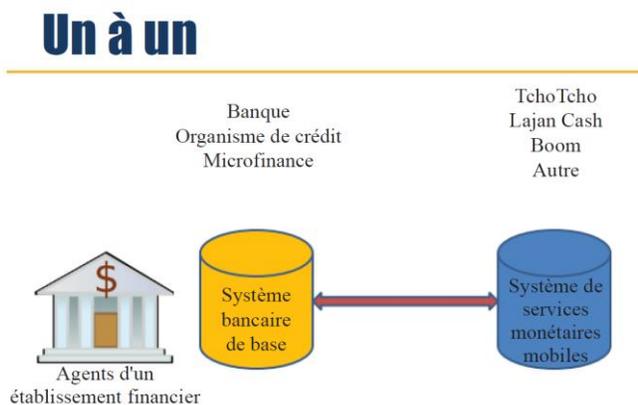
Deux activités vous permettront de déterminer quel modèle (le cas échéant) parmi les quatre modèles mobiles d'intégration est approprié pour votre établissement. Tout d'abord, évaluez le sommaire des quatre modèles (Activité 4-1). Puis, utilisez l'outil d'analyse des coûts d'interopérabilité afin d'estimer les coûts (Activité 4-2).

Activité 4-1 : Évaluez les modèles d'intégration mobile

Ce sommaire souligne les caractéristiques, avantages et inconvénients des quatre modèles d'intégration.⁸

1) Intégration individuelle

Ce modèle est utilisé lorsque le système bancaire de base d'une institution financière est intégré à un prestataire unique de services monétaires simples. Ce modèle peut être onéreux, à la fois au niveau des coûts de démarrage et des coûts opérationnels continus de l'institution financière, et il la limite à une solution unique. L'avantage principal de ce modèle est sa simplicité qui signifie un lancement plus rapide, et sa capacité d'interface avec le système bancaire de base traditionnel. Un grand nombre d'institutions financières haïtiennes en collaboration avec des partenaires technologiques pourrait envisager



⁷ Trouvez une copie du rapport complet, avec l'outil d'analyse des coûts au [lien](#) suivant.

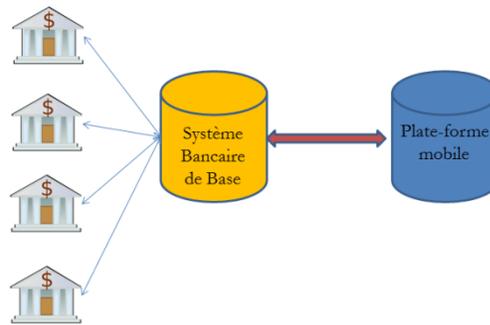
⁸ Les modèles d'intégration et le rapport ont été préparés lors Boom était toujours en activité en Haïti. De ce fait, la flèche est inclus en option dans les modèles.

l'utilisation d'une intégration un à un pour connecter les services financiers aux portefeuilles mobiles ou pour effectuer une transition vers un modèle des services bancaires mobiles complets.

2) Intégration partagée un à un

Dans ce modèle, un simple système bancaire de base partagé desservant de multiples institutions financières est intégré à un système monétaire mobile. Pour les réseaux financiers, tels que les coopératives de crédit et les MFI, de multiples établissements peuvent partager les coûts d'intégration de leurs systèmes bancaires de base (partagés) et une plateforme monétaire mobile unique. Cela nécessite un accord sur une solution unique pour de multiples institutions financières ou succursales d'MFI. Les MFI qui ont déjà mis à jour leurs systèmes de base pour activer l'intégration d'une interface de programmation d'application (API) pourraient bénéficier de ce modèle s'ils souhaitent collaborer avec un prestataire mobile unique dans un avenir proche (par exemple, ACME, mais on pourrait inclure d'autres MFI qui peuvent faire partie ou non d'un réseau plus élargi).

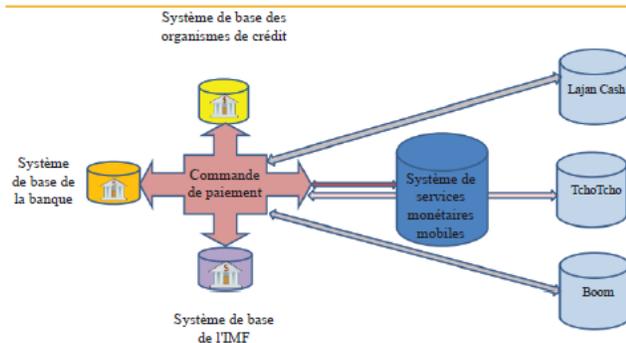
Partagée Un à Un



3) Un [ou plusieurs] à un à un [ou plusieurs] (Commutateur de paiement)

De nombreuses solutions bancaires de base sont connectées à un commutateur de paiement qui s'intègre avec un ou plusieurs systèmes d'argent mobile. La présentation d'un commutateur de paiement mobile (public ou privé) à l'échelle nationale pour gérer les paiements ou transactions fournirait une large variété d'opportunités d'intégration pour les institutions financières et pour les prestataires de plateforme mobile et les développeurs de technologie tiers collaborant avec des commerçants ou des opérateurs de réseau mobile (voir la case ci-dessous). Un commutateur de paiement mobile permettra d'activer l'intégration avec n'importe lequel des systèmes bancaires de base et prestataires de plateforme mobile, réduisant ainsi les dépendances TI des institutions financières. Ce système établit une plus grande égalité au sein de l'écosystème monétaire mobile, active la séparation des responsabilités au sein du réseau intégré, et permettra aux consommateurs d'utiliser l'institution financière auquel ils font confiance tout en payant les commerçants et en effectuant des transferts, quel que soit le type de compte ou l'institution financière affiliée du bénéficiaire.

Plusieurs à un à un (ou plusieurs)



La recherche d'un prestataire d'interopérabilité neutre à Haïti

En avril 2015, le projet HIFIVE a présenté l'Outil et Guide d'analyse des coûts d'interopérabilité ainsi que les quatre modèles potentiels d'intégration à la Banque de la République d'Haïti et aux institutions financières d'Haïti. Le feedback post session indique un vif intérêt pour le sujet, et quand il leur a été demandé quels modèles les intéressaient le plus, ceux-ci ont fréquemment mentionné l'utilisation possible d'un commutateur neutre de paiement.

D'après la Banque de la République d'Haïti, la plateforme du Processeur National de Paiements (PRONAP) — créée en vue du traitement des paiements interbancaires, de la vérification des rapprochements entre les banques et les caisses populaires et des transactions des cartes de débit en réseau fermé — a également été conçue pour inclure les paiements mobiles. Peu d'information publique est accessible sur PRONAP, mais en 2013 la Banque de la République d'Haïti a fait savoir aux participants au 5e Sommet international sur les finances et les technologies appliquées que PRONAP prendrait en charge la monnaie mobile et les services bancaires mobiles en facilitant l'interopérabilité.* En d'autres termes, la Banque de la République d'Haïti a reconnu la nécessité de l'interopérabilité et de la collaboration dans l'écosystème mobile en expansion.

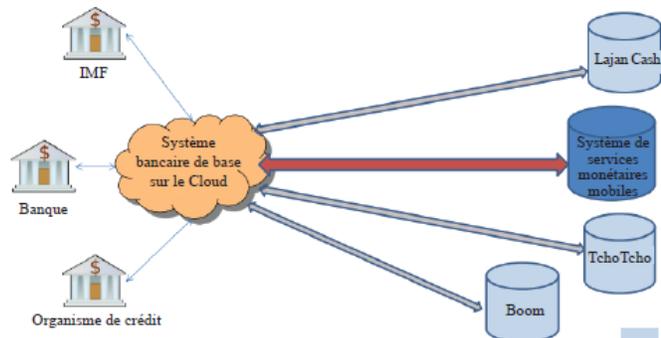
Après la réunion d'avril 2015, la Banque de la République d'Haïti a organisé une réunion avec le projet HIFIVE, le programme HMMI et un certain nombre d'institution financière et de prestataires de services technologiques. Au cours de cette réunion, il est clairement apparu que la conception actuelle de PRONAP rendait peu probable son utilisation comme commutateur de paiement ou de traitement prenant en charge les partenaires indépendants et les opérations en temps réel sur tous les services monétaires et bancaires mobiles. Bien qu'une volonté de contrôle et de régulation des transactions sur tout secteur ici concerné paraît manifeste, il est possible que PRONAP ne soit pas la technologie appropriée. Un prestataire neutre garde toutefois la possibilité de pénétrer le marché haïtien en proposant ce type de plateforme interopérable, ce qui présente un grand intérêt pour les MFI, les banques, les caisses de crédit, les prestataires de services technologiques et les organismes de traitement des paiements.

* Voir <http://grouppcroissance.ht/wp-content/uploads/2013/09/Pr%C3%A9sentation-BRH-5%C3%A8me-Sommet-sur-la-Finance-Le-Processus-de-Modernisation-du-Syst%C3%A8me-de-Paiement-Ha%C3%Aftien-Monnaie-%C3%A9lectronique-et-banque-mobile.pdf>.

4) D'Un [ou Plusieurs] à Cloud à Un [ou Plusieurs]

Ce modèle requiert des services bancaires de base nuage qui soit en lien avec un ou plusieurs systèmes monétaires. Pour les institutions financières désireuses de remplacer leurs systèmes de base par un modèle sur le nuage, davantage d'options sont disponibles pour créer un écosystème mobile souple. Les systèmes en nuage diminuent les coûts d'exploitation des TI en réduisant le besoin de maintenir des serveurs de données. Les systèmes bancaires en nuage peuvent également être intégrés à de multiples plateformes mobiles, ce qui permet une plus grande variété de solutions et d'écosystèmes étendus dans une unique institution financière ou au sein d'un réseau d'établissements partageant le nuage. Un système bancaire de base en nuage, combiné avec le type de commutateur national de paiement décrit dans l'encadré ci-dessus, serait la solution la plus économique et la plus polyvalente.

Un (ou plusieurs) à « Cloud » à un (ou plusieurs)



Activité 4-2 : Estimer les coûts de l'intégration mobile

L'approche de l'intégration retenue par votre établissement dépendra de votre budget, des ressources en TI, de la capacité de gestion des connexions entre données après le lancement, du modèle commercial actuel au sein du réseau financier plus étendu, de la volonté d'adapter ou de remplacer les systèmes bancaires centraux de base et, dans l'ensemble, de la stratégie et du plan commercial à court terme ou à long terme du compte mobile. Le tableau ci-dessous propose une comparaison des quatre modèles. Après avoir examiné les caractéristiques, les avantages les inconvénients de chaque modèle, utiliser l'Outil et Guide d'analyse des coûts d'interopérabilité⁹ pour décider ce qui, le cas échéant, serait la solution la plus réalisable et rentable pour votre établissement.

Tableau 1. Diagramme de comparaison des modèles d'intégration mobile

	Un à Un	Plusieurs à Un	Plusieurs à Un à Un	Plusieurs au Nuage à Un/Plusieurs
<i>Exemple haïtien</i>	—	<i>Le Levier, ACME</i>	—	<i>Boom</i>
Prise de décision	Rapide	Lente	Moyens	Rapide
Coûts d'infrastructure payés d'avance	Très élevés	Élevés	Élevés	Faibles
Coûts de l'infrastructure actuelle	Très élevés	Élevés	Élevés	Faibles
Coûts d'infrastructure payés d'avance	Très élevés	Faibles	Élevés	Faibles
Coûts actuels des logiciels	Très élevés	Faibles	Moyens	Faibles
Coûts opérationnels d'infrastructure	Très élevés	Très élevés	Moyens	Élevés
Coûts d'exploitation actuels	Très élevés	Très élevés	Moyens	Moyens (si hors réseau)
Compatibles avec les systèmes existants	Oui	Oui	Oui	Non ; remplacent
Difficulté réglementaire potentielle	Moyens	Moyens	Moyens	Infrastructure qui n'est pas à Haïti

Étape 5 : Opportunités de partenariat de recherche

Le choix de partenaires appropriés pour un service monétaire mobile est essentiel à la réussite d'une relation mutuellement avantageuse et d'un flux stable de revenus. Les institutions financières ne sont pas contraintes d'exercer une expertise financière, et les prestataires de services de logiciel n'ont pas besoin d'être experts en services financiers. Au contraire, la création de solides partenariats offre à chaque équipe la chance de contribuer au développement d'un produit complet qui réponde aux besoins des partenaires et, plus important, aux besoins du marché. Indépendamment du nombre de partenaires concernés, chacun doit prendre ses responsabilités au sérieux et tenir ses engagements concernant les processus de développement précoce de produit, en collaboration directe avec les régulateurs (en fonction des besoins), et en s'adaptant aussi rapidement que le marché l'exigera.

⁹ Trouvez une copie du rapport complet, avec l'outil d'analyse des coûts au [lien](#) suivant.

À ce stade, votre objectif consiste à *explorer différentes approches du partenariat et à rechercher des partenaires potentiels*. Les détails de chaque partenariat et les responsabilités qui lui sont spécifiques ne doivent pas être finalisés avant l'Étape 8.

Pendant le choix de partenaires, les institutions financières devront tenir compte des barrières constituées par les TIC et des écarts de ressources identifiées lors de l'évaluation des TIC, et ils devront aussi se demander s'il y a des partenaires qui pourraient faciliter le traitement de ces lacunes. De même, elles devront s'assurer que leurs partenaires évaluent leurs forces, mais aussi leurs faiblesses. Les prestataires de services de technologie ou autres partenaires veulent être sûrs que leurs partenaires financiers s'investissent dans la croissance du produit et s'engagent à le vendre. Construire la confiance est donc essentiel pour que toutes les parties comprennent en quoi consistent les missions des uns et des autres, et pour qu'elles participent toutes d'une même vision à long terme. La communication et la transparence concernant les attentes à court et à long terme sont extrêmement importantes (voir l'encadré sur la droite). Tous les produits ne sont pas immédiatement rentables, et un support égal sera nécessaire aux deux parties d'un partenariat pour garantir la réussite définitive d'un produit donné.

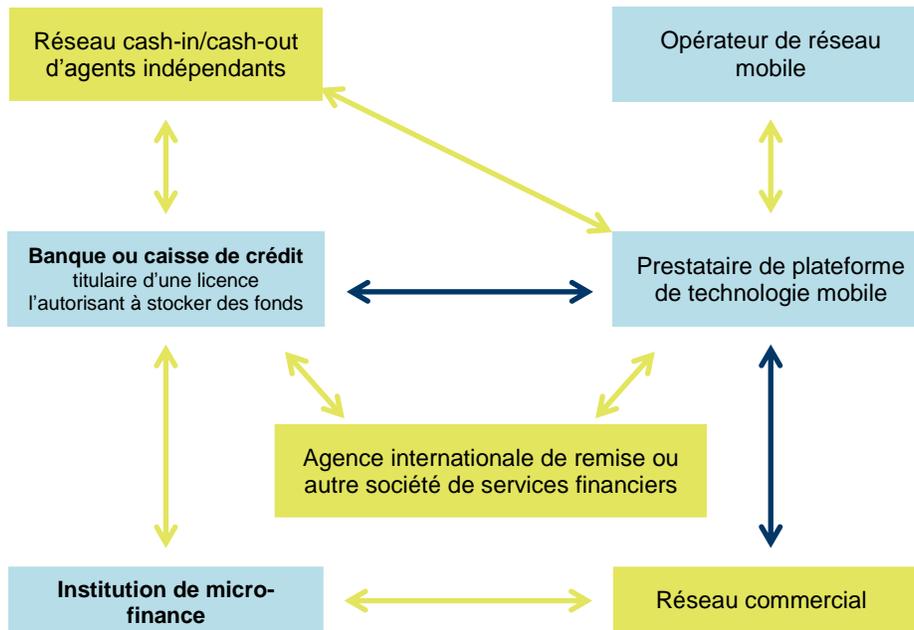
Ce que les institutions financières d'Haïti recherchent chez leurs partenaires

Pour les institutions financières haïtiennes, la caractéristique la plus importante du partenariat est une communication claire et la transparence des objectifs. La construction d'un réseau commercial (ou national) indépendant serait excessivement onéreuse et elle tombe en dehors du domaine d'expertise des institutions financières. Cependant, toutes les personnes interrogées ont exprimé leur volonté d'intégration en vue d'utiliser un réseau existant et interopérable. Tous ont convenu de la nécessité d'un réseau interopérable commercial ou d'agents. Sur tous les secteurs financiers, l'ouverture à la non-exclusivité semble possible. Il est possible que les banques recherchent l'exclusivité aux dépens des autres banques, mais la volonté de s'associer avec des caisses de crédit et les MFI n'en est pas moins forte. Outre la recherche de partenaires expérimentés dans les pratiques de communication, elles veulent des contrats et des accords reconnaissant la valeur apportée par les établissements financiers. Elles ne souhaitent peut-être pas assumer la tâche d'élaborer la technologie, mais elles n'en voudront pas moins être en mesure de la modéliser de sorte qu'elle soit effectivement au service de leur établissement. En d'autres termes, elles ne souhaitent pas de clauses de non-exclusivité lorsqu'il s'agit de construire un réseau commercial national, mais elles veulent l'interopérabilité qui permettra aux institutions financières de se souder en équipes en temps opportun.

Connexions et rôles d'un potentiel partenariat

Il existe une infinité de modèles de partenariat, notamment les partenariats entre institutions financières et opérateurs mobiles et les partenariats à trois avec des opérateurs mobiles et des agents indépendants agissant comme opérateurs cash-in cash-out pour le compte des banques. Lorsque vous considèrerez comment créer des relations productives en vue de solutions intégrées de banque mobile, efforcez-vous de penser au-delà des modèles classiques. Quoi d'autre serait possible ? La figure ci-dessous offre une vision des points de connexion existants et potentiels avec les services bancaires mobiles ainsi qu'une synthèse du rôle de chaque partenaire.

Points de connexion pour services bancaires mobiles



Les flèches bleues représentent les points de connexion requis. Les flèches jaunes représentent des connexions supplémentaires qu'il importerait de valoriser d'autant plus qu'elles permettraient de développer l'écosystème des services financiers mobiles et intégrés.

Les institutions financières proposent des comptes aux consommateurs ; ils proposent également des services de gestion, de surveillance, de règlement et de rapprochement de comptes ; de plus, ils définissent des règles, des limites et des exigences concernant les comptes mobiles. Les MFI ne sont toutefois pas autorisées, en vertu de leur réglementation, à proposer des comptes d'épargne ou à accepter des dépôts à Haïti, de sorte que l'une des exigences imposées à celles-ci est l'intégration entre le logiciel de gestion de leurs prêts et le système d'une banque ou d'une caisse de crédit traitant les transactions mobiles. En d'autres termes, une intégration sera requise pour tout modèle développant une fonction opérationnelle pour une MFI.

Les prestataires de plateforme de technologie mobile fournissent la solution technologique et l'interface répondant aux exigences commerciales et opérationnelles de l'établissement financier et assurant le type de gestion de compte requis par les accords de partenariat. Ces prestataires sont aussi potentiellement responsables des connexions aux opérateurs mobiles, aux systèmes de paiement et avec les autres fournisseurs indépendants de solutions. Au minimum, les institutions financières intégreront un ou plusieurs systèmes bancaires centraux sur une plateforme assurant la connexion entre une interface client et les informations du compte. Ceci permettra le traitement en temps réel et la transparence des informations du compte.

Opérateurs de réseau mobile : Les prestataires de services de comptes mobiles ne peuvent pas ignorer les avantages de la collaboration directe avec des opérateurs de réseau mobile (accès USSD, financement marketing et même levier politique). Du fait que la pénétration des smartphones à Haïti est encore très faible, plusieurs années peuvent s'écouler avant que ces applications ne deviennent l'interface client prédominante. Ceci signifie que la majorité des

comptes mobiles dépend de la messagerie SMS et des interfaces mobiles USSD accessibles par l'intermédiaire des téléphones numériques des clients. Au fur et à mesure de la pénétration des smartphones, la nécessité de portails d'opérateurs mobiles permettant l'accès USSD sera éclipsée par la nécessité d'applications mobiles pour smartphones et Internet, et la charge des données ou des connexions Internet reviendra aux clients.

Les partenariats avec les opérateurs mobiles peuvent être avantageux, tant en raison de leur expérience des solutions TCI que de leur expérience de la vente aux consommateurs et de la stratégie marketing. Le développement de produits indépendants des opérateurs est donc vivement recommandé. Du fait que l'utilisation des liquidités, des chèques et des cartes de crédit ne nécessite pas une plateforme particulière, la conception de solutions mobiles doit être étudiée de sorte à s'assurer un vaste degré d'acceptation sur le marché. Les comptes mobiles qui dépendent d'un opérateur spécifique seront proscrits d'emblée ; l'adoption sera suffisamment difficile sans que l'on restreigne les commerçants ou les consommateurs à un opérateur téléphonique spécifique. Les institutions et partenaires financiers doivent décourager l'exclusivité et encourager les solutions d'interopérabilité qui développeront une utilisation avantageuse pour tous.

Les réseaux commerciaux peuvent être créés en partant de zéro ou s'appuyer sur les réseaux existants pour multiplier les points de service sur lesquels les paiements mobiles sont acceptés. Une interface de base peut être nécessaire pour que les commerçants puissent prendre en charge les paiements mobiles. Le support d'applications mobiles, les systèmes de paiement des points de service ou tout autre mécanisme de traitement des paiements nécessitent une intégration avec le système central ou la plateforme mobile de l'institution financière, en fonction de celle qui assure le traitement des transactions en temps réel. Ces connexions nécessitent un support d'infrastructure au point de service du commerçant. Les commerçants ne sont pas contraints de décider entre Visa et MasterCard, ni même de recourir aux services d'une banque en particulier. Les solutions interopérables bénéficieront à tous les partenaires liés au secteur : la souplesse et la liberté de choix continueront d'impulser la concurrence et l'adoption plus rapide par l'utilisateur final.

Agences internationales de remise : Pour améliorer leurs revenus, beaucoup d'institutions financières agissent comme sites cash-out en vue de virements bancaires. Les MFI et caisses de crédit ont bien réussi à éviter les contrats d'exclusivité, ce qui leur permet de proposer des services multiples. Dès l'établissement de plateformes mobiles intégrées, les institutions financières peuvent commencer à rechercher d'autres services de virement bancaire. Avec l'intégration API (Application programming interface), beaucoup d'institutions de remise disposent désormais de partenariats permettant le traitement en temps réel des virements au moyen d'applications mobiles ou d'interfaces Internet, de sorte que des fonds véhiculés au moyen de services de virement sont déposés sur des comptes de l'établissement financier.

Les institutions financières qui continuent d'investir dans l'interopérabilité mobile devront envisager l'intégration du virement mobile en vue d'opportunités supplémentaires de revenus. De manière caractéristique, les institutions financières nécessiteront des ressources pour la gestion des comptes, le virement régulier de fonds à destination du partenaire et, le cas échéant, pour fournir un support TI aux fins d'intégration. Toutefois, si le système de l'établissement de remise est intégré directement avec la plateforme mobile, le prestataire de services de plateforme peut alors participer à la gestion de la relation et l'établissement financier ne doit être

responsable que du règlement des fonds, à supposer que la distribution reste numérique et dans les limites de l'écosystème mobile. L'union potentielle des remises et des comptes financiers pourrait constituer un tremplin vers l'accès des exclus du système bancaire aux services financiers de base.

Agents et réseaux cash-in/cash-out indépendants : Les opérateurs mobiles existants qui assurent des services de complément et autres services mobiles constituent d'excellents points cash-in/cash-out, mais les services ne nécessitant pas de guichet ne seront pas limités à ces seuls opérateurs et il conviendra que les agents indépendants ne soient pas contraints à des contrats d'exclusivité. Plus l'agent financier est en mesure de proposer des services, meilleure est l'éducation fournie aux utilisateurs finaux, créant ainsi davantage d'activité et élargissant les bénéfices.

Les agents de services mobiles complémentaires ne sont pas les seuls réseaux auxquels il convient de penser lors de l'expansion d'un réseau cash-in/cash-out. Bien que les liquidités soient toujours une dépendance, et qu'elles resteront vraisemblablement une nécessité pendant la lente période d'adoption de la monnaie numérique, les institutions financières incluront leurs succursales en tant que point de service pour les transactions cash-in/cash-out des titulaires de comptes mobiles. De plus, les entreprises (comme les pharmacies) qui collectent des liquidités pour des marchandises ou des services peuvent agir comme agents cash-out. Les réseaux plus importants qui ont besoin de liquidités seront naturellement des agents cash-in. L'objectif final des établissements financiers est de convertir les titulaires de comptes mobiles au traitement numérique. Ceci dit, initier la transition en préparant les gens à des opérations hors liquidités requiert un réseau robuste et étendu cash-in/cash-out.

Pour la prise en charge des agents cash-in/cash-out, une interface avec un agent physique devra être créée et intégrée dans le système central de traitement afin d'assurer le traitement des transactions en temps réel. L'intégration est également nécessaire pour que les institutions financières disposent d'une visibilité complète sur les opérations effectuées et pour qu'ils prennent en charge les règlements réguliers. Comme pour le réseau commercial, les coûts d'infrastructure et de ressources pourront être partagés si plusieurs institutions financières coopèrent entre elles à la construction ou au partage de points de service sur tout le pays. La commutation des paiements et le modèle d'intégration « plusieurs à un » pourraient tirer parti de l'expansion d'un réseau interopérable cash-in/cash-out ou d'un système indépendant de traitement des paiements.

En identifiant les besoins dans l'écosystème de liquidités, les institutions financières peuvent nouer des relations productives et mutuellement avantageuses avec des opérateurs de réseau mobile, des prestataires de services de technologie et des entreprises locales. Les réglementations nécessitent que tous les agents soient contrôlés par l'institution financière, et il conviendra de se montrer créatif pour décider des qualités qui font un bon agent. Pour les agents informels, la banque mobile peut offrir une opportunité de contribuer à la réglementation et à la formalisation d'un grand nombre de commerçants d'Haïti. Pour les entreprises formelles, c'est une chance d'améliorer les transactions commerciales et d'accroître la polyvalence et les volumes de transaction. Tout comme l'acceptation de la Carte Visa ou de la MasterCard représente un avantage, tout magasin acceptant les paiements mobiles peut ajouter de la valeur et de la variété et attirer certains consommateurs.

Étape 6 : Comprendre le marché de la consommation

Deux des obstacles opposés à tout service financier mobile sont la sensibilisation limitée du public concernant les produits et services bancaires mobiles et la non-satisfaction de la clientèle. Les utilisateurs nouveaux venus aux services bancaires mobiles, déjà incertains concernant le nouveau produit exploré, peuvent douter du partenariat d'une institution financière avec un réseau inconnu. (Citons à titre d'exemple Boom, qui s'est débattu lors de son partenariat avec Le Levier, ce dernier ne constituant ni un nom national, ni un réseau reconnu).

Peu de Haïtiens comprennent ce que signifie le stockage d'argent sur un appareil portable. En dépit des 800 000 numéros de portables enregistrant des comptes T-cash et TchoTcho, l'insatisfaction apparente du grand public ou son état de confusion concernant les solutions l'empêchent d'envisager un compte mobile comme une alternative viable aux espèces. Le manque de connaissance des commerçants est aggravé par le manque d'opportunité nécessaire sur le marché où se font la plupart des échanges.

Les institutions financières d'Haïti doivent comprendre leurs comportements et difficultés, ainsi que ce qui les aidera à attirer de nouveaux clients. En règle générale, peu d'institutions financières disposent d'outils ou de méthodes de mesure des comportements ou de satisfaction des clients. Un petit nombre utilisent des questionnaires et des enquêtes de satisfaction clients, mais ils ne disposent pas de stratégies claires d'acquisition de clientèle ni de recherches portant sur les analyses de marché en fonction desquelles prendre des décisions stratégiques d'investissement. Les institutions financières n'ont pas non plus d'outils d'évaluation de comportements sur appareils mobiles, vraisemblablement parce que les services mobiles sont toujours considérés comme à faible priorité.

Activité 6-1 : Évaluer la satisfaction de la clientèle et ses connaissances financières

L'enquête de satisfaction de clientèle de l'Annexe F a été conçue pour vous aider à comprendre les perceptions des clients et la meilleure façon de les fidéliser. En particulier, l'enquête vous aidera :

- À déterminer combien de vos clients ont entendu parler de la banque mobile et combien comprennent vraiment ce que c'est et quels sont ses avantages ; à identifier les avantages perçus qui rendent possible l'adaptation des produits et du marketing en vue du renforcement d'éléments familiers ; à identifier les difficultés et les facteurs d'aversion, ce qui permet de concevoir de meilleures solutions et des efforts plus ciblés en matière d'éducation des consommateurs; aidant ainsi votre institution à attirer de nouveaux clients.
- Comprendre les niveaux d'accès aux services financiers de base des consommateurs, ce en quoi consistent leurs connaissances financières et les comportements financiers actuels. à identifier les façons les plus répandues pour les utilisateurs de dépenser leur argent, notamment les raisons pour lesquelles ils épargnent ou dépensent, ce qui aidera votre établissement à modéliser les produits mobiles permettant de répondre aux besoins quotidiens ;
- À comprendre dans quelles circonstances les consommateurs pourraient essayer une solution de paiement mobile ; et

- À évaluer le niveau de confiance des consommateurs envers les produits actuels et les prestataires potentiels. Des questions détaillées de suivi sont incluses afin de déterminer d'où viennent ces perceptions et quelles méthodes de marketing seraient les plus efficaces pour atteindre le grand public dans différentes régions du pays.

L'enquête a été conçue comme un guide, et vous devez vous sentir libre de l'adapter aux besoins spécifiques à votre institution financière en matière d'étude de marché. Toute personne posant des questions à des clients devrait avoir une connaissance de base des services financiers mobiles, de sorte qu'elle puisse saisir l'opportunité d'éduquer les consommateurs à mesure que des questions sont soulevées au cours de l'enquête. L'éducation des consommateurs est particulièrement importante sur un marché comme celui d'Haïti sur lequel la monnaie et les services bancaires mobiles sont des concepts relativement nouveaux pour de nombreux utilisateurs. Les efforts d'évaluation des perceptions et des besoins du marché nécessiteront un effort parallèle d'éducation du public. Dans ce type de cas, beaucoup d'études portant sur l'utilisateur final incluent des éléments pédagogiques (par exemple, recueillir les observations de chacun en fonction de certains scénarios) dans le cadre des questionnaires.

Éducation du public haïtien aux services bancaires mobiles

Les institutions financières haïtiennes conviennent qu'il est nécessaire de sensibiliser le public et de créer un sentiment de confiance eu égard aux services bancaires mobiles, mais ils pensent que c'est la Banque de la République d'Haïti (ou l'administration en règle générale) qui devrait se charger des campagnes de sensibilisation. Les budgets limités et le peu d'autres ressources rendent également difficile d'organiser des campagnes à l'intention des consommateurs ; d'autres organisations pourraient également avoir à fournir un appui financier aux campagnes d'éducation ainsi que des recherches sur les consommateurs.

Bien que la Banque de la République d'Haïti cite la sensibilisation du public comme un effort nécessaire pour PRONAP, les établissements financiers doivent prendre davantage de responsabilités concernant la mise en place du savoir financier des consommateurs si elles souhaitent promouvoir l'adoption de services mobiles. Les prestataires de services de technologie et les institutions financières qui sont leurs partenaires doivent partager la responsabilité en matière d'éducation des utilisateurs.

Quand on leur a demandé quelles méthodes seraient les plus efficaces pour éduquer le public haïtien concernant les services financiers mobiles, les établissements financiers des zones rurales et urbaines ont convenu que la radio serait la meilleure méthode parce qu'elle touche la majorité de la population, qu'elle ne nécessite pas que l'on sache lire, qu'elle est moins chère que la télévision et qu'elle dépend moins de l'électricité, peu fiable dans la plus grande partie de Haïti. La deuxième méthode la plus citée est celle des campagnes populaires, comme celles utilisant des camions avec haut-parleurs ou la sensibilisation communautaire par le biais de leaders communautaires dignes de confiance.

Étape 7 : Rechercher et définir des stratégies commerciales

Les institutions financières haïtiennes ont identifié l'absence de solutions commerciales viables comme l'un des principaux obstacles à l'adoption de solutions mobiles de paiement. Pour elles, ce défi est aussi une occasion de multiplier les comptes bancaires mobiles par l'intermédiaire de comptes mobiles commerciaux. La création de solutions centrées sur le commerçant aidera à renforcer l'écosystème numérique global ; à encourager les alternatives au paiement en espèces pour les sociétés, les commerçants et les consommateurs et, ce qui est le plus important, à créer des données de transaction susceptibles d'audit concernant la façon dont l'argent est dépensé et

partagé dans tout Haïti afin d'identifier les chaînes de l'offre qu'il est possible d'utiliser en vue du développement de futures opportunités.

En comprenant mieux les problèmes commerciaux, les institutions financières peuvent diriger l'effort de développement de solutions mobiles qui faciliteront immédiatement l'acquisition de titulaires de comptes commerçants et indirectement l'acquisition de consommateurs de base pour les biens commerciaux correspondants. Cependant, les informations publiques relatives aux profils types de commerçants présents à Haïti sont rares. Les gros commerces comme les épiceries ont été les principaux partenaires de TchoTcho à l'occasion de son lancement, mais aujourd'hui ces mêmes commerçants sont souvent incapables d'aider les consommateurs désireux d'effectuer un achat avec le nouveau porte-monnaie Mon Cash.

Du fait du peu d'information disponibles concernant les perceptions actuelles des commerçants, le programme HMMI a recruté une société pour enquêter sur les petites entreprises dans tout le pays. Dans ce cadre, des représentants de 526 entreprises formelles (petites et moyennes, disposant d'une documentation formelle) et commerçants informels (petites, moyennes et micro-entreprises sans documentation formelle) ont été interrogés dans les 10 départements des zones rurales et urbaines. L'objectif consiste à identifier les difficultés, le niveau de sensibilisation actuelle en matière de technologie mobile et les perceptions relatives aux paiements électroniques. (Voir Appendice G pour les enquêtes).

En règle générale, les sentiments réfléchis par les dirigeants de ces petites entreprises sont les suivants :

- Les espèces demeurent la méthode préférée pour dépenser de l'argent et pour recevoir des paiements pour les biens et les services.
- Un grand nombre de commerçants ont entendu parler de la banque mobile, mais peu d'entre eux l'utilisent.
- Aucun n'a encore envisagé d'utiliser l'option P2P à fins commerciales.
- L'information concernant les comptes mobiles distribués aux commerçants ne suffit pas.
- Beaucoup ne comprennent pas encore la technologie ou ne lui font pas confiance.
- Ils préféreraient que ce soient les institutions financières qui proposent le service plutôt que les opérateurs mobiles.

Pour les institutions financières souhaitant développer des stratégies commerciales et des solutions de produit afin d'intensifier l'utilisation de solutions mobiles, les observations pertinentes des enquêtes peuvent être trouvées dans le rapport « Haiti Mobile Money Merchant Survey Results » et sont résumées dans l'Annexe H.¹⁰ Cependant, cette information doit être considérée *uniquement à titre de point de départ*, afin d'aider à modéliser une recherche spécifique qui garantisse que les produits et solutions de votre institution financière en matière de conception, axés sur la demande, répondent aux besoins de vos marchés cibles.

L'importance du développement de produits commerciaux est essentielle à l'amélioration des études de marché concernant l'utilisation qu'en font les consommateurs et les opportunités de revenus. Comprendre ce qui pousse un commerçant à vouloir une solution mobile contribuera à

¹⁰Pour obtenir une version intégrale du rapport, avec des données de réponse et des observations supplémentaires, suivez le [lien](#).

déterminer ce qui fera d'eux des utilisateurs satisfaits et actifs. Des commerçants motivés feront des consommateurs heureux, et l'écosystème pourra se développer en conséquence. La résolution des difficultés commerciales opérationnelles au moyen de solutions de compte mobile revient à mettre en place un scénario gagnant-gagnant.

Étape 8 : Définir les exigences commerciales et les cas d'usage

Cette étape aide les institutions financières non techniques à exposer, à haut niveau, leurs exigences concernant les services financiers mobiles. Les prestataires de services de technologie reposeront sur un plan commercial et sur certaines conditions requises pour les guider dans leur démarche de création de cas d'utilisation par le consommateur final, dans la conception des produits et dans la rédaction des documents de spécification. Dans cette étape, vous commencerez à transformer les enseignements recueillis par votre institution financière au cours des étapes 1 à 7 en un ensemble tangible et exploitable d'objectifs commerciaux. C'est une autre opportunité de pensée proactive. Alors que vous travaillez à ces activités, ne vous sentez pas limité aux solutions existant sur le marché. Pensez aux besoins futurs vraisemblables de la population d'Haïti et à la façon dont la technologie pourrait l'aider à vaincre les difficultés et les obstacles.

Le processus de mise en place d'exigences élevées pour les services financiers mobiles se répartit en trois activités principales — définir la stratégie d'intégration mobile et les exigences commerciales (Activité 8-1), développer des « cas d'utilisation » (Activité 8-2), définir des caractéristiques spécifiques de produit (Activité 8-3) — et deux activités visant à clarifier des problématiques portant sur le caractère opérationnel et commercial des solutions (Activité 8-4). Une fois les étapes 1 à 8 menées à bonne exécution, la charge définitive doit être définie dans les plus grands détails.

Activité 8-1 : Définir (ou examiner) la stratégie d'intégration mobile

Les exigences font partie de la stratégie générale d'intégration mobile qui inclut un plan commercial comprenant :

- Une documentation justifiant les investissements dans le service concerné ;
- Une liste de charges d'investissement afin de préparer l'intégration mobile, avec un budget esquissé à partir de « l'Outil d'analyse des coûts d'interopérabilité » (voir Étape 2)
- Une liste de partenaires potentiels susceptibles de contribuer au développement technologique ou à l'expansion d'un réseau ;
- Le commerçant et le consommateur auxquels s'adresser (en fonction des observations de l'enquête de en annexe H) ; et
- Une approche de mise en marché.
- Conditions commerciales et de produits requises qui sont tirées de l'ensemble des variables (dont beaucoup ont été explicitées au cours des étapes précédentes) et qui motivent le passage à une solution d'intégration mobile

Une fois exposée la stratégie, l'institution financière et les partenaires concernés devront s'entendre sur les conditions, les principales exigences commerciales et le cahier des charges définitif concernant le produit en question. Par exemple, le produit peut être associé à une offre de base (compte de base pour stocker des fonds), avec des services supplémentaires du type

comptes commerçants, comptes de prêts et comptes de salaires.¹¹ Une fois que les parties se sont entendues sur les informations relatives à l'expérience et aux caractéristiques du consommateur, il est possible de commencer à concevoir et élaborer un modèle. Les étapes finales consisteront en un examen mutuel du plan de projet, qui inclura le plan d'intégration, les exigences de sécurité ainsi que toutes les annexes opérationnelles. Les gestionnaires de programme et de produit devront gérer le projet pendant toute la durée du cycle de développement et jusqu'à ce qu'il ait été mené à bonne fin.

Activité 8-2 : Développer des cas d'utilisation pour services financiers mobiles

Un nouveau défi est à relever par les institutions financières : la nécessité de définir des « cas d'utilisation » pour les produits mobiles recherchés. Peu d'établissements financiers ont jamais conçu leurs propres produits ; beaucoup recyclent les idées d'autres institutions financières ou proposent des produits de base existant en Haïti depuis plusieurs décennies. La création de services mobiles accessibles nécessite que l'on remette en question la façon dont les choses sont faites et que l'on définisse de nouvelles caractéristiques pour mieux servir les établissements et leurs clients. Les premiers cas d'utilisation aideront à diriger les discussions concernant les partenariats et contribueront à modéliser les caractéristiques demandées des produits.

C'est lors du développement de cas d'utilisation qu'il convient de se confronter aux principaux obstacles opposés aux consommateurs, aux commerçants et aux autres parties prenantes. Aux fins de l'éducation des consommateurs et du marketing, il importe de s'en tenir à des scénarios simples et faciles à comprendre. Chaque cas d'utilisation inclura plusieurs éléments spécifiques esquissés au Tableau 2. L'Annexe I présente un échantillon de scénarios de cas d'utilisation.

Tableau 2. Utiliser les éléments des cas

Élément principal	Exemples
<i>Acteurs principaux</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Consommateur • Agents d'une institution financière • Administrateurs de prêts mobiles • Commerçants • Autres personnes participant à une transaction donnée
<i>Systèmes et applications impliqués</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Applications mobiles pour consommateur, commerçant ou agents • Système de traitement de base de la transaction • Système de base de l'établissement financier ou interface en nuage cloud • Portail de l'opérateur mobile • Tous les systèmes partenaires participant au transfert d'informations
<i>Chronologie de base des actions</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Flux d'enregistrement de la consommation • Flux d'enregistrement commercial • Cash-in • Cash-out • Versement de prêt mobile • Remboursement de prêt mobile • Paiement de factures

¹¹Chaque caractéristique peut nécessiter la mise en œuvre de partenariats qui lui soient propres, en fonction des accords et des technologies impliqués. Il est parfois préférable de commencer avec un ou deux partenaires clés en vue de lancer le produit, et d'introduire d'autres caractéristiques et types de compte après le lancement initial.

- Salaires ou versements volumineux
- Traitement des paiements commerciaux
- Virements P2P
- Virement personne-société
- Virement interbancaire
- Virement intrabancaire

Activité 8-3 : Définir les caractéristiques du produit

Au fur et à mesure que les cas d'utilisation évoluent, les caractéristiques de produit et les éléments participants de leur conception seront de plus en plus spécifiques. Les fonctionnalités qui répondent aux besoins spécifiques de la clientèle seront essentielles à la distinction entre produits financiers mobiles sur le marché. Par exemple, les caractéristiques privilégiées dans les zones rurales peuvent être centrées sur les produits et les prêts agricoles, les comptes simples, la garantie de connexions stables et la facilité d'utilisation. Dans les zones urbaines, les besoins peuvent être davantage concentrés sur les demandes du marché, de fortes capacités de production de rapports et une interopérabilité améliorée avec les systèmes de back-end. La tendance croissante à l'utilisation de smartphones signifie qu'il est possible de développer des applications plus sophistiquées, caractérisées par une moindre dépendance vis-à-vis des opérateurs de réseau mobile concernant les connexions USSD.

Le tableau 3 présente une liste des applications et des caractéristiques qui pourraient être demandées, en fonction du type d'utilisateur.

Tableau 3. Matrice des conditions requises concernant le produit-échantillon

	Utilisateur	Commerçants informels	Commerçants formels	Agent indépendant	Entreprise	Établissement financier
Application pour smartphone (comme Android ou iOS)	◆	◆	◆	◆		
Notifications et alertes par SMS	◆	◆	◆	◆		
Interface USSD interactive pour téléphone numérique	◆	◆	◆	◆		
Indépendant par rapport à l'opérateur	◆	◆	◆	◆		
Application en ligne			◆	◆	◆	◆
Système de point de service			◆	◆	◆	◆
Accès à un compte en ligne			◆	◆	◆	◆
Notifications et alertes par email			◆	◆	◆	◆
Connexion sécurisée	◆	◆	◆	◆	◆	◆
Texte simple et support linguistique (créole, français, anglais, espagnol)	◆	◆	◆	◆	◆	◆
Vérification de solde	◆	◆	◆	◆	◆	◆
Historique de transaction	◆	◆	◆	◆	◆	◆
Virements domestiques P2P	◆	◆	◆	◆		◆
Opérations cash-in/cash-out de l'établissement financier	◆	◆	◆	◆	◆	◆
Opérations cash-in/cash-out sur le réseau d'agents indépendants	◆	◆	◆	◆	◆	◆
Versement et remboursement de prêt mobile	◆	◆	◆			◆
Capacité d'initier un paiement à destination d'un commerçant	◆				◆	◆
Capacité d'approuver un paiement à destination d'un commerçant	◆				◆	◆

	Utilisateur	Commerçants informels	Commerçants formels	Agent indépendant	Entreprise	Établissement financier
Paiement de factures de services publics/frais mensuels	◆	◆	◆	◆	◆	◆
Dépôt direct					◆	◆
Relevés mensuels			◆	◆	◆	◆
Contrôle de transaction avec des alertes en temps réel			◆	◆		◆
Capacité de réclamer un paiement à un client		◆	◆	◆		◆
Capacité de recevoir et d'approuver le paiement d'un client		◆	◆	◆		◆
Gestion de contacts de clientèle			◆	◆	◆	◆
Davantage de transactions autorisées par jour/mois		◆	◆	◆	◆	◆
Différents modèles de prix visant à inciter à l'utilisation	◆	◆	◆	◆	◆	◆
Demande de paiement			◆	◆		◆
Traitement du paiement			◆	◆		◆
Suivi de revenu/déclarations fiscales/commerciales			◆	◆	◆	◆
Quittances accessibles	◆	◆	◆	◆	◆	◆
Capacité d'adresser des demandes à des établissements financiers			◆	◆	◆	
Capacité de traiter des conseils pour l'industrie des services (restaurants, salons de coiffure)			◆			
Gestion des salaires					◆	◆
Versements de masse					◆	◆
Versements de prêts						◆
Contrôle de la fraude						◆
Capacité de bloquer, suspendre, fermer des comptes						◆
Accès à l'utilisateur, gestion utilisateur						◆

Cette liste illustrative est considérée comme point de départ et certaines caractéristiques peuvent être lancées en différentes phases. Chaque caractéristique sera associée à une documentation claire concernant son fonctionnement, exposée en termes simples à l'intention des utilisateurs et des équipes de soutien, de même qu'à une documentation opérationnelle et à des plans d'urgence pour les pannes de système ou de connexion.

Activité 8-4 : Expliciter les éléments des solutions opérationnelles et commerciales

L'appui opérationnel au programme et à sa conception est tout aussi important que la conception du produit.

Éléments opérationnels

Tandis que des solutions seront développées, des opérations seront également mises en œuvre à l'appui des besoins commerciaux :

- Envisager de constituer des partenariats stratégiques avec des commerçants acceptant les paiements en espèces pour les biens et services afin de rendre possible l'offre de services cash-in/cash-out ;
- Mise en œuvre de programmes substantiels de formation pour les commerçants, agents et consommateurs ;

- Fournir une aide continue à la clientèle, à l'intention des consommateurs et des commerçants des succursales ou des centres d'appel ;
- Préalablement à tout lancement pilote, des accords de niveau de service de qualité supérieure seront conclus avec des commerçants et des prestataires de solutions et seront mis à l'épreuve afin de garantir le suivi rigoureux des procédures.
- Créer et tester des plans d'urgence afin de préparer l'entreprise à atténuer l'impact d'éventuelles pannes sur les utilisateurs.

Éléments concernant des solutions commerciales

Ce paragraphe décrit les éléments correspondant à deux solutions commerciales existantes — P2P et point de vente. Votre institution financière devra enquêter sur la clientèle commerciale actuelle et potentielle afin d'affiner votre compréhension de ses besoins et des conditions incontournables permettant de mettre les services à leur disposition.

Paiements informels P2P

Le service mobile le plus important dans le cadre d'une adoption précoce est une solution informelle P2P à l'intention des commerçants. Un modèle P2P simple peut immédiatement utiliser des technologies existantes pour supporter des transactions informelles déjà existantes partout en Haïti. Le P2P devrait être aussi commode que les espèces.

Des mini porte-monnaie et des porte-monnaie complets peuvent également être utilisés pour les transactions P2P informelles (les mini porte-monnaie ne nécessitent pas de numéro de pièce d'identité, mais leurs limites sont inférieures à celles des porte-monnaie complets).

Théoriquement, il serait avantageux pour le commerçant que l'on relève une trace d'au moins une sorte de pièce d'identité et qu'on établisse un compte formel auprès de l'institution financière, car et cela encouragerait la conformité bancaire ; cependant, ceci ne permettra pas d'acquérir des clients. L'approche privilégiée consiste à échelonner les commerçants dans des comptes formels ; la « bancarisation » lente des commerçants devrait entraîner l'accumulation d'épargne et de services de prêt aux commerçants tout en améliorant l'état de leurs connaissances financières. Cela permettra également à recueillir des données concernant les utilisateurs, informations qui pourront être intégrées dans une base de données centrale (rendue accessible par la Banque de la République d'Haïti), à l'appui des contrôles de crédit ou de réglementations commerciales. C'est le chemin de l'accès aux services financiers de base. Il aide les petits commerçants à développer leur activité et à accéder à des services financiers dont ils continueront de disposer tout au long de leur parcours. Plus nombreux seront les commerçants qui rejoindront l'écosystème et plus la visibilité des paiements mobiles sera accessible aux utilisateurs ordinaires, et plus les consommateurs désireront disposer de leurs propres comptes mobiles. Cette solution se concentrera sur la technologie mobile et créera une interface simple permettant aux commerçants d'accepter les paiements de marchandises et de services. Idéalement, le produit devrait permettre un paiement dans n'importe quelle monnaie locale (gourde, dollar ou euro), et la conversion devrait faire partie intégrante du produit.

L'objectif de la solution commerciale informelle consiste à autoriser le traitement électronique de petites transactions plutôt que d'utiliser de l'argent liquide. Tout comme la technologie appliquée par T-cash et Boom, des commandes USSD longues pour téléphones GSM peuvent être utilisées pour envoyer des commandes textuelles entre un téléphone mobile et une

application sur le réseau. Les commerçants pourraient disposer de commandes à codes numériques dédiées, comme celles utilisées par les réseaux de carte de débit Visa et MasterCard. Différents codes pourraient être émis pour différents opérateurs, bien qu'une configuration idéale fournirait un code numérique unique pour chaque commerçant, quel que soit l'opérateur. Une telle solution pourrait nécessiter l'engagement de CONATEL afin de garantir l'interopérabilité entre les fournisseurs de réseaux. Ainsi, il serait souhaitable qu'un consommateur dans la rue puisse converser avec un commerçant, négocier un prix et envoyer un message textuel indiquant le montant ainsi que le code du commerçant pour activer le paiement. Le commerçant recevrait un message ou une interface USSD, permettant au commerçant d'accepter ou de refuser le paiement.

Les fonctionnalités extravagantes ne sont pas nécessaires dans une solution commerciale informelle. De nombreuses transactions ont une valeur minimale et, par conséquent, présentent moins de risques. Quoi qu'il en soit, le soutien à la clientèle doit toujours être disponible pour aider les consommateurs et les commerçants dont les transactions ont échoué ou comportent des erreurs spécifiques. La sécurité doit être également considérée soigneusement, car la compréhension technologique générale d'un utilisateur est probablement limitée. De la même façon que pour tous les produits financiers, un équilibre doit être respecté entre sécurité et utilité. Si l'objectif consiste à remplacer de petites transactions en espèces par des transactions numériques, les restrictions et limites initiales doivent être identiques aux espèces, autant que possible.

Solutions de points de vente pour les commerçants formels et les grandes entreprises

Les grandes entreprises (comme les stations-service, les quincailleries et les épicerie) nécessiteront une solution de point de vente plus sophistiquée. Les terminaux fournis pour les réseaux de cartes se sont avérés être difficiles à utiliser, même pour les grands commerçants, et les sociétés de technologie mobile feraient bien de ne pas oublier ces défaillances. Il faudrait soit investir largement dans la stabilité Internet et dans une infrastructure TIC sur le site du commerçant, soit trouver une autre méthode de communication.

En ce qui concerne les solutions de moindre importance technologique ne nécessitant pas d'intégrations complexes, Transversal a créé des solutions personnalisées à coupons. L'intégration est l'objectif, mais une combinaison de méthodes papier pour l'utilisateur final et des systèmes en ligne plus sophistiqués pour les commerçants peut représenter une bonne façon de lancer une approche graduelle, par étapes, vers la mise en place de transactions entièrement numériques. HaitiPay a fait d'énormes progrès vers la complétion d'une opération via une solution commerçant-consommateur indépendante d'Internet et de tout opérateur spécifique. Doter un commerçant d'un système point de vente Lajan Cash coûte environ 1 500 USD. Pour les établissements qui souhaitent développer leur propre technologie, les solutions USSD peuvent être développées avec le même aspect et la même convivialité qu'une application de téléphone intelligent. Des applications réelles pour téléphone intelligent peuvent être utilisées pour des applications améliorées exploitant une connexion de données à Internet. Dans de nombreux magasins, les connexions Wi-Fi ou Internet utilisées pour les terminaux de cartes des points de vente peuvent être exploitées pour les applications Web. Quelle que soit l'approche, les plans d'urgence doivent être également fiables et faciles à utiliser, et la solution doit être efficace et aussi stable que possible afin de minimiser les expériences utilisateur négatives.

Les solutions intégrées offrent davantage de méthodes pour desservir les entreprises par le biais de services mobiles. Les rapports en temps réel permettent une meilleure gestion de la trésorerie et des règlements entre le commerçant et l'institution financière. Par exemple, il est possible qu'un commerçant formel doive imprimer les transactions de la journée afin d'équilibrer sa trésorerie. Puisque les rapports en temps réel sont essentiels, l'application doit avoir une ligne directe vers les serveurs. C'est pourquoi les solutions intégrées représentent la méthode idéale.

Un règlement quotidien doit être pris en charge, et les institutions financières doivent être dotés du personnel capable de contrôler les comptes régulièrement. Le plus grand obstacle pour les commerçants formels est de les motiver à recevoir des paiements mobiles. L'argent liquide restant l'option la moins onéreuse, il est probable que les adeptes précoces soient des sites disposant d'une large quantité d'argent liquide ou ceux qui utilisent déjà des cartes de crédit, mais sont à la recherche d'une solution plus rentable. Sans un réseau de cartes entre le commerçant et la banque, le service mobile devrait offrir davantage de bénéfices pour chaque partie. Les coûts pour les commerçants doivent être suffisamment bas pour que la solution soit rentable, mais suffisamment élevés pour que les banques et les prestataires de services technologiques puissent percevoir des revenus pour couvrir les dépenses et bénéficier d'un retour sur investissement.

Aucune solution ne sera jamais adaptée à une seule personne, et les obstacles rencontrés par Haïti, à savoir l'illettrisme, les faibles connaissances technologiques, la médiocrité des infrastructures, la connectivité Internet limitée et divers types d'entreprises, ajoutent aux difficultés. Certains utilisateurs préféreront les applications pour smartphones, alors que d'autres favoriseront des téléphones plus simples ou une messagerie textuelle. Dans certaines zones rurales, les consommateurs ayant un accès limité aux institutions financières sont plus encouragés à payer pour des services que leurs homologues urbains qui bénéficient d'un plus grand nombre d'options de services financiers. Il vous appartiendra à vous, institution financière offrant la solution, de connaître les populations ciblées et les besoins des consommateurs et des commerçants, et de vous préparer à personnaliser des solutions qui assureront au client une excellente expérience dans le cadre d'un modèle bancaire sans succursale.

Étape 9 : Militer et plaider en faveur de la réforme de la réglementation

La réglementation est le composant essentiel d'un écosystème sécurisé pour les services financiers mobiles, notamment ceux régissant les institutions financières. À Haïti, le manque de réglementation et la vitesse à laquelle les modifications sont exécutées ont freiné la croissance et le potentiel de la monnaie mobile. Sans un cadre réglementaire adéquat, les développements et investissements à long terme dans des solutions mobiles, interopérables ou dans les règlements en devise électronique représentent un risque pour les institutions haïtiennes. Toutefois, aucune réforme ne pourra être mise en place sans une participation importante de la part des institutions financières pour mener les actions appropriées. C'est la raison pour laquelle il est important que les institutions financières continuent de développer des solutions mobiles, et que ces solutions *incitent à des actions de plaidoyer pour toute réforme législative*. Ce n'est qu'alors que les institutions financières et leurs partenaires pourront développer un écosystème qui pourra concurrencer l'argent liquide.

Cette « étape » finale se distingue des autres huit étapes par le fait que les efforts de plaidoyer doivent être constants. La section démarre par des informations dont la communication vous

permettra d'approfondir votre compréhension des besoins et du statut réglementaire concernant les services bancaires mobiles de Haïti (Activité 9-1), puis de présenter des recommandations spécifiques pouvant être appliquées dans le travail de plaidoyer (Activité 9-2). L'ensemble du contenu est conçu pour permettre à votre institution financière de se préparer à défendre les réformes réglementaires qui répondront aux besoins des prestataires et des consommateurs de services bancaires mobiles.

Activité 9-1 : Comprendre le statut de la réglementation en matière de services bancaires mobiles à Haïti

Le développement de services financiers mobiles et du traitement en temps réel des transactions électroniques dépend des réglementations et lois applicables, mais jusqu'à présent en Haïti, une législation insuffisante a entravé les efforts de développement des solutions financières mobiles. La réforme réglementaire de 2010 a été conçue pour soutenir TchoTcho et T-cash, deux produits conçus par des opérateurs mobiles, tous deux considérés comme des portefeuilles mobiles. La réforme a abordé la question de la banque à distance avec une modification prenant en charge les agents traitant les dépôts et les retraits pour le compte des banques ; elle a mis au clair la question de l'acceptabilité des mini-portefeuilles qui ne demandent pas d'informations KYC pour l'enregistrement des comptes ; et elle a ajouté des restrictions sur les totaux des portefeuilles mobiles et les volumes des transactions afin de minimiser la fraude. Toutefois, les nouvelles politiques n'ont pas été au-delà des « portefeuilles » en intégrant des réformes portant sur les services bancaires ou la protection du traitement des paiements électroniques.

Au cours des cinq années qui ont suivi l'introduction de la monnaie mobile, la Banque de la République d'Haïti n'a pas abordé certaines questions clés. Bien que la législation spécifique régissant les services bancaires mobiles ne soit pas nécessaire (elle relève des réglementations régissant les services bancaires courants et les coopératives), la loi relative à la gouvernance électronique attend toujours d'être votée au Sénat. En plus d'accepter des signatures électroniques pour les coopératives de crédit et autres institutions financières, la loi adresse les réglementations de contrôle et de surveillance des systèmes de paiements. Les lois actuelles ne protègent pas suffisamment les consommateurs et les institutions financières contre les pirates et autres violations de données. Aucune loi n'existe régissant la sécurité des données ; pire, les violations de données ne sont pas illégales, pas plus que les preuves numériques ne sont valides aux yeux de la loi.

La législation relative à la gouvernance électronique n'est pas claire quant à l'organisme responsable de la surveillance des nouvelles réglementations. De nombreuses institutions financières sont convaincues que CONATEL devrait être davantage impliqué dans la réglementation des services bancaires mobiles, mais en réalité, sa seule tâche consiste à réglementer les prestataires de services de télécommunications Natcom et Digicel. Les établissements financiers considèrent CONATEL comme étant plus expérimenté que la Banque de la République d'Haïti en termes de technologie, et par conséquent plus à même de contribuer à l'élaboration d'une gouvernance en matière de sécurité des données et de monnaie mobile. Toutefois, il est nécessaire de ne pas brouiller les responsabilités. CONATEL pourrait se voir reconnaître une plus grande autorité dans la réglementation et l'application des passerelles ouvertes USSD utilisées pour transmettre les informations, mais cela ne revient pas à donner au régulateur des services de télécommunications une quelconque autorité sur les systèmes financiers, le traitement des transactions et les fonds des consommateurs.

Bref, les institutions financières souhaiteraient voir davantage de coopération entre la Banque de la République d'Haïti et CONATEL afin de définir avec précision les responsabilités concernant la monnaie mobile. Par exemple, Digicel accorde des minutes en prime pour chaque dépôt d'argent dans Mon Cash, et certains s'inquiètent de ce que cela pourrait créer de la valeur au-delà du rapport 1:1 entre la devise papier et la monnaie électronique. CONATEL n'a pas le pouvoir d'interférer d'une manière ou d'une autre, et cela laisse des zones d'ombre, sans aucune loi permettant de soutenir ou de remettre en cause la manière dont les opérateurs mobiles gèrent les devises électroniques.

S'agissant des lois et autres réglementations, la culture haïtienne semble soutenir une attitude attentiste qui consiste à attendre qu'un problème surgisse pour le résoudre après coup. Cette situation pourrait entraîner des risques pour les services financiers numériques, car l'incapacité de créer un cadre approprié pourrait provoquer ultérieurement des risques graves. D'autre part, une utilisation faible ne justifie pas le temps et l'attention apportés par les régulateurs et qui seraient nécessaires pour réexaminer et revoir les règles régissant les services financiers mobiles. La section suivante fournit aux établissements financiers des recommandations spécifiques utiles pour l'appel en faveur de réglementations devant soutenir la croissance d'un modèle d'interopérabilité.¹² La réforme ne concerne pas seulement la réforme de la gouvernance électronique nationale ; elle nécessite également un examen honnête sur la manière d'appliquer les directives actuelles en matière de services bancaires et définissant les exigences KYC, les politiques en matière de blanchiment d'argent et d'autres mesures de sécurité opérationnelles qui minimisent le risque pour les consommateurs et les institutions financières et pour les services financiers mobiles et l'écosystème en pleine expansion.

Activité 9-2 : Examiner les réglementations existantes et envisager des recommandations politiques

Caisses populaires et institutions de micro-finance

Les caisses populaires et les MFI jouent un rôle intermédiaire important, en fournissant un accès aux services financiers et au micro-crédit pour les personnes à revenus modestes (qui seraient autrement rejetées par les banques) et pour tous situés en dehors de Port-au-Prince. Pourtant, un grand nombre d'entre eux opèrent sans contrôle. Les réglementations pour les caisses populaires sont désuètes, avec des normes qui les différencient des banques. Les IMF ne sont pas réglementées, malgré leur forte présence et des services inclusifs dans tout le pays. Les IMF attendent depuis longtemps l'adoption de directives permettant de différencier les structures qui peuvent accepter les dépôts de celles qui ne le peuvent pas.

Les institutions financières réglementées permettent à la Banque de la République d'Haïti de surveiller la stabilité de l'équilibre économique national, et seuls les établissements réglementés sont autorisés à proposer des comptes épargnes et autres services similaires. L'exclusion des caisses populaires et des IMF limitent considérablement leur potentiel à mettre rapidement de l'argent mobile à disposition des communautés rurales difficiles d'accès. Il serait peu perspicace d'exclure les institutions financières plus petites sous prétexte qu'elles ne peuvent pas respecter les normes plus rigoureuses stipulées pour les banques, tout en leur refusant dans le même temps l'accès aux réglementations qui pourraient leur permettre de mettre en place les politiques

¹² Le choix du responsable chargé de l'exécution des recommandations dépendra de l'établissement financier, du projet donateur ou de l'institution publique haïtienne (le cas échéant), et de la phase de développement.

nécessaires au respect de ces mêmes normes. Les lois relatives aux caisses populaires et aux IMF doivent être modernisées afin de refléter les services offerts et de fournir un cadre réglementaire précis. Dans l'intervalle, aucune raison technique ne les empêche de proposer des services monétaires mobiles ou de créer des produits permettant d'accéder aux informations via les applications mobiles.

Recommandations en matière de politiques et de plaidoyer pour les IMF et les caisses populaires

La politique de soutien du secteur des IMF et des caisses populaires prendra en charge directement la croissance des comptes mobiles. En 2012, le Fond Monétaire International a recommandé que les IMF et les caisses populaires jouent un rôle égal dans l'élaboration d'étapes stratégiques réalisables pour les changements de leurs réglementations et supervision, comme suit :*

- Établir des exigences en matière de rapports qui soient appropriées à la taille de chaque caisse populaire afin de disposer d'une meilleure transparence de l'information sur l'ensemble du secteur.
- Établir un cadre réglementaire pour les IMF afin de distinguer les établissements acceptant les dépôts de ceux qui ne les acceptent pas, avec des dispositions relatives à une responsabilité commune.
- Développer de nouveaux plans d'action pour élargir la collecte et améliorer la qualité des informations financières.
- Effectuer une étude afin de déterminer les options permettant de promouvoir la consolidation des petites caisses populaires, de diminuer les coûts d'exploitation et d'élargir leur gamme de services.
- Sélectionner les caisses populaires et les IMF pour qu'elles participent au système de paiement, comme le registre de crédit.

L'accès et la transparence des informations sur l'ensemble des secteurs représentent un obstacle considérable. Sans exigence rigoureuse de la Banque de la République d'Haïti, aucun établissement ne souhaite être le premier à fournir volontairement des informations sur la santé de leur institution ou des portefeuilles clients.

** Haïti : Haïti: 2012 Article Consultation and Fifth Review under the Extended Credit Facility (e-book), 2013, International Monetary Fund: Western Hemisphere Department, p.8. [Consultation d'article et cinquième révision dans le cadre de la Facilité Élargie de Crédit 2012 (livre électronique), 2013, Fond Monétaire International : Western Hemisphere Department, p.8.]*

Le secteur bancaire

Les banques sont fondamentales pour le développement économique d'Haïti, mais le système doit être réformé. Une loi bancaire récente a accordé en mai 2012 à la Banque de la République d'Haïti l'autorité de réglementer et de surveiller de nouvelles catégories d'institutions financières, notamment des sociétés de placement, des entreprises d'affacturation, des sociétés de cartes de crédit, des institutions fiduciaires et des institutions de financement du développement. La loi renforce la responsabilité de la Banque de la République d'Haïti pour intervenir directement auprès des banques en difficulté ou en situation potentielle de crise. Elle offre également une protection améliorée aux contrôleurs de banque qui assurent leurs fonctions.

De nouvelles circulaires ont été présentées en 2012, exigeant des banques et des caisses populaires qu'elles mettent en place des programmes de conformité et de lutte contre le blanchiment d'argent — ce qui représente une considération importante pour évaluer les solutions bancaires mobiles nationales et internationales. Les transferts électroniques permettent

des transactions en temps réel demandant des éléments déclencheurs de fraude plus prudents ainsi qu'un contrôle du volume et de la vitesse des transactions. Les circulaires relatives à la conformité en matière de fraude et de contrôle commercial pour les contrôles de systèmes et transactions électroniques doivent être prises en compte dans les modifications réglementaires. Enfin, un obstacle clé pour les banques commerciales au cours de l'octroi de prêts est le manque de protection des droits des crédateurs.¹³

¹³ *Haiti: 2012 Article Consultation and Fifth Review under the Extended Credit Facility (e-book)*, 2013, International Monetary Fund: Western Hemisphere Department, p.8. [*Haiti : Consultation d'article et cinquième révision dans le cadre de la Facilité Élargie de Crédit 2012* (livre électronique), 2013, Fond Monétaire International : Western Hemisphere Department, p.8.]

Recommandations en matière de politiques et de plaidoyer pour les banques et les services bancaires mobiles

Les recommandations du rapport émis par le Fonds Monétaire International en 2012 sont toujours en vigueur, car celles-ci n'ont pas encore été traitées :*

- Poursuivre la mise en place de nouvelles lois bancaires recommandées dans le cadre du Programme d'Évaluation du Secteur Financier de la Banque Mondiale ;
- Établir un registre de crédit pour fournir une base de données centralisée pour le secteur financier ;
- Améliorer le traitement du risque de la fonction de surveillance des banques ;
- Mettre à niveau l'infrastructure TI pour une collecte de données automatisée, permettant ainsi de meilleures statistiques d'analyse des risques ;
- Continuer à stimuler la concurrence dans le système bancaire.

En tant que principaux organismes financiers réglementés, les banques définissent des normes pour les nouvelles méthodologies et montrent l'exemple aux autres établissements financiers. Elles fournissent également la plupart des données KYC à la Banque de la République d'Haïti. Ces informations devraient être suffisantes au lancement de la base de données de crédit, que toutes les institutions financières pourraient exploiter. Les banques doivent collaborer à la création de solutions interopérables prévoyant un meilleur partage des informations avec la Banque de la République d'Haïti et entre elles, renforçant la protection et stimulant l'innovation dans tout le secteur financier. Lorsque les banques mèneront de telles initiatives, les institutions financières de plus petite taille suivront le mouvement, comme mandaté par la Banque de la République d'Haïti.

Au-delà de la mise à jour des dispositions légales en matière de services bancaires standards, des modifications spécifiques sont encore requises dans ce domaine :

- Pour les comptes de banque mobile, une identification unique, validée par les services publics, doit être la norme exigée. De nombreux établissements financiers pensent que cette norme devrait être la Carte d'identification Nationale (CIN), qui a récemment été délivrée à tous les Haïtiens âgés de 18 ans et sur laquelle figure la photo de la personne ainsi que l'empreinte de son pouce. Au fil du temps, la CIN sera probablement le type d'identification le plus standard.
- Tandis que les comptes mobiles se développent, une base de données centralisée de titulaires de comptes mobiles doit être créée, identique à un registre de crédit, pour surveiller les comportements des consommateurs dans l'ensemble des établissements financiers.
- L'interopérabilité doit être appliquée pour soutenir les modèles dirigés par les banques sans monopole et autoriser la non-exclusivité parmi les prestataires et les opérateurs indépendants.
- Les régulateurs doivent officialiser l'organisme qui mettra en vigueur la législation comme elle s'applique aux opérateurs mobiles, aux prestataires technologiques et aux institutions financières proposant des services financiers mobiles.
- Les directives de gouvernance électronique relatives aux autorisations de règlement électronique pour les paiements commerciaux et autres paiements mobiles doivent être votées par le Sénat, et plus important encore, partagées avec le secteur des institutions financières et les autres sociétés qui seront directement affectés.

* *Haiti: 2012 Article Consultation and Fifth Review under the Extended Credit Facility* (e-book), 2013, International Monetary Fund: Western Hemisphere Department, p.14. [*Haïti : Consultation d'article et cinquième révision dans le cadre de la Facilité Élargie de Crédit 2012* (livre électronique), 2013, Fond Monétaire International : Western Hemisphere Department, p.14.]

La réforme réglementaire ne peut pas attendre l'adoption massive de solutions financières mobiles. Les organismes de gouvernance doivent tenir compte de la réalité selon laquelle les

solutions technologiques commencent à définir les services financiers à l'échelle internationale. D'incroyables opportunités économiques bénéficieront aux agences gouvernementales, aux institutions financières, aux grandes entreprises, aux commerçants formels et informels et aux consommateurs une fois que la technologie sera reconnue, adoptée et partagée. Les changements doivent démarrer quelque part, mais si l'accès aux services financiers de base est réellement l'objectif d'Haïti, alors, le secteur financier et le gouvernement doivent stimuler les changements qu'ils souhaitent en transformant les comptes en comptes mobiles, les institutions financières en établissements à distance et les transactions en transactions numériques.

III. RECOMMANDATIONS POUR LES SERVICES FINANCIERS MOBILES D'HAÏTI

La voie à suivre peut sembler décourageante, en particulier si les institutions financières se sentent responsables du développement des solutions de comptes mobiles de type bancaire. Toutefois, l'obstacle relatif à la mise en place est la responsabilité de nombreuses personnes. Les individus et les groupes peuvent prendre de petites mesures concrètes pour faire progresser Haïti dans l'intérêt de tous. Un sommaire des recommandations est présenté ci-dessous. Certaines d'entre elles sont générales, et s'appliquent au secteur entier, alors que d'autres s'appliquent aux conditions propres aux banques, aux caisses populaires et aux IMF.

Recommandation 1 : Inclure le renforcement des TIC dans les stratégies à court terme

Les institutions financières doivent investir dans des systèmes de base capables d'intégration. Les organisations qui renforcent leurs réseaux et infrastructures dans le court terme seront plus concurrentielles une fois que l'interopérabilité deviendra une option, car elles auront alors posé les bases des solutions futures. Elles doivent rechercher de meilleures connexions dédiées et des partenaires du secteur mobile ayant des atouts complémentaires.

Recommandation 2 : Développer de meilleures solutions de prêts mobiles

Les institutions financières doivent introduire des comptes autorisant les prêts mobiles et le versement des prêts. Les programmes de prêts sont très prisés à Haïti, non seulement dans les zones urbaines, où de nombreuses options existent déjà, mais en particulier dans les régions éloignées du pays, dans lesquelles l'accès aux services financiers est plus difficile. Grâce à leur collaboration, les banques, les caisses populaires et les IMF peuvent aider à servir les personnes défavorisées et à répondre à la question de l'accès aux services financiers de base d'une nouvelle manière tout en bénéficiant de taux d'intérêt élevés.

Recommandation 3 : Développer les services des commerçants

Les institutions financières réglementées devraient développer des comptes commerçants formels pour servir une clientèle différente : un écosystème de monnaie mobile en expansion sera plus solide avec de nouveaux clients et de nouveaux cas d'utilisation. Les clients ont besoin de nouvelles façons d'utiliser l'argent liquide qu'ils stockent électroniquement. Sans un solide réseau commerçant, l'adoption massive d'un modèle mobile sans espèces n'est pas possible.

Le service mobile est préférable aux autres options électroniques actuellement disponibles sur le marché. Une solution mobile plus intéressante pour les commerçants signifie plus de transactions et une perception plus stable de la part des consommateurs de monnaie mobile. Une solution mobile plus fiable et abordable pourrait déboucher sur plus de clients commerciaux et de nouvelles sources de revenus.

Recommandation 4 : Construire un produit et un processus adaptés aux besoins de l'institution financière

Les institutions financières ne doivent pas s'attendre à une solution innovante. Les prestataires de services technologiques sont des experts dans le domaine des technologies, et pas dans celui des services bancaires, et les institutions financières ne doivent pas dépendre entièrement des développeurs de produits. Elles doivent être impliquées dans la conception et la mise en place d'une offre de service répondant à leurs besoins et à ceux de leurs clients. Elles doivent être des collaborateurs actifs dans l'identification des besoins des clients, des lacunes des produits, et des inefficacités opérationnelles pouvant être améliorées au moyen de solutions mobiles.

Dans les banques d'aujourd'hui, il existe de nombreuses procédures exécutées sur support papier qui bénéficieraient du traitement électronique et des processus d'automatisation, une fois la gouvernance électronique autorisée, mais l'engagement de l'institution financière ne doit pas s'arrêter à l'octroi de licence et au contrôle. Une approche descendante qui inclut la formation proactive des employés garantira que tous les employés sont impliqués et solidaires du produit qu'ils vendent.

Les produits doivent être adaptés afin de mieux satisfaire aux besoins opérationnels des institutions, avec du temps dédié spécifiquement à la définition des exigences de rapports et de plans d'urgence, et des processus manuels minimisés et des efforts de travail automatisés dans la mesure du possible. Les aspects opérationnels liés au soutien des comptes mobiles quotidiens devraient être distincts du processus de développement du produit. Si trop de processus sont manuels, simplifiez le produit ou créez une solution automatisée. Les processus doivent être évolutifs.

Recommandation 5 : Préparer une équipe dédiée

Au moment du lancement d'un produit mobile, veillez à ce qu'une équipe dédiée soit présente dans l'institution financière et ses succursales afin d'assurer la surveillance des risques, le contrôle de la conformité, le soutien technique et le soutien financier. Les produits monétaires mobiles proposent de nouvelles opérations et procédures et les règlements et réconciliations nécessiteront une équipe de gestionnaires des comptes et l'ajout de personnel au fur et à mesure de l'augmentation du volume des transactions. La redondance et le transfert d'apprentissage sont également importants, même lorsque le programme est restreint, parce qu'elles préparent l'entreprise aux changements d'échelles à venir.

Recommandation 6 : Comprendre des modèles interopérables dans les stratégies à long terme

Les institutions bien financées jouissent d'une bonne position, leur donnant plus de chance pour être les premiers à commercialiser de nouveaux produits et solutions, et ils peuvent donc se permettre d'attendre des résultats positifs. Elles peuvent également se permettre des volumes de transactions faibles et des coûts d'exploitation élevés dès le début, en l'attente d'une adoption massive des produits et services. En se concentrant sur les transactions à haut volume, les coûts seront ultérieurement réduits. Alors que l'écosystème se renforce et que les clients commencent à apporter leur confiance aux services, un plus grand nombre de technologies mobiles peuvent être introduites. Cela crée un scénario où se rendre dans l'institution financière devient l'exception plutôt que la règle.

L'accent doit être mis sur les stratégies à long terme visant à construire un modèle de réseau interopérable. La planification des investissements doit commencer à définir le modèle approprié de réseau et l'organisation des objectifs à plus court terme afin de renforcer les connaissances technologiques, d'améliorer les infrastructures et de stabiliser les connexions Internet. Une fois investis, les institutions financières doivent proposer une solution complète : ils doivent être prêts à prendre en charge 50 pour cent de la responsabilité pour les investissements, la commercialisation, l'éducation et l'exécution afin de garantir le succès du produit.

Recommandation 7 : Former les types adéquats des partenariats

Sélectionner les partenaires appropriés nécessite une connaissance approfondie de la mission et des responsabilités de chaque partenaire. Il est important d'instaurer la confiance entre les partenaires afin de veiller à ce que tous soient investis dans la même vision à long terme. Le fait que tous les partenaires ne seront pas immédiatement rentables nécessitera une certaine prise en charge afin d'assurer la survie et la réussite ultime de tout produit.

Les banques doivent rechercher des compagnies plus importantes afin de soutenir les services de paie dans des comptes mobiles et de grandes entreprises formelles qui deviendront les sites de cash-out. Les nouveaux partenariats parmi les caisses populaires doivent être encouragés à participer au renforcement de l'ensemble du réseau. Les *IMF* doivent rechercher les programmes de parrainage de prêts internationaux qui associent les prêts haïtiens aux versements de fonds pour les paiements ou les nantissements.

Les partenariats entre les IMF, les caisses populaires et les banques stimuleront une interopérabilité plus solide. Les coentreprises permettront de réduire le fardeau financier des institutions financières et d'augmenter le niveau de l'expertise et du partage des connaissances pour aider à résoudre les problèmes.

Recommandation 8 : Plaider en faveur de l'égalité réglementaire

Si la Banque de la République d'Haïti souhaite sérieusement réaliser des services bancaires mobiles interopérables en vue d'assurer l'accès aux services financiers de base, alors cet accès doit commencer à l'intérieur du secteur financier. Les IMF peuvent jouer un rôle important en développant l'accès aux services et produits monétaires mobiles, étant donné leur vaste portée, en particulier parmi les clients défavorisés. Toutefois, les interdictions réglementaires actuelles concernant l'offre directe de solutions mobiles compliquent leur capacité à desservir le marché avec efficacité.

Les institutions financières doivent collaborer afin d'exprimer leurs besoins sur le marché des solutions mobiles et d'y répondre. Exprimez-vous, plaidez et exercez des pressions comme entité unifiée pour les besoins du secteur financier mobile.

IV. CONCLUSION : LE TEMPS DE LA « COOPERATION »

Haïti est sur la voie des services bancaires mobiles interopérables, mais le secteur financier doit encore expliciter la manière de faire progresser le pays. Les institutions financières doivent plaider en faveur des solutions et des modèles qu'ils pensent être nécessaires. Il est nécessaire de réfléchir davantage à la façon dont les espèces circulent et à la manière dont les services de liquidités peuvent être convertis en monnaie numérique. Pour surmonter les obstacles réglementaires, les institutions financières doivent penser au-delà des conditions mises en place

par les réglementations et soutenir l'élan derrière les innovations qui inciteront la Banque de la République d'Haïti à améliorer lesdites réglementations. Elles doivent créer le changement qu'elles souhaitent apporter dans le monde en proposant de meilleures solutions aux consommateurs, institutions financières, régulateurs et organismes gouvernementaux surveillant les programmes. Des partenariats plus solides en collaboration favoriseront l'apparition d'idées plus innovantes. Au cours de l'étape initiale de la monnaie mobile, la « coopération » - association entre *coopération* et *compétition* entre les entités du secteur financier - sera nécessaire jusqu'à ce que plus de consommateurs aient adopté les technologies bancaires mobiles les plus récentes.

Les modèles d'intégration qui stimulent l'interopérabilité nationale représentent le meilleur moyen de promouvoir l'utilisation de masse dans tout Haïti. En outre, la création de nouvelles variétés de solutions mobiles, en particulier les prêts mobiles et les meilleures solutions de paiement des commerçants, répondra aux besoins des vrais consommateurs et présentera les solutions mobiles comme une nette amélioration sur l'argent liquide. Le partage des informations dans le secteur financier doit se poursuivre afin de permettre à chacun de s'impliquer et de commencer à développer des stratégies uniques qui feront passer les services financiers haïtiens dans l'ère moderne des services bancaires mobiles.

ANNEXE A. QUESTIONS DE RECHERCHE CONCERNANT L' INSTITUTIONS FINANCIERES

Questions d'introduction

1. Avez-vous envisagé l'introduction d'un élément des services bancaires mobiles dans le cadre de vos offres de services financiers ? (Oui ou non, si oui, jusqu'où ont été vos recherches ?)

Si vous disposez d'un service mobile, pourquoi avez-vous choisi ce partenaire/cette méthode ? Comment cela se passe-t-il ?

Quels sont les obstacles auxquels vous êtes confrontés ? Vous permet-il d'améliorer votre efficacité ? Est-il à la hauteur de vos attentes ? Quelle a été l'étape cruciale ? Quelles étaient vos attentes et quelles sont-elles maintenant ?

Quantifier les attentes.

2. Considérez-vous la banque mobile comme :
 - a) un moyen de développer un réseau (cash in - cash out) ?
 - b) une chance de vendre davantage de vos produits (par ex., davantage de prêts et d'épargne) ?
 - c) un moyen de rester attrayant et compétitif par rapport à un autre établissement financier ?
 - d) Autre

Questions principales pour une conversation approfondie :

3. Avez-vous envisagé d'effectuer un investissement dans la banque mobile de la même manière que vous investiriez dans une nouvelle succursale dans laquelle vous récupéreriez le coût de la succursale en augmentant le nombre de prêts et de services rentables ?

Les questions suivantes seront présentées sous forme de tableur pendant ou après l'entretien

a. Quelle est la raison derrière l'ouverture d'une nouvelle succursale ?

b. Qu'est-ce qui motive la décision avant toute autre chose ?

- a) Quel est le coût de construction d'une nouvelle branche ?
 - i. Coûts d'investissement ponctuels : Construction, bail, matériaux, nouveaux ordinateurs, générateur, batteries, mobilier
 - b) Quel est le coût d'exploitation continu d'une nouvelle succursale ?
 - i. Salaires des employés, électricité, Internet, téléphones, sécurité
 - c) Quels sont les délais de construction d'une nouvelle succursale ?
4. Quelle est votre marge de médiation financière nette moyenne (estimation) entre votre revenu (portefeuille de prêt, relevés bancaires, bénéfice de change) et votre coût de financement (taux d'intérêt sur un compte d'épargne payé, investissement) ?
 5. Connaissez-vous le montant dont vous auriez besoin pour de nouveaux prêts afin de justifier la construction d'une nouvelle succursale ?

- a) Quels sont les autres facteurs (monétaires) financiers qui influent sur la décision d'ouvrir une nouvelle succursale ?
6. Quel est le coût actuel de votre logiciel bancaire de base ?
- Frais de licence ?
 - Coûts mensuels ?
 - Soutien TI annuel ?
 - Coûts de soutien opérationnel supplémentaire ?
- Si vous utilisez un logiciel bancaire de base :
- Avez-vous considéré les coûts avec votre fournisseur de logiciel bancaire de base ?
 - Quel serait le coût de création d'une interface pour votre logiciel bancaire de base (comme offrir un programme de carte ou tout autre service) ?
7. Votre institution financière comprend-elle un membre du personnel qui fournit un soutien TI pour votre technologie bancaire de base ou le prestataire de service bancaire le fournit-il ?

Questions potentielles supplémentaires :

8. Quels sont les autres obstacles technologiques qui vous empêchent de mettre en place les services bancaires mobiles ?
9. Préféreriez-vous une solution intégrée à votre solution bancaire, ou une solution séparée ?
10. Accepteriez-vous une solution bancaire nécessitant une connexion Internet ?
11. Si vous avez mis en place des services bancaires mobiles, investiriez-vous dans une nouvelle ressource dédiée à la gestion du programme ?

Si l'établissement financier a envisagé des solutions mobiles avant :

Quel type de services et fonctions client ajouteriez-vous à votre solution bancaire mobile ?

- Compte épargne
- Gestion de prêt/crédit
- Paiement de factures
- Solution des commerçants
- Paie
- Dépôt de chèques
- Gestion/relevé de compte
- Application smartphone

De quel type de service avez-vous besoin (en tant qu'établissement financier) pour gérer votre service bancaire mobile ?

- Interface de rapports
- Notifications et alertes client
- Prise en charge du soutien client
- Services des cartes
- Interface du compte client

Préféreriez-vous une plateforme personnalisée et conçue pour votre institution financière ? Ou préféreriez-vous acheter une plateforme existante déjà adaptée à votre institution financière ?

ANNEXE B. AVANTAGES DE LA MISE EN PLACE DE L'ARGENT MOBILE EN HAÏTI

Prêts mobiles

Les banques, les caisses populaires et les IMF proposent des prêts qui, si mobiles, offrent des avantages financiers et opérationnels pour tous les établissements. Imaginons que de nouveaux agents de prêts mobiles puissent atteindre des clients de la région et proposer des micro-prêts par le biais de la technologie mobile sans points de service physiques. Les technologies de prêts interopérables existent déjà et pourraient être intégrées au logiciel bancaire pour prendre en charge l'enregistrement numérique et le traitement des décisions de prêt.

Les banques et les caisses populaires ayant des programmes de prêts et d'épargne établis bénéficieraient grandement de ce type de service. Les banques avec des succursales de micro-finance bénéficieraient de relations de travail et de modèles de règlement. Les banques peuvent utiliser un modèle bancaire pour atteindre plus de clients au-delà des points de service existants. Les coopératives de crédit bénéficieraient de solides programmes de prêts touchant les communautés rurales pour fournir éducation et formation en vue de stimuler les connaissances financières. Les coopératives de crédit avec des programmes de prêts pédagogiques et agricoles pourraient jouer un rôle pilote en introduisant une solution mobile sur de solides marchés afin de découvrir les meilleures pratiques avant de passer à l'échelle nationale.

Pour les IMF, les partenariats avec des banques ou des caisses populaires sont nécessaires afin de permettre le versement de prêts mobiles et (ce qui est plus important) le repaiement mobile. Des comptes mobiles peuvent recevoir les fonds, que les clients peuvent alors utiliser pour investir dans de petites entreprises. Si les consommateurs reçoivent des paiements pour les services ou les virements mobiles vers leurs comptes mobiles, le remboursement du prêt pourrait être électronique, éliminant le besoin de se rendre dans une succursale et avec l'avantage d'un règlement en temps réel entre l'IMF et sa caisse populaire ou banque partenaire. Les services de prêts mobiles intégrés permettraient aux IMF de proposer des produits de marque exploitant leurs noms et la confiance au sein des communautés.

Pour plus de détails sur les exigences relatives au modèle d'intégration et aux stratégies des prêts mobiles soutenant ces services, consultez les Étapes 3 et 4.

Convertir les virements de fonds en bénéfiques de taux de change et épargne

Une autre façon pour les banques, les caisses populaires et les IMF d'attirer de nouveaux clients dans le secteur « bancaire » est d'offrir des services de virement de fonds. Proposer des services de virement de fonds permet aux institutions financières de recevoir des sources de revenus supplémentaires de la part de l'agence chargée du versement et au moyen d'une éventuelle conversion interne d'une somme en USD en une somme HTG avec majoration de change.

Les modèles de virements de fonds mobiles internationaux offrent également des opportunités de génération de revenus ; en supposant un solide réseau commercial à distance, ils suppriment également la nécessité de paiements en espèces dans les succursales. Les modèles pourraient également permettre la conversion de devises avec des comptes mobiles à deux devises, en automatisant complètement les pratiques existantes, en réduisant les coûts d'exploitation et en

maximalisant les retours sur investissement. Alors que la marge bénéficiaire pourrait être réduite selon les modèles de services mobiles du fait que les prestataires technologiques prélèvent une portion des frais de virement, le coût par transaction pour l'institution financière est inférieur à celui des opérations en personne, et le volume des transactions devrait augmenter au fur et à mesure que le nombre de clients se convertissant aux comptes mobiles augmente.

Avec plus de 2 milliards USD en virements de fonds internationaux envoyés à Haïti en 2014, les virements mobiles liés aux comptes mobiles existants dans des institutions financières prendraient en charge des virements supplémentaires pour des remboursements de prêts, des paiements hypothécaires et des produits d'épargne qui permettraient aux transferts transfrontaliers d'être dirigés vers des services financiers rentables pour les consommateurs qui n'ont pas de justificatif de solvabilité ou de revenu. L'augmentation des flux de liquidités dans les comptes mobiles permettrait de stimuler les épargnes de portefeuille et de créer des opportunités d'investissement de revenus à court terme pour l'institution financière.

Minimiser la congestion des succursales avec la banque à distance

La congestion des succursales est un problème courant pour les banques et les caisses populaires, en particulier dans des zones urbaines très peuplées. Les banques et les caisses populaires recherchent des solutions qui minimisent le nombre de clients se rendant dans les succursales pour effectuer de petits dépôts et retraits. Ces petites transactions sont coûteuses pour la succursale et créent de longues files d'attente qui entravent le service client. Par conséquent, un solide avantage identifié par tous les établissements financiers développe des modèles bancaires à distance. Cela pourrait être accompli par le biais de comptes mobiles hébergés par les institutions financières, avec des besoins transactionnels et en liquidités pris en charge par des opérateurs de services bancaires de détail sans succursale pouvant accepter des dépôts ou effectuer des retraits pour le compte du prestataire de services. Réduire le nombre de transactions en succursales permettrait de remplacer le reste des liquidités par des transactions de plus grande valeur et de libérer les employés afin qu'ils puissent aider les clients au moyen de services allant au-delà des dépôts ou des retraits.

Dans le cadre de stratégies à plus long terme, les institutions peuvent chercher à développer leur empreinte à l'échelle nationale en investissant dans une solution initiale, ponctuelle et en embauchant du personnel supplémentaire dans chaque région pour faciliter l'assistance à la clientèle. Construire des succursales dans tout le pays coûterait trop cher, mais la création de petits réseaux sans succursale permettrait d'engendrer des bénéfices plus importants et d'augmenter la probabilité d'instaurer une forte confiance au sein des communautés desservies.

Consultez l'Étape 4 pour les coûts d'exploitation et les coûts initiaux d'un plan de ressources et d'un modèle d'agence sans succursale.

Les entreprises formelles proposent des services cash-out

Les institutions financières doivent être stratégiques en engageant des entreprises spécifiques avec de fortes liquidités (comme les stations-service, les quincailleries, les épiceries ou même les « lottos » de rue extrêmement populaires) comme agents de cash-out. Les retraits d'espèces comportent habituellement moins de risques que les dépôts, puisque l'agent offrant les espèces assume la responsabilité de déboursier les fonds sur la base du solde de compte du

consommateur. La collaboration avec des agents distribuant les fonds pour le compte de l'institution financière minimise le risque de sécurité de l'entreprise et l'obligation de transporter les espèces et profite aux banques en minimisant la demande en succursale pour les retraits d'espèces.

Cela constitue une amélioration par rapport aux cash-outs des guichets automatiques. Pour les nouveaux consommateurs avec des cartes de débit ou de crédit, les guichets automatiques ne peuvent pas répondre aux besoins de ceux qui souhaitent effectuer de très petits retraits ou des retraits d'un montant exact nécessitant des pièces ou de petites coupures. Les guichets automatiques haïtiens distribuent uniquement des billets de 1 000 HTG (18 USD), une valeur trop élevée pour la majorité de la population. L'investissement dans le développement de guichets automatiques est moins rentable que le développement d'un réseau d'agents.

En outre, les titulaires de cartes de débit et de chèques recherchent déjà le remboursement d'achats auprès de grands commerçants. Ces types de comportements naturels peuvent être inclus dans la conception d'une solution mobile, permettant des retraits et des opérations de remise en petites coupures dans des entreprises formelles d'Haïti. Comme pour les opérations de remise en argent des cartes de débit, les consommateurs peuvent demander un montant supérieur au prix d'achat et recevoir la différence en petites coupures, en un seul échange avec un commerçant.

Comptes commerçants pour soutenir les paiements mobiles

En plus de renforcer les points de service de cash-out dans des entreprises formelles, les institutions financières doivent se concentrer sur la création de solutions pour les commerçants informels et semi-formels. Les institutions réglementées peuvent offrir des comptes commerciaux ou de petite entreprise avec les mêmes exigences KYC que les comptes mobiles actuels, mais avec des limites et des vitesses différentes pour soutenir le volume élevé et les petits paiements et transactions habituels pour ces commerçants. Un grand nombre de coopératives de crédit se situent à l'intérieur ou à proximité des marchés dans lesquels l'établissement de ces relations avec les commerçants locaux pourrait être essentiel pour la création d'un écosystème financier mobile bien équilibré dans une communauté spécifique.

Services de paie

Indirectement, les banques et les caisses populaires peuvent acquérir davantage de titulaires de comptes et d'épargnes d'employés de la part de grandes corporations et d'entreprises formelles. Les entreprises formelles ont besoin de paie électronique dans les comptes mobiles pour minimiser les coûts et automatiser les processus de paie. Les établissements financiers profitent de ces partenariats lorsque les employeurs paient numériquement les employés sur des portefeuilles mobiles sur lesquels les fonds sont stockés comme épargnes jusqu'à ce qu'ils soient dépensés. Établir les solutions de paie augmenterait le nombre d'utilisateurs essayant des produits mobiles et encouragerait les consommateurs à utiliser de l'argent électronique pour les transactions. Alors que les utilisateurs se familiarisent avec leurs comptes mobiles, un plus grand nombre d'entre eux laisseront des fonds dans ces comptes comme épargne, améliorant ainsi les portefeuilles des établissements financiers.

Applications smartphone pour les consommateurs plus aisés

Les banques ciblent habituellement les classes moyenne et supérieure, et ont commencé à présenter des sites Web et des applications de banque en ligne. Dans un pays où les téléphones sont plus courants que les ordinateurs, la tendance est aux applications mobiles, mais la construction d'un écosystème mobile solide nécessite l'inclusion de consommateurs de différentes catégories économiques. Les applications pour smartphones peuvent mieux refléter les services bancaires en ligne et sont plus facilement accessibles pour les clients. La création de solutions d'applications mobiles compétitives en libre-service sera particulièrement importante lorsque les réglementations en matière de gouvernance électronique commenceront à soutenir davantage d'options de service, comme l'autorisation électronique des virements et des inscriptions mobiles. Les Haïtiens pourront, à terme, profiter du paiement mobile récurrent des factures, de l'encaissement mobile des chèques et d'autres fonctions avancées sur compte comme les assurances et les prêts, qui représentent tous des solutions efficaces dans les pays développés.

Construire une base de données de transactions et de crédit

Développer de nouvelles solutions et de nouveaux comptes intégrés avec un logiciel pour services bancaires de base permet à un établissement financier de mieux suivre les habitudes de paiement et les comportements des clients existants. Au fil du temps, les données relatives aux modèles de flux d'argent peuvent être utilisées pour évaluer la solvabilité d'un client. Par le biais de l'intégration, les caisses populaires et les IMF peuvent partager leurs données avec la Banque de la République d'Haïti qui peut établir un système de crédit centralisé à partager dans tous les établissements financiers. Les IMF espèrent que les plateformes mobiles et les capacités de génération de rapports leur permettront de satisfaire aux exigences de la Banque de la République d'Haïti de devenir des entités réglementées pouvant fournir des produits d'épargne. Les solutions intégrées permettront une meilleure transparence de transactions au sein des réseaux d'IMF et des établissements financiers. Les transferts de fonds et les comptes épargnes peuvent être utilisés pour déterminer les sources de fonds utilisés pour les remboursements de prêts. Les données des comptes commerçants avec des historiques importants d'opérations pourraient être mieux analysées pour les prêts commerciaux. Il existe des possibilités illimitées d'exploiter ces données électroniques pour lutter contre la pauvreté et aborder la question de l'accès aux services financiers de base.

ANNEXE C. OBSTACLES A LA MISE EN PLACE DE L'ARGENT MOBILE A HAÏTI

La réussite limitée des services existants a laissé les institutions financières incertaines quant aux investissements

Les produits sur le marché n'ont pas été complètement efficaces, entraînant des retards d'investissements dans les solutions mobiles pour de nombreuses institutions financières. En moyenne, l'ouverture d'une nouvelle succursale permettra à une institution financière de récupérer l'investissement initial et d'obtenir un rendement dans un délai de trois et cinq ans. La banque mobile existe depuis cinq ans, mais les modèles de paiements actuels ne promettent aucun retour sur investissement. Les coûts initiaux de développement technologique, les ressources humaines et les coûts de marketing peuvent être décourageants, en particulier s'il n'est pas possible de garantir la réussite. Les institutions financières souhaitent des justifications précises sur comment et quand leurs investissements seront profitables.

Les caisses populaires concentrent leurs investissements sur les produits et les services qui profitent à leurs membres. Il est peu probable que d'importants investissements technologiques soient la priorité d'une caisse populaire, et il est plus probable qu'ils soient identifiés et gérés par Le Levier ou l'Association Nationale des Caisses Populaires Haïtiennes pour le compte des caisses populaires. Une caisse populaire réglementée pourrait proposer ses propres services, mais uniquement avec un fardeau financier extrême en proposant les coûts initiaux de développement technologique, de soutien et entretien des technologies d'information et de marketing. Pour cette raison, les modèles de réseau ou les modèles d'intégration de licence commune conviennent parfaitement aux caisses populaires d'Haïti.

Pour les IMF, les solutions actuelles sont trop chères. Aucun des investissements actuels ne porte sur des produits institutionnels. La charge de travail à déployer pour la prise en charge des versements mobiles dans le contexte des IMF est manuelle, et le coût n'est pas justifié par un rendement sur les produits financiers.

Améliorations du cadre réglementaire et juridique requises pour protéger les banques et les consommateurs

Proposer de nouveaux services comme ceux mis en relief en Annexe B (Avantages) est risqué en l'absence de directives plus claires de la Banque de la République d'Haïti afin de mieux mettre en œuvre les transactions électroniques et la prise en charge des règlements électroniques en devises en temps réel entre les institutions. Beaucoup d'institutions préféreraient remettre à plus tard les investissements dans des solutions mobiles et attendre que les réglementations et les directives de conformité soient mieux définies pour ces produits futurs. L'argent mobile est déjà perçu comme manquant de contrôle. L'absence d'une réglementation rigoureuse, doublée d'exigences assouplies concernant la KYC, diminuent encore la capacité des banques de proposer des limites et des volumes de transactions qui sont à la hauteur des comptes courants et d'épargne réguliers.

En outre, toutes les banques n'approuvent pas le modèle de mini porte-monnaie anonyme comportant des exigences KYC assouplies. Bien que les mini porte-monnaie soient reconnus comme un élément important permettant l'accès aux services financiers de base par des

personnes sans identifiants administratifs, certaines banques interrogées ont déclaré qu'elles seraient plus à l'aise de continuer d'appliquer la politique des deux justificatifs d'identité en dépit des obstacles que cela représente pour beaucoup de consommateurs et de commerçants.

Les soucis de réglementation constituent un obstacle important et fondé à la progression de solutions mobiles. Pour plus d'informations concernant l'état des réglementations haïtiennes appliquées aux institutions financières et aux services bancaires mobiles, se reporter à l'Étape 9.

Partenariats durables

Les institutions financières hésitent un tant soit peu à adapter des solutions impliquant une aussi forte dépendance par rapport à des partenaires nouveaux. Tout nouvel accord de partenariat comporte potentiellement un facteur de risque pour l'entreprise et pourrait (de manière positive ou négative) influencer la confiance que le consommateur pourrait avoir dans la marque représentée par une institution financière. Les services bancaires standards ne dépendent pas étroitement de partenariats impliquant une seconde ou une tierce partie au service des clients, mais les solutions mobiles nécessitent la participation de nombreux acteurs différents, chacun d'eux avec des responsabilités très spécifiques et importantes.

Les partenariats conclus par les banques sont sélectifs, car il a fallu à beaucoup d'entre elles plusieurs décennies pour gagner la confiance du marché. Elles ne peuvent pas conclure des accords à la légère avec des prestataires de services de technologie ne présentant pas des états de service prouvés. De même, les caisses de crédit ont laissé entendre qu'elles ne voulaient pas risquer leur réputation sur la réussite d'un simple produit.

Les IMF jouent un rôle essentiel à la question de l'accès aux services financiers de base. Le secteur de la microfinance représente un gros avantage dans la réponse aux besoins de la population mal desservie. Cependant, les IMF ne sont pas engagées comme partenaires égaux du fait qu'elles ne sont pas réglementées. Elles ne sont devenues partenaires des opérateurs mobiles que pour ce qui concerne les technologies existantes qui ne prennent pas en charge les inefficacités opérationnelles créées pour le secteur des IMF. Les partenaires technologiques doivent développer des actions d'intégration opérationnelle au service des opérations quotidiennes des IMF proposant un produit à base mobile. Les partenariats reposent sur la confiance et sur l'alignement des missions. Les institutions financières qui investissent sur le long terme veulent être sûres que les partenariats et les prestataires de services de technologie proposant la solution maintiendront leur engagement sur le projet, le produit et la mission.

Infrastructure et gestion informatique requises pour les caisses populaires

Les solutions des caisses populaires seraient moins avancées pour ce qui concerne la technologie. Beaucoup d'institutions ont des logiciels bancaires dépassés qui sont incapables de prendre en charge l'intégration avec les plateformes monétaires mobiles existantes. Investir dans de nouvelles solutions de base est coûteux, mais une solution partagée permettrait de répartir les charges sur un réseau plus étendu, ce qui minimiserait le coût pour chaque caisse de crédit individuelle. Un investissement supplémentaire est nécessaire pour recruter de nouveaux membres du personnel spécialisés dans les TI. Le souhait de vouloir faire rentrer les caisses populaires dans l'ère moderne des technologies bancaires comporte une incroyable charge financière ainsi qu'une courbe d'apprentissage pour tous les employés.

Une extension rapide pourrait avoir pour effet que des caisses populaires de petite taille avec des ressources limitées ne seraient pas en mesure de suivre et contrôler le programme qu'elles sponsorisent. Normalement, les caisses populaires préfèrent une croissance lente et régulière ; les projections à grande échelle sont source de préoccupation au sein de l'organisation. La croissance rapide des caisses populaires nécessiterait aussi des solutions interconnectées pour les succursales à l'échelle nationale. Même dans le réseau Le Levier, seul un nombre limité de systèmes de caisses de crédit sont en interconnexion. Un manque de transparence, dans toutes les succursales, rend très difficiles la gestion et l'implantation des programmes.

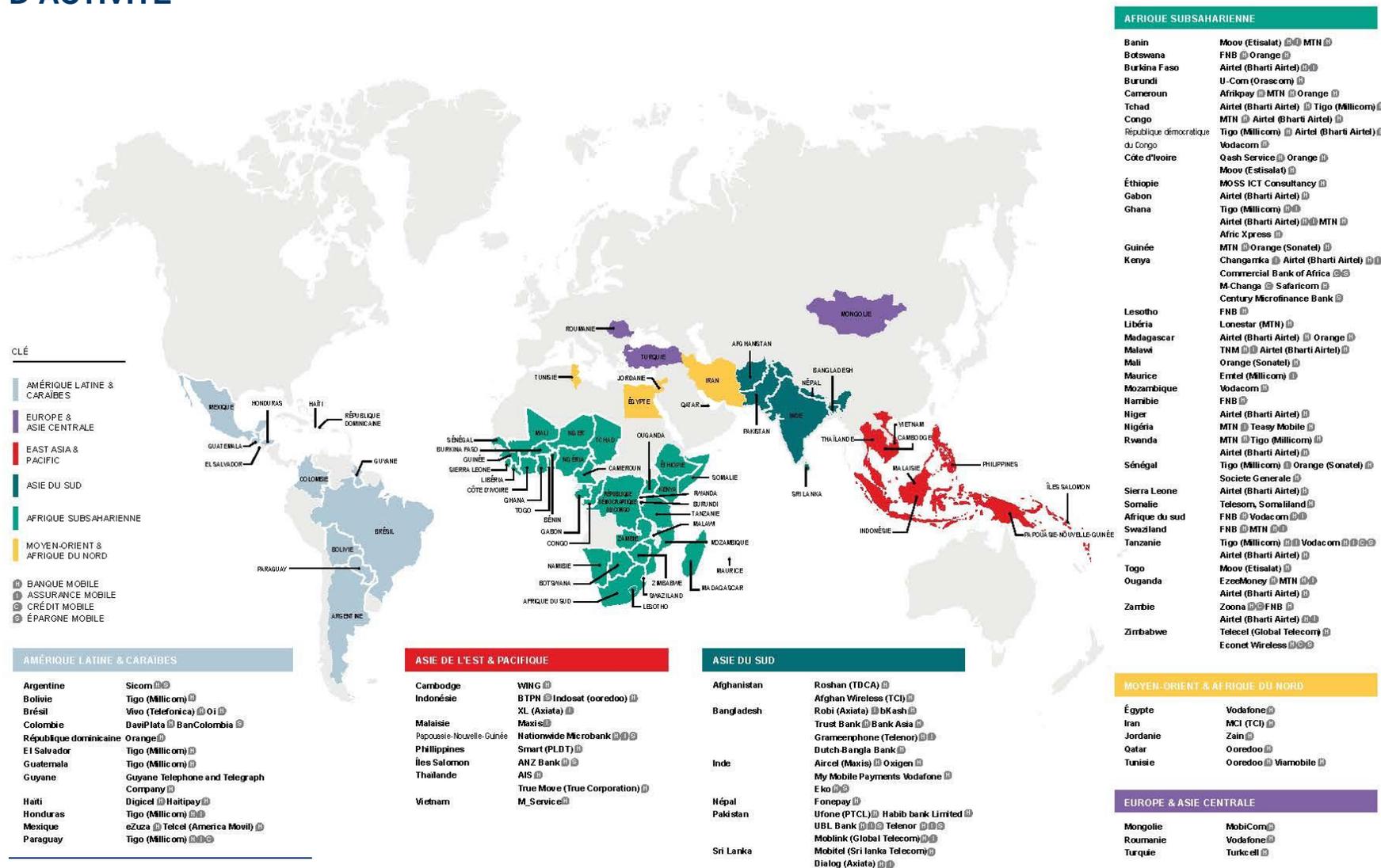
Les caisses populaires des zones rurales où les opérateurs de réseaux mobiles et les prestataires de services Internet qui n'ont pas investi aussi massivement dans des connexions robustes sont désavantagés. Des investissements ont été effectués récemment dans la fibre et dans les liaisons Internet spécialisées au profit de nombreuses caisses de crédit, mais pour la plupart dans des localités urbaines en dehors de Port-au-Prince. Un important investissement est toujours nécessaire dans les petites caisses de crédit rurales avant qu'une technologie reposant sur un signal mobile robuste ou sur Internet ne devienne une exigence incontournable. L'intégration avec des prestataires de services de plateforme mobile dépend d'une infrastructure robuste.

Pour plus d'informations sur ce qui est défini comme exigences suffisantes en matière de TIC pour l'intégration des paiements et des plateformes mobiles, voir Étape 3.

Les IMF ne sont pas réglementées

Bien que ce soient elles les plus déterminées à investir dans les technologies mobiles, les IMF en sont incapables, car la réglementation ne leur permet pas de proposer des comptes d'épargne. Toute IMF souhaitant proposer un compte mobile doit s'associer avec une banque ou une caisse populaire réglementée. Bien que l'intégration d'une plateforme monétaire mobile avec une IMF soit très avantageuse pour ces organisations, en termes d'efficacité et de transparence, elle est interdite par la loi. Les IMF font de considérables efforts pour mettre en œuvre des processus et procédures manuels de gestion des paiements des emprunts de leurs clients au moyen de porte-monnaie mobiles. Le versement est exécuté sur le compte mobile, mais c'est le remboursement qui nécessite la solution mobile. Les IMF qui ne sont pas encore liées par des partenariats sont préoccupées après avoir entendu parler des expériences partagées par d'autres IMF dont les services de prêt mobile n'ont pas été vraiment couronnés de succès en Haïti.

ANNEXE D. PARTICIPANTS AU RAPPORT DE LA GSMA 2014 SUR L'ETAT DU SECTEUR D'ACTIVITE¹⁴



¹⁴Pour plus d'informations sur chacun de ces services, visiter <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programmes/mobile-money-for-the-unbanked/insights/tracker>.

ANNEXE E. ÉVALUATION DES TIC

Nom de l'établissement financier : _____

Objet : Évaluer la capacité d'une institution financière à introduire les technologies mobiles et à identifier les secteurs à améliorer.

Question	Options de notation	Argument	Commentaires	Note
RÉSEAU				
1	Combien de succursales de l'institution financière a-t-elle ?	1 succursale (main) = 1 point 2-5 succursales = 2 points 5-9 succursales = 3 points 10+ succursales = 5 points	Plus les succursales sont nombreuses, plus la capacité d'une institution financière à atteindre une clientèle réelle et potentielle augmente. Leurs chances de réussite et leur rentabilité augmentent également.	
2	Où chaque succursale est-elle physiquement située ?	Zone rurale unique = 1 point Zone urbaine unique = 2 points Région/province unique = 3 points Couverture de deux régions = 5 points Couverture nationale, représentation dans 3 régions ou plus = 10 points.	La capacité de desservir une clientèle et d'assurer des services pratiques et à valeur ajoutée augmente de pair avec le développement de la couverture réseau.	
3	Toutes les succursales de l'institution financière peuvent-elles se connecter à l'agence principale en temps réel ?	Aucune = 0 point Seule l'agence principale dispose de la connectivité = 5 points Certaines agences, mais pas toutes = 10 points Oui = 20 points	Si toutes les succursales ne sont pas connectées en temps réel à l'agence principale, il est vraisemblable que ces mêmes succursales ne peuvent pas participer au projet technologique proposé, ce qui limitera l'impact de l'accès aux services financiers de base et le nombre de succursales concernées. En outre, le travail de connexion de chaque succursale prend du temps et de l'argent, et il est préférable de collaborer avec des EF déjà équipés d'une connectivité complète.	

Question	Options de notation	Argument	Commentaires	Note
<p>4 Chaque succursale connectée (voir question 3) a-t-elle une vitesse de connexion aux données (largeur de bande) de 128 k ou plus ?</p>	<p>Aucune = 0 point Certaines, mais pas toutes = 10 points Oui, toutes à 128 k (.128 Mbps) ou plus = 20 points</p>	<p>L'expérience WOCCU a démontré que les connexions à 128 k (ou plus) sont idéales pour les opérations de services financiers. Plus de lenteur exposerait le réseau au risque de transactions manquées ou interrompues.</p>		
<p>5 Toutes les succursales de l'institution financière sont-elles accès à Internet ? Produits livrables : Exécuter un test de rapidité Internet dans chaque succursale ; communiquer les résultats dans un rapport final.</p>	<p>Aucune = 0 point Toutes = 10 points</p>	<p>Si une ou plusieurs succursales n'a/n'ont pas accès à Internet, la capacité d'introduire des communications de données plus sophistiquées n'est pas vraisemblable. Si toutes les succursales ont un accès Internet alors, au minimum, il est possible de s'employer à y introduire de nouveaux projets technologiques.</p>		
<p>6 L'institution financière emploie-t-elle des mécanismes de livraison comme les ATM, les PdR et les Téléphones portables ?</p>	<p>Aucun = 0 point Un ou plus = 20 points</p>	<p>La capacité de disposer d'au moins un mécanisme de livraison relié au réseau des EF est un signe positif du fait que d'autres pourraient être introduits.</p>		

Question	Options de notation	Argument	Commentaires	Note
<p>7 L'institution financière dispose-t-elle d'un diagramme de réseau de TI ? Produits livrables : Examiner une copie du diagramme du réseau de l'institution financière. Si elle ne souhaite pas partager le diagramme (qui représente effectivement un signe positif du strict respect du caractère confidentiel des informations sensibles), alors il faut demander une copie sans les adresses IP ou les informations confidentielles. Sans quoi, produisez la vôtre en posant des questions spécifiques. Assurez-vous que le diagramme indique les vitesses de connexion des données (voir Q4).</p>	<p>Non = 0 point Oui, mais refus de communication d'une copie = 5 points Oui = 5 points</p>	<p>Disposer d'un diagramme de réseau est un signe que l'institution financière prend au sérieux ses responsabilités en matière de TI. C'est l'un des documents les plus élémentaires que l'on devrait détenir.</p>		
HARDWARE				
<p>8 L'institution financière dispose-t-elle d'un centre de données dédié (salle informatique) ?</p>	<p>Non = 0 point Oui = 10 points</p>	<p>L'absence d'infrastructure informatique dédiée crée un niveau élevé de risque de dommage, de vol ou de mise hors service. C'est aussi un signe que l'institution financière ne prend pas vraiment au sérieux ses responsabilités en matière de TI. Une pièce dédiée est un espace défini, avec une porte fermée, qui n'est PAS un espace partagé avec des employés.</p>		

Question	Options de notation	Argument	Commentaires	Note
<p>9 Le centre de données de l'institution financière (salle informatique) dispose-t-elle de ce qui suit (voir la colonne des options de notation) :</p> <p>Produits livrables : Prenez des photos de détail du centre de données et de tous les équipements. Si possible, prenez la température du centre de données.</p>	<p>2 points par item s'il y a :</p> <ul style="list-style-type: none"> • un accès contrôlé au centre de données (sorte de mécanisme de verrouillage) ; • une politique d'accès contrôlé : un document peut être fourni esquissant qui a accès à la salle informatique et quand ; • une installation d'alimentation universelle (UPS), qui assure la continuité de fonctionnement du réseau informatique en cas de panne de courant ; • des systèmes de climatisation adéquats (la température ne doit pas dépasser 24 °C [76 °C]) ; • un extincteur à proximité ; • une caméra vidéo installée ; • un système de sécurité contre les intrusions (détection/mouvement) ; • un système de contrôle de l'environnement qui déclenche des alertes quand la température dépasse un certain niveau ou quand de la fumée est détecté • un centre de données doit être installé dans une zone sécurisée du bâtiment, à l'écart des zones de passage fréquent (le sous-sol est idéal) ; • le centre de données est loin de toute source d'eau (robinet, conduite d'eau). 	<p>Tous ces items montrent un professionnalisme associé aux systèmes de TI. L'institution financière doit comprendre que, si les systèmes ne sont pas protégés, le réseau court un certain risque, tout comme les informations relatives aux clients et l'intégrité des transactions.</p>		

Question	Options de notation	Argument	Commentaires	Note
<p>10 L'institution financière dispose-t-elle d'un générateur capable d'alimenter le centre de données en cas d'importante panne de courant ?</p>	<p>Non = 0 point Oui = 5 points</p>	<p>Ce n'est pas fréquent, mais si un établissement financier dispose d'un générateur, c'est un très bon signe que l'accessibilité du système de TI est prise au sérieux.</p>		
<p>11 Les spécifications actuelles de l'infrastructure matérielles répondent-elles au besoin du projet technologique considéré ? Produit livrable : dresser un inventaire de l'ensemble du matériel informatique du centre de données, notamment les caractéristiques/spécifications.</p>	<p>Non = 0 point Oui = 10 points</p>	<p>Si l'établissement financier ne dispose pas actuellement du matériel informatique nécessaire pour faciliter la réalisation du projet technologique, alors le coût du projet augmentera, ce qui créera également un risque plus important d'avortement du projet.</p>		
<p>12 Les logiciels exploités sur les systèmes centraux (voir question 11) satisfont-ils aux exigences minimales du projet de technologie considéré ? Produits livrables : Dresser un inventaire de toutes les suites logicielles actuellement exploitées sur les systèmes essentiels du centre de données (voir question 11). Ceci inclut les systèmes d'exploitation.</p>	<p>Non = 0 point Oui = 10 points</p>	<p>Si l'institution financière ne dispose pas actuellement des logiciels nécessaires pour faciliter le projet technologique proposé, alors le coût du projet augmentera, ce qui augmentera le risque que le projet ne se réalise pas.</p>		
<p>13 Les licences logicielles actuellement utilisées par les établissements financiers sont-elles légales ?</p>	<p>Non = 0 point (si une quelconque licence n'est pas authentique) Oui = 5 points</p>	<p>La piraterie peut être répandue dans les pays en voie de développement. C'est aussi un signe que le budget des TI est peut-être restrictif ou que la direction ne prend pas au sérieux les projets technologiques.</p>		

Question	Options de notation	Argument	Commentaires	Note
<p>14 Le système bancaire central utilisé par les établissements peut-il servir d'interface avec des programmes tiers ?</p> <p>Produits livrables : obtenir autant d'informations que possible concernant le système bancaire central utilisé par l'établissement financier. Inclure le nom d'un prestataire (le cas échéant) et de tout utilisateur utilisant des manuels ou une autre documentation accessible.</p>	<p>Non = 0 point Oui = 10 points</p>	<p>C'est une caractéristique à la fois fréquente et très importante. Si le système bancaire central ne prévoit pas une telle flexibilité, l'établissement financier ne pourra vraisemblablement pas, dans un proche avenir, lancer un nouveau projet technologique en relation avec le traitement des transactions via un commutateur de transactions.</p>		
SERVICE TI				
<p>15 L'institution financière a-t-elle un personnel spécialisé en TI, et de quelle manière une assistance est-elle mise à la disposition des succursales (3 ou plus) ?</p> <p>Produits livrables : Obtenir un diagramme organisationnel actuel du service de TI, identifier les rôles et responsabilités de chaque employé. Dites-vous bien que les succursales peuvent recevoir un soutien informatique vraiment vite. Obtenir des CV si possible.</p>	<p>Non = 0 point Oui = 10 points</p>	<p>L'adoption d'un nouveau projet technologique prendra du temps au personnel TI existant. S'il n'y a pas au moins trois employés spécialisés en TI ou plus à plein temps, il est probable que la mise en œuvre du projet sera repoussée en raison du manque de disponibilité de ces employés.</p>		

Question	Options de notation	Argument	Commentaires	Note
<p>16 L'institution financière dispose-t-elle <u>actuellement</u> de ressources humaines lui permettant de se concentrer sur un nouveau projet technologique déjà mis en œuvre ?</p> <p>Produits livrables : obtenir une liste de projets de TI en cours, supportés ou mis en œuvre dans l'institution financière. Identifier le responsable de chaque projet et quel pourcentage de son temps réel il consacre à ces projets. Identifier également à quel stade en est le projet considéré.</p>	<p>No = 0 point Oui = 5 points</p>	<p>Les employés spécialisés dans les TI tendent à promettre à tort et à travers : assurez-vous d'analyser en profondeur leur charge de travail effective et essayez de déterminer si le niveau actuel des effectifs est suffisant compte tenu des projets en cours et futurs de l'établissement financier.</p>		
<p>17 Les niveaux de financement des budgets de TI est-il resté constant, ou bien va-t-il augmenté au cours des trois dernières années ?</p> <p>Produits livrables : Obtenir le budget de TI des trois dernières années et, si possible, l'intégralité de la documentation financière de l'établissement (autre le budget).</p>	<p>No = 0 point Oui = 5 points</p>	<p>Un institution financière proactive et tournée vers l'avenir aura ajusté ou augmenté son budget technologique d'une année sur l'autre. C'est un excellent signe pour établir s'il s'engagera dans un nouveau projet technologique ou non.</p>		

Question	Options de notation	Argument	Commentaires	Note
<p>18 Le service des TI s'est-il doté de politiques et procédures dûment étayées en lien avec les secteurs de la technologie ?</p> <p>Produits livrables : obtenir toutes les copies des procédures associées à la technologie documentée.</p>	<p>2 points par item en cas de politiques sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'utilisation des ordinateurs de bureau ou portables ; - communication électronique ; - cycle de vie du développement d'un logiciel ; - serveur de secours (y compris sauvegardes de données) ; - continuité de l'activité ; - sécurité des systèmes (notamment l'accès aux centres de données et leur contrôle ; voir Q9). 	<p>Avoir des politiques est une chose, mais qu'elles soient documentées en est une autre. Disposer de documents clairement définis démontre l'organisation et le professionnalisme d'une institution financière, en particulier d'un service de TI qui doit appliquer lesdites politiques.</p>		
Recommandations concernant l'échelle finale des pourcentages			Total des points (note)	0
ATM (guichets automatiques) (80% ou plus)			Total des points disponibles	172
Services bancaires sur téléphone portable (75% ou plus)			Échelle des pourcentages (points gagnés/total des points)	0,00%
PDA (Assistant numérique personnel) (70% ou plus)				
PdR (Probabilité de réussite) (75% ou plus)				
Partage des succursales (80% ou plus)				

ANNEXE F. ÉTUDE DE CONSOMMATION

Instructions données à l'Interviewer : L'interviewer doit se présenter à la personne interrogée. Les questions doivent être lues exactement sous la forme dans laquelle elles sont libellées dans le questionnaire. L'interviewer ne modifiera pas la question en fonction de ce qu'il en comprend au cas où le répondant ne l'aurait pas bien comprise. Si le répondant n'a pas bien compris la question, l'interviewer la répétera mot à mot. Si le répondant ne comprend toujours pas la question, lui demander de donner une réponse qui soit fonction de ce qu'il a compris.

Pour noter les réponses, l'interviewer encercle le code fourni dans la grille ci-dessous pour chaque question.

- *Se présenter ainsi que la société pour laquelle on travaille/.*
- *Détendez-vous, vous sentez-vous à l'aise ?*
- *Je suis ici pour parler de vos habitudes bancaires. Ce questionnaire est exécuté dans le cadre d'une étude de marché bancaire pour une société désireuse d'introduire quelques nouveautés dans ses pratiques, et nous souhaitons vous poser des questions concernant vos habitudes bancaires.*

DIRE : Comme je vous l'ai dit dans le formulaire d'autorisation, je vais vous poser quelques questions à propos de vos habitudes bancaires. Ceci favorisera la collecte d'informations concernant un nouveau concept des services bancaires.

La plupart de ces questions sont personnelles puisqu'elles vous concernent : elles portent sur la façon dont vous gérez vos affaires bancaires et financières. Si vous ne voulez pas répondre à une question, pas de problème. Nous la sauterons. N'oubliez pas que c'est confidentiel.

Instructions données à l'Interviewer : L'interviewer reportera les informations dans la grille ci-dessous.

Il enregistrera les réponses comme suit :

①
2

Coordonnées du répondant						
Numéro du répondant					Localité	
					Ville :	
					Commune :	
					Département :	
					Zone : <input type="checkbox"/> rurale <input type="checkbox"/> urbaine	
Informations concernant l'interview						
Date de l'interview :				Nom de l'interviewer :		
Heure de début de l'interview				Nom du réviseur :		
Heure de début de l'interview :						

Âge :

Moins de 18 ans	1
-----------------	---

Sexe

Féminin	1
---------	---

18-35	2
35-50	3
50-65	4
66 ans ou plus	5

Masculin	2
----------	---

Q1. Avez-vous entendu parler du service monétaire mobile ?

1	Oui	Aller à la Question 2
2	Non	Sinon, donner la définition suivante : <i>Le service monétaire mobile est une façon d'exécuter une transaction (qu'il s'agisse de dépenser ou de recevoir de l'argent) associée à un compte en utilisant pour cela un téléphone portable au lieu d'espèces. Et puis aller à la question 7</i>

Q2. Savez-vous quelles sociétés utilisent actuellement les services monétaires mobiles ? Attendez la réponse et, si le répondant ne sait pas, passez à la question 3.

(sélectionnez une mention) (Codage multiple possible)

TchoTcho	1
Lajan Cash	2
Boom	3
Organisme de crédit	4
ACME	5
Mercy Corps	6
Ti Manman Cheri	7
Fonkoze	8
FINCA (Foundation for International Community Assistance)	9
Scotiabank	10
BNC	11
Je ne sais pas	12

Q3. Que pensez-vous de certains des avantages de l'utilisation des services monétaires mobiles ?

(Multiples codages possibles)	
Économique (Prix et coûts de transaction plus bas)	1
Plus rapide (pas besoin de se rendre à la banque ou	2
Accès 24 h/24 (on peut exécuter des transactions à	3
Sécurité physique (pas besoin de sortir avec de l'argent	4
Autres (veuillez préciser)	5

Q4. Pensez-vous que les services monétaires mobiles sont sûrs ? 1. Oui 2. Non

Si oui, pourquoi ? _____

Sinon, pourquoi pas ? _____

Q5. Avez-vous un compte de monnaie mobile ? 1. Oui 2. Non

Q5a. Si oui, lequel ?		Q5b. Sinon, qu'est-ce qui vous empêche d'utiliser un service monétaire mobile ?
Boom	1	
TchoTcho	2	
Lajan Cash	3	

Q6. Pensez-vous que Mobile Money a été conçu pour satisfaire vos besoins ? 1. Oui 2. Non

Q6a. Si oui, pourquoi ?	Q6b. Sinon, quels besoins ne sont pas satisfaits ?

Q7. Qu'est-ce qui décrit le mieux les services monétaires mobiles actuellement sur le marché ?

C'est un service conçu pour la population à faible revenu	1
C'est un outil accessible principalement aux riches	2
C'est un service pour les jeunes	3
C'est un service réellement accessible à tous	4
C'est un service conçu principalement pour les travailleurs des ONG et ceux qui sont payés en fonction du travail exécuté.	5
C'est un service créé à l'intention des ouvriers d'usine	6
C'est un service créé à l'intention de la population bénéficiaire d'avantages sociaux	7
C'est un service convivial qui aide à épargner du temps et de l'argent	8
Autre :	9

Q8. Avez-vous un compte dans un établissement financier comme une banque, une caisse de crédit, une institution de micro-crédit, etc. ?

1. Oui 2. Non (Si oui, allez à 8.4)

Q8.1 Sinon, pourquoi pas ? (sélectionnez tout ce qui s'applique)

Je ne leur fais pas confiance	1
Il n'y en a pas près de chez moi	2
Je passe trop de temps à exécuter une transaction	3
Je ne me sens pas à l'aise/non accepté dans la succursale	4
Je préfère garder l'argent sur moi (gérer l'argent moi-même)	5
Ils ne proposent aucun service qui me convienne	6
Je ne me sens pas en sécurité lorsque je me rends dans un établissement financier	7
AUTRE : (veuillez préciser)	8

Q8.2 En l'absence de compte, où gardez-vous votre argent ?

Portefeuille	1
Matelas	2
Épargne communautaire de la VSLA (Village Savings and Loans Association), société Sol	3
Coffre-fort personnel	4
AUTRE : (veuillez préciser)	5

Q8.3 En l'absence de compte, recourez-vous aux prêts d'usure ? 1. Oui 2. Non

Q8.3.1 Si oui, pourquoi utilisez-vous cette méthode plutôt que d'obtenir un prêt d'un établissement financier ?

Q8.4 Si vous avez un compte, pourquoi l'avez-vous ouvert ?

J'avais besoin d'un endroit où conserver mon argent en sécurité	1
J'avais besoin d'un prêt/crédit	2
Je dirige une entreprise	3
Je voulais un compte chèque	4
J'avais besoin d'un compte sur lequel déposer mon salaire	5
Je voulais une carte de débit/crédit	6
Cela me protège de moi-même/m'empêche de dépenser tout mon argent d'un seul coup	7
Je fais des économies	8

Q8.4.1. Si vous économisez... quel est votre objectif ?

Q9. Où avez-vous votre compte ?

Dresser la liste des EF (sélectionner celles qui sont pertinentes)

Caisse de crédit Nom : _____
 MFI Nom : _____
 Banque Nom : _____

Avez-vous déjà effectué un dépôt, O/N ?
 Avez-vous déjà effectué un retrait, O/N ?

Q10. Pensez-vous que votre argent est en sécurité sur ce compte ? 1. Oui 2. Non

Q11. Sous quelle forme recevez-vous le paiement de votre travail ?

Espèces	1
Chèque papier	2
Dépôt direct	3
Virement	4
Paiement mobile des salaires	5
Nature (marchandises)	6
AUTRE : (veuillez préciser)	7

Q12. À quelle fréquence êtes-vous payé ?

Fin de journée/tour d'équipe	1
Toutes les semaines	2
Deux fois par mois	3
Fin de mois	4
Par avance pour une tâche	5
Fin de journée/tour d'équipe	6

Q13. Comment payez-vous habituellement vos factures ?

Paiement au moyen de (méthode ci-dessous) →	Marchandises dans un supermarché	Marchandises sur un marché public (dans la rue)	Loyer/logement/hypothèque	Électricité	Eau	Combustible pour cuisiner (propane ou charbon)	Téléphone	Transport Essence	École/Éducation	Vêtements/Chaussures	Remboursement de prêt
Espèces	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Remise/versement	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Téléphone	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Carte de débit	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Chèque	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Virement bancaire	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Aucune ou pas de	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7

Q14. Lesquels des services de virement/transfert suivants utilisez-vous ?

Q14. Services de virement généralement utilisés		Quels services de virement utilisez-vous pour ... (origine/destination de la transaction)					
		Expédition nationale		Réception nationale		Virements internationaux	
		Q14.1.a Expédition domestique	Q14.1.b Vers où ?	Q14.2.a Réception domestique	Q14.2.b Venant d'où ?	Q14.3.a Expédition en dehors d'Haïti	Q14.3.b Réception en dehors d'Haïti
Virement de banque à banque	1	1		1		1	1
Western Union	2	2		2		2	2
Money Gram	3	3		3		3	3
Unitransfer	4	4		4		4	4
CAM (Caribbean Air Mail Inc.)	5	5		5		5	5
Sogexpress	6	6		6		6	6
Ria	7	7		7		7	7
Autre	8	8		8		8	8

Q15. Qu'est-ce qui est le plus important pour vous dans une opération de virement ?

Sécurité/Confidentialité (Je ne veux pas que l'on sache que j'ai reçu un virement)	1
Commodité (Je veux pouvoir obtenir l'argent sans sortir de chez moi)	2

Q16. Quel est le plus gros problème que vous ayez avec des agences de transfert d'argent ?

Elles sont trop chères	1
Elles ont toujours des problèmes de liquidités	2
Elles ont toujours des problèmes de signal	3
Aller retirer de l'argent n'est pas sûr	4
Autre :	5

Q17. Quel est leur plus gros avantage (classer par ordre décroissant) ?

Il y en a partout	1
Elles ont toujours des liquidités	2
Autre :	3

Q18. Quand vous recevez un virement, qu'en faites-vous ?

Je dépense tout en quelques jours	1
J'en épargne un peu, et j'en dépense un peu	2
Autre :	3

Q19. Si vous pouviez recevoir votre virement directement sur un compte et en prélever une partie, seriez-vous intéressé(e) par cette proposition ? 1. Oui 2. Non

Q20. Y va-t-il d'autres personnes qui envoient/transportent physiquement de l'argent pour vous ? 1. Oui 2. Non
(Si oui)

Q20a. Pourquoi ?	Q20b. Où ?
Q20c. Avantages de cette méthode ?	Q20d. Inconvénients de cette méthode ?

Q21. Utiliseriez-vous un service monétaire mobile pour :

UNE SEULE RÉPONSE PAR LIGNE - LIRE À VOIX HAUTE LA LISTE DES SERVICES	Utiliseriez-vous un service monétaire mobile pour :					
	Oui, certainemen	Oui, à l'occasion	Peut-être, peut-être	Probableme nt pas	Non, absolument	Je ne sais pas / Refusé /
Acheter du temps de communication	1	2	3	4	5	6
Acheter des marchandises dans un magasin	1	2	3	4	5	6
Acheter des marchandises à un commerçant de denrées agricoles	1	2	3	4	5	6
Acheter des marchandises dans une station-service	1	2	3	4	5	6
Virer de l'argent à une autre personne	1	2	3	4	5	6
Recevoir de l'argent (par ex. de l'administration ou d'un parent)	1	2	3	4	5	6
Recevoir un salaire	1	2	3	4	5	6
Déposer de l'argent sous forme de monnaie mobile	1	2	3	4	5	6
Retirer de l'argent de ce même compte	1	2	3	4	5	6
Régler des factures	1	2	3	4	5	6
Recevoir/Rembourser des prêts	1	2	3	4	5	6
Payer des frais scolaires	1	2	3	4	5	6
Payer un loyer	1	2	3	4	5	6
Épargner de l'argent	1	2	3	4	5	6

Q22. Y va-t-il d'autres services de monnaie mobile qui n'auraient pas encore été mentionnés et dont vous pensez qu'ils pourraient vous être utiles ?

Q23. Où souhaiteriez-vous exécuter une transaction en monnaie mobile cash-in/cash-out ?

CHOISIR L'UNE DES OPTIONS POSSIBLES - LIRE LES OPTIONS	Où souhaiteriez-vous exécuter une transaction en monnaie mobile cash-in/cash-out ?			
	Oui	Non	Peut-être	Je ne sais pas/Refus
Agent de rechargement de monnaie mobile à la minute	1	2	3	4
Station d'approvisionnement en combustible/gaz	1	2	3	4
Supermarché local	1	2	3	4
Agent sur le marché	1	2	3	4
Une caisse de crédit	1	2	3	4
Une organisation du secteur de la microfinance	1	2	3	4
Une succursale bancaire ou autre point de service bancaire	1	2	3	4
Commerce de dépannage	1	2	3	4
Quincaillerie	1	2	3	4

Q24. Quelles sont les 3 principales façons dont vous recevez des informations à propos de nouveaux produits ? (encercler les réponses)

Bouche à bouche - Amis/Famille	1
Microphone/camion haut-parleur	2
Appel téléphonique	3
Publicités télévisées	4
Publicités radiophoniques	5
Publicités imprimées	6
Panneaux d'affichage/Publicités d'extérieur/Images d'extérieur/Bannières de rue	7
Leaders communautaires (pasteur, professeur, propriétaires d'entreprise, maire, conseiller municipal, sénateur, député)	8
Courrier physique/Messagerie haïtienne	9
Message texte	10
E-mail	11
À l'église	12
À l'école	13
Au travail	14
Autres (veuillez préciser)	15

ANNEXE G. QUESTIONNAIRES D'ENQUETE COMMERCIALE

Questionnaire commercial informel

METTRE LE RÉPONDANT À L'AISE et INTRO

- Bonjour, merci d'avoir accepté de participer à une entrevue.
- Se présenter. Partager quelques informations personnelles (âges des enfants, sport favori, etc.).
- Détendez-vous, vous sentez-vous à l'aise ?
- Je suis ici pour parler de ce qu'est la vie d'un commerçant/d'un homme d'affaires/d'un trader/etc. Je le fais parce qu'il y a une société qui souhaite introduire quelques nouveautés, et nous souhaiterions vous demander ce que vous en pensez.

DIRE : C'est vraiment facile, nous allons seulement vous poser quelques questions sur vous et sur votre activité : nous parlerons ensuite d'une nouvelle idée qui pourrait bien se présenter et à propos de laquelle nous aimerions connaître votre avis. N'oubliez pas que c'est confidentiel.

EMPLACEMENT	CODE	Urbain	Rural
OUEST	1	1	2
NORD	2	1	2
NORD OUEST	3	1	2
NORD EST	4	1	2
ARTIBONITE	5	1	2
CENTRE	6	1	2
SUD EST	7	1	2
NIPPES	8	1	2
SUD	9	1	2

SEXE	
Masculin	4
Féminin	5

Nom du commerçant :		
Numéro de téléphone :		
Adresse :		
Poste occupé dans l'entreprise : <input type="checkbox"/> Propriétaire <input type="checkbox"/> Directeur <input type="checkbox"/> Cadre		
Type de commerçant		
PME (informelle)	PME (formelle)	Grande entreprise (formelle)
<input type="checkbox"/> Revendeurs/Négociants en marchandises	<input type="checkbox"/> Importateurs/Exportateurs	<input type="checkbox"/> Administration
<input type="checkbox"/> Agriculteurs/Producteurs alimentaires	<input type="checkbox"/> Prestataires de services professionnels	<input type="checkbox"/> Usines
<input type="checkbox"/> Transport	<input type="checkbox"/> Détaillants/Épiceries/Quincaillerie	<input type="checkbox"/> Autre

A PROPRIÉTÉ ET UTILISATION DU COMPTE BANCAIRE

Q1. Avez-vous un compte dans une institution financière comme une banque, une caisse de crédit, une institution de micro-crédit, etc. ?

1. Oui 2. Non (Si oui, allez à 1.4)

Q1.1 Sinon, pourquoi pas ? (sélectionnez tout ce qui s'applique)

Je ne leur fais pas confiance	1
Il n'y en a pas près de chez moi	2
Je passe trop de temps à exécuter une transaction	3
Je ne me sens pas à l'aise/non accepté dans la succursale	4
Je préfère garder l'argent sur moi (gérer l'argent moi-même)	5
Ils ne proposent aucun service qui me convienne	6
Je ne me sens pas en sécurité lorsque je me rends dans un établissement financier	7
AUTRE : (veuillez préciser)	8

Q1.2 En l'absence de compte, où gardez-vous votre argent ?

Portefeuille	1
Matelas	2
Épargne communautaire de la VSLA (Village Savings and Loans Association), société Sol	3
Coffre-fort personnel	4
AUTRE : (veuillez préciser)	5

Q1.3 En l'absence de compte, recourez-vous aux prêts d'usure ? 1. Oui 2. Non

Q1.3.1 Si oui, utilisez-vous cette méthode à l'obtention d'un prêt d'une institution financière ?

SINON, ALLER AU PARAGRAPHE B

Q1.4 Si vous avez un compte, pourquoi l'avez-vous ouvert ?

J'avais besoin d'un endroit où conserver mon argent en sécurité	1
J'avais besoin d'un prêt/crédit	2
Je dirige une entreprise	3
Je voulais un compte chèque	4
J'avais besoin d'un compte sur lequel déposer mon salaire	5
Je voulais une carte de débit/crédit	6
Cela me protège de moi-même/m'empêche de dépenser tout mon argent d'un seul coup	7
Je fais des économies	8

Q1.4.1. En cas d'épargne... quel est l'objectif de votre épargne ?

Q2. Où avez-vous votre compte ?

Dresser la liste des EF (sélectionner celles qui sont pertinentes)

Caisse de crédit (2) Nom : _____

MFI (3) Nom : _____

Banque (1) Nom : _____

Q2.1. Avez-vous déjà effectué une opération de dépôt 1. Oui 2. Non

Q2.2. Avez-vous déjà exécuté une opération de retrait 1. Oui 2. Non

Q3. Pensez-vous que votre argent est en sécurité sur ce compte ? 1. Oui 2. Non

Q4.	Comment entrez-vous en relation avec l'établissement financier où votre argent est déposé ? LAISSER L'INTERVIEWÉ RÉPONDRE SANS L'INTERROMPRE, ET SÉLECTIONNER TOUTES LES CASES APPLICABLES	1. Transport animal (par ex. cheval, âne, autre) 2. Marche 3. Transport public (tap tap, moto, etc.) 4. Véhicule privé (voiture, moto) 5. Autre _____
Q5.	Combien de temps vous faut-il pour aller de chez vous/votre magasin jusqu'à l'établissement financier (trajet simple) ?	Réponse effective _____ (classer en conséquence) 1. Je ne sais pas 2. Moins de 5 min 3. Moins de 15 min 4. Moins de 30 minutes 5. Moins d'une heure 6. Plus d'une heure
Q6.	Combien de fois par semaine vous rendez-vous à l'institution financière ?	1. 0-1 2. 1-2 3. 2-3 4. 3-4 5. 4-5 6. 5-6 7. 7 ou plus
Q7.	Dans quelle mesure est-il commode pour vous de vous rendre dans votre succursale ?	1. Très commode 2. Quelquefois commode 3. Ni commode, ni mauvais 4. Pas du tout commode 5. Très incommode
Q8.	Comment noteriez-vous votre expérience de votre succursale ?	1. Excellente 2. Bonne 3. Moyens 4. Pas bonne 5. Très mauvaise 6. Je ne sais pas

B PROPRIÉTÉ ET USAGE DU TÉLÉPHONE PORTABLE

Q9.	Êtes-vous disposé à essayer une nouvelle technologie ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tout à fait disposé 2. Assez disposé 3. Pas du tout disposé
Q10.	Quel type de téléphone mobile possédez-vous ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Je n'ai pas de téléphone <p>Inscrivez le modèle du téléphone ici :</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Ecoute de base 3. Téléphone intelligent 4. Blackberry 5. Android 6. iPhone
Q11.	Votre téléphone vous permet-il d'accéder à Internet ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non ;
Q12.	Quel type de forfait utilisez-vous actuellement ?	<input type="checkbox"/> 1. Prépayé <input type="checkbox"/> 2. Postpayé
Q13.	Au cours de l'année dernière, combien de fois avez-vous remplacé votre carte SIM ou numéro de téléphone ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jamais 2. Une fois dans l'année, peut-être 3. Deux fois dans l'année 4. Tous les quelques mois 5. Une fois par mois

C DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Q14.	Quelle est votre activité principale ?	Écrire :	
Q15.	Depuis combien d'années dirigez-vous votre entreprise actuelle ?	Écrire en années :	
Q16.	Combien de jours par semaine votre entreprise est-elle ouverte ?	Entourer 1 2 3 4 5 6 7	
Q17.	Combien d'heures par jour ?	Écrire le nombre total d'heures	
Q18.	Vendez-vous des produits à d'autres entreprises ou faites-vous du commerce de gros comme distributeur auprès d'autres entreprises ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oui 2. Non <p>Si OUI, veuillez décrire</p>	
Q19.	D'après vous, quels sont les avantages d'une entreprise réglementée/sous licence formelle ?	<ul style="list-style-type: none"> • Ne souhaite pas répondre • Entreprise non réglementée • Énumérez les avantages 	

D PERSONNEL

Q20.	Avez-vous des employés ou d'autres personnes travaillant pour votre entreprise ?	1. Oui 2. Non SI OUI, COMPLÉTEZ LA SECTION SINON, PASSEZ À LA SECTION SUIVANTE	
Q21.	Quel est le nombre total de vos employés ?	1. Nombre de familles travaillant dans l'entreprise _____ 2. Nombre d'employés _____	TOTAL
Q22.	Où vivent vos employés par rapport à la ou les positions géographiques de votre entreprise ?	1. À proximité du lieu de travail 2. Au sein de la même commune 3. Au sein de la même ville 4. Au sein de la même localité 5. Au sein de la même région 6. En dehors de cette région	

FIN DU FILTRAGE

Je voudrais maintenant vous poser des questions sur les coûts habituels liés à la direction de l'entreprise.

(La devise est indiquée HTG dans les sections suivantes)

F COÛTS

		Devise locale	Entourez une réponse – PAR SEMAINE/PAR MOIS
1.	Quel est le montant du loyer de votre site ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
2.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses d'électricité ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
3.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses d'eau (le cas échéant) ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
4.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses en essence (le cas échéant) ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
5.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses de salaire (le cas échéant) ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
6.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses de transport ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
7.	Combien avez-vous dépensé pour votre licence commerciale ?	HTG	3. Ne sait pas/A refusé de répondre
8.	Quel est le pourcentage de vos revenus que vous dépensez en impôts ?	_____%	3. Ne sait pas/A refusé de répondre
9.	Avez-vous d'autres coûts opérationnels récurrents ?	HTG	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non ;
10.	Si oui, veuillez préciser		Énumérez les coûts
11.	Si oui, quelle est votre estimation du total des coûts pour ces dépenses régulières ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre

G PRÊTS

1.	Détenez-vous actuellement ou avez-vous déjà détenu un prêt ? SINON, PASSEZ À LA QUESTION 6	1. Oui 2. Non
2.	Si oui, auprès d'une personne ou d'un établissement ?	1. Personne 2. Établissement
3.	S'il s'agit d'un établissement, lequel ?	(UTILISER LA CARTE D'EMPLACEMENT FI)
4.	Quel est l'aspect le plus difficile dans la gestion d'un prêt ?	Liste
5.	Quelle est la fréquence du remboursement de votre prêt ?	_____ fois par semaine _____ fois par mois
6.	Prêtez-vous parfois de l'argent à vos clients ? Ou offrez-vous des articles à crédit ?	1. Oui 2. Non
7.	Êtes-vous confronté(e) à des défauts de paiement concernant vos biens et services vendus à des clients ?	1. Oui 2. Non
8.	Si oui, quelle importance accorderiez-vous au problème ?	1. Mineurs 2. Moyens 3. Majeurs

H SOURCE DES MARCHANDISES

1.	À quelle fréquence achetez-vous des marchandises ou inventaire	_____ jour _____ semaine _____ mois _____ trimestre
2.	Où achetez-vous vos marchandises ? LAISSEZ RÉPONDRE, INCITEZ À RÉPONDRE SI BESOIN EST : <ul style="list-style-type: none"> • Dépôt • Autres marchés • Agriculteurs • Amis • Autre 	Notez la réponse
3.	Quels modes de paiement utilisez-vous pour acheter vos marchandises ?	Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent <ol style="list-style-type: none"> 1. Espèces 2. Chèque 3. Transfert de compte à compte 4. Carte de débit 5. Carte de crédit 6. Remise en argent

4.	Avez-vous passé des accords d'achats avec les grossistes ?	1. Oui 2. Non
5.	Si vous avez répondu oui à la question précédente, recevez-vous un crédit du grossiste ?	1. Oui 2. Non
6.	Si vous avez répondu oui à la question 4, les grossistes vous livrent-ils ?	1. Oui 2. Non
7.	<p>Quel est l'aspect le plus difficile dans l'approvisionnement en marchandises ?</p> <p>LAISSEZ LE TEMPS DE RÉPONDRE, INCITEZ À RÉPONDRE SI BESOIN EST :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Transport des marchandises 2. Gestion de l'inventaire 3. Disponibilité saisonnière 	Notez la réponse

I VENTES

1.	Combien de clients servez-vous par jour en moyenne ?	
2.	Planifiez-vous le montant de la monnaie dont vous aurez besoin pour servir les clients au début de votre journée de travail ?	1. Oui 2. Non
3.	<p>Pensez-vous que vous gagnez suffisamment d'argent au cours de la journée pour justifier un dépôt d'argent dans une institution financière ?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non</p>	Si oui, pourquoi ?
		Sinon, pourquoi ?
4.	Vous sentez-vous en sécurité pendant la journée malgré le montant d'argent que vous transportez ?	1. Oui 2. Non
5.	Vous sentez-vous en sécurité lorsque vous rentrez chez vous en transportant de l'argent ?	1. Oui 2. Non
6.	Avez-vous déjà été dévalisé en exécutant des activités commerciales ? Par exemple, lorsque vous vous rendez à votre travail, dans une institution financière, quand vous rentrez chez vous, quand achetez des marchandises	1. Oui 2. Non
7.	<p>À qui vendez-vous vos marchandises/services ? (réponses multiples)</p> <p>LAISSEZ LA PERSONNE INTERROGÉE RÉPONDRE SANS INVITE ;</p> <p>Si aucune réponse n'est fournie, proposez de l'aide</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membres de la communauté • Domestiques, gardiens (domiciles de tierces personnes) • Ouvriers du bâtiment • Travailleurs de rue • Fonctionnaires • ONG • Sociétés • Étudiants 	

8.	Disposez-vous d'autres sources de revenus ?	1. Oui 2. Non
9.	Si oui, lesquelles ?	
10.	Connaissez-vous la valeur de l'inventaire que vous gardez à disposition ? <input type="checkbox"/> Ne sait pas/A refusé de répondre <i>Kombyen kob machandiz ou kwe ou geyen la?</i> DÉPLACEMENT DE L. LOANS	HTG
11.	Quels modes de paiement acceptez-vous ? 1. Espèces, 2. Échange de marchandises, 3. Chèque, 4. Remise en argent	
12.	Acceptez-vous plusieurs devises ? <input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	
	Si oui, lesquelles ?	
13.	Existe-t-il des périodes creuses ou de pointe pour vos transactions commerciales ? En d'autres termes, votre entreprise traverse-t-elle des périodes difficiles ou prospères ?	Écrire :
14.	Diriez-vous que votre activité commerciale progresse, s'affaiblit ou est stable ?	1. Progresse 2. S'affaiblit 3. Stable
15.	Avez-vous la capacité de remettre des reçus à vos clients ?	1. Oui 2. Non
16.	Si oui, comment ? (papier, texte, ...)	
17.	Comment assurez-vous le suivi de vos transactions quotidiennes ?	1. Je ne surveille pas 2. J'utilise un système manuel de comptabilité 3. Je compte simplement l'argent 4. Je surveille les reçus 5. Je compte l'inventaire 6. Autre ...

Précédemment, nous avons abordé le sujet des services d'argent mobile. Nous souhaiterions également savoir : D'après vous, quelle pourrait-elle être l'utilité de ce service pour votre entreprise ?

L'entretien continue...

J DISPONIBILITÉ DU SERVICE D'ARGENT MOBILE

1. Quelles sont les 3 principales méthodes que vous souhaiteriez mettre en place pour recevoir des informations sur les services d'argent mobile ?

MONTRER LA CARTE (entourer les réponses)

Bouche-à-oreille amis/famille	1
Microphone/camion haut-parleur	2
Appel téléphonique	3
Publicités télévisées	4
Publicités radiophoniques	5
Publicités imprimées	6
Panneaux d'affichage/Publicités de plein air/images hors domicile/banderole	7
Leaders communautaires (pasteur, professeur, propriétaires d'entreprise, maire, conseiller municipal, sénateur, député)	8
Courrier physique/Message Haïti	9
Message texte	10
E-mail	11
À l'église	12
À l'école	13
Au travail	14
Autres (veuillez préciser)	15

K INTÉRÊT À UTILISER L'ARGENT MOBILE DANS VOTRE ENTREPRISE/TRANSACTION

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)	PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires	PME en F3. Transport
1.	Quel niveau d'attractivité accorderiez-vous aux services d'argent mobile comme mode de paiement, parmi les consommateurs ?	LIRE 1. Très attrayants 2. Attrayants 3. Pas attrayants	LIRE 1. Très attrayants 2. Attrayants 3. Pas attrayants	LIRE 1. Très attrayants 2. Attrayants 3. Pas attrayants
2.	Quels en sont les avantages, d'après vous ? Qu'est-ce qui vous plaît dans cette idée/ce service ?			
3.	Quels sont, selon vous, les problèmes majeurs ayant trait au service monétaire mobile ? Ce que vous n'aimez pas à propos de ce service ?	<ul style="list-style-type: none"> • • • • 	<ul style="list-style-type: none"> • • • • 	<ul style="list-style-type: none"> • • • •
4.	Pensez-vous qu'avoir un compte mobile pour votre entreprise est préférable aux espèces ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ? Sinon, pourquoi ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ? Sinon, pourquoi ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ? Sinon, pourquoi ?
5.	Seriez-vous prêt(e) à utiliser la monnaie mobile (mobile money) pour accepter les paiements provenant de vos clients ?	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)	PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires	PME en F3. Transport
6.	Supposez que vos clients vous paient en utilisant de la monnaie mobile et que vous puissiez utiliser cet argent pour rembourser des prêts directement à partir de votre téléphone sans vous déplacer dans la succursale d'une. Seriez-vous intéressé(e) ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non
7.	Si vous aviez de l'argent dans votre compte de monnaie mobile, seriez-vous prêt à payer votre grossiste par virement mobile s'il acceptait ce type de transaction ?	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)
8.	Si vous pouviez vérifier toutes vos transactions à n'importe quel moment à partir de votre téléphone, serait-ce utile à votre entreprise ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ?
9.	Et si vous pouviez recevoir directement les produits nets de vos récoltes au lieu de rendre visite au distributeur ; est-ce que cela réduirait vos coûts ou vous ferait gagner du temps ?		1. Oui 2. Non SI OUI Veuillez expliquer	

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)	PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires	PME en F3. Transport
10.	En général, à quelle institution faites-vous le plus confiance concernant le service monétaire mobile ?	1. institution financière 2. Opérateur téléphonique 3. Autre	1. institution financière 2. Opérateur téléphonique 3. Autre	1. institution financière 2. Opérateur téléphonique 3. Autre
11.	Si on vous en offrait l'opportunité, préféreriez-vous avoir une licence commerciale et être une entreprise formelle/reconnue ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non
12.	Si l'ouverture d'un compte de monnaie mobile nécessitait que vous ayez un permis de conduire/un NIF/une CIN/un passeport, cela vous empêcherait-il de vous enregistrer ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non
13.	Préféreriez-vous un compte mobile qui ne nécessite pas d'identification, mais qui limite votre activité à 10 transactions ou 4 000 HTG (OPT 1) ou un compte mobile qui nécessite une identification, mais ne limite pas le montant ou la valeur de vos transactions (montrer une carte) (OPT. 2)	<input type="checkbox"/> 1. Option 1 <input type="checkbox"/> 2. Option 2	<input type="checkbox"/> 1. Option 1 <input type="checkbox"/> 2. Option 2	<input type="checkbox"/> 1. Option 1 <input type="checkbox"/> 2. Option 2

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)	PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires	PME en F3. Transport
14.	Après notre discussion, seriez-vous intéressé(e) par l'idée qu'une personne puisse vous appeler pour vous donner plus d'informations sur la monnaie mobile ; dans l'affirmative, demandez le numéro de téléphone.			

Merci beaucoup pour le temps que vous nous avez accordé, aujourd'hui.

FIN DE L'ENTRETIEN FORMEL - COMMENCER LA SECTION L FINALE DE FAÇON INFORMELLE. L'enquêteur peut improviser en fonction de la situation.

L ÉTUDES

1	<p><i>Vous êtes brillant, et je suis très impressionné(e) par votre entreprise.</i></p> <p>Puis-je vous demander quel est votre niveau d'études ?</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Aucune éducation formelle2. École primaire3. Collège (10 ou 11 ans)4. Lycée (12 ou 13 ans)5. École commerciale/technique6. Formation universitaire7. Diplôme universitaire8. Études supérieures9. A refusé de préciser
---	---	---

Date : _____ Nom de l'intervieweur : _____

Questionnaire formel pour commerçants

METTRE LE RÉPONDANT À L'aise et INTRO

- Bonjour, merci d'avoir accepté de participer à une entrevue.
- Se présenter. Partager quelques informations personnelles (âges des enfants, sport favori, etc.).
- Détendez-vous, vous sentez-vous à l'aise ?
- Je suis ici pour parler de ce qu'est la vie d'un commerçant/d'un homme d'affaires/d'un trader/etc. Je le fais parce qu'il y a une société qui souhaite introduire quelques nouveautés, et nous souhaiterions vous demander ce que vous en pensez.

DIRE : C'est vraiment facile, nous allons seulement vous poser quelques questions sur vous et sur votre activité : nous parlerons ensuite d'une nouvelle idée qui pourrait bien se présenter et à propos de laquelle nous aimerions connaître votre avis. N'oubliez pas que c'est confidentiel.

EMPLACEMENT	CODE	Urbain	Rural
OUEST	1	1	2
NORD	2	1	2
NORD OUEST	3	1	2
NORD EST	4	1	2
ARTIBONITE	5	1	2
CENTRE	6	1	2
SUD EST	7	1	2
NIPPES	8	1	2
SUD	9	1	2

SEXE	
Masculin	4
Féminin	5

Nom du commerçant :		
Numéro de téléphone :		
Adresse :		
Poste dans l'entreprise : <input type="checkbox"/> Propriétaire <input type="checkbox"/> Directeur <input type="checkbox"/> Cadre		
Type de commerçant		
PME (informelle)	PME (formelle)	Grande entreprise (formelle)
<input type="checkbox"/> Revendeurs/négociants en marchandises	<input type="checkbox"/> Importateurs/Exportateurs	<input type="checkbox"/> Administration
<input type="checkbox"/> Agriculteurs/Producteurs alimentaires	<input type="checkbox"/> Prestataires de services professionnels	<input type="checkbox"/> Usines
<input type="checkbox"/> Transport	<input type="checkbox"/> Détaillants/Épiceries/Quincaillerie	<input type="checkbox"/> Autre

A PROPRIÉTÉ ET UTILISATION DU COMPTE BANCAIRE

Q1. Avez-vous un compte dans une institution financière comme une banque, une caisse de crédit, une institution de micro-crédit, etc. ?

1. Oui 2. Non (Si oui, allez à 1.4)

Q1.1 Sinon, pourquoi pas ? (sélectionnez tout ce qui s'applique)

Je ne leur fais pas confiance	1
Il n'y en a pas près de chez moi	2
Je passe trop de temps à exécuter une transaction	3
Je ne me sens pas à l'aise/non accepté dans la succursale	4
Je préfère garder l'argent sur moi (gérer l'argent moi-même)	5
Ils ne proposent aucun service qui me convienne	6
Je ne me sens pas en sécurité lorsque je me rends dans un établissement financier	7
AUTRE : (veuillez préciser)	8

Q1.2 En l'absence de compte, où gardez-vous votre argent ?

Portefeuille	1
Matelas	2
Épargne communautaire de la VSLA (Village Savings and Loans Association), société Sol	3
Coffre-fort personnel	4
AUTRE : (veuillez préciser)	5

Q1.3 En l'absence de compte, recourez-vous aux prêts d'usure ? 1. Oui 2. Non

Q1.3.1 Si oui, utilisez-vous cette méthode à l'obtention d'un prêt d'un établissement financier ?

SINON, ALLEZ AU PARAGRAPHE B

Q1.4 Si vous avez un compte, pourquoi l'avez-vous ouvert ?

J'avais besoin d'un endroit où conserver mon argent en sécurité	1
J'avais besoin d'un prêt/crédit	2
Je dirige une entreprise	3
Je voulais un compte chèque	4
J'avais besoin d'un compte sur lequel déposer mon salaire	5
Je voulais une carte de débit/crédit	6
Cela me protège de moi-même/m'empêche de dépenser tout mon argent d'un seul coup	7
Je fais des économies	8

Q1.4.1. Si vous économisez... quel est votre objectif ?

Q2. Où avez-vous votre compte ?

Dresser la liste des EF (sélectionner celles qui sont pertinentes)

Caisse populaire(2) Nom : _____

MFI (3) Nom : _____

Banque (1) Nom : _____

Q2.1. Avez-vous déjà effectué une opération de dépôt 1. Oui 2. Non

Q2.2. Avez-vous déjà exécuté une opération de retrait 1. Oui 2. Non

Q3. Pensez-vous que votre argent est en sécurité sur ce compte ? 1. Oui 2. Non

Q4.	Comment entrez-vous en relation avec l'établissement financier où votre argent est déposé ? LAISSER L'INTERVIEWÉ RÉPONDRE SANS L'INTERROMPRE, ET SÉLECTIONNER TOUTES LES CASES APPLICABLES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transport animal (par ex. cheval, âne, autre) 2. Marche 3. Transport public (tap tap, moto, etc.) 4. Véhicule privé (voiture, moto) 5. Autre _____
Q5.	Combien de temps vous faut-il pour aller de chez vous/votre magasin jusqu'à l'institution financière (trajet simple) ?	<p>Réponse effective _____ (classer en conséquence)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Je ne sais pas 2. Moins de 5 min 3. Moins de 15 min 4. Moins de 30 minutes 5. Moins d'une heure 6. Plus d'une heure
Q6.	Combien de fois par semaine vous rendez-vous à l'établissement financier ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. 0-1 2. 1-2 3. 2-3 4. 3-4 5. 4-5 6. 5-6 7. 7 ou plus
Q7.	Dans quelle mesure est-il commode pour vous de vous rendre dans votre succursale ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Très commode 2. Quelquefois commode 3. Ni commode, ni mauvais 4. Pas du tout commode 5. Très inconmode
Q8.	Comment noteriez-vous votre expérience de votre succursale ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Excellente 2. Bonne 3. Moyens 4. Pas bonne 5. Très mauvaise 6. Je ne sais pas

B PROPRIÉTÉ ET USAGE DU TÉLÉPHONE PORTABLE

Q9.	Êtes-vous disposé à essayer une nouvelle technologie ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tout à fait disposé 2. Assez disposé 3. Pas du tout disposé
Q10.	Quel type de téléphone mobile possédez-vous ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Je n'ai pas de téléphone <p>Inscrivez le modèle du téléphone ici :</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. écoute de base 3. téléphone intelligent 4. Blackberry 5. Android 6. iPhone
Q11.	Votre téléphone vous permet-il d'accéder à Internet ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non ;
Q12.	Quel type de forfait utilisez-vous actuellement ?	<input type="checkbox"/> 1. Prépayé <input type="checkbox"/> 2. Postpayé
Q13.	Au cours de l'année dernière, combien de fois avez-vous remplacé votre carte SIM ou numéro de téléphone ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jamais 2. Une fois dans l'année, peut-être 3. Deux fois dans l'année 4. Tous les quelques mois 5. Une fois par mois

C DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Q14.	Quelle est votre activité principale ?	Écrire :	
Q15.	Depuis combien d'années dirigez-vous votre entreprise actuelle ?	Écrire en années :	
Q16.	Combien de jours par semaine votre entreprise est-elle ouverte ?	Entourer 1 2 3 4 5 6 7	
Q17.	Combien d'heures par jour ?	Écrire le nombre total d'heures	
Q18.	Vendez-vous des produits à d'autres entreprises ou faites-vous du commerce de gros comme distributeur auprès d'autres entreprises ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oui 2. Non <p>Si OUI, veuillez décrire</p>	
Q19.	D'après vous, quels sont les avantages d'une entreprise réglementée/sous licence formelle ?	<ul style="list-style-type: none"> • Ne souhaite pas répondre • Entreprise non réglementée • Énumérez les avantages 	

D PERSONNEL

Q20.	Avez-vous des employés ou d'autres personnes travaillant pour votre entreprise ?	1. Oui 2. Non SI OUI, COMPLÉTEZ LA SECTION SINON, PASSEZ À LA SECTION SUIVANTE	
Q21.	Quel est le nombre total de vos employés ?	1. Nombre de familles travaillant dans l'entreprise _____ 2. Nombre d'employés _____	TOTAL
Q22.	Où vivent vos employés par rapport à la ou les positions géographiques de votre entreprise ?	7. À proximité du lieu de travail 8. Au sein de la même commune 9. Au sein de la même ville 10. Au sein de la même localité 11. Au sein de la même région 12. En dehors de cette région	

FIN DU FILTRAGE

Je voudrais maintenant vous poser des questions sur les coûts habituels liés à la direction de l'entreprise

(La devise est indiquée HTG dans les sections suivantes)

F COÛTS

		Devise locale	Entourez une réponse – PAR SEMAINE/PAR MOIS
1.	Quel est le montant du loyer de votre site ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
2.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses d'électricité ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
3.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses d'eau (le cas échéant) ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
4.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses en essence (le cas échéant) ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
5.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses de salaire (le cas échéant) ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
6.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses de transport ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
7.	Combien avez-vous dépensé pour votre licence commerciale ?	HTG	3. Ne sait pas/A refusé de répondre
8.	Quel est le pourcentage de vos revenus que vous dépensez en impôts ?	_____%	3. Ne sait pas/A refusé de répondre
9.	Avez-vous d'autres coûts opérationnels récurrents ?	HTG	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non ;
10.	Si oui, veuillez préciser		Énumérez les coûts
11.	Si oui, quelle est votre estimation du total des coûts pour ces dépenses régulières ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre

G PRÊTS

1.	Détenez-vous actuellement ou avez-vous déjà détenu un prêt ? SINON, PASSEZ À LA QUESTION 6	1. Oui 2. Non
2.	Si oui, auprès d'une personne ou d'une institution ?	1. Personne 2. institution
3.	S'il s'agit d'une institution, lequel ?	(UTILISER LA CARTE D'EMPLACEMENT FI)
4.	Quel est l'aspect le plus difficile dans la gestion d'un prêt ?	Liste
5.	Quelle est la fréquence du remboursement de votre prêt ?	_____ fois par semaine _____ fois par mois
6.	Prêtez-vous parfois de l'argent à vos clients ? Ou offrez-vous des articles à crédit ?	1. Oui 2. Non
7.	Êtes-vous confronté(e) à des défauts de paiement concernant vos biens et services vendus à des clients ?	1. Oui 2. Non
8.	Si oui, quelle importance accorderiez-vous au problème ?	4. Mineurs 5. Moyens 6. Majeurs

H SOURCE DES MARCHANDISES

1.	À quelle fréquence achetez-vous des marchandises ou inventaire ?	_____ jour _____ semaine _____ mois _____ trimestre
2.	Où achetez-vous vos marchandises ? LAISSEZ RÉPONDRE, INCITEZ À RÉPONDRE SI BESOIN EST : 1. Dépôt 2. Autres marchés 3. Autre entreprise 4. Agriculteurs 5. Amis 6. Grossiste 7. Autre pays 8. Autre	Notez la réponse
3.	Quels modes de paiement utilisez-vous pour acheter vos marchandises ?	Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent 1. Espèces 2. Chèque 3. Transfert de compte à compte 4. Carte de débit 5. Carte de crédit 6. Remise en argent

4.	En plus du montant du crédit d'impôt, payez-vous d'autres impôts lorsque vous achetez des marchandises au détail ?	1. Non 2. Oui Lesquels _____
5.	Avez-vous passé des accords d'achats avec les grossistes ?	1. Oui 2. Non
6.	Si vous avez répondu oui à la question précédente, recevez-vous un crédit du grossiste ?	1. Oui 2. Non SINON, PASSEZ À LA QUESTION 8
7.	SI OUI, PASSEZ À LA QUESTION 5, les grossistes vous livrent-ils des marchandises ?	1. Oui 2. Non
8.	Quel est l'aspect le plus difficile dans l'approvisionnement en marchandises ? LAISSEZ RÉPONDRE, INCITEZ À RÉPONDRE SI BESOIN EST : 1. Transport des marchandises 2. Gestion de l'inventaire 3. Disponibilité saisonnière	Notez la réponse

I VENTES

1.	Combien de clients servez-vous par jour en moyenne ?	
2.	Planifiez-vous le montant de la monnaie dont vous aurez besoin pour servir les clients au début de votre journée de travail ?	1. Oui _____ HTG 2. Non 3. Ne souhaite pas répondre
3.	Gagnez-vous suffisamment d'argent au cours de la journée pour justifier des dépôts quotidiens dans votre institution financière ?	1. Oui 2. Non
4.	Vous sentez-vous en sécurité pendant la journée malgré le montant d'argent disponible dans votre entreprise ?	1. Oui 2. Non
5.	Ramenez-vous chez vous chaque soir l'argent gagné, ou est-il stocké en sécurité dans votre entreprise ?	1. Dans mon entreprise 2. Ramène chez moi 3. Ne souhaite pas répondre
6.	Vous sentez-vous en sécurité si vous rentrez chez vous en ayant de l'argent sur vous ?	1. Oui 2. Non
7.	Avez-vous déjà été dévalisé en exécutant des activités commerciales ? Par exemple, lorsque vous vous rendez à votre travail, dans une institution financière, quand vous rentrez chez vous, quand achetez des marchandises.	1. Oui 2. Non
8.	Votre entreprise a-t-elle mis en place les mesures de sécurité suivantes ? Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent	1. Coffre-fort pour conserver l'argent 2. Agent de sécurité 3. Caméras de sécurité 4. Autre 5. Ne souhaite pas répondre

9.	<p>À qui vendez-vous vos marchandises/services ? (réponses multiples) LAISSEZ LA PERSONNE INTERROGÉE RÉPONDRE SANS AIDE ; si aucune réponse n'est proposée, offrez de l'aide</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membres de la communauté • Domestiques, gardiens (domiciles de tierces personnes) • Ouvriers du bâtiment • Travailleurs de rue • Fonctionnaires • ONG • Sociétés • Étudiants 	
10.	Disposez-vous d'autres sources de revenus ?	1. Oui 2. Non
11.	Si oui, lesquelles ?	
12.	Connaissez-vous la valeur de vos stocks actuels ? <input type="checkbox"/> Ne sait pas/A refusé de répondre	HTG
13.	Quels modes de paiement acceptez-vous ?	1. Espèces 2. Échange de marchandises 3. Chèque, 4. Carte de débit 5. Carte de crédit 6. Paiements mobiles 7. Virement bancaire 8. Remise en argent
14.	Acceptez-vous plusieurs devises ? <input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	
	Si oui, lesquelles ?	Liste
15.	Existe-t-il des périodes creuses ou de pointe pour vos transactions commerciales ? En d'autres termes, votre entreprise traverse-t-elle des périodes difficiles ou prospères ?	Écrire :
16.	Diriez-vous que votre activité commerciale progresse, s'affaiblit ou est stable ?	1. Progresse 2. S'affaiblit 3. Stable
17.	Avez-vous la capacité de remettre des reçus à vos clients ?	1. Oui 2. Non
18.	Si oui, comment ? (papier, texte, ...)	Inscrivez la réponse _____
19.	Comment assurez-vous le suivi de vos transactions quotidiennes ?	1. Je ne surveille pas 2. J'utilise un système de comptabilité manuelle 3. Je compte simplement l'argent 4. Je compte l'inventaire 5. Je surveille les reçus 6. J'utilise un système de point de vente électronique 7. Autre _____

20.	En plus du montant du crédit d'impôt, vos clients paient-ils des impôts supplémentaires ?	1. Non 2. Oui Si oui, lesquels ?
-----	---	--

Précédemment, nous avons abordé le sujet des services d'argent mobile. Nous aimerions parler de la manière d'appliquer ces types de services à votre entreprise.

L'entretien continue...

J DISPONIBILITÉ DU SERVICE D'ARGENT MOBILE

1. Quelles sont les 3 principales méthodes que vous souhaiteriez mettre en place pour recevoir des informations sur les services d'argent mobile ?

MONTRER LA CARTE (entourer les réponses)

Bouche-à-oreille amis/famille	1
Microphone/camion haut-parleur	2
Appel téléphonique	3
Publicités télévisées	4
Publicités radiophoniques	5
Publicités imprimées	6
Panneaux d'affichage/Publicités de plein air/images hors domicile/banderole	7
Leaders communautaires (pasteur, professeur, propriétaires d'entreprise, maire, conseiller municipal, sénateur, député)	8
Courrier physique/Message Haïti	9
Message texte	10
E-mail	11
À l'église	12
À l'école	13
Au travail	14
Autres (veuillez préciser)	15

K INTÉRÊT À UTILISER MOBILE MONEY DANS VOTRE ENTREPRISE/TRANSACTION

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)	PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires	PME en F3. Transport
1.	À quel point selon vous, les services monétaires mobiles comme mode de paiement sont-ils attrayants pour les consommateurs ?	LIRE 1. Très attrayants 2. Attrayants 3. Pas attrayants	LIRE 1. Très attrayants 2. Attrayants 3. Pas attrayants	LIRE 1. Très attrayants 2. Attrayants 3. Pas attrayants
2.	Quels en sont les avantages, d'après vous ? Qu'est-ce qui vous plaît dans le concept/service ?	• • •	• • •	• • •
3.	Quels sont, selon vous, les problèmes majeurs ayant trait au service monétaire mobile ? Ce que vous n'aimez pas à propos de ce service ?	• • •	• • •	• • •
4.	Seriez-vous prêt(e) à utiliser la monnaie mobile (argent mobile) pour accepter les paiements provenant de vos clients ?	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)
5.	Pensez-vous que vous auriez une clientèle plus vaste si vous acceptiez des paiements mobiles	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non
6.	Pensez-vous qu'avoir un compte mobile pour votre entreprise est préférable aux espèces ?	LIRE 1. Tout à fait 2. La plupart du temps 3. Parfois 4. À l'occasion 5. Jamais	LIRE 1. Tout à fait 2. La plupart du temps 3. Parfois 4. À l'occasion 5. Jamais	LIRE 1. Tout à fait 2. La plupart du temps 3. Parfois 4. À l'occasion 5. Jamais

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)	PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires	PME en F3. Transport
7.	Supposez que vos clients vous paient avec de la monnaie mobile. Ensuite, vous pourriez utiliser cette monnaie pour rembourser les prêts directement à partir de votre téléphone sans vous rendre dans une succursale ou une institution financière. Seriez-vous intéressé(e) ?	1. Oui 2. Non	1. Oui 2. Non	1. Oui 2. Non
8.	Si vous aviez de l'argent sur votre compte de monnaie mobile, dans quelle mesure souhaiteriez-vous pouvoir payer votre grossiste par le biais d'un virement mobile s'il acceptait ce type de transaction ?	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)	SI LA PERSONNE N'EST PAS INTÉRESSÉE, POSEZ LA QUESTION SUIVANTE ET ALLEZ À LA SECTION SUIVANTE LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)	SI LA PERSONNE N'EST PAS INTÉRESSÉE, POSEZ LA QUESTION SUIVANTE ET ALLEZ À LA SECTION SUIVANTE LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)
9.	Si vous pouviez vérifier toutes vos transactions à n'importe quel moment à partir de votre téléphone, serait-ce utile à votre entreprise ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ?
10.	Et si vous pouviez recevoir directement les produits nets de vos récoltes au lieu de rendre visite au distributeur ; est-ce que cela réduirait vos coûts ou vous ferait gagner du temps ?		1. Oui 2. Non SI OUI Veuillez expliquer	
11.	En général, à quelle institution faites-vous le plus confiance en ce qui concerne le service monétaire mobile ?	1. Établissement financier 2. Opérateur téléphonique 3. Autre	1. Établissement financier 2. Opérateur téléphonique 3. Autre	1. Établissement financier 2. Opérateur téléphonique 3. Autre

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)	PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires	PME en F3. Transport
12.	Si l'ouverture d'un compte de monnaie mobile exige que vous déteniez un permis de conduire/un numéro d'identification aux fins de l'impôt (NIF)/un numéro d'identification du client (CIN)/un passeport, est-ce que cela vous dissuaderait de vous inscrire ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non
13.	Êtes-vous confronté(e) à des défauts de paiement concernant vos biens et services vendus à des clients ?	1. Mineurs 2. Moyens 3. Majeurs	1. Mineurs 2. Moyens 3. Majeurs	1. Mineurs 2. Moyens 3. Majeurs
14.	Avez-vous l'impression de disposer de quantités excessives d'espèces à la fin de la journée ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non
15.	Si oui, agiriez-vous comme agent cash-out en dispersant les retraits pour les clients dans vos magasins si : <ul style="list-style-type: none"> • cela minimisait le montant des liquidités que vous deviez stocker ; • réduisait la fréquence de gros dépôts pris à la banque ; et • vous permettait d'être remboursé(e) en ce qui concerne les versements via les transferts électroniques vers l'établissement financier dans lequel se trouve le compte de l'entreprise. Est-ce que cela vous intéresse ?			
16.	Avez-vous l'impression que vous avez des difficultés à disposer de quantités suffisantes d'espèces chaque jour ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)	PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires	PME en F3. Transport
17.	Si oui, comme précédemment, seriez-vous prêt(e) à accepter des dépôts au nom de prestataires de services bancaires mobiles, en supposant qu'ils ont fourni la formation et la technologie qui conviennent pour cela ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non
18.	Après notre discussion, seriez-vous intéressé(e) par l'idée qu'une personne puisse vous appeler pour vous donner plus d'informations sur la monnaie mobile ; dans l'affirmative, demandez le numéro de téléphone.			

Merci beaucoup pour le temps que vous nous avez accordé, aujourd'hui.

FIN DE L'ENTRETIEN FORMEL - COMMENCER LA SECTION FINALE L DE FAÇON INFORMELLE. L'enquêteur peut improviser en fonction de la situation.

L ÉTUDES

1	<p><i>Vous êtes très intelligent(e), et je suis vraiment impressionné(e) par votre entreprise.</i></p> <p>Puis-je vous demander quel est votre niveau d'études ?</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Aucune éducation formelle2. École primaire3. Collège (10 ou 11 ans)4. Lycée (12 ou 13 ans)5. École commerciale/technique6. Formation universitaire7. Diplôme universitaire8. Études supérieures9. A refusé de préciser
---	--	---

Date : _____ Nom de l'enquêteur : _____

ANNEXE H. RESULTATS PROVENANT DE L'ENQUETE SUR LES COMMERÇANTS HMMI

Une copie du rapport complet d'enquête, avec les données de réponse et les résultats, est disponible sur [lien](#).

Résultats clés de l'enquête sur les commerçants

La pénétration des services mobiles parmi les commerçants est élevée

Sur les 525 personnes interrogées qui ont répondu à cette question, 169 (32 pour cent) ont des smartphones, 347 (66 pour cent) ont un téléphone polyvalent simple. Seules 9 personnes (2 pour cent) ont signalé qu'elles ne possédaient pas de téléphone. La pénétration des services mobiles est forte parmi les commerçants qui dépendent de leur appareil portable pour rester connectés avec leurs clients et leurs grossistes.

L'accès aux services financiers de base parmi les commerçants est plus élevé que dans l'ensemble de la population

Un taux impressionnant de 60 pour cent représentait les répondants ayant un compte dans une banque, un organisme de crédit, ou une institution de microfinance (IMF). Il n'est pas étonnant de constater que les commerçants formels sont plus susceptibles d'avoir un compte (79 pour cent de commerçants formels, contre 54 pour cent de commerçants informels). Parmi les 40 pour cent de l'ensemble des commerçants qui n'avaient pas de compte, la raison prédominante était un vague « je ne sais pas vraiment. » Toutefois, certains avaient des raisons précises : 15 pour cent préféraient garder leur argent avec eux, 10 pour cent ont répondu qu'ils n'avaient pas confiance dans les établissements financiers et 7 pour cent trouvaient que les transactions prenaient trop de temps. Seul un très petit nombre de répondants, a déclaré ne pas avoir d'identifiant valide du gouvernement, se sentir en insécurité, ou penser que l'expérience en succursale était médiocre.

Pour les institutions financières, cela indique qu'il existe une base potentielle de clients commerçants pouvant être ciblés par des comptes mobiles. Les commerçants ont déclaré être à proximité d'une institution financière et ont exprimé en général le désir de bénéficier de comptes mobiles pour des raisons professionnelles. En ce qui concerne les commerçants qui n'ont pas de compte dans des institutions financières, presque tous ont déclaré qu'ils avaient au moins un Identifiant du gouvernement ; cela est nécessaire pour ouvrir un compte mobile. Cependant, les institutions financières exigent un deuxième identifiant : elles auraient besoin de mener une recherche supplémentaire pour déterminer si le deuxième identifiant et la conformité KYC représentaient une barrière significative à l'entrée pour ces commerçants. Par ailleurs, certains commerçants informels peuvent souhaiter rester anonymes et peuvent craindre d'avoir un compte qui conduirait le gouvernement à exiger plus de taxes.

Les commerçants veulent des prêts mobiles

Environ 30 pour cent des commerçants ont déclaré avoir actuellement ou avoir eu un prêt. Parmi eux, 19 pour cent ont contracté leurs prêts auprès d'individus et 79 pour cent auprès d'un établissement officiel. Il n'est pas surprenant d'apprendre que les propriétaires officiels d'entreprise avaient presque tous exclusivement contracté des prêts auprès d'institutions officielles. Par conséquent, les solutions de prêts mobiles seraient particulièrement adaptées à des entreprises officielles cherchant à se développer ou à accéder à de nouveaux marchés.

Soixante-six pour cent de répondants émettent des lignes de crédit. Les prêts entre pairs représentent une opportunité de marché fantastique lorsqu'ils sont associés à un compte mobile spécifiquement conçu pour les commerçants et leurs clients. La technologie permettrait une meilleure tenue des documents de prêts personnels formels et informels et contribuerait à établir des schémas de données pour les grands prêteurs et payeurs sans risque pour les institutions financières.

Il convient de noter que l'on a demandé aux commerçants s'ils voulaient la commodité d'un *remboursement de prêt mobile*, plutôt que leur demander s'ils voulaient un prêt mobile, puisque la perspective d'un prêt assombrit la façon dont on le reçoit ou dont il est remboursé. Les répondants aiment l'idée de recevoir les paiements des clients sur un compte mobile et de transférer ces profits à leur institution financière pour rembourser un prêt sans devoir jamais se déplacer dans une succursale.

Avantages perçus des comptes mobiles

Malgré l'utilisation limitée des comptes mobiles offerts par des fournisseurs actuellement, les commerçants ont indiqué les domaines dans lesquels les comptes mobiles pouvaient les aider à améliorer leurs opérations commerciales. Ce sont des résultats prometteurs qui indiquent que les commerçants passeraient à des solutions mobiles si ces solutions étaient présentées avec le bon produit et proposées par l'institution adéquate.

- 80 pour cent des commerçants formels et 74 pour cent des commerçants informels sont intéressés ou très intéressés par l'idée de recevoir des paiements mobiles en provenance des clients.
- 78 pour cent des commerçants informels et 83 pour cent des commerçants formels pourraient être intéressés par un service leur permettant d'accepter des paiements mobiles provenant des clients et de rembourser les emprunts via leurs appareils mobiles sans se déplacer dans une succursale de leur établissement financier.
- 76 pour cent des commerçants formels pensent qu'accepter des paiements mobiles rendrait leurs entreprises attrayantes ou accessibles à un plus large éventail de clients.
- 80 pour cent des commerçants informels et 88 pour cent des commerçants formels seraient intéressés ou très intéressés par une solution qui leur permettrait de payer les grossistes par transfert mobile (par opposition à des transactions en espèces).
- 78 pour cent de commerçants informels et 84 pour cent de commerçants formels pensent que la capacité à visualiser leurs activités sur leurs téléphones serait utile pour administrer leurs entreprises. En particulier, cela contribuerait à faciliter leurs tâches, à mieux contrôler leurs finances, à fournir une meilleure visibilité sur leurs entreprises et à offrir une sécurité accrue pour leurs fonds ; cela leur permettrait aussi de créer des stratégies d'épargne. Les commerçants formels pensent que les données sur les activités les aideraient également dans la gestion de leur temps.
- Les producteurs d'aliments et les agriculteurs ont déclaré que recevoir le produit net de leurs récoltes via les téléphones mobiles au lieu de se déplacer chez les distributeurs leur ferait gagner du temps et de l'argent.

- 26 pour cent de commerçants formels s'inquiètent d'être en possession de quantités excessives d'espèces à la fin de la journée. Parmi ces commerçants, 85 pour cent seraient intéressés, voire très intéressés, par l'idée de devenir des agents cash-out.
- 79 pour cent des commerçants formels ont du mal à avoir des quantités suffisantes d'espèces et vont donc régulièrement faire des retraits dans leur institution financière ; ils seraient intéressés par l'idée d'accepter des dépôts au nom de fournisseurs de monnaie mobile.
- 75 pour cent des commerçants informels et 79 pour cent des commerçants formels ont exprimé leur souhait d'être contactés afin d'obtenir plus d'informations sur l'argent mobile (457 commerçants fournissent leurs numéros de mobiles).

Ces constatations initiales suggèrent que les commerçants formels et informels sont de potentiels utilisateurs précoces des technologies financières mobiles.

Défis opérationnels pour les entreprises marchandes

Un élément clé de la recherche consistait à identifier les défis ou « points faibles » de la croissance de l'entreprise pouvant être traités par les technologies mobiles. Comprendre les points faibles des commerçants peut aider à établir un modèle pour les cas d'utilisation des produits mobiles en fonction de la demande.

- *Contrôle des transactions et des reçus électroniques* : Les commerçants bénéficieraient d'une méthode leur permettant de fournir des reçus de transactions numériques. Les marchands, les banques et la Banque de la République d'Haïti bénéficieraient d'une méthode numérique de contrôle des transactions des commerçants.
- *Accessibilité à l'argent via les nouveaux services financiers* : Les commerçants veulent des comptes qui sont plus accessibles. Ils apprécient l'avantage de pouvoir stocker des fonds en toute sécurité pendant la nuit sur un compte mobile, et également d'épargner de l'argent ou de recevoir des prêts dans un portefeuille mobile. L'inconvénient est qu'ils ne peuvent pas accéder librement à ces espèces lorsqu'ils en ont besoin.
- *Possibilité de prendre en charge des devises multiples* : Un compte mobile offre une flexibilité que les espèces ne peuvent pas assurer. Les commerçants qui traitent et acceptent des devises multiples peuvent bénéficier de comptes numériques à double devise et d'opérations de change de type cash-in, cash-out ou de paiements.
- *Concernant le besoin d'obtenir des espèces* : Un compte mobile peut fournir des paiements exacts, éliminant le besoin de distribuer de l'argent aux clients et limitant la quantité d'espèces que les commerçants doivent transporter.
- *Paie des employés* : Les commerçants formels ayant une activité importante recherchent des moyens plus efficaces de payer leurs employés. Les chèques et les dépôts directs sont une charge pour les établissements bancaires en raison des besoins des employés auxquels ils doivent pourvoir pendant les jours qui suivent immédiatement la distribution de la paie. Les paiements mobiles sont plus versatiles et offrent aux employés des méthodes immédiates permettant d'utiliser ou de dépenser l'argent durement gagné.

L'importance du développement de produits commerciaux est essentielle à l'amélioration des études de marché concernant l'utilisation qu'en font les consommateurs et les opportunités de revenus. Comprendre ce qui pousse un commerçant à vouloir une solution mobile contribuera à déterminer ce qui fera d'eux des utilisateurs satisfaits et actifs. Les commerçants motivés feront des consommateurs heureux et l'écosystème se développera. Résoudre les points douloureux des commerçants dans leurs opérations actuelles grâce à des solutions de compte mobile serait un scénario gagnant-gagnant.

ANNEXE I. CAS TYPE D'UTILISATION CONCERNANT DES PRODUITS BANCAIRES MOBILES

Cas d'utilisation 1 : Enregistrement du consommateur

Les comptes peuvent être ouverts en utilisant un appareil mobile, via l'opérateur d'un centre d'appels, par un agent commercial utilisant une interface agent ou dans une succursale, en utilisant l'interface d'un établissement financier.

Le titulaire du compte doit fournir [insérer les exigences KYC] pour ouvrir un compte :

- Nom
- Adresse
- Numéro de téléphone portable
- Date de naissance
- Un identifiant émis par le gouvernement

Le numéro de téléphone mobile est authentifié.

La personne est authentifiée : par voie électronique, par voie de signature ou par identification oculaire.

Le compte est approuvé par la plateforme mobile et un message de confirmation est envoyé au consommateur.

Cas d'utilisation 2 : Enregistrement du commerçant

Les comptes peuvent être ouverts en utilisant un appareil mobile, via un agent d'appels, par un agent commerçant qui utilise une interface agent ou dans une succursale, en utilisant l'interface d'un établissement financier.

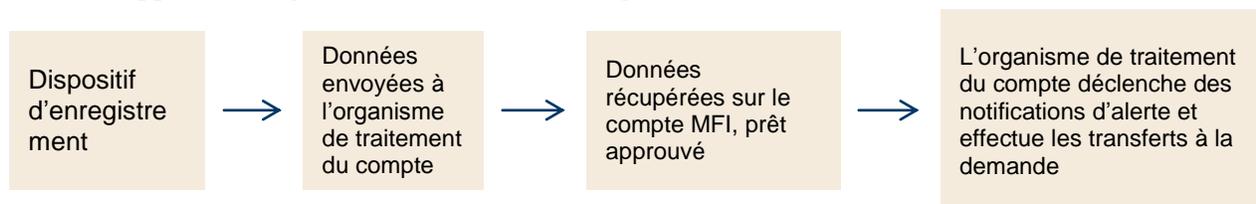
Le titulaire du compte doit fournir [insérer les exigences KYC] pour ouvrir un compte :

- Nom du commerçant
- Adresse du magasin
- Numéro de téléphone portable
- Téléphone professionnel
- Informations d'entreprise

Le commerçant est authentifié : par voie électronique, par voie de signature, ou par identification oculaire.

Cas d'utilisation 3 : Versement de prêt mobile

Ce cas suppose l'intégration entre l'MFI et l'organisme de crédit.



Le demandeur de prêt s'enregistre pour obtenir un compte mobile auprès du bureau de prêt mobile.

Le compte est ouvert ; le demandeur est reconnu comme un petit commerçant informel et demande un prêt à l'entreprise.

Le responsable des prêts mobiles soumet une demande de prêt avec les données du titulaire de compte, via un appareil mobile, à la succursale de l'établissement financier.

Les données sont envoyées et traitées par voie électronique et peuvent être récupérées par un agent d'une MFI pour examen.

L'agent de l'MFI approuve le prêt ; l'agent mobile et le titulaire du compte reçoivent une notification par SMS.

L'MFI transfère les fonds vers un compte principal auprès de l'organisme de crédit sponsor.

L'MFI utilise une interface système pour programmer un remboursement de prêt automatisé vers/en provenance d'un compte principal sur le compte du titulaire de compte de l'organisme de crédit.

Le titulaire du compte reçoit une alerte SMS lorsque les fonds ont été crédités sur le compte.

Le titulaire du compte utilise le solde de compte mobile pour acheter des articles pour l'entreprise auprès des commerçants qui acceptent les paiements mobiles.

Cas d'utilisation 4 : Remboursement de prêt mobile

Le demandeur de prêt reçoit des achats de marchandises en petit volume via le compte mobile.

Le responsable des prêts mobiles reçoit des notifications par SMS ou par application smartphone afin de savoir quels remboursements de prêts sont dus sept jours avant l'échéance du paiement et le jour où le paiement arrive à échéance, ce qui permet au responsable des prêts et à l'IMF de mieux gérer d'éventuels impayés des remboursements de prêt.

Lorsque le remboursement d'un prêt arrive à échéance, le demandeur utilise un appareil mobile pour envoyer un paiement vers un compte spécifique.

L'IMF reçoit une alerte par courriel et peut visualiser les paiements effectués dans le système de l'IMF grâce à l'intégration.

Les Fonds sont stockés dans un compte spécifique de l'organisme de crédit que l'IM peut maintenant gérer.