

2020, année du vrai décollage ?

Lancé en 2018 par la Banque centrale et l'Agence nationale de réglementation des télécommunications, le paiement mobile a pour vocation de devenir un acteur incontournable de l'inclusion financière. L'activité, approuvée par nombre d'opérateurs, semble lentement se mettre en place. Où en est actuellement ce nouveau service de paiement mobile? Comment peut-il encore évoluer?



Aïda Lo
a.lo@leseco.ma

Aujourd'hui, une quinzaine d'établissements de paiement ont été créés pour investir ce nouveau marché. Outre les banques (BPay de la Banque Populaire, DabaPay de BMCE Bank, Beztam-E du Crédit Agricole du Maroc, So Pay de la Société Générale et WEPay de CIH Bank), d'autres opérateurs ont reçu l'agrément pour créer des filiales dédiées (Wafacash, Maroc traitement de transaction (M2T), Cash Plus, NAPS, Maymouna services financiers, le Centre monétique interbancaire (CMI), Barid Cash, Fast Payment, Maroc Telecom, Inwi et Orange). Le but étant de venir à bout de la circulation du cash et de sa gestion très coûteuse, mais surtout d'offrir de nouvelles opportunités aux populations les plus reculées. Bank Al-Maghrib table d'ici 2024 sur un marché de 6 millions d'utilisateurs pour 1,3 MMDH de transactions. Mais près de deux ans après le lancement de cette nouvelle activité, l'engouement ne semble toujours pas au rendez-vous. L'interopérabilité n'étant pas encore effective, faute d'une homologation en switch, le développement de ce nouveau service est freiné. Courant 2019, ce sont seulement 360.000 wallets qui ont été recensés. Pour certains analystes, cela

reste un très bon début compte tenu des conditions actuelles. «Il faut déjà se féliciter du déploiement du mobile money au Maroc, un levier majeur d'inclusion financière», souligne Mohamed Douyeb, président-cofondateur du think tank Digital Act. Selon lui, les parties prenantes veulent se donner les moyens de rattraper le retard accusé dans ce domaine, à commencer par les aspects législatif et réglementaire.

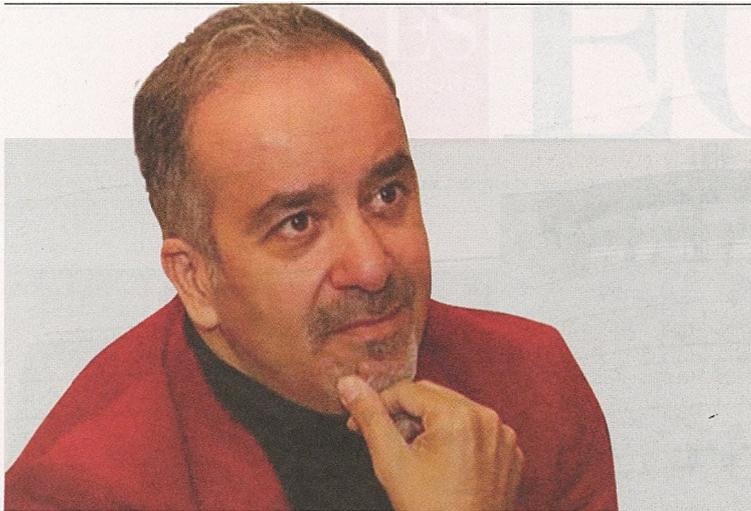
De nouvelles offres se font attendre

Tout porte à croire que l'année 2020 sera celle du vrai décollage. Conscients des enjeux du paiement mobile en matière d'inclusion financière, les pouvoirs publics ont instauré, dans le cadre de la loi de Finances 2020, une disposition selon laquelle les contribuables vont bénéficier, au titre de l'impôt sur les sociétés, d'un abattement de 25% sur la base de laquelle est assis cet impôt réalisé par paiement mobile. Celle-ci correspond au nombre de transactions réalisées grâce à la performance mobile. Cette réduction vise à promouvoir le paiement via mobile et, par ricochet, le nombre de transactions financières. Entre-temps, les premiers chiffres annoncés par le premier opérateur télécom à avoir lancé son offre, à travers une filiale dédiée, sont très encourageants. Quatre mois après son lancement, Inwi

revendique 140.000 utilisateurs «Inwi Money». Il faudra donc attendre le déploiement de nouvelles offres pour avoir une idée plus précise. «Toujours est-il que, selon des experts, c'est dans un horizon de 3 ans que nous allons évaluer le succès de la pénétration du mobile money au Maroc et de son impact socioéconomique», souligne Douyeb. Il faut dire qu'en Asie et en Afrique, cet instrument a donné lieu à une véritable révolution, même si son développement se fait à des rythmes différents selon les moyens déployés. La Chine a pris une bonne longueur d'avance et est déjà en passe de devenir une société où l'argent liquide a disparu. Si les pays d'Afrique de l'Ouest sont souvent cités comme des hauts lieux de l'innovation en matière de services financiers mobiles, le Nord et le Sud de l'Afrique, le Brésil et l'Asie du Sud-Est ont, eux aussi, très vite adopté les solutions mobiles, selon une étude du cabinet d'audit Mazars. Au Maroc, le service est très attendu sur le marché. Ce nouveau service dispose en effet de tous les atouts pour une transformation culturelle des usages financiers chez une grande partie de la population exclue jusque-là du système financier. Le service semble également être la solution pour la réduction de la circulation de l'argent liquide.

Coût très cher

Plus de 400 MMDH de paiements en cash sont effectués annuellement. Les seuls paiements auprès des commerçants de proximité totalisent environ 290 MMDH annuellement, avec une moyenne par transaction d'à peu près 35 DH. Ceci étant, le cash en circulation coûte trop cher pour l'économie nationale. Son coût est estimé à 7 MMDH par an. Une manne qui pourrait être utilisée ailleurs, notamment pour la lutte contre l'informel. Ces flux représentent, en plus du manque à gagner pour les banques en termes de dépôts, un coût élevé au niveau de la gestion quotidienne. La solution de paiement mobile pourrait donc remplacer progressivement les transactions effectuées par cash, d'autant plus que le Maroc présente un taux de pénétration du mobile très important. C'est dans ce sens que les banques, établissements de paiement et opérateurs télécoms espèrent capter une partie de ce flux. Les fintechs espèrent également se positionner sur cette nouvelle activité. Le paiement mobile intéresse ainsi de nombreux opérateurs issus de différents environnements, ce qui pourrait entraîner le chevauchement de nombreuses mesures entre les différentes factions. La création d'une nouvelle gouvernance, regroupant tous ces opérateurs, émerge. «C'est une idée fort intéressante qu'il faut creuser pour évaluer son impact sur le développement du mobile money, en raison notamment de la traçabilité électronique que permet cet outil. Une chose est sûre: Il faut davantage de volontarisme pour accélérer le rythme de déploiement», conclut Douyeb. ●



Mohamed Douyeb.

Président-cofondateur du think tank Digital Act

“La vraie bataille du mobile money, c’est celle contre l’exclusion financière”

L’attachement du Marocain au cash est avéré. Pensez-vous que les habitudes peuvent vraiment évoluer ?

Les autorités monétaires de certains pays ont chiffré l’économie générée par la dématérialisation de la monnaie à 0,5% du PIB. Ce coût de la filière cash est lié à la gestion, à la circulation, au recyclage et au tri des billets en plus de la fabrication! C’est vrai que la monnaie fiduciaire a la peau dure, mais ce n’est pas une fatalité. La vraie bataille, c’est celle contre l’exclusion financière. Bien évidemment, les habitudes devront évoluer. Quand on sait qu’un Marocain sur deux a accès à Internet dispose d’un smartphone, que la pénétration de l’Internet mobile s’élève à 130% et que les 2/3 de la population adulte est exclue du système financier... Il faut avouer que les services du mobile money offrent un énorme potentiel. Aujourd’hui, un smartphone est un porte-monnaie électronique, et chaque numéro de téléphone équivalait à un numéro de compte exclusif. Ce numéro de compte équivalait au numéro de téléphone portable. Au Maroc, les portefeuilles mobiles sont en passe de devenir une alternative populaire

au paiement en cash. Faciles à utiliser, sécurisés, ils sont accessibles partout où il y a un réseau télécom et un signal de téléphone.

Avec le défi de l’inclusion financière, où se situent les gisements de croissance pour le m-payment ?

Il ne faut surtout pas considérer les services financiers mobiles comme une menace pour la banque ou les réduire à une simple extension de l’offre des services des opérateurs télécoms. Il s’agit d’un tournant stratégique qui influencera leur croissance respective au cours des prochaines années. Les gisements de croissance sont de taille. Prenez par exemple la microfinance, qui couvre à peine 2,5% de la population (15% au Pérou), ou la microassurance, au moyen de laquelle seule 1,6% de la population est couverte (30% aux Philippines). Le mobile money est un levier majeur pour développer l’inclusion de ces populations afin d’avoir accès à des services financiers qui faciliteront, à terme, leur inclusion économique. Sans parler de son impact pour le développement de l’économie sociale et solidaire. Pour tous les chercheurs et les ac-

teurs qui travaillent sur le terrain, les nouveaux services financiers innovants sont un vecteur essentiel de l’économie sociale et solidaire.

Comment expliquez-vous la réticence des commerçants? Faut-il revoir la fiscalité, les commissions... ?

Les résistances sont naturelles et ne doivent pas nous étonner. Là encore, il ne faut pas sombrer dans le fatalisme. Pour accélérer le déploiement des outils et services mobile money, les experts sont unanimes. Il existe une multitude d’initiatives et d’actions symboliques très ancrées et enracinées dans la culture marocaine. Parmi ces exemples, on peut citer le carnet de crédit (kounnatch) de l’épicier qui mérite d’être digitalisé dans la mesure où c’est un moyen de généralisation de la technologie et de fidélisation de la clientèle. Maintenant, il existe de fortes pressions sur les commerçants, notamment de la part d’une partie des grossistes qui ne voient pas d’un bon œil le déploiement du mobile money. D’où le travail de sensibilisation titanesque qui doit être mené, à commencer par l’État qui peut, à titre d’exemple, prévoir des mesures incitatives concrètes et promouvoir l’éducation financière autour du mobile money. Un premier geste a été fait dans le cadre de la loi de Finances 2020 à travers l’abattement de 25% de la base imposable relative au chiffre d’affaires réalisé par paiement mobile. Un geste qui reste timide, selon plusieurs experts.

Le cadre légal et réglementaire est-il verrouillé? Y a-t-il encore des ajustements à effectuer ?

Le Maroc dispose d’un cadre légal et juridique, dont l’instantanéité est la norme. Cet arsenal nous semble être protecteur de l’utilisateur. Il y a lieu de saluer cette avancée. Maintenant, il faut faire preuve de volontarisme en assouplissant davantage le cadre réglementaire pour accélérer le déploiement des services de mobile money. C’est une question vitale. Justement, à ce titre, il est curieux de savoir qu’un Groupement de paiement mobile au Maroc vient de voir le jour par la bénédiction de la Banque centrale, sans qu’il puisse regrouper l’ensemble des acteurs. Nous attendons des informations détaillées sur ce Groupement avant d’en avoir une analyse détaillée.

Qu’est-ce qui pourrait aujourd’hui freiner le développement de cette activité ?

Au sein du Digital Act, nous préférons parler d’atouts et de leviers. Il est primordial de réussir la sensibilisation et la communication autour du mobile money. Ce service doit bénéficier d’une bonne réputation. C’est un chantier majeur et prioritaire puisqu’une part importante des adultes hors circuit bancaire invoquent des raisons culturelles et des freins liés surtout à la méfiance envers les établissements financiers. Tout l’enjeu, aujourd’hui, est de déployer des offres compétitives, évolutives et à forte valeur ajoutée.