

Concurrence ou complémentarité entre Multinationales de télécommunication et sociétés de transfert d'argent en contexte de la République Démocratique du Congo

Competition or complementary between Multinationals of telecommunications and money transfer societies in the context of Democratic Republic of the Congo.

Patrick BATOTELE SELEMANI

Enseignant chercheur

Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Université Kongo

Doctorant à l'Université Libre de Bruxelles

Centre de Recherche et d'Etudes Prospectives (CREP)

Théophile DZAKA-KIKOUTA, HDR en Economie

Professeur, Université Kongo et Chercheur Associé au BETA, Université de Strasbourg

Ecole Supérieure de Gestion et d'Administration des Entreprises, ESGAE

Centre de Recherche et d'Etudes Prospectives (CREP) de Brazzaville

t.dzaka@unistra.fr

Date de soumission : 17/04/2022

Date d'acceptation : 04/07/2022

Pour citer cet article :

BATOTELE SELEMANI P. & DZAKA-KIKOUTA T. (2022) «Concurrence ou complémentarité entre Multinationales de télécommunication et sociétés de transfert d'argent en contexte de la République Démocratique du Congo», Revue Internationale du Chercheur «Volume 3 : Numéro 3» pp : 249 - 271

Résumé

L'émergence de la NTIC a profondément bouleversé le marché des services financiers en République Démocratique du Congo (RDC) et ailleurs en Afrique. Décidées de poursuivre la mission d'élargir l'inclusion financière que les IMF n'ont pas pu réaliser et de saisir ainsi les nouvelles opportunités qui y sont associées, les Multinationales de la téléphonie mobile (MTM) ont massivement apporté aux populations exclues du circuit bancaire classique, les possibilités d'accéder, à partir du téléphone portable, aux services financiers.

Ce papier vise à élucider l'avenir de la messagerie financière dans une analyse comparative entre IMF opérant sur le marché du transfert d'argent en pleine digitalisation, dans le contexte de la RDC. Après analyse des données issues d'une enquête effectuée auprès des usagers des services financiers de la province du Kongo Central et des dirigeants des IMF et MTM, il ressort que l'intégration des MTM a fait basculer, via le mobile banking, la préférence des usagers de services financiers vers l'offre à leur faveur au détriment des IMF. En réaction, certaines IMF ont résolu de déployer une stratégie de résilience en exploitant les opportunités du partenariat stratégique avec les MTM pour éviter le risque d'éviction totale du marché de transfert d'argent.

Mots-clés: « Inclusion financière ; mobile banking ; transfert d'argent ; théorie de l'acceptation des technologies ; RDC »

Abstract

Transfermarket the emergence of new technologies of information has significantly changed financial services market in DRC and in Africa. Convinced to pursue the mission of extending financial inclusion that micro finance institutions have not been able to realized and thus, take new opportunities which is related to it, multinationals of the mobile telephony have massively brought to excluded people a classic bank cycle, capacities to access from mobile phone to various financial services everywhere, quickly and cheaply.

This paper aims to elucidate the future of financial messaging in a comparative analysis between multinationals of mobile telephony and micro finance institution that work on market of money transfer, currently digitalized, in the context of DRC. After an analysis of data from a survey carried out in 2021 among users of financial services and directors of and micro finance institution multinationals of mobile telephony, our study shows how the integration of mobile telephony companies has shifted, via the mobile banking, the preference of users of financial services to offer of mobile telephony societies in the disadvantage of micro finance institution one. Furthermore, Data reveal that some micro finance institution have decided to provide a strategy of resilience by exploiting opportunities of strategic partnership with mobile telephony companies or multinationals of money transfer as Western Union in order to avoid the risk of a complete eviction in the money.

Key words: « financial inclusion ; mobile banking ; technology acceptance theory ; money transfer ; DRC »

Introduction

Il est établi, d'après Ponsot et Vasquez (2015 : 12), à 2 milliards, soit à 38% des adultes en âge de travailler, le nombre de personnes dans le monde qui n'ont pas accès à des services financiers auprès d'institutions financières réglementées, et à 73% la proportion de la population pauvre non bancarisée.

Comme pour la plupart de pays en développement, le système financier de la RDC bat le record en matière d'exclusion financière à cause notamment du faible accès aux circuits bancaires pour la majeure partie de la population pauvre. Il faut noter que « le pays affiche un niveau d'inclusion très faible et ce n'est donc qu'à peine que le taux de bancarisation a évolué autour de 6% » FINACTU (2019 : 11).

Cette situation constitue une source d'opportunités et a donc induit l'émergence d'une nouvelle technologie financière de transfert de fonds dénommée messagerie financière à laquelle, selon Machozi (2007), la population fait confiance et qui est de plus en plus fréquentée par les personnes les plus pauvres. L'engouement de la population autour des services offerts par les messageries financières, institutions de transfert électronique d'argent en l'occurrence de Western union et Money gram, est expliqué par leurs nombreux avantages tels que la commodité, la proximité, la rapidité et la fiabilité.

Avec l'essor spectaculaire de l'industrie numérique, le secteur de la micro finance de la RDC a connu, ces derniers temps, des évolutions majeures avec notamment l'entrée, sur le marché du transfert d'argent, des sociétés de la téléphonie mobile comme Orange, Airtel et Vodacom offrant, en plus de leurs services de base, à savoir les SMS et appels cellulaires, des services d'achats électroniques et d'épargne grâce à un compte d'argent mobile. Les opérateurs de réseaux mobiles, en général des Multinationales, ont en effet mis à la disposition de leurs clients des produits financiers mobiles, à l'instar d'Orange Money, d'Airtel Money et de M-Pesa pour Vodacom, afin d'effectuer le paiement et le transfert d'argent. Les sociétés de téléphonie mobile rendent donc désormais possible l'achat des crédits et le transfert de fonds via le téléphone mobile.

De ce fait, les prestataires traditionnels des services de transfert, comme l'envisage aussi une étude du Center for the Study of financial Innovation (2012), font face à un risque ou une concurrence sévère qui, selon le constat de terrain, a déjà entraîné la faillite de certains opérateurs locaux comme « Amis fidèles », « Yoka son », « Vite vite »...etc. Pourtant, les sociétés traditionnelles de micro finance et de transfert d'argent « disposent des avantages

comparatifs notamment, ceux liés à leur implantation géographique, mixée d'une méthodologie leur conférant une proximité tant physique que sociale avec leurs clients, leur partenariat avec les banques, leur permet de mieux appréhender le marché de transferts financiers et surtout de diversifier leurs revenus » (Sukadi, 2011 :17). Cette deuxième thèse, que nous partageons, perçoit donc dans cette vive concurrence une possible source d'opportunités d'affaires. Nous estimons, comme le soulignent Dzaka et Bilala (2013) et Altai Consulting (2016 :136), que les prestataires traditionnels des services de transfert d'argent peuvent, en partenariat avec les MTM, moderniser et attendre un grand nombre de personnes, surtout celles résidant dans les milieux ruraux sans toutefois se déployer physiquement.

Dans cette perspective, la problématique de la présente recherche s'articule autour de la question suivante : comment s'annonce l'avenir des messageries financières face à la préférence de la population entre les institutions traditionnelles de transfert et entreprises multinationales de la téléphonie mobile ? Nous avançons, de ce fait, l'hypothèse selon laquelle l'avenir des IMF évoluant dans la messagerie financière dépend de leurs stratégies, de leurs fonctions de réaction. Celles-ci ne disposent pas des avancées technologiques, nous supposons que la complémentarité leur permettra de faire face aux problèmes de survie et de répondre aux nouveaux défis financiers. Ladite réaction dépendra, en effet, des perceptions de la population et pour laquelle une complémentarité est donc souhaitable. L'objectif, dans ce travail, est donc double, à savoir : (1) examiner les opportunités et menaces des institutions traditionnelles de la messagerie financière face à des sociétés multinationales de télécommunication(SMTC) réputées mobiliser des technologies avancées en matière de transfert d'argent ; (2) appréhender la préférence de la population vis-à-vis des services financiers proposés par les deux acteurs opérant sur le marché de transfert de fonds.

Au plan méthodologique, ce papier s'appuie tant sur la littérature concernant les messageries financières et le marché de transfert d'argent que sur les données issues d'une enquête de terrain par questionnaire auprès des usagers des services financiers et d'un entretien semi directif auprès des IMF et des sociétés de la téléphonie mobile. En effet, l'enquête par questionnaire a été administrée auprès d'un échantillon de 100 usagers de la messagerie financière, en raison de 75 et 25, réparties respectivement entre les agglomérations de Kimpese 40000 habitants) et Lukala en province du Kongo Central. Les informations ainsi collectées ont fait l'objet d'une analyse statistique descriptive et bi-variée. Les données

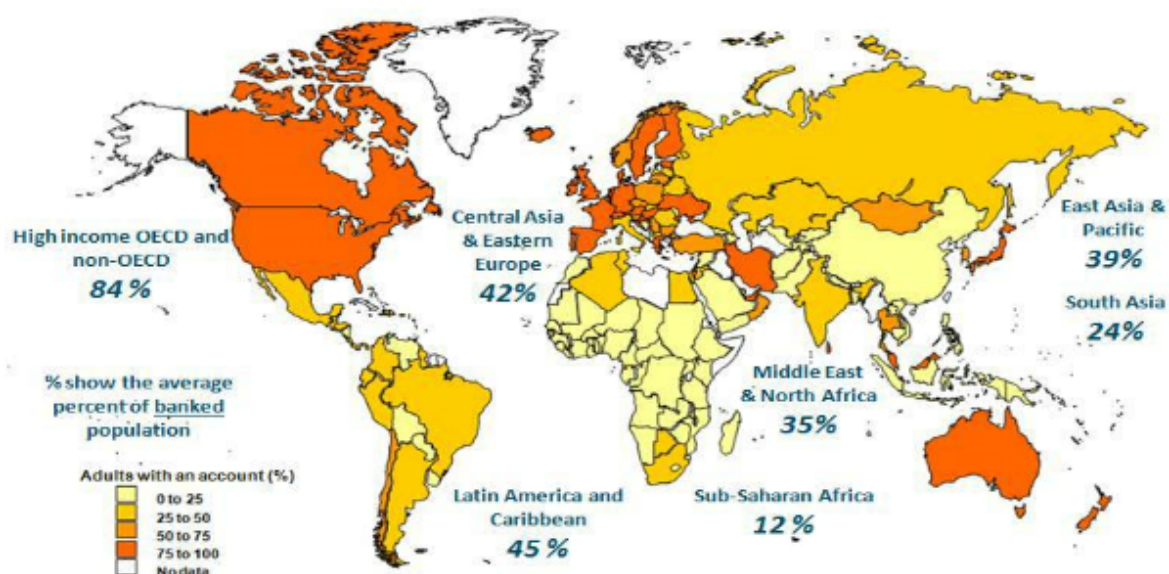
provenant des IMF, de Western union et les sociétés de la téléphonie mobile (Orange et Vodacom) ont été recueillies à l'aide d'un entretien semi directif avec leurs dirigeants respectifs. Pour la suite, la structure de notre article se présente ainsi : la première partie présente le cadre conceptuel et théorique sur la messagerie financière et la pénétration de la téléphonie mobile sur le marché des transferts d'argent, dans le contexte de la RDC. La seconde partie porte sur l'analyse empirique du marché de transfert d'argent en RDC.

1. Revue de la littérature sur les messageries financières et le mobile banking

Cette partie qui est dédiée à l'approche conceptuelle et théorique de notre contribution aborde successivement l'accès aux services financiers, l'offre de la monnaie électronique par les sociétés de télécommunication, l'impact des services detransfert d'argent sur le développent économique et la confrontation entre les multinationales de télécommunication et les IMF sur le marché du transfert d'argent.

1.1. Accès aux services financiers

Reconnu pour son caractère très sélectif, le secteur bancaire conventionnel ne couvre pas toutes les couches sociales surtout celles vivant en dessous du seuil de la pauvreté. Cette situation semble encore plus préoccupante en contexte de PVD, plus particulièrement ceux d'Afrique Subsaharienne. Comparativement aux autres, ces pays, comme le montre la figure ci-dessous, affichent un faible taux d'accès aux services financiers. Pourtant, l'apparition de la micro finance, au regard de l'exclusion financière observée dans cette région, avait suscité beaucoup d'espoir. Ces IMF, particulièrement en RDC, n'ont donc pas pu assurer une large couverture financière surtout pour les populations pauvres à cause notamment « de la faiblesse de fonds propres pour assurer la création des agences ou autres points d'exploitation, de la mauvaise qualité des infrastructures de base ainsi que de l'absence d'un système d'information et de gestion à même de consolider les données au jour le jour et d'assurer le suivi à distance des opérations réalisées dans les dites entités » (Banque Centrale du Congo, 2011 :21). Pourtant, se basant sur les travaux de Dermarais-Tremblay (2017) et de Ülgen (2020), Sodokin. K. (2022) relève, à l'instar de l'éducation primaire et des soins de base, que l'inclusion financière et la stabilité financière sont de plus en plus considérées comme des biens publics, dans le sens où l'exclusion n'est ni souhaitable ni justifier, surtout pour les services de base comme l'épargne et les autres services financiers.

Figure n° 1 : *Taux d'accès aux services financiers formels dans le monde en 2011*

Source : CGAP et MIX, 2012

Cette situation a donc induit, à travers **l'instruction n° 24 de la Banque Centrale du Congo (BCC) relative à l'émission et aux établissements de monnaie électronique**, la diffusion des sociétés de la téléphonie mobile sur le marché des services financiers. Contrairement aux IMF, ces sociétés se sont donc démarquées en proposant une gamme de services financiers aux populations pauvres et rendant donc effective l'inclusion financière, laquelle est définie par ARCAND et al (2013) comme une démarche permettant de fournir des services financiers conventionnels non-risqués et à des prix abordables à des groupes vulnérables et marginalisés, qui sont partiellement ou complètement exclus du système financier formel. Nous précisons ici qu'il existe deux types d'exclusion au regard des services financiers, à savoir l'exclusion volontaire et l'exclusion involontaire.

1.2. Offre de la monnaie électronique par les sociétés de téléphonie mobile

En plus de leurs services de prédilection, les sociétés de téléphonie mobile, devenues opérateurs bancaires mobiles, ont en effet pénétré le marché des transferts d'argent et autres services financiers concurrençant ainsi les acteurs traditionnels en l'occurrence des banques et IMF. Les opérateurs de téléphonie mobile sont parvenus à un tel résultat en exploitant la technologie du mobile banking, c'est-à-dire un dispositif électronique incorporé dans le téléphone portable à travers lequel on peut stocker de la **monnaie virtuelle ou monnaie électronique**. La création de cette dernière, d'après Dzaka et Bilala (2013, 2017), procède des

étapes suivantes : la société de télécommunication ordonne à une banque, où elle dispose d'un compte courant, d'effectuer un virement dans un deuxième compte « **le trust account** » ; le montant du virement effectué, à l'issue de l'opération réalisée dans la phase n°1, correspond à la monnaie virtuelle créée qu'on loge dans un GSM spécial « **main dealer** » ; la monnaie ainsi créée est ensuite répartie entre les banques commerciales « **cash partner** » ; les banques commerciales, à leur tour, rendent disponible la monnaie électronique aux « **cash points** » en contre partie de la monnaie liquide ; au final, les « **cash points** » traitent avec les abonnées soit pour acheter de la monnaie électronique (opération de dépôt), soit pour vendre celle-ci (opération de retrait).

Se référant au rapport de la Banque Mondiale (2012), Kelly et Minges rapportent que le transfert d'argent réalisé par les sociétés de la téléphonie mobile a transformé l'économie kényane au point que le paiement par moyen mobile représente à présent un cinquième du PIB du pays et s'étend dans d'autres domaines comme le commerce, l'assurance médicale, la banque agricole. En RDC, l'offre de la monnaie électronique ou mobile money est déclenchée par les multinationales Vodacom, Orange et Airtel via respectivement les produits « M-Pesa », « Orange money » et « Airtel money ». D'après le rapport ARTC (2020), les services mobiles money enregistrés au pays ont connu une hausse du nombre d'utilisateurs actifs passant de 7.067 à 8.145 millions entre le dernier trimestre 2019 et le premier trimestre 2020, soit une hausse du taux de pénétration de l'ordre de 1,2% (ARTC, 2020). Le même constat étant fait un peu partout en Afrique, Pantaleo (2014) n'a pas hésité, en contexte du Niger, de souligner que le mécanisme de transfert d'argent par téléphonie mobile serait plus rentable que les IMF classiques. Certaines études comme celles de Assadi et Cudi (2012) soulignent même que le mobile Banking serait une alternative moins coûteuse et plus adaptée que les services financiers conventionnels (micro finance) pour offrir les produits plus adaptés tels que le microcrédit et la micro-assurance à une large population non-bancarisée.

Cependant, comme le notent Massanga et Miere (2020) en contexte du Congo Brazzaville, le secteur de la monnaie mobile de la RDC accuse quelques faiblesses à savoir : les perturbations du réseau mobile, la cybercriminalité, les difficultés pour récupérer de l'argent en cas d'erreurs de numéro du destinataire, le problème de rupture de liquidité ou de monnaie virtuelle, la limitation du montant de la transaction, l'indisponibilité des points mobile money, l'exposition à une forte demande sociale, l'inexistence de transfert inter-réseau, etc.

Dans une dynamique de synergie, après une analyse comparative entre les multinationales de la téléphonie mobile et les IMF concernant l'offre des services financiers, Dzaka et Bilala (2017) révèlent que l'utilisation de Mobile Money par les IMF classiques, en particulier celles opérant sur le marché de transfert d'argent, pourrait leur permettre de se spécialiser à nouveau sur la micro-épargne, le microcrédit et la micro-assurance, laissant ainsi aux sociétés de télécommunication l'offre des transferts d'argent, sans pour autant exclure les possibilités d'un partenariat stratégique avec ces dernières en matière de transfert d'argent et autres services qui leurs sont spécifiques.

1.3. Impact des services de transfert d'argent sur l'économie

Plus élevé que le total du montant associé à l'Aide Publique au Développement (APD), le transfert d'argent des migrants impacte considérablement sur le développement économique des PVD. Pourtant, pendant que certains auteurs soutiennent l'impact positif des transferts d'argent, d'autres démontrent l'inverse.

Pour nombre d'études, à l'instar de celle de Moulemvo et Mafouta (2015), les transferts financiers, notamment ceux des pays développés vers les PVD, ont, d'après les statistiques, un impact considérable sur la réduction de la pauvreté dans ces pays. Dans la même perspective, Arcand et al (2013) relèvent que le transfert de fonds des migrants contribue à réduire la pauvreté dans les pays destinataires, non seulement par le biais de leur utilisation dans la consommation mais aussi au moyen de l'investissement dans les activités productives. Dans le même registre, Adams et Page (2005) notent qu'une augmentation de 10% dans les transferts de fonds des migrants réduit de l'ordre de 3,5% la part de la population vivant en dessous du seuil de la pauvreté.

A contrario, d'autres études perçoivent dans les transferts d'argent des migrants une relation de dépendance réciproque. En effet, d'après Gaye et Daffe (2009), la régularité d'envois d'argent limite la capacité de création des richesses et de mobilisation de revenu des ménages récepteurs en les rendant dépendants des migrants pourvoyeurs. Elle perturbe, par la même occasion, les perspectives d'épargne et d'investissement des migrants obligés de subvenir continuellement aux besoins de consommation courante de leurs membres de famille dans le pays d'origine. A cet égard, dans une étude au Maroc, Ibourk et Bensaid (2014) montrent qu'au-delà de sa contribution dans l'amélioration du niveau de scolarité et donc la réduction l'abandon scolaire, le transfert d'argent des migrants peut avoir un effet négatif sur l'éducation des enfants, surtout dans les ménages où l'un des parents est migrant à raison de

problèmes de suivi, de communication et de négligence, de surcroît à la baisse des résultats scolaires et, voire même à l'abandon de l'école. Quant à l'affectation de l'argent des migrants transféré dans leur pays d'origine, Auroi (2008) souligne que les ménages bénéficiaires de ces fonds les affectent plus à la consommation courante qu'aux projets d'investissements.

1.4. Confrontation entre les sociétés de la micro finance et les multinationales de télécommunication sur le marché de transfert d'argent

A raison de son cadre réglementaire favorable et des opportunités de son environnement d'affaires, la RDC représente un vaste marché qui ne cesse d'attirer les IMF locales, telles que Solidaire, Soficom et Agence de Frère, et les multinationales spécialisées dans le transfert d'argent comme Western Union et Money Gram. Ces institutions se montrent en effet très actives surtout dans l'offre des services de transfert national et international. Ces dernières, à la différence du circuit bancaire classique, appliquent une politique de prix favorable et « acceptent de transférer de l'argent de très faible montant, ce qui contribue à leur popularité parmi la majorité de personnes qui effectuent des transferts de faible montant » (InterMedia, 2013 : 12).

Les multinationales de la téléphonie mobile sont devenues, du fait de l'évolution de la technologie numérique, des acteurs importants dans l'offre des services de transfert d'argent à côté des IMF. Ils ont donc stratégiquement, face l'exclusion financière des populations pauvres, déployé des technologies afin d'en tirer profit à telle enseigne que « les ruraux travaillant dans de grandes villes peuvent ainsi rester en contact avec leurs familles et leur envoyer de l'argent » (Assadi et Cudi, 2011 : 232).

Avec plus de 7 millions de migrants que compterait la diaspora congolaise et le volume de transfert d'argent qu'elle mobilise, soit 12% du PIB chaque année, Dzaka et Bilala (2017) avaient déjà prévu que les sociétés de la téléphonie mobile évoluant en RDC ne se contenteront pas toujours du marché domestique, mais viseront dans un futur proche les transferts de migrants, réservés encore aux IMF, grâce à leur appartenance à des groupes multinationaux, en vue de réduire le délai de récupération de leurs capitaux investis. Ce délai de récupération des capitaux investis par les SOTEL est relativement long en RDC, soit en moyenne 16 ans. Ce long délai de récupération est notamment causé par des coûts de fonctionnement très élevés, surtout en RDC (impôts et taxes, recours à d'autres sources d'énergie comme le fuel à la suite des coupures, voire de l'absence de l'électricité dans certaines localités du pays) où l'absence d'infrastructures de base rend difficile le déploiement

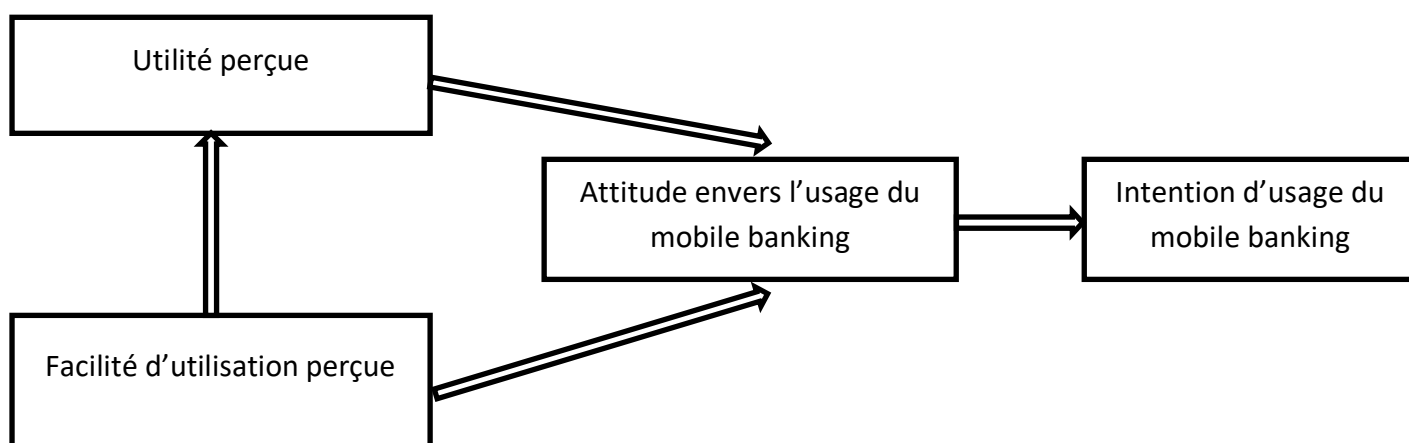
de leurs réseaux par les SOTEL. Ainsi, il n'est pas étonnant de constater aujourd'hui que les sociétés de télécommunication comme Orange et Airtel soient déjà actives, via respectivement les produits mobiles « Orange money » et « Airtel money », dans les transactions de transfert d'argent entre la RDC et quelques pays étrangers tels que la Rwanda, le Congo Brazzaville, l'Ouganda, l'Angola, la France et la Belgique.

1.5. Proposition du cadre conceptuel sur l'adoption du mobile banking

L'expansion du mobile banking accélère de plus en plus le processus d'inclusion financière tout en modifiant, à travers ses instruments financiers innovants, les perceptions de la population. La théorie de l'acceptation des nouvelles technologies, comme le montre la figure n°2, se propose dans cette perspective de rendre compte et d'éclairer les facteurs qui président le système cognitif dans l'adoption des services financiers offerts les SOTEL en lieu et place de ceux des IMF. De manière succincte, nous soulignons que la théorie de l'acceptation des nouvelles technologies « a pour but de prédire et d'expliquer l'adoption ou non d'une TIC par le biais de variables relevant des perceptions (utilité perçue-UP, ou facilité d'utilisation perçue-FUP) et des attitudes-A-qui vont induire des intentions comportementales d'utilisation-IC » (Davis, 1986 ; Siavash et al, 2016). En effet, en croire Moore et Benbasat, 1991), l'utilité perçue mesure degré avec lequel une innovation est perçue comme offrant un avantage supérieur à la pratique qu'elle supplante. L'avantage relatif semble devoir être d'une importance considérable pour persuader les individus à adopter une innovation (Lassoued et Mahrane, 2013). En adaptant les travaux de Benbasat et al (1986), Lio et al (2009), De Leemput et Amiel (2010) cités par Marc-Eric (2013) dans le contexte de notre étude, nous pouvons noter que l'utilité perçue peut être affectée par de nombreuses variables comme celles aux caractéristiques de l'utilisateur (âge, sexe, catégorie professionnelle, le revenu, niveau d'instruction), l'organisation ou les caractéristiques du dispositif lui-même (fonctionnalité, qualité, accessibilité, coût, flexibilité, etc.). Cette panoplie d'attributs conduit donc à l'adoption de l'innovation des SOTEL en matière du mobile banking supplantant les produits de la messagerie financière traditionnelle. Quant à la variable « facilité d'utilisation perçue », Davis (1989 :320) la définit comme le degré auquel un individu croit que l'utilisation d'un système ne nécessite pas d'efforts. En croire Aourzag (2021), même si cette variable évalue le degré de facilité associé à l'utilisation de la technologie surtout au début de l'utilisation, connue sous le nom de la phase de couverture de la technologie, il faut cependant souligner qu'au fur et à mesure que le temps passe, l'usage devient routinier, et l'importance

peut diminuer. En ce qui nous concerne cette variable permet de saisir les perceptions des usagers quant à la facilité associée à l'utilisation du mobile banking (procédure d'utilisation, l'assistance des opérateurs dans le processus d'utilisation, l'existence d'infrastructures et de techniques lors de l'utilisation du mobile banking, etc.)

Figure n°2 : Facteurs d'acceptation des technologies de la monnaie mobile



Source : Adapté à partir des travaux de Davis (1989)

2. Analyse empirique sur les services de monnaie mobile et de messagerie financière en RDC

Comme évoqué ci-avant, la collecte de données empiriques se concentre sur un échantillon de 100 individus sélectionnés dans deux citées de la province du Kongo Central (Lukala et Kimpese) et ce, de manière aléatoire. Nous avons, de ce fait, tenu compte de la densité de chaque cité dans l'attribution de quotas des populations enquêtées en Mars et Avril 2021. Chaque cité concernée s'est vu attribuée un quota des individus proportionnel à l'importance de sa population. Ceci s'est répété pour chaque quartier des deux cités. Il faut préciser que la population mère à Kimpese et Lukala représentait respectivement 57077¹ et 20400² habitants. La collecte des données auprès de cet échantillon s'est réalisée grâce à une enquête par l'administration d'un questionnaire. Le dépouillement et l'analyse descriptive bi variée (matrice de corrélation) ont été effectués grâce au logiciel SPSS.10. Les informations

¹ Rapport annuel du bureau de la cité de Kimpese 2020

² Rapport annuel du bureau de la cité de Lukala 2020

empiriques qui en découlent ont été complétées par un entretien semi directif avec les opérateurs de la téléphonie mobile et des IMF.

2.1. Profil des utilisateurs des services de la monnaie mobile et de la messagerie financière

Les caractéristiques sociodémographiques, comme l'âge, le niveau d'instruction, le sexe, le niveau de revenu, traduisent souvent le choix du consommateur d'un bien ou service en l'occurrence le transfert d'argent. A l'issue de l'analyse des résultats de l'enquête par questionnaire réalisé dans les agglomérations précitées, il ressort que le recours aux services de transfert d'argent est plus fréquent chez les hommes, les jeunes, les personnes ayant un niveau d'instruction supérieur.

En effet, les résultats rapportent que 58% des hommes utilisent les services de la messagerie financière contre 42% de femmes. L'écart de fréquence étant faible, nous pouvons avancer l'hypothèse en vertu de laquelle il n'existe pas de discrimination de genre dans le transfert d'argent, donc ce système implique aussi bien les hommes que les femmes. Ce gap pourrait se justifier par le faible niveau de scolarité chez les femmes comparativement aux hommes, ce qui entraînerait donc le déséquilibre de sexes en matière d'adoption de services financiers. L'âge modal des usagers de services de la messagerie financière est concentré autour de 34 ans, ce qui revient à dire que le service mobile banking intéresse plus les jeunes. Les résultats rapportent aussi que la majorité d'usagers des services financiers ont beaucoup étudié, soit 60% des enquêtés ont un niveau universitaire. Ceci est corroboré par les analyses de JOHSON et NINO-ZARAZUA (2009) selon lesquelles une plus grande utilisation des services financiers est liée à un niveau d'éducation élevé.

2.2. Focus sur la perception des répondants face aux services financiers offerts par les sociétés de la téléphonie mobile et les messageries traditionnelles

Pour comprendre le processus cognitif de la population face à l'émergence de la monnaie électronique dans le marché de transfert d'argent à côté des instruments financiers classiques, ce paragraphe se consacre à l'analyse des informations issues de notre enquête par questionnaire. Il s'articule autour du choix de la population entre les services financiers des SOTEL et ceux des IMF, du montant de transactions que cette population dédie à ces deux opérateurs financiers et de la perception de la population quant à l'avenir de ces deux protagonistes du marché de transfert d'argent.

En effet, il ressort d'après nos résultats que 67% de répondants utilisent les services mobiles offerts par les sociétés de télécommunications contre 33% qui ne l'utilisent pas. Parmi les répondants qui utilisent les services de mobile money, une large part, soit 67,2% préfèrent le service Orange money de la Multinationale Orange ; ceci s'explique notamment par leur efficacité marketing et par le nombre élevé des points de transaction mobiles dans la région.

Nous avons aussi observé que la majorité de répondants, soit 63% ne réalisent que les transactions (transfert ou retrait) autour d'un montant compris entre 10 et 50USD. Ce faible montant de transaction peut s'expliquer par le faible pouvoir d'achat et l'atonie de la conjoncture qui prévaut parmi la population puisque la RDC est un pays à faible revenu selon le classement de la Banque mondiale avec un PIB par habitant de 363,7USD par an, soit le quart de celui de la Zambie (TshombaKalumbu, 2019).

Il ressort de nos analyses que 85% des répondants continuent à recourir aux services des messageries traditionnelles contre 15% de répondants qui ne l'utilisent plus. Cette forte proportion des répondants découle probablement d'un phénomène d'accoutumance des agents économiques par rapport à ce mode de transfert, car celui-ci existe déjà depuis très longtemps. Il faut, par ailleurs, relever que parmi les investigués qui utilisent les services offerts par les messageries traditionnelles, 61% recourent souvent à Western union et 39% ont choisi d'autres services que Western union (Money gram, Ria, etc...).

Ainsi, nos investigations renseignent que les populations continuent de recourir aux services des messageries traditionnelles malgré l'expansion de la monnaie mobile des SOTEL. Pour Altai Consulting (2016), cette situation résulte du fait que les transactions financières domestiques les plus courantes se font via les opérateurs de monnaie mobile ou les messageries financières et les transferts internationaux se font exclusivement les messageries financières.

Les résultats renseignent aussi que le montant de transaction est plus concentré dans la tranche 10 et 50USD mais aussi dans celle de plus de 90USD. Ici nous remarquons que la concentration est partagée, d'un côté nous avons la tranche de 10 à 50USD et d'un autre côté celle de plus de 90USD. Au regard des transactions effectuées au sein des sociétés de la téléphonie mobile, Il est donc clair que les transactions réalisées dans les messageries traditionnelles effectuent des transferts de montant élevé. D'après Altai Consulting (2016 :122), les services financiers des SOTEL répondent ainsi aux attentes des particuliers : confiance, accessibilité, bon marché, simple, rapide et fiable.

L'enquête révèle, en outre, qu'une majorité, soit 60% de répondants opèrent le choix de l'offre des services financiers en fonction de la rapidité, 22% opèrent le choix sur base du coût de transaction et les autres le font en tenant compte d'autres facteurs notamment la sécurité, le coût d'opportunité, la proximité et la disponibilité de la liquidité.

L'étude indique, par ailleurs, que 78% de répondants estiment que les messageries traditionnelles nationales ont un avenir sombre, c'est-à-dire qu'elles tendent à disparaître contre seulement 22% qui pensent le contraire. Le scepticisme dominant pourrait être alimenté par le fait que certaines IMF comme « Amis fidèles », « Vite-Vite » et « Yoka Son », autrefois prospères sur le marché du transfert d'argent, à l'échelle domestique et sous régional (RDC-Angola et RDC-Congo Brazzaville) ont déjà fait faillite depuis plus de 5 ans. Les résultats de l'enquête renseignent par ailleurs que la plupart de répondants, soit 78%, envisagent un avenir prometteur pour les sociétés de la téléphonie mobile et, seulement, 22% qui se montrent sceptiques. L'optimisme quant à l'avenir prometteur de la téléphonie mobile peut en effet se justifier par la rapidité avec laquelle ce système a pris naissance et la part du marché qu'il a déjà occupé et fidélisé en moins de temps.

2.3. Analyse descriptive bi variée

La matrice de corrélation permet d'évaluer la significativité de la dépendance entre plusieurs variables simultanément. D'après la théorie statistique, le coefficient de corrélation varie entre -1 et 1. Lorsque celle-ci est égale -1 cela signifie les variables ont une relation parfaite et négative. Un coefficient de corrélation nul traduit l'indépendance entre variables. Les variables seront parfaitement et positivement liées lorsque le coefficient de corrélation est égal à 1.

Dans le cadre cette étude, nous avons corrélé l'adoption de service des SOTEL aux variables socio-économiques, au sens de Beck et de la Torres (2006), et à la propension d'utiliser les services des IMF. Nous présentons dans le tableau ci-dessous l'essentiel des résultats de la matrice de corrélation entre la variable dépendante, à savoir l'adoption de service financier des SOTEL, et les variables socioéconomique des enquêtés, notamment le sexe, l'âge, le niveau d'instruction et le montant de transaction.

Les résultats sont ainsi repris dans le tableau suivant :

Tableau n°1: Matrice de corrélation

Variable	Coefficient
Sexe	0,092
Age	0,465**
Niveau d'instruction	0,007*
Adoption de service des IMF	-0,295**
Tranche de montant reçu ou effectué	0,015*

Source: Nous-mêmes sur base de l'estimation

- ✓ * coefficient significatif à 5% ;
- ✓ ** coefficient significatif à 1%.

D'après ce tableau ci-haut, la corrélation n'est pas significative entre l'utilisation des services financiers des SOTEL et le sexe ; entre l'adoption des services financiers des SOTEL et le niveau d'instruction ; elle ne l'est pas aussi entre l'adoption des services financiers de SOTEL et l'ampleur de la somme d'argent reçu ou transféré par les utilisateurs. L'adoption des services de SOTEL est positivement et significativement au niveau d'instruction au seuil de 5%, c'est-à-dire les populations ont tendance à utiliser les services des SOTEL en fonction de leur niveau d'étude. Il existe une relation positive et significative entre le choix de l'utilisation des services financiers de SOTEL et l'âge de l'utilisateur. Plus l'âge avance vers la zone active, plus les perspectives de revenu s'élargissent et plus, elle peut utiliser les services proposés par les SOTEL comme le règlement des factures, les règlements d'achats, les transferts des fonds et autres services. Ces résultats s'inscrivent dans la perspective de Marc-Eric (2013) selon laquelle les caractéristiques liées à l'âge, le sexe, le revenu et le niveau d'instruction affectent l'utilité perçue et de surcroît, l'attitude, l'intention et l'usage des populations aux nouvelles technologies.

La corrélation est significative au seuil de 1% entre la propension d'utiliser des services financiers des SOTEL et celle d'utiliser des services que proposent les IMF. Cette corrélation est pourtant négative vu que plus on utilise les services des SOTEL, moins on désire ceux des IMF. Les deux protagonistes offrent, sur le marché de transfert d'argent, des produits financiers concurrents et substituables. Cela étant, un coefficient de corrélation est négatif pourrait signifier que l'adoption des services des SOTEL a pour conséquence la non utilisation des services des IMF. Le constat sur le terrain montre d'ailleurs que la diffusion

rapide et impressionnante de la téléphonie mobile sur le marché de transfert d'argent a induit un phénomène d'éviction au détriment des IMF, il en est résulté que celles-ci ont perdu des parts importantes du marché au point de provoquer la faillite brutale de certaines d'entre elles qui étaient uniquement spécialisées dans le transfert d'argent, à l'exception de quelques rares IMF (comme SOFICOM) qui se sont montrées plus résilientes à la sévère concurrence des SOTEL. L'adoption massive par les populations des services financiers proposés par les sociétés de la téléphonie mobile est en général expliquée par certains avantages comme la simplification, la flexibilité, la disponibilité permanente ainsi que la baisse du risque de détention de liquidité, des coûts d'opportunité, de transaction et du temps. Un tel résultat peut aussi révéler le fait que l'exclusion de la population du secteur des banques classiques et IMF accroît la chance que celle-ci adopte le mobile money, à travers ses divers services financiers, proposé par les multinationales de la télécommunication. De ce fait, « Le mobile money amène une population non bancarisée à l'utilisation de services financiers formels et contribue ainsi à faire émerger une nouvelle clientèle, à l'éduquer financièrement ; la demande émanant de cette clientèle va se sophistiquer : opérations et besoins plus complexes (épargne, crédit, etc.) (Altai Consulting, 2016 :196)

2.4. Restitution des données qualitatives de la recherche

Dresser le portrait du partenariat entre opérateurs du marché de transfert d'argent exige la mobilisation d'une enquête qualitative. Celle-ci, d'après Isabelle Aubin-Auger (2008 :144), ne recherche pas à quantifier ou à mesurer, elle consiste le plus souvent à recueillir des données verbales permettant une démarche interprétative. Nous avons, à travers un entretien semi-directif, interviewé 4 managers de shop des MTM (Vodacom et Orange) et 5 gestionnaires des IMF et des sociétés de transfert d'argent (Soficom, Western, Ria, CAMEC et Solidaire) en Avril 2021. Les informations provenant de ces derniers ont fait l'objet d'une **analyse du discours** consistant à décoder le message de chaque discours s'articule autour de concepts « concurrence » et « partenariat ».

2.4.1. Enjeux de la concurrence sur le marché de transfert d'argent entre les multinationales de la téléphonie mobile et les messageries financières traditionnelles

Dans le paragraphe suivant, nous présentons, à partir des données de l'entretien avec les responsables des SOTEL et des IMF et de l'analyse du discours, les enjeux liés à la concurrence et à la complémentarité entre les sociétés de la téléphonie mobile et les IMF.

Les sociétés de messagerie traditionnelle éprouvent des difficultés pour fournir les services financiers aux populations marginalisées du circuit bancaire classique. Ceci, en croire les avis des responsables des shop Vodacom et Orange, a offert une opportunité d'affaires aux sociétés de la téléphonie mobile en couvrant les couches pauvres sous bancarisées et en séduisant même une bonne partie de clients de la messagerie traditionnelle. Ayant perdu sensiblement leurs parts du marché, poursuivent-ils, certaines IMF n'ont pas pu résister à la concurrence au point de faire faillite. Comparativement aux IMF qui exigent la saisie d'un code et la photocopie de la carte d'identité lors d'une transaction de retrait d'argent, les sociétés de télécommunication, d'après les discours des responsables de shop Vodacom et Orange, ont proposé aux usagers de services financiers, grâce aux NTIC, les possibilités de réaliser des transactions de transfert et autres services à partir de leur téléphone mobile palliant ainsi aux éventuels problèmes de perte des cartes d'identités et d'erreurs de saisie du code. Ces avancées technologiques ont massivement conduit à l'enrôlement des usagers de services financiers surtout des jeunes. D'après les discours des responsables des shop Vodacom et Orange, les services Mobile Banking développés par les sociétés de télécommunication permettent d'effectuer aujourd'hui les transactions financières en toute rapidité. Ceux-ci ont ainsi résolu les problèmes de fil d'attente constatés régulièrement dans les agences des IMF de transfert d'argent. Voulant éviter le manque à gagner en termes d'attentes, poursuivent-ils, les usagers des services financiers ont automatiquement basculé vers les offres des sociétés de télécommunication. A la différence des IMF dont les services ne sont accessibles seulement à des heures d'ouverture prédéterminées, en croire les discours des responsables des shop Vodacom et Orange, les services financiers des sociétés de télécommunication restent opérationnels même à des heures tardives et présentent ainsi un avantage concurrentiel supplémentaire. En raison de son accessibilité permanente, les offres de services mobiles des sociétés de télécommunication captivent davantage les usagers des services financiers. Les frais de commissions appliqués par les sociétés de la téléphonie mobile sont relativement bas par rapport aux IMF. A titre d'exemple, pour une opération d'envoi de 10USD, les usagers supportent 0,2\$ chez Orange et 2\$ chez Western Union. Toutes choses égales par ailleurs, d'après la loi de l'offre et de la demande, plus le prix d'un service est faible élevé, plus la demande pour ce service sera importante. Le faible coût de service offre donc aux sociétés de télécommunication un avantage concurrentiel.

2.4.2. Analyse des opportunités de partenariats entre sociétés de téléphonie mobile et IMF

Avec l'évolution que connaît le marché de transfert d'argent, les sociétés de la téléphonie et les IMF se rendirent de plus en plus à l'évidence des opportunités que recèle leur complémentarité. Même si les enjeux soient de taille, seules quelques sociétés de la messagerie traditionnelle comme Solidaire et Soficom sont engagées dans un partenariat stratégique avec les sociétés de la téléphonie mobile, notamment Vodacom et Orange. Ce partenariat rejoint donc les prédictions de Altai Consulting (2016) que stipulent que les institutions financières (notamment les banques, les institutions de micro-finance et les messageries financières) peuvent contribuer à étendre les services de monnaie mobile en aidant à l'amélioration de la disponibilité des liquidités à travers le pays, à condition toujours que le service puisse être équitablement rémunéré (via une tarification adaptée appliquée aux opérateurs de la monnaie mobile).

Ainsi, l'analyse du discours des responsables de shop (Vodacom), de dirigeants des IMF et de messageries financières révèle que la Société Vodacom a noué, dans le souci d'élargir son circuit de distribution, plusieurs types de partenariat business win les institutions financières (les banques et les messageries financières). A ce titre, le partenariat entre Vodacom et Soficom s'inscrit dans le cadre d'un partenariat de super agent d'après lequel la société Soficom, comme détaillant de l'opérateur mobile Vodacom, souscrit à un compte m-pesa fonctionnant normalement. A la lumière de la théorie de l'agence développée par Jensen et Mackling (1976), il faut souligner ce type de contrat entre les sociétés Vodacom (le principal) et Soficom (l'agent) est souvent l'objet des problèmes d'asymétrie d'informations. Dans l'intérêt de chacun, les deux parties doivent ainsi mettre en place un système de contrôle mutuel ; et les frais qui y sont relatifs constituent le coût d'agence.

Dans la même optique, l'esprit de partenariat a conduit la Multinationale de télécommunications Orange d'engager la société Solidaire comme détaillant dans l'exécution du service de transfert d'argent via son produit financier mobile Orange money. Ce partenariat était établi pour ainsi éviter le risque d'illiquidité que connaissent très souvent la plupart des terminaux mobiles ; et les coûts qui sont rattachés à la surveillance.

Pendant que certaines IMF (Soficom et Solidaire) et institutions bancaires (Equity Bank) travaillent dans le sens d'une synergie en approfondissant leur partenariat avec les sociétés de la téléphonie mobile, d'autres IMF et banques ont érigé des partenariats stratégiques avec les

organisations de messageries financières. C'est dans cette perspective que l'IMF CAMEC a noué, d'après l'information recueillie auprès de ses dirigeants, depuis Avril 2015 un partenariat stratégique avec Western Union, une multinationale américaine spécialisée dans le transfert d'argent. La CAMEC a ainsi via ce partenariat assuré son maintien sur le marché du transfert d'argent, tant pour les transactions domestiques que les transactions internationales. Comme la CAMEC, la SOFICOM, une IMF locale de transfert d'argent, entretient depuis plus de 10 ans un partenariat d'affaires avec Money Transfert et Ria.

Les IMF offrant des services de transfert d'argent doivent au départ disposer de deux ou plusieurs agences disséminées dans la ville, la province, le pays ou au niveau régional voire international. A défaut de cette capacité à déployer plusieurs représentations, le partenariat stratégique avec les opérateurs de monnaie mobile ou d'autres institutions financières est souvent envisagé. En outre, face à l'accroissement de la demande des services financiers développés par les SOTEL, « les IMF peuvent répondre à cette évolution de la demande grâce à l'expertise et les licences dont elles disposent ; des nouveaux produits financiers peuvent être Co-développés avec les opérateurs de monnaie mobile : épargne, crédit avec partage des risques et de la rémunération entre institutions financières et opérateurs de la monnaie mobile » (Altai Consulting, 2016 :84).

Conclusion

A l'instar des avis de plusieurs auteurs ayant étudié l'offre de services Mobile Money surtout en contexte des PED, les informations issues de nos enquêtes montrent que le mobile banking accélèrent le processus d'inclusion financière et disposent d'un avantage concurrentiel au regard de son accessibilité et son prix pratiqué.

Pendant que l'offre des IMF traditionnelles soit encore loin d'accomplir efficacement leur mission consistant à offrir les services financiers aux pauvres souvent installées dans des zones rurales, celle des sociétés de la téléphonie mobile acquiert de plus en plus le mérite d'avoir favorisé l'inclusion financière des populations non bancarisées, généralement pauvres et vivant avec moins de 2\$ par jour. Même si le comportement de l'être humain manifeste souvent de l'aversion face au changement, surtout lorsqu'il s'agit d'un domaine impliquant la confiance, la population de la RDC s'adapte tant bien que mal aux nouvelles technologies de l'information et de la communication en l'occurrence Mobile-Banking.

L'originalité de ce papier réside dans l'ambition d'avoir mobilisé la théorie de l'acceptation des technologies pour expliquer facteurs qui concourent à l'adoption de l'offre de la monnaie mobile sur le marché de transfert d'argent en RDC. Cette étude relève que la population congolaise accorde un intérêt particulier aux services financiers des SOTEL au regard de ses avantages intrinsèques, mais le problème qui se pose est celui de l'adopter comme étant un service sûr, fiable et sans risque. L'étude a également révélé que le niveau du prix par lequel les sociétés de la téléphonie mobile ont pénétré le marché de transfert de monnaie a fait perdre aux IMF une bonne partie de la clientèle. Toutefois, au-delà d'une simple analyse de la concurrence, la présente contribution apporte des renseignements attachés aux opportunités générées par le partenariat stratégique entre les IMF et les sociétés de la téléphonie mobile.

Dans cette perspective, nous estimons que promouvoir de tels partenariats serait encore bénéfique surtout pour les IMF en permettant d'atteindre davantage leurs cibles et donc d'accroître l'inclusion financière à travers l'usage de Mobile Money. C'est ainsi qu'au Kenya, d'après Johnson S et NinoM (2009), les IMF ont massivement, suite l'expansion rapide du Mobile Money et à la taille de ses utilisateurs, adopté les produits financiers tels que M-Pesa comme stratégie d'élargissement et de fidélisation de la clientèle.

Avec l'accroissement du flux de transfert d'argent en provenance de la diaspora congolaise, le partenariat entre les multinationales de transfert d'argent et les sociétés de la téléphonie mobile pourraient, par ailleurs, jouer un rôle clé. En effet, l'usage du Mobile Banking par les multinationales de transfert d'argent peut, d'un côté, accélérer le processus de rapatriement d'argent des migrants dans le pays d'origine et de surcroît promouvoir le financement des projets d'investissement et, de l'autre côté, donner l'opportunité aux sociétés de la téléphonie mobile de pouvoir diffuser leurs produits sur le marché international tout en réduisant les délais de récupération du capital investi.

Dans cette perspective, l'apport pratique de ce papier repose sur le bien-fondé de la rhétorique du partenariat stratégique entre opérateurs du marché de transfert d'argent, notamment les multinationales de télécommunication, les multinationales de transfert d'argent et les institutions de micro finance. Promouvoir un tel partenariat est en effet bénéfique pour l'inclusion financière des populations marginalisées du circuit bancaire classique en accroissant les possibilités de développer une gamme complexe de services financiers (épargne, crédit et assurance) en leur faveur. Ainsi, comme première piste, les pouvoirs publics devraient promouvoir davantage le partenariat stratégique, y compris via le partenariat

public-privé, entre les multinationales de télécommunication, les IMF et les multinationales de transfert d'argent tout en régulant le rôle de chacun, notamment sur le marché de transfert d'argent pour éviter l'éviction du marché domestique des IMF en matière de transfert d'argent. A l'instar de Baba Kassousum (2022) dont les travaux s'inscrivent dans le contexte de l'UEMOA, une deuxième piste de recherche pourrait consister, pour les pouvoirs publics, à approfondir l'éducation financière des populations ainsi que l'amélioration de la tarification des services financiers numériques en vue d'accélérer et démocratiser l'inclusion financière via le mobile banking tant en RDC qu'ailleurs dans d'autres pays de la CEEAC.

Au-delà de sa contribution tant sur le plan théorique que pratique, notre étude se concentre uniquement sur les données issues de deux cités de la province du Kongo alors qu'une étude comparative des expériences de plusieurs villes ou provinces de la RDC serait encore intéressante. Aussi, la vérification du cadre conceptuel ne se limite que sur une analyse statistique de fréquence et bi-variée, elle ne débouche aucunement sur une analyse économétrique.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Adams R.H et Page J (2005), Do international migration and remittances reduce poverty in developing countries? *World Development*, Vol. 33, issue 10, pp 1645-1669

Altai Consulting (2016). « Opportunités offertes par le mobile money pour les institutions financières en République Démocratique du Congo »

ARCAND J-L et al (2013), Transferts de fonds et services financiers sur mobile : les modèles d'affaires pour le poste

Assadi D et CudI A (2011), Le potentiel d'inclusion financière du Mobile Banking. Une étude exploratoire », *Management et Avenir*, Vol 6, n°46, pp227-243

Aourzag (2021). « Impact de l'adoption du travail sur les motivations des cadres de la fonction publique », dans *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, Vol.4, n°2, pp 1358-1383

Aubin-Auger. I. (2008 :144). « Introduction à la recherche qualitative », *La revue française de médecine générale*, Vol.19, n°84, pp.142-145

Auroi (2008), La contribution des migrants au développement local en Amérique latine, in : *Annuaire suisse de politique de développement*, Vol.27, n°2, pp.133-153

APTC (2020), Observatoire du marché de la téléphonie mobile en RDC, Rapport du premier trimestre

Banque Centrale du Congo (2011), Rapport d'activités de la micro finance 2011, Kinshasa. 136 p

Baba Kassousum et Leila Skalli(2022). « Le mobile money, levier d'inclusion financière dans les Pays de l'UEMOA », Actes de la troisième conférence internationale sur la francophonie économique du 16-18 mars 2022, Université Cheikh Anta Diop de Dakar en partenariat avec l'OFE de l'Université de Montreal.

Bobillier-Chaumon. M-E. (2013). « Conditions d'usage et facteurs d'acceptation des technologies de l'activité : Questions et perspectives pour la psychologie du travail », Ecole doctorale Sciences de l'Homme, de la politique et du territoire, 201p

CGAP et MIX (2012), « Aperçu régional 2011-Afrique Subsaharienne », CGAP (Consultative Group to Assist the Poor) et MIX (Microfinance Information Exchange), 36 p

Daffé G (2008), Les transferts d'argent des migrants sénégalais : entre gains de bien-être et risque de dépendance, in : M.C. DIOP (éd), *Le Sénégal des Migrations. Mobilités, identités et société*, Crepos-Karthala, pp.105-129

Demirnuc-Kunt, Honohan Asli et Martinez Peria Maria Soledad (2006). Reaching out : Access to and of banking services across countries, *Journal of Financial Economics*, n°85, pp.234-266

Davis. F.D.(1989) « Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology », *MIS Quarterly*, 13 (3), pp.329-340

Dzaka-Kikouta, T. et BilalaLuvuma, B. (2017), Offre de services financiers par les multinationales de télécommunication : opportunités et risques pour les IMF spécialisées en transfert d'argent. Le cas de la République Démocratique du Congo. In Bekolo, C. Montalieu, T. (Dir), *La Microfinance contemporaine : mutations et crises*, Presses Universitaires de Rouen et du Havre, Mont-Saint-Aignan Cedex (France), pp.177-193

FINACTU (2019), « Le secteur financier en RDC : la révolution s'accélère ? »

GMA (2019), Les transferts monétaires mobiles : considérations de base pour les professionnels du secteur humanitaire

Ibourk A et Bensaid M (2014), Impact des transferts de fonds des migrants marocains sur l'éducation de leurs enfants restés au Maroc, *Migrations et Société*, Vol 5, N°155, pp 13-28

INTERMEDIA (2013), L'argent mobile dans la République Démocratique du Congo : étude de marché sur les besoins des clients et les opportunités dans le domaine des paiements et services financiers.

Johnson S et NinoM (2009), « Financial access and exclusion in Kenya and Uganda », document de travail n°1, Center for Development Studies (CDS), University of Bath Papers in International development, 34p

Lassoued et Mahrane (2013). « Les déterminants de l'acceptation de l'e-learning : étude empirique au sein de la poste », dans *Management & avenir*, Vol.2, n°60, pp. 139-156

Machizi (2007), Estimation des dépenses des soins de santé dans les différents transferts de fonds (ville de Kinshasa) », D.E.S, Université de Kinshasa

Massanga et Miere (2020). « Des opérateurs de téléphonie mobile aux opérateurs financiers : usage du mobile money au Congo-Brazzaville », *Revue française de sciences de l'information et de la communication*, [En ligne], 20 | 2020, mis en ligne le 01 septembre 2020, consulté le 04 juillet 2021. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/9767> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rfsic.9767>

Moulemvo A et Mafouta B (2015). « L'impact de micro-transfert d'argent sur les dépenses de santé des pauvres », dans *la micro finance en Afrique Centrale : le défi des exclus*, 407p

Sodokin. K. (2022). « Inclusion financière et stabilité bancaire en Afrique Subsaharienne : une réflexion à partir des biens publics », *Revue Française d'Economie et de Gestion* « Volume 3 : Numéro 6 » pp : 652-680

Ponsot. F et Vasquez. B (2015), « Transfert d'argent et inclusion financière », Rapport du Fonds international du développement agricole et du Groupe Banque mondiale pour le partenariat mondial G20 pour l'inclusion financière, 64p

Siavash et al (2016). « Le modèle d'acceptation des technologies depuis 1986 : 30 ans de développement »