

Étude comparative entre les services bancaires traditionnels et les services financiers mobiles dans la ville de Kolwezi/DRC

Master KAPAD KAPEND VASCO
Universite De Kolwezi
Faculte Des Sciences Economiques Et Des Gestions

RESUME : Cet article examine les différences et similitudes entre les services bancaires traditionnels et les services financiers mobiles/mobile money, en mettant l'accent sur l'accessibilité, la sécurité, les coûts et la satisfaction client. L'émergence des technologies mobiles a transformé le paysage financier, rendant cette comparaison essentielle pour comprendre les évolutions du secteur. Le résultat indique que 97% des consommateurs utilisent les services financiers mobiles/mobile money contre 3% qui ne les utilisent pas. La majorité des consommateurs utilisent les services financiers mobiles/mobile money dû à la disponibilité et la rapidité du service financier mobile. Cette étude a utilisé la méthodologie mixte. L'objectif était de déterminer le service financier le plus utilisé et de savoir les motivations qui font que la majorité des consommateurs préfèrent le service financier mobile moyen.

I. INTRODUCTION

L'Afrique reste au cœur du développement mondial des services financiers mobiles. L'Afrique de l'Est a été l'une des premières régions où le mobile money a pris son envol. L'Afrique de l'Ouest et l'Afrique australe connaissent un nombre croissant de déploiements réussis de services mobiles. L'Afrique du Nord, quant à elle, connaît une activité intense. L'Asie du Sud et du Sud-Est affiche également une croissance soutenue, alimentée en partie par le développement rapide des FinTechs dans ces régions. L'émergence d'un secteur FinTech n'est cependant pas une condition préalable au développement de services de base de mobile money. Cependant, l'adoption généralisée des services mobiles donne souvent lieu à la formation d'un cluster FinTech, porté par les FinTechs mobiles. En Afrique, les plus grands clusters se trouvent au Kenya, au Nigéria et en Afrique du Sud. Les services développés dans ces hubs permettent ensuite d'élargir la gamme de produits, d'approfondir et d'élargir le champ des offres mobiles sur le marché. L'Afrique du Sud, historiquement leader des tendances bancaires africaines, dispose d'un secteur FinTech important mais l'offre de mobile money est inexistante. Le pays propose de nombreuses applications de banque mobile et de portefeuille mobile, mais aucun produit de mobile money.

Dans la plupart des pays d'Afrique subsaharienne, l'adoption de l'argent mobile a favorisé l'inclusion financière. Les opérateurs d'argent mobile (MMO) ont représenté la majeure partie de la croissance du nombre de comptes. L'argent mobile contribue à l'égalité des sexes : bien que la majorité des titulaires de comptes soient des hommes, l'écart entre les sexes est plus faible que pour les comptes traditionnels. Les banques et les institutions de micro finance (IMF) peuvent prospérer dans un monde où les services financiers s'appuient de plus en plus sur les technologies numériques et mobiles. Pour réussir, les banques et les IMF doivent tirer parti de leurs atouts et planifier soigneusement leurs stratégies numériques et mobiles, en tenant compte des environnements dans lesquels elles opèrent et sont en concurrence, et doivent coopérer avec d'autres lorsque cela est approprié. Elles doivent élaborer et mettre en œuvre leurs plans en fonction des besoins de leurs clients et des avantages qu'ils leur apporteront. En RDC, le taux de bancarisation oscille autour de 6 %, selon des études. Il est jugé encore faible pour une population de presque 80 millions d'habitants et surtout comparé à la moyenne africaine qui se hisse à 15 %. La majorité de la population préfère utiliser les services financiers mobiles qu'avoir un compte bancaire. Hors plusieurs études montre que le service financier mobile est très cher en termes de coûts et le taux de transaction appliquer à chaque opération comparativement à la banque qui est pratiquement faible. L'essor des technologies numériques a radicalement changé la façon dont les consommateurs interagissent avec leurs finances. Les services bancaires traditionnels, longtemps dominés par des institutions établies, sont désormais confrontés à la montée des services financiers mobiles qui offrent commodité et accessibilité. Cette étude vise à comparer ces deux modèles afin de déterminer leurs avantages respectifs et d'analyser leur impact sur le comportement des consommateurs dans la ville de Kolwezi, de savoir le service qui est plus utiliser.

II. REVUE DE LA LITTÉRATURE

Patrick BATOTELE (2022) démontre que l'analyse des données d'une enquête menée auprès des utilisateurs de services financiers de la province du Kongo Central RDC et des responsables d'IMF et de MTM révèle que l'intégration des MTM a fait évoluer la préférence des utilisateurs de services financiers via le mobile banking vers l'offre en leur faveur au détriment des IMF. En réponse, certaines IMF ont décidé de déployer une stratégie de résilience en profitant des opportunités de partenariat stratégique avec les MTM pour éviter le risque d'être complètement évincées du marché du transfert d'argent. Dans de nombreuses études, comme celle de Moulemvo et Mafouta (2015), les transferts financiers, notamment ceux des pays développés vers les pays en développement, ont statistiquement un impact considérable sur la réduction de la pauvreté dans ces pays. Dans la même perspective, Arcand et al (2013) soulignent que le transfert de fonds des migrants contribue à réduire la pauvreté dans les pays d'accueil, non seulement par leur utilisation dans la consommation mais aussi par l'investissement dans des activités productives. Dans le même ordre d'idées, Adams (2005) soulignent qu'une augmentation de 10 % des envois de fonds des migrants réduit la proportion de la population vivant en dessous du seuil de pauvreté d'environ 3,5 %.

En revanche, d'autres études perçoivent une relation de dépendance réciproque dans les transferts monétaires des migrants. En effet, selon Gaye et Daffe (2009), la régularité des envois de fonds limite la création de richesse et la capacité des ménages bénéficiaires à mobiliser des revenus en les rendant dépendants des prestataires migrants. Dans le même temps, cela perturbe les perspectives d'épargne et d'investissement des migrants, qui sont contraints de continuellement satisfaire les besoins de consommation courants de leurs proches dans le pays d'origine. En ce sens, dans une étude réalisée au Maroc, Ibourk et Bensaid (2014) montrent qu'au-delà de leur contribution à l'amélioration du niveau d'éducation et donc à la réduction du décrochage scolaire, les envois de fonds des migrants peuvent avoir un effet négatif sur l'éducation des enfants, notamment dans les foyers. . . où l'un des parents est migrant en raison de problèmes de suivi, de communication et d'abandon, en plus de résultats scolaires inférieurs et même d'abandon scolaire. Concernant la destination de l'argent des migrants transféré vers leur pays d'origine, Auroi (2008) souligne que les ménages qui reçoivent ces fonds les dépensent davantage pour la consommation courante que pour des projets d'investissement. Les services financiers numériques (SFD) diffèrent des services financiers traditionnels sur plusieurs aspects, ce qui a des implications importantes pour les régulateurs. La technologie permet de nouveaux modèles opérationnels qui incluent davantage d'acteurs dans la chaîne de contrôle.

Selon Patrick Meagher (2018) que les services financiers, de la conception au démarrage de l'entreprise. L'apparition des services financiers numériques introduit de nouvelles sources, telles que les émetteurs de monnaie électronique (EMI) sans banques, de sorte que les agents ont un rôle vital dans le secteur des services aux clients et leur permettent de se défaire de clients auparavant exclusifs ou défavorisés. C'est pourquoi nous avons de nouveaux ingrédients et par conséquent, de nouvelles formes de mélange.

Les recherches antérieures ont souligné la stabilité des banques traditionnelles en matière de sécurité et de confiance des clients, mais elles ont également révélé que les services financiers mobiles attirent une clientèle plus jeune à la recherche de solutions pratiques et rapides. Cependant, peu d'études ont examiné directement comment ces deux types de services se comparent sur plusieurs dimensions clés.

1. METHODOLOGIE

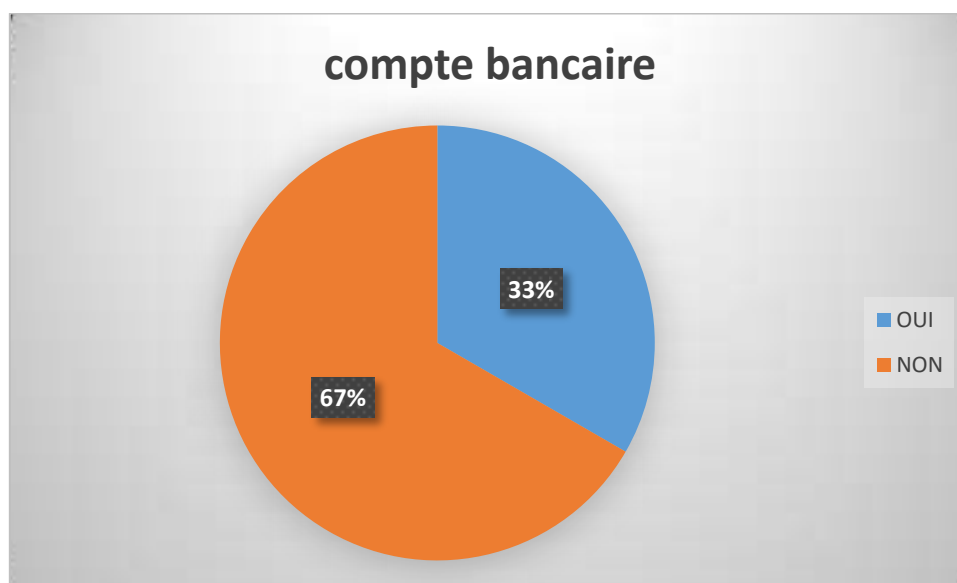
Cette étude utilise une approche mixte :

- Echantillonnage : Un échantillon de 150 utilisateurs a été sélectionné, dont 75 clients des banques traditionnelles et 75 utilisateurs des services financiers mobiles.
- Collecte de données : des enquêtes en ligne ont été menées pour collecter des données sur l'accessibilité, les coûts, la sécurité perçue et la satisfaction globale.
- Analyse des données : Les résultats ont été analysés à l'aide de méthodes statistiques descriptives.

2. RESULTATS

Les résultats montrent que :

Figure 1 : Utilisation des compte bancaire



Source : sur base de l'enquête

Sur base des enquête le figure ci-haut montre que 67% des participants n'ont pas un compte bancaire, ils n'utilisent pas le service financier bancaire et 33% des participant ont affirmé avoir un compte bancaire. Ce qui montre que 33% de participants utilisent les services financier offerts par les banques a Kolwezi.

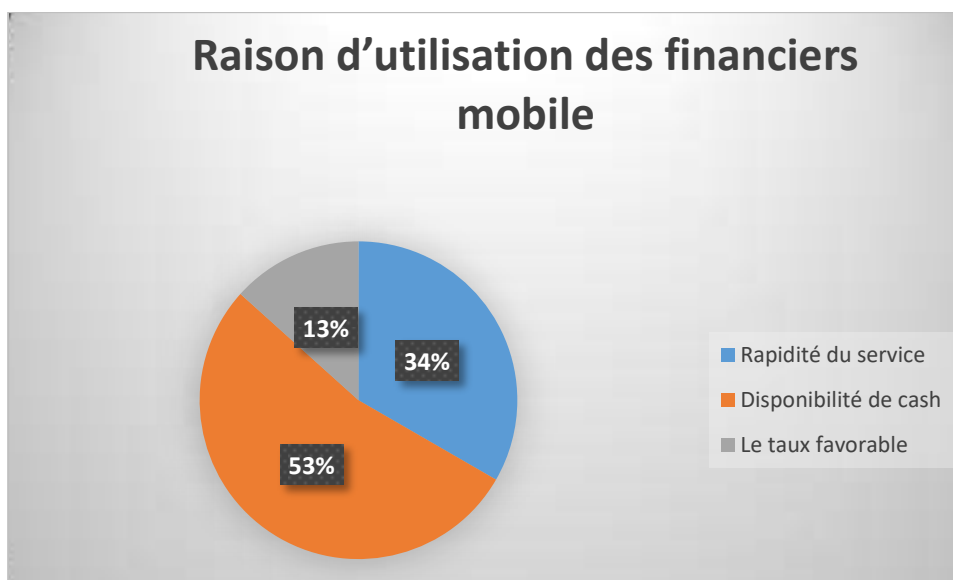
Figure 2 : Utilisation du service financier Mobile



Source : sur base des enquêtes

Le diagramme ci-haut indique les utilisateurs du service financier. Les résultats montrent que 97% des participants utilisent les services financiers mobiles et 3% des participants affirment n'avoir pas utilisé les services financiers mobiles.

Figure 3 : Les raisons d'utilisation des services financiers mobiles



Source : sur base de l'enquête

Les résultats indiquent que 34% des participants utilisent les services financiers à cause de la rapidité du service, 13% de participants indiquent que c'est dû au taux favorable offert par les services financiers mobiles et 53% des participants affirment que c'est parce qu'il y a une disponibilité des cash où ils peuvent faire des transactions à tout moment.

Min	Max	Frais d'envois (vers un client enregistré)	Frais retrait (pour un client enregistré)
0.1	10	1.50%	8.50%
10.01	20	1.00%	5.80%
20.01	50	1.00%	2.95%
50.01	400	1.00%	1.75%
400.01	2500	0.50%	1.00%

Source : Rapport annuel ARPTC 2024

Le tableau ci-haut montre le tarif que les consommateurs font supporter en terme de frais d'envois et les frais de retrait. De 0.1 et à 10 dollars, le client doit supporter 1.50% lors d'envois de l'argent et 8.50% lors de retrait. 10 à 20 USD, il doit supporter 1% à l'envoi et 5.80% lors du retrait. De 50 à 400 le client support 1% à l'envoi et 2.95%, 400.01 à 2500, le client va supporter 0.50% pour l'envoi et 1% pour le retrait.

LE TARIF DU SERVICE BANCAIRE

Rubriques	CARTES PREPAYÉES		
	MASTERCARD TRAVELER'S	CHINA CARD	CARTE VIRTUELLE
Frais annuel de la carte	75 USD	36,52 USD	10 USD
Montant de recharge min/jour	500 USD + frais de recharge	100 USD	50 USD + Frais de Rech.
Montant de recharge max/jour	10 000 USD + frais de recharge	50 000 USD (Client Rawbank); +10 000 USD(Autres clients)	1000 USD + Frais de Rech.
Frais de recharge	3% min 25 USD	0,75% min 15,75 USD	5 USD
Frais nouveau PIN	10 USD	Gratuit	N/A
Frais de retrait (Rawbank)	5% min10 USD	0,75% min 3,15 USD	N/A
Frais de retrait (autre banque)	5% min10 USD	0,75% min 3,15 USD	N/A
Demande de solde (Rawbank)	Gratuit	Gratuit	N/A
Demande de solde (autre banque)	3 USD	Gratuit	N/A
Frais de paiement (TPE autre banque)	Gratuit	Gratuit	N/A
Frais de paiement (TPE Rawbank)	0,5 min 1 USD	Gratuit	N/A

Source : rapport annuel Rawbank

Le tableau ci-haut indique les frais bancaires que les consommateurs peuvent supporter lors d'utilisation des services bancaires.

TARIFICATION DE SERVICE BANCAIRE PAR COMMISSION

TPE MARCHANDS		
En USD (montant min. CDF 1.000.000)	Volume de transaction	Commission
ON-US		2%
OFF-US	1 - 10000 USD	2%
OFF-US	10001 - 15000 USD	2%
OFF-US	Au delà de 15000 USD	2%

Tarifcation Hors Taxe modifiable à tout instant.

OPERATIONS

Source : rapport annuel BCC 2024

Il ressort de ce tableau les tarifs que les consommateurs vont devoir supporter pour l'utilisation du service financier bancaire. De 1 à 100000 us le client doit supporter 2%, 10001 à 15000 et plus le client ne va supporter 2% du montant.

III. DISCUSSION

Les résultats indiquent que 67% des consommateurs ont un compte bancaire et 33% des consommateurs n'ont pas un compte bancaire, 97% des consommateurs utilisent les services financiers mobile, 3% de consommateur de consommateurs n'utilisent pas les services financiers mobiles. Pour ce qui est des raisons pour lesquelles les consommateurs utilisent plus les services financiers mobiles, le résultat indiquent que plus de 53% des consommateurs utilisent les services financiers mobiles pour une meilleure accessibilité et disponibilité des cash. Ils affirment qu'ils peuvent utiliser les services à tout moment. Ce qui est différent de la banque traditionnelle. 34% des clients utilisent le service financier pour la rapidité du service et 13% pour le taux favorable des services offerts par les opérateurs de services mobiles. Pour ce qui est des utilisateurs du service financier bancaire traditionnelle, les données indiquent un coût réduit, certains services offerts par les banques sont gratuits. Malgré les taux faibles de la tarification des services bancaires, la majorité des consommateurs préfèrent utiliser les services financiers mobiles. Ce qui attire particulièrement les jeunes consommateurs. Cependant, la perception de la sécurité demeure un enjeu majeur pour ces services. Les banques traditionnelles doivent donc innover pour maintenir leur clientèle tout en répondant aux attentes croissantes en matière de technologie.

IV. CONCLUSION

Cette étude met en lumière les avantages distincts des services bancaires traditionnels et des services financiers mobiles. Alors que ces derniers gagnent en popularité grâce à leur accessibilité et leurs coûts réduits, il est crucial pour les institutions financières d'évaluer leurs offres afin d'améliorer la sécurité perçue et répondre aux besoins variés des consommateurs. Il est important que les dirigeants des banques puissent faire connaître les services offerts et leurs tarifications auprès des consommateurs, de renforcer le partenariat entre les opérateurs du service financier mobile pour permettre aux consommateurs d'avoir un accès sur leurs fonds à n'importe quel moment. Les opérateurs des services financiers mobiles doivent innover leurs services pour permettre aux consommateurs d'être plus satisfaits.

REFERENCES

1. ASSADI, D., & CUDI, A. (2011). Le "Mobile Banking" est-il efficace pour offrir des services financiers aux non-bancarisés?. *Cahiers du CEREN*, 37, 67-83.
2. Aidaoui, S. (2020). *Essai d'analyse du développement de l'E-Banking vis-à-vis de la banque traditionnelle* (Doctoral dissertation).
3. Babcock, L. H. (2015). Paiements mobiles: Les services financiers numériques transforment l'agriculture. *CTA Commerce et chaînes de valeur series*.
4. Biot-Paquerot, G., Assadi, D., & Ashta, A. (2021). La création de valeur des fintechs dans l'offre de services bancaires et financiers: entre deshumanisation et réhumanisation. *Innovations*, 64(1), 209-235.
5. Bourjij, S. (2016). Innovations technologiques et offre de services financiers en appui au Développement: Note de Conjoncture et de problématique. *Techniques financières & développement*, (3), 7-26.
6. Chaix, L., & Torre, D. (2015). Le double rôle du paiement mobile dans les pays en développement. *Revue économique*, 66(4), 703-727.

7. Fox, M., & Van Droogenbroeck, N. (2017). Les nouveaux modèles de mobile Banking en Afrique: un défi pour le système bancaire traditionnel?. *Management Prospective*, 34(5), 337-360.
8. Hamdani, M., & Bouzouar, Y. (2023). *Étude comparative entre les moyens de paiement modernes et traditionnels Cas de l'agence 583 de la BNA Nouvelle-Ville Tizi-Ouzou* (Doctoral dissertation, Université Mouloud Mammeri).
9. Issoufou, M. (2024). Les barrières à l'adoption des services financiers digitaux au Niger: Cas du Mobile Money.
10. Meli, S. D., & Kamga, B. F. (2020). Adoption des services financiers mobiles: une application à la ville de Yaoundé. *Revue d'économie du développement*, 28(4), 83-140.
11. SAKHO, A. (2015). Un cadre réglementaire pour une révolution venue d'Afrique: les services financiers par téléphone mobile.
12. SELEMANI, P. B., & 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*, 3(3).