



Pour un crédit digital réellement responsable

Résultats de l'étude sur le crédit digital au Kenya

Septembre 2019



Sommaire

	1.0 Synthèse	3-6
	2.0 Appels à l'action	7-11
	3.0 Le crédit digital au Kenya	12-21
	4.0 Environnement de l'offre et principaux défis	22-36
	5.0 Comprendre les utilisateurs kenyans du crédit digital	37-66
	6.0 À propos de l'étude	67-73
	Annexes	74-103

1.0 Synthèse

Cette section présente l'évolution dans le temps du secteur du crédit digital au Kenya et les points clés de l'analyse de l'offre et de la demande dans ce secteur.



Sept ans après le lancement de la première offre de crédit digital, on observe les changements fondamentaux suivants :

1 Sur les dix dernières années, le Kenya a réalisé des progrès remarquables en matière d'inclusion financière. **Cela s'explique en grande partie par la révolution de l'argent mobile, qui a permis d'élargir l'accès et l'usage des services financiers au-delà des paiements.** Des produits de crédit digital comme M-Shwari et KCB-M-Pesa, gérés par des banques avec le soutien des ORM, sont déjà populaires sur ce marché.

2 Sur les deux dernières années, le nombre de prêts digitaux décaissés a **quasiment doublé**.¹ De 2016 à 2018, **86 %** des prêts contractés par les Kenyans étaient des prêts digitaux. Cette tendance se retrouve chez les acteurs traditionnels, tels que les banques. À l'heure actuelle, **près de la moitié des prêts décaissés sont des prêts digitaux.**

3 Entre 2016 et 2018, le nombre de prêts digitaux décaissés a été multiplié par 1,9. Cependant, malgré l'arrivée d'une cinquantaine d'entreprises fintechs ces quatre dernières années, les **produits offerts par les banques et les ORM** continuent de dominer le marché, représentant **97 % de l'offre.**

4 Parmi les emprunteurs du Kenya, **2,2 millions de personnes ont des prêts non productifs¹ sur des prêts digitaux souscrits entre 2016 et 2018. Près de la moitié (49 %) de ces emprunteurs** ont un encours de prêt non productif **inférieur à 10 USD.**

5 Le pourcentage de prêts non productifs² est **environ trois fois plus élevé** pour les prêts digitaux (16 %) que pour les produits traditionnels (5 %). L'analyse des prêts non productifs sur la même période fait toutefois ressortir **une tendance encourageante, avec une baisse de 15 % sur les deux dernières années.**

Notes :

1. Les chiffres relatifs à l'offre reflètent les données communiquées par 14 distributeurs de crédit digital, dont trois fintechs qui ont décidé de communiquer leurs chiffres sans y être obligées. Ces 14 intervenants représentent toutefois la grande majorité de l'offre de crédit digital.
2. Les prêts non productifs sont les prêts dont le solde n'a pas enregistré de remboursement depuis plus de 90 jours.

Huit faits marquants ont été observés concernant la demande :

1

Pour la plupart des emprunteurs, le **crédit digital est un outil supplémentaire important** pour la gestion de leurs dépenses personnelles et professionnelles. Les clients apprécient la facilité d'accès et le caractère immédiat du produit. C'est la raison pour laquelle, malgré des taux d'intérêt relativement élevés, le crédit digital continue d'enregistrer une demande croissante.

2

Au sein des emprunteurs, le **décalage entre hommes et femmes** est de **26 %**. La majorité des utilisateurs sont des hommes jeunes de moins de 35 ans. Les plupart des emprunteuses souscrivent des prêts destinés aux besoins du ménage et de leur activité professionnelle, pour un montant moyen inférieur à celui des hommes.

3

Les clients ont une **mauvaise compréhension des informations** fournies par les prêteurs en matière (1) de tarifs, (2) de conditions générales et (3) de communication de leurs données à caractère personnel. Ils déclarent faire peu attention aux conditions générales. Il est important de trouver un bon équilibre en matière de quantité d'information, car les clients se montrent plus fidèles aux produits accompagnés d'informations claires formulées dans un langage simple.

4

Les prêteurs s'efforcent de développer la connaissance des produits par le biais de communications et de messages marketing réguliers. Cependant, **les femmes et les clients à faibles revenus s'appuient en grande partie sur leurs réseaux de connaissances (pairs) pour obtenir des informations qui guident leurs décisions.**

5

Les emprunts multiples sont courants, 62 % des emprunteurs ayant plus d'un prêt digital. Cette situation pourrait être le résultat de plafonds de prêts peu élevés qui ne répondent pas aux besoins des emprunteurs, et de la brève durée des prêts qui accentue la pression des remboursements et conduit à de nouveaux prêts pour rembourser les précédents.

6

Cependant, en raison de la nature du produit, **la plupart des impayés concernent des prêts de très faible montant avec des encours inférieurs à 10 USD.** De plus, les inconvénients d'un fichage négatif, qui implique des démarches en personne auprès des CRB et une commission onéreuse de 22 USD,¹ découragent des clients potentiellement fiables.

7

Les clients connaissent les facteurs d'augmentation des plafonds de prêt pour leurs prêts ultérieurs et suivent différentes approches, dont notamment une épargne régulière, des emprunts fréquents et des remboursements anticipés, afin d'améliorer leur cote de crédit et leur capacité d'emprunt, les chefs d'entreprise obtenant les meilleurs résultats.

8

La prolifération des **paris sportifs** représente une tendance inquiétante, en partie alimentée par la **facilité d'accès au crédit digital.** Le segment des emprunteurs de **sex masculin, jeunes et à revenus faibles ou intermédiaires est le plus à risque.**

1. Ce montant représente environ un cinquième du revenu mensuel moyen des ménages kenyans.

Six faits marquants ont été observés concernant l'offre :

1

La fréquence croissante des vols d'identité représente un problème majeur pour les prêteurs. **L'autorisation rapide des prêts et la facilité avec laquelle il est possible de se procurer des données personnelles au Kenya en sont les principales causes.** Notre analyse des données des prêteurs montre que **26,4 % des emprunteurs ont souscrit « deux emprunts consécutifs en l'espace de 30 jours »** sur la période 2016-18. Ce comportement est souvent appelé « *loan-stacking* » (empilage de prêts) et constitue un signal clair d'usurpation d'identité.

2

Les emprunteurs réguliers passent facilement d'un prêteur à l'autre et la **fidélité à un prêteur donné apparaît limitée.** Ce constat cadre avec les observations relatives à la multiplicité des emprunts. Plus les emprunteurs ont l'habitude du produit, plus ils sont enclins à tester un éventail élargi de nouveaux prêteurs.

3

L'offre se compose d'un **large éventail d'intervenants qui ne sont pas tous réglementés de la même manière.** Bien que les fintechs ne représentent aujourd'hui qu'un pourcentage limité de l'offre de crédit digital, ce chiffre devrait augmenter de façon continue. Or, ces entreprises ne sont pas réglementées et n'ont pas l'obligation de faire des déclarations auprès des CRB. Un petit groupe de fintechs a créé la *Digital Lender Association*, dont les membres s'engagent à respecter des pratiques de prêt responsables.

4

Des règles claires concernant la protection des données personnelles et la communication des données des clients font encore défaut. Cela pourrait changer avec un projet de loi qui est actuellement en cours de discussion au Kenya.

5

La **fracture digitale est une préoccupation majeure** : le crédit digital reste au service d'un segment spécifique de clients, qui sont déjà largement sensibilisés. Des facteurs comme **la qualité des smartphones, la couverture des services de données et la forte sensibilité au prix de ces services** chez les clients à faibles revenus et, **dans une certaine mesure, la culture numérique plus limitée des femmes et de la clientèle rurale** risquent d'exclure encore plus ces segments déjà défavorisés.

6

La **réduction de coût liée à l'offre de crédit digital à grande échelle ne s'est pas encore répercutée sur les clients.** Les **taux d'intérêt offerts par les différents prêteurs digitaux** varient considérablement, mais **ne sont pas, en général, inférieurs à ceux offerts par les établissements financiers traditionnels**, dont les prix sont modérés par le taux d'intérêt en vigueur depuis 2016.

2.0 Appels à l'action

La demande de crédit digital au Kenya est importante, que ce soit pour remplacer des services financiers formels ou informels. Elle présente des avantages significatifs en matière d'inclusion financière pour la clientèle et de retombées commerciales pour les prêteurs. Il existe une marge d'amélioration de l'expérience des clients et de leur bien être. Les ambiguïtés actuelles de la réglementation, ainsi que les inégalités d'accès aux données entre les différents prestataires, ont une incidence sur la concurrence et, par conséquent, sur la qualité des services, le caractère équitable de la tarification et le respect des normes de protection des consommateurs.

Cette section présente les principales recommandations formulées à l'intention des prestataires et régulateurs internationaux sur la base des enseignements tirés de l'expérience du Kenya. Dans les sections 3,4 et 5 de ce rapport, nous présentons le détail de nos analyses, nos conclusions et leurs implications pour le crédit digital au Kenya. Ces éléments constituent également la base de chacune des recommandations présentées dans cette section.



Appel à l'action

Régulateurs

Problème	Recommandation
Usurpation d'identité	<ul style="list-style-type: none">Un système national d'identité pourrait améliorer la situation. En avril 2019, une démarche d'enregistrement à l'échelle du pays a ainsi été lancée pour le système national intégré de gestion de l'identité (« Huduma Namba »). En théorie, cet identifiant unique pourrait permettre de réduire les fraudes liées à l'identité, mais même avec un système numérique commun d'identification, la réglementation devrait stipuler qu'une vérification avec photo fait partie du processus de vérification de l'identité des clients (« KYC »).
Conditions de concurrence inéquitables	<ul style="list-style-type: none">Imposer un même cadre réglementaire à tous les acteurs du crédit digital.Garantir des conditions de concurrence équitables pour le secteur.
Protection des données	<ul style="list-style-type: none">Inscrire la protection des données dans la législation. Cela permettra de préciser les règles et normes applicables à toutes les parties qui détiennent, consultent et utilisent des données sur les clients, dont notamment les acteurs du crédit digital.
Transparence	<ul style="list-style-type: none">Promouvoir une communication plus transparente et comparable des taux d'intérêt et commissions.
Prêts impayés de très faible montant	<ul style="list-style-type: none">Éviter un fichage négatif des prêts de très petit montant. « Smart Campaign » recommande de fichier uniquement les prêts dont le solde impayé représente plus de 5 % de la valeur mensuelle du revenu national brut par habitant.Mettre en place un tableau de bord de surveillance de la performance des encours de crédit digital par prestataire sur la base des données des CRB et imposer des sanctions à ceux qui ne respectent pas les normes de performance qui ont été fixées.Faire appliquer des règles d'information des clients par les prestataires au moins 30 jours avant la mise en place d'un fichage négatif.Obliger les prestataires à mettre en place des mesures de prévention du surendettement des clients, au moyen par exemple de conditions de remboursement plus souples et de vérifications plus approfondies, notamment en ce qui concerne la capacité de remboursement.Mener des campagnes nationales d'information sur les conséquences d'un fichage négatif et sur les précautions et mesures à prendre.
Réduction des taux d'impayés	<ul style="list-style-type: none">Étudier la mise en place d'un plafond de prêts non productifs en pourcentage de l'encours total de prêts. Les prêteurs qui dépassent systématiquement ce plafond pourraient être frappés d'une amende ou finir par perdre leur agrément.
Déclaration des données	<ul style="list-style-type: none">Spécifier des procédures de vérification interne chez les prêteurs pour le contrôle des renseignements relatifs aux prêts (statut du fichage, solde impayé et jours de retard avant soumission aux bureaux de crédit) et imposer des sanctions en cas de non respect.Moderniser le système de déclaration pour passer à des données en temps réel, afin de mieux refléter le caractère court terme du crédit digital et les risques correspondants, en introduisant par exemple une API unique (et non propre à chaque bureau de crédit) qui extraira automatiquement les données des serveurs des prestataires en temps réel. Cela permettra de réduire les erreurs de déclaration résultant de la collecte ou de la saisie manuelle des données au niveau des prestataires.

Appel à l'action

Fournisseurs de crédit digital et facilitateurs du marché

Problème	Recommandation
Usurpation d'identité	<ul style="list-style-type: none">• Associer les méthodes traditionnelles de vérification d'identité (y compris la vérification des CRB) à des analyses de risque sophistiquées pour prendre des décisions de sécurité en temps réel : cette technique combine plusieurs méthodes de contrôle, comme par exemple la vérification en temps réel des comptes, l'enregistrement des pièces d'identité et le contrôle biométrique.• Utiliser des algorithmes d'apprentissage-machine pour détecter les fraudes éventuelles dans les demandes de prêt reçues des clients.• Envisager d'utiliser une photo de la pièce d'identité dans le cadre des procédures de vérification.
Exclusion digitale	<p>Accessibilité des prêts</p> <ul style="list-style-type: none">• Optimiser les applications pour les téléphones bon marché qui ont une puissance de traitement limitée. Même si on peut s'attendre à ce que les smartphones deviennent la norme dans les cinq prochaines années, les plupart des téléphones utilisés seront probablement les modèles basiques les moins chers.• Supprimer l'obligation de se connecter au moyen de Facebook et d'un compte M-PESA. <p>Lacunes dans l'expérience utilisateur</p> <ul style="list-style-type: none">• Rendre les interfaces plus attrayantes visuellement avec des couleurs et des pictogrammes pour communiquer en limitant le volume de texte. Sachant que 21 % de la population est analphabète, étudier des interfaces utilisateurs adaptées aux habitudes et pratiques orales.• Rationaliser et simplifier le processus d'enregistrement tout en respectant les obligations de vigilance à l'égard des clients (« KYC »). <p>Conception adaptée des produits</p> <ul style="list-style-type: none">• Adopter une approche de développement produit plus adaptée au marché de masse, avec des produits qui répondent aux besoins de segments majoritaires dans la population pour éviter l'exclusion, comme par exemple les femmes et les agriculteurs. Les prêteurs qui ont déjà une activité à grande échelle devraient s'efforcer d'élargir la segmentation de leurs clients et de développer des produits et services adaptés. Les acteurs de niche qui partagent cet objectif devraient bénéficier d'un soutien accru.
Tarifcation	<ul style="list-style-type: none">• Passer à une politique tarifaire liée au niveau de risque : le modèle à contact réduit du crédit digital devrait se traduire par des coûts moins élevés pour les clients, reflétant la capacité d'apprentissage des algorithmes de prêt digital.• Une politique tarifaire liée au niveau de risque peut s'appliquer en concevant des produits dont le taux d'intérêt peut varier au sein d'une fourchette en fonction du profil de risque des clients et de leur comportement de remboursement

Appel à l'action

Fournisseurs de crédit digital et facilitateurs du marché

Problème	Recommandation
Protection des consommateurs	<p>Confidentialité et protection des données</p> <ul style="list-style-type: none">• L'accès aux contacts et autres données à caractère personnel qui n'ont pas d'impact sur la décision de prêt mais sont utilisés pour menacer les clients ou faire du chantage devrait être interdit. <p>Transparence</p> <ul style="list-style-type: none">• Simplifier et mieux communiquer les conditions générales de prêt, en affichant par exemple un récapitulatif avant que les clients n'acceptent le prêt et après le prêt, avec accès au décaissement par le biais de l'application plutôt que par un lien en dehors de la session.• Dans le cadre des normes déontologiques du secteur, les prestataires devraient s'efforcer de publier leurs taux d'intérêt et leurs frais de manière plus transparente et comparable. <p>Mécanismes de traitement des réclamations</p> <ul style="list-style-type: none">• Améliorer (i) la connaissance du mode d'utilisation et (ii) la confiance dans ces mécanismes en les rendant plus faciles à trouver et à utiliser.• En matière d'interaction avec les clients, certains segments, comme par exemple les populations rurales, ne se tournent pas naturellement vers les médias sociaux, préférant encore le contact humain. Les prestataires pourraient envisager de mener des campagnes visant à rendre les produits plus inclusifs.• Prévoir au moins un canal caractérisé par un aspect humain plus important, comme par exemple un numéro de service à la clientèle ayant un élément humain. <p>Traitement équitable et respectueux</p> <ul style="list-style-type: none">• Le harcèlement ou l'intimidation constante des clients en recouvrement est inutile. En cas de recours à des agents de recouvrement extérieurs, les prêteurs devraient exercer un contrôle accru et surveiller périodiquement les pratiques de ces agents.

Appel à l'action

Fournisseurs de crédit digital

Problème	Recommandation
Prévention du surendettement et des impayés	<ul style="list-style-type: none">• Tous les prêteurs devraient utiliser les données des bureaux de références de crédit (CRB) dans le cadre de leur processus de décision de crédit.• Suivre les prêts contractés auprès de différents prêteurs et introduire des étapes supplémentaires pour accroître la friction avant accord du n-ième prêt (tel que défini par le régulateur et le secteur), en posant par exemple des questions complémentaires avant d'autoriser le n-ième prêt.• Envisager d'ajouter des freins dans le processus d'autorisation et de décaissement des prêts qui présentent un risque de défaut de paiement plus élevé, en analysant par exemple des facteurs tels que les demandes répétées en fin de soirée ou le type de compte utilisé pour le décaissement.• Proposer aux clients des fonctionnalités d'auto-exclusion¹, comme par exemple un code confidentiel partagé avec une autre personne (conjoint par exemple) pour les demandes de prêt.• Informer au moins 30 jours à l'avance les clients qui risquent de faire l'objet d'un fichage négatif suite à un défaut de paiement sur leur prêt. <p>Concernant les prêts impayés de très faible montant Les prêteurs pourraient envisager d'incorporer un outil ou didacticiel d'essai des produits qui soit intuitif et convivial pour les nouveaux utilisateurs.</p>
Déclaration et qualité des données	<ul style="list-style-type: none">• Tous les prêteurs, réglementés ou non, devraient faire des déclarations aux bureaux de références de crédit. Ce point prend une importance particulière avec le développement des prêteurs non traditionnels tels que les fintechs. Cela permet également aux clients non bancarisés de se créer un historique de crédit.• Les formats existants de déclaration des encours de crédit doivent être actualisés pour tenir compte des caractéristiques spécifiques du crédit digital, comme par exemple la durée des prêts. À ce titre, nous faisons les suggestions suivantes :<ul style="list-style-type: none">- Faire passer le système de déclaration à des déclarations en temps réel pour mieux refléter le caractère court terme du crédit digital et les risques correspondants.- Mettre en place une API commune à tous les bureaux de références de crédit pour collecter de manière automatisée et en temps réel les données des emprunteurs sur le serveur des prêteurs. Cela permettra de réduire les erreurs de déclaration résultant de la collecte ou de la saisie manuelle des données au niveau des prestataires.• Évoluer progressivement vers des déclarations en temps réel par le biais d'API. Cela obligera aussi les fournisseurs à investir dans des technologies de back-end plus sophistiquées à mesure que les produits et les processus se numérisent.

¹ L'auto-exclusion désigne une méthode établie de lutte contre la dépendance au jeu ou d'autres formes d'addiction, qui permet aux personnes concernées de s'exclure elles-mêmes des services de paris en ligne, par exemple. Cette méthode pourrait également s'appliquer au crédit digital en ajoutant des freins au processus d'octroi de prêts, notamment pour les clients qui sont conscients de leur propension à contracter des prêts impulsifs et du stress qui en résulte en raison de leur surendettement.

3.0 Le crédit digital au Kenya

Cette section présente les conditions actuelles de l'inclusion financière au Kenya et les lacunes dans ce domaine, les facteurs clés de l'adoption du crédit digital, et le cadre politique et réglementaire du pays.

Elle s'appuie sur les informations tirées d'un ensemble plus large d'autres études, complétées par des informations relatives à l'offre et des données d'utilisation pour la période 2016 - 2018.



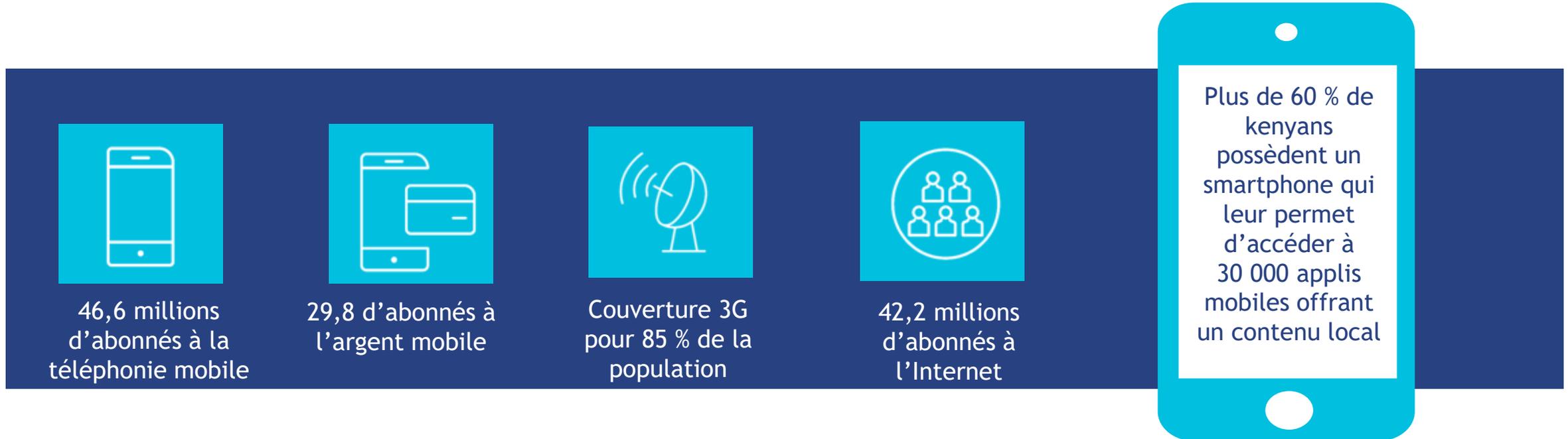
La révolution du crédit digital est stimulée par des tendances propres à l'offre

Nous faisons le point sur les six grandes tendances du crédit digital au Kenya

Tendance	1  Produits génériques	2  Partenariats	3  Scores de crédit	4  Autres sources de données	5  Combinaison technologie/produits	6  Transparence et confidentialité des données
Description	<p>Les prêteurs continuent de proposer des produits génériques au lieu d'une gamme plus large de prêts adaptés aux différents besoins des clients. Par exemple, il n'existe pas de produit spécialement conçu pour les agriculteurs ou les emprunteurs ruraux sur le marché kenyan.</p> <p>Les prêteurs sont en train de passer à des prêts ciblés différenciés par segment.</p>	<p>Les prêteurs se sont associés à des banques, à des intervenants non bancaires, à des opérateurs de réseau mobile (ORM), à des détaillants et à des sociétés d'investissement.</p> <p>Le crédit digital est utilisé par plus de 35 % des adultes propriétaires d'un téléphone portable (FSDK, 2018).</p>	<p>Les prêteurs utilisent en majorité des algorithmes personnalisés de notation de crédit. D'autres utilisent des solutions prêtes à l'emploi de prestataires extérieurs. Beaucoup d'entreprises fintechs du marché déclarent ne pas utiliser les données des CRB pour leurs décisions de crédit.</p> <p>Les modèles de score de crédit utilisés à l'heure actuelle n'ont pas fait leurs preuves et sont encore en cours d'amélioration.</p>	<p>Une majorité de prêteurs utilisent tout ou une partie des six catégories de données suivantes dans leur système de score de crédit :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Données provenant de l'argent mobile • Données extraites du téléphone portable • Activité en ligne et sur les médias sociaux • Historique d'emprunt avec le prêteur • Historique financier traditionnel • Autres renseignements personnels 	<p>Les prêteurs distribuent généralement leurs produits par le biais d'une seule plateforme technique. Quelques uns utilisent deux plateformes. M-Shwari est par exemple distribué au moyen de SIM Toolkit et d'une application Android. La plupart des prestataires offrent un produit unique sans offre associée. Il existe toutefois des prestataires qui offrent plus d'un produit, et des offres groupées apparaissent parfois sur le marché.</p>	<p>Les prêteurs se procurent des informations sur les clients de manière peu transparente avec peu ou pas d'information concernant leur utilisation, leur stockage et leur partage. Certains prêteurs extraient des données des téléphones des clients sans leur consentement formel.</p> <p>D'autres, comme M-PESA, commercialisent les historiques d'opérations ou de prêt de leurs clients. Okash, Tala et Fuliza dissimulent des informations contractuelles importantes au sein de conditions générales longues et complexes.</p>
Exemples	<p>Musoni, une IMF digitale, est en train de tester son produit de financement digital de l'agriculture par le biais du canal USSD et d'une application.</p>	<p>Suite à son partenariat avec Safaricom, 90 % des prêts de KCB sont désormais décaissés par le biais de la plateforme digitale KCB M-PESA.</p>	<p>Tala et Branch, deux prêteurs qui s'appuient sur les applications pour smartphone, utilisent leur propre système personnalisé de score de crédit.</p>	<p>« Afrikaloan », une nouvelle plateforme de prêt, s'appuie également sur un entretien téléphonique en direct avec le client avant d'accorder des prêts.</p>	<p>Le prêt Stawi, un nouveau produit approuvé par la Banque centrale du Kenya, affiche un taux d'intérêt de 9% plus des frais supplémentaires cachés. Fuliza est associé à la plateforme de paiement M-PESA.</p>	<p>Kopa Leo fait honte aux emprunteurs en défaut sur les réseaux sociaux. Okash appelle les personnes figurant dans la liste des contacts de l'emprunteur en défaut pour leur demander de pousser l'emprunteur à rembourser sa dette.</p>

Le développement de l'infrastructure digitale a permis une adoption rapide des services digitaux

Cela comprend le développement des abonnements à la téléphonie mobile et à l'Internet, l'amélioration des réseaux GSM, un meilleur accès à l'électricité et une pénétration accrue des smartphones et du contenu des applications mobiles.



Le crédit digital s'est développé en parallèle de cette révolution digitale. Il a conduit à l'émergence de l'ère du prêt digital, dont les acteurs non traditionnels, comme les ORM et les fintechs, ont largement bénéficié. Les prestataires de services financiers traditionnels ont également fait évoluer leur modèle pour rester dans la course. Au Kenya, les prêts des acteurs traditionnels sont désormais distribués en grande majorité par le biais de leur canal digital.

Source : [Communications Authority of Kenya \(CAK\)](#), [GSMA](#)

Les prêteurs établis dominent le marché par rapport aux prêteurs fintech qui utilisent des applications mobiles

Les principaux prêteurs utilisateurs d'applications (comme Tala ou Branch) représentent moins de 10 % du marché.

Prêteurs	M-Shwari	KCB M-PESA	MCo-op Cash	Eazzy Loan	Tala	Branch
Modèle	Banque associée à un opérateur de télécommunications			Banque + Opérateur de réseau mobile virtuel (ORMV)	Fintech (utilisant une application Android)	
Nbre d'abonnés (en millions)	20,10	9,80	3,30	1,60	0,77	0,75
Nbre de prêts décaissés (millions)	83,30	15,40	2,80	4,20	1,80	1,50
Montant des prêts décaissés (en millions d'USD)	2080	482	87	570	35	20
Nombre approximatif de prêts par jour	70 000	21 000	1 000	8 500	310	190
Encours de prêts (en millions d'USD)	80,0	24,0	8,6	38,0	7,8	4,0
Taux d'intérêt (par mois)	7,5 %	3,66 %	3,66 %	3,66 %	15 %	1 à 14 % ¹
Fourchette d'emprunt (USD)	1 - 500		10 - 1 000		20 - 500	2,5 - 500

Chiffres en date d'octobre 2018

Source : Orange Digital Ventures Africa à <https://bit.ly/2Tvl4yS>. Ces chiffres sont communiqués par les prêteurs mentionnés ci-dessus

1. Branch offre des taux d'intérêt qui varient en fonction de plusieurs facteurs, dont l'historique des remboursements avec Branch et le coût du prêt pour Branch

Même si la réglementation accuse du retard par rapport à l'innovation, le Kenya est en train d'évoluer vers une réglementation fondée sur des principes¹

Bien que non coordonnées à l'origine, les interventions et réformes prévues permettent d'évoluer vers un secteur plus centralisé et réglementé. Même si elle reste fragmentaire, la réglementation commence à prendre forme avec l'émergence de directives précises.

1 Émergence de l'argent mobile

- **Des approches d'apprentissage par la pratique commencent à être adoptées.** La banque centrale du Kenya (BCK) émet une lettre d'absence d'objection concernant M-PESA, sans pour autant accorder un agrément de fonctionnement.
- **Une approche réglementaire globale des services financiers digitaux fait défaut.** Des réponses de la BCK et de la CAK sous forme de circulaires, d'avis publics et de directives couvrent différents aspects de l'argent mobile et des services financiers digitaux.
- **Les régulateurs réagissent** aux problèmes les plus urgents en fonction des besoins par le biais de circulaires, d'avis publics et de directives. En 2009, la BCK publie une [déclaration](#) en réponse à de la publicité négatives concernant les paiements digitaux.

2007 - 2012

2 Évolution de la finance mobile

- **Les bases digitales** du crédit et des paiements digitaux sont mises en place, comme par exemple le règlement relatif aux systèmes nationaux de paiements de 2014.
- **Les régulateurs continuent d'apporter des réponses réactives aux problèmes les plus urgents.** En 2014, il est demandé à Safaricom d'ouvrir son réseau aux acteurs agréés de l'écosystème des services bancaires et des communications ; en 2015, la BCK publie des clarifications sur Bitcoin et un avis public sur l'utilisation des monnaies digitales.
- **La collaboration avec le secteur privé et les partenaires de développement se développe,** avec par exemple la directive numéro [BCK/PG/15](#) qui autorise la mise en place d'agents bancaires en collaboration avec le secteur privé en 2010.

2011- 2015

3 Développement du crédit digital

- **Il n'existe pas encore de réglementation applicable aux fintechs, mais la CMA a lancé une « sandbox » pour ces entreprises.** Même si les prêteurs digitaux n'en font pas partie pour le moment, cette démarche atteste du besoin d'essais robustes capables d'orienter leur fonctionnement effectif ultérieur.
- **La volonté réglementaire de mettre en place une interopérabilité de l'argent mobile a augmenté.** La CAK et la BCK collaborent depuis 2017 pour développer des systèmes de transferts inter-réseaux.
- **On observe une évolution claire vers une réglementation fondée sur des principes.** La charte bancaire de 2019 contient des directives sur la communication et le consentement en matière de produits digitaux.
- **Des efforts coordonnés sont en place pour réformer le cadre réglementaire applicable au crédit et aux services financiers digitaux.** Cela inclut l'introduction de projets de loi sur la protection des données en juillet 2018 et la réforme du format de déclaration des encours de crédit.

2016-2019

1. Une réglementation « fondée sur des principes » désigne le recours à un ensemble élargi de règles de conduite que les parties réglementées ont la latitude d'appliquer de la manière qu'elles jugent la plus appropriée, à la différence de règles composées uniquement d'interdictions et d'obligations précises.

Source : Analyses MSC

Des interventions réglementaires tournées vers l'avenir sont en train d'émerger

Il n'existe pas encore de réglementation sur les plafonds de prêt ou les normes de fonctionnement. Les régulateurs sont toutefois en train de mettre en place des orientations politiques prospectives, comme le montrent les « sandbox » de la CMA.

Question réglementaire	Description
Exigences de gouvernance	<ul style="list-style-type: none">• Dans le cadre d'orientations non contraignantes, les prêteurs digitaux sont encouragés à mettre en place des systèmes qui améliorent leur communication en matière de transparence et de respect des directives réglementaires.
Information obligatoire sur les produits	<ul style="list-style-type: none">• La section 31A du <i>Banking Amendment Act</i> de 2015 oblige les banques et autres institutions financières à communiquer tous les taux, frais et commissions aux emprunteurs avant d'accorder un prêt. La Charte bancaire de 2019 précise que cette communication doit se faire, entre autres, par les canaux USSD.
Interdictions	<ul style="list-style-type: none">• Il n'existe pas de directives réglementaires encadrant le montant minimal ou maximal des prêts. Depuis la Charte bancaire de mai 2019, les prêteurs ont toutefois l'obligation de communiquer leurs conditions générales de prêt.
Respect de la vie privée et confidentialité	<ul style="list-style-type: none">• La communication des informations confidentielles des clients est interdite, sauf lorsque la loi l'exige. Les accords avec des intervenants extérieurs soulèvent néanmoins la question des atteintes à la vie privée.• Tous les prestataires bancaires doivent communiquer les informations de crédit positives et négatives aux bureaux de références de crédit (CRB) du pays (art. 18 du règlement CBR de 2013).• Les intervenant extérieurs ont le droit, mais non l'obligation, de soumettre ces informations.
Exigences opérationnelles	<ul style="list-style-type: none">• Aucune exigence relevée.
« Sandbox » réglementaire	<ul style="list-style-type: none">• La CMA a mis en place un programme de « sandbox ». Lancé le 26 mars 2019, ce programme accepte actuellement des candidatures.
Taux et tarifs	<ul style="list-style-type: none">• La section 33B du <i>Banking Amendment Act</i> de 2015 met en place un taux minimal et maximal, mais les prêteurs ne respectent pas tous le taux maximal de 4 % au-dessus du taux de référence de la BCK.
Surendettement des consommateurs	<ul style="list-style-type: none">• La BCK a publié des orientations en matière de protection des consommateurs, mais celles-ci ne couvrent pas le surendettement.
Mécanisme de traitement des réclamations	<ul style="list-style-type: none">• Les prêteurs ont l'obligation d'avoir un mécanisme opérationnel de traitement des réclamations des clients dans un délai de six mois après le début de leur activité.
Cadre réglementaire LBC/FT	<ul style="list-style-type: none">• Le règlement de lutte contre la criminalité et le blanchiment de capitaux (2013) oblige les prêteurs à vérifier l'identité des clients, à conserver des dossiers les concernant et à signaler les opérations suspectes.

Source : Blechman, 2016; Banque centrale du Kenya, 2012; Banque centrale du Kenya, 2013; Banque centrale du Kenya, 2016; Odera, 2016; The Economist, 2016; République du Kenya, 1998; République du Kenya, 2010; République du Kenya, 2012; analyses MSC

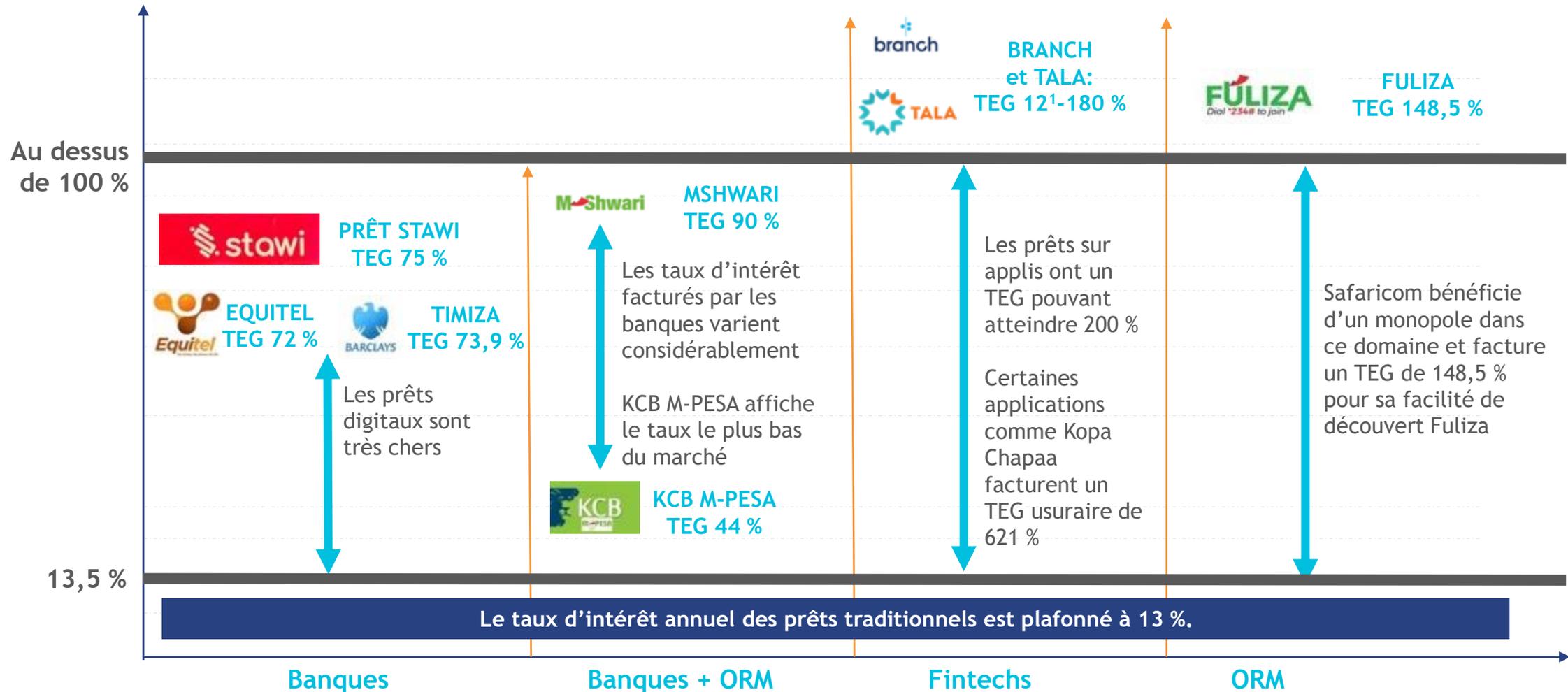
L'absence d'un cadre réglementaire complet a conduit à des pratiques de marchés risquées

Les conséquences du cadre réglementaire fragmenté du Kenya se reflètent dans les quatre grands domaines suivants :

1. Gestion et protection des données	2. Information obligatoire sur les produits	3. Surendettement des consommateurs	4. Coût du crédit
<ul style="list-style-type: none">• Les préoccupations relatives à l'accès aux données, à leur utilisation, à leur stockage et à la communication des autres données obtenues des consommateurs sont en augmentation. Des données auraient ainsi été communiquées à des tiers sans le consentement des consommateurs concernés.• Les prestataires utilisent des algorithmes pour exclure certains groupes de consommateurs, ce qui fait craindre des problèmes d'équité.	<ul style="list-style-type: none">• La réglementation du crédit digital oblige les prestataires à communiquer le coût de ces opérations pour les consommateurs.• La communication limitée des coûts et les taux de défaut croissants font partie des problèmes les plus pressants de conduite des acteurs du marché à l'heure actuelle.• Les pratiques abusives et un marketing agressif poussent les consommateurs dans le piège de l'endettement.	<ul style="list-style-type: none">• La multiplication des prestataires de crédit digital offre aux clients un large éventail de prêts faciles d'accès.• Cela rend les consommateurs plus vulnérable aux problèmes de surendettement en raison de l'absence de restrictions quant au niveau d'endettement sur l'ensemble des plateformes. S'y ajoute une information incomplète sur l'endettement total, la plupart des nouveaux prêteurs fintechs ne faisant pas de déclarations aux CRB.• Beaucoup d'inquiétudes perdurent du côté de l'offre concernant l'usurpation d'identité, qui contribue à l'impression de surendettement en raison du fichage négatif de clients dont l'identité a été usurpée pour obtenir des prêts digitaux.	<ul style="list-style-type: none">• Les directives de plafonnement des intérêts ne s'appliquent pas aux prestataires de services financiers digitaux, qui ont la possibilité d'imposer des taux plus élevés et continuent de le faire.• M-Shwari facture une commission égale à 7,5 % du montant du prêt pour un prêt de 30 jours. Cette commission est multipliée par deux si le prêt n'est pas remboursé au bout d'un mois, ce qui correspond à un TEG de 90 %.• Le coût d'Equity Bank pour les clients est de 10 % par mois, malgré un taux d'intérêt plafonné à 13 % par an. La plus grande partie de l'activité de prêts digitaux d'Equity Bank s'effectue via son canal ORMV.• Les prêts M-PESA de KCB ont un taux de 6 % sur 30 jours, mais les frais d'emprunt sont facturés au moment du décaissement.

Les économies de coût de la distribution « digitale » du crédit ne se sont pas traduites par des taux d'intérêt plus bas pour les clients

On observe encore des modèles tarifaires usuraires. Les prêts distribués par les ORM sont les moins chers à l'heure actuelle.



1. Branch a un TEG variable en raison de la fourchette des taux d'intérêt offerts en parallèle des cycles de prêt. Le TEG de TALA est de 180 %.

Les fait marquants des 18 derniers mois dans le crédit digital et les réponses réglementaires

Les taux d'accès aux prêts digitaux augmentent rapidement, surtout chez les MPME et les ménages des tranches de revenus inférieures dans les zones urbaines et péri-urbaines.

Equity Bank, la principale institution de dépôt du pays, décaisse désormais 0,57 Md\$ par le biais de la plateforme Equitel à fin mars.

M-Shwari décaisse 2,3 milliards de dollars depuis 2012

Les préoccupations quant aux taux d'intérêts usuraires et à l'exclusion se font plus vocales alors que le crédit digital ne parvient pas à toucher l'ensemble de la population.

KCB, le principal prêteur en volume, décaisse désormais 90 % de ses prêts par le biais de KCB M-PESA.

Avant 2018



Au-delà de 2019 ?

Les banques commerciales lancent leurs propres produits de crédit digital.

Des systèmes pyramidaux se faisant passer pour d'authentiques prêteurs sur appli mobile font leur apparition.

Au moins 49 applications de prêts digitaux proposent désormais des prêts de 5 à 500 USD.

Le secteur dans son ensemble se préoccupe de plus en plus de l'absence d'un modèle de tarification du crédit.

La BCK, la CMA, l'IRA, la RBA et la SASRA expriment publiquement leurs préoccupations quant au nombre croissant de produits financiers non agréés et non réglementés.

Juillet 2018 : le projet de loi sur la protection des données et le respect de la vie privée est soumis au parlement.

Août 2018 : la BCK prévient que même si le Kenya s'enorgueillit de ses progrès dans le développement de solutions financières technologiques, l'absence de directives adéquates laisse la porte grande ouverte aux acteurs peu scrupuleux.

Mars 2019: (1) la création de l'Association des prêteurs digitaux du Kenya (DLAK) est actée par un code de conduite. L'association aidera ses membres, et plus particulièrement les fintechs, à mieux se positionner pour dialoguer avec la BCK en tant que groupe ; (2) le projet de loi sur la protection des données et le respect de la vie privée doit être discuté en troisième lecture devant le Sénat.

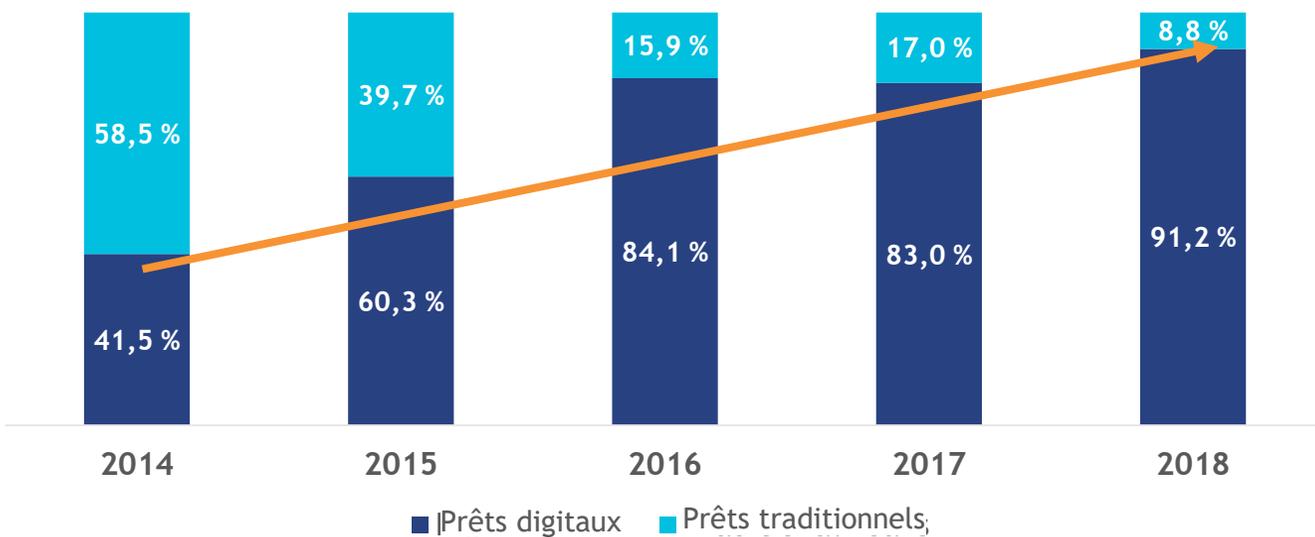
Mai 2019: (1) la BCK publie la Charte du secteur bancaire du Kenya, qui impose pour la première fois l'obligation de communiquer les conditions générales aux utilisateurs de produits digitaux par le biais des plateformes USSD; (2) la BCK reçoit une résolution parlementaire lui demandant d'élaborer des directives réglementaires pour les prêteurs digitaux.

Non seulement le nombre de prêts digitaux a augmenté, mais il surpasse également de beaucoup celui des prêts traditionnels

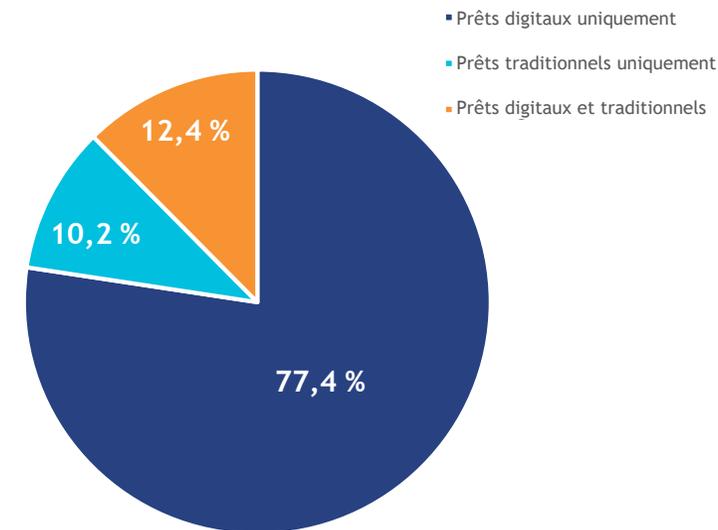
Bien que l'encours total des prêts traditionnels reste supérieur à celui du crédit digital, le nombre de prêts digitaux a augmenté de manière considérable chez tous les types de prestataire.

La majorité des prêts et emprunteurs formels du Kenya utilisent le canal digital, ce qui reflète la plus grande accessibilité et portée¹ du crédit digital chez les emprunteurs kenyans. Près de 75 % des emprunteurs formels ont contracté un prêt bancaire par le biais de la téléphonie mobile ou un prêt digital par le biais d'une application mobile.²

Entre 2014 et 2018, le pourcentage de prêts digitaux est passé de 42 % à 91 %



Au Kenya, 77 % des emprunteurs³ ont contracté uniquement des prêts digitaux



Les chiffres 2014 et 2015 proviennent de données TransUnion.

1. Notre étude de la demande fait ressortir une préférence pour les prêts digitaux, bien que de nombreux emprunteurs souhaiteraient [davantage de contact humain](#).

2. [FinAccess Household Survey report 2019](#) [Rapport 2019 d'enquête sur les ménages de FinAccess]

3. Le terme « emprunteur » désigne ici les clients qui ont emprunté auprès de prestataires réglementés ou des trois fintechs actuellement non réglementées qui déclarent leurs prêts aux CRB, tels que figurant dans les données des années 2016-18. Il ne tient pas compte des éventuels prêts informels.

4.0 Environnement de l'offre et principaux défis

Cette section présente l'environnement actuel de l'offre et les principaux défis auxquels sont confrontés les prêteurs, en termes notamment de protection des clients.

Elle s'appuie sur des informations fournies par une quinzaine de prestataires et observateurs interrogés dans le cadre de cette étude, complétées par une analyse des tendances de l'offre tirée des données des rapports du crédit pour la période 2016 - 2018.



Depuis le lancement du premier produit en 2012, l'environnement de l'offre de crédit digital s'est considérablement élargi

Entre autres facteurs, l'innovation des différents prêteurs a permis un développement rapide du marché.

Les prêteurs existants

(représentant plus de 97 % de l'offre de prêts digitaux)

Deux catégories :

Prêteurs utilisant le canal ORM

Les partenariats entre ORM et banques (ex. Safaricom avec CBA et KCB) affichent le potentiel le plus important de développement rapide

Banques

Des produits d'origine bancaire ont été lancés pour augmenter les volumes, comme par exemple mKey de Finserve, la filiale fintech d'Equity Bank



Les prêteurs pas si récents

(49 acteurs, en voie d'augmentation)

Les challengers

Fintechs

Tala et Branch sont des fintechs internationales qui ont su pénétrer le marché



Des fintechs plus récentes se concentrent sur des segments de niche ou peu équipés



Petits exploitants agricoles

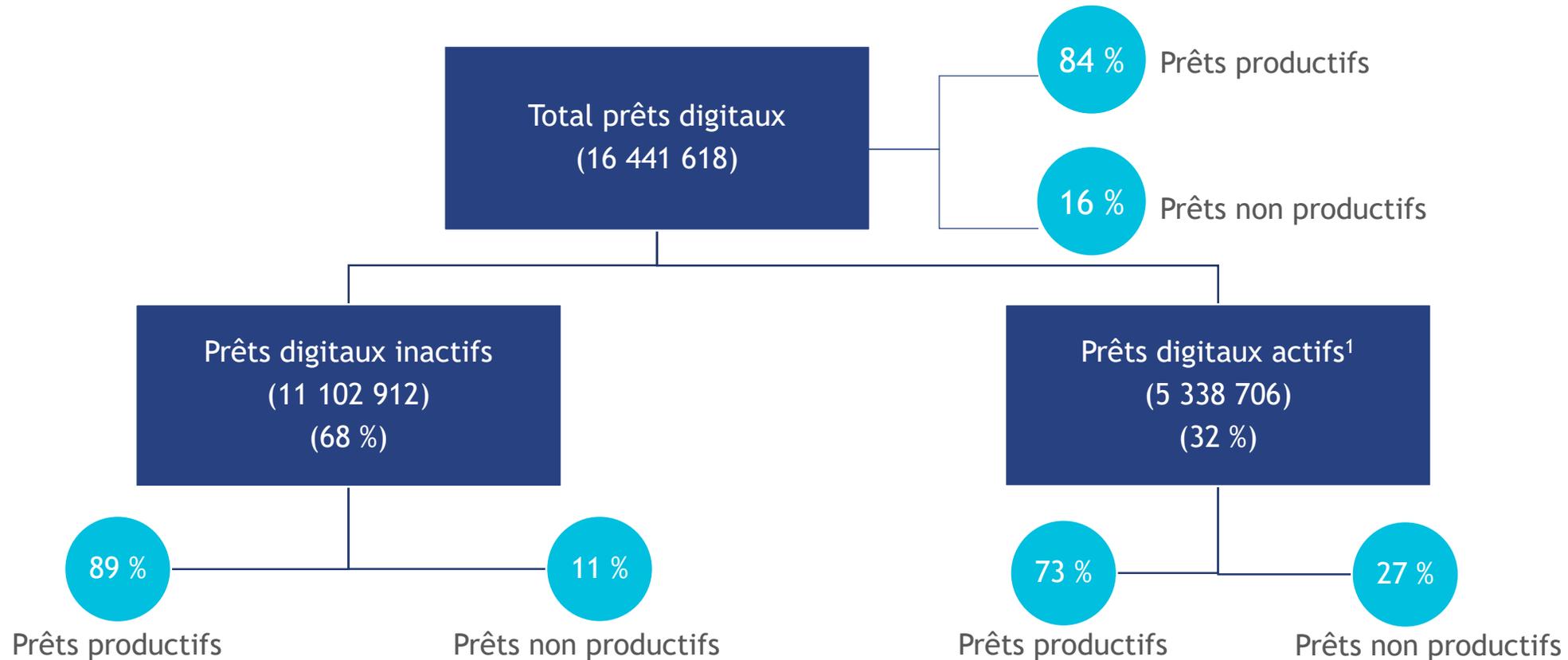
Émergence de l'association des prêteurs digitaux (DLAK)

En 2019, 12 fintechs ont créé la DLAK pour promouvoir de bonnes pratiques au sein du secteur, dont notamment des normes déontologiques et professionnelles, et encourager une approche coordonnée des questions pressantes de ce secteur en plein essor.



Analyse des données provenant des prêteurs sur la période 2016 - 2018

16 % du nombre total de prêts digitaux et 27 % des prêts digitaux actifs¹ ne sont pas productifs.



Les prêts non productifs (PNP) sont les prêts dont le solde exigible n'a pas été payé depuis plus de 90 jours. Pour des prêts digitaux dont l'échéance est généralement de 21 à 30 jours, il s'agit de prêts très en retard qui témoignent probablement de difficultés. Les emprunteurs qui ont au moins un PNP sont fichés négativement.

1. Le statut de prêt « actif » ou « inactif » est indiqué par les prêteurs lors de la déclaration des prêts aux bureaux de références de crédit; les pourcentages indiqués ici reflètent la part du nombre total de prêts dans chaque catégorie. Il convient aussi de noter que les prêteurs n'ont pas de norme particulière pour définir un prêt « actif » ou « inactif », ce qui signifie qu'ils n'ont pas forcément les mêmes pratiques pour les passer en abandon de créances. Il est également possible que les établissements qui le peuvent en raison de la taille de leur bilan ou de la croissance de leurs encours procèdent plus rapidement que d'autres à des abandons de créances.

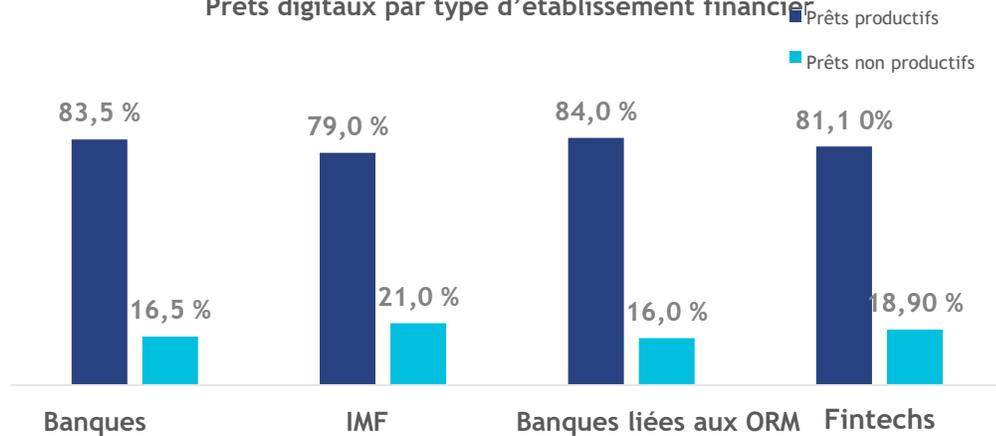
Les prêts digitaux affichent toujours un taux élevé de prêts non productifs, mais la tendance générale est orientée à la baisse

Les données des prêteurs montrent que 2,2 millions de particuliers ayant des prêts digitaux au Kenya¹ ont des prêts non productifs ayant donné lieu à un fichage négatif sur les trois années examinées.

Note : le nombre effectif d'emprunteurs ayant un fichier négatif est nettement plus élevé dans les bureaux de référence de crédit qui existent depuis longtemps, comme TransUnion, qui a été le premier à être agréé dans le pays par la Banque centrale du Kenya en 2010.

Près de **16 %** des prêts digitaux contractés entre 2016 et 2018 sont non productifs. **Un prêt digital sur six** est non productif, contre **un prêt traditionnel sur vingt**.

Prêts digitaux par type d'établissement financier



Nbre de prêts	Banques	IMF	Banques liées aux ORM	Fintechs
	2 228 716	92 053	13 723 134	397 467

En termes d'encours, les IMF et les fintechs ont un pourcentage plus élevé³ de prêts non productifs. Il s'agit toutefois des deux plus petits contributeurs à l'encours de prêts digitaux, à respectivement 0,6 et 2,4 %.

Malgré un taux global de prêts non productifs de 16 %, il est encourageant d'observer une tendance baissière d'une année sur l'autre entre 2016 et 2018. **Cette baisse notable de 15 % s'explique** en grande partie par une amélioration significative de la performance du portefeuille de prêts des banques liées à des ORM. Une théorie possible est que la performance des prêts digitaux s'améliorera au fil du temps, à mesure que les clients « essaient et apprennent » et commencent ainsi à apprécier de plus en plus ces prêts, ce qui motive en retour un meilleur comportement de remboursement.

Nombre de PNP par an² (en % du nombre total de prêts)



De la même manière, un certain nombre de prêteurs interrogés ne s'inquiètent pas outre mesure du risque intrinsèque de défaut, qu'ils ne jugent pas plus élevé que celui de leur portefeuille de prêts traditionnels.

1. Le nombre total d'emprunteurs kenyans ayant des prêts non productifs est probablement supérieur à 2,2 millions, car les données utilisées pour l'étude ne contenaient pas de prêts digitaux antérieurs à 2016.

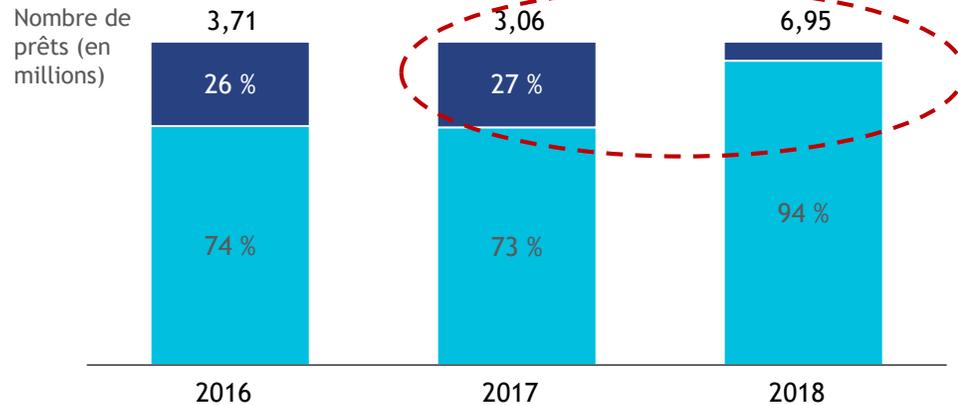
2. Les chiffres présentés ici sont les PNP par rapport au nombre total de prêts de l'année correspondante.

3. Sachant que l'échantillon de données se compose de millions de points, un seul point de pourcentage est statistiquement significatif.

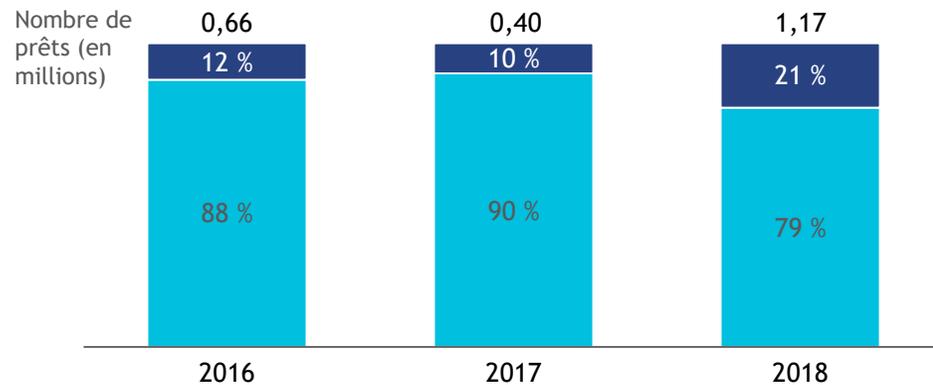
Évolution dans le temps des prêts digitaux non productifs (2016-2018)

Les banques liées aux ORM semblent avoir nettement amélioré la qualité de leur portefeuille.

Banques liées aux ORM

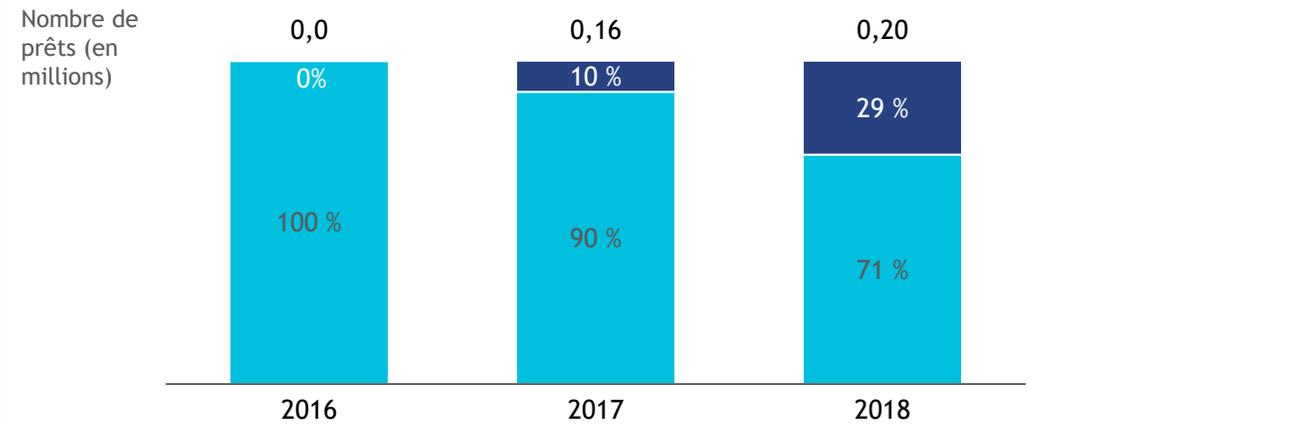


Banques



1. Malgré le nombre limité de fintechs figurant dans ces données, elles constituent des acteurs clés du marché dans cette catégorie. Les chiffres de 2016 ne reflètent pas complètement leur performance, car la plupart d'entre elles ne faisaient que commencer leur activité.

Fintechs



Explications possibles des tendances observées

1. En 2017, les banques ont réduit leur volume de prêts digitaux dans le but de gérer leurs PNP pour ensuite multiplier par trois leur volume entre 2017 et 2018. L'augmentation correspondante des PNP en 2018 n'est pas surprenante et peut s'expliquer par la baisse habituelle du niveau de qualité associée à l'augmentation des volumes de prêts.
2. La nette amélioration de performance chez les banques liées aux ORM est quant à elle plus surprenante, surtout associée à un volume de prêts qui a plus que doublé entre 2017 et 2018. Il convient toutefois de noter que les banques liées aux ORM bénéficient de l'expérience liée à leur ancienneté sur le marché et des données de l'argent mobile, l'amélioration remarquable de leur performance pouvant en partie s'expliquer par une amélioration significative de leurs algorithmes d'analyse de crédit.
3. En base relative, les fintechs enregistrent une augmentation marginale de leur volume de prêts en 2018 pour quasiment 30 % des PNP : la plupart des fintechs déclarent ne pas utiliser les informations des CRB pour leur analyse de crédit, ce qui pourrait être une des raisons de leur piètre performance.

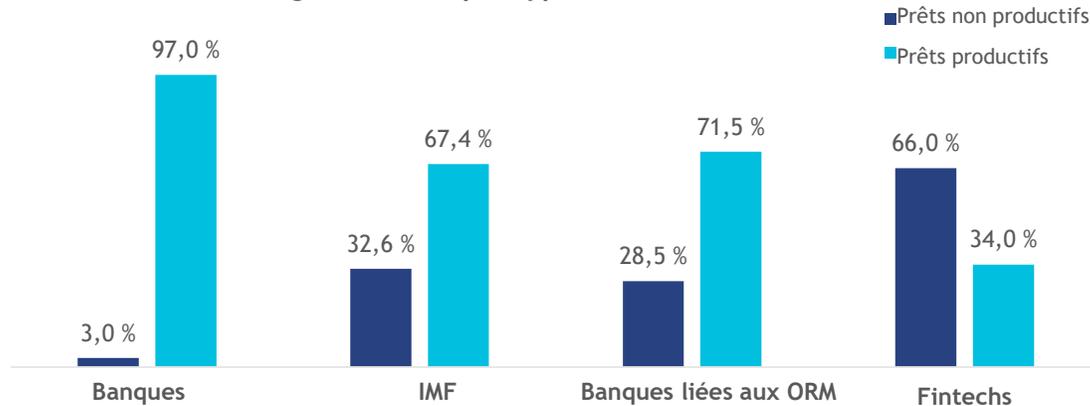
Plus d'un quart des prêts digitaux actifs ne sont pas productifs

Les prêts non productifs sont plus nombreux dans la tranche de 2 à 10 USD, représentant 30,3 % des prêts digitaux actifs.

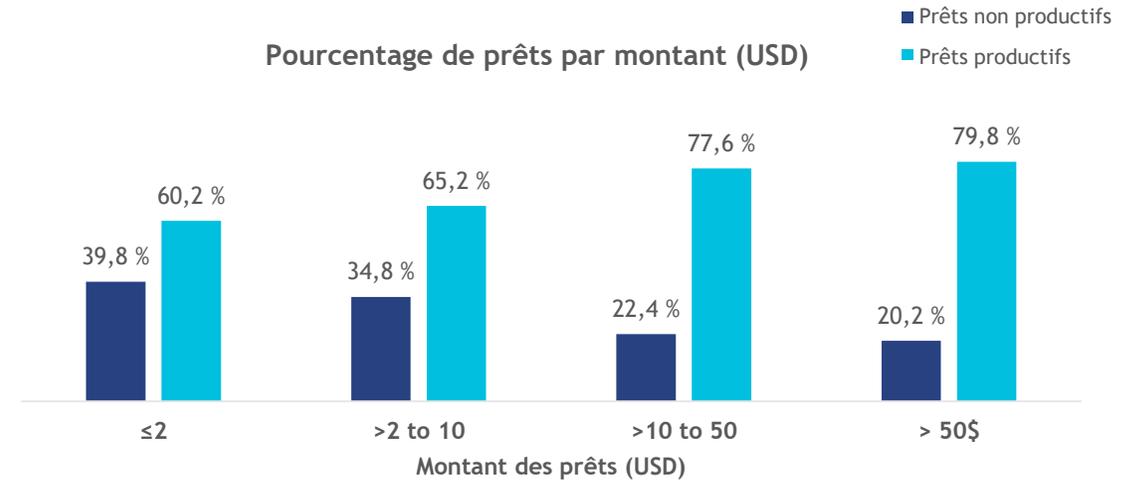
Si l'on examine les prêts digitaux « actifs »,¹ le taux global de prêts non productifs est nettement plus élevé à 27 %. Cela peut s'expliquer par deux pratiques courantes du côté de la demande : le cumul des prêts et le recyclage de la dette. Ce phénomène se produit lorsque les nouveaux prêts servent à rembourser les précédents.

Ces PNP actifs représentent seulement 19 % de l'encours de prêts, ce qui est conforme au constat que la plupart des défauts de paiement se concentrent sur les prêts digitaux de plus petit montant. Plus de 18 % des PNP actifs du crédit digital ont un solde inférieur à 2 USD.

Prêts digitaux actifs par type d'établissement financier



Pourcentage de prêts par montant (USD)



Ce taux reflète les différences de traitement des prêts par les différents prestataires, le statut de prêt « actif » étant défini par chacun.

Par rapport aux autres acteurs du marché, Les banques ont un taux nettement inférieur de PNP sur leurs prêts actifs à 3 %. Cela pourrait s'expliquer par des abandons de créances plus rapides chez les banques.

Par ailleurs, la part élevée de PNP chez les fintechs est inquiétante. Elle pourrait s'expliquer par un comportement plus répandu des clients en raison de la facilité d'obtention et des taux plus élevés des prêts de petit montant. C'est peut-être aussi la raison pour laquelle les fintechs ont en moyenne les TEG les plus élevés, essayant de minimiser leur risque en intégrant le taux de défaut à leurs tarifs.

Il ressort de notre étude de la demande que les raisons du taux de défaillance plus élevé des prêts digitaux de petit montant sont les suivantes :

- La nature du crédit digital ;
- Les prêts accordés pour la première fois sont de montant très faible ;
- Les nouveaux clients ou ceux qui testent un nouveau prêteur le font sur de petits montants ;
- Multiplication des emprunts auprès de différents prêteurs en raison de montants insuffisants pour répondre aux besoins, suivie de l'incapacité de faire face aux remboursements.

1. On notera que les prêteurs n'ont pas de norme précise pour définir le statut de prêt « actif » et que la déclaration des prêts considérés actifs ou inactifs s'effectue à leur entière discrétion.

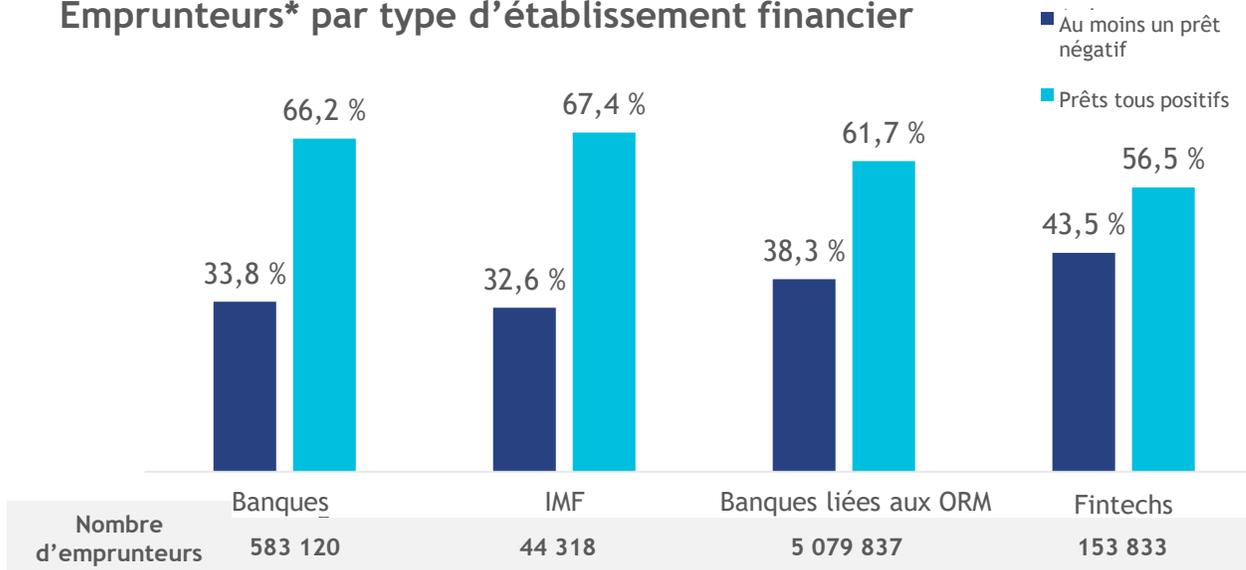
2. Le cumul ou « empilement » des prêts (« loan stacking » en anglais) se produit lorsqu'un emprunteur a plusieurs prêts en cours en même temps, ce qui affecte sa capacité à les rembourser aux échéances prévues.

Le côté « humain » plus réduit des pratiques de prêt digital pourrait être associé à des impayés plus fréquents

Les banques liées aux ORM et les fintechs ont un pourcentage plus élevé d'emprunteurs avec des PNP.

Une analyse des emprunteurs montre que **38 % des emprunteurs digitaux ont au moins un prêt non productif.**

Emprunteurs* par type d'établissement financier



Par rapport aux deux autres catégories de prêteurs, les banques liées aux ORM et les fintechs présentent un pourcentage plus élevé d'emprunteurs avec des impayés sur leurs prêts digitaux, ce qui pourrait s'expliquer par les aspects suivants :

- La pratique courante d'enchaînement et de cumul des prêts par leurs emprunteurs en raison de la rapidité et de la relative facilité d'obtention de ces prêts ;
- Le côté « humain » plus réduit de ces deux catégories de prêteurs, où les transactions s'effectuent entièrement par le biais de la téléphonie mobile.

*Les emprunteurs peuvent figurer dans plus d'une catégorie s'ils ont emprunté auprès de plusieurs catégories d'institutions financières.

1. FSDK. Segments de remboursement des emprunteurs digitaux, par fournisseur de prêts digitaux. 2017. Parmi les emprunteurs digitaux dont le dernier prêt provenait des M-Shwari, près de 14 % déclaraient être en défaut de paiement sur un prêt digital contre 8 % d'emprunteurs digitaux dont le dernier prêt provenait d'un autre prêteur.

Ce constat d'un côté humain plus réduit qui conduit à des taux de défaut plus élevé cadre avec l'étude FSDK de 2017,¹ qui concluait que la probabilité de remboursement tardif ou d'impayé des emprunteurs M-Shwari était supérieure de 30 % à celle des utilisateurs de prêts digitaux d'autres prêteurs.

Les remboursements plus assidus observés chez les utilisateurs des prêts digitaux des IMF s'expliquent par le fait que ces produits ne sont pas « purement digitaux ». Les IMF utilisent le canal digital pour le décaissement des prêts, leur recouvrement, l'analyse de crédit et d'autres processus, tout en conservant un degré plus élevé de contact humain.

Les données montrent que le montant moyen des prêts IMF est également plus élevé à 142 USD. De leur côté, les banques exigent que les emprunteurs digitaux soient déjà clients, ce qui constitue une barrière plus importante à l'entrée et peut se traduire par une prudence accrue.

Une étude représentative au niveau national de la demande, réalisée en 2016, fait ressortir quatre grandes explications pour les remboursements tardifs ou les impayés :

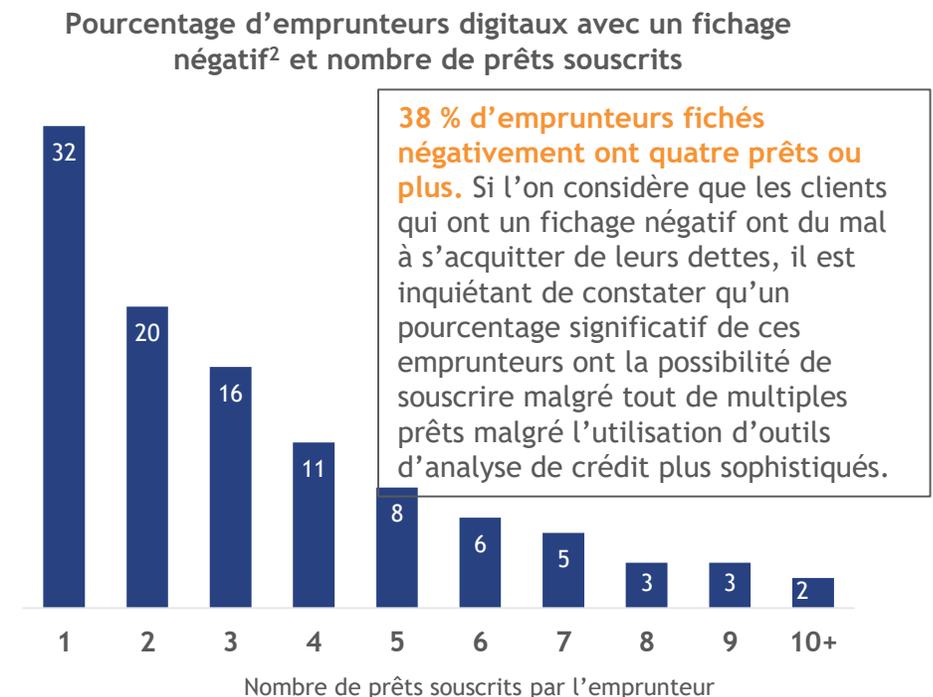
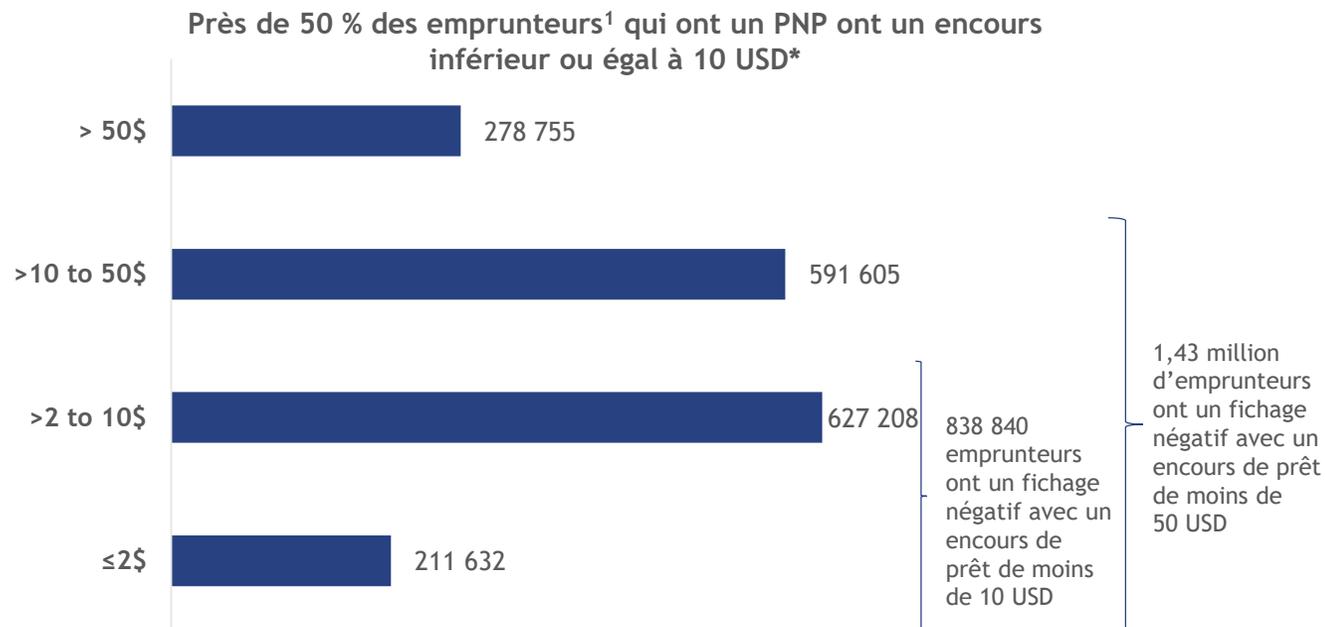
1. Mauvaise performance de l'entreprise/activité professionnelle
 2. Perte d'emploi ou de revenus
 3. Mauvaise planification
 4. Disponibilités consacrées à des dépenses plus urgentes
- (FSDK FinAccess. 2016)

Les PNP sont plus fréquents dans les prêts digitaux ayant un solde inférieur à 10 USD

Les impayés de plus de 90 jours avec un solde exigible supérieur à 0 USD entraînent un fichage négatif, qui se traduit par des frais élevés pour les emprunteurs. Ce statut perdure pendant cinq ans.

À l'heure actuelle, un fichage négatif n'empêche techniquement pas les clients de contracter des prêts digitaux. Selon les données relatives à l'offre, 17 % des emprunteurs comptent plus d'un prêt fiché négativement. Il existe trois explications potentielles à cette situation :

- Les emprunteurs contractent des prêts auprès de plusieurs prêteurs pendant un même cycle de déclaration (30 jours) et manquent à leurs obligations sur plus d'un prêt.
- Les emprunteurs ont déjà eu des impayés entraînant un fichage négatif, mais ont depuis lors apuré leurs arriérés. Le fichage perdure néanmoins pendant cinq ans. Les clients ont donc encore du mal à obtenir des prêts dans certains cas. Ils peuvent également avoir à s'acquitter des formalités de régularisation de leur situation, qui sont payantes, pour postuler à un emploi ou obtenir des prêts de montant plus important (prêts immobiliers par exemple).
- Un certain nombre de prêteurs digitaux n'utilisent pas les données des CRB dans leur processus de décision de crédit.



1. Les emprunteurs apparaissent dans plusieurs catégories s'ils ont des impayés sur plusieurs prêts digitaux.

2. Tout emprunteur qui a au moins un PNP fait l'objet d'un fichage négatif.

L'usurpation d'identité est une préoccupation importante

Les prêteurs sont unanimes quant à l'importance de ce risque ; des solutions sont en train d'apparaître dans l'ensemble de l'écosystème.

Il existe deux grands facteurs de l'usurpation d'identité dans le crédit digital au Kenya

En premier lieu, la rapidité d'autorisation des prêts offre la possibilité de soumettre plusieurs demandes de prêt dans des délais très brefs. Les fraudeurs peuvent se servir de renseignements volés pour contracter de multiples prêts sans intention de les rembourser. Les délais entre autorisation et décaissement sont plus courts que ceux permettant de vérifier l'identité des clients (KYC) et d'interroger les CRB. La vitesse à laquelle plusieurs prêts sont contractés (« *loan stacking* ») est donc susceptible de signaler des fraudes.

Le second facteur explicatif est la facilité d'accès aux renseignements personnels dans de nombreux endroits publics du Kenya. Tous les immeubles de bureaux demandent par exemple de remplir un registre ou de laisser une pièce d'identité à la réception. Il en est de même chez tous les agents de l'argent mobile du pays. Ces renseignements d'identité peuvent facilement être utilisés par des escrocs, qui se créent ensuite un profil de bon payeur pour obtenir des prêts de montant plus important. Les victimes sont les dernières à s'en rendre compte, souvent au moment de leur fichage négatif au CRB, sans avoir eu connaissance auparavant que leur identité avait été usurpée. Elles sont alors confrontées aux difficultés de régularisation de leur situation pour éviter les conséquences sur leurs propres besoins d'emprunt.

Une [étude récente](#) de Patrick Traynor, qui couvre 33 prêteurs digitaux du monde entier, dont des prêteurs kenyans, révèle également que les conventions de service traitent rarement de la fraude à l'encontre des utilisateurs et qu'elles dégagent les prestataires de toute responsabilité. Sachant que les utilisateurs n'ont pas d'autre choix que d'accepter les conditions générales d'emprunt pour obtenir un prêt, ils se trouvent obligés d'en assumer les conséquences.

Traynor, P. *Digital Finance and Data Security: How Private and Secure Is Data Used in Digital Finance?*, Center for Financial Inclusion, 2018.

Les acteurs du secteur ont commencé à mettre en place des mesures de prévention de l'usurpation d'identité



Tala s'appuie en grande partie sur ses données et le développement de modèles d'apprentissage-machine pour surveiller en permanence l'apparition d'anomalies. Ces outils servent également à l'analyse de crédit et à la vérification de l'identité des emprunteurs.



OKash a remarqué que les fraudeurs exploitaient les demandes de renseignement automatisées non enregistrées sur l'application et l'utilisation d'un algorithme d'analyse des emprunteurs pour essayer de se procurer des fonds. OKash a renforcé son processus de demande de prêt, en obligeant les emprunteurs à prendre une photo de leur visage et d'une pièce d'identité nationale.



Branch a investi dans une équipe hautement qualifiée d'analystes de crédit pour évaluer et analyser les emprunteurs suspects. La société utilise également des modèles sophistiqués d'apprentissage-machine pour détecter et bloquer les demandes de prêt frauduleuses. Branch continue toutefois de gérer le processus de prêt avec seulement quatre questions.



Patascore offre des solutions « B2B » (pour les entreprises) et B2C (pour les particuliers). L'entreprise joue le rôle d'entité neutre qui rassemble toutes les données d'identification des clients pour améliorer l'analyse de crédit. Chacun de ses clients possède son propre portefeuille de données qui établit et note son profil digital. Ce service s'accompagne d'une fonctionnalité complémentaire d'éducation financière.

Les prêteurs digitaux continuent de recourir à des pratiques commerciales agressives

Les tactiques musclées, les ventes agressives, les messages insistants et les publicités trompeuses font partie des méthodes utilisées par les prêteurs pour recruter des clients et les pousser à emprunter, puis rembourser leurs prêts.



Atteintes au respect de la vie privée : Okash a la réputation d'appeler des numéros au hasard sur la liste des contacts de ses clients en cas d'impayé de ces derniers. L'application obtient le consentement des clients au moment de la mise en place des prêts, mais la clause d'autorisation est cachée au milieu de conditions générales longues et compliquées que beaucoup d'utilisateurs ne prennent pas la peine de lire. Les clients sont nombreux à être surpris lorsque, en cas d'impayé ou de retard de paiement, Okash appelle ou envoie un SMS à leurs « numéros les plus utilisés » pour leur demander d'inciter l'emprunteur à rembourser son prêt.



Usurpation d'identité : certaines applications de prêt utilisent le nom d'hommes politiques célèbres ou de célébrités des médias sociaux pour inciter les clients potentiels à télécharger leur application. Jaguar utilise le nom d'un jeune député et musicien célèbre pour son application. Les utilisateurs ont remarqué qu'ils avaient supposé à tort que l'application appartenait au politicien, qui a depuis nié toute implication avec les propriétaires de l'application.



Messages de sollicitation : chaque fois qu'un utilisateur de M-PESA essaie d'envoyer de l'argent ou de faire un paiement qui dépasse le solde disponible de son porte-monnaie électronique, un message de Fuliza apparaît pour l'inciter à utiliser sa facilité de découvert. Des messages marketing non sollicités sont souvent adressés aux emprunteurs potentiels avec des publicités télévisées aux heures de forte audience ou des affichages extérieurs, entre autres supports



Appels envahissants : en cas de défaut de paiement des emprunteurs, le centre d'appels d'Afrika Loan multiplie les appels par différentes personnes pour demander au client de rembourser sa dette. Les appels peuvent se répéter 3 à 5 fois par jour. Ils ont généralement lieu pendant la journée, mais peuvent aussi se produire à des heures inhabituelles avec le risque de gêner l'utilisateur.

Suggestions de réforme pour la qualité des données et les formats de déclaration des CRB

Les informations des bureaux de références de crédit (CRB) ne sont pas adaptées au crédit digital, en raison principalement de l'utilisation de formats de déclarations antérieurs aux prêts digitaux.

Les CRB du Kenya sont confrontés à plusieurs problèmes :

- 1 Disparités de déclaration :** seuls les établissements financiers réglementés (banques et IMF) sont soumis à une obligation de déclaration aux trois CRB du pays. Cependant, certaines fintechs, comme Tala ou Branch, communiquent leurs données au titre de leur volonté de créer un historique financier pour leurs clients.
- 2 Mauvaise qualité des données et manque d'uniformité des déclarations :** les données provenant des prêteurs font ressortir des champs manquants ou inexacts.¹ Certains renseignements sur les prêts pourraient être absents, car certains prêteurs cessent de déclarer une partie des prêts soldés pendant l'année. De plus, le manque d'uniformité des informations communiquées par les prêteurs et les différents mécanismes de notation de crédit utilisés par les CRB peuvent se traduire par des notations différentes pour un même client.
- 3 Sous-utilisation ou utilisation abusive des données des CRB :** beaucoup de prêteurs se contentent d'effectuer un simple contrôle OUI/NON concernant le fichage éventuel d'un emprunteur potentiel. Des clients ayant un fichage positif font état de refus de prêt, ce qui témoigne d'une mauvaise interprétation de leurs données CRB. Bien que les fintechs ne soient pas soumises à l'obligation de déclaration, elles ont la possibilité d'utiliser les données CRB pour leur processus de décision de crédit afin d'obtenir des informations sur les encours des clients auprès d'autres prêteurs, mais cela ne semble pas être une pratique courante.
- 4 Manque de respect des directives :** le règlement des CRB publié en 2013 prévoit déjà que les prestataires ont l'obligation de notifier les clients un mois à l'avance du statut PNP de leur prêt et de la mise à jour des CRB. Cette obligation semble en grande partie non respectée.
- 5 Fréquence de déclaration non adaptée aux caractéristiques des produits :** avec le développement du crédit digital, qui se caractérise par des accords immédiats et des durées de prêt plus courtes, la fréquence mensuelle des déclarations actuelles ne permet pas de disposer d'informations à jour.

Les déclarations font l'objet de réformes graduelles :

Des réformes sont en cours avec le soutien du groupe de la Banque mondiale sur les aspects suivants :

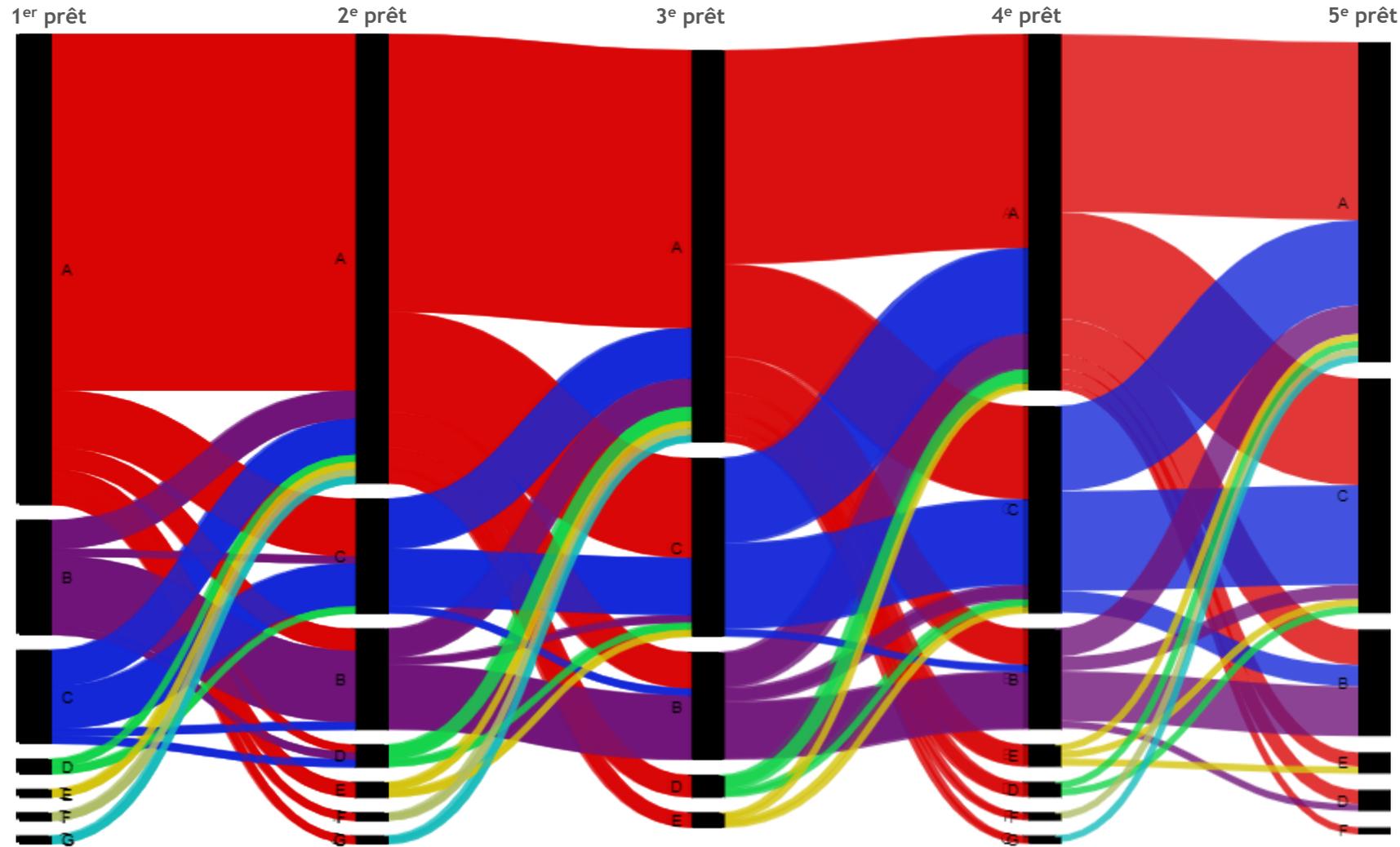
- 1. Révision du format des déclarations** pour qu'il soit plus adapté aux produits de prêt digitaux. Cela veut dire que les prêteurs digitaux auront l'obligation de faire des déclarations quotidiennes au lieu de déclarations tous les 30 jours. La simplification du format des déclarations devrait également permettre de collecter des données plus fiables. Le nouveau format est à l'essai auprès d'un petit groupe de banques avant d'être étendu à un groupe plus large lors de la phase suivante de l'essai pilote.
- 2. Harmonisation des règles de validation** pour améliorer la qualité et la cohérence des données au niveau des trois CRB.
- 3. Inciter la Banque centrale à mettre en place une API centrale :** à l'heure actuelle, les bureaux de références de crédit ont chacun leur propre API.
- 4. Favoriser un cadre réglementaire qui s'applique à tous les acteurs du marché :** la clause actuelle, qui exclut les intervenants extérieurs tels que les prêteurs digitaux de l'obligation de déclaration, doit être réexaminée.

Incohérences observés dans les données de l'offre

- 191 765 prêts digitaux (1,2 %) étaient classés dans les prêts non productifs (PNP) alors que le montant impayé était égal à zéro.
- 213 642 prêts digitaux (1,3 %) étaient fichés négativement alors qu'ils ne répondaient pas aux critères des PNP tandis que 308 prêts (0,002 %) étaient fichés positivement alors qu'ils auraient dû figurer dans les PNP.
- Valeurs aléatoires dans certains champs de données, comme par exemple la date de naissance, ou renseignements complètement absents pour des champs tels que « formation de l'emprunteur ».

La fidélité à un seul prêteur est rare, mais semble s'améliorer au fil des cycles d'emprunt successifs pour certains prêteurs²

Malgré une certaine fidélité au prêteur initial, les emprunteurs réguliers¹ passent facilement d'un prêteur à l'autre.



- Ce visuel montre dans quelle mesure les utilisateurs qui ont commencé à emprunter avec un prêteur A passent à d'autres prêteurs pour leur deuxième prêt et les suivants.
- La hauteur des barres noires représente le nombre de prêts contractés auprès de chaque prêteur, en tant que sous-ensemble du nombre total de prêts.
- Un volume important d'entrées et de sorties peut être observé pour le prêteur A au cours du cycle de prêt.
- Le nombre d'emprunteurs récurrents augmente pour le prêteur C sur le nombre de prêts.
- À mesure que les emprunteurs prennent l'habitude des prêts digitaux, ils se mettent à demander des prêts aux prestataires D, E, F et G.
- Bien que ces prêts multiples pourraient indiquer que les emprunteurs améliorent leur capacité à accéder aux différentes options qui répondent à leurs besoins, cette analyse ne permet pas de savoir s'il existe un risque de surendettement.

¹ Ce graphique n'est pas représentatif des parts de marché, car il ne représente que les emprunteurs récurrents qui ont souscrit cinq prêts digitaux.

² Ce graphique couvre sept prêteurs digitaux; il ne tient pas compte des délais entre les différents prêts.

Concurrence ou non ?

Le marché est fragmenté avec une surveillance réglementaire inégale.

Absence de conditions de concurrence équitable

Il est important d'avoir un écosystème compétitif pour garantir le développement continu de produits innovants et de services de qualité offrant un bon rapport qualité/prix, et par extension, celui de l'inclusion financière. En règle générale, les situations dans lesquelles le pouvoir de marché peut être étendu à d'autres marchés se traduisent par des conditions de concurrence peu équitables.

Au Kenya, Safaricom est l'ORM dominant avec une part de marché de 63,3 % à la date de ce rapport. Il utilise les données client de son activité de télécommunications pour commercialiser et offrir des produits de crédit digital comme M-Shwari et KCB M-PESA dans le cadre de partenariats avec des banques.

Safaricom a depuis développé une fiche d'évaluation de ses clients, basée sur la nature et le mode d'utilisation de ses produits, la fréquence et le remboursement des crédits liés à M-PESA. Les retombées sont extrêmement prometteuses, les fintechs partenaires faisant état de plafonds de prêt augmentant jusqu'à 250 % grâce à l'utilisation de ces informations par rapport à leurs modèles traditionnels de récupération de données. Le choix des prêteurs susceptibles de bénéficier de ces données appartient toutefois à Safaricom. Les clients n'ont donc pas la possibilité de partager ce qui constitue en pratique leurs renseignements personnels au-delà de ce cercle.

Il serait nécessaire d'avoir des règles claires pour garantir la protection des clients et leur liberté de choix. Un projet de loi relatif à la protection des données a été annoncé et il est à souhaiter qu'il soit la première étape du développement d'une politique plus large de partage des données au Kenya. Celle-ci devra s'inscrire dans un cadre réglementaire plus large couvrant également la question des prêteurs non réglementés à l'heure actuelle, qui n'ont pas l'obligation de communiquer des informations ou d'observer des règles de respect de la vie privée des clients.

Source : entretien avec Ariadne Plaitakis, Senior Associate et spécialiste du droit de la concurrence chez Bankable Frontiers Associatès, 5 avril 2019
Mazer, R. (2018). *Emerging Data Sharing Models to Promote Financial Service Innovation: Global trends and their implications for emerging markets*. FSD Kenya

Exemples émergents de modèles de partage de données dans le monde

Un certain nombre de nouveaux modèles de partage des données ont fait leur apparition dans le monde. Ils pourraient avoir un impact significatif sur l'innovation financière, notamment dans des pays comme le Kenya où un grand nombre de clients n'ont pas accès à leurs propres informations financières.



UE

Le cadre PSD2 donne aux fintechs et autres intervenants extérieurs les outils techniques et juridiques leur permettant de développer leurs applications et services sur la base des données et services des banques. Un start-up italienne peut par exemple avoir accès aux données financières françaises aussi rapidement qu'elle le pourrait en Italie. Cela améliore la concurrence et permet aux clients d'avoir davantage de choix et d'information.



Inde

Dans le cadre du programme gouvernemental « Digital India », l'application DigiLocker donne aux clients la possibilité d'y stocker tous leurs documents officiels. Elle est liée à la carte d'identité nationale « Aadhaar » et à leur numéro de portable et remplace les documents physiques, toutes les données étant stockées dans le cloud. Les clients doivent consentir à la communication de leurs données. La centralisation des données réduit en théorie les formalités de collecte et de soumission des informations d'identité (KYC), qui peuvent maintenant être automatiquement consultées à chaque nouvelle demande.



Royaume-Uni

L'ouverture du marché bancaire (« Open Banking ») est entré en vigueur le 13 janvier 2018 sous la supervision de la *Competition and Markets Authority* du Royaume-Uni. Il oblige en pratique les principales banques à communiquer leurs données de manière sécurisée et standardisée, de façon à ce qu'elles puissent être plus facilement communiquées en ligne à des organismes agréés. Le client conserve le contrôle de ces échanges, pour lesquels il doit donner son accord explicite.



Philippines

En 2012, le pays a adopté une législation complète et rigoureuse de protection des données, le *Data Privacy Act*, qui vise à « protéger le droit humain fondamental au respect de la vie privée et à la communication, tout en garantissant la libre circulation de l'information pour promouvoir l'innovation et la croissance et est appliquée par la Commission du respect de la vie privée ». Les règles et règlements d'application sont entrés en vigueur en 2016.

La protection des données au Kenya

La loi de 2018 sur la protection des données et le respect de la vie privée changera radicalement la localisation des données, les aspects de sécurité des données et les bases juridiques du traitement et du partage des données au Kenya.



Pas encore de législation, mais le parlement kenyan s'apprête à adopter une législation de réglementation : la chambre haute (sénat) a reçu les soumissions finales du ministère chargé des TIC le 18 mars 2019. Le projet de loi, qui est actuellement en attente d'une troisième et dernière lecture et débat en comité plénier, sera ensuite renvoyé devant l'Assemblée nationale pour un dernier débat avant son adoption. Il est très probable qu'il soit inscrit dans la législation avant la fin de 2019.

Pratiques de marché : les conditions générales des prêteurs comportent des clauses qui obligent les consommateurs à céder leurs données à des tiers sans obtenir leur accord quant à la manière dont ces données sont traitées ou partagées.

Lois et directives actuellement applicables au secteur :

Kenya Information and Communications Act (2010) : la section 31 de cette loi relative à l'information et aux communications interdit aux prestataires de services de télécommunications d'intercepter ou de divulguer les données privées envoyées à d'autres personnes au moyen de leurs réseaux ou plateformes digitales.

Kenya Information and Communications (Consumer Protection) Regulations (2010) : la section 15(1) de ce règlement relatif à l'information et aux communications (protection des consommateurs) interdit aux prestataires d'enregistrer, d'intercepter ou d'écouter les communications des usagers privés d'appareils de télécommunication comme les téléphones.

Kenya Information and Communications (Registration of Subscribers of Telecommunication Services) Regulations (2014) : la section 13 de ce règlement relatif à l'information et aux communications (enregistrement des abonnés aux services de télécommunication) autorise la CAK à consulter sur demande des informations personnelles.

Computer Misuse and Cybercrimes Act (2018) : cette loi sur l'utilisation abusive de l'informatique et la cybercriminalité interdit le partage de données fausses, trompeuses ou fictives.

Points clés du projet de loi de 2018 sur la protection des données et le respect de la vie privée

Création d'une **autorité de protection des données**

Cette autorité indépendante supervisera la protection des données au titre de la loi

Elle bénéficiera d'une indépendance financière et institutionnelle

Enregistrement obligatoire de toutes les personnes ou institutions qui traitent des données.

Surveillance transférée (en grande partie) de l'Autorité des communications du Kenya (CAK) à la nouvelle autorité.

Évaluation périodique des risques des responsables du traitement des données digitales pour identifier les nouveaux risques en matière de traitement des données de masse.

Le projet de loi interdit le transfert de données à caractère personnel en dehors du Kenya. Cette interdiction affectera les prêteurs digitaux, qui utilisent souvent des bases de données en nuage hébergées sur des serveurs situés en dehors du Kenya.

Les utilisateurs doivent donner leur accord pour l'extraction, le transfert et/ou le partage de leurs données personnelles.

La relative exclusivité du crédit digital

La fracture digitale est une préoccupation d'actualité, qui risque d'exclure encore plus les segments de population défavorisés du Kenya.

Plusieurs facteurs contribuent à exclure la clientèle défavorisée ou nouvelle du crédit digital au Kenya :

- 1 Bien que l'usage des smartphones se développe, il s'agit en majorité d'appareils bas de gamme avec une mémoire RAM limitée, ce qui empêche l'utilisation de nombreuses applications fintech. De plus, le coût des données rend de nombreux utilisateurs très sensibles au prix, comme en témoigne la préférence pour les produits utilisant les technologies USSD ou SIM Toolkit.
- 2 Même si beaucoup d'utilisateurs interrogés ont reçu une formation scolaire de base, ils sont nombreux à avoir du mal à comprendre les conditions générales de prêt et à naviguer dans les applications. Cela se traduit par un manque de confiance et une culture numérique relativement limitée, notamment chez les femmes et les utilisateurs ruraux, qui préfèrent naturellement utiliser les produits basés sur les technologies USSD ou SIM Toolkit.
- 3 83 % des Kenyans habitent dans les zones rurales. Même si 77 % de la population totale utilise l'internet mobile, nous savons que la connectivité est moins fiable dans les zones rurales. Dans le cadre de l'examen de demandes de prêt simulées avec des utilisateurs du crédit digital, on observe une forte sensibilité au coût des données. En particulier, les utilisateurs à faibles revenus ne sont pas toujours en mesure d'accéder aux données.

Caractéristiques	STK	USSD		Application	
Prestataires	KCB M-PESA	Fuliza	HF	Tala	OPesa
Nombre d'étapes	8	3	6	27	6
Conditions générales de prêt	Lien vers le site internet des conditions générales	Lien vers le site internet des conditions générales	Lien vers le site internet des conditions générales	Affichage du détail des frais et lien vers la convention de prêt	À disposition
Montant max.	10 000 USD	700 USD	500 USD	300 USD	100 USD
Coût pour le client	Taux d'intérêt de 4,08 %	1 % de droit d'accès et commission de 0 à 70 000 KES sur l'encours de prêt	Taux d'intérêt de 7,725 %	Taux d'intérêt de 11 à 15 %	Taux d'intérêt de 16 %
Durée d'emprunt	1, 3 et 6 mois	30 jours maximum	1 mois	21 et 30 jours	14 jours
Rappels	SMS	SMS	SMS et appels	SMS et appels	SMS et appels

« La 3G est uniquement disponible dans les centres urbains où les prestataires peuvent gagner davantage d'argent. Il faudra des années pour que les marchés ruraux puissent bénéficier de la technologie 3G ou 4G »

(un spécialiste kenyan des télécommunications)

Source : de Reynal. L & Richter. B (2016). *Stepping Into Digital Life: DSO Research Report Kenya*. Mozilla



5.0 Comprendre les utilisateurs du crédit digital au Kenya

Cette section évoque les conditions et lacunes actuelles de l'inclusion financière au Kenya, les tendances émergentes en matière de segmentation des clients et les caractéristiques comportementales correspondantes.

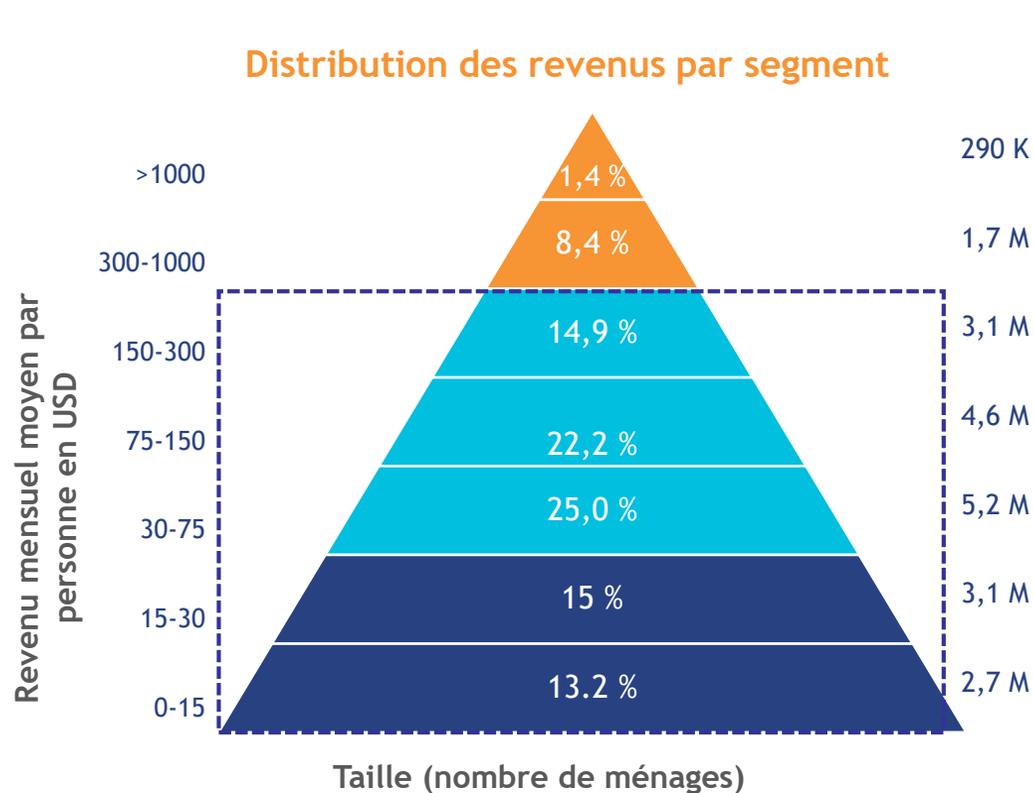
Elle s'appuie sur les informations tirées d'un ensemble plus large d'enquêtes de source extérieure sur la demande, complétées par des informations qualitatives primaires sur la demande et par l'analyse des données des rapports de solvabilité pour la période 2016 - 2018.



Au Kenya, les revenus relativement faibles des ménages alimentent la demande de crédit tandis que la population plus jeune accélère l'adoption des canaux digitaux

La jeunesse de la population et les revenus irréguliers des ménages sont les principaux facteurs du développement du crédit digital.

Le fossé entre riches et pauvres reste important au Kenya. La classe moyenne est en augmentation, mais il existe un segment intermédiaire de personnes à la limite, qui peuvent facilement retomber dans la pauvreté en cas d'imprévu ou de perte de revenus. Une majorité de la population dépend d'emplois informels avec des revenus irréguliers.



Quelques chiffres clés

Statistiques démographiques du Kenya



48 millions

d'habitants



60 %

d'adultes (âgés de 15 ans et plus)



20,3 %

de jeunes (15 à 24 ans)

Économie



75 %

de la population dépend de l'agriculture pour ses revenus



36,1 %

de la population se trouve en dessous du seuil de pauvreté



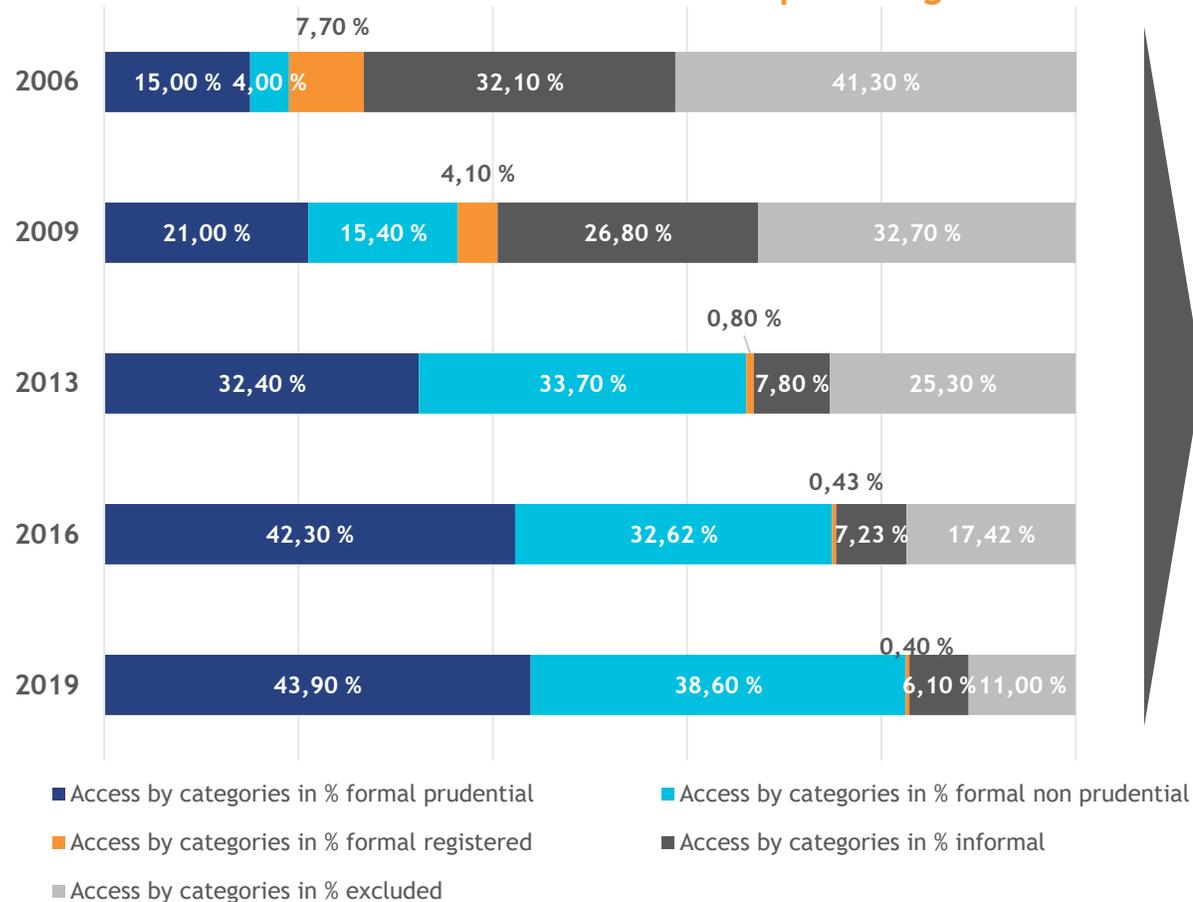
17,3 %

des jeunes sont au chômage

89 % des habitants du Kenya ont accès à des services financiers

Neuf habitants sur dix ont la possibilité d'accéder à une forme quelconque de service financier en raison de l'omniprésence des services financiers mobiles.

Accès aux services financiers par catégorie



L'accès aux services financiers est passé de **26,7 % en 2006** à **89 % en 2019**, une **progression de 62 %**

CHIFFRES CLÉS



79 % Comptes d'argent mobile



25 % Comptes bancaires mobiles



30 % Comptes bancaires traditionnels



8 % Prêts via application digitale

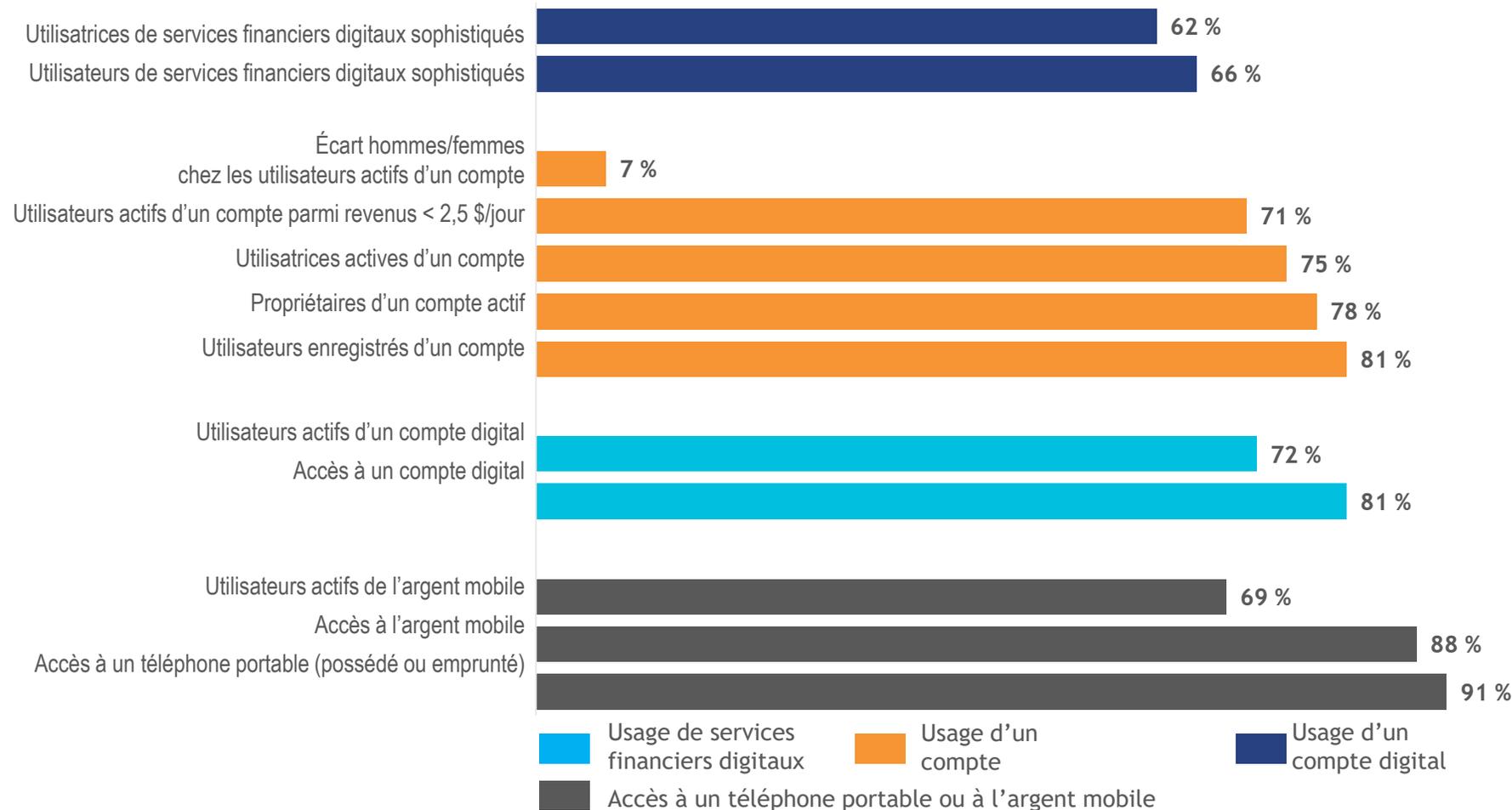
Les groupements informels sont une source importante de financement au Kenya. Ces circuits sont toutefois en train de devenir plus formels. Sur les trois dernières années (2016-2019), **l'utilisation des circuits informels a baissé de 11,3 %.**

Source : enquête FinAccess 2019 auprès des ménages

On observe dans l'ensemble un usage important des comptes digitaux en matière de services financiers

Le segment des personnes à faibles revenus affiche des taux d'activité élevés en termes d'utilisation de l'argent mobile, d'utilisation d'un compte digital et d'activité digitale.

Activité digitale et usage

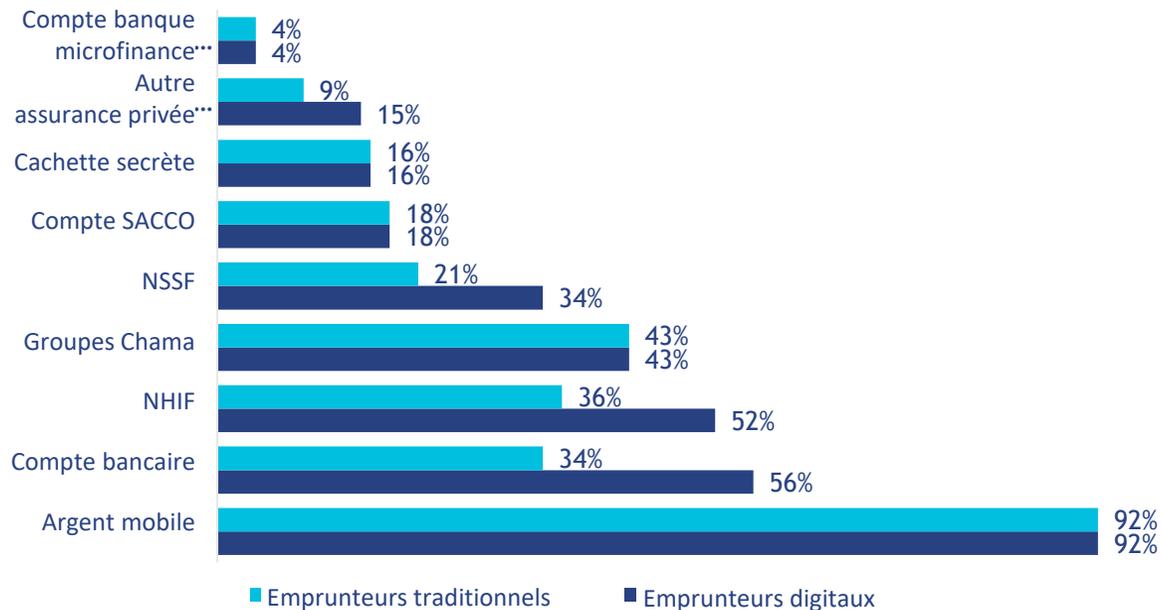


- L'écart entre hommes et femmes en termes d'utilisation active d'un compte est inférieur à 10 %.
- Une majorité de personnes utilisent un compte de manière active.
- 19 % seulement de la population adulte n'a pas accès à un compte digital.
- 75 % des femmes qui ont accès à un compte formel en font un usage actif.

Source : enquête FinAccess 2019 auprès des ménages

Les utilisateurs du crédit digital du Kenya ont un portefeuille financier plus diversifié que les non utilisateurs

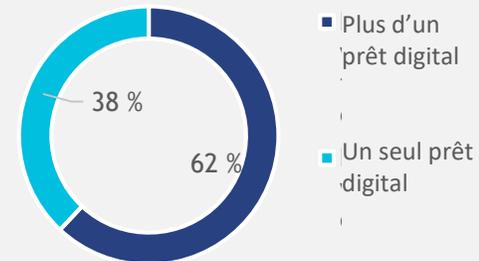
Les utilisateurs du crédit digital font un usage plus robuste des différents canaux financiers que les consommateurs traditionnels.



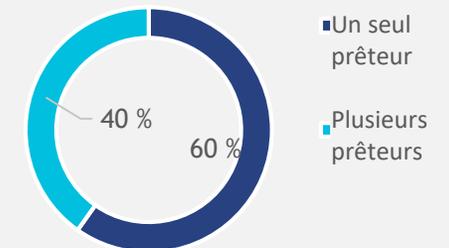
- L'adoption des comptes bancaires, de l'assurance santé et de l'épargne retraite par les emprunteurs digitaux et leur utilisation de mécanismes financiers privés sont plus élevées que chez les emprunteurs traditionnels (non digitaux).
- Le portefeuille financier des emprunteurs digitaux a une empreinte de données plus large que celle des utilisateurs traditionnels des banques, ce qui présente un avantage pour obtenir du crédit.
- Les groupements d'épargne informelle (chama) ont une importance équivalente pour les emprunteurs digitaux et les emprunteurs traditionnels.

Source : enquête FinAccess 2019 auprès des ménages

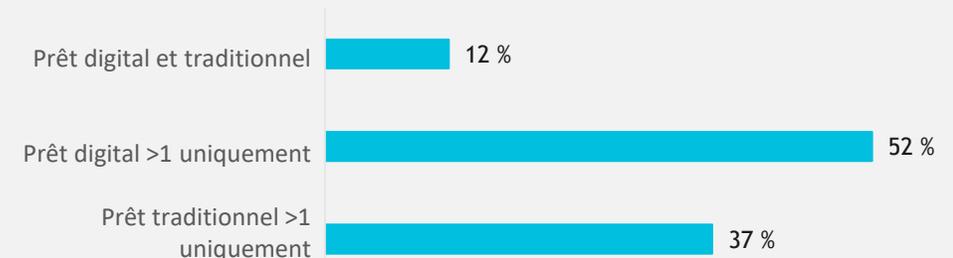
62 % des emprunteurs digitaux ont plus d'un prêt digital. Ils ont en moyenne trois prêts chacun.



60 % des emprunteurs digitaux ont emprunté auprès d'un seul prêteur.



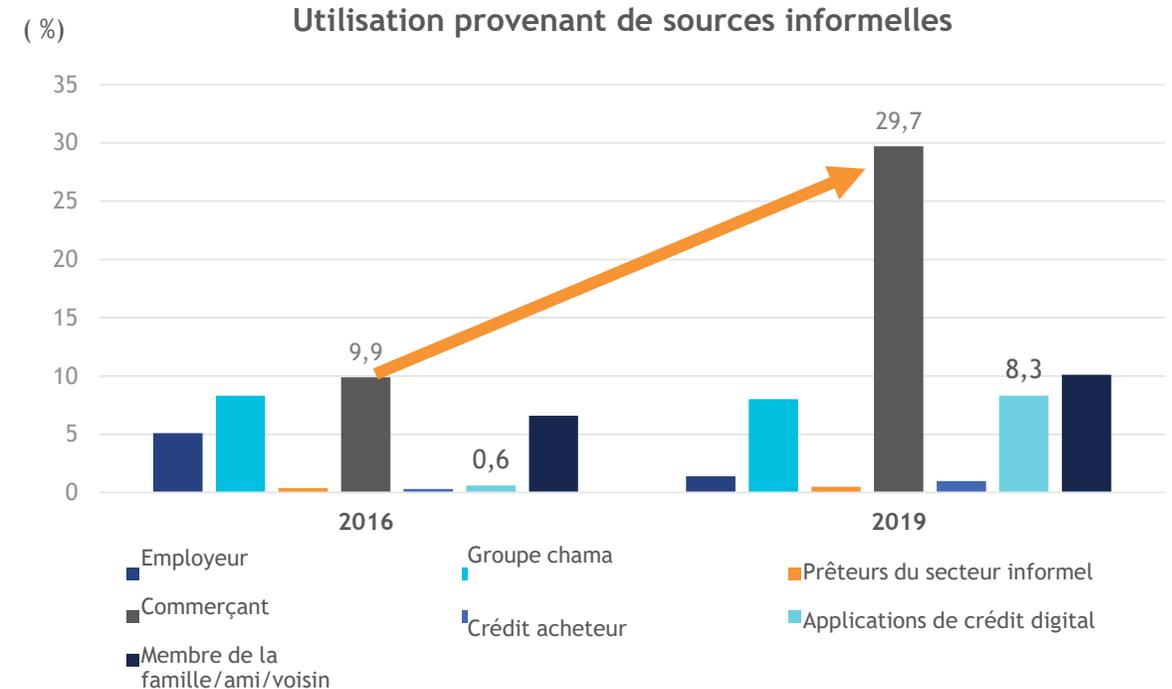
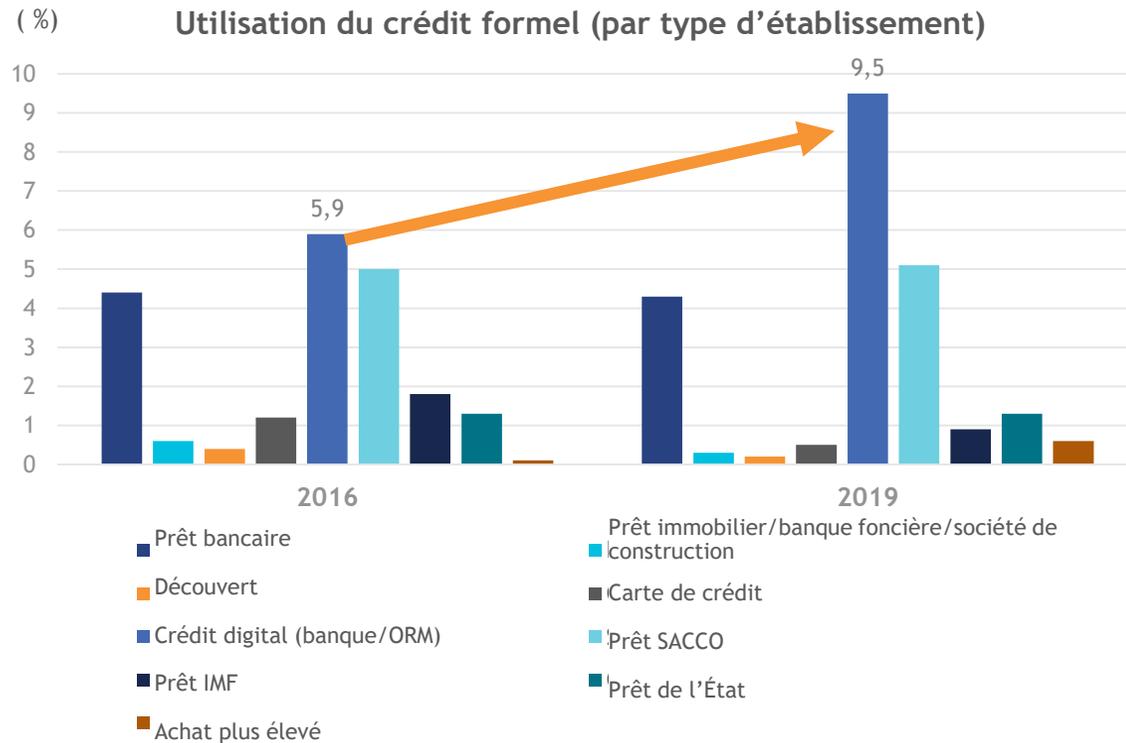
12 % des emprunteurs digitaux ont aussi un emprunt traditionnel.



Analyse MSC de données provenant de l'offre pour la période 2016-18

Le crédit digital est le segment du crédit formel qui enregistre la plus forte croissance depuis 2016

Les sources de prêts informels subissent une volatilité plus forte en raison de l'adoption du crédit digital et du déclin des prêts des IMF.



- Les prêts digitaux, et notamment les prêts des banques et ceux distribués par les ORM, enregistrent la plus forte hausse au sein du segment des prêts formels.
- Sur la même période, l'utilisation des prêts IMF affiche un net déclin, atteignant des niveaux équivalents à ceux de 2006 à 1,7 % de l'ensemble des sources de prêts à la consommation. Ces chiffres montrent que le crédit digital a tendance à remplacer les prêts des IMF.

- Le crédit chez les commerçants est le segment des prêts informels qui enregistre la plus forte croissance. Il est suivi d'une augmentation du crédit digital distribué par les fintechs, qui reste non réglementé.
- L'utilisation du crédit informel affiche une plus forte volatilité par rapport aux sources formelles, mais elle concerne encore 30,1 % de l'ensemble des emprunteurs.

Source : enquête FinAccess 2019 auprès des ménages

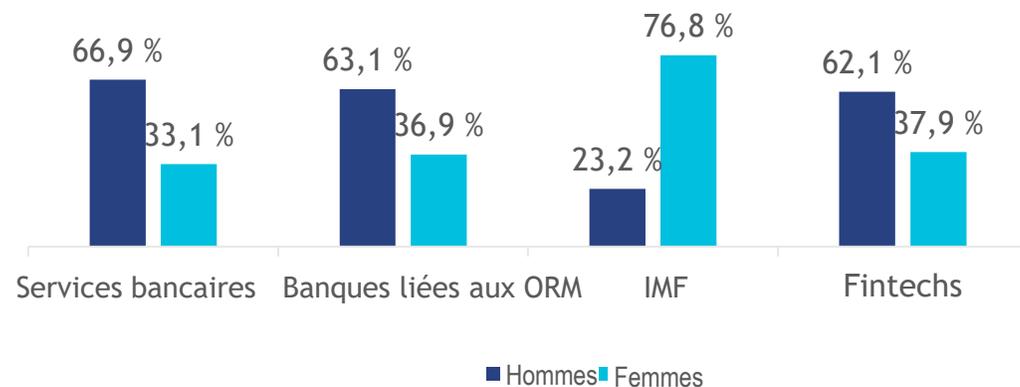
Les emprunteurs sont en majorité des hommes de moins de 35 ans

La relative aversion au risque des emprunteurs de sexe féminin se manifeste par un taux d'adoption plus faible du crédit digital auprès de l'ensemble des prêteurs.

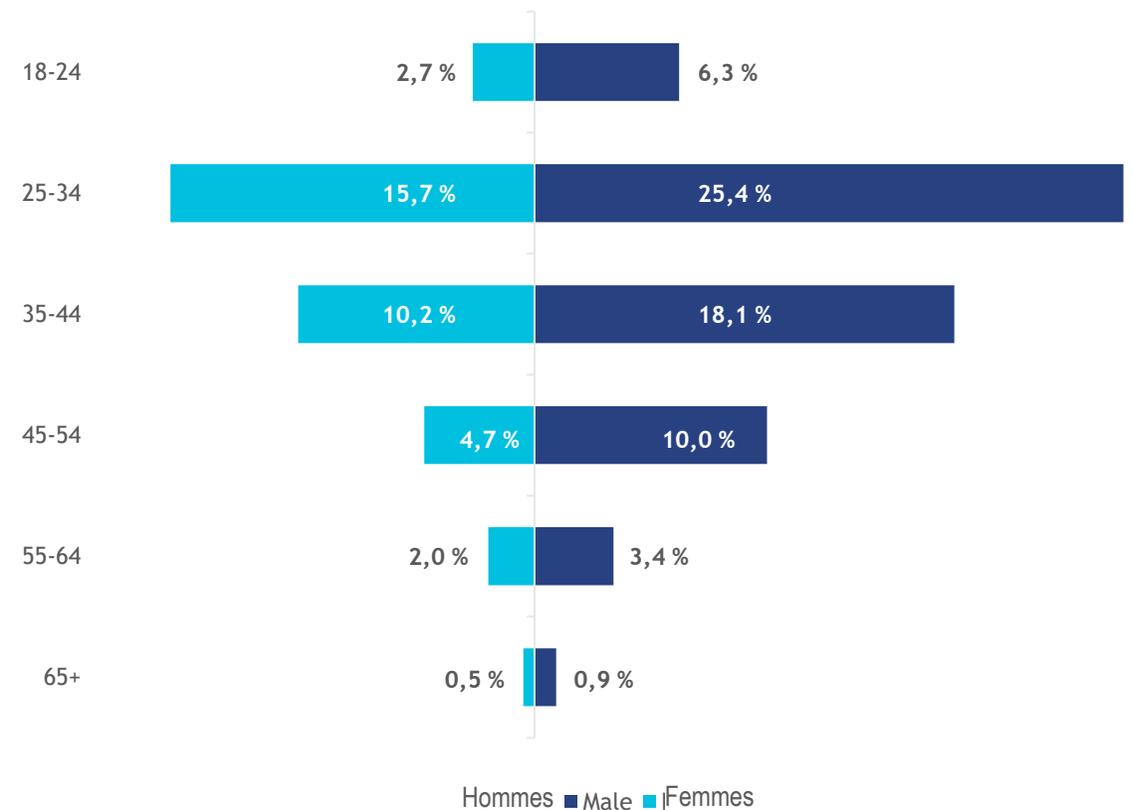
Notre analyse des données issues de l'offre montre que **63 % des emprunteurs digitaux sont des hommes**.



La part des emprunteurs de sexe féminin est plus faible chez toutes les catégories de prêteurs. Elle est naturellement plus haute chez les IMF, dont la majorité des clients sont des femmes. Les IMF ne représentent toutefois que 0,6 % des prêts digitaux.



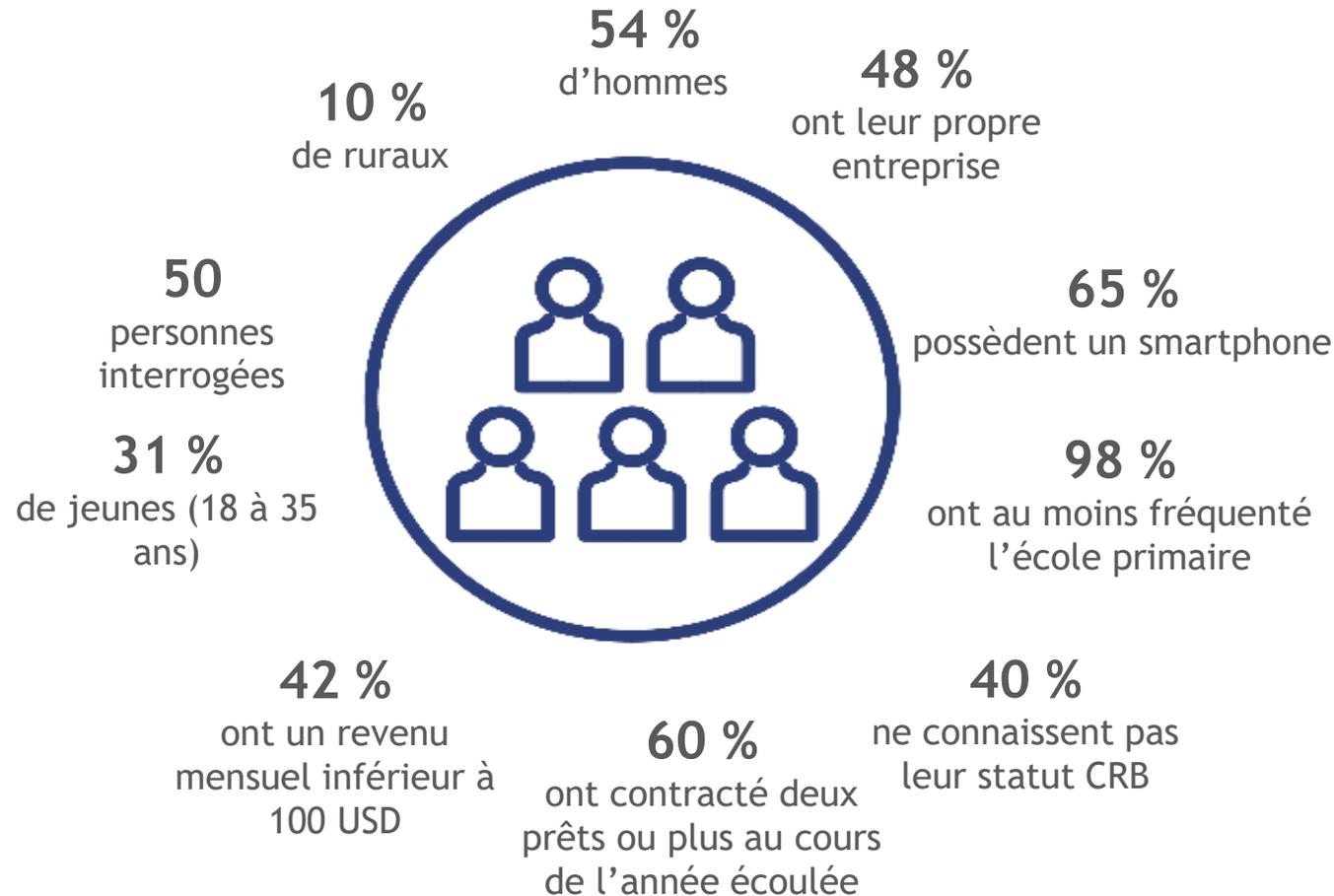
69,5 % des prêts digitaux concernent les tranches d'âge de 25 à 34 ans et de 35 à 44 ans.



Le pourcentage correspondant à chaque catégorie (nombre de personnes de la catégorie d'âge/sexe au sein du nombre total d'emprunteurs digitaux) est mentionné sur chaque histogramme.

* Le nombre moyen de prêts digitaux par emprunteur est de 2,8 sur la période 2016 -2018.
+ [crédit digital in Kenya - FSD-K](#)

Portrait des répondants à l'enquête primaire sur la demande



Niveau élevé de connaissance et d'utilisation des produits liés à M-PESA, mais plus de **30 %** ont essayé des produits distribués par le biais d'applications fintech.

A photograph of two men in a rural setting, likely a banana plantation, looking at their mobile phones. The man on the left is wearing a white shirt, and the man on the right is wearing a blue jacket over an orange shirt and a brown hat. The background shows large green banana leaves.

5.1 Segmentation de la clientèle et crédit digital inclusif

Cette section couvre :

- Les profils clients des segments moins favorisés
- L'expérience client évaluée dans le cadre de l'examen de demandes de prêt simulées



Analyse démographique

Nous nous sommes concentrés sur quatre¹ segments démographiques : les jeunes, les petits exploitants agricoles, les travailleurs précaires et les petites et moyennes entreprises (PME)



Revenus

Les décisions d'emprunt digital des personnes à faibles revenus sont motivées par des flux de revenus limités et sont principalement influencées par leurs pairs.



Information

Les utilisateurs ont un meilleur accès à l'information, ce qui influence leurs choix et leurs décisions. Les utilisateurs des zones urbaines ont généralement accès à davantage d'information que les utilisateurs des zones rurales.



Perception

Chez les hommes comme chez les femmes, le niveau d'études joue un rôle déterminant dans le choix des produits de crédit digital. Les produits distribués via des applications sont généralement associés à des processus d'enregistrement fastidieux, qui s'accompagnent parfois d'atteintes à la vie privée. Ils sont généralement jugés plus complexes que les produits de crédit digital qui utilisent les canaux USSD ou STK.



Parcours client

Le parcours client est le cheminement suivi par le client pour passer du manque de connaissance à la découverte et à l'utilisation régulière du produit, jusqu'à en faire ensuite la promotion.

ANALYSE DÉMOGRAPHIQUE

Quel est le profil socio-économique des utilisateurs ?

Âge, sexe, formation, profession, source et niveau de revenus, patrimoine

La sélection des segments d'enquête approfondie est tirée du constat que le crédit digital est utilisé de façon disproportionnée par une clientèle urbaine, jeune (< 35 ans) et masculine.

Comportement

Les utilisateurs réguliers du crédit digital sont segmentés en trois segments comportementaux identifiés au préalable.¹ Ces différents comportements ont des implications sur leur profil de risque en matière d'endettement, de conception produit et de stratégies marketing pour élargir l'accès aux autres utilisateurs de ces segments.

Bien qu'ils soient tous des utilisateurs réguliers du crédit digital pour répondre à leurs besoins de consommation, ils ont des attitudes différentes à l'égard des produits et de la manière de s'en servir.

Bon payeur

- Rembourse consciencieusement ses prêts digitaux
- En comprend les avantages en termes d'augmentation des plafonds d'emprunt
- Se sert du crédit digital principalement à des fins professionnelles, par exemple pour reconstituer ses stocks

Mauvais payer

- Préfère le crédit digital et s'en sert quasi exclusivement
- À tendance à ignorer les rappels des échéances de remboursement
- Emprunteur averti qui utilise de multiples prestataires
- Ne connaît pas les conditions générales, ou ne les comprend pas, ou n'en fait pas une priorité
- Ne comprend pas les répercussions d'un fichage négatif au niveau des CRB

Jongleur

- Gère plusieurs prêts, qui peuvent être traditionnels et digitaux
- Donne la priorité au remboursement des prêts traditionnels
- Se débrouille pour rembourser ses prêts afin d'éviter les impayés

COMPORTEMENT

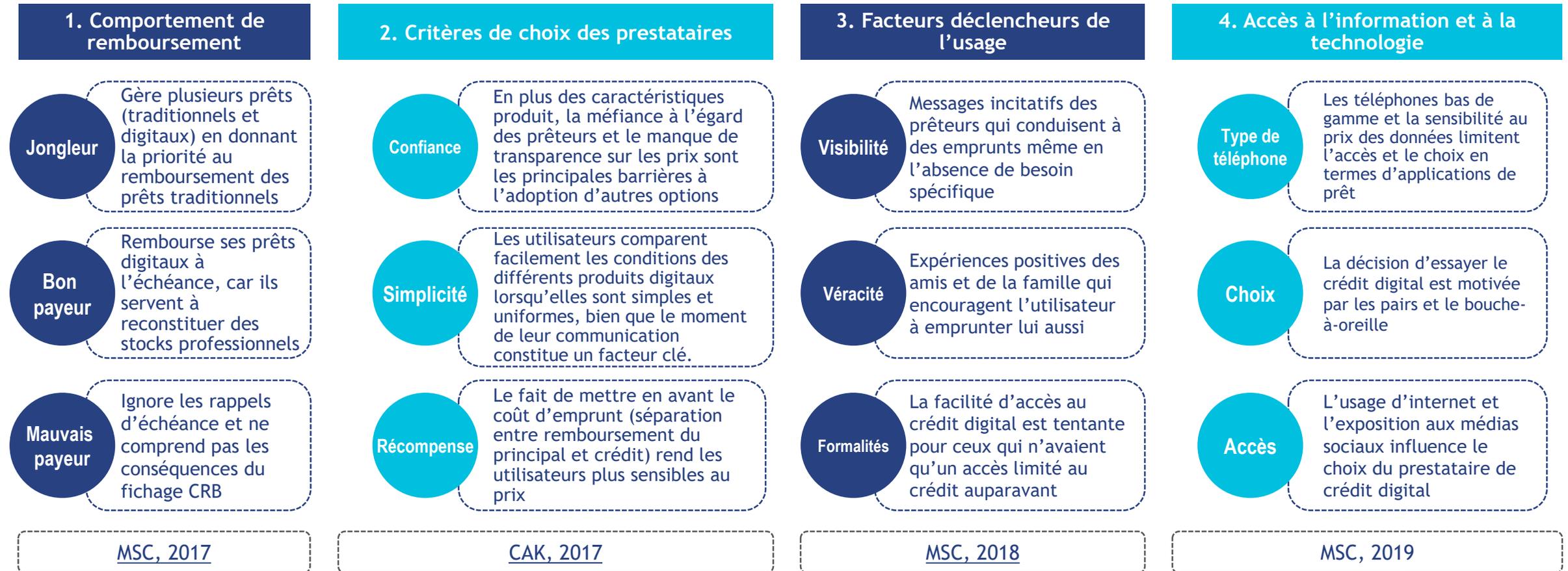
Comment les utilisateurs agissent-ils ?

Qu'est-ce qui motive leurs décisions en matière de prêts et de produits ? Comment est-ce qu'ils gèrent et planifient leurs priorités financières ?

¹ Les critères de définition de ces trois segments (« bon payeur », « mauvais payeur » et « jongleur ») ont été actualisés pour ajouter des nuances liées aux caractéristiques comportementales. MSC a présenté ces [segments](#) pour la première fois en 2017.

Points clés de l'étude comportementale des utilisateurs du crédit digital au Kenya

Quatre paramètres clés influencent l'adoption et l'utilisation du crédit digital : le comportement de remboursement, les critères de choix des prestataires, les facteurs déclencheurs de l'usage et l'accès à l'information et à la technologie.



Le fait d'offrir explicitement aux clients la possibilité de consulter les conditions générales pendant le parcours client et avant de décaisser le prêt augmente la probabilité que le client les lise. Les données provenant d'études comportementales montrent que cela se traduit par des taux d'impayés plus bas.

Source : [Where credit is due, MSC](#),

Analyse sous l'angle du genre

Les utilisatrices du crédit digital ont tendance à être plus averses au risque que leurs homologues masculins.

Objet et montant des prêts

Dans leur majorité, les femmes empruntent pour répondre aux besoins du ménage et de leur activité professionnelle. Elles ont tendance à emprunter des montants inférieurs à ceux des hommes.

Fidélité

Les hommes ont davantage tendance à expérimenter et à utiliser différents prestataires, tandis que les femmes restent fidèles à leurs prêteurs favoris.

Remboursement des prêts

Par rapport aux hommes, les femmes manifestent une plus grande volonté de rembourser leurs prêts dans les délais. Elles s'inquiètent également davantage des impayés, et surtout de leurs conséquences.

Technologie et niveau d'études

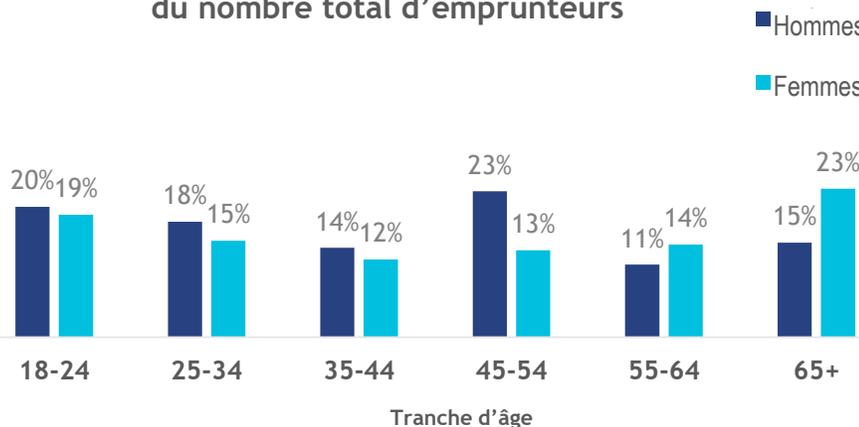
Les femmes manifestent une plus grande prudence dans leur adoption de la technologie. Les hommes semi-illettrés ont malgré tout tendance à étudier les possibilités de crédit digital auprès de différents prestataires, tandis que les femmes semi-illettrées sont plus réticentes à essayer de nouveaux prêteurs. La preuve sociale est un facteur clé de la manière dont les femmes à faibles revenus s'adaptent au crédit digital et l'utilisent.

Communication

Les femmes sont plus discrètes concernant leurs prêts digitaux et ne parlent pas de leurs prêts ou des montants empruntés, y compris avec leur conjoint. À l'inverse, les hommes n'ont pas de réticences de cette nature.

La catégorie des emprunteurs digitaux affiche un écart de **26 %** entre hommes et femmes. Cependant, en ce qui concerne les PNP, le comportement de remboursement des hommes et des femmes s'avère similaire.

Prêts non productifs (PNP) en pourcentage du nombre total d'emprunteurs



Chez les emprunteurs de plus de 55 ans, le taux d'impayés est plus élevé chez les femmes que chez les hommes. Cette situation pourrait avoir les explications suivantes :

- Les femmes plus âgées pourraient éprouver davantage de difficultés avec la culture numérique et l'utilisation des produits;
- Des membres de leur famille pourraient se servir de leur identité pour contracter des prêts sans intention de les rembourser.

Évaluation de la facilité d'utilisation d'un échantillon de produits de crédit digital au Kenya

L'examen de demandes de prêt simulées permet d'analyser l'expérience client du point de vue de l'information, de la transparence, de la protection et de la confidentialité des données, du traitement des clients et de la conception de l'interface utilisateur. Les caractéristiques examinées sont conformes aux principes de protection des clients défendus par Smart Campaign. Dans le cadre de cette analyse, les caractéristiques ont toutefois été limitées à celles qui pouvaient être examinées du point de vue de la demande.

Le tableau ci-dessous présente les critères de sélection des participants à cet examen de demandes de prêt simulées :

Caractéristiques	Critères	
	Participants des zones urbaines	Participants des zones rurales
Usage	Utilisateur existant déjà enregistré, sauf pour Fuliza et O-Kash, pour lesquels les nouveaux utilisateurs étaient acceptés	
Type de téléphone	Possède un smartphone	Possède un smartphone, un téléphone numérique ou un téléphone de base
Sexe	Au moins 40 % de femmes par lieu d'étude	Au moins 60 % de femmes par lieu d'étude
Age	Au moins 50 % en dessous de 35 ans	Au moins 50 % en dessous de 35 ans
Chef d'entreprise	Au moins 40 % de propriétaires d'une MPME	Au moins 60 % de propriétaires d'une MPME
Utilisation des mécanismes de traitement des réclamations	Utilisation d'au moins un canal	Non requise
Produits de crédit digital évalués	Branch, Tala, M-Shwari, KCB M-PESA	

Les utilisateurs arrivent à utiliser les interfaces du crédit digital, non sans difficulté

La section ci-dessous présente une synthèse des observations faites aux trois étapes clés de l'enregistrement ou inscription, de la demande de prêt et du remboursement.

1 Enregistrement ou inscription

Le type de téléphone, la taille de l'écran et la mémoire ont une influence sur l'implication du client : les utilisateurs de smartphone bas de gamme, qui sont moins rapides et ont des écrans plus petits, ont éprouvé des difficultés avec certaines applications qui affichent beaucoup d'informations à l'écran, ce qui réduit l'intérêt qu'ils manifestent à l'égard du contenu.

Instabilité de la connexion et forte sensibilité au coût des données : en particulier, certains utilisateurs à plus faibles revenus n'avaient pas de forfaits de données suffisants pour télécharger et s'enregistrer, ce qui perturbait le processus par moment.

Les processus fastidieux découragent les clients : les utilisateurs perdent patience face aux conditions générales et les acceptent sans les lire. Les demandes de vérification d'identité pointilleuses incitent les répondants à changer de produit lorsque leur demande de prêt échoue.

2 Demande de prêt

Plafonds de prêt : ceux qui demandent des prêts pour la première fois obtiennent de faibles montants de 2 à 5 USD, ce qui les décourage.

Certains utilisateurs semi-illettrés éprouvent des difficultés pendant le processus : les principaux problèmes rencontrés ont trait au téléchargement de l'application, à la navigation dans les menus de celle-ci, au langage utilisé et au contenu de l'information.

Marketing : certaines applications comportent du marketing direct, tandis que d'autres, comme par exemple Tala, affectent les utilisateurs à différentes catégories de prêt en fonction du montant emprunté (bronze, argent et or), de façon à les motiver à rembourser leur prêt.

Les informations sont facilement accessibles : comme par exemple le taux d'intérêt, les dates d'échéance des remboursements ou les frais supplémentaires, souvent appelés commission de service ou frais de dossier.

3 Remboursement

Canaux : tous les prêteurs offrent la possibilité d'utiliser le service de paiement de facture de M-PESA. Dans certains cas, les utilisateurs devaient se référer aux messages SMS envoyés par le prêteur pour obtenir le numéro de facture leur permettant de faire un paiement. En ce qui concerne les prestataires liés à des banques, comme M-Shwari, KCB M-PESA et HF Whizz, les utilisateurs avaient la possibilité de faire leur remboursement directement à partir de leur compte d'épargne digital.

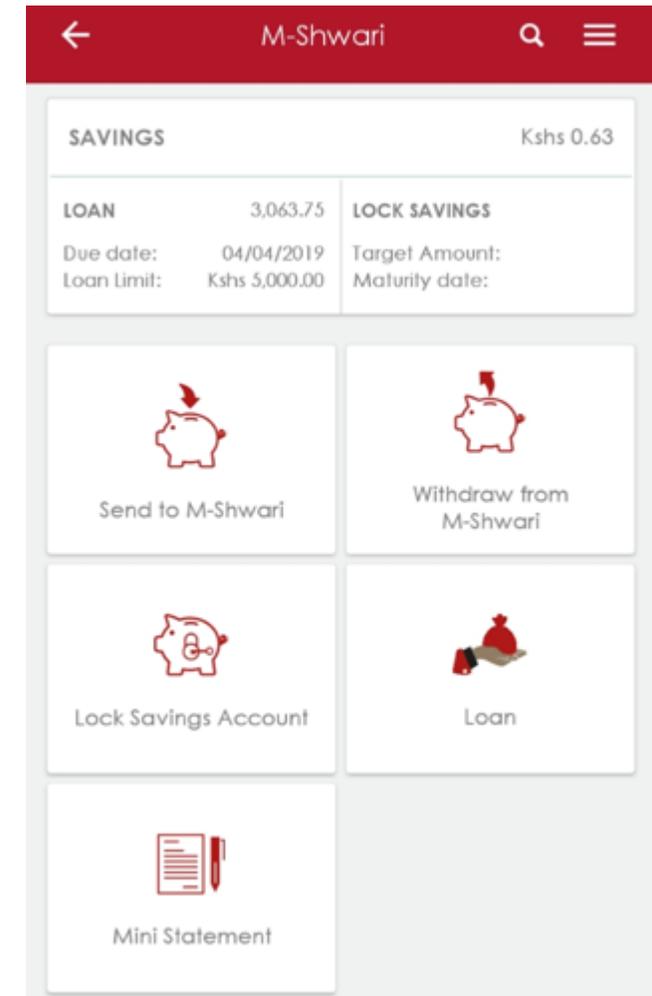
Mode de remboursement : certains prêteurs offrent la possibilité de faire des remboursements hebdomadaires. Les utilisateurs à plus faibles revenus préfèrent rembourser leurs prêts en plusieurs échéances de petit montant sur la durée du prêt.

Prévention du surendettement : les emprunteurs qui avaient des prêts impayés n'ont pas pu obtenir un autre prêt du même prêteur ; les emprunteurs Fuliza devaient d'abord rembourser ces prêts via M-PESA.

Il est important de trouver un équilibre dans la conception des produits de crédit digitaux en termes de quantité d'information

Ces caractéristiques ont une influence directe sur l'adoption des produits, leur utilisation dans le temps et le niveau de compréhension des termes utilisés.

- La plupart des applications de crédit digital fournissent habituellement beaucoup d'informations au client au moment de l'enregistrement. On pourrait donc penser que par rapport aux utilisateurs du crédit digital via SMS ou USSD, les utilisateurs de ces applications sont mieux protégés grâce à une information adéquate sur les services auxquels ils souscrivent. Cependant, cela ne se traduit pas nécessairement par une grande maîtrise de leur part. On observe au contraire que la majorité des utilisateurs du crédit digital ne lisent pas les conditions générales, ou n'y font pas attention, dans le souci d'accélérer le processus.
- La simplicité de l'interface utilisateur constitue un élément clé pour inciter les utilisateurs du crédit digital à aller jusqu'au bout de l'enregistrement et à utiliser les prêts digitaux de manière régulière. Elle leur donne un certain niveau de contrôle qui leur permet de comprendre le processus plus facilement et plus rapidement.
- On observe également que les utilisateurs à faibles revenus, et plus particulièrement les utilisateurs semi-illettrés, préfèrent utiliser les menus SIM toolkit ou USSD plutôt que ceux des applications, car ils en ont plus l'habitude et les trouvent plus facile à comprendre en termes de langage et d'interface.
- Certains prêteurs ont néanmoins incorporé des écrans simplifiés dont les menus utilisent des termes courants et des pictogramme - voir par exemple la manière dont Safaricom applique le concept de simplicité dans la conception de son application présentée dans l'image de droite.



L'utilisation d'un langage simple et d'un contenu simplifié dans le crédit digital améliore la transparence

Les utilisateurs du crédit digital ont tendance à se cantonner aux produits de crédit digital auxquels ils s'identifient et qui leur fournissent des informations claires et faciles à comprendre.

Voici deux bons exemples de communication claire et transparent d'informations importantes

Certains prestataires, comme Branch par exemple, simplifient le coût du prêt sous forme d'un montant absolu, qui est plus facile à comprendre que des pourcentages pour certains segments de clientèle

Your Requested Loan

PRINCIPAL	INTEREST	TOTAL DUE
500	76	576

REPAYMENT SCHEDULE
4 weekly payments >

Afri Kash offre un bon exemple de simplification des conditions générales dans un langage clair et simple, comme illustré ci-dessous :

Loan amount	This is the amount you have requested	What happens if I am late to pay?	Your credit scoring with Afri Kash will be downgraded. We will contact you to make sure that you pay the loan as soon as possible.
Total amount due (principal + interest)	That is the loan amount plus the interest that we charge	What happens if I am more than 30 days late?	After we have notified you and contacted you, and you are still late, we will notify a collections agency to recover the total amount due plus collections fees of 14% .
Effective Interest Rate (EIR)	This is could be either 5% - 7% - 10%	What happens if I don't pay after 60 days?	We will notify the Credit Reference Bureau (CRB) to place your file in a black list. You will be unable to obtain any credit from Afri Kash or any other financial institution until you have repaid your defaulted loan.
Disbursement date	Is the date that the loan was sent to you via M-PESA	What are the penalties if I get reported to the CRB?	In addition to paying Afri Kash the defaulted amount you will also owe the CRB fees between 3,000 Ksh to 3,500 Ksh for processing, payable only in-person at their Nairobi offices.
Due Date	Is the date when you have to repay back the loan plus interest	Where can I get assistance?	You can contact Afri Kash either via email at support@afrikash.net

Source : [Afrikash](#)

Les prestataires poussent les utilisateurs à donner leur accord dans le cadre du processus de demande de prêt

- Les préoccupations relatives à la confidentialité des données abondent dans le crédit digital sachant que les prestataires de crédit digital collectent les traces numériques de leurs clients pour leur activité de prêt. Certains d'entre eux (notamment les fintechs) collectent des données qui sont transférées à des tiers dans d'autres pays, ce qui est d'autant plus inquiétant que les fintechs ne sont pas réglementées.
- En réponse à ces préoccupations, la plupart des prestataires sollicitent le consentement des clients pendant le processus d'enregistrement. À ce stade, beaucoup de clients se soucient davantage d'obtenir un prêt que de protéger leurs données. Les quelques clients qui lisent et comprennent les demandes d'autorisation ne saisissent pas nécessairement les implications de la collecte de ces données.
- On note également que certains prestataires utilisent une formulation agressive dans leur politique de confidentialité des données, au lieu d'aider les utilisateurs à comprendre les raisons de la collecte de ces données, comme le montre l'extrait ci-dessous.

Exemple de formulation utilisée par OPesa dans sa politique de confidentialité

You must accept our privacy policy. To provide you with the Service, you must authorize the provision of certain personal information to us as described in our privacy policy. Our privacy policy governing the Service is attached to and incorporated into these Terms ("Privacy Policy"). By accepting these Terms and using the Service, you consent to and authorize the collection and use of personal information in accordance with the Privacy Policy.

Source : CGAP: [Time to take privacy concerns seriously](#)

Exemple de demande de collecte de données à caractère personnel par Tala

We need the following permissions to start your loan application

This information helps us get to know you better and determine if we can offer you a loan.

Manage calls

Used to securely link your account to your device. We will never send or receive calls from your device



SMS

Used to understand your financial history



By tapping "Continue" I accept and agree to the [Privacy Policy](#).

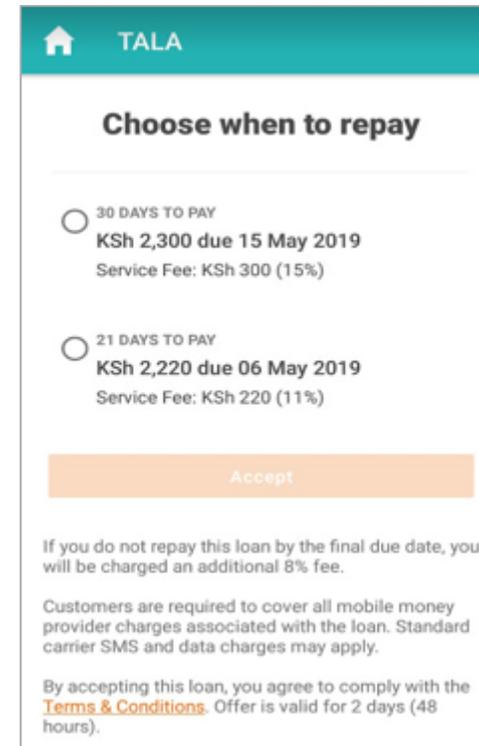
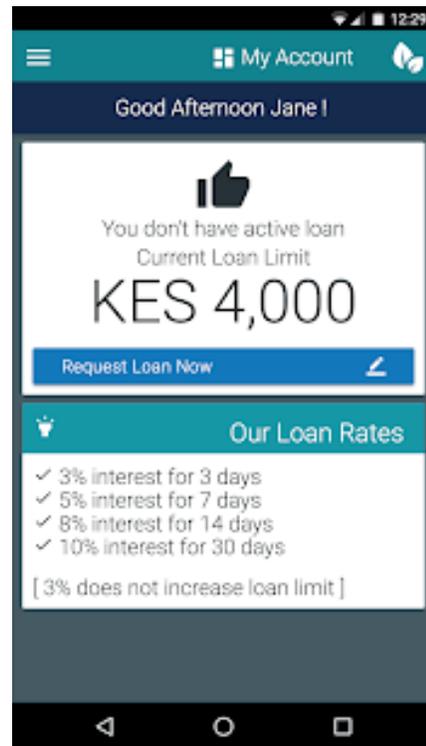
Les caractéristiques les plus appréciées de l'aspect digital du produit sont la simplicité du design, la simplicité des processus et la vitesse de transaction

- Dans de nombreux cas, le besoin impérieux d'un prêt digital éclipse souvent tous les autres aspects pour les utilisateurs. Cependant, conformément à la théorie de Maslow, une fois que certains de leurs besoins sont satisfaits, les utilisateurs se mettent à faire attention à des aspects plus sophistiqués. Dans le cadre de notre analyse de demandes de prêt simulées, on observe que les utilisateurs du crédit digital, et notamment les « jongleurs », comparent les prestataires de prêts digitaux en fonction de leur expérience.
- Nous avons évalué les produits les plus populaires du marché pour répertorier les caractéristiques les plus appréciées et les moins appréciées des utilisateurs, comme indiqué dans le tableau ci-dessous.

Caractéristique	Les utilisateurs apprécient	Les utilisateurs n'apprécient pas
Présentation visuelle	<ul style="list-style-type: none">▪ La conception claire et aérée des écrans qui s'adapte à différentes tailles d'écran et à différents types de téléphone▪ Une présentation visuelle et une mise en page uniformes tout au long de l'application	<ul style="list-style-type: none">▪ Les informations présentées à l'écran en petits caractères dans un langage technique▪ Les menus cachés des produits sur application que certains utilisateurs ont du mal à trouver▪ Les questions inutiles pendant l'enregistrement ou la demande de prêt
Fonctionnalité	<ul style="list-style-type: none">▪ Le nombre réduit d'étapes pour accomplir certaines tâches comme l'enregistrement, la demande de prêt ou le remboursement▪ Les services ou fonctionnalités à valeur ajoutée, comme les comptes d'épargne	<ul style="list-style-type: none">▪ Les perturbations de réseau qui affectent la vitesse et le fonctionnement du service▪ Le fait de ne pas pouvoir accéder à d'autres écrans ou d'autres tâches pendant la réalisation d'une transaction
Implication du client	<ul style="list-style-type: none">▪ Les fonctionnalités interactives, comme par exemple la possibilité d'échanger des messages dans l'application▪ Certains clients apprécient les alertes SMS qui leur fournissent des informations et leur rappellent leurs dates d'échéance	<ul style="list-style-type: none">▪ Les délais dans les réponses aux clients, notamment en ce qui concerne les demande de prêt et les remboursements

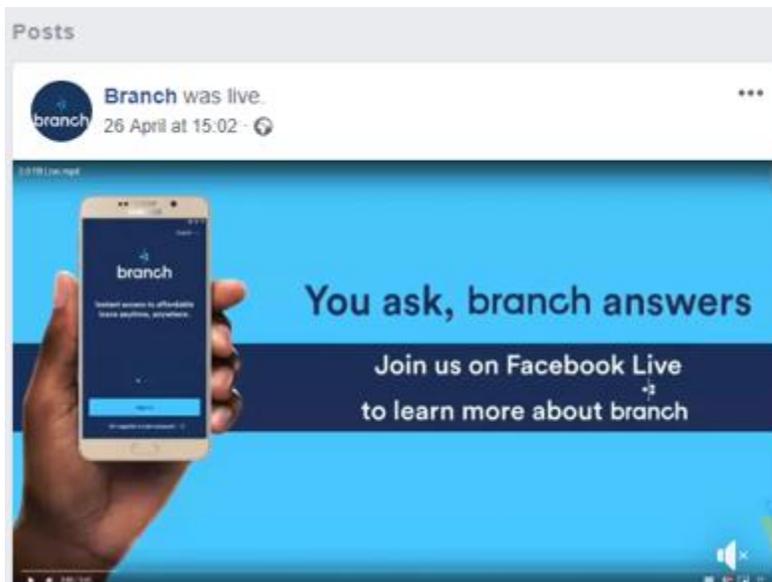
Les emprunteurs digitaux apprécient beaucoup les processus de demande de prêt et de remboursement

- L'accès à des produits de crédit flexibles permet aux utilisateurs du crédit digital de sélectionner les contrats et conditions de prêt les mieux adaptés à leurs besoins. En matière de crédit digital, il n'existe pas de solution unique, car les différents segments d'emprunteurs digitaux ont des cas d'utilisation variés.
- Certains prestataires de crédit digital proposent des produits flexibles en termes de durée d'emprunt, de taux d'intérêt et d'échéances de remboursement. Beaucoup de prestataires autorisent les clients à faire des remboursements de petit montant avant la fin du prêt.
- KCB M-PESA a une fonctionnalité intéressante qui permet aux utilisateurs d'emprunter en plusieurs fois dans la limite de leur plafond de prêt. Les clients peuvent également rembourser leur prêt à la même date que leur nouvel emprunt et renouveler leur prêt jusqu'au mois suivant s'ils en ont besoin.



Des canaux de communication clairs et un traitement immédiat des réclamations permettent aux emprunteurs digitaux de faire entendre leur voix

- En raison de la nature même du crédit digital, les prestataires utilisent des outils de communication à faible contact humain (« *low-touch* ») pour communiquer avec leurs clients et développer des relations commerciales. Le canal de communication le plus courant est celui des SMS, qui servent principalement aux messages marketing, à la diffusion d'informations produits et au rappel des échéances de prêt. La plupart des prêteurs qui utilisent une application possèdent également des canaux de communication sur internet et les réseaux sociaux, car leur principal marché cible se compose de clients jeunes, urbains à revenu moyen. Les interactions humaines sont minimales et prennent souvent la forme d'appels téléphoniques, qui servent à relancer les clients qui ont des échéances de prêt en retard ou impayées.
- D'après notre étude, l'intégration de systèmes permettant aux clients de recevoir une réponse lorsqu'ils ont des préoccupations ou des problèmes leur donne l'impression d'être reconnus. Branch et Tala ont par exemple mis en place un outil de messagerie à l'intérieur de leur application qui permet aux clients de poser des questions et d'obtenir une réponse immédiate. Branch organise également des sessions de discussion en direct sur Facebook sous l'intitulé « *You ask, Branch answers* » [vous demandez, Branch répond] qui permettent aux clients de poser des questions et d'évoquer des problèmes concernant leurs prêts pour avoir une réponse immédiate.



Source : [page Facebook de Branch](#)

Les utilisateurs du crédit digital s'attendent à un traitement et à une prise en charge équitables de la part des prêteurs digitaux

- Dans les services financiers traditionnels, les clients peuvent facilement évaluer la manière dont ils sont traités et pris en charge par les prestataires de services financiers, car ces services impliquent des contacts humains. En revanche, dans les services financiers digitaux, le respect est rarement considéré, notamment si les transactions sont purement digitales par nature, comme le processus d'emprunt.
- Notre analyse du comportement des clients montre que les utilisateurs du crédit digital s'attendent à être traités avec respect et qu'ils évaluent cet aspect sur la base des interactions digitales qu'ils ont avec les prestataires. Les messages et les appels téléphoniques sont les principaux moyens de contact des utilisateurs du crédit digital avec les prestataires, qui déterminent par conséquent le niveau de respect qui leur est accordé.

Observations des clients sur la manière dont ils sont traités

- Nous avons noté dans notre étude que les clients qui ont eu des contacts avec des prestataires par le biais d'appels téléphoniques ou de visites en personne basent leur satisfaction sur la manière dont ils ont été traités et pris en charge.
- Les clients évaluent aussi le respect qui leur est accordé en fonction de la rapidité avec laquelle les prestataires prennent en compte leurs réclamations et leurs problèmes et y répondent, que ce soit par un canal digital ou dans le cadre d'interactions en personne.
- On observe également que les clients qui ont des impayés sur leurs prêts sont plus enclins à réagir de manière négative à des messages ou appels menaçants de la part des prestataires de crédit digital.

« J'aime M-Shwari parce qu'ils vous envoient des messages qui reconnaissent votre effort lorsque vous remboursez un prêt. Si vous remboursez plus que ce que vous devez, ils transfèrent le solde sur votre compte d'épargne M-Shwari. Ils savent comment gérer leurs clients et entretenir la relation. »



5.2 Observations sur la protection et l'autonomisation des clients du crédit digital

Cette section couvre les points suivants :

- Conception et distribution adaptées des produits ; connaissance du produit et de l'engagement
- Prévention du surendettement : tendances des retards de paiement
- Emprunts multiples et surendettement
- Prolifération des paris sportifs et liens avec le crédit digital
- Décisions de prêt et comportement des clients
- Recours des clients : connaissance et utilisation



Conception et distribution adaptées des produits

Une activité régulière de marketing et de communication est le principal moteur de découverte et de connaissance des produits. La clientèle à faibles revenus et les femmes se fient énormément à leurs réseaux de connaissances et leur adoption des produits est souvent motivée par la preuve sociale.*

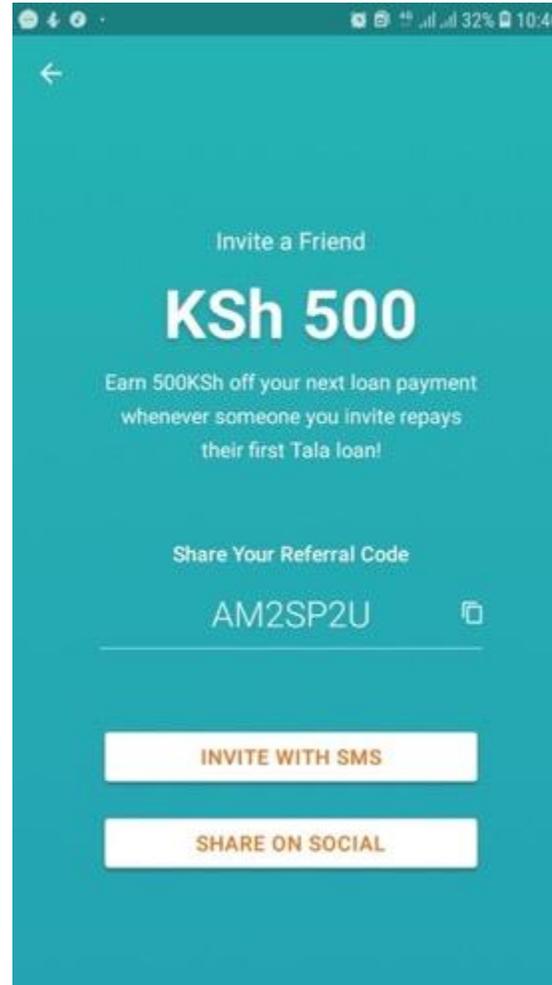
Le marketing intensif est efficace mais certains segments clés attachent malgré tout de l'importance à la preuve sociale

Les produits de crédit digital font l'objet d'un marketing intensif associant la publicité dans les grands médias (ATL) à des actions de terrain plus ciblées (BTL). La majorité des répondants ont entendu parler du crédit digital pour la première fois par le biais de messages publicitaires des différents prestataires. Malgré tout, les méthodes ATL et BTL ne sont pas suffisantes pour certains segments, dont le parcours clients est surtout influencé par le bouche-à-oreille et les recommandations de leurs pairs. La connaissance de l'expérience de sources jugées dignes de confiance est un facteur clé de l'essai et de l'adoption du produit. Pour les répondants semi-illettrés, les recommandations et le bouche-à-oreille constituent une assistance personnelle sur les procédures du service qui contribue à leur donner confiance.

Dans le meilleur des cas, les conditions générales font l'objet d'un coup d'œil rapide

La plupart des prêteurs digitaux s'acquittent de leur responsabilité de transparence par le biais de « conditions générales » qui fournissent des informations détaillées, soit directement dans l'application, soit par un lien vers leur site internet. Les plupart des répondants déclarent y faire peu attention, et même lorsqu'ils les lisent, peu d'entre eux les comprennent. Les principaux problèmes observés sont les suivants :

- Effet tunnel : certains utilisateurs du crédit digital sont surtout axés sur la nécessité ou l'urgence d'obtenir un prêt.
- Dans certains cas, l'accès aux conditions générales se fait par un lien vers une autre page ou application, ce qui représente une complication.
- Certains utilisateurs trouvent que le langage utilisé dans les conditions générales est trop compliqué et difficile à comprendre.



Les utilisateurs s'expriment

« KCB M-PESA fait souvent des promotions pour encourager les clients à rembourser le même jour et bénéficier d'un taux zéro. Cela m'incite à emprunter davantage et à faire des remboursements anticipés. »

« J'ai entendu parler du crédit digital pour la première fois par un ami qui m'a appris comment m'enregistrer et faire un emprunt. »

« J'ai découvert le crédit digital en voyant des affiches publicitaires pour un produit. J'étais intéressé mais c'est seulement après avoir reçu des messages promotionnels contenant des informations complémentaires que j'ai commencé à emprunter. »

*La preuve sociale est une influence sociale informationnelle. Elle désigne un phénomène par lequel les gens copient les actions d'autres personnes lorsqu'ils ne savent pas comment se comporter dans une situation donnée.

Prévention du surendettement : tendances des retards de paiement

L'exclusion digitale est une réalité pour un quart des emprunteurs digitaux qui ont un fichage négatif.

Les taux d'impayés sont élevés et l'impact du fichage négatif de prêts impayés de petits montants est dissuasif pour certains clients potentiellement fiables.

Les données d'études secondaires montrent que le crédit digital a amélioré l'accès aux services financiers pour les segments à faibles revenus qui en étaient précédemment exclus. Cependant, les taux croissants d'impayés, surtout chez les utilisateurs à faibles revenus, font craindre une dilution de cet impact positif.

Le fichage négatif provoque un stress émotionnel et sa régularisation nécessite des formalités coûteuses et fastidieuses, notamment pour les prêts de très petit montant.

La plupart des répondants à notre étude avaient conscience des répercussions d'un fichage négatif. On observe toutefois une tendance à « reporter » mentalement la pression des remboursements pour les raisons suivantes :

- Vulnérabilité économique ou incapacité à rembourser les prêts en raison de revenus insuffisants ;
- Interactions et relations limitées entre prêteurs et emprunteurs, ce qui tend à atténuer le sentiment d'obligation de remboursement de la dette.

Les répondants fichés négativement disent se sentir complètement exclus du système, non seulement sur le plan financier, mais également pour d'autres opportunités, en termes d'emploi par exemple, qui exigent un bon dossier. Cette situation est particulièrement désespérante quand il s'agit de prêts de très faible montant, 2 USD par exemple, qui coûtent 22 USD à régulariser. Certains répondants indiquent que même après être arrivés à solder leurs prêts digitaux impayés, ils ne veulent plus utiliser le produit.

En 2018, près de 19 % des 923 560 emprunteurs avaient déjà eu des prêts non productifs (PNP) au cours des deux années antérieures, ce qui montre que l'existence d'impayés ne disqualifie pas nécessairement les emprunteurs.



Le recouvrement des prêts digitaux s'effectue principalement à distance et comporte très peu d'interactions humaines.

Le recouvrement des prêts digitaux est très différent de celui des prêts traditionnels, qui s'appuie sur des interactions régulières avec les clients, souvent en personne. En ce qui concerne le crédit digital, le recouvrement s'effectue souvent au moyen de messages et d'appels téléphoniques. Les répondants indiquent que les prestataires de crédit digital envoient des messages quasiment tous les jours. L'inconvénient de rappels aussi fréquents est que certains utilisateurs finissent par les ignorer et les effacent même dès réception. Ils ne conduisent donc pas aux remboursements attendus. Le processus d'escalade du recouvrement des prêts digitaux impayés passe principalement par des agents de recouvrement extérieurs et le fichage négatif au niveau des CRB. Le faible niveau de contact humain et de gestion de la relation client ne contribuent pas à améliorer les taux d'impayés dans le crédit digital.

Emprunts multiples et surendettement

Le cumul des prêts est une pratique courante chez les emprunteurs à faibles revenus pour gérer des revenus précaires.

Les données font ressortir l'existence de multiples prêts et les répondants expliquent pourquoi ce phénomène est si courant

Selon les données FSDK CGAP, 35 % des emprunteurs digitaux avaient eu recours à plus d'un prêteur digital et 14 % d'entre eux géraient des prêts auprès de plus d'un prêteur digital.

Notre étude révèle les principales raisons de ce cumul des prêts digitaux :

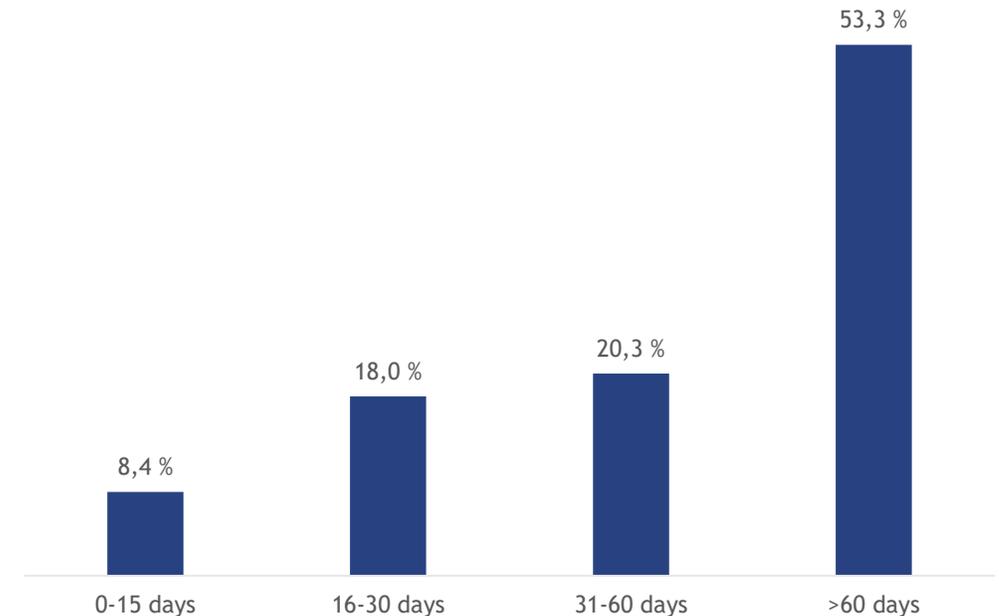
- Les plafonds de prêt peu élevés ne répondent pas toujours aux besoins des emprunteurs ; en raison de cette caractéristique du crédit digital, la fréquence des emprunts multiples n'est pas forcément indicative d'un surendettement, car le cumul de plusieurs prêts de faible montant peut simplement correspondre à un besoin ;
- La faible durée des prêts place l'emprunteur sous pression et l'amène à recourir à des stratégies d'adaptation, en empruntant par exemple auprès de certains prêteurs pour en rembourser d'autres.

Les personnes à faibles revenus sont souvent confrontées à des problèmes de trésorerie en raison de la nature irrégulière et précaire des revenus de leur activité professionnelle. Elles utilisent une combinaison d'instruments de crédit formels et informels pour s'en sortir. Les conclusions de notre étude montrent qu'une majorité de ceux qui « jonglent » avec plusieurs prêts digitaux le font pour répondre à différents besoins personnels et/ou professionnels. Pour certains ménages, le crédit digital est devenu un outil supplémentaire pour gérer leurs besoins de consommation.

Pour arriver à gérer correctement plusieurs emprunts simultanés, les jongleurs pratiquent souvent la segmentation mentale qui leur permet de rembourser différents prêts en fonction des échéances. Ils répartissent leurs revenus entre différentes catégories qui ont chacune une fonction, certaines d'entre elles comprenant le remboursement des prêts digitaux.

Chez les emprunteurs qui ont contracté plus d'un prêt digital, 26,4 % l'ont fait en l'espace de 30 jours

Délai entre deux prêts



La durée moyenne des prêts digitaux est de 30 jours.

Décisions de prêt et comportement des clients

Une épargne régulière, des emprunts fréquents et des remboursements anticipés sont les principaux facteurs déterminants de la notation de crédit des clients et de leurs plafonds d'emprunt.

Les clients savent ce qui motive l'augmentation des plafonds de prêts pour leurs prêts ultérieurs

La plupart des personnes interrogées ont eu leur premier plafond de prêt fixé en dessous de 10 USD. Beaucoup d'entre elles ont eu le sentiment que ce montant était faible et ne correspondait pas à leur objectif d'emprunt. Parmi les répondants, les chefs d'entreprise arrivent à accroître leur plafond d'emprunt dans le cadre de cycles d'emprunt successifs. D'autres segments de clientèle, comme les jeunes, les travailleurs précaires ou les chômeurs, enregistrent une croissance minimale, voire une diminution de leur plafond d'emprunt.

La plupart des répondants savent comment augmenter leurs plafonds d'emprunt, car cela constitue un élément clé des messages marketing qu'ils reçoivent en permanence. La plupart des clients en viennent à emprunter régulièrement en faisant des remboursements anticipés pour accroître leur plafond d'emprunt. Certains clients parmi les utilisateurs réguliers de M-Shwari et KCB M-PESA ont augmenté leur épargne et leurs opérations avec M-PESA pour obtenir des plafonds de prêt plus élevés.

Certains utilisateurs qui ont eu des impayés ou un fichage négatif font état d'une réduction de leurs plafonds d'emprunts et ont conscience qu'il s'agit d'une conséquence de leur absence de remboursement.

À mesure qu'ils améliorent leur connaissance et leur expérience du crédit digital, les utilisateurs parviennent à exploiter le système

L'usage répété du crédit digital améliore la connaissance et la compréhension du produit chez certains répondants, qui révèlent qu'ils exploitent souvent le système pour influencer leurs plafonds d'emprunt et obtenir des prêts de montant plus élevé.

Cette démarche prend plusieurs formes intéressantes, que nous avons observées dans notre étude :

- Épargne récurrente
- Opérations avec des fonds provenant de différentes sources
- Utilisation des promotions des prestataires de crédit digital pour augmenter le plafond d'emprunt : certains prêteurs font par exemple des promotions dans lesquelles ils récompensent les clients qui en recommandent d'autres par des offres comprenant des prêts sans intérêt. Cette tendance s'observe notamment chez les jeunes, qui incitent leurs amis à emprunter auprès de certains prêteurs pour pouvoir obtenir des prêts sans intérêt et augmenter ainsi leur plafond d'emprunt.

Prolifération des paris sportifs et liens avec le crédit digital

Une partie des utilisateurs du crédit digital considèrent les paris comme un moyen de réaliser leurs aspirations.

Les paris d'argent sont extrêmement répandus au sein de la clientèle à plus faibles revenus et la facilité d'accès au crédit digital accentue cette tendance à risque

Une étude réalisée par PWC en 2017 montre que le Kenya est l'un des principaux marchés du pari sportif en Afrique, avec un chiffre d'affaires estimé à 20 millions de dollars (USD). La croissance du secteur a été alimentée par l'afflux de sociétés de paris et le développement de cette habitude en tant qu'activité de loisir. Les données Geopoll 2018 montrent que le profil typique du parieur est celui d'un homme jeune et économiquement vulnérable. Il s'agit d'une activité addictive, qui enregistre souvent des pics pendant les week-ends ou la saison de football.

D'après nos analyses, les personnes à faibles revenus sont plus enclines à s'adonner aux paris en raison de leur vulnérabilité économique. Elles ont des aspirations que leurs revenus faibles et irréguliers ne permettent pas de réaliser, comme par exemple une meilleure éducation pour leurs enfants, un matelas financier en cas de maladie ou autre accident de la vie, l'achat de biens patrimoniaux ou l'indépendance financière. Malheureusement, les clients à revenus faibles et irréguliers, et notamment les jeunes, ont rarement assez d'argent pour couvrir autre chose que leurs besoins de base.

Beaucoup d'entre eux épargnent ou empruntent de l'argent pour réaliser leurs aspirations. Mais cela exige du temps et de la patience. Les paris sont donc attrayants aux yeux de beaucoup, et notamment des jeunes, qui espèrent ainsi améliorer leur sort instantanément grâce à un pari chanceux.

Principaux facteurs du développement des paris sportifs, notamment chez les utilisateurs du crédit digital à faibles revenus

Facteurs sous-jacents :

- Les barrières à l'entrée sont minimales : les utilisateurs à faibles revenus peuvent faire des paris aussi bas que 0,1 USD.
- Les paris sportifs sont considérés comme une activité sociale et récréative, qui est associée à d'autres activités de loisir comme le football.
- Les risques importants génèrent des gains importants. Certains parieurs espèrent ainsi gagner de grosses sommes à force de parier.
- Les sociétés de paris s'appuient sur un marketing qui met l'accent sur la possibilité de transformer sa vie grâce à des gains rapides. La promesse d'une fortune rapide est particulièrement séduisante pour les jeunes, surtout dans les zones urbaines.
- La possibilité de faire des paris au moyen de la téléphonie mobile est également attrayante pour les jeunes, qui possèdent souvent un téléphone portable et y consacrent beaucoup de temps.
- L'influence de leurs pairs contribue également à susciter l'intérêt de certains utilisateurs.

Connaissance et utilisation des mécanismes de traitement des réclamations

Ces mécanismes sont rarement utilisés. Les répondants n'ont généralement pas eu de problème ou de souci les amenant à contacter les prestataires. Les cas d'utilisation concernent en grande partie des demandes de renseignement relatives aux plafonds d'emprunt, aux remboursements et au fichage auprès des bureaux de références de crédit.

Les utilisateurs s'expriment :

« Je n'ai jamais eu de problème avec Tala ou M-Shwari, mais je sais qu'on peut contacter Tala via l'application. »

« Pour mon dernier prêt, j'ai eu un problème d'internet car j'étais rentré au village. J'ai écrit à Branch par l'intermédiaire de l'appli, et ils m'ont répondu et réglé le problème en m'envoyant le prêt que j'avais demandé. »

« Une fois, j'ai remboursé le prêt à l'agence, mais ils m'ont rappelé en me disant que le prêt n'était pas remboursé. Je leur ai donné les références du paiement et le prestataire a pu faire la correction de son côté. »

« J'ai contacté une fois M-Shwari parce que j'avais remboursé un prêt en oubliant que le montant complet avait des centimes. M-Shwari menaçait de me fichier au CRB à cause de ce solde, donc je les ai appelés et ils m'ont demandé de rembourser cette somme, car elle montrait que j'avais encore un prêt. »

Trouver un équilibre entre la technologie et le contact humain

Les mécanismes actuels de traitement des réclamations s'appuient en grande partie sur des centres d'appel, des e-mails et des alertes SMS, qui sont « *low touch* » par nature. Ils restent malgré tout largement inutilisés faute d'être connus des clients.

L'étude fait également ressortir le besoin de différents niveaux de « contact humain ». Certains utilisateurs à faibles revenus préfèrent les canaux de communication qui privilégient le contact humain, notamment pour essayer de nouveaux produits. Mais à mesure que les produits se développent, les utilisateurs prennent l'habitude de la technologie et ont donc moins besoin de contact humain.

Le niveau d'automatisation des mécanismes actuels de traitement des réclamations se traduit probablement par le même type de réponse à l'ensemble des clients en situation de défaut ou de retard de paiement, quel que soit leur solde. Le système devrait être plus nuancé pour avoir une communication adaptée au montant des encours et à la situation de l'emprunteur.

* Le terme « *low touch* » qualifie le niveau réduit de contact humain dans la chaîne de valeur du produit par rapport à ce qui est la norme dans la distribution des produits financiers traditionnels.

Les prestataires de crédit digital offrent de multiples canaux de traitement des réclamations

Par rapport aux canaux traditionnels, les réseaux sociaux sont considérés comme un moyen plus efficace de susciter une réaction de la part des prêteurs. Ils restent néanmoins plus faciles d'accès pour les emprunteurs plus jeunes, alors que les emprunteurs plus âgés et plus ruraux apprécient davantage le contact humain.

Préoccupations de l'utilisateur

Tweet

Rein @Asamoh_

Good afternoon @CA_Kenya and @CBKKenya can you investigate @SafaricomPLC over claims that the company is deliberately collapsing Mshwari to create and direct traffic to Fuliza like witnessed by @KenyaPower on tokens? Mshwari is on and off and this is an act of economic sabotage

3:38 PM · 01 Feb 19 · Twitter for iPhone

2 Retweets 5 Likes

Martin@Thomas @Martin88698828 · 3h
Replying to @Asamoh_ @CA_Kenya and 3 others
Who supervises mobile money lending in this country? Wanjiku is being fleeced for lack of knowledge. Fuliza they charge arrangement fee of 1% flat and daily charge of max. Kshs.30/- . If you workout interns of pa interest is about 300%. Which business has such high returns?

Réaction des médias sociaux

@Stellamaris @stellamarismega · 28m
Forget the app..even swipping a card. They should go and learn from @KeEquityBank their app has never failed

Mwarango MBS @mwarango · 45m
Replying to @stellamarismega and @KCBGroup
Na bado wataireverse months later, nilihama huku...

@Stellamaris @stellamarismega · 40m
Moja ni ya August. Hata Dm hawaoni.

Mwarango MBS @mwarango · 38m
Sorry... Send Dmsss. S...

Tats Boom @TatsBoom · 1h
Replying to @stellamarismega @Asamoh_ and @KCBGroup
Haha - are you aware the mobile banking apps in most of these banks are completely insecure-in the event you transact any money on it and you have been compromised-good luck getting any money from the bank-they will not take any responsibility even if their apps r designed badly

Réaction du prêteur

KCB Group @KCBGroup · 1h
Hello, kindly share with us your account details via DM for further follow up.*MK

Nyamache key @NgogeHaron1 · 2h
Replying to @stellamarismega and @KCBGroup
@KCBGroup is the worst app ever

@Stellamaris @stellamarismega · 1h
From August I have had to follow up over 6 transactions.

KCB Group @KCBGroup · 1h
Hello, we regret the inconvenience .*MK

Farouq Owuor @farouq_owuor · 29m
Replying to @stellamarismega and @KCBGroup
So sorry for the experience, get an alternative ...the app totally failed on my gadget

@Stellamaris @stellamarismega · 27m
Forget the app..even swipping a card. They should go and learn from @KeEquityBank their app has never failed

6.0 À propos de l'étude

Cette section présente les objectifs de l'étude, ainsi que l'approche et la méthodologie utilisées pour analyser le secteur du crédit digital au Kenya.



Liste des abréviations

API	application programming interface (interface de programmation d'application)	LBC/FT	lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme
ASCA	accumulating savings and credit association (association cumulative d'épargne et de crédit)	MPME	micro, petites et moyennes entreprises
CAK	Communications Authority of Kenya (Autorité des communications du Kenya)	ORMV	opérateur de réseau mobile virtuel (MVNO en anglais)
CBR	taux de référence de la banque centrale	NHIF	National Hospital Insurance Fund (fonds national d'assurance hospitalière)
CMA	Capital Markets Authority (Autorité des marchés financiers)	NSSF	National Social Security Fund (fonds national de sécurité sociale)
CRB	credit reference bureau (bureau de références de crédit)	ORM	opérateur de réseau mobile
BCK	Banque centrale du Kenya	P2P	peer-to-peer
CGAP	Groupe consultatif d'assistance aux plus pauvres	PNP	prêt non productif
Chama	Association d'épargne ou de crédit tournant en swahili	PPI	Poverty Probability Index
HELB	Higher Education Loan Board (Conseil des prêts destinés à l'enseignement supérieur)	SACCO	Savings and Credit Cooperative Organization (organisation coopérative d'épargne et de crédit)
IFC	International Finance Corporation (Société financière internationale)	SIM	subscriber identification module
IMF	institution de microfinance	STK	SIM tool kit
KCB	Kenya Commercial Bank	SMS	short message service
KES	shillings kenyans	SPTF	Social Performance Task Force
KIPPRA	Kenya Institute for Public Policy Research and Analysis	USSD	unstructured supplementary service data
KYC	know your customer	USD	dollar des États-Unis

À propos de l'étude

Cette étude a été commanditée par SPTF et Smart Campaign, un projet du Center for Financial Inclusion chez Accion. Elle a été réalisée grâce au généreux soutien de l'Agence Française de Développement (AFD).

À propos de l'AFD



L'AFD finance, accompagne et accélère les transitions vers un monde plus juste et durable. Climat, biodiversité, paix, éducation, urbanisme, santé, gouvernance... Nos équipes sont engagées dans plus de 4 000 projets à fort impact social et environnemental dans les Outre-mer français et 115 pays. Nous contribuons ainsi à l'engagement de la France et des Français en faveur des Objectifs de développement durable (ODD).

À propos de SPTF



SPTF est une organisation à but non lucratif qui rassemble plus de 3 000 adhérents dans le monde entier, représentant toutes les catégories de parties prenantes de la finance inclusive. SPTF dialogue avec ces parties prenantes pour élaborer et promouvoir des normes et bonnes pratiques en matière de finance inclusive responsable dans le but de rendre les services financiers plus sûrs et avantageux pour les clients.

À propos de Smart Campaign



Accion est une organisation internationale à but non lucratif qui a pour mission de créer un monde financièrement inclusif, avec un travail de pionnier dans la microfinance et l'investissement à impact des fintech. Son initiative Smart Campaign a pour objectif de rassembler les leaders financiers du monde entier autour d'un objectif commun : faire des clients la force motrice du secteur. Elle travaille avec les responsables financiers du monde entier pour apporter aux institutions les outils et les ressources dont elles ont besoin pour offrir des services financiers transparents, prudents et respectueux à tous les clients.

À propos de MSC



MSC (MicroSave Consulting) est une société de conseil spécialisée qui, depuis 20 ans, fait avancer le monde vers une réelle inclusion financière, sociale et économique. Avec 11 bureaux dans le monde, près de 190 collaborateurs de différentes nationalités et une expertise variée, nous sommes fiers de travailler dans plus de 50 pays en développement. Nous accompagnons les acteurs des écosystèmes de services financiers pour les aider à améliorer durablement leurs performances et à générer une valeur durable. Nos clients comprennent des gouvernements, des donateurs, des organisations du secteur privé et des entreprises locales.

Citation recommandée : MSC, SPTF, Smart Campaign & AFD (2019). *Pour un crédit digital réellement responsable : analyse du crédit digital au Kenya*

Remerciements

Nous tenons à remercier les répondants à notre enquête sur la demande, les acteurs de l'offre et les spécialistes du secteur qui ont généreusement apporté leur point de vue dans le cadre d'entretiens (par ordre alphabétique) :

Répondants représentant la demande

Betty Cherotich	Isaac Waicigo	Rose Wamboi
Beth Njiru	Jackson Muindi	Rosemary Achieng
Brenda Maitha Njue	James Wainaina	Sarah Mwaikali
Charity David	James Wairimu	Sebastian Ngaira
Damaris Nzioka	Jeldine Nkirote	Scholarstica Kioko
Dorah Karendi	Jeremy Ondicho	Stanley Kimanzi
Dominic Njuguna	Joseph Nene Joseph	Sylvia Khalayi
Eliud Karoki	Musau	Thomas Mirithu
Emmanuel Kimani	Josephat Onchieku	Virginia Njoki
Evelyne Mwololo	Judith N. Simiyu	Wandera Nyongesa
Elvine Ngaira	Kelvin Mwangi	Wilkins Musira
Ernest Magina	Kelvin Mutisya	Yvonne Wanjiru
Eric Mbwika	Kevin Kamau	
Hellen Mbithe	Margaret Ngina	
Flora Ndinda	Mary Wangari	
Gladys Kimilu	Naomi Thuo	
Grace Wanjiru Njuguna	Prince Njiru	
Gitau Ndung'u	Patrick Kioko	
Humphrey Kinuthia	Patrick Kinuka	

Acteurs de l'offre et facilitateurs du marché

Billy Owino, directeur général, Transunion
Cindy Hsin-I Lin, analyste des risques, Credit Info
Dan Karuga, directeur général, Branch
Ezana Assefa, directeur général, Afri Kash
George Njuguna, directeur de l'information, HF Bank
Juliet Ongwae, directrice de l'innovation, Musoni
Karen Kantai, responsable de l'accompagnement des entreprises, CBA
Leah Kiwara, consultant du secteur financier, IFC/Groupe Banque mondiale
Michael Nyaga, directeur général, Digital Lending, Equity Bank Ltd
Nancy Kinyanjui, responsable de l'analyse des données et des services à valeur ajoutée, Credit Info
Rose Muturi, directrice du numérique, HF Group (ancienne directrice de Tala Kenya)

Experts thématiques

Ariadne Plaitakis, chargée d'études, BFA Consulting
Philip Rowan, responsable innovation réglementaire, Cambridge Centre for Alternative Finance
Stephen Mwaura, ancien directeur des paiements nationaux, BCK
Rafael Mazer, spécialiste du secteur financier, consultant indépendant

Nous remercions également les personnes suivantes pour leurs précieux commentaires et suggestions :

Amelia Greenberg, directrice adjointe, SPTF
Alexandra Rizzi, directeur senior, Smart Campaign
Graham A.N. Wright, directeur exécutif, MSC

Isabelle Barres, directrice générale, Smart Campaign
Laura Foose, directrice, SPTF

Présentation de l'étude

Compte tenu de l'évolution rapide de l'environnement du crédit digital au Kenya, le moment était venu d'évaluer les progrès et les difficultés du secteur et de formuler des recommandations pour une offre de crédit digital plus responsable.



Objectif

Préparer un rapport d'étude et une note de réflexion stratégique pour analyser l'évolution de l'écosystème du crédit digital au Kenya, en s'appuyant sur les analyses et les recherches comportementales antérieures réalisées par MSC.

Cette étude consolide les conclusions d'autres études récentes, en les complétant par des informations provenant des clients, concernant notamment leur expérience des produits dans le cadre d'un examen de demandes de prêt simulées et de l'analyse de données provenant des prêteurs.



Pourquoi ?

Les clients apprécient la rapidité et la facilité d'accès au crédit digital, mais des problèmes fondamentaux subsistent, dont notamment :

- ▶ Une surveillance insuffisante du secteur en raison d'une réglementation ambiguë des établissements financiers et d'une absence de réglementation des fintechs
- ▶ Un niveau élevé d'impayés dans le crédit digital, qui s'accompagne du fichage négatif de clients en défaut de paiement sur des prêts digitaux de faible montant
- ▶ Des taux d'intérêt qui restent élevés malgré l'espoir que la technologie transfère de la valeur aux clients
- ▶ Le manque de mécanismes permettant de comprendre les besoins des clients et/ou créer des produits adaptés, ce qui fait peser un risque d'exclusion financière sur certains segments de clientèle
- ▶ Des pratiques inadaptées de protection des clients, en matière notamment de prévention du surendettement, de transparence, de mécanismes de recours des clients et de protection de la confidentialité de leurs données
- ▶ Confusion et/ou insatisfaction dans l'expérience client en raison d'une approche « *low touch* »*

* Le terme « *low touch* » qualifie le niveau réduit de contact humain dans la chaîne de valeur du produit par rapport à ce qui est la norme dans la distribution des produits financiers traditionnels.

Approche de l'étude

Nous nous sommes efforcés de répondre aux trois questions clés ci-dessous au moyen d'études extérieures, d'entretiens avec des parties prenantes et d'analyses quantitatives.

Questions clés

Sujets analysés

1 En quoi consiste le crédit digital au Kenya ? ➤

- Situation actuelle de l'inclusion financière en termes d'accès au crédit et d'impact du crédit digital
- Infrastructure de soutien, cadre réglementaire, politique et directives, en matière notamment de protection des consommateurs
- Analyse des grandes tendances sur la base de données anonymisées provenant des prêteurs concernant les emprunteurs du crédit digital sur la période 2016 - 2018

2 Quelle a été l'évolution de l'environnement de l'offre et quels sont les principaux défis ? ➤

- Écosystème de l'offre, acteurs, défis, tarifs, mécanismes de traitement des réclamations
- Principaux problèmes de l'offre ayant un impact sur la protection des consommateurs
- Analyse statistique des tendances en matière d'impayés et de fidélité aux produits

3 Qui sont les utilisateurs du crédit digital au Kenya et quelle a été leur expérience des produits ? ➤

- Analyse des lacunes et des caractéristiques démographiques de la demande et segmentation comportementale des emprunteurs digitaux
- Besoins, attitudes, aspirations, perceptions et comportements des utilisateurs qui influencent l'accès au crédit digital, son utilisation et le remboursement des prêts
- Appréciation et expérience de l'interface utilisateur, compréhension du produit (coût, conditions)
- Analyse statistique des comportements d'emprunt digital et d'impayé sur la base de données anonymisées provenant des prêteurs



Sujets principalement couverts par d'autres études (recherche secondaire)



Sujets principalement couverts par la recherche primaire et l'analyse de données, avec des informations provenant d'autres sources.

Méthodologie de l'étude

Pour obtenir des informations utiles sur l'écosystème du crédit digital au Kenya, nous avons utilisé une combinaison de trois approches distinctes :

Recherche primaire auprès de parties prenantes

La recherche primaire a concerné à la fois des répondants représentant le côté de la demande et des acteurs et observateurs représentant celui de l'offre.

Demande : nous avons interrogé cinquante utilisateurs du crédit digital, comprenant des femmes, des jeunes, des agriculteurs et des propriétaires de MPME des zones rurales et urbaines. Ces interviews d'informateurs clés ont permis d'obtenir des informations qualitatives.

Outils utilisés :

- ▶ **Cartographie des personas** (utilisateurs types) pour mieux comprendre les produits qu'ils utilisent
- ▶ **Cartographie des scénarios** pour mieux comprendre la situation des différents clients et les actions qui en résultent
- ▶ **Cartographie des comportements** pour mieux comprendre les modèles mentaux et les facteurs qui influencent les actions des clients

Offre : nous avons interrogé 15 acteurs et spécialistes de l'offre dans le cadre d'entretiens en personne ou au téléphone.

Analyse de demandes de prêt simulées

Nous avons travaillé avec 21 utilisateurs actifs du crédit digital pour observer et évaluer la facilité d'utilisation d'un échantillon de produits de crédit digital du marché en analysant leurs avis et leurs commentaires. Conformément aux objectifs de normes récemment lancées dans le domaine des services financiers digitaux, nous avons évalué des paramètres tels que l'information des clients, la transparence, la protection et la confidentialité des données, le traitement respectueux et équitable des clients et la conception de l'expérience client.

Nous expliquons les critères de sélection des participants en annexe de ce rapport.

Nous avons également réalisé une évaluation heuristique de l'ergonomie de chaque demande de prêt digital sur la base d'indicateurs prédéfinis. Nous nous sommes inspirés du cadre d'autonomisation des clients du CGAP, qui couvre quatre aspects fondamentaux, à savoir le choix, le respect, le contrôle et la voix.

Analyse statistique des données de l'offre

Nous avons utilisé des données anonymisées concernant les emprunteurs kenyans pour les années 2016, 2017 et 2018.

Les prêteurs communiquent ces données une fois par mois ; au total, 14 prestataires, comprenant des banques, des banques liées à des ORM, des IMF et des fintechs, offrent des prêts digitaux. La base de données contenait des informations concernant plus de 8,1 millions d'emprunteurs et 10,2 millions de prêts. Les données étaient séparées entre prêts digitaux et prêts conventionnels.

La base de data consolidée contenait 19 149 873 prêts représentant 6 684 110 emprunteurs uniques.

Des renseignements complémentaires sur cette base de données sont présentés en annexe.

Annexes

Cette section contient des renseignements complémentaires sur :

- La méthodologie d'analyse statistique et les bases de données utilisées
- Les prestataires représentés dans la base de données provenant de l'offre
- Le profil démographique des personnes interrogées dans le cadre de l'étude de la demande
- Les observations tirées de l'analyse des demandes de prêt simulées des utilisateurs du crédit digital
- Les références utilisées pour l'étude



A close-up photograph of two hands, one from the left and one from the right, both with dark skin, holding a white banknote between them. The background is a blurred green, suggesting an outdoor setting. The image is framed by a white diagonal shape on the left and a blue and orange shape on the right.

Annexe 1 : renseignements complémentaires sur la méthodologie d'analyse statistique et les bases de données utilisées



Méthodologie d'analyse des données

Nous nous sommes associés à l'un des principaux bureaux de références de crédit (« CRB », pour Credit Rating Bureau) du Kenya pour analyser les données relatives aux emprunteurs sur les années 2016, 2017 et 2018.

- Ces données sont communiquées au CRB une fois par mois par tous les prestataires. Elles sont transmises dans un fichier texte selon le format fourni par la Banque centrale du Kenya.
- Pour notre analyse, nous avons fusionné tous les fichiers de données au moyen d'un identifiant unique qui faisait le lien entre les différents fichiers. La base de données finale contenait des renseignements sur 19 million de prêts (19 149 873 pour être précis) concernant 6 millions d'emprunteurs uniques (6 684 110 pour être précis).

Dans la base de données utilisée, chaque rangée correspond à un prêt (digital ou traditionnel) repéré par un numéro d'identifiant unique. La base de données contient également un numéro d'identifiant par sujet afin d'identifier l'ensemble des prêts contractés par une même personne.

Chaque prêt est classé comme étant productif (remboursements à jour) ou non productif (remboursements en retard de plus de 90 jours) dans les données fournies par le prêteur.

Confidentialité des données

MSC possède un code de conduite général (« *Code of Business Conduct* ») qui contient une politique déontologique détaillée. Ces deux documents obligent nos collaborateurs à protéger la confidentialité des informations obtenues dans le cadre des travaux effectués pour nos clients. Les informations à caractère confidentiel, privé et sensible sont utilisées de manière responsable et sont surveillées et protégées pour empêcher toute divulgation interdite, arbitraire ou fortuite.

Le CRB avec lequel nous avons travaillé possède sa propre politique générale de protection des données qui a été respectée pendant le processus de communication des données.

Nous avons vérifié que nous étions d'accord sur la liste des identifiants utilisés dans la base de données et que seuls des fichiers dépourvus de renseignements d'identification étaient utilisés.

MSC a réalisé l'analyse des données en collaboration avec le CRB. Les fichiers de données ont été stockés sur un seul ordinateur portable dont l'accès était réservé aux deux spécialistes quantitatifs de l'équipe. L'ordinateur et les fichiers de données ont été cryptés pour limiter leur accès aux deux spécialistes quantitatifs chargés de l'analyse des données.

Pendant l'analyse des données, nous avons veillé à ce que tous les résultats produits soient des résultats globaux sans possibilité de les interpréter différemment.

A close-up photograph of two hands, one from the left and one from the right, both with dark skin, holding a white banknote between them. The background is a blurred green, suggesting an outdoor setting. The image is partially framed by a white diagonal shape on the left and a blue and orange shape on the right.

Annexe 2 : prestataires représentés dans la base de données provenant de l'offre



Liste des prêteurs figurant dans la base de données provenant de l'offre

Établissements bancaires			IMF & fintechs		Autres
African Banking Corporation Ltd.	Citibank N.A Kenya	Diamond Trust Bank Kenya Ltd.	Atlas Mara Digital	SMEP Microfinance Bank Ltd	M-Shwari
Bank of Africa Kenya Ltd.	Commercial Bank of Africa Ltd.	Dubai Islamic Bank	Branch	Sumac Microfinance Bank Ltd	
Bank of Baroda (K) Ltd.	Consolidated Bank of Kenya Ltd.	Ecobank Kenya Ltd	Caritas Microfinance Bank	Tala	
Bank of India	Co-operative Bank of Kenya Ltd.	Equity Bank Ltd.	Century Microfinance Bank Ltd	U&I Microfinance Bank Ltd	
Barclays Bank of Kenya Ltd.	Credit Bank Ltd.	Family Bank Limited	Choice Microfinance Bank Ltd	Uwezo Microfinance Bank Ltd	
Chase Bank (K) Ltd.	Development Bank of Kenya Ltd.	First Community Bank Limited	Daraja Microfinance Bank Ltd	Watu Credit Limited	
Giro Commercial Bank Ltd.	I&M Bank Ltd	Oriental Commercial Bank Ltd	Fairmile Finance Limited	Okolea International Limited	
Guaranty Trust Bank (Kenya) Ltd	Jamii Bora Bank Limited.	Paramount Universal Bank Ltd	Faulu Microfinance Bank Ltd	Rafiki Microfinance Bank Ltd	
Guardian Bank Ltd	Kenya Commercial Bank Ltd	Prime Bank Ltd	Get Bucks	Remu Microfinance Bank Ltd	
Gulf African Bank Limited	Mayfair Bank Ltd	Sidian Bank Ltd	Kenya Women Microfinance Bank Ltd	Maisha Microfinance Bank	
Habib Bank A.G Zurich	Middle East Bank (K) Ltd	Spire Bank Ltd.			
Habib Bank Ltd.	National Bank of Kenya Ltd	Stanbic Bank Ltd.			
Housing Finance Ltd	NIC Bank Ltd	Standard Chartered Bank Kenya Ltd			
Trans-National Bank Ltd	UBA Kenya Bank Limited	Victoria Commercial Bank Ltd			

A close-up photograph of two hands, one from the left and one from the right, both with dark skin, holding a white banknote. The hands are positioned as if they are about to exchange the note. The background is a blurred green, suggesting an outdoor setting. The image is partially framed by a white diagonal shape on the left and a blue and orange shape on the right.

Annexe 3 : profil démographique des personnes interrogées dans le cadre de l'étude de la demande

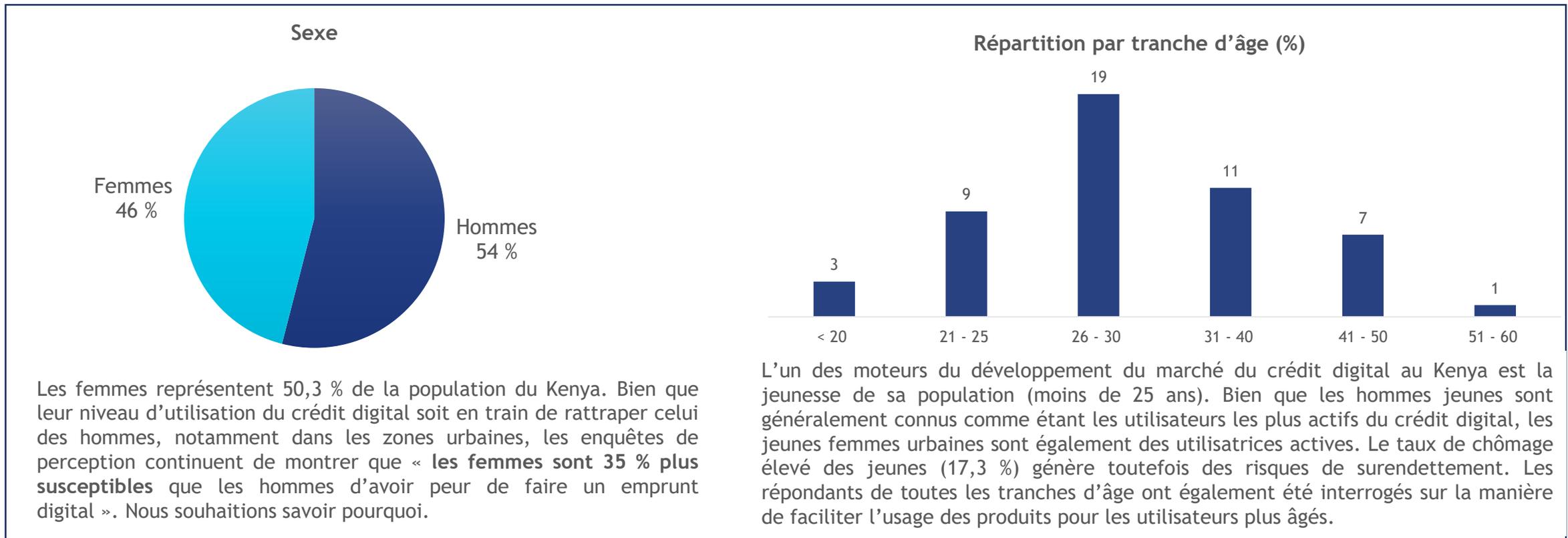


Consultations primaires de la demande

Ces consultations nous ont permis d'obtenir des nuances supplémentaires et d'examiner s'il existait des différences dans la manière dont les kenyans ordinaires utilisent et perçoivent le crédit digital et ses différents produits.

Nous avons interrogé un échantillon de 50 emprunteurs pour obtenir des informations plus détaillées sur l'usage du crédit digital, les aspects comportementaux propres à chaque segment, le niveau de protection et d'autonomisation des clients et leur connaissance des produits. Bien que les personnes interrogées aient été sélectionnées de manière aléatoire, nous avons fait le choix délibéré d'avoir autant que possible une répartition égale entre hommes et femmes. Tous les répondants avaient déjà utilisé le crédit digital et environ 60 % d'entre eux étaient des emprunteurs réguliers qui avaient souscrit au moins deux prêts au cours de l'année écoulée.

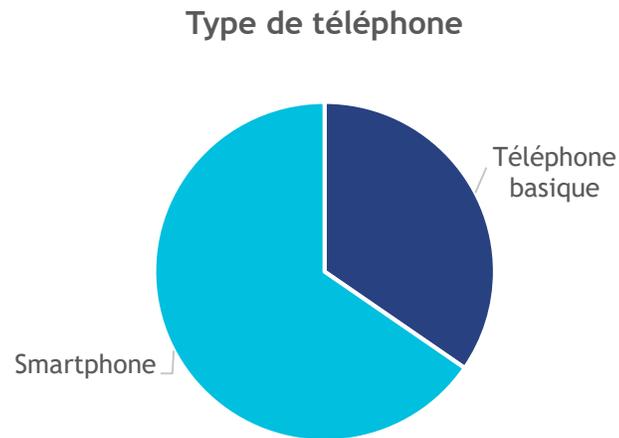
Profil démographique des personnes interrogées



Source : 2017 FinAccess Tracker

Profil démographique des personnes interrogées (1)

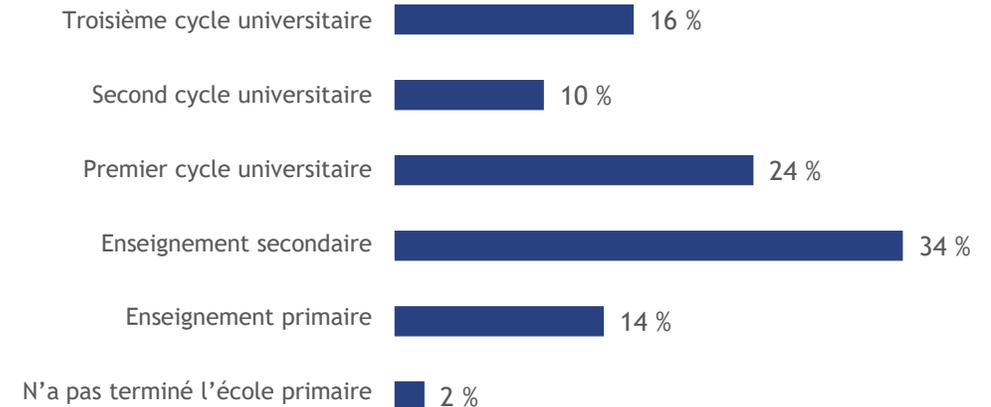
Le type de téléphone utilisé et le niveau d'études influencent le choix du prestataire, l'expérience du produit, la capacité à utiliser le moyen d'accès (le téléphone) et à comprendre les conditions générales du produit et leurs engagements. Ces facteurs ont également une incidence sur l'autonomisation des utilisateurs.



La possession et l'accès aux téléphones portables se sont considérablement développés au Kenya en raison de l'amélioration des infrastructures, de l'accès à l'électricité, de la couverture des réseaux et de la pénétration des smartphones. La plupart des utilisateurs possèdent toutefois des smartphones plus anciens ou obsolètes. De la même manière, la plupart des personnes que nous avons interrogées avaient des smartphones avec des caractéristiques limitées en termes de mémoire et d'autonomie de batterie, ce qui a notamment gêné les emprunteurs qui utilisaient des applications de prêt digital.

Ceux qui possèdent un téléphonique basique doivent se limiter aux prêteurs qui utilisent des plateformes SIM toolkit (STK) ou USSD. Nous avons observé que les personnes interrogées préféraient les produits STK ou USSD aux applications, car elles en ont plus l'habitude, s'agissant de produits plus anciens comme M-Shwari.

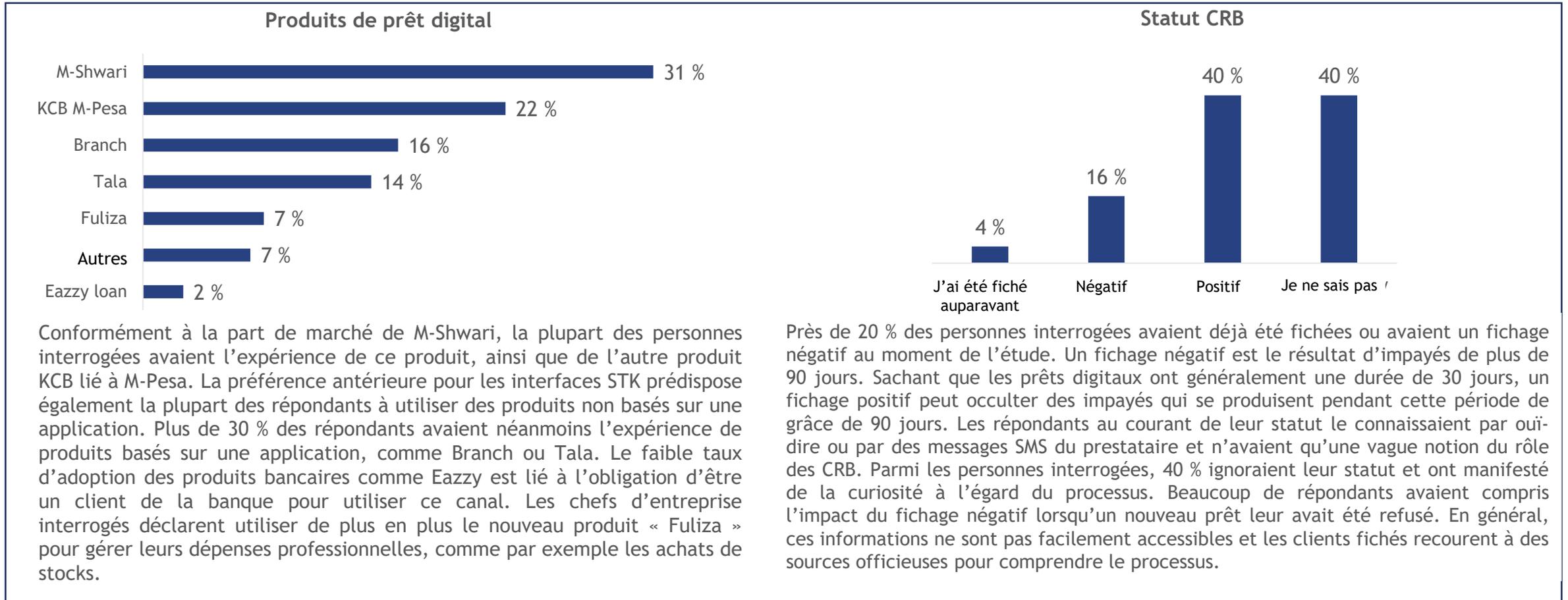
Niveau d'études



La plupart des personnes interrogées avaient terminé le primaire et étaient censées savoir lire, écrire et calculer. Quelques-unes étaient toutefois semi-illettrées, ce qui a influencé le choix du produit digital utilisé. Une observation importante est que certains utilisateurs semi-illettrés préfèrent utiliser les plateformes STK ou USSD en raison de la simplicité et de la clarté des informations fournies. Les femmes en particulier évitent les applications de prêt par manque d'habitude et de connaissance de la navigation des interfaces. Quelques femmes parmi les personnes interrogées ont éprouvé des difficultés à comprendre les textes affichés à l'écran, au moment par exemple de l'enregistrement. En revanche, les hommes semi-illettrés étaient plus enclins à essayer les applications en s'adressant à leurs pairs pour savoir comment utiliser les produits correspondants.

Profil démographique des personnes interrogées (2)

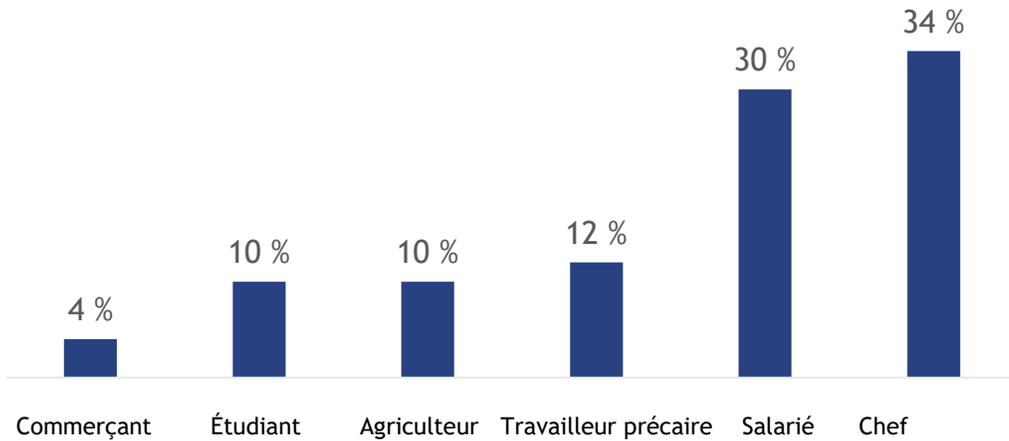
Les personnes interrogées ont manifesté le souhait de connaître le taux d'adoption des nombreux produits offerts par les différents prestataires du marché kenyan. On constate que la mention du prestataire est liée à l'omniprésence de M-PESA au Kenya et à la prédominance des produits liés à ce service sur le marché. Les applications de prêt apparaissent toutefois en plein essor, Branch et Tala étant les produits les plus populaires. Le taux relativement élevé de fichages négatifs et le fait qu'une majorité de personnes interrogées ne connaissent pas ou peu leur situation sont des tendances inquiétantes.



Profil démographique des personnes interrogées (3)

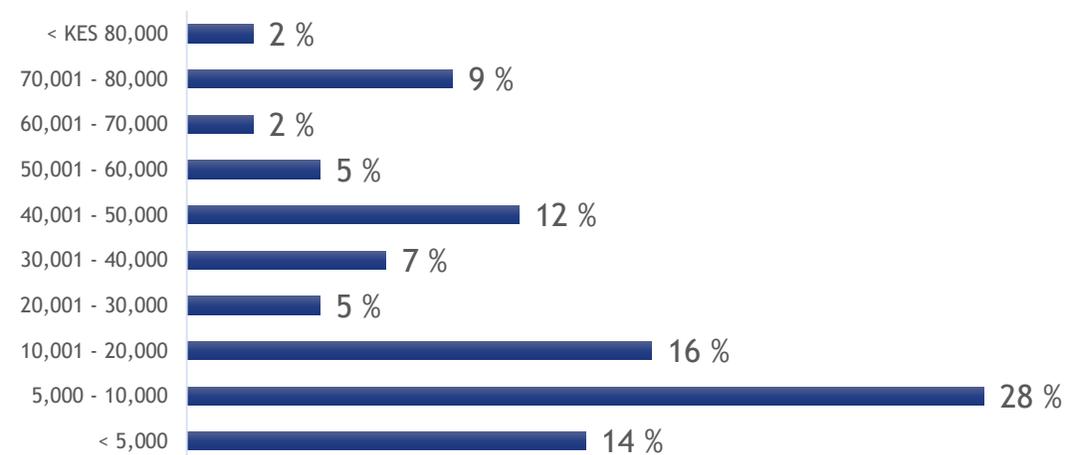
L'activité économique et les revenus mensuels du ménage fournissent des indications sur les flux de trésorerie des personnes interrogées ainsi que sur le niveau de leurs besoins et leurs habitudes en matière d'utilisation du crédit digital. L'analyse de ces attributs permet également de mieux identifier les risques potentiels de cumul des emprunts et de surendettement.

Profession ou activité économique principale



La plupart des personnes interrogées avaient une activité professionnelle et il est intéressant de noter que les répondants qui ont des revenus plus réguliers, et donc des flux de trésorerie, affichent un taux élevé d'adoption des produits. Une observation importante est que les répondants qui gèrent une entreprise ont des besoins plus importants de crédit digital par rapport aux autres segments. Ils empruntent régulièrement pour reconstituer leur fonds de roulement, chaque jour ou chaque semaine selon les besoins. Par rapport aux autres segments, ils affichent également une propension plus forte à emprunter auprès de multiples prêteurs au cas où le plafond ne correspond pas à l'objet du prêt. De leur côté, les répondants des autres segments empruntent principalement pour faire face à des urgences ou à des besoins de consommation.

Revenus mensuels du ménage (KES)



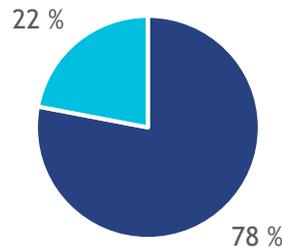
La plupart des personnes interrogées ont des revenus mensuels de 50 à 200 USD au niveau du ménage, ce qui est conforme aux tendances nationales selon lesquelles la moitié des ménages kenyans ont des revenus inférieurs à 100 USD par mois.

Une observation importante est que les répondants à faibles revenus, en particulier, recourent à de multiples activités économiques pour se garantir des flux de revenus. Ils ont largement recours aux prêts digitaux tous les mois pour le paiement des factures du ménage et des urgences imprévues. 11 % des répondants avaient contracté des prêts digitaux pour faire face à des factures et urgences médicales.

Profil démographique des personnes interrogées (4)

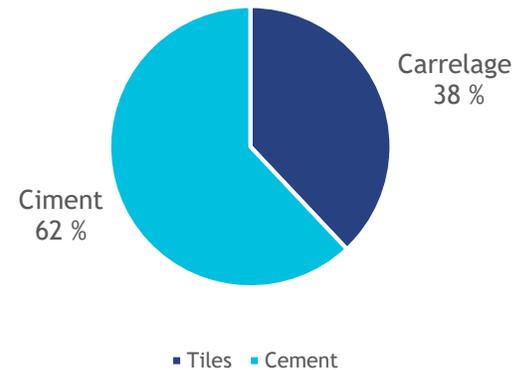
Sachant que les revenus étaient auto-déclarés, des questions tirées de l'outil PPI du Kenya ont également été sélectionnées pour jauger les niveaux de pauvreté et vérifier s'ils étaient globalement conformes aux revenus déclarés.

Matériau prédominant des murs de la résidence principale



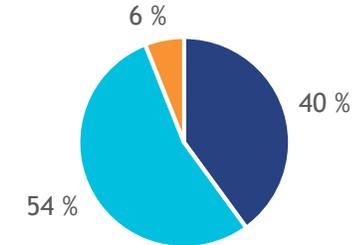
- Murs finis (ciment, pierre avec chaux/ciment, briques, parpaings, terre séchée recouverte ou planches/bardeaux)
- Terre séchée non recouverte, contreplaqué, carton, bois de récupération ou tôle ondulée

Matériau prédominant du sol de la résidence principale



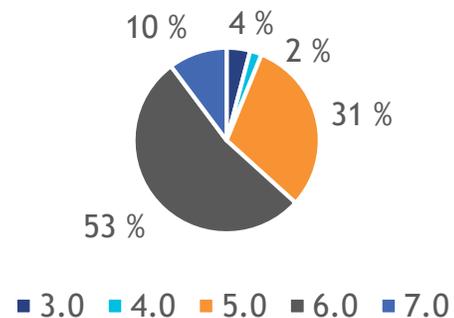
- Tiles
- Cement

Aliments consommés par le foyer au cours de l'année écoulée



- Suffisants, avec les aliments nutritifs que nous souhaitons manger
- Suffisants, mais pas toujours nutritifs
- Pas toujours suffisants, a parfois faim

Distribution du patrimoine en fonction de l'indice



On n'observe pas de différence d'utilisation des produits ou de connaissance du statut CRB entre les différentes catégories de patrimoine.

Un indice de richesse a été créé en attribuant une valeur à chacune des réponses ci-dessus. Cet indice reflète en grande partie la distribution des revenus, à l'exception d'un ou deux points aberrants. Une analyse de corrélation avec le comportement en matière de crédit digital sur la base des réponses obtenues concernant l'utilisation des produits de crédit digital et le statut CRB a également été réalisée, sans faire ressortir de tendance particulière.

Naomi, l'agricultrice

« Les revenus agricoles sont saisonniers et imprévisibles ; j'utilise le crédit informel et le crédit digital pour gérer mes dépenses courantes et professionnelles. »



Naomi est une femme de 47 ans qui est mariée avec trois enfants. Elle habite à Gatundu, une zone péri-urbaine du comté de Kiambu, qui est une région agricole. Elle vit dans sa propre maison, une structure semi-permanente en tôle ondulée.

Elle se considère comme une agricultrice et aide son mari sur son exploitation de deux acres sur laquelle ils cultivent du thé. Elle cultive également des légumes locaux et élève des vaches, des chèvres et des poules pour leurs besoins de subsistance. Sachant que le thé est une culture saisonnière, elle ne reçoit que deux règlements annuels en fonction de son niveau de production. Près de 25 % de ces règlements sont déduits pour rembourser un prêt contracté auprès de l'usine de thé au moment des plantations pour couvrir les intrants nécessaires. Ces règlements lui servent à payer les grosses dépenses, comme par exemple les frais de scolarité. Elle complète par conséquent ses revenus en tenant une petite épicerie.

Les revenus tirés de cette activités sont indispensables pour couvrir toutes les autres dépenses habituelles du foyer et de sa famille. Lorsque cela ne suffit pas, elle recourt au crédit digital. Elle est resté fidèle à un prestataire, M-Shwari. Elle épargne aussi régulièrement auprès d'Equity Bank et du groupe chama local. Ce groupe représente pour elle un aspect important de sa vie sociale et elle en est actuellement la trésorière bénévole. Il lui permet également d'épargner de façon régulière et d'emprunter lorsqu'elle en a besoin. Elle préfère toutefois utiliser le crédit digital, qu'elle juge plus discret et plus facile à utiliser que les chamas. En tant que trésorière, elle est souvent amené à régler des litiges entre adhérents en matière de remboursements de prêts, de problèmes de discipline, etc.

Elle a terminé l'école primaire et possède un téléphone portable de base.

Caractéristiques démographiques et comportement d'emprunt digital

Sources de revenus et besoins	Perception et sélection des produits financiers	Accès à l'information et à la technologie	Autres facteurs démographiques
<ul style="list-style-type: none"> La principale source de revenus n'est pas en phase avec les sorties d'argent, mais elle est fiable. Elle génère le besoin d'une seconde source de revenus pour couvrir les besoins réguliers. 	<ul style="list-style-type: none"> Plus grande habitude et dépendance envers les produits informels. A peut-être un compte formel et s'en sert? Se sert du crédit digital pour lisser sa consommation et pour les besoins de son commerce. 	<ul style="list-style-type: none"> Ses pairs et le bouche-à-oreille l'ont conduite à essayer le crédit digital et à sélectionner le prestataire. Son téléphone basique et sa sensibilité au prix des données limitent son choix et son accès aux applications de prêt digital. 	<ul style="list-style-type: none"> Son lieu de résidence plutôt rural n'offre pas beaucoup d'accès à des points de services financiers L'accessibilité est un facteur important du recours au crédit digital, dont elle apprécie l'aspect pratique.

CATÉGORIE
DÉMOGRAPHIQUE
Petite exploitante agricole

Jongleur – Bon payeur

L'analyse du parcours de Naomi vers un usage régulier du crédit digital fait ressortir certains traits de comportement qui reflètent (1) une forte dépendance à l'égard de ses pairs pour son information et (2) une volonté accrue de remboursement.

	PAS DE NOTION	NOTION	DÉCOUVERTE	ESSAI	USAGE RÉGULIER
APPAREIL	Utilise des services informels, ne connaît pas encore l'existence du crédit digital	Est informé du crédit digital par ses relations et ses amis	S'enregistre auprès d'un prestataire de crédit digital	Vérifie le plafond de prêt et fait un premier emprunt de 5 USD qu'elle rembourse par la suite	Emprunte fréquemment, ce qui a conduit à une augmentation de son plafond de prêt jusqu'à 20 USD. Se sert des prêts pour acheter des stocks pour son commerce
CONTEXTE SOCIAL	Est informé du crédit digital par ses relations et ses amis	Interroge ses amis et les membres de sa famille sur leur expérience	Consulte le menu et l'interface du crédit digital avec l'aide de deux amies qui ont l'expérience du crédit digital		Utilisatrice active du crédit digital mais craint les conséquences d'un impayé en raison de l'expérience de sa fille
CARACTÉRISTIQUES CLÉS	<ul style="list-style-type: none"> • Jongle avec différents outils financiers, formels et informels • Recherche la preuve sociale en s'appuyant largement sur le bouche-à-oreille de ses amis et connaissances pour prendre des décisions et découvrir le produit; apprécie en même temps la discrétion offerte par le produit. • Naomi souhaite des plafonds de prêt plus élevés qui sont importants pour garantir ses revenus et évite donc les impayés. Elle fait également des transferts réguliers de son épargne chama vers son compte M-PESA dans le but d'augmenter son plafond. • Averse au risque : une expérience personnelle négative avec sa fille qui n'a pas pu rembourser un emprunt de 10 000 KES l'a rendue méfiante 				

COMPORTEMENT
Woman smallholder farmer

Yvonne, l'étudiante

« Avec mes revenus limités,
j'emprunte pour couvrir mes
besoins personnels »



Yvonne a 20 ans et étudie à l'université d'agriculture et de technologie de Jomo Kenya. Elle est issue d'une famille à revenu moyen et son entretien est assuré par ses parents. Elle reçoit une allocation hebdomadaire de 10 USD et dépense en moyenne 7 USD par semaine pour se nourrir. Le reste est consacré à ses autres dépenses : coiffeur, crédit téléphonique, transports et vêtements. Elle possède un smartphone et les données représentent par conséquent un besoin important dans son quotidien.

En tant qu'étudiante, Yvonne a été exposée à différents services financiers. Elle utilise des produits formels et possède deux comptes bancaires : un compte KCB sur lequel elle reçoit son prêt étudiant subventionné par l'État* et un compte chez Equity Bank qui lui sert de compte d'épargne. Elle préfère Equity Bank pour des raisons de facilité, de rapidité et de simplicité. Sa première expérience du crédit digital s'est faite par le biais d'une amie qui lui a recommandé Branch où elle a fait son premier emprunt de 10 USD pour ses courses hebdomadaires. Depuis, elle a utilisé un certain nombre de produits comme l Tala, M-Shwari et Pesa Pata, mais préfère M-Shwari à cause de ses taux plus bas.

Elle emprunte principalement pour couvrir ses besoins personnels (alimentation, habillement) et parfois pour rembourser des prêts antérieurs. En raison de ses emprunts fréquents et de ses revenus limités, elle a eu plus de deux mois de retard sur un prêt avec la menace d'être interdite par le prestataire. Elle a dû se tourner vers ses parents qui l'ont aidée à rembourser son emprunt. À cause de cela, Yvonne déclare que le crédit digital lui a été source de stress et qu'elle a depuis lors fortement réduit ses emprunts.

Caractéristiques démographiques et comportement d'emprunt digital

Sources de revenus et besoins	Perception et sélection des produits financiers	Accès à l'information et à la technologie	Autres facteurs démographiques
<ul style="list-style-type: none"> La principale source de revenus n'est pas en phase avec les sorties d'argent. Le crédit digital a pour principal but de lisser la consommation. 	<ul style="list-style-type: none"> La simplicité, la rapidité et la facilité d'accès sont les principaux facteurs de choix des produits financiers formels. Préfère les produits de crédit digital qui ont des taux d'intérêt peu élevés. Attirée par les produits de crédit digital sur application en raison de leur facilité d'utilisation. 	<ul style="list-style-type: none"> Sa connaissance et son expérience d'un large éventail de produits de crédit digital lui permet de faire des choix éclairés. L'utilisation d'internet et l'exposition aux médias sociaux influencent son choix de prestataire. 	<ul style="list-style-type: none"> En tant qu'étudiante avec des revenus limités, Yvonne est tentée d'emprunter fréquemment pour couvrir ses besoins personnels.

* HELB Kenya (Higher Education Loans Board) est une organisation qui distribue des prêts et des bourses destinés à la formation dans des établissements publics reconnus par le ministère de l'éducation du Kenya.



Mauvais payeur

L'analyse du parcours d'Yvonne vers un usage régulier du crédit digital fait ressortir certains traits de comportement qui reflètent (1) le besoin de prêts simples et accessible et (2) le besoin de couvrir des besoins personnels.

	PAS DE NOTION	NOTION	DÉCOUVERTE	ESSAI	USAGE RÉGULIER
APPAREIL	Utilise des services financiers formels, ne connaît pas encore l'existence du crédit digital	Est informée du crédit digital par le biais d'un code de recommandation provenant d'une application de prêt digital	S'enregistre auprès d'un prestataire de crédit digital	Fait un premier emprunt de 10 USD	Emprunte fréquemment à des fins personnelles et teste un certain nombre de prestataires
CONTEXTE SOCIAL	Est informée du crédit digital par une amie	Choisit en connaissance de cause sur la base des messages marketing et de l'expérience de ses pairs	Grâce aux informations reçues, explore le menu du crédit digital sans aide extérieure		Gère ses propres remboursement grâce aux rappels réguliers des prestataires
CARACTÉRISTIQUES CLÉS	<ul style="list-style-type: none"> • Prête à expérimenter et à essayer de nouveaux prestataires ; préfère malgré tout utiliser M-Shwari et Branch • Fortement influencée par ses observations sur les médias sociaux • Gère ses propres remboursement grâce aux rappels réguliers des prestataires • A du mal à gérer ses remboursements de prêt et ses dépenses en raison de ses revenus limités 				



Stanley, le commerçant

« En tant que chef d'entreprise, j'ai besoin de fonds de roulement pour soutenir mon entreprise. Le crédit digital m'aide vraiment à développer mon activité. »



Stanley est un commerçant de 35 ans qui exploite un stand de revente de chaussures. Il est marié avec trois enfants. Il habite actuellement dans les environs de Pumwani mais s’apprête à déménager dans sa propre maison dont la construction sera bientôt terminée.

Après le lycée, Stanley a vécu de petits métiers jusqu’à la création de son commerce en 2004. Avec beaucoup de discipline et de travail, son commerce est passé d’un stand à deux stands avec une rotation de stock de 720 USD par mois. Stanley est un partisan convaincu de l’épargne et il épargne au moyen de mécanismes formels et informels. Il utilise deux comptes bancaires, l’un plus que l’autre en raison de sa proximité avec son commerce. Il a également investi dans trois police d’assurance études pour ses enfants et fait aussi partie d’un groupe chama où il dépose de l’argent chaque semaine.

Stanley possède un smartphone et utilise le crédit digital de façon régulière, principalement pour financer le besoin en fonds de roulement de son entreprise. En moyenne, il emprunte 300 USD par mois pour reconstituer son stock. Il utilise KCB M-PESA, M-Shwari et Equitel, mais préfère KCB M-PESA pour ses plafonds et ses taux d’intérêt peu élevés. Il a également essayé Tala et Branch. Il aime emprunter et rembourser par anticipation quand il y a des promotions comme les prêts à taux zéro de KCB M-PESA. En dehors de son fonds de roulement, il emprunte aussi à des fins personnelles.

Caractéristiques démographiques et comportement d’emprunt digital

Sources de revenus et besoins	Perception et sélection des produits financiers	Accès à l’information et à la technologie	Autres facteurs démographiques
<ul style="list-style-type: none"> La principale source de revenus couvre les sorties d’argent du ménage et en partie celles de l’activité professionnelle. La nécessité de maintenir un certain seuil de chiffre d’affaires explique le besoin de crédit. 	<ul style="list-style-type: none"> L’aspect pratique et l’accessibilité sont les principaux critères de choix des prestataires financiers formels. Le crédit digital sert principalement au fonds de roulement. Les principaux facteurs de choix des produits de crédit digital sont le plafond de prêt et le taux d’intérêt. 	<ul style="list-style-type: none"> La possession d’un smartphone permet d’accéder à davantage d’informations, comme par exemple le fichage CRB ou les mécanismes de recours des clients. Sa connaissance d’un large éventail de produits de crédit digital lui permet de faire des choix éclairés. 	<ul style="list-style-type: none"> En tant que chef d’entreprise, il est enclin à prendre des risques et à faire des expériences. Habitant dans un environnement urbain, il se trouve à proximité d’un large éventail de prestataires de services financiers.

CATÉGORIE
DÉMOGRAPHIQUE
Petit commerçant

Jongleur

L'analyse du parcours de Stanley vers un usage régulier du crédit digital fait ressortir certains traits de comportement qui reflètent (1) le besoin d'un fonds de roulement immédiat et pratique avec un minimum de formalités (garanties, délais, cautions, etc.) et (2) le besoin de gérer les dépenses personnelles et professionnelles au moyen de différents outils financiers.

	PAS DE NOTION	NOTION	DÉCOUVERTE	ESSAI	USAGE RÉGULIER
APPAREIL	Utilise des services financiers formels et informels, ne connaît pas encore l'existence du crédit digital	Est informé par des messages marketing promotionnels qui répondent au besoin de crédit	S'enregistre auprès d'un prestataire de crédit digital	Vérifie le plafond de prêt et fait un premier emprunt de 30 USD qu'il rembourse par la suite	Emprunte fréquemment pour son activité professionnelle. Avec l'expérience, essaie différents prestataires de crédit digital
CONTEXTE SOCIAL	Est informé du crédit digital par différentes sources	Fait un choix éclairé sur la base des messages marketing et de l'expérience de ses pairs	Grâce aux informations reçues, explore le menu du crédit digital sans aide extérieure		Gère ses propres remboursements grâce aux rappels réguliers des prestataires
CARACTÉRISTIQUES CLÉS	<ul style="list-style-type: none"> • Prêt à prendre des risques et à faire des expériences, jongle entre différents prestataires de crédit digital. • Jongle avec plusieurs outils financiers formels et informels pour satisfaire différents besoins. • Peu fidèle dans ses choix de prestataire de crédit digital, qui dépendent de son besoin du moment. Il était par exemple un utilisateur actif d'Equitel mais ne l'est plus depuis que son plafond de prêt a été réduit. • En matière de remboursements, planifie et fait attention à rembourser ses prêts dans les délais et selon leur ordre de priorité pour éviter une réduction de son plafond de prêt et un fichage négatif. 				



Elvin, le travailleur précaire

« Le crédit digital m'aide tous les mois. Il me permet de faire face aux dépenses courantes en attendant mon salaire. »





Elvin est un travailleur précaire de 26 ans qui fait le ménage dans une banque locale. Il est marié et principal soutien de famille. Il habite dans une maison d'une pièce qu'il loue à Kawangware. Pendant son temps libre, il travaille comme chauffeur personnel, ce qui lui permet de gagner environ 50 USD en plus par mois.

Diplômé de l'école primaire, il vit depuis plus de huit ans de petits métiers. Il utilise des services financiers formels et informels, comprenant deux comptes en banque auprès de Jami Bora et de la Cooperative Bank et fait aussi partie d'un groupe *chama*, où il épargne 30 USD par mois. Sa première expérience du crédit digital s'est faite par le biais d'amis et aussi de messages publicitaires envoyés par les prestataires. Il y a souvent recours, car ses revenus mensuels de 160 USD ne lui permettent pas de subvenir à ses besoins. Il utilise différents prestataires comme KCB M-PESA, OPesa, M-Shwari et Branch, dont les prêts répondent à différents besoins. Il emprunte pour les besoins du ménage (alimentation, frais de scolarité de son frère, médicaments), à hauteur de 45 USD ou plus chaque mois en fonction de ses besoins.

Elvin essaie d'augmenter ses revenus en participant à des paris sportifs au moment des matchs de foot du week-end. Il dépense l'équivalent de 0,80 USD sur chaque pari. Son plus gros gain a été 90 USD, qui lui a permis d'acheter un nouveau matelas et un fauteuil pour chez lui. Il a bon espoir de gagner un jour pour se sortir de ses soucis financiers.

Caractéristiques démographiques et comportement d'emprunt digital

Sources de revenus et besoins	Perception et sélection des produits financiers	Accès à l'information et à la technologie	Autres facteurs démographiques
<ul style="list-style-type: none"> • La principale source de revenus ne couvre pas les sorties d'argent. • Elvine a besoin d'un revenu complémentaire pour couvrir les besoins du ménage. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le niveau des taux d'intérêt et l'accessibilité sont les principaux critères de choix du prestataire de crédit digital. • L'utilisation du crédit digital répond principalement à des besoins personnels. • Le montant des intérêts est le principal facteur de choix des produits de crédit digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les pairs et le bouche-à-oreille ont influencé la décision d'essayer le crédit digital • La possession d'un smartphone permet d'accéder à un large éventail de produits de crédit digital offerts par différents prestataires, ce qui permet des décisions éclairées. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le comportement d'emprunt est influencé par la faiblesse des revenus, qui ont besoin d'être complétés pour répondre aux besoins du ménage.

CATÉGORIE
DÉMOGRAPHIQUE
Travailleur précaire

Jongleur – Bon payeur

L'analyse du parcours d'Elvin vers un usage régulier du crédit digital fait ressortir certains traits de comportement qui reflètent (1) le besoin d'accéder rapidement et facilement à des fonds pour couvrir des besoins personnels et familiaux et (2) le besoin de répondre aux besoins du ménage au moyen de différents outils financiers.

	PAS DE NOTION	NOTION	DÉCOUVERTE	ESSAI	USAGE RÉGULIER
APPAREIL	Utilise des services financiers formels et informels, ne connaît pas encore l'existence du crédit digital	Est informé par des messages marketing promotionnels qui répondent au besoin de crédit	S'enregistre auprès d'un prestataire de crédit digital	Vérifie le plafond de prêt et fait un premier emprunt de 5 USD qu'il rembourse par la suite	Emprunte fréquemment à des fins personnelles et a désormais testé différents prestataires de crédit digital
CONTEXTE SOCIAL	Est informé du crédit digital par différentes sources	Fait un choix éclairé sur la base des messages marketing et de l'expérience de ses pairs	Grâce aux informations reçues, explore le menu du crédit digital sans aide extérieure		Gère ses propres remboursements selon l'ordre de priorité des échéances
CARACTÉRISTIQUES CLÉS	<ul style="list-style-type: none"> • Jongle avec plusieurs outils financiers formels et informels pour satisfaire différents besoins. • En matière de remboursements, planifie et rembourse ses prêts selon leur ordre de priorité en fonction de la date d'échéance et solde tous ses prêts lorsqu'il reçoit son salaire • Le choix du prestataire de crédit digital dépend du taux d'intérêt. • Calculateur: n'emprunte que le montant nécessaire pour un besoin donné et veille à rembourser ses prêts dans les délais impartis. 				



A close-up photograph of two hands, one from the left and one from the right, both with dark skin, holding a white banknote between them. The background is a blurred green, suggesting an outdoor setting. The image is partially framed by a white diagonal shape on the left and a blue and orange curved shape on the right.

Annexe 4 : observations tirées de l'analyse des demandes de prêt simulées des utilisateurs du crédit digital



Résultats des simulations de prêt digital : enregistrement ou inscription

Observations

Pour certains utilisateurs, le processus d'enregistrement a été affecté par le type de téléphone, la taille de l'écran et la mémoire. Les utilisateurs de smartphones 2G et 3G ont éprouvé davantage de difficultés pendant l'enregistrement. Certaines applications affichent un volume important d'information à l'écran, ce qui a affecté l'attention portée par les utilisateurs de téléphones plus petits au contenu affiché.

Les utilisateurs avaient besoin d'une connexion réseau stable (2G, 3G et 4G) et d'un accès aux données ou à la Wi-Fi pour arriver au bout du processus d'enregistrement. En particulier, les utilisateurs à faibles revenus n'avaient pas de forfait de données suffisant pour télécharger l'application et s'enregistrer, ce qui a interrompu par moment le processus.

Tous les prestataires de crédit digital font accepter les informations relatives aux conditions générales (dont l'autorisation de collecte de données personnelles) au moment de l'enregistrement. On note toutefois que la plupart des utilisateurs ne prennent pas le temps de lire et de comprendre le contenu affiché, acceptant les conditions générales pour passer à l'étape suivante du processus.

Certains clients ont eu le sentiment que certains prestataires avaient des formalités longues et fastidieuses de vérification d'identité et de demandes de renseignement pendant le processus d'enregistrement. Cela a amené quelques participants à changer de produit, surtout quand il n'arrivaient pas à accéder aux prêts après s'être enregistrés.



Résultats des simulations de prêt digital : demande de prêt

Observations

La plupart des utilisateurs ont vérifié leur plafond de prêt avant de demander un prêt. Certains prestataires avaient des limites peu élevées pour les nouveaux utilisateurs, de l'ordre de 2 à 5 USD, ce qui en a découragé certains.

La plupart des utilisateurs ont jugé que les procédures de demande étaient simples et faciles à comprendre pour les différents produits qu'ils ont essayés, à l'exception toutefois des utilisateurs semi-illettrés qui essayaient d'utiliser pour la première fois des produits proposés sur une application. Ces utilisateurs ont éprouvé des difficultés avec les aspects suivants : téléchargement de l'appli, navigation du menu, langage utilisé et contenu.

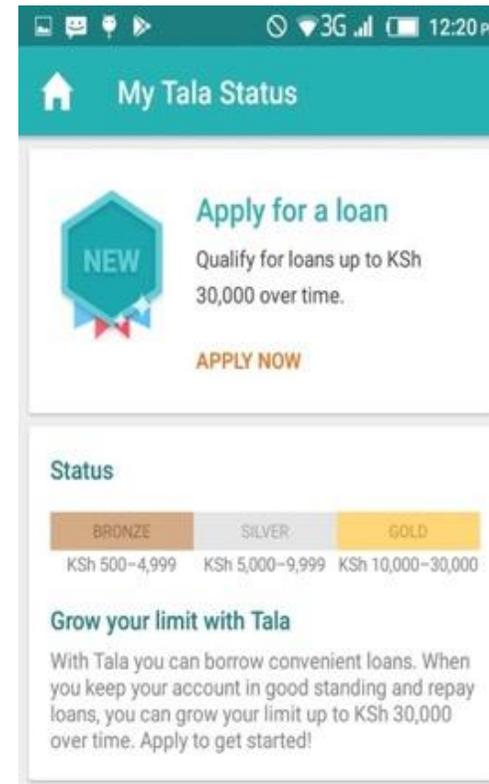
La plupart des utilisateurs de produits STK ont estimé que le processus d'emprunt était plus simple et plus convivial que sur les applications.

Certaines applications de prêt répartissent les utilisateurs en différentes catégories selon le montant emprunté : bronze, argent et or par exemple (écran Tala ci-joint).

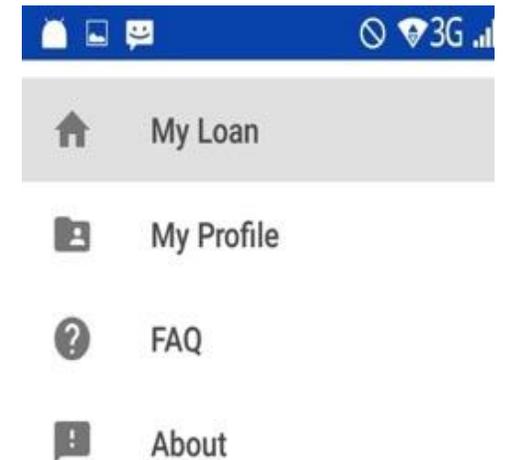
Certains prestataires font du marketing direct dans leur application pour encourager les utilisateurs à emprunter pour augmenter leur plafond de prêt, dans le cadre par exemple de campagnes de recommandation.

Tous les prestataires affichent des informations sur les conditions de prêt, comprenant le taux d'intérêt et le montant des intérêts, souvent appelé commission de service ou de dossier, et la date d'échéance. Certains prestataires offrent des conditions flexibles, qui permettent au client de choisir son taux d'intérêt et ses modalités d'emprunt. Certains autorisent également des remboursements hebdomadaires.

Exemple de catégories de prêt en fonction du montant



Exemple de menu d'application difficile à comprendre ou naviguer pour les utilisateurs



Résultats des simulations de prêt digital : remboursement des prêts

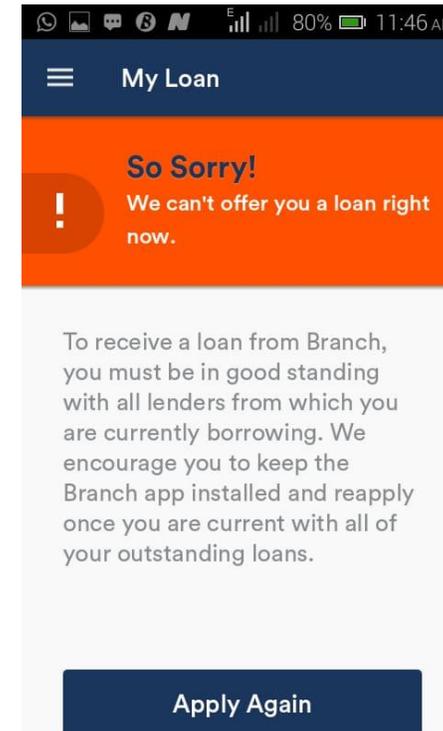
Observations

La plupart des prestataires utilisés offrent la possibilité d'utiliser le service de paiement de facture de M-PESA pour le remboursement des prêts. Dans certains cas, les utilisateurs devaient se référer aux messages SMS envoyé par le prestataire pour obtenir le numéro Paybill nécessaire au remboursement. Pour quelques prestataires (M-Shwari, KCB M-Pesa et HF Whizz), les utilisateurs avaient la possibilité de faire le paiement à partir de leur compte d'épargne digital.

Les utilisateurs à faibles revenus manifestent une préférence pour le remboursement des prêts en plusieurs fois avant la date d'échéance.

Les emprunteurs qui avaient des impayés n'ont pas pu obtenir d'autre prêt auprès du prestataire concerné. Ils se sont alors tournés vers d'autres applications de prêt pendant un certain temps, jusqu'à ce qu'ils soient fichés au CRB.

Nous avons noté que les utilisateurs qui avaient contracté des prêts Fuliza ne pouvaient pas rembourser leurs autres prêts digitaux au moyen de M-Pesa tant qu'ils n'avaient pas soldé leur encours avec Fuliza.



Mon prêt
Nous sommes désolés!
Nous ne pouvons pas vous offrir de prêt pour le moment.

Pour bénéficier d'un prêt de Branch, vous devez être à jour de tous vos prêts auprès d'autres prêteurs. Nous vous invitons à conserver l'application Branch sur votre téléphone et à faire une nouvelle demande de prêt lorsque vous serez à jour sur l'ensemble de vos prêts en cours.

Faites une nouvelle demande



Texte:
Cher NONAISHI WANGARE NDUNGU, votre échéance de prêt de 100,00 KES a été refusée pour insuffisance de provision. Le solde de votre compte KCB M-PESA est de 0,00 KES.

Annexe 5 : références bibliographiques



Références (1)

- Americas Market Intelligence. *Payments in Latin America: Under Digital Transformation: A payments industry whitepaper* by Americas Market Intelligence. Octobre 2016. <https://static1.squarespace.com/static/557dd429e4b035c8591b78e0/t/5807dfdfbe6594bf4a4a3769/147691108>
- Bloomberg News. *How China's Peer-to-Peer Lending Crash Is Destroying Lives*. 2 octobre 2018. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-10-02/peer-to-peer-lending-crash-in-china-leads-to-suicide-and-protest>
- Bruno P., Haberer P., Sarvady G., Schiff R., Sujo D. *The Digital Transformation of Merchant Credit*. McKinsey & Company. juillet 2013 https://www.mckinsey.com/-/media/mckinsey/dotcom/client_service/financial%20services/latest%20thinking/payments/mop17_the_digital_transformation_of_merchant_credit.ashx
- Carter, Kevin. *Paytm - India's Leading Digital Payment Platform*. Seeking Alpha, 2 octobre 2018. <https://seekingalpha.com/article/4209411-paytm-indias-leading-digital-payment-platform>
- CB insights. *Timeline: The First Decade Of Alternative Lending*. CB Insights, 4 janvier 2018. <https://www.cbinsights.com/research/alternative-lending-timeline-expert-intelligence/>
- Chart of the week: Credit in Kenya - how big are prêts, on average?*, FSD Kenya, 2 septembre 2016. <https://fsdkenya.org/data-visualization/chart-of-the-week-credit-in-kenya-how-big-are-prêts-on-average/>
- CryptoDavid. *96 % of All Transactions Are Happening Outside the Branch, Says Equity Bank*. BitcoinKE, 28 mars 2019. <https://bitcoinke.io/2019/03/96-percent-of-all-transactions-happening-outside-branch-says-equity-bank/>
- Delacharlelie, Celine. *4 fintech trends in Asia transforming the banking industry in 2018*. Innovation is everywhere. Janvier 2018. <https://www.innovationiseverywhere.com/4-trends-asia-transforming-banking-industry-2018/>
- Desai, Falguni. *The Evolution Of Fintech*. Forbes, 13 décembre 2015. <https://www.forbes.com/sites/falgunidesai/2015/12/13/the-evolution-of-fintech/#f1dea7571751>
- Fintech, Futures. *An overview of neobanks in Latin America*. Fintech Futures, 4 septembre 2018. <https://www.bankingtech.com/2018/09/an-overview-of-neobanques-in-latin-america/>
- Francis E., Blumenstock J., Robinson J. *Digital Lending in Emerging Markets. A Snapshot of the Current Landscape and Open Research Questions*. 27 juin 2017. http://www.digitalcreditobservatory.org/uploads/8/2/2/7/82274768/dco_landscape_analysis.pdf
- Njuguna, Margaret. *Digital Loans Reach 6.1 million Kenyans - Survey*. Capital FM, 26 octobre 2018. <https://www.capitalfm.co.ke/business/2018/10/digital-prêts-reach-6-1-million-kenyans-survey/>

Références (2)

Izaguirre J., Kaffenberger M., Mazer R., *It's Time to Slow Digital Credit's Growth in East Africa*. Blog du CGAP, 25 septembre 2018. <https://www.cgap.org/blog/its-time-slow-digital-credits-growth-east-africa>

Kamp S., Khon S., Lee G., Vinayak HV. *Engaging clients: The evolution of Asia-Pacific digital banking*. McKinsey, Janvier 2017. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/engaging-clients-the-evolution-of-asia-pacific-digital-banking>

Khan, Faisal. *Evolution of Fintech—A timeline*. Data Driven Investor, 15 juin 2018. <https://www.datadriveninvestor.com/2018/06/15/evolution-of-fintech-%E2%80%Aa-timeline/>

Latin America: A mobile feast. InstaPay, 25 juin 2018. <https://www.instapay.today/2018/06/26/latin-america-a-mobile-feast/>

Mbogo, Angeline. *Kenya Loan Apps Hit 49; M-Shwari Controls 29 % of the Digital Lending Market Share*. The Kenyan Wall Street, 3 septembre 2018. <https://kenyanwallstreet.com/kenya-loan-apps-hit-49-m-shwari-controls-29-of-the-digital-lending-market-share/>

Nzuki, Dominic. *LETTERS: Why credit digital revolution should slow down*. Business Daily, 27 janvier 2019. <https://www.businessdailyafrica.com/analysis/letters/4307714-4953510-l9mem5/index.html>

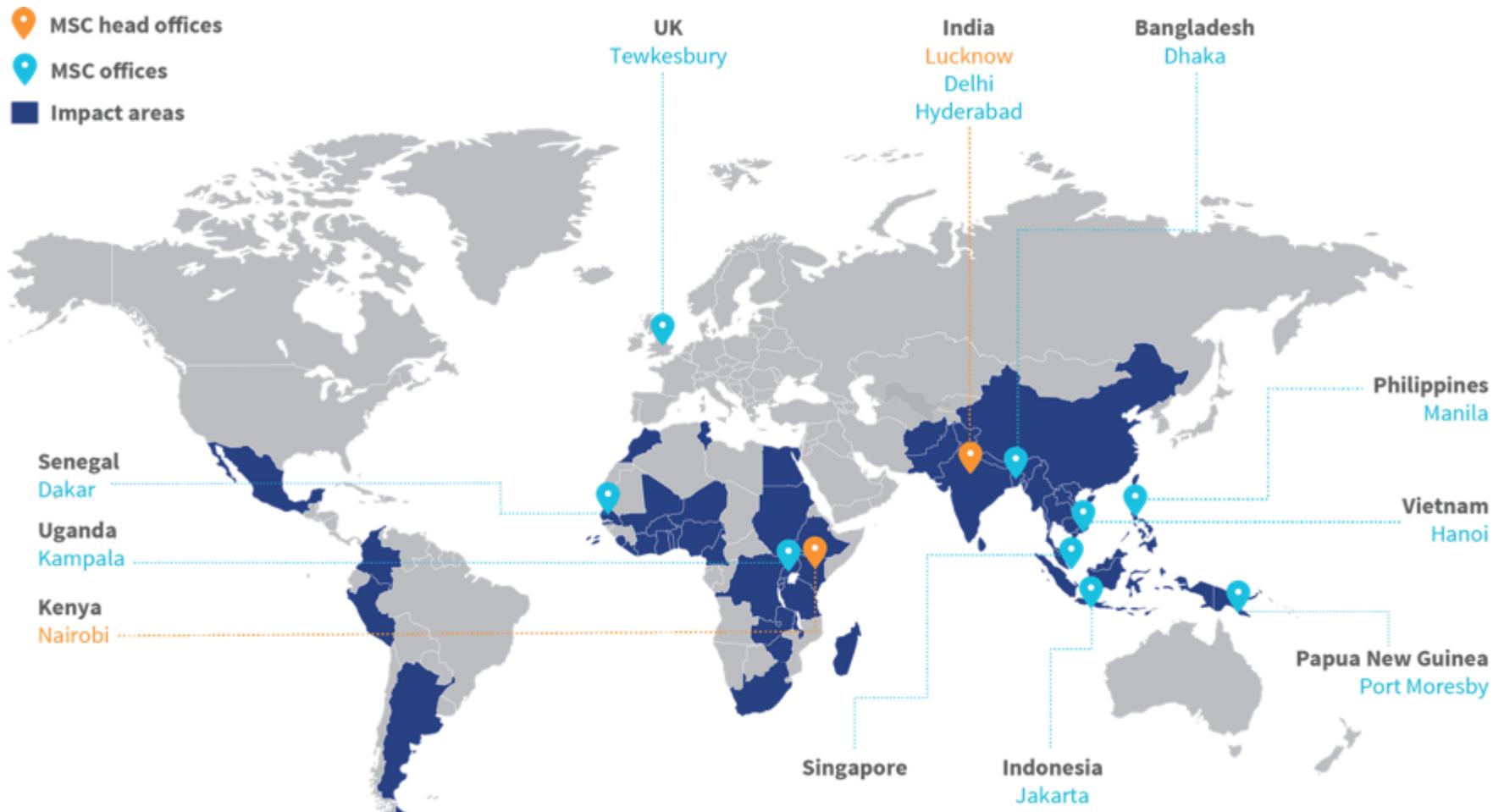
Shah A., Roongta P., Avadhani S., Shah D. *Digital Lending: A USD 1 Trillion Opportunity Over the Next Five Years*. Boston Consulting Group. Juillet 2018. http://image-src.bcg.com/Images/BCG-Digital-Lending-Report_tcm9-197622.pdf

Tang Z., Lahiri T., Echo H. *How Peer-to-Peer Lending Turned Middle-class Chinese Dreamers into Angry Protesters*. Quartz, 11 août 2018. <https://qz.com/1351198/how-p2p-lending-turned-middle-class-chinese-dreamers-into-angry-protesters/>

The Economic Times. *Xiaomi, India's biggest smartphone maker, now wants to lend you money*. 18 octobre 2015. http://economictimes.indiatimes.com/articleshow/66221507.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst

The Mobile Economy 2018. Association GSM 2018 <https://www.gsma.com/mobileeconomy/wp-content/uploads/2018/02/The-Mobile-Economy-Global-2018.pdf>

Totolo, Edoardo. *Kenya's credit digital Revolution Five Years On*. Blog du CGAP, 15 mars 2018. <https://www.cgap.org/blog/kenyas-digital-credit-revolution-five-years>



Brochure de présentation de MSC | Contactez-nous à info@microsave.net

Siège en Asie

28/35, Ground Floor, Princeton Business Park,
16 Ashok Marg, Lucknow, Uttar Pradesh, Inde 226001
Tél: +91-522-228-8783 | Fax: +91-522-406-3773 | E-mail: manoj@microsave.net

Siège en Afrique

Shelter Afrique House, Mamlaka Road,
P.O. Box 76436, Yaya 00508, Nairobi, Kenya
Tél: +25-420-272-4801 | Fax: +25-420-272-0133 | E-mail: anup@microsave.net

