

Les IMF de demain et le rôle de la nouvelle technologie dans le développement d'une microfinance inclusive au Maroc

The MFIs of the future and the role of new technology in developing inclusive microfinance in Morocco

REHIOUI Mourad

Doctorant Enseignant EST Fès

Université Sidi Mohamed Ben Abdellah,

Laboratoire de recherche sur l'entreprise et le développement local (LAREDEL). MAROC

KHASSAL Hicham

Docteur en sciences économiques et de gestion FSJES Fès

Université Sidi Mohamed Ben Abdellah,

Laboratoire de recherche sur l'entreprise et le développement local (LAREDEL). MAROC

Résumé

Notre économie a besoin et plus que jamais d'un secteur financier plus inclusif pour résoudre le problème de la disparité sociale. La microfinance dans notre pays est très dynamique, et en mouvement, renfermant des potentiels de développement incomparables et des possibilités d'innovation très importantes. À l'instar de la microfinance dans le reste du monde, l'avenir du secteur repose sur une stratégie recentrée sur le client et se développera en se basant sur des partenariats innovants favorisant une offre aussi diversifiée que possible de services adaptés et accessibles par les plus pauvres des pauvres. Ce changement doit se faire tout en réduisant les risques d'asymétrie d'information et les coûts de transaction qui reste le problème majeur des IMF de la place marocaine. La technologie continuera à façonner le secteur révolutionnant la conception des produits et service accessible à une large frange des marginalisés. Notre article a pour objectif de démontrer comment l'intégration des nouvelles technologies dans la chaîne de valeur des IMF permet de réduire leurs coûts de fonctionnement.

Mots clés : Coûts de transaction, nouvelle technologie, Microfinance inclusive, IMF, chaîne de valeur.

Abstract

The development of Africa's countries is conditioned in large part by its ability to make its economic and financial sector more inclusive. Today, the microfinance in Africa have changed and contains potential development and incomparable opportunities for innovation. Despite of less dynamic development than in other regions of the world. Like the microfinance in the rest of the world, the future of microfinance in Morocco is based on a refocused strategy on the customer and will develop based on innovative partnerships promoting a diversified offer and adapted and accessible services at the base of the Pyramid. This change while reducing the risks of asymmetry of information and transaction costs which remains the major problem of the MFIS in the Moroccan context. The technology will continue to shape the industry revolutionizing the design of products and service accessible to a broad fringe of the excluded persons.

Keyword: transaction costs, new technology, inclusive microfinance, MFI, value chain.

Introduction

Le rationnement du crédit pénalise, principalement, les populations pauvres. Afin d'avoir accès aux ressources nécessaires au financement de leurs activités, ces populations ont eu recours, depuis très longtemps, au secteur informel. L'objectif de maîtrise du risque de défaut de paiement oblige les banques à opérer une sélection sévère des clients. Conséquence normale de telle procédure est l'exclusion des pauvres de l'offre du service bancaire classique. Pour pallier à cette situation, les États ont favorisé l'éclosion de structures alternatives de financement capables aussi d'assurer la mobilisation de l'épargne et de créer les conditions d'une insertion progressive du secteur informel dans l'économie formelle. C'est dans ce sens que la microfinance a été introduite pour établir une liaison entre les pauvres et le système financier, concevoir un minimum d'égalité et de justice sociale et constituer un relais des banques classiques dans le financement des activités de micro entreprises. Afin de fournir les mêmes chances d'accès aux biens premiers sociaux (Rawls 1987), et d'assurer le mieux-être des individus et de leurs collectivités. Les « architectes » de la microfinance moderne sont convaincus que la pauvreté est accolée à un manque de bien fondamentaux tels que le revenu, l'éducation, la santé.....Qu'on peut regrouper dans ce que, Sen (1985), appelle des « capacités ». C'est une piste de lutte contre l'exclusion financière et la lutte contre la pauvreté endémique, représentant ainsi un levier de changement, contribuant au développement local (Gentil et Servet, 2002). Les principaux facteurs d'exclusion financière sont : l'inaccessibilité et absence des réseaux de distribution; l'éloignement géographique (Kempson et al., 1999 ; Doyle et al., 1998; Beshouri et al., 2010) et les coûts de transaction qui poussent les banques commerciales et certaines IMF à ne pas servir les petits comptes pour des raisons évidentes de rentabilité.

Face au nombre de non-bancarisés dans notre continent et au nombre croissant de nouvelles technologies qui s'installe dans nos pays notamment les téléphones portables en usage et l'utilisation de l'internet, le Mobile Banking spécialement, et l'utilisation de la nouvelle technologie et des objets connectés dans le secteur de la microfinance semblent être la solution pour diffuser des services financiers et bancariser une nouvelle population (Djamchid et Anaïs,2011).

Au départ, le terme était accolé aux activités de microcrédit, mais avec l'émergence de la nouvelle technologie le secteur a évolué pour proposer des produits financiers aussi diversifiés que possible allant de l'épargne, l'assurance, les paiements à distance jusqu'au transferts d'argent, etc. également la nature des clients des institutions de microfinance a

beaucoup évolué intégrant de plus en plus des jeunes fortement connectés et surdoués dans la nouvelle technologie.

Au Maroc le développement de la microfinance s'est défini par :

- La proposition d'une offre basée sur la solidarité, la proximité et l'engagement social des institutions et des clients ;
- La recherche d'un équilibre entre performances sociales, pérennité financière et commercialisation accrue dans un contexte marqué par l'absence et la raréfaction des subventions marié avec des coûts de transaction relativement lourds ;
- Des bailleurs publics nationaux et internationaux subventionnant le démarrage du secteur ;
- L'émergence d'un cadre formel et réglementaire pour les activités microcrédit à partir des années 2000 avec la création d'institutions issue de la société civile ou dérivée des banques de la place marocaine ;
- Une concurrence entre les opérateurs dans des marchés saturés poussant les fournisseurs de ces services à diversifier leur offre et cibler de nouveaux clients ;
- Des efforts constants d'innovation par le biais des nouvelles technologies, permettent de faire évoluer les mentalités, les pratiques et de réduire les coûts de transaction des services financiers.

Notre article vise à montrer les mutations du secteur de la microfinance au Maroc qui renferme des occasions de croissance et d'innovation irréprochable, et de présenter les initiatives qui concourent à rendre la microfinance plus inclusive et de la projeter une image de la microfinance de demain. Notre question de recherche est de comprendre comment les nouvelles technologies contribuent à la réduction des coûts de transactions des IMF et favorisent le développement d'une microfinance inclusive.

Nous aborderons dans un premier temps l'émergence du nouvel écosystème de la microfinance et les nouvelles transformations qui ont marqué le secteur récemment. Dans un deuxième temps nous questionnons le rôle de la nouvelle technologie dans l'optimisation des coûts de transactions et l'amélioration de l'impact de la microfinance.

1. L'émergence d'un nouvel écosystème de la microfinance

Les systèmes bancaires africains ont gagné en performance et en structuration, mais de nombreuses faiblesses persistent. Le Forum Économique Forbes Afrique 2014 qui a fait le constat relève, par ailleurs, qu'il reste confronté à des défis majeurs, notamment la faiblesse

du taux de bancarisation surtout en milieu rural, et la variabilité des capitaux entre les pays africains. Le forum qui s'est tenu le 25 juillet à Brazzaville était l'occasion où les présidents des principaux pays de l'Afrique ont échangé sur les leviers de la bancarisation croissante de leurs citoyens. La confiance et l'innovation sont pointées de doigt comme leviers pour assurer l'inclusion financière. Les mutations réglementaires et technologiques qui se sont substituées aux anciennes ont conditionné l'émergence d'un nouvel écosystème de microfinance.

1-1 Un nouvel encadrement légal et réglementaire encourageant la confiance

L'implication des instances de supervision et les besoins de contrôle externes, le reporting financier, les normes comptables, les exonérations fiscales et les taux d'intérêt, ont favorisé la recherche d'équilibre macroéconomique et l'encadrer les activités existantes et stimuler le développement d'activités nouvelles en matière d'inclusion financière. Le secteur de la microassurance et le développement rapide de sa réglementation représentent un exemple parlant des efforts des pouvoirs publics pour encourager les initiatives innovantes d'inclusion financière.

La microassurance prévoit des produits avec des coûts relativement bas, une priorité pour la souscription solidaire, des procédures simples.

Voici quelques particularités réglementaires spécifiques à la microassurance :

- Un plafonnement des prestations d'assurance pour faciliter l'offre des primes basses et permet l'accès à ces produits aux personnes à faibles revenus en réduisant les coûts de transaction ;
- L'assurance de groupe soutient la gestion de risques et réduit les primes d'assurance (les économies d'échelle) ;
- Des mesures incitatives pour assurer la rapidité et la réactivité dans le traitement des dossiers des sinistrés.

1-2 Le développement de l'infrastructure et l'émergence de la nouvelle technologie en microfinance

L'avènement de la nouvelle technologie et spécialement la téléphonie mobile a contribué activement au désenclavement de certaines régions. La concurrence acharnée entre les opérateurs de téléphonie a permis de rendre la technologie mobile à la portée d'une grande

partie de la population et même les pauvres grâce à la baisse des prix des terminaux et spécialement les smartphones et des chargeurs solaires. L'Afrique est considérée aujourd'hui comme un bassin englobant des potentialités. En effet, les acteurs internationaux voient un grand potentiel de développement de l'accès à Internet en Afrique. Plaçant l'Afrique comme l'un des marchés les plus prometteurs en téléphonie mobile. En 2013 le taux de pénétration de la téléphonie mobile est estimée à plus de 89 % dans les pays du Sud (ITU, 2013), même si la couverture réseau reste à améliorer en zone rurale.

2- La transformation de la microfinance marocaine

La microfinance au Maroc est aujourd'hui très différente de ce qu'il était dans les années 2000, le secteur renferme des potentialités très importantes de croissance et d'innovation. Dans les autres régions du monde, les IMF affichent des performances moins élevées avec une faible qualité des actifs (portefeuille à risque supérieur à trente jours se situe autour de 3 %, faible taux de couverture des défauts de paiement, une structure de coûts plus élevée).

Le secteur est aussi peinturé, quelques points généraux méritent d'être scannés : la mauvaise gestion et la gouvernance restent des défis importants du secteur (faiblesses du capital humain et de la formation, conflits d'intérêts, manque de transparence). Pour compléter ce panorama global, quelques grandes tendances évolutives sont à noter :

2-1 La conduite des citoyens marocains en matière d'épargne :

Au Maroc, le recours systématique à des mécanismes financiers informels tels que la « tontine » (au Maroc, le mécanisme est appelé « Darte ») représente une issue pour contrecarrer les insuffisances du système financier. Aujourd'hui, les mécanismes d'épargne ont évolué vers des modèles plus formalisés, avec des structures formelles améliorant la gouvernance et la gestion de ces groupes.

2-2 Le comportement des banques :

L'orientation actuelle des banques au Maroc est d'intervenir directement dans le secteur de la microfinance par la création de filiales spécialisées et par l'offre de produits adaptés. Moyennant des structures légères et autonomes gérées avec des procédures simples et à la portée de la cible (Attali 2014). Les banques qui ont pénétré le secteur de la microfinance offrent leurs services à partir d'un réseau de distribution fortement centré sur les villes et les

communes présentant des indicateurs de performance pour l'institution. Les antennes sont installées là où vit et s'active la cible. L'offre comprend des services financiers et des services non financiers. La large gamme des produits financiers se décline en plusieurs types de microcrédits : les prêts individuels et solidaires destinés aux activités génératrices de revenus (AGR), et aussi des prêts pour logement.

L'approche de ces institutions en matière de microcrédit s'articule autour d'un double objectif : promouvoir des microprojets et renforcer les capacités d'entrepreneuriat et d'autonomisation des bénéficiaires.

Cette offre comprend en outre le transfert d'argent, des services de recherche téléphonique et paiement de vignette automobile.

L'offre comprend également des services non financiers. Il s'agit de la formation et l'accompagnement des clients micro-entrepreneurs. Ces formations de base aident les bénéficiaires à comprendre divers aspects des produits qu'ils contractent. D'autres formations sont dispensées et portent sur l'éducation financière, le management et des formations métiers.

2-3 Le « mobile money » et la banque à distance

Le M-Banking est un système qui permet au consommateur d'utiliser l'internet via un dispositif connecté à distance, afin de procéder à des transactions (Varshney et al., 2010 ; Weitenberner et al., 2006 ; Wei et al., 2009). Ce système représente un canal par le biais duquel le client interagit avec une institution via un procédé mobile (Barnes et al., 2003; Scornavacca et al., 2004) pour effectuer des paiements ou utiliser d'autres services financiers mobiles avec une indépendance de temps et de lieu (MobeyForum, 2008). Les trois plateaux du M-banking, SMS & MMS, Internet et applications, ont toutes pour objectif d'améliorer la rentabilité des institutions en déplaçant les consommateurs des canaux traditionnels vers les canaux digitaux, qui seraient moins coûteux (Grimes, 2010) et par conséquent plus rentables et donc plus inclusifs.

Ils représentent une opportunité pour les banques et les IMF de pénétrer dans le segment de clientèle le plus éloigné. À travers les activités de communication (rappel des échéances, les offres promotionnelles) de transfert d'argent et le paiement électronique à distance.

2-4 La mobilité et la proximité des correspondances

Il serait possible dans le futur proche au Maroc de faire toutes les opérations bancaires de chez lui ou dans une station essence (à l'instar des autres pays du monde) en utilisant et en développant la nouvelle technologie. Les agents mobiles et les agences mobiles sont un exemple parlant de la nouvelle logique des IMF au Maroc. Les antennes mobiles se déplaçant de village en village pour étendre leur portée (J. Attali 2014). Des véhicules mobiles sous forme de fourgonnettes équipées de la technologie distribuent des services bancaires mobiles dans les zones cloisonnées.

2-5 Le rôle du réseau postal dans d'amélioration de l'inclusion financière au Maroc

Bien que leur portée demeure encore limitée, plusieurs modèles de services financiers postaux existent aujourd'hui au Maroc. La Poste développe aujourd'hui des partenariats avec des opérateurs de téléphonie mobile et des compagnies d'assurances. L'institution peut aussi offrir des services financiers non licenciés tels que l'ouverture de comptes épargne contribuant ainsi au développement de l'inclusion financière (Berthaud et Davico, 2013).

Au Maroc, Al Barid Bank (ABB), offre des services de crédit, d'épargne et de transfert de fonds à des prix accessibles à la base de la pyramide. La base de clients est passée d'environ 4 à 6 millions de personnes en trois ans. Avec l'appui de PlaNet Finance, ABB a lancé une solution mobile en 2013 et développe une stratégie d'inclusion financière basée sur des canaux de distribution innovants. Le nouveau service de la banque à distance d'Al Barid Bank, permet aux clients de suivre et de gérer leurs comptes à partir de chez eux, à tout moment et en toute sécurité. Avec la solution innovante de Barid Bank le client peut :

- Consulter son solde et l'historique de ses dernières opérations sur les 3 derniers mois ;
- Éditer le RIB ;
- Commander un chéquier ;
- Consulter le taux de change des principales devises ;

2-6 Les opérateurs téléphoniques et les sociétés de paiement électronique

Le mobile money est une machine financière qui s'impose elle-même au Maroc. Ce canal de distribution est un moyen de toucher la population dans les zones les plus reculées. Aujourd'hui, 20 millions de personnes en Afrique ont accès aux services financiers *via* la téléphonie mobile. Il faut noter que la portée du service reste encore limitée et les données sur le lien entre les produits de banque mobile existants et d'autres services financiers manquent.

Les solutions permettant de convertir les billets de banque en « unités électroniques » chargées sur les téléphones. Ces unités électroniques peuvent être utilisées ou transférées à des personnes tierces (par des SMS) pour payer envoyer de l'argent à sa famille ou encore rembourser un crédit. Il faut noter que la monnaie électronique, qui est contrôlée par la banque centrale du pays, est indexée sur la valeur de la monnaie du pays pour éviter les risques systémiques de création monétaire (Attali, 2014).

3- Le rôle de la nouvelle technologie dans l'optimisation des coûts de transaction et de changement des règles de la concurrence

Les avantages des nouvelles technologies pour le secteur de la microfinance ont été soulignés à mainte reprise : toucher plus de franges de clients dans des zones écartées à un moindre coût, sécuriser les transactions et améliorer leur transparence. Les nouvelles technologies peuvent concourir à résoudre la problématique du fameux dilemme de la microfinance à savoir l'équilibre entre la mission financière et sociale. Néanmoins, il est important pour cela que les IMF, sachent tirer profit du tournant de la finance digitale en développant le bon business model, qui doit internaliser des problématiques technologiques, mais aussi opérationnelles, marketing, d'écoute et d'expérience client. Les IMF doivent chercher des partenariats solides et s'allier aux bons partenaires pour pouvoir adapter des solutions intégrées et opérationnelles aux besoins de leur clientèle exclue des systèmes financiers traditionnels.

La nouvelle technologie propose plusieurs solutions clés en main en matière de finance digitale :

- Orange opère en Afrique depuis plus de 20 ans et s'étend aux services financiers digitalisés depuis 2008. les services télécom d'orange peuvent permettre d'améliorer l'inclusion financière et d'accéder aux zones rurales éloignées : les Marocains sont de plus en plus équipés des téléphones mobiles connectés ce qui facilitera la communication et le contact avec les IMF. En effet, le projet Orange Money développé dans la finance digitale (un compte bancaire est associé au numéro de téléphone) permet de recevoir, envoyer de l'argent, épargner, payer des factures, etc. l'opérateur télécom cherche à développer des partenariats avec des banques, des IMF et des ONG.
- Le SMS Banking : c'est-à-dire l'information digitale via envoi des SMS aux clients à titre d'exemple rappel des échéances, communication sur de nouveaux produits et

envoi de SMS par les clients pour poser des questions et éviter ainsi de se déplacer aux agences.

- Partenariats avec les fournisseurs de monnaie électronique (cash-in/cash-out), permettant aux clients le paiement en temps et en heure, ce qui permet aussi de toucher des zones plus éloignées au minimum de coût favorisant ainsi la prospection de nouveaux clients.

Dans leur article intitulé « Comment les produits intelligents connectés changent les règles de la concurrence ». Porter et Heppelmann (2018) ont examiné les implications des objets connectés sur l'environnement des organisations et la façon dont ils affectent la concurrence, la structure des marchés, les périmètres des secteurs d'activité et des stratégies, les auteurs ont étudié les conséquences des objets connectés sur toutes les unités opérationnelles qui composent l'entreprise. En effet, les objets connectés opèrent une redéfinition des fonctions centrales des institutions : le développement de nouveaux produits et le rajeunissement des anciens, informatique et système d'information, production de nouveau service, logistique, marketing, ventes et services après-vente.

3-1 Réorganisation des institutions

La création des produits et leurs acheminement vers le client déploient toute une gamme d'activités organisées et liées : information, recherche et développement, production, logistique, marketing, service commercial et après-vente, ressources humaines, finances...etc. Les solutions apportées par les objets connectés affectent chacune des fonctions de cette chaîne de valeur, car au cœur de cette chaîne il y a des données qui circulent et qui sont responsables de la création et le développement de la valeur. Les données sont le plus souvent générées en interne et transmises tout au long de la chaîne de valeur : traitement des demandes clients, interaction avec fournisseurs et intermédiaires, service client et ainsi de suite. Les organisations venaient ensuite compléter ces informations par des enquêtes, des études et autres sources extérieures. La combinaison de ces données, interne et externe, permet à l'institution de mieux connaître leurs clients et leurs cibles afin d'adapter l'offre à la demande. Permet également de connaître les attentes et les orientations des clients et du marché et de maîtriser les coûts qui structurent ce dernier, tout en dévoilant le fonctionnement du produit sur le marché. Aujourd'hui avec la nouvelle technologie vient s'ajouter à ces sources traditionnelles une source nouvelle à savoir le produit lui-même qui peut se transformer en source d'information pertinente. Le mariage des produits avec les objets intelligents connectés génère en temps réels des données d'une diversité et volumes sans

précédent, qui représentent aujourd'hui un actif crucial aussi bien pour l'institution que pour ses collaborateurs. L'exploitation des données moyennant la nouvelle technologie permet de réduire le temps de réponse et la réactivité des institutions, tout en optimisant la charge de travail des collaborateurs surtout au niveau de la prospection, l'accompagnement et le recouvrement.

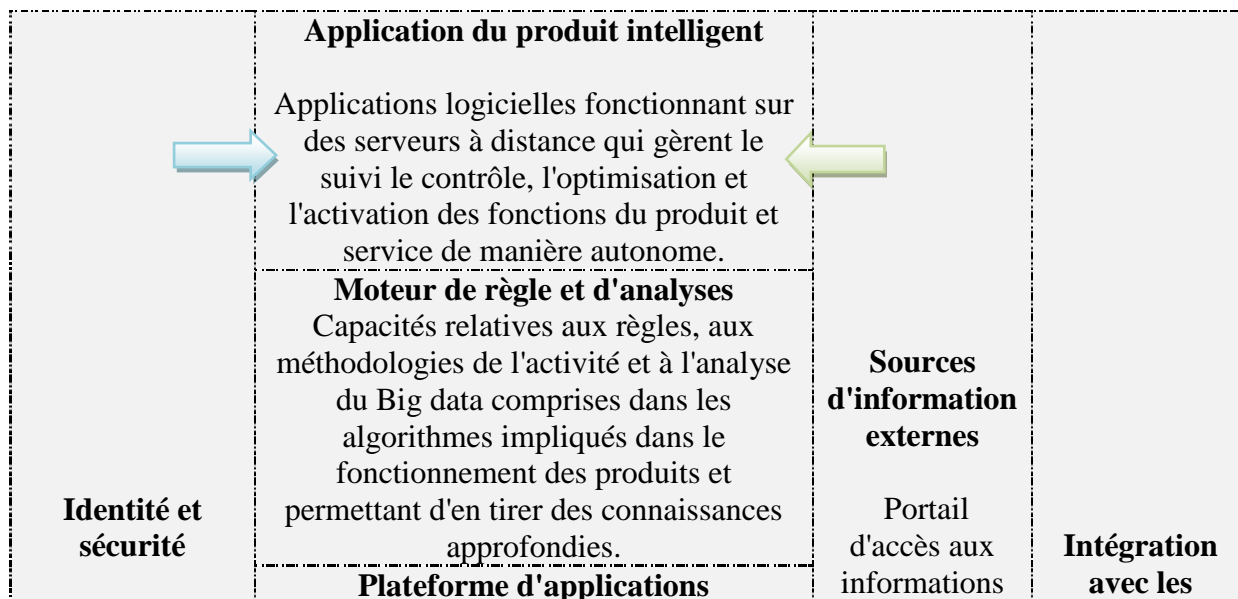
3-2 La transformation de la chaîne de valeur

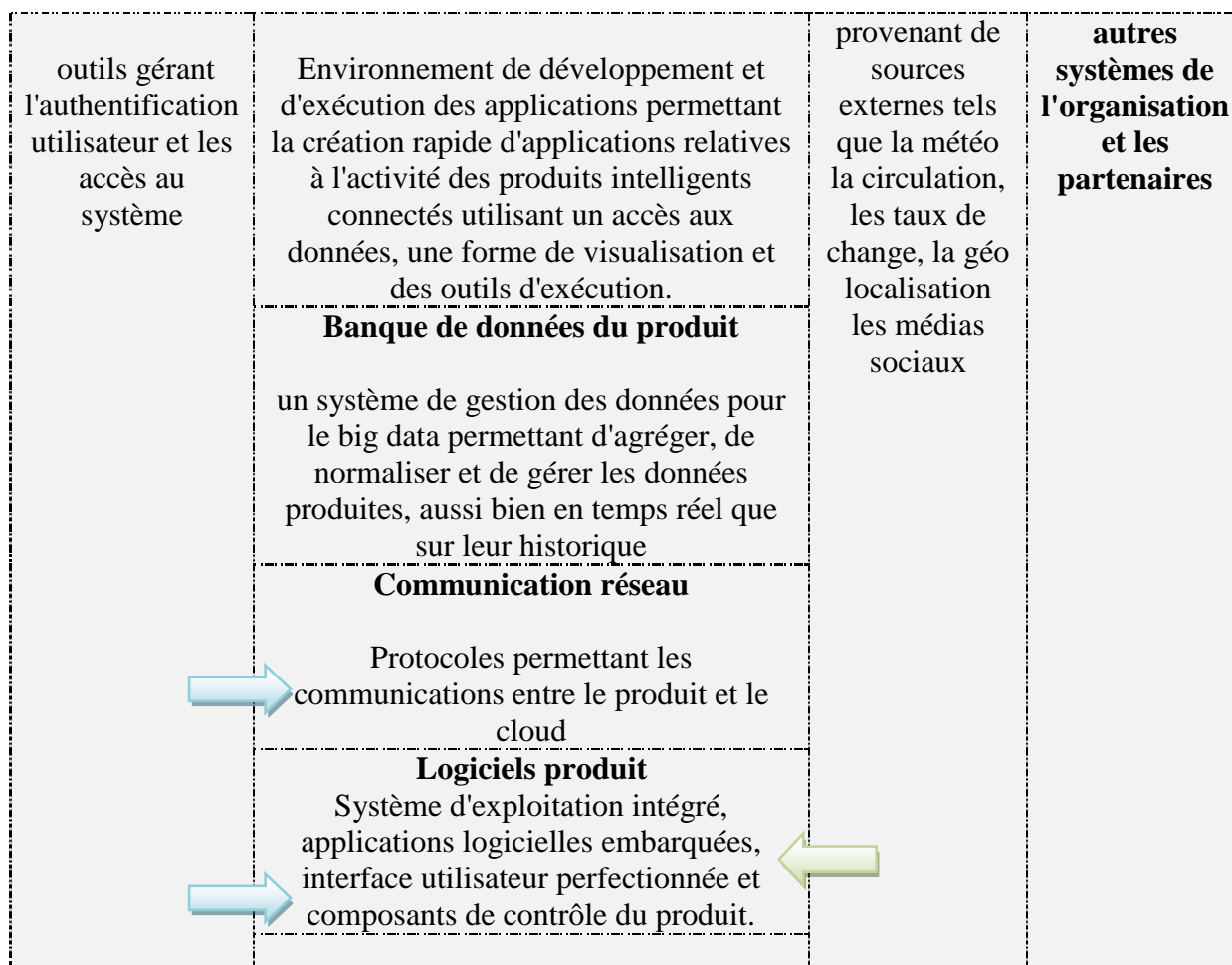
Les données nouvelles et puissantes dont elles disposent désormais les organisations en se basant sur la nouvelle technologie permettent une nouvelle configuration des capacités et une restructuration de l'organisation habituelle de l'institution. Cette transformation, qui intervient dès l'étape du développement et naissance du produit, vient impacter toute la chaîne de création de valeur de l'institution. Les fonctions traditionnelles voient leurs contours évoluer tandis que de nouvelles activités font leur apparition.

Les produits intelligents connectés obligent les entreprises à mettre en place et à entretenir une infrastructure de technologies intégralement nouvelle. Cet empilement de technologies se compose de plusieurs couches comprenant de nouveaux matériels, des logiciels intégrés, des éléments de connectivité, un cloud de produit constitué de programmes fonctionnant sur des serveurs à distance, un ensemble d'outils pour la sécurité, un portail d'accès aux sources d'information externes et une interface d'intégration avec d'autres systèmes de l'institution.

Le schéma suivant explique le nouvel empilement de technologies :

Tableau 1 : Le Nouvel empilement de technologie





Source : Porter et Heppelmann (2018)

4 - Les institutions de demain et le rôle de la nouvelle technologie dans le développement d'une microfinance inclusive

Le visage de la microfinance de demain se doit changer. Avec le changement de l'environnement, la microfinance est appelée et plus que jamais à réintégrer la nouvelle technologie dans sa chaîne de valeur aussi bien interne qu'externe pour plusieurs raisons :

4-1 Des clients de plus en plus jeunes et avertis

D'ici 2030 près de 40 % de la population africaine aura entre dix ans et vingt-neuf ans en 2030, et le taux d'alphabétisation aura atteint 80 %. 50 % de la population africaine vivra dans les villes et les flux migratoires, se seront amplifiés (BAD, 2011). Automatiquement les clients de la microfinance vont connaître une révolution aussi bien en termes de niveau intellectuel qu'en termes de capacités. La maîtrise de la nouvelle technologie va devenir un

atout favorisant l'exploitation de la nouvelle technologie. Une catégorie de clients plus jeunes, maîtrisant parfaitement les nouvelles technologies, de plus en plus éduqués, concentrés dans les zones urbaines et avec des attentes plus définies. L'inclusion financière pour ces clients sera rendue encore plus complexe du fait du processus d'urbanisation croissant, des économies d'échelle rendues plus difficiles et d'une offre de services encore plus coûteuse dans les régions rurales.

4-2 Une concurrence acharnée favorisant l'innovation

La mise en concurrence des institutions favorise l'amélioration de l'offre, une proximité avec les besoins des populations à faibles revenus. Cette mise en concurrence incite les opérateurs à rechercher de nouvelles solutions et à innover afin de proposer des services à plus forte valeur ajoutée à faible coût de production et un potentiel de diffusion à grande échelle.

4-3 La nouvelle technologie comme alternative pour optimiser les coûts de transaction en microfinance

Le développement de la microfinance d'aujourd'hui appelle à placer les nouvelles technologies au fond de leur appareil de décision et au cœur de leurs stratégies. En s'appropriant plus les outils « *mobile money* » et en développant le « *mobile banking* », les opérateurs pourront réduire leurs coûts de transaction, notamment dans les zones rurales, et renforcer ainsi l'inclusion financière.

Les données relevées par les objets intelligents connectés génèrent des informations permettant ainsi aux institutions et aux clients et partenaires d'optimiser les performances des produits et services. Des outils analytiques sophistiqués appliqués aux données tirées à la fois des produits et des ressources internes et externes à l'institution. Permettent des observations plus poussées. Cette innovation dans le design et l'octroi de services permet de renforcer l'impact de l'inclusion financière. Citons à titre d'exemple la géolocalisation, et les instruments météorologiques de mesure vont améliorer de façon radicale la conception de produits de microassurance. Également, l'utilisation de la biométrie ou des programmes de reconnaissance vocale vont étendre l'accès à la microfinance de personnes exclues et faciliter le contrôle et la prévention des IMF contre le détournement et la fraude.

- le développement de systèmes d'information en nuage cloud-based banking programs va permettre aux opérateurs de réduire leurs dépenses opérationnelles et de mieux comprendre le profil et les besoins de leurs clients en ayant accès à des systèmes d'analyse plus sophistiqués (Barnett, 2011).

Conclusion

Les téléphones portables constituent un excellent moyen pour proposer des services financiers aux plus démunis au sein des pays en développement. Les populations non-bancarisées étant souvent situés en zone rurale, il est très difficile pour les IMF de les servir pour des raisons de coûts. La création d'agences, l'emploi des agents mais également le transport d'argent ne serait difficile et surtout déficitaire pour l'institution compte tenu de la population ciblée. La nouvelle technologie peut apporter des solutions clés en main permettant de réduire les coûts de transaction et capables d'optimiser la chaîne de création de valeur.

La nouvelle technologie n'est qu'un moyen facilitant la tâche d'inclusion pour aller vers les populations exclues, le relationnel et la confiance sont importants et la technologie ne doit pas être une fin en soi. Le premier obstacle se situe en interne, des IMF, et concerne la difficulté à expliquer aux collaborateurs pourquoi le digital est important et comment ce digital doit être utilisé. Il faut qu'il y ait une volonté stratégique au départ. De plus, les solutions proposées et développées ne vont pas forcément marcher à la première itération. Parfois, la réglementation et les services juridiques peuvent ralentir le processus de mise en place et compliquent le processus d'installation.

BIBLIOGRAPHIE

Assadi D., Cudi A. (2010), « Le "Mobile Banking" est-il efficace pour offrir des services financiers aux non-bancarisés ? Une étude exploratoire », IN : ITEM2, « Microfinance : de la charité aux affaires », 9 et 10 décembre 2010, Dijon.

Banque africaine de développement (2011), Africa in 50 Years' Time. The Road Towards Inclusive Growth, septembre,

BARNETT B.(2011), «Cloud Computing & Financial Services for the Poor: Primer &Procurement Guidance», US Agency for International Development, octobre.

BECK T., LEVINE R. et LOAYZAN N. (2000), « Financial Intermediation and Growth – Causality and Causes », Journal of Monetary Economics.

BERTHAUD A. et DAVICO G. (2013), Global Panorama on Postal Financial Inclusion: Business Models and Key Issues, Universal Postal Union,

BOYE S., HAJDENBERG J. et POURSAT C. (2007), « Le guide de la microfinance, microcrédit et épargne pour le développement », Eyrolles, 304 p.

CGAP (2010), « CGAP MIV Disclosure Guidelines », Washington DC,

CGAP (2012), « Microfinance Investment in Sub-Saharan Africa: Turning Opportunities into Reality».

CGAP (Consultative Group to Assist the Poor) (2009), Overview of Microfinance-Related Legal and Policy Reform in Sub-Saharan Africa.

DEMIRGÜÇ-KUNT A. et KLAPPER L. (2012), « Measuring Financial Inclusion: the Global Findex Database », World Bank, Policy Research Paper, n° 6025.

FREEMANTEL S. (2014), Understanding Africa's Middle Class, Standard Bank, Report,

Gentil D, Servet J.M, MICROFINANCE: PETITES SOMMES, GRANDS EFFETS?, Revue Tiers Monde, 2002.

Kempson E., Whyley C., Caskey J., Collard S. (2000), In or out? Financial exclusion: A literature and research review, Financial Services Authority, United Kingdom.

IFC (International Finance Corporation) (2012), Innovative Agricultural SME Finance Models,

ITU (International Telecommunication Unit) (2013), ICT Facts and Figures, The World in 2013.

Jacques Attali, « LES NOUVEAUX VISAGES DE LA MICROFINANCE EN AFRIQUE » Association d'économie financière « Revue d'économie financière » 2014/4 N° 116 | pages 243 à 258.

MCCORD M. J., STEINMANN R., TATIN-JALERAN C., INGRAM M. et MATEO M. (2013), The Landscape of Microinsurance in Africa 2012, Munich Re Foundation, mars.

Michael E Porter, James E. Heppelmann, « Comment les objets intelligents connectés transforment les entreprises, Harvard Business Review, Printemps 2018.

MIX MARKET (2006), Benchmarking African Microfinance 2005 Report.

MIX MARKET (2013), Regard sur la microfinance en Afrique subsaharienne Report.

NATIONAL INSURANCE COMMISSION OF NIGERIA (2013), Guidelines for Microinsurance Operations in Nigeria,

OPPORTUNITY INTERNATIONAL (2012), Agricultural Finance: the Opportunity Difference,

Rawls (1987), « théorie de la justice » Contrat social versus utilitarisme. In: *Revue française de science politique*, 41^e année, n°1, 1991. pp. 81-96.

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE (2014), Corporate and Social Responsibility Report 2013-2014.

WEBOGRAPHIE

<http://www.microfinance.ma/> consulté le : 25/09/2018

<https://www.albaridbank.ma/wps/portal/AlBarid/> consulté le 24/09/2018