



**HAL**  
open science

# Mobile money et fidélisation des consommateurs au Cameroun: de la guerre des SMS à la guerre des prix

Patrick-Hervé Mbouombouo Mfossa

## ► To cite this version:

Patrick-Hervé Mbouombouo Mfossa. Mobile money et fidélisation des consommateurs au Cameroun: de la guerre des SMS à la guerre des prix. 2017. hal-01903067

**HAL Id: hal-01903067**

**<https://auf.hal.science/hal-01903067>**

Preprint submitted on 24 Oct 2018

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# Mobile money et fidélisation des consommateurs au Cameroun : de la guerre des SMS à la guerre des prix

*Patrick Mfossa*

Version provisoire (à ne pas citer)

SMS reçu le 31/07/2017 à 16h11 : “Cher client, à partir du premier Août 2017, les **tarifs** Orange Money **évoluent** mais **restent inégaux**. Orange vous remercie de votre fidélité”

## Résumé

La conquête et fidélisation des clients sont au cœur des choix stratégiques des trois entreprises qui se disputent le marché camerounais du mobile money. Au-delà des vastes campagnes marketing à l'échelle nationale, cette bataille passe par des SMS dont le contenu manifeste et les contenus latents peuvent parfois renvoyer à des réalités divergentes susceptibles de pousser le client vers la concurrence. L'objectif de cet article est de vérifier cette hypothèse à partir d'une analyse de contenu du SMS d'Orange Cameroun du 31/07/2017 en rapport avec les tarifs de son service de mobile money.

**Mots clés :** Mobile money, Plan tarifaire, Analyse de contenu.

## Introduction

Le SMS du 31 juillet 2017 de la filiale camerounaise de l'opérateur de téléphonie mobile Orange informant sa clientèle des changements dans le plan tarifaire de son service de mobile money a relancé le débat sur la protection du consommateur au Cameroun. Quelques associations de défense des consommateurs à l'instar de la Ligue camerounaise des consommateurs ont déploré cette surenchère inappropriée et sans fondements et demandé réparation dans les meilleurs délais<sup>1</sup>. Ces changements dans le plan tarifaire d'Orange money (OM) interviennent pourtant moins de deux mois après des changements similaires effectués par la filiale camerounaise de l'opérateur de téléphonie mobile MTN sur son service MTN Mobile Money (MoMo)<sup>2</sup>. Ces deux filiales de grands groupes internationaux se disputent le

---

<http://www.jeuneafrique.com/463046/economie/cameroun-augmentation-significative-des-frais-des-services-mobile-money/>

<sup>2</sup> MTN Cameroun a présenté le 21 juin 2017 sa nouvelle grille tarifaire entérinant l'augmentation des tarifs de son service de mobile money.

marché national de transfert d'argent par téléphone mobile avec Express Union, une société de droit camerounais créée en 1997 spécialisée dans le transfert au guichet et précurseur du transfert d'argent via téléphone mobile au Cameroun avec son service Express Union Mobile (EUM)<sup>3</sup>.

En migrant vers un plan tarifaire qui fait de l'envoi de fonds vers un client OM un service désormais payant d'une part et qui, d'autre part, augmente les frais de transfert d'argent vers les clients non détenteurs d'un compte OM et les frais de retrait d'un compte OM, Orange Cameroun semble avoir adopté les pratiques de la concurrence. Pourtant, tout en remerciant ses clients de leur fidélité, cet opérateur de téléphonie mobile soutient dans un SMS que ses tarifs demeurent inégalés. En recourant à la technique de l'analyse de contenu, il est possible de cerner le contenu manifeste et les contenus latents de ce SMS. Le contenu manifeste désigne le matériel brut faisant l'objet de l'analyse, laquelle porte alors directement et exclusivement sur ce qui a été ouvertement dit ou écrit, tel quel par son auteur<sup>4</sup>. Les contenus latents renvoient pour leur part aux éléments symboliques du matériel d'analyse. Comme le fait remarquer L'écuyer (1988), Il s'agit de lire entre lignes, de faire une lecture de deuxième niveau, de chercher le sens caché derrière le sens manifeste. Ainsi, si nous analysons le contenu manifeste du SMS d'Orange du 31 juillet 2017 reporté au début de cet article, il est possible de dégager quatre informations :

- *Les tarifs Orange money Cameroun ont augmenté ;*
- *Ces augmentations seront effectives à partir du 1<sup>er</sup> Août 2017 ;*
- *Malgré ces changements, son offre demeure plus attrayante que celle de la concurrence ;*
- *L'opérateur de mobile money sait pouvoir compter sur la fidélité de sa clientèle.*

Ces informations renvoient au contenu manifeste du SMS d'Orange money. Par contre, si nous voulons analyser le contenu latent de ce message, nous devons prendre connaissance de ces quatre informations, mais, en plus, tenter de dégager le ou les sens cachés de ces informations (Dépelteau, 2000). Ainsi, nous pouvons nous demander pourquoi l'émetteur de ce message a choisi d'informer sa clientèle de l'évolution de ses tarifs et pourquoi avoir fait le parallèle avec la concurrence. Ne serait-ce pas pour faire preuve de transparence et paraître plus crédible ? Ne voudrait-elle pas dissuader ses clients de se livrer à une analyse rigoureuse de l'offre de la concurrence en les remerciant de leur fidélité ? Ou, au contraire, les

---

<sup>3</sup> Le service de transfert d'argent via téléphone mobile d'Express Union date de 2009 bien avant le lancement dudit service au Cameroun par Orange en 2011 et MTN en 2012.

<sup>4</sup> L'écuyer, R. (1988), « L'analyse de contenu : notion et étape », dans Deslauriers J.-P. (sous la direction de), Les méthodes de recherche qualitative, Sillery, Presses de l'Université du Québec, P. 51.

encourager à se livrer à cet exercice dans l'optique de les fidéliser davantage ? Quoi qu'il en soit, ce SMS contient probablement un sens caché que seule une analyse de contenu du sens latent peut révéler. En choisissant soigneusement ses mots, l'émetteur de ce SMS a probablement voulu que les lecteurs (consommateurs) associent son service de mobile money à la meilleure offre qui soit.

L'objectif de ce papier est de vérifier cette affirmation en procédant à une analyse comparative des plans tarifaires des trois acteurs de la monnaie électronique au Cameroun. Une telle analyse est motivée par le sens de certains mots contenus dans le SMS reporté au début de cet article que nous avons délibérément mis en gras. Du point de vue des consommateurs, ces plans tarifaires sont un ensemble de couples *produit-prix* qui, à chaque produit (*transfert d'argent d'un compte vers un autre du même type, transfert d'un compte vers un bénéficiaire non détenteur de compte ou détenteur d'un compte d'un autre type, retrait d'argent d'un compte mobile money*) associe des frais. Ces frais sont prélevés au moment de l'envoi ou du retrait et constituent des commissions pour l'opérateur de mobile money concerné.

Le reste de l'article est organisé à la suite de cette introduction de la manière suivante. Dans la première section, nous nous intéressons à la partie du SMS d'Orange money qui atteste de l'évolution de ses tarifs. Après une présentation de la nature et de l'ampleur de ces évolutions, nous discutons des inquiétudes qu'elles ont soulevées auprès des associations de défense de consommateurs. Dans la seconde section, nous nous attardons sur le caractère *inégalé* de ses nouveaux tarifs tel que mentionné dans la deuxième partie de son SMS. Nous procédons de ce fait à une analyse comparative des tarifs des trois opérateurs de mobile money du point de vue du consommateur. Enfin, une mise en perspectives globale sera réalisée en guise de conclusion.

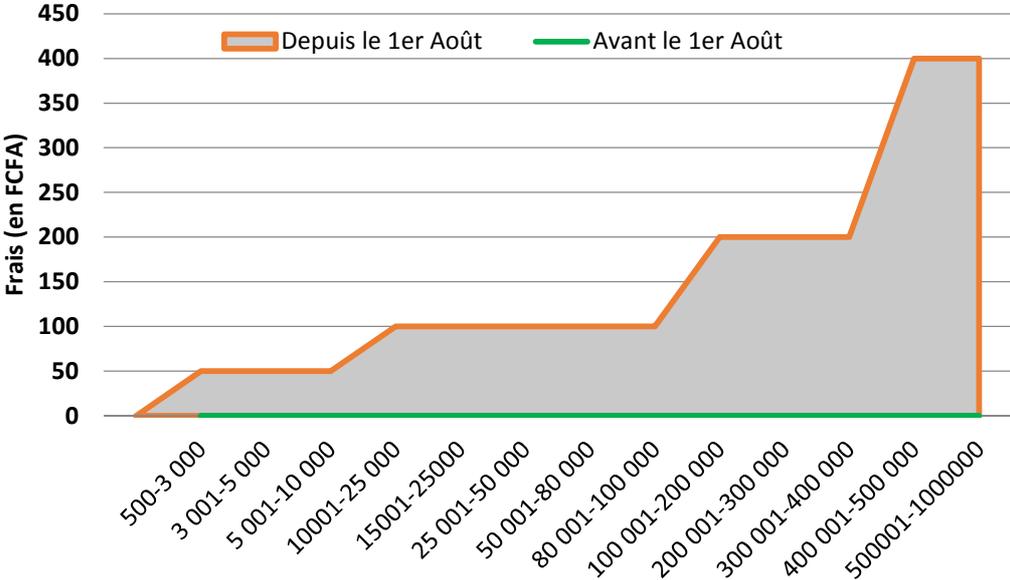
## **1. Évolution des tarifs Orange Money : nature et ampleur**

Tel que annoncé dans son SMS du 31 Juillet 2017, les tarifs des services mobile money d'Orange Cameroun ont bel et bien évolué. Les transferts d'argent d'un compte OM à un autre jadis gratuits ne le sont plus. Pour tout transfert vers un autre compte OM dont le montant est compris entre 500 FCFA et 1000000 FCFA, il faudrait désormais déboursier entre 50 FCFA et 400 FCFA déductible au moment de l'envoi.

Ainsi, comme le montre le graphique 1 ci-dessous, pour un envoi de 10000 FCFA, l'initiateur du transfert devrait avoir un montant global en compte  $\geq 10050$  FCFA. Pour un envoi de

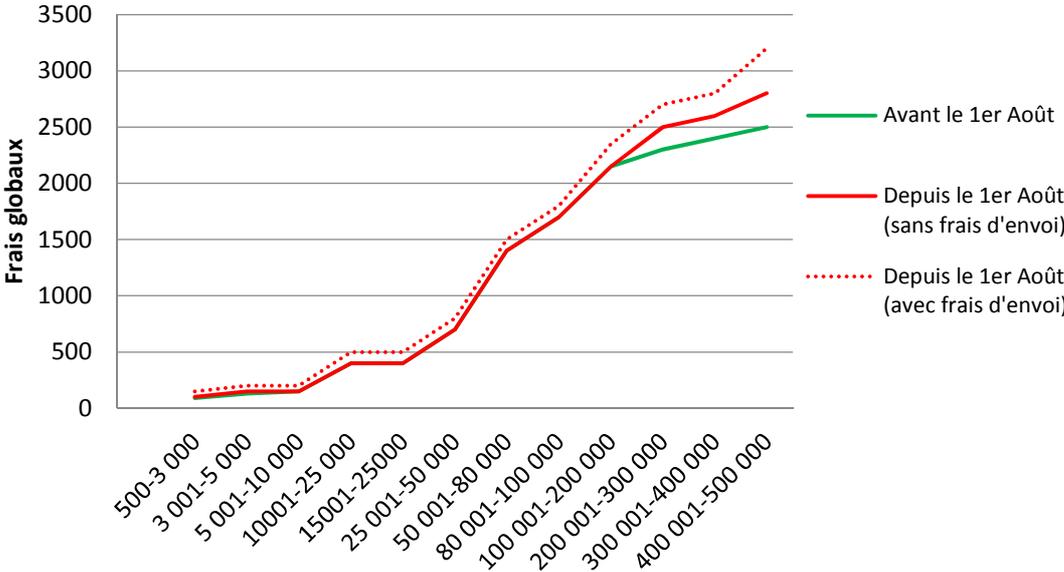
600000 FCFA, il faudrait avoir un minimum en compte de 600400 FCFA et ce au moment du transfert.

**Graphique 1 : Évolution tarifaire- Envoi vers un compte Orange Money**



La surface grise du graphique ci-dessus peut être interprétée comme la perte globale du consommateur induite par l'évolution des tarifs en matière de transfert d'argent d'un compte OM à un autre. Les tarifs de retrait d'argent d'un compte OM ont aussi évolué. Toutefois, ces évolutions ne concernent pas tous les montants et n'ont pas la même ampleur.

**Graphique 2 : Évolution tarifaire-Retrait d'un compte Orange Money**

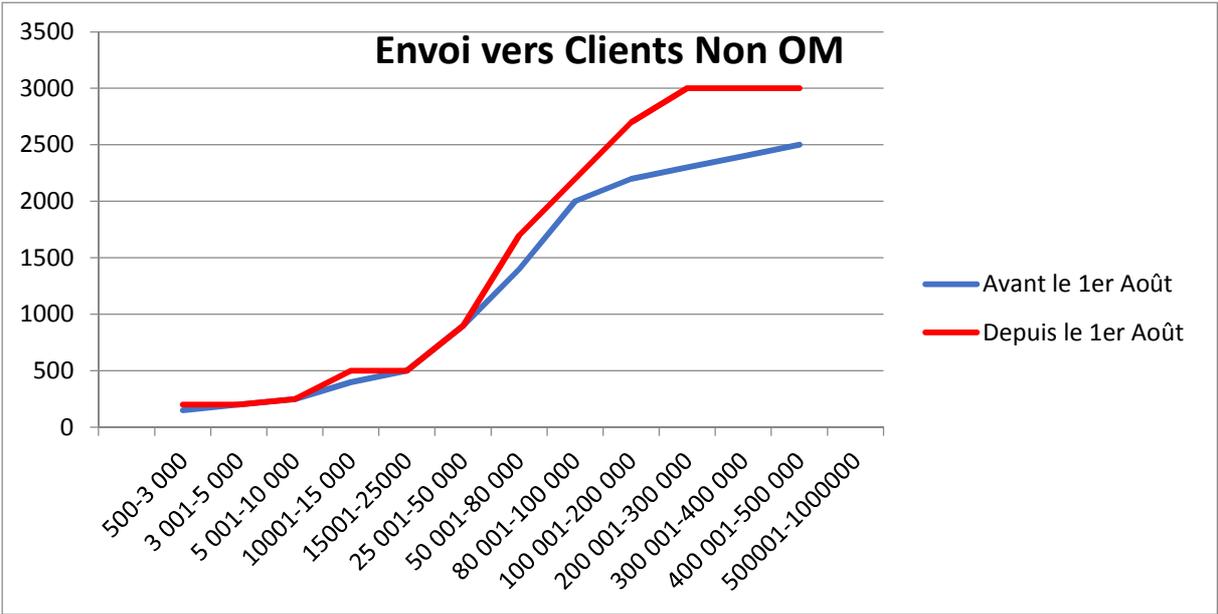


En effet, si le tarif de retrait des montants compris entre 5001 FCFA et 200000 FCFA n'ont enregistré aucune évolution, les augmentations sont de l'ordre de 11% pour tout retrait compris entre 500 FCFA et 3000 FCFA, de 13% pour tout retrait compris entre 3001 et 5000 FCFA, de 8% pour les retraits compris entre 200001 FCFA et 400000 FCFA et de l'ordre de 12% pour tout retrait compris entre 400001 FCFA et 500000 FCFA.

Sachant que les frais de retrait sont retranchés au moment du retrait, une pratique populaire de la part des usagers consiste à majorer les montants envoyés en y intégrant les frais de retrait. Il s'en suit que dans bien des cas, c'est le même individu qui supporte les frais d'envoi et de retrait. La courbe en pointillés du graphique 2 ci-dessus montre l'évolution des frais globaux induite par l'introduction des frais d'envoi. Ainsi, en prenant en compte cette pratique populaire, l'augmentation des frais globaux se situe désormais autour de 17%<sup>5</sup> pour toute transaction comprise 200001 FCFA et 400000 FCFA.

Comme le laisse entrevoir le graphique 3 ci-dessous, les tarifs du service Orange Money permettant d'envoyer de l'argent à une personne non détentrice d'un compte OM ont eux aussi évolué. À titre illustratif, cette évolution est de l'ordre de 33% pour tout montant inférieur ou égal à 3000 FCFA et de 20% pour tout retrait compris entre 400001 FCFA et 500000 FCFA. Mais cette évolution ne concerne pas tous les montants. L'on peut par exemple se rendre compte que les tarifs des transferts compris entre 15001 FCFA et 50000 FCFA n'ont pas changé.

**Graphique 3 : Évolution-Transfert vers un bénéficiaire non détenteur de compte OM**



<sup>5</sup> ((2500 + 200)-2300)/2300

Il ressort clairement de tout ce qui précède que les tarifs des trois principaux services de mobile money d'Orange Cameroun ont évolué. Cette évolution est en réalité une augmentation ; le transfert d'argent d'un compte OM vers un autre jadis gratuit est désormais payant ; les tarifs des deux autres services ont connu des augmentations dont l'ampleur diffère en fonction des montants concernés.

Ces changements tarifaires n'ont pas été vus d'un bon œil par les associations de défense des consommateurs à l'instar de la Ligue des Consommateurs du Cameroun (LCC) et la Fondation Camerounaise des Consommateurs (FCC) qui sont montés au créneau en appelant à des actions de boycott du service<sup>6</sup> au profit de la concurrence notamment MTN Mobile Money et Express Union Mobile<sup>7</sup>. Du point du consommateur, boycotter Orange Money au profit de la concurrence suppose que les tarifs pratiqués par la concurrence sont plus abordables. Si l'on s'en tient à la deuxième partie du SMS que cet opérateur de mobile money a envoyé à ces clients le 31 juillet dernier, on sera tenté de dire tout simplement que ses tarifs *restent inégalés*. Ceci voudrait dire que malgré les changements intervenus, ses tarifs demeurent plus abordables que ceux pratiqués par la concurrence. Toutefois, seule une analyse comparative des tarifs de ces trois opérateurs de mobile money actif sur le marché camerounais est de nature à nous édifier sur la question.

## **2. Analyse comparative des plans tarifaires des opérateurs de mobile money**

Du point de vue de l'analyse microéconomique, la présence de plusieurs opérateurs de mobile money est bénéfique pour le consommateur car elle permet d'augmenter ses possibilités de consommation. Dans leur bataille pour la conquête des clients, ces entreprises adoptent des stratégies devant leur permettre de se démarquer de la concurrence en différenciant autant que possible leur offre. Bien que les stratégies de différenciation auxquelles Orange, MTN et Express Union ont recours au quotidien soient de plusieurs ordres, seule celle ayant trait à leurs plans tarifaires fera l'objet de notre analyse. Comme mentionné dans la partie introductive, un plan tarifaire peut être appréhendé comme étant un ensemble de couples *produit-prix* qui a chaque produit offert par l'opérateur de mobile money, associe des frais. Ces frais sont prélevés au moment de l'envoi ou du retrait et constituent des commissions pour l'opérateur concerné.

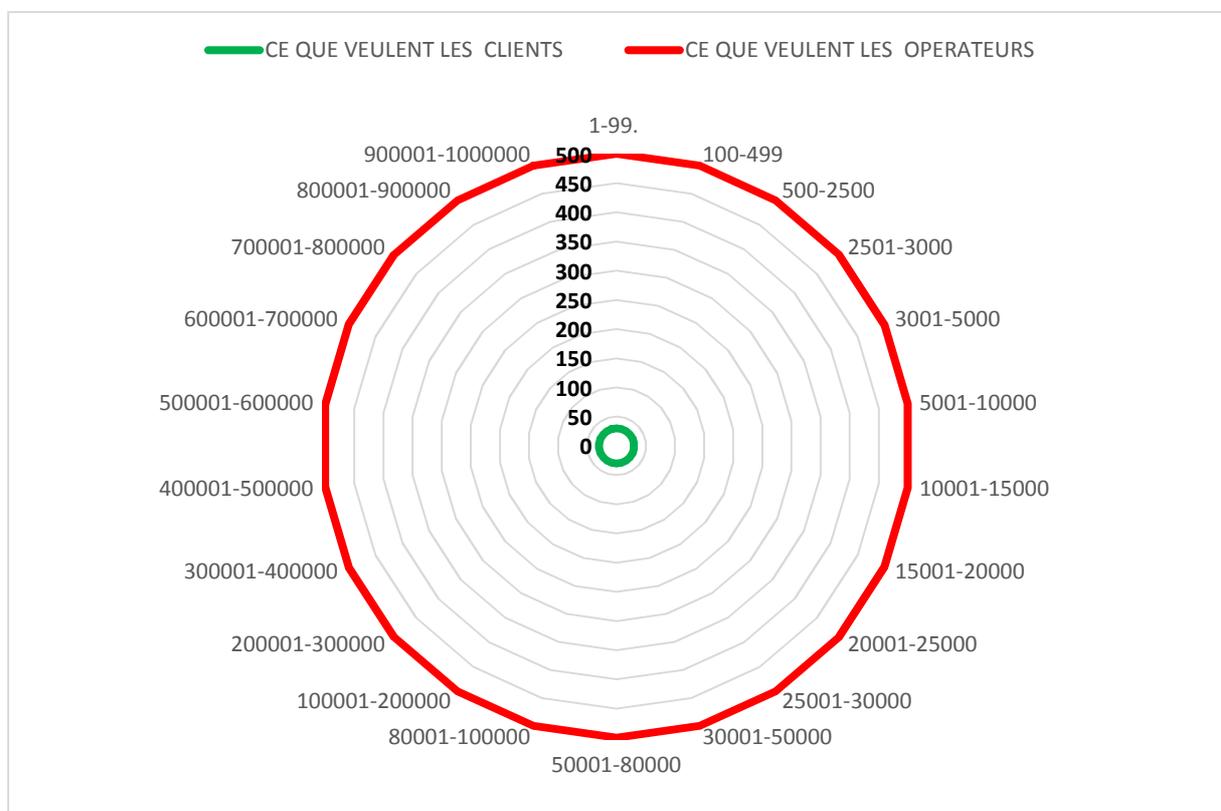
---

<sup>6</sup> <http://www.investiraucameroun.com/telecom/0108-9210-orange-augmente-ses-tarifs-mobile-money-les-consommateurs-camerounais-grincent-les-dents>

<sup>7</sup> <http://www.ticmag.net/cameroun-orange-augmente-tarifs-dorange-money-abonnes-sinsurgent/>

Pour un service<sup>8</sup> donné  $S_m^i$  (avec  $i$ =le type de produit -*Transfert d'argent d'un compte vers un autre compte du même type ; transfert d'un compte vers un bénéficiaire non détenteur de compte ou détenteur d'un compte d'un autre type ; retrait d'argent d'un compte mobile money* - et  $m$ = le montant de la transaction), le consommateur souhaite payer les frais les plus bas possible ( $F_{Min}^i$ ). Le plan tarifaire idéal du point de vue du consommateur est donné par l'ensemble  $T_{Min}^i$  qui à tout produit «  $i$  » associe des frais identiques quel que soit le montant «  $m$  ». Ces frais sont supposés être les plus bas possibles. On obtient  $\{T_{Min}^i: S_m^i \rightarrow F_{Min}^i\}$  qui est un cercle représenté dans le graphique 4 ci-dessous par le petit cercle vert.

**Graphique 4 : Divergence des intérêts des parties prenantes**



L'opérateur mobile money souhaite quant à lui percevoir pour ce même service ( $S_m^i$ ), les commissions les plus élevées envisageables ( $C_{Max}^i$ ). Le plan tarifaire idéal du point de vue de l'opérateur est donné par l'ensemble  $T_{Max}^i$  qui à tout produit «  $i$  » associe des frais identiques quel que soit le montant «  $m$  ». Ces frais sont supposés être les plus élevés possibles. On obtient  $\{T_{Max}^i: S_m^i \rightarrow F_{Max}^i\}$  qui, comme pour le consommateur, n'est d'autre qu'un cercle

<sup>8</sup>  $S_{5000 FCFA}^i$  *retrait d'argent d'un compte mobile money* est un service mobile money qui consiste à donner la possibilité au détenteur d'un compte de faire un retrait de 5000 FCFA.

représenté dans le graphique 4 ci-dessus par le grand cercle rouge<sup>9</sup>. Face à cette divergence d'intérêt le consommateur sera davantage attiré par l'opérateur offrant un ensemble de couples *service-prix* qui se rapproche le plus de ( $T_{Min}^i$ ). Ainsi, du point de vue du consommateur, l'offre d'orange ne sera jugée «*inégalée*» que si et seulement si elle s'avère être celle qui se rapproche le plus du fameux cercle vert. Avant de passer à l'analyse comparative proprement dite, il convient de nous attarder davantage sur le plan tarifaire effectif ( $T_{Ef}^j|i$ ) de chaque opérateur  $j = Orange, MTN, EU$  étant donné le produit «*i*».

$$i = \begin{cases} (1) \text{ Transfert d'argent d'un compte vers un autre compte du même type} \\ (2) \text{ Transfert d'argent d'un compte vers un bénéficiaire non détenteur de compte} \\ (3) \text{ Retrait d'argent d'un compte mobile money} \end{cases}$$

$T_{Ef}^j|i$  est l'ensemble des couples ( $S_m; F_m$ ) |  $i$  qui pour chaque montant à transférer ou à retirer associe des frais. Ces frais varient donc en fonction du montant «*m*» de la transaction<sup>10</sup>.

$$m_j^i = \begin{cases} [1 - 1000000] \text{ si } j = EUM \text{ et } \forall i = (1); (2); (3) \\ [100 - 1000000] \text{ si } j = MoMo \text{ et } i = (1); [100 - 500000] \text{ si } i = (2); (3) \\ [500 - 1000000] \text{ si } j = OM \text{ et } i = (1); [500 - 500000] \text{ si } i = (2); (3) \end{cases}$$

Ainsi, les transactions d'Express Union Mobile peuvent aller de 1 FCFA à 1000000 FCFA quel que soit le produit considéré. Pour MTN Mobile Money, elles peuvent aller de 100 FCFA à 1000000 FCFA si le produit considéré est le transfert d'argent d'un compte MoMo vers un autre compte du même type et de 100 FCFA à 500000 FCFA si le produit considéré est le retrait d'argent d'un compte MoMo ou un transfert d'argent d'un compte MoMo vers un bénéficiaire non détenteur de compte. Pour Orange Money, les transactions peuvent aller de 500 FCFA à 1000000 FCFA si le produit considéré est le transfert d'argent d'un compte OM vers un autre compte du même type et de 500 FCFA à 500000 FCFA si le produit considéré est le retrait d'argent d'un compte OM ou un transfert d'argent d'un compte OM vers un

<sup>9</sup> ( $C_{Max}^i = F_{Max}^i$  et  $C_{Min}^i = F_{Min}^i$ ) dans la mesure où ce qui constitue des frais aux yeux des consommateurs constitue des commissions pour l'opérateur de mobile money.

<sup>10</sup> Compte tenu du fait que pour les plans tarifaires effectifs les frais varient en fonction du montant de la transaction,  $T_{Ef}^j|i$  n'est pas un cercle mais plutôt une figure quelconque.

bénéficiaire non détenteur de compte. Au-delà de l'ensemble  $\{m\}$  des montants transférables qui varient d'un opérateur mobile money à l'autre, notons que pour un opérateur j donné, et pour un produit i, l'ensemble  $\{m_j^i\}$  contient plusieurs éléments  $\{m_k^j | j\}$  (qui sont en réalité des intervalles) auxquels sont associés différents frais. Ces éléments varient en plus d'un opérateur à l'autre.

À titre illustratif, pour  $i = (1)$ , et  $j = OM$ ,  $\{m_{OM}^{(1)}\} = [500 - 1000000]$  et contient 12 éléments :

$$\{m_k^{OM} | (1)\} = \begin{cases} m_1^{OM} | (1) = [500-3000] & m_7^{OM} | (1) = [80001-100000] \\ m_2^{OM} | (1) = [3001-5000] & m_8^{OM} | (1) = [100001- 200000] \\ m_3^{OM} | (1) = [5001-10000] & m_9^{OM} | (1) = [200001- 300000] \\ m_4^{OM} | (1) = [10001-25000] & m_{10}^{OM} | (1) = [300001-400000] \\ m_5^{OM} | (1) = [25001-50000] & m_{11}^{OM} | (1) = [400001-500000] \\ m_6^{OM} | (1) = [50001-80000] & m_{12}^{OM} | (1) = [500001-1000000] \end{cases}$$

Pour  $i = (1)$ , et  $j = MoMo$ ,  $\{m_{MoMo}^{(1)}\} = [100 - 1000000]$  et contient 9 éléments :

$$\{m_k^{MoMo} | (1)\} = \begin{cases} m_1^{MoMo} | (1) = [100-10000] & m_7^{MoMo} | (1) = [10001-200000] \\ m_2^{MoMo} | (1) = [10001-30000] & m_8^{MoMo} | (1) = [200001- 400000] \\ m_3^{MoMo} | (1) = [30001-50000] & m_9^{MoMo} | (1) = [400001- 500000] \\ m_4^{MoMo} | (1) = [50001-80000] & m_{10}^{MoMo} | (1) = [500001-1000000] \\ m_5^{MoMo} | (1) = [80001-1000000] & \end{cases}$$

Pour  $i = (1)$ , et  $j = EUM$ ,  $\{m_{EUM}^{(1)}\} = [1 - 1000000]$  et contient 17 éléments :

$$\{m_k^{EUM} | (1)\} = \begin{cases} m_1^{EUM} | (1) = [1-2500] & m_{10}^{EUM} | (1) = [200001- 300000] \\ m_2^{EUM} | (1) = [2501-10000] & m_{11}^{EUM} | (1) = [300001- 400000] \\ m_3^{EUM} | (1) = [10001-15000] & m_{12}^{EUM} | (1) = [400001-500000] \\ m_4^{EUM} | (1) = [15001-20000] & m_{13}^{EUM} | (1) = [500001-600000] \\ m_5^{EUM} | (1) = [25001-50000] & m_{14}^{EUM} | (1) = [600001-700000] \\ m_6^{EUM} | (1) = [50001-80000] & m_{15}^{EUM} | (1) = [700001-800000] \\ m_7^{EUM} | (1) = [80001-100000] & m_{16}^{EUM} | (1) = [800001-900000] \\ m_8^{EUM} | (1) = [100001- 200000] & m_{17}^{EUM} | (1) = [900001-1000000] \\ m_9^{EUM} | (1) = [10001-200000] & \end{cases}$$

Ceci dit, pour pouvoir comparer ces trois opérateurs de mobile money, il faudrait au préalable harmoniser les  $\{m_j^i\}$  et les  $\{m_k^j | j\}$  en recourant à la notion de réunion d'une famille d'ensembles (Cori et Lascar, 1993). On obtient ainsi un ensemble homogène  $\mathbf{UM}^{11}$  contenant 22 éléments  $\forall i$  (consultable en annexe). Toutefois, l'analyse comparative ne concerne que 20 éléments pour  $i = (1)$ . Ceci est dû au fait que pour les transactions allant de 1 FCFA à 99 FCFA, Express Union Mobile est la seule option disponible tandis que pour toute transaction allant de 100 FCFA à 499 FCFA l'utilisateur n'a que deux choix : MoMo et EUM. Pour  $i = (2)$  ; (3), l'analyse porte sur 15 éléments pour car au-delà de 500000 FCFA, Express Union Mobile est la seule option disponible<sup>12</sup>.

#### a. Transfert d'argent d'un compte à un autre du même type

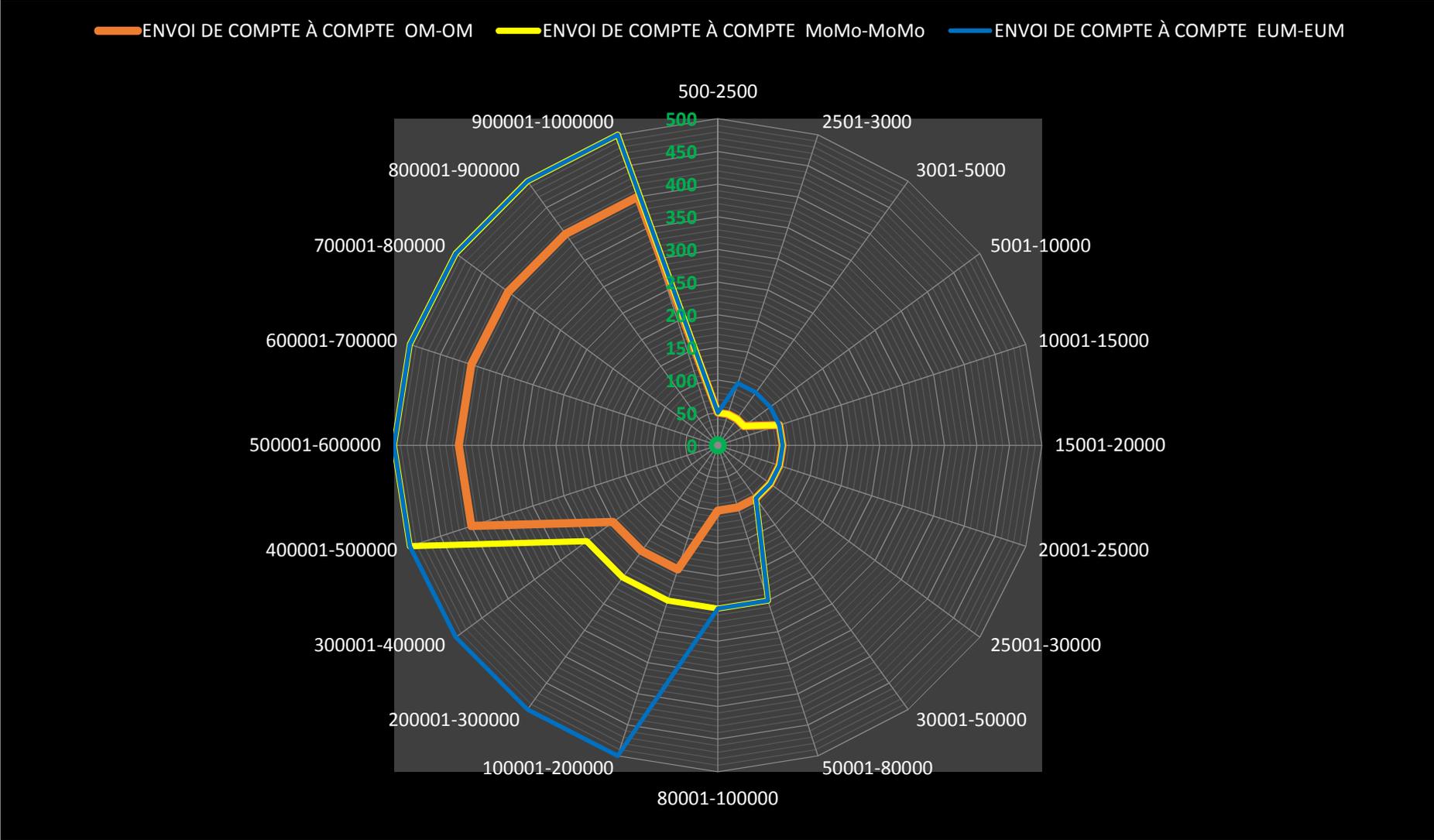
Pour les transferts d'argent d'un compte à un autre du même type, le graphique 5 ci-dessous laisse clairement entrevoir que les tarifs d'Orange Money sont les plus abordables. Son plan tarifaire pour ce produit  $T_{Ef}^{OM} | (1)$  (représenté en Orange sur le graphique 5) est le moins éloigné du plan tarifaire idéal du point de vue du consommateur  $T_{Min}^{(1)}$  (représenté en vert sur le graphique 5). Le plan tarifaire  $T_{Ef}^{MoMo} | (1)$  de MTN Mobile Money (représenté en Jaune sur le graphique 5) vient en deuxième position tandis que celui d'Express Union Mobile  $T_{Ef}^{EUM} | (1)$  (représenté en bleu sur le graphique 5) ferme la marche. Ainsi, du point de vue du consommateur, EUM est l'offre la plus chère en matière d'envoi d'argent d'un compte à un autre du même type. Ainsi, pour ce produit bien précis  $i = (1)$ , les tarifs Orange Money demeurent inégalés et confirment le contenu de son SMS du 31 Juillet 2017.

Une fois l'argent envoyé, le bénéficiaire peut l'utiliser à sa guise ; il peut par exemple payer ses factures, payer ses droits universitaires (s'il s'agit d'un étudiant), transférer une partie ou la totalité du montant reçu à une tierce personne ou alors faire un retrait en se rendant dans un point de retrait agréé.

<sup>11</sup> Si  $\mathbf{X}$  est une famille d'ensembles, alors sa réunion notée  $\mathbf{UX}$  est aussi un ensemble ayant pour éléments tous les  $x$  pour lesquels il existe un  $E \in \mathbf{X}$  tel que  $x \in E$ . Donc la réunion  $\mathbf{UM}$  des trois ensembles  $\{m_j^i\}$  est un ensemble constitué de tous les intervalles  $m_k^j | i$  pour lesquels il existe un ensemble  $m_j^i$  appartenant à la famille d'ensembles  $\mathbf{M}$  tel que  $m_k^j | i$  appartient à  $m_j^i$ .

<sup>12</sup> Lorsque le montant de la transaction est  $> 500000$  FCFA, est toutefois possible dans la pratique de faire deux retraits. Toutefois, ceci suppose le paiement de deux frais.

Graphique 5 : Transfert de Compte à Compte



## b. Retrait d'argent d'un compte mobile money

Pour les retraits d'argent d'un compte mobile money, le graphique 6 ci-dessous laisse entrevoir que les tarifs de MTN Mobile Money sont les plus abordables pour toute transaction inférieure ou égale à 200000 FCFA tandis que ceux d'Express Union Mobile le sont pour toute transaction supérieure à 200000 FCFA.

Le plan tarifaire d'Orange Money pour ce produit  $T_{Ef}^{OM} | (2)$  (représenté en Orange sur le graphique 6) est le plus éloigné du plan tarifaire idéal du point de vue du consommateur  $T_{Min}^{(2)}$  (représenté en vert sur le graphique 6). Ainsi, du point de vue du consommateur, OM est l'offre la plus chère en matière de retrait d'argent d'un compte mobile money.

De ce fait, pour ce produit bien précis  $i = (2)$ , les tarifs Orange Money sont loin de demeurer inégalés et contredisent le contenu de son SMS du 31 Juillet 2017.

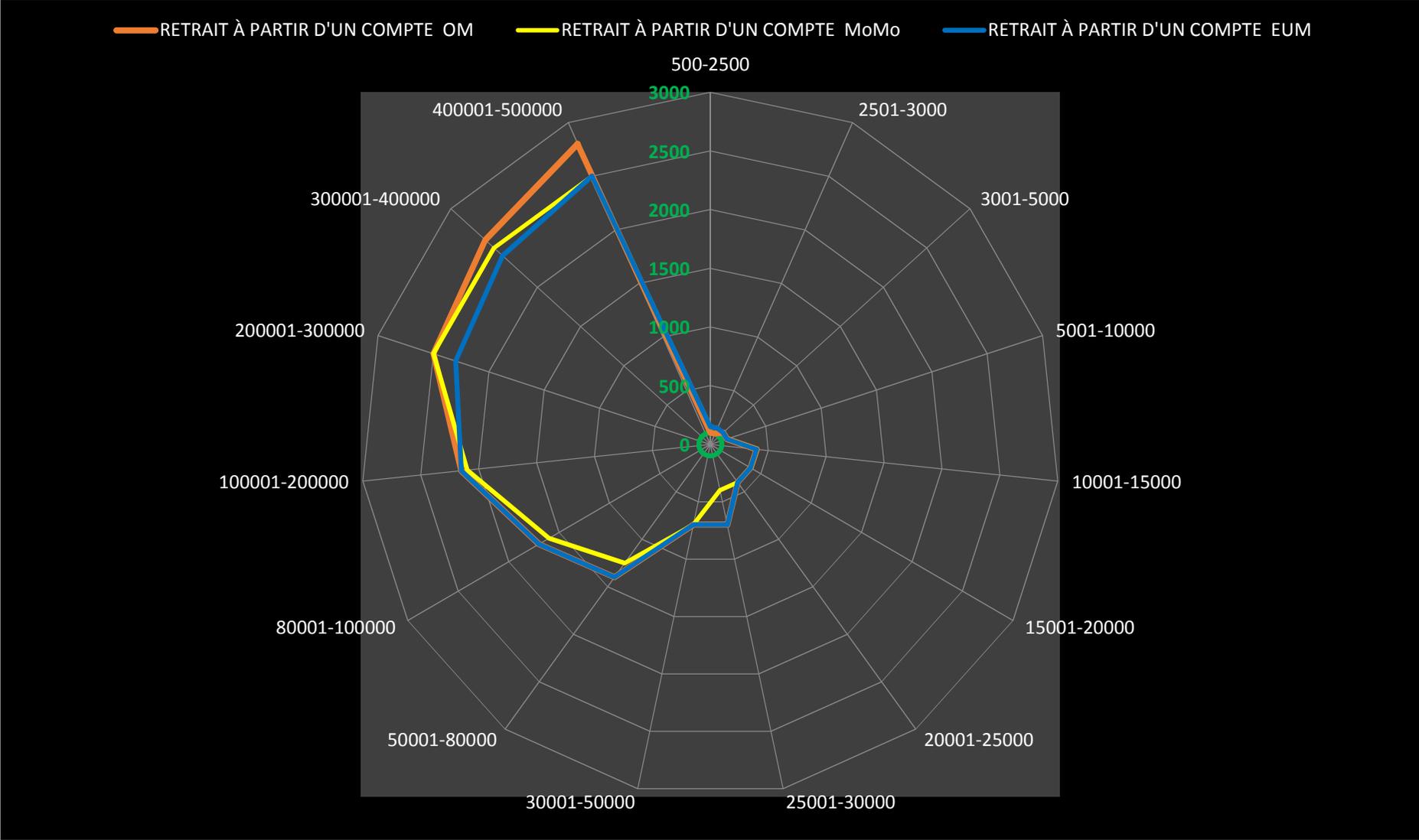
Si l'on prend en compte la pratique populaire qui consiste à intégrer les frais de retrait au moment de l'envoi, on obtient un tout autre résultat. Comme le montre clairement le graphique 7, le plan tarifaire de MTN Mobile Money dans cette configuration devient le moins éloigné du plan tarifaire idéal du point de vue du consommateur  $T_{Min}^{(2)}$  bien que les écarts entre les trois concurrents soient minimes.

Comme l'a fait remarquer Greta Bull, CEO du CGAP<sup>13</sup>, la technologie et le réseau de distribution jouent un rôle très important dans les opérations de retrait d'argent via mobile money. La technologie USSD par exemple est au cœur de ces opérations de retrait mais elle ne constitue qu'une des deux facettes de la pièce, l'autre étant le réseau de distribution. Pour retirer de l'argent d'un compte mobile money, la technologie est certes utile mais il est tout aussi important d'avoir un réseau de distribution et donc de points agréés avec des agents pour permettre aux consommateurs de convertir la monnaie électronique reçue ou stockée dans leurs comptes en cash. Ainsi, au-delà des tarifs pratiqués, l'étendue du réseau de distribution est un élément crucial dans le choix des consommateurs. Lorsque écarts entre plans tarifaires des opérateurs de mobile money sont vraiment minimes, les consommateurs intègrent dans leurs calculs l'ampleur du réseau de distribution de chacun de ces opérateurs. À ce niveau, Orange Money semble avoir des arguments à faire valoir.

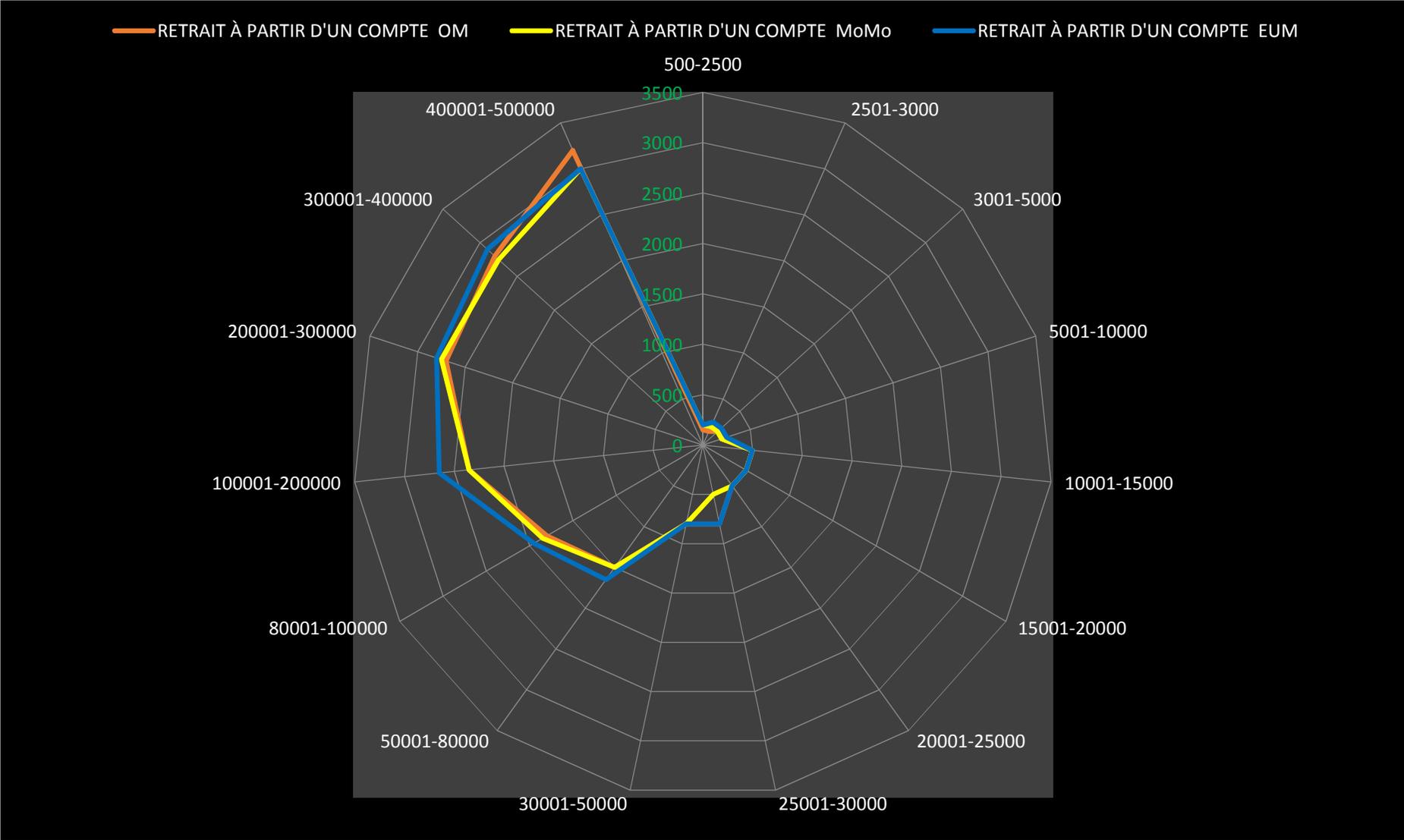
---

<sup>13</sup> <http://www.cgap.org/blog/four-drivers-change-financial-inclusion-2017>

**Graphique 6 : Retrait d'argent d'un compte mobile money**



Graphique 7 : Retrait d'un (avec prise en compte des frais d'envoi)



### c. Transfert d'argent vers un bénéficiaire non détenteur de compte

S'agissant du transfert d'argent vers un bénéficiaire non détenteur de compte, le graphique 8 ci-dessous laisse clairement entrevoir que les tarifs d'Express Union Mobile sont de loin les plus abordables. Son plan tarifaire pour ce produit  $T_{Ef}^{OM} | (3)$  (représenté en Bleu sur le graphique 8) est le moins éloigné du plan tarifaire idéal du point de vue du consommateur  $T_{Min}^{(3)}$  (représenté en vert sur le graphique 8).

Le plan tarifaire  $T_{Ef}^{OM} | (3)$  de Orange Money (représenté en Orange sur le graphique 8) vient en deuxième position tandis que celui de MTN Mobile Money  $T_{Ef}^{MoMo} | (3)$  (représenté en Jaune sur le graphique 8) ferme la marche. Ainsi, du point de vue du consommateur, EUM est l'offre la plus abordable en matière de transfert d'argent vers un bénéficiaire non titulaire de compte.

Ce produit se rapproche vraiment du cœur de métier d'Express union spécialisée dans le transfert au guichet depuis sa création en 1997. De plus, contrairement à OM et MoMo pour lesquels les transferts au-delà de 500000 FCFA ne sont pas possibles, EUM permet de transférer à des bénéficiaires non titulaires de compte tout montant compris entre 500001 FCFA ET 1000000 FCFA.

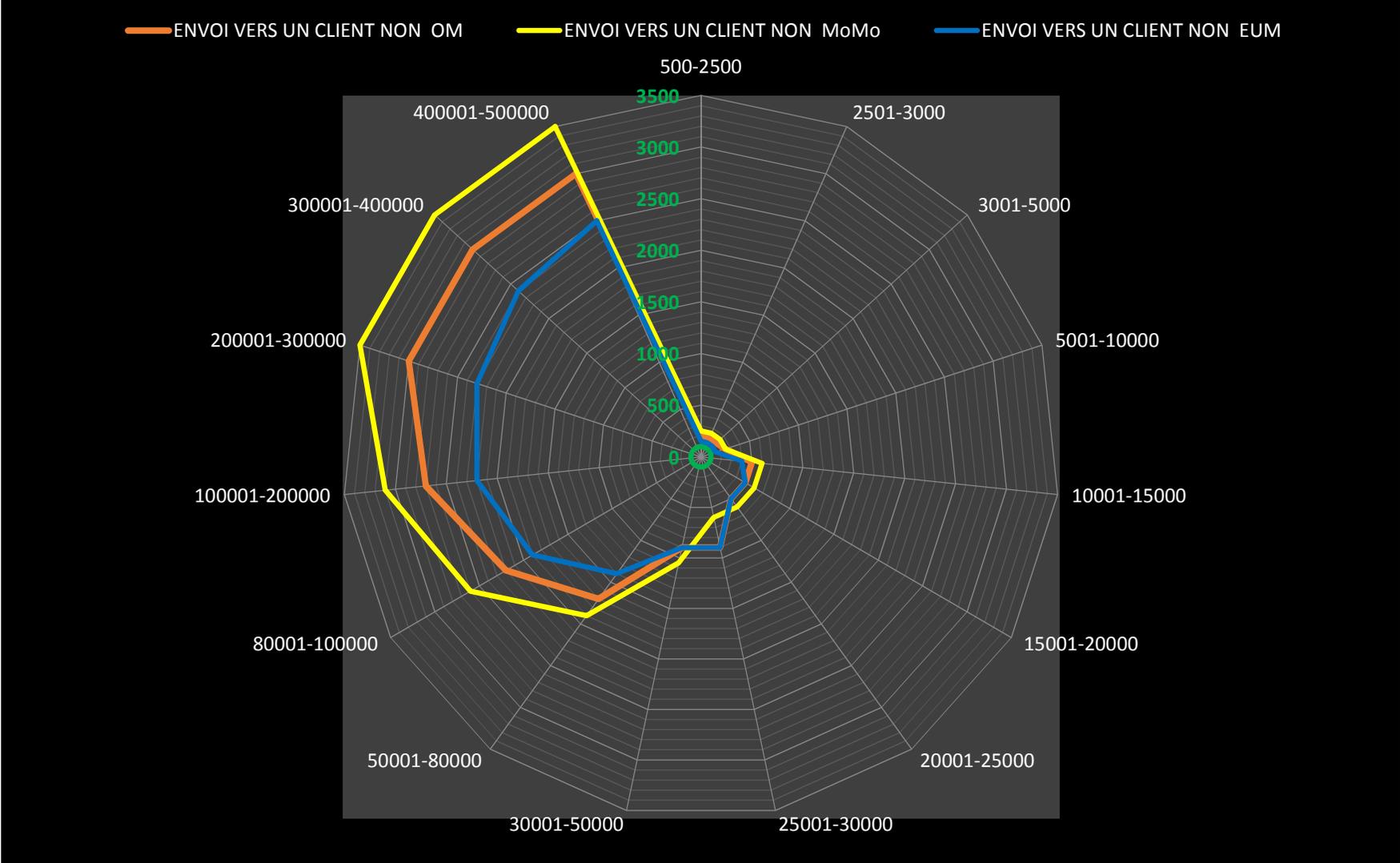
Ainsi, pour ce produit bien précis  $i = (3)$ , les tarifs Orange Money sont loin de demeurer inégalés et contredisent le contenu de son SMS du 31 Juillet 2017.

Les tarifs relativement élevés pratiqués par les opérateurs de téléphonie mobile en ce qui concerne ce produit  $i = (3)$ , pourraient s'expliquer par le fait que ces derniers veulent pousser les usagers à ouvrir des comptes mobile money. Sachant qu'il aurait pu payer moins de frais s'il s'agissait d'un transfert vers un compte du même type, l'expéditeur tentera de convaincre le bénéficiaire d'ouvrir un compte. Ces tarifs élevés peuvent aussi s'expliquer par l'envie de dissuader les transferts entre titulaires de compte différents types<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Le titulaire d'un compte MoMo peut par exemple envoyer de l'argent à un bénéficiaire titulaire d'une SIM Orange. Une fois le retrait effectué, S'il est titulaire d'un compte OM, ce dernier peut se rendre dans un point agréé pour alimenter son compte OM. Ceci est d'autant plus envisageable avec la concentration géographique des points agréés des différents opérateurs de mobile money. En appliquant des tarifs différents entre les transferts entre compte de même type et ceux à destination des non-clients, les opérateurs de mobile money dissuadent indirectement cette pratique.

**Graphique 8 : Envoi vers des Non Clients**



### 3. Mise en perspective

Il ressort de cette analyse comparative que les tarifs d'Orange Money ne demeurent inégalés que pour un produit bien précis : le transfert d'argent d'un compte vers un compte du même type (1). Pour les deux autres produits, c'est davantage les tarifs de la concurrence qui sont plus abordables. Les tarifs MTN Mobile Money sont les plus abordables pour tout retrait d'un montant  $\leq 200000$  FCFA et ceux d'Express Union Mobile le sont pour tout retrait supérieur à 200000 FCFA.

S'agissant du transfert vers un bénéficiaire non titulaire d'un compte mobile money ou titulaire d'un compte d'un autre type, les tarifs d'Express Union mobile demeurent les plus abordables. Ce produit se rapproche de son cœur de métier. Cette entreprise créée en 1997 est le leader du transfert au guichet, service qui permet à tout individu détenteur d'une pièce d'identité valide d'envoyer ou de recevoir de l'argent en se rendant dans un de ses guichets.

Du point de vue des tarifs, il n'existe pas à ce jour un opérateur de mobile money qui soit au-dessus des autres quel que soit le produit considéré. De ce fait, la configuration actuelle<sup>15</sup> du marché voudrait plutôt que le consommateur rationnel adopte différents comportements face aux différents produits. Ceci n'est possible que s'il est titulaire d'un compte auprès des trois entreprises concurrentes. La multiplicité des comptes est certes une option envisageable<sup>16</sup> mais nécessite tout de même que le consommateur se déplace avec du cash à chaque fois pour aller alimenter ses différents comptes. Il peut aussi se rendre auprès d'un des points agréés<sup>17</sup> de l'opérateur de mobile money auquel appartient le compte qu'il désire alimenter puis, utiliser l'option qui consiste à envoyer de l'argent à un non client, pour s'envoyer de l'argent à partir d'un autre de ses comptes. Il devrait alors retirer le montant correspondant en espèces pour ensuite le redéposer dans l'autre compte. Ce faisant, au-delà du temps consenti, il supportera des frais au moment du transfert (frais d'envoi vers un non client).

L'interopérabilité entre opérateurs est une autre option qui, contrairement au cas de figure précédent, rendrait la chose beaucoup plus facile pour le consommateur. Il ressort du site du CGAP (Groupe Consultatif d'Assistance aux Pauvres) que l'interopérabilité entre opérateurs

---

<sup>15</sup> Configuration susceptible de changer

<sup>16</sup> Nombreux sont les consommateurs titulaires de plusieurs comptes mobile money et ce dans la majorité des pays où plusieurs opérateurs sont en concurrence.

<sup>17</sup> L'ampleur du réseau de distribution joue un rôle important dans les choix du consommateur; au-delà des prix pratiqués, le consommateur sera beaucoup plus sensible à l'offre de l'opérateur de mobile money ayant le plus grand nombre de points agréés.

de mobile money est une option de plus en plus explorée en subsaharienne et au-delà. À Madagascar par exemple, tous les titulaires de comptes Mobile money peuvent désormais s'envoyer ou recevoir de l'argent directement sur leur compte quel qu'il soit. Cette initiative a été encouragée par le GSMA – l'Association mondiale des entreprises œuvrant pour le développement des services mobiles – à travers son programme Mobile Money Interoperability (MMI) et par la Commission de Supervision Bancaire et Financière (CSBF) qui a donné son accord pour la mise en place de ce service<sup>18</sup>. En Tanzanie, les utilisateurs d'Airtel Money, Tigo Pesa et du M-Pesa peuvent envoyer de l'argent vers les autres plateformes mobile money au même tarif.

Si elle venait à être implémentée au Cameroun, une telle initiative serait vraiment une aubaine pour les consommateurs et fera du marché du mobile money camerounais un marché entièrement interopérable et plus inclusif dans sa manière de contribuer à attirer l'argent dans le système financier formel.

## Références

1. **Cori, R. et Lascar, D. (1993)**, « Logique mathématique II. Fonctions récursives, théorème de Gödel, théorie des ensembles, théorie des modèles », *Masson*.
2. **Dépelteau, F. (2000)**, « La démarche d'une recherche en sciences humaines, de la question de départ à la communication des résultats », *Les Presses de l'Université de Laval*, 417 pages.
3. **L'écuyer, R. (1988)**, « L'analyse de contenu : notion et étape », dans Deslauriers J.-P. (sous la direction de), *Les méthodes de recherche qualitative*, *Sillery, Presses de l'Université du Québec*.
4. **Mas, I. et Rosenberg J. (2009)**, « Le rôle des opérateurs de téléphonie mobile dans l'expansion de l'accès aux services financiers », *Brief, CGAP*.

---

<sup>18</sup> <https://www.microfinancegateway.org/fr/announcement/lancement-du-mobile-money-interoperability>

Annexe : Grille tarifaire harmonisée 

La réunion **UM** des trois ensembles  $\{m_k^j\}$  contient 22 éléments  $\{m_k^j | j\}$ . Ces éléments sont des montants regroupés par intervalles.

UM (MONTANT en FCFA)		(1) ENVOI DE COMPTE À COMPTE			(2) RETRAIT À PARTIR D'UN COMPTE			(3) ENVOI VERS UN NON CLIENT		
		OM-OM	MoMo-MoMo	EUM-EUM	OM	MoMo	EUM	OM	MoMo	EUM
$m_k^j$	[1-99]	-	-	50	-	-	150	-	-	150
	[100-499]	-	50	50	-	150	150	-	250	150
	[500-2500]	50	50	50	100	150	150	200	250	150
	[2501-3000]	50	50	100	100	150	150	200	250	150
	[3001-5000]	50	50	100	150	150	150	200	250	150
	[5001-10000]	50	50	100	150	150	150	250	250	150
	[10001-15000]	100	100	100	400	400	400	500	600	400
	[15001-20000]	100	100	100	400	400	400	500	600	500
	[20001-25000]	100	100	100	400	400	400	500	600	500
	[25001-30000]	100	100	100	700	400	700	900	600	900
	[30001-50000]	100	100	100	700	700	700	900	1050	900
	[50001-80000]	100	250	250	1.400	1250	1400	1700	1900	1400
	[80001-100000]	100	250	250	1.700	1600	1700	2200	2600	1900
	[100001-200000]	200	250	500	2.150	2100	2150	2700	3100	2200
	[200001-300000]	200	250	500	2.500	2500	2300	3000	3500	2300
	[300001-400000]	200	250	500	2.600	2500	2400	3000	3500	2400
	[400001-500000]	400	500	500	2.800	2500	2500	3000	3500	2500
	[500001-600000]	400	500	500	-	-	4000	-	-	4000
	[600001-700000]	400	500	500	-	-	4200	-	-	4200
	[700001-800000]	400	500	500	-	-	4400	-	-	4400
[800001-900000]	400	500	500	-	-	4700	-	-	4700	
[900001-1000000]	400	500	500	-	-	5000	-	-	5000	

Source : Auteur, à partir de l'exploitation des grilles tarifaires des différents opérateurs de mobile money au Cameroun