

dossier de presse
24 novembre 2011

Orange Money

un service de paiement et de transfert
d'argent mobile pour l'Afrique



L'Afrique, un enjeu stratégique pour Orange

Le développement d'Orange dans les pays émergents est un axe majeur du plan stratégique du Groupe, Conquêtes 2015. Orange a l'ambition de doubler ses revenus dans les pays émergents d'ici 2015, pour atteindre ainsi 7 milliards d'euros. Afin de parvenir à cet objectif, le Groupe a choisi de concentrer l'essentiel de ses efforts sur l'Afrique et le Moyen-Orient, où Orange est déjà implanté depuis de nombreuses années, pour devenir un des acteurs les plus importants sur le continent.

Présent dans 22 pays de cette région, il compte déjà plus de 70 millions de clients aujourd'hui, soit une croissance de 23 % en un an. Orange affichait 3,2 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2010 avec un taux de croissance de 5 % sur un an.

Avec une population de plus d'un milliard d'habitants et un taux de pénétration d'environ 60% en moyenne, le marché africain des télécoms dispose d'un potentiel de croissance très important. Les clients africains ont toutefois des attentes très différentes des clients occidentaux : souvent plus jeunes, disposant de moins de moyens, ayant peu d'accès aux transports, ils recherchent des offres prépayées pour leurs besoins immédiats et ont recours à des cartes SIM de plusieurs opérateurs. Cette volatilité des clients oblige les acteurs du mobile

à développer une réactivité commerciale et d'innovation très forte. L'Afrique est aussi un marché diversifié où chaque pays a ses spécificités et requiert des offres adaptées.

Orange développe depuis plusieurs années des services pour les entreprises et les particuliers afin de faciliter les échanges d'informations. Plus que la téléphonie fixe, c'est le mobile qui concentre aujourd'hui les leviers de croissance pour le Groupe qui déploie également par ce biais des services à vocation sociale ou d'accompagnement pour la santé publique.

Orange dispose ainsi d'un savoir-faire, d'une connaissance de la culture de ses clients et d'un réseau de distribution essentiels pour proposer une offre qui rapproche les populations souvent éloignées dans un territoire vaste et pallie le manque d'infrastructures bancaires, majoritairement concentrées dans les grandes villes. Orange Money, une offre qui rend les transactions plus pratiques et simplifie les démarches au quotidien, peut en ce sens jouer un rôle majeur dans le développement économique et social des pays dans lesquels il est implanté. Il représente par ailleurs un marché intéressant pour le Groupe car il repose sur l'ensemble de l'écosystème déjà en place dans les pays : boutiques, R&D et technocentre, ressources techniques et marketing, relation client, etc.



Orange Money : Comment ça marche ?

Orange Money est un service de transfert d'argent et de paiement, accessible directement via le téléphone mobile, et disponible pour l'ensemble des clients Orange.

L'offre Orange Money est structurée autour de trois catégories de services :

- Le transfert d'argent
- Le paiement
- Les services financiers

Dans chacun de ces domaines, Orange propose plusieurs solutions permettant une grande variété d'usages. L'accès à un compte Orange Money est gratuit, tout comme certaines fonctionnalités : le dépôt d'argent, l'achat de crédit de communication, et le paiement marchand.

Inscription et ouverture du compte

Aujourd'hui encore, l'accès à un compte bancaire reste difficile pour l'essentiel de la population des pays africains. Les facteurs sont multiples : conditions d'ouverture de compte strictes, frais récurrents élevés et rareté des agences contribuent à limiter le taux de bancarisation de la région, qui se situe aujourd'hui en dessous de la barre des 10 % en Afrique sub-saharienne.

Depuis le lancement de l'offre, tout client Orange peut s'inscrire au service Orange Money, à la simple condition de disposer d'une carte SIM et d'une carte d'identité.

L'inscription est gratuite et peut se faire dans l'un des 8 000 points de vente Orange Money. Cette présence très forte est l'un des atouts essentiels qui permet d'assurer la notoriété et la disponibilité du service. Il s'agit de boutiques Orange, mais aussi de réseaux partenaires propres à chaque pays (Total, PMUC, banques, poste, etc.) et de nombreux indépendants (supérettes, pharmacies, etc.). L'inscription peut également se faire directement dans la rue, grâce aux nombreuses équipes de vente mobiles présentes sur le terrain qui vont à la rencontre des habitants.

Une fois l'inscription réalisée, un porte-monnaie électronique gratuit et totalement sécurisé est associé à la ligne du client.

Dépôt d'argent sur le compte

Dans la majorité des pays émergents, les espèces sont le mode de paiement dominant. Ainsi, la possibilité de convertir de l'argent liquide en argent électronique peut être un levier majeur pour le développement de la société.

En effet, dématérialiser la monnaie permet de fluidifier les échanges, de sécuriser les transactions et représente un levier économique considérable à la fois pour les institutions, pour les entreprises, mais aussi pour les professionnels de tout niveau (artisans, agriculteurs et pêcheurs notamment). Dans des pays où l'attente de solutions concrètes est forte, la simplicité et l'accessibilité sont des conditions indispensables au succès d'un tel service.

Pour alimenter son compte Orange Money, le client se rend dans une boutique partenaire, et remet le montant désiré en espèces au vendeur. Celui-ci, qui dispose de son propre compte distributeur Orange Money, a seulement besoin de son mobile, de son code secret et du numéro du client. Après validation, le vendeur et le client reçoivent un SMS de confirmation certifiant le succès de l'opération. Le compte est crédité instantanément. Tous les dépôts comme les transferts se font via le réseau GSM classique et utilisent la technologie USSD, comparable à celle utilisée pour l'envoi de SMS et compatible avec 99 % des mobiles.

Transfert d'argent

Aujourd'hui, en Afrique, les transferts se font encore souvent de la main à la main, occasionnant des déplacements qui se comptent parfois en jours, d'autant que les infrastructures de transport sont peu nombreuses et les routes parfois risquées dans certaines régions.

Avec Orange Money, le transfert d'argent s'effectue simplement, rapidement, à tout moment et n'importe où. C'est une vraie solution de proximité, qui offre un service à l'échelle nationale alors que les sociétés de transferts se concentrent sur les opérations internationales.

■ Envoi d'argent

Pour transférer de l'argent, le client saisit le numéro du destinataire, le montant et le valide avec son code secret. Le destinataire est notifié par SMS de l'envoi, et peut immédiatement disposer de l'argent soit « virtuellement » avec des services Orange Money, soit sous forme de cash retiré en point de vente.

En quelques minutes, l'argent est reçu, disponible et prêt à être utilisé. Grâce à ce service, le travailleur urbain peut envoyer de l'argent à sa famille, dès réception de son salaire. De la même façon, les parents peuvent régulièrement envoyer de l'argent à leurs enfants partis étudier dans d'autres provinces. Après des populations aux

revenus faibles, et surtout irréguliers, la possibilité de recevoir de l'argent de manière sûre et rapide est un enjeu critique auquel répond Orange Money.

La réception de l'argent envoyé via des systèmes de transfert international sera également disponible prochainement grâce à Orange Money, notamment dans le cadre d'un accord avec Western Union. Pour recevoir de l'argent depuis l'étranger, le client ne sera plus obligé de se déplacer dans une agence de la société de transfert. L'argent sera toujours directement déposé sur son compte mobile, où il pourra en disposer immédiatement.

■ Retrait d'argent

Avec Orange Money, le retrait d'argent s'effectue aussi simplement que le dépôt. Le client se rend dans son point de vente le plus proche, et indique au vendeur le montant de la somme qu'il souhaite retirer. La transaction n'est confirmée qu'après validation par l'utilisateur à l'aide de son code secret.

Une approche complémentaire est également en cours de développement qui vise à proposer la possibilité au client de posséder une carte de retrait associée à son compte Orange Money. Ces cartes permettront de retirer de l'argent dans la plupart des distributeurs automatiques existants.

En Côte d'Ivoire, des expérimentations sont lancées avec des distributeurs automatiques de billets

compatibles mobiles, afin de permettre une disponibilité des espèces 7j/7 et 24h/24. Ces distributeurs de nouvelle génération offriront la possibilité au client non seulement de retirer en espèces l'argent disponible sur son compte Orange Money, mais de réaliser également de nombreuses autres opérations : dépôt d'argent, achat de billets de spectacles, recharge de crédit téléphonique, etc. Cela constituera un vrai bouleversement dans des territoires où la carte bancaire reste réservée à une élite.



Paiement de factures et d'achats

Dans de nombreux pays d'Afrique, le paiement de factures (d'eau, d'électricité, de téléphone) et des frais de scolarité, souvent exigé en cash, engendre une véritable perte en temps et parfois en frais de déplacement.

Certains habitants aisés vont parfois jusqu'à recruter d'autres personnes pour s'acquitter de cette tâche à leur place. Grâce à des accords passés avec les pouvoirs publics et les entreprises, Orange Money offre une alternative aux déplacements et aux files d'attentes sans fin.

Après avoir rechargé son compte dans n'importe quel point de vente, le client indique son numéro de facture dans le menu, et valide le paiement en quelques secondes. Il reçoit ensuite une confirmation de la transaction.

Le nombre de partenaires de ce service s'accroît de jour en jour, avec un engouement particulier des plus grands facturiers (eau, électricité, etc.) et des grandes universités.

Ainsi, par exemple, au Niger, au Cameroun et en Côte d'Ivoire, l'utilisateur peut régler sa facture d'électricité grâce à Orange Money, sans se déplacer. Au Sénégal, le service lui permet notamment de payer son abonnement de télévision.



Orange Money devient un moyen de paiement multi-usages, à destination de toutes les catégories de clients. Les débouchés se multiplient au fil des partenariats :

■ Achat de crédit téléphonique

L'achat de minutes de communication à des revendeurs est un geste quotidien pour des millions d'Africains. Un geste qui peut s'avérer compliqué dans certaines régions, en cas d'urgence, ou au milieu de

la nuit. Avec Orange Money, le client peut acheter du crédit de communication à tout moment et n'importe où. Ce service est déjà disponible dans l'ensemble des pays Orange Money et est très largement utilisé.

■ Paiement sur Internet

Si l'accès à Internet se développe, notamment grâce à l'explosion des taxiphones, des cybercafés, et du réseau 3G, le paiement de biens ou de services en ligne demeure un réel obstacle. Une carte de crédit s'avère indispensable, et

de nombreuses cartes ne sont pas encore compatibles. En Côte d'Ivoire, le paiement sur Internet grâce à Orange Money est devenu une réalité, comme par exemple sur le portail Abidjan.net. Payer en ligne se fait en quelques clics, et de façon sécurisée.

■ Paiement en boutique

Au Mali par exemple, il suffit désormais aux commerçants de disposer d'un téléphone et d'une carte SIM Orange Money « marchand » pour accepter des transactions dans leur boutique. Cette solution pratique pour le client, qui limite les risques de vol et assure une disponibilité

en cash, est également un atout pour le commerçant puisqu'il a la possibilité de suivre son activité en temps réel grâce aux outils mis en place par Orange. De plus, Orange Money permet de remplacer l'argent liquide qui fait souvent défaut au marchand.

Services financiers

Parallèlement au transfert d'argent et au paiement, Orange Money étend peu à peu sa gamme à des services financiers complémentaires dans les différents pays où il est lancé.

Il s'agit par exemple du paiement de salaires ou de retraites, versés directement sur le compte Orange Money des personnes concernées. Ce dispositif limite les déplacements et permet d'assurer une sécurité maximale dans la remise des sommes. Les bénéficiaires peuvent aisément transférer ou épargner l'argent. Par exemple, au Niger, Médecins Sans Frontières a signé un accord pour utiliser le service afin de payer 200 agents, et à Madagascar, une entreprise minière a l'intention de verser 6 000 pensions mensuelles grâce à Orange Money.

Des services de paiement d'assurance sont également une piste de développement pour Orange Money. En Côte d'Ivoire, la collecte des paiements pour l'assurance-vie peut être réalisée grâce au mobile pour les clients Orange Money.

Enfin, un troisième axe développé par Orange Money concerne l'épargne.

Les populations ayant de faibles revenus ont de vraies difficultés à mettre de l'argent de côté. Ce manque d'épargne constitue un frein majeur au développement économique de ces pays. Orange Money pourrait permettre aux utilisateurs de mettre de côté une partie de leurs revenus. À Madagascar, Orange Money a lancé le premier compte bancaire mobile rémunéré, avec des taux d'intérêt atteignant 6 % et sans montant minimum ni contrainte de disponibilité de l'argent épargné.

Afin d'élargir encore les services financiers proposés à ses clients, Orange multiplie les partenariats avec des instituts de micro finance (IMF), des banques mais également des courtiers d'assurances pour proposer de nouveaux services de proximité comme la collecte de cotisations. Cette offre est en forte croissance au gré des avancées techniques, des nouveaux partenariats et de l'évolution du cadre réglementaire.



Orange Money : dates, chiffres-clés et objectifs



- Lancement du service en Côte d'Ivoire en décembre 2008
- 8 pays africains ont d'ores et déjà lancé le service : Mali, Sénégal, Côte d'Ivoire, Niger, Botswana, Kenya, Madagascar, Cameroun.
- 3 millions de clients inscrits à novembre 2011 (soit x3 sur 12 mois)
- 10 % des clients Orange (dans les pays OM), ont également un compte Orange Money
- Plus de 20 millions d'euros échangés chaque mois
- Plus de 9 millions de transactions chaque mois
- 8 000 points de vente + jusqu'à 1 000 vendeurs itinérants par pays

Le Groupe s'est donné 3 objectifs d'ici 2015 :

- Lancer Orange Money dans l'ensemble des pays en Afrique et le Moyen-Orient où Orange est opérateur mobile
- Atteindre 30 millions de clients Orange Money
- Offrir un écosystème complet de services financiers sur mobile

Orange Money : Modèle économique

Tarification client

Le service Orange Money possède un modèle économique qui lui est propre, spécialement adapté aux besoins des clients et à la volonté d'Orange de démocratiser rapidement ce nouveau moyen de paiement et de transfert.

Ainsi, il était primordial que l'accès au service Orange Money soit gratuit, afin d'être abordable pour tous. Il n'y a donc ni frais d'inscription, ni frais de tenue de compte pour les clients Orange Money.

Pour garantir la viabilité du modèle, une commission, variable selon les pays, est prélevée sur certains types de transactions. Son montant (de 3 % en moyenne) est compétitif au regard de l'ensemble des solutions concurrentes. Le retrait d'argent, le transfert et le paiement de factures occasionnent donc des frais, tandis que le dépôt d'argent, l'achat de crédit de communication et le paiement marchand sont gratuits. Une partie du chiffre d'affaires réalisé est directement reversée aux distributeurs, rémunérés selon le nombre de transactions effectuées dans leur point de vente.

La valeur d'Orange Money pour l'opérateur

Dans l'ensemble des filiales ayant lancé Orange Money, un enjeu marketing clé est d'être l'opérateur préféré des clients, et ce dans la durée : il s'agit de fidéliser les clients sur un marché où les consommateurs n'hésitent pas à utiliser les services des multiples opérateurs, en ayant fréquemment recours à plusieurs cartes SIM simultanément.

Orange Money répond avant tout à ce besoin de fidélisation, en multipliant les raisons données au client de préférer sa SIM Orange, qui lui permet non seulement de communiquer, mais aussi d'accéder à l'ensemble de ses services de transfert et de paiement. Orange Money vient également renforcer l'attractivité de l'offre Orange sur le long terme en proposant un service véritablement différenciant, parfois unique dans certains pays (comme pour le paiement de factures au Cameroun), ce qui contribue à l'acquisition de nouveaux clients et à la réduction du taux de migration vers des offres concurrentes.

En facilitant l'achat de crédit de communication et d'autres services de l'opérateur, Orange Money devient un nouveau canal de distribution, fiable, rapide et économique. Il contribue également à l'augmentation du revenu mensuel moyen par client (ARPU) : des analyses menées récemment au Sénégal et à Madagascar tendent à démontrer l'effet positif de l'utilisation d'Orange Money sur l'activité générale du client, que ce soit pour la voix ou pour la data.

Orange Money : Accompagnement marketing

Proximité client et animation terrain

La proximité client constitue un facteur déterminant pour garantir le succès d'un service novateur, en position de bouleverser des usages clefs de la vie quotidienne. L'un des principaux outils pour créer cette proximité est le recours massif aux vendeurs sur le terrain. Appelés « Boys & girls » ou « Angels » selon les pays, ces équipes vont à la rencontre de la population, notamment aux endroits où le service se révèle le plus utile, directement dans les files d'attente par exemple. Ces équipes bénéficient également d'un important appui logistique. Des caravanes sont ainsi envoyées dans les régions les plus reculées, avec à bord tout l'équipement nécessaire à une souscription immédiate : photocopieurs, imprimantes, connexion internet sans fil, comme par exemple au Cameroun.

Enfin, ces jeunes ambassadeurs sont souvent les premiers utilisateurs d'Orange Money, puisque certaines filiales leur proposent de verser une partie de leur salaire directement sur leur mobile.

Suivant cette même logique de proximité avec le client, les supports de communication du service reposent sur une approche spontanée et ludique. Orange Money utilise par exemple des bandes dessinées et des petits films d'animation en situation pour décrire tous ses services avec une pédagogie humoristique.



Contacts Presse Orange

- 01 44 44 93 93
- Tom Wright : tom.wright@orange.com
- Mylène Blin : mylene.blin@orange.com
- Web: www.orange.com/press
- Twitter: www.twitter.com/presseorange