

Contribution de l'innovation frugale à l'amélioration des conditions de vie dans les pays en développement : Cas des entreprises de mobile money au Burkina Faso

Contribution of frugal innovation to the improvement of living conditions in developing countries: The case of mobile money companies in Burkina Faso

Barnabé Yampa¹, Noswaoga Cécile Tiemtore²

¹ Doctorant, Université Thomas SANKARA, Burkina Faso, Barnabeyampa@gmail.com

² Doctorante, Université Thomas SANKARA, Burkina Faso, tiemtoreceecile26@gmail.com

RÉSUMÉ. Dans les pays en développement et plus particulièrement au Burkina Faso, le développement du mobile money est fulgurant. En quelques années seulement, cette innovation a conquis une place centrale au sein des différents usagers du téléphone mobile. Cet article se donne pour objectif de répondre à la question principale suivante : Comment le mobile money contribue-t-il à l'amélioration des conditions de vie des populations de la BoP au Burkina Faso ? Pour apporter des éléments de réponses à cette question, nous avons eu recours à la méthodologie qualitative à partir des entretiens semi-directifs. Au total quinze (15) entretiens ont été réalisés en face-à-face avec les promoteurs des boutiques de mobile money à Ouagadougou. Les principaux résultats montrent qu'au regard de l'accessibilité du mobile money, sa visibilité, son faible coût et sa qualité, le mobile est une innovation frugale et contribue de manière significative à améliorer les conditions de vie des populations de la BoP. Cette recherche peut être une source de motivation pour d'autres innovations frugales qui pourraient être mises en place dans d'autres domaines afin de répondre aux Objectifs de Développement Durable, en particulier la lutte contre la pauvreté.

ABSTRACT. In developing countries, and more particularly in Burkina Faso, the development of mobile money is dazzling. In just a few years, this innovation has taken centre stage among the various mobile phone users. This article aims to answer the following question: How does mobile money contribute to improving the living conditions of the BoP population in Burkina Faso? To answer this question, we used a qualitative methodology based on semi-structured interviews. A total of fifteen (15) face-to-face interviews were conducted with promoters of mobile money shops in Ouagadougou. The main results show that in view of the accessibility of mobile money, its visibility, its low cost and its quality, mobile money is a frugal innovation and contributes significantly to improving the living conditions of the BoP population. This research can be a source of motivation for other frugal innovations that could be implemented in other areas in order to meet Sustainable Development Goals, in particular regarding the fight against poverty.

MOTS-CLÉS. Mobile money, innovation frugale, population de la BoP, Burkina Faso.

KEYWORDS. Mobile money, frugal innovation, BoP population, Burkina Faso.

Le Burkina Faso, à l'instar de bon nombre de pays africains, fait partie des pays en développement. L'incidence de la pauvreté se situe à 41,4% au niveau national en 2021, ce qui correspond à une proportion de 8,4 millions de pauvres sur une population totale projetée de 20,25 millions de personnes [INS 22]. L'incidence d'extrême pauvreté est estimée à 8,2%, ainsi huit (08) personnes sur cent (100) vivent dans des ménages qui ne parviendront pas à assurer une alimentation adéquate à leurs membres, même si tout leur revenu était consacré à l'achat des produits alimentaires. Au total, 1,7 million de personnes vivent en situation d'extrême pauvreté [INS 22]. Sur la base des travaux de Prahalad, ces populations se situeraient à la Base de la pyramide (BoP), qui désigne les 4 milliards d'individus dans le monde disposant de moins de deux dollars par jour [PRA 02]. En effet, le concept BoP est originellement intitulé « Bas de la Pyramide » (Bottom of the Pyramid) pour désigner l'ensemble des populations pauvres dont le pouvoir d'achat est connu être faible [GAR 2015]. Ces populations vivent dans la pauvreté et n'ont pas accès aux produits et services habituels, ne possédant pas de moyens financiers et matériels [BEN 15]. Cette extrême pauvreté justifie bien, le faible taux de bancarisation

qui s'élève à 25,1 % [BCE 21]. Avec l'arrivée du mobile money et sa forte adoption, ce taux est de plus en plus compensé. En outre, l'accessibilité du téléphone mobile y est relativement forte, comme dans bon nombre de pays africains [INS 15]. C'est ainsi, qu'on observe une mutation significative du secteur financier, du fait d'une diversification supplémentaire du service de téléphonie mobile [WOO 01]. Le mobile money a ainsi favorisé l'inclusion financière [MAL 18]. Cependant, au regard du niveau de vie de la population africaine, il convient de noter que selon, le rapport Global System for Mobile Communications (GSMA), la plupart des utilisations du mobile money en Afrique (en volume et en valeur) sont encore consacrées aux transferts d'argent. En effet, la douzaine d'Etablissements de Monnaie Electronique (EME) agréés et répartis dans cinq pays de l'Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine (UEMOA) (Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Mali et Sénégal) ont effectué au cours de l'année 2020, des transactions financières via le mobile pour un montant de 34 914,8 milliards FCFA. Ce montant est en hausse de 37,1 % par rapport aux 25 470,8 milliards FCFA réalisés en 2019 [BCE 2022]. Ce volume transactionnel est rendu possible grâce à l'essor des entreprises de mobile money. En se référant au nombre de personnes qui gèrent généralement ces entreprises, elles peuvent être qualifiées de très petites. En effet, les Très Petites Entreprises (TPE) représentent un enjeu national en termes de développement économique et de création d'emplois [JAO 08]. Elles ont un effectif compris entre un (01) et neuf (09) salariés¹. Selon le Bureau International du Travail (BIT) (2015), les entreprises, de petites et moyennes tailles, sont considérées comme le moteur de la croissance, mais également comme un levier puissant du secteur privé. Les TPE ont des stratégies de survie, mais en même temps des cadres d'innovation, de créativité sociales. Ainsi, faire travailler une personne dans la TPE, ne nécessite nullement la rédaction d'un « contrat de travail » [TOR 3]. On parlera plutôt d'une intégration, dans un vaste système d'entraide et de protections sociales informelles [PLA 98].

Ces entreprises de mobile money (TPE) sont implantées partout dans les villes du Burkina Faso. Par rapport aux banques, les conditions d'ouvertures d'une entreprise de mobile money au Burkina Faso dans les deux réseaux de télécommunication mobiles (Orange Burkina Faso et Moov Africa Burkina) varient de 150.000 F CFA à 300.000 F CFA avec un délai maximum d'une semaine. Pourtant, en prenant l'exemple sur l'espace UEMAO, le montant du capital social minimum pour l'ouverture d'une banque est d'un milliard de Franc CFA pour tous les Etats membres. Dans la même veine, Grimes [GRI 10], souligne que les coûts de transaction des succursales bancaires sont en moyenne de 4 \$ par opération, tandis que les mêmes coûts de transaction, à partir d'un appareil mobile ou de l'internet, sont de 0,08 \$. Or, l'innovation frugale est la conception de solutions à bas coûts et adaptées pour un segment ayant de faibles revenus [AGA 12]. A cet effet, le mobile money répond bien à cette définition. Les personnes ainsi visées par les innovations frugales sont en général des personnes à faible revenu. En s'inspirant des travaux de Prahalad portant sur la BoP, on pourrait en déduire qu'une grande majorité de la population du Burkina Faso aurait un profil similaire à celui de la Base de la Pyramide (Bottom of the Pyramid). Cette population est toujours limitée aux besoins primaires, mais elle est visiblement très ouverte à l'utilisation des services de téléphonie mobile, notamment le mobile money. Comparativement aux banques, le mobile money répond mieux aux besoins des populations pauvres en Afrique². Même les populations, les plus vulnérables, où qu'elles se trouvent, le mobile money permet de leur fournir des services financiers appropriés. Il est devenu possible, par exemple pour une personne en ville, d'effectuer des transferts d'argent aux proches qui demeurent dans des zones rurales, sans avoir à se déplacer, ni même à payer plus cher en utilisant des services de transfert d'argent comme Western Union et bien d'autres (GSMA, 2017). En Afrique subsaharienne, l'argent mobile, en particulier, stimule la productivité ; en 2020, la valeur des transactions sur les plateformes d'argent mobile dans la région a atteint 490 milliards de dollars (GSMA, 2021). C'est ainsi que la prolifération rapide du téléphone mobile a permis de transformer en Afrique les téléphones mobiles en « banque de poche » [ASO 13].

¹ Non compris le dirigeant qui est souvent propriétaire.

² Rapport de GSMA (2016) sur l'état de l'industrie du mobile money.

Dès lors, avec l'essor du mobile money, de nombreux chercheurs [SOS 21 ; CIS 21 ; BER 20 ; BID 19] se sont intéressés, mais plus généralement aux usages effectifs et aux formes d'adoption du mobile money en Afrique. Notre participation à ce débat se situe sur la manière dont le mobile money en tant qu'innovation frugale contribue à l'amélioration des conditions de vie des promoteurs de ces très petites entreprises, à la suite des travaux effectués sur ce sujet dans d'autres contextes [CHA 15 ; SUR 16]. Nous comptons ainsi apporter des éléments de réponse à la question principale suivante : Comment le mobile money contribue-t-il à l'amélioration des conditions de vie des populations de la BoP au Burkina Faso ?

L'objectif général visé par cette recherche est d'apporter un éclairage sur la contribution du mobile money à l'amélioration des conditions de vie des populations de la BoP, dans le contexte du Burkina. Il s'agit spécifiquement de montrer dans un premier temps que le mobile money est une innovation frugale en matière d'intermédiation bancaire, et surtout de montrer dans un second temps, la manière dont cette innovation frugale contribue à l'amélioration des conditions de vie des populations qui vivent dans la précarité.

Pour atteindre ces objectifs suscités, nous aborderons ainsi dans un premier temps la revue de littérature afin d'apporter un éclairage théorique sur les concepts mobilisés. Dans un deuxième temps, nous justifierons notre choix méthodologique basé sur le qualitatif. Enfin, nous présenterons les résultats de la recherche avant de les discuter à la lumière des travaux de recherche antérieurs.

1. Revue de littérature

Dans cette partie, nous allons nous intéresser à la revue de la littérature sur la contribution de l'innovation frugale comme le mobile money à l'amélioration des conditions de vie dans les pays en développement. En premier temps, nous analyserons le mobile money comme une innovation frugale en matière d'intermédiation bancaire. Dans un second temps, nous examinerons la contribution de l'innovation frugale sur l'amélioration des conditions de vie des propriétaires de ces très petites entreprises

1.1. Le mobile money, une innovation frugale en matière d'intermédiation bancaire

Le mobile money représente, pour les entreprises de services, en l'occurrence les opérateurs de télécommunication, une innovation incrémentale de services accessibles à tous les individus via le téléphone portable [SOS 21]. En effet, c'est une transaction d'une valeur monétaire entre deux parties, par le canal d'un dispositif mobile capable de traiter en toute sécurité une opération financière sur un réseau sans fil et sans l'appui des banques [MBI 13]. Ce faisant, le mobile money se positionne comme un instrument de paiement, au même titre que les moyens de paiement classiques [BID 19]. C'est ainsi que le paiement mobile a réussi à s'inscrire aisément dans les mœurs des populations, même celles à faible revenu [SAW 15] et présentant un niveau d'alphabétisation relativement bas, voire quasi inexistant. Avec un faible taux de bancarisation de 25,1 % [BCE 21], ce service innovant et accessible à tous, a permis de donner accès à des services bancaires aux populations n'ayant pas la possibilité d'avoir un compte bancaire auprès des institutions financières classiques [CHA 15]. Le mobile money est donc destiné aux personnes à faible revenu [SOS 21], et l'innovation frugale fait partie des types d'innovations aux contraintes réduites tout comme les innovations à faible coût, de rupture et inversées [WEY 17].

Selon l'approche de l'innovation frugale par sa finalité, cette innovation vise à servir les pauvres [BAS 13]. Le mobile money est un produit qui a émergé d'une approche centrée sur l'usager. Avec le mobile money, les opérateurs de téléphonie mobile ont su s'adapter pour répondre aux besoins d'une population pauvre qui cherche à minimiser ses dépenses. L'innovation frugale doit permettre le développement de produits à faible coût avec des valeurs sociales élevées [RAD 16]. C'est ainsi que l'innovation frugale a une triple finalité, un contenu en nouveauté, un contenu en termes d'économie de coûts et un contenu d'ordre social. Par cette triple finalité, l'innovation frugale est souvent

apparentée à d'autres types d'innovations, dont notamment l'innovation low cost ou innovation inversée, l'innovation good enough et l'innovation jugaad [HAU 16 ; JAC 14 ; HUE 12]. L'innovation low cost est une activité fondée sur la baisse des prix et vise à rendre accessible un bien ou un service à des populations qui n'ont pas la possibilité de le consommer en raison du coût du produit [HAU 16 ; JAC 14]. On ne crée pas une nouvelle solution, mais on adapte celle déjà existante au pouvoir d'achat d'une population sans altérer la qualité de la solution [AGN 15]. Le concept comporte donc un caractère relatif et s'apprécie par rapport à l'existant. Il s'agit par conséquent de produits nouveaux pour le marché, mais pas nouveaux de façon absolue. On est donc plutôt dans le domaine de l'imitation créative [KIM 80]. L'innovation inversée est appelée en anglais « reverse innovation ». Elle se définit comme étant une prise en compte totale des populations défavorisées dans certains pays émergeants (de l'Afrique, du sud de l'Asie et du sud de l'Amérique) afin de faire concevoir et développer par ces mêmes pays des produits et services [HUE 13]. De même, l'innovation good enough est une autre forme d'innovation relative, elle part également d'un produit existant bien ou service qui sert de référence mais avec des coûts moindres [WOO 10]. Mais il s'agit cette fois de reconstruire le produit autour des fonctions essentielles en excluant toutes les fonctions secondaires ou accessoires [HAU 18]. Elle est associée à de nouvelles fonctionnalités et reconfigurées pour correspondre à la demande des consommateurs à revenus plus bas. Par leurs fonctionnalités, l'innovation frugale est souvent rapprochée à l'innovation low cost, dans ce cas c'est le contenu social qui est mis en relief. En ce sens, les produits de l'innovation frugale sont accessibles aux groupes situés en bas de l'échelle des revenus (BoP) ou encore à des populations pauvres [PRA 05]. Ainsi, en rapport avec le niveau de vie des populations dans les pays en développement, le mobile money est une innovation qui répond aux besoins d'une grande partie de la population qui n'a pas accès à des structures financières formelles comme les banques [CHA 15]. En rappel, le transfert d'argent par mobile ou mobile money est une innovation apparue en 2007 au Kenya au nom de M-PESA [KIK 14]. C'est une innovation très largement adoptée par les populations, y compris les plus pauvres et dans des contextes socio-économiques marqués par l'informalité [ANA 07]. Il est important de mentionner le fait que les produits ou services à bas prix destinés aux populations dites à faibles revenus, offerts par l'innovation frugale ne signifient pas forcément qu'il s'agisse de produits ou services de basse qualité [VAD 15]. En outre, ils soulignent qu'une innovation est dite frugale, si elle est disponible, accessible, visible et de qualité. En se référant à ces quatre critères, le mobile money est bien une innovation frugale, car il est disponible, à moindre coût, plus sûrs et plus transparents. C'est ainsi qu'en nous basant sur les éléments sus-étayés, nous formulons la première proposition suivante :

Proposition 1 (P1) : En matière d'intermédiation bancaire, le mobile money est une innovation frugale car il est accessible aux populations qui se situent à la base de la pyramide.

Sur le point suivant, nous allons analyser la contribution de cette innovation dite « frugale » sur l'amélioration des conditions de vie des populations de la BoP.

1.2. Contribution du mobile money dans l'amélioration des conditions de vie des populations BoP

Avec une population de plus en plus jeune, les demandes d'emplois sont aussi de plus en plus nombreuses [FRI 17]. Le mobile money constitue en réalité un tremplin pour une croissance plus rapide et plus inclusive dans le monde, en particulier des pays en développement. De ce point de vue, une étude sur l'impact du « Mobile Money » sur la croissance économique des pays de la Communauté Economique et Monétaire de l'Afrique Centrale (CEMAC), a montré que l'utilisation du « Mobile Money » est positivement et significativement corrélée avec le taux de croissance économique des pays de la CEMAC [DON 21]. Ce taux de croissance est certainement facilité par la présence dans les villes, de nombreuses boutiques mobiles money. Ces boutiques sont l'initiative et la propriété de nombre de jeunes qui, grâce à cette innovation améliorent significativement leurs conditions de vie. Ces jeunes ont des caractéristiques similaires à celles des individus se situant en bas de la pyramide. Ainsi, cette étude s'inscrit dans la théorie du « Bottom of the Pyramid (BoP) » ou « Base de la Pyramide », un domaine de recherche qui a émergé au début des années 2000 sous l'impulsion de

Prahalaad [HUE 12]. La notion de « base de la pyramide » réfère communément aux 4 milliards d'individus se situant en bas de la pyramide des revenus qui ne parviennent pas à subvenir à leurs besoins essentiels, principalement dans les pays en développement (Afrique, Amérique Latine, Asie et Europe de l'Est). Le postulat de cette théorie est qu'en développant le commerce avec cette tranche de la population, il est possible de répondre à leurs besoins essentiels tout en dégageant un profit pour l'entreprise. Elle défend l'idée que le développement du business avec la base de la pyramide est la façon la plus efficace d'éradiquer la pauvreté. En Afrique, l'émergence de solutions de paiement comme le mobile money montre la capacité des opérateurs des télécommunications mobiles à offrir des services financiers et se substituer aux banques traditionnelles [ROD 16]. Les produits et services issus de l'innovation frugale ne sont pas spécialisés et créent plus de valeurs à des prix très bas [MIC 16 ; RAD 16 ; TED 14].

La mise en œuvre de l'innovation frugale est peu onéreuse et son approche très flexible [RAD 13]. A cet effet, les produits issus de l'innovation frugale ont des fonctionnalités simples d'utilisation. Comme le mobile money est une innovation frugale en matière d'intermédiation bancaire, il motive à l'action. Une fois l'action accomplie, il contribue à la satisfaction des besoins financiers et matériels des populations de la BoP, voire le bien-être. Selon GSMA, le nombre de comptes de paiement mobile (ou compte bancaire mobile) actifs en Afrique a augmenté de 18 % en 2020, soit plus 116 millions d'utilisateurs. Ainsi, les avantages de cette innovation ont entraîné une forte adoption, contribuant à cet effet, à l'amélioration des conditions de vie de ces populations [SOS 21]. La sous-bancarisation dans ces pays explique ainsi le succès des services de paiement mobile. C'est ainsi que l'une des motivations qui explique l'utilisation du téléphone mobile comme mode de paiement est le faible nombre de services ou l'inexistence des banques dans les zones rurales des pays en développement et par conséquent, le faible taux de bancarisation qui s'élève à 25,1 % (BCEAO, 2021). L'innovation doit cependant déboucher sur des produits et services de bonne qualité [PRA 07]. Les produits ou services mis en place procurent un avantage aux personnes visées [SIN 13 ; TED 14]. Dans la même veine, une étude a montré que l'accès au dispositif de mobile money (M-PESA) a permis de sortir 194 000 ménages kenyans, soit 2 % de la population, de la pauvreté [SUR 16]. Le mobile money contribue à la croissance économique et à la résolution de défis sociaux (GSMA, 2021). Il a des effets positifs considérables sur les vies et les moyens de subsistance, en promouvant des sociétés inclusives dans les services financiers (GSMA, 2020). Ces observations conduisent à formuler la seconde proposition suivante :

Proposition 2 (P2) : Il existe un lien entre l'adoption du mobile money et l'amélioration des conditions de vie des populations de la BoP.

Ces propositions formulées à travers la revue de littérature constitueront les fondements de notre étude empirique dans le point suivant.

2. Méthodologie de recherche

A la suite de la revue de la littérature, nous abordons dans cette section nos choix épistémologiques et méthodologiques, les outils développés pour la collecte de données, ainsi que le type d'échantillon. Notre objectif principal de recherche est d'apporter un éclairage sur la contribution du mobile money à l'amélioration des conditions de vie des populations situées à la base de la pyramide, dans le contexte burkinabè. A cet effet, dans la logique de notre objectif principal, notre posture épistémologique est interprétativiste. La recherche qualitative se caractérise par une visée compréhensive, qui se fixe comme objectif de comprendre l'action dans un contexte ou dans une situation [DUM 11]. Notre recherche est à visée compréhensive [CHAR 02] et s'inscrit dans une démarche exploratoire. En tant que telle, elle compte générer des résultats relatifs à un contexte d'innovation frugale, en l'occurrence le mobile money. En cohérence avec le caractère exploratoire de la démarche, un mode de raisonnement abductif est adopté [CHAR 02]. Le choix de ce mode de raisonnement se justifie par le fait que nous allons interroger, autant le terrain à la lumière de la littérature que la littérature à la

lumière du terrain tout au long de la recherche. Comme stratégie de recherche, nous avons choisi l'étude de cas [YIN 03]. Ainsi, nous allons étudier le cas des entreprises de mobile money au Burkina Faso qui sont de très petites entreprises. L'étude de cas s'avère à cet effet, la méthode idéale puisqu'elle permet d'appréhender un phénomène encore peu étudié, à différents niveaux d'analyse, sans être contraint par un choix préalable d'outils ou de types de données [EIS 89 ; YIN 03]. En effet, l'étude de cas semble donc être une méthode en cohérence avec notre problématique. Le cas est utilisé non pas à des fins illustratives mais pour enrichir une théorie existante [EIS 07].

2.1. Echantillon, technique de collecte et d'analyse des données

La recherche s'appuie sur un matériau empirique composé de données principalement qualitatives. Il comprend des données primaires collectées à partir d'entretiens semi directifs, de l'observation non participante et des données secondaires provenant de documents internes et externes. Notre échantillon concerne essentiellement les populations de la BoP. Au regard du grand nombre des entreprises de mobile money présentes sur le marché burkinabè, localisées à Ouagadougou, nous avons décidé de limiter la population mère de notre échantillon à ces entreprises. Nous avons choisi de n'interroger que des promoteurs ou propriétaires de ces boutiques mobiles money pour mieux cerner et répondre à notre question principale. Ces populations situées à la base de la pyramide et qui ont accès aux services financiers grâce au mobile money, constituent notre population cible. Nous n'avons en outre pas souhaité constituer un échantillon représentatif, mais plutôt parvenir à interroger et limiter selon le principe de la saturation empirique. Le principe de saturation empirique de l'information sur les différents thèmes de la recherche a constitué le critère de définition de la taille de l'échantillon. L'atteinte du seuil de saturation marque l'arrêt du processus de collecte de données [EIS 89 ; STR 90 ; YIN 94 ; HLA 00]. A ce stade, les unités d'observation supplémentaires n'apportent que des éléments marginaux à la connaissance déjà construite autour des cas. Quant à la construction du guide d'entretien, la revue de littérature a guidé l'identification des thèmes pertinents à savoir : 1) Accessibilité du mobile money aux populations de la BoP ; 2) Mobile money et amélioration des conditions de vie des populations de la BoP. Les entretiens ont été conduits au sein de ces boutiques de mobile money après qu'une description des objectifs de la recherche ait été donnée. Tous les entretiens étaient enregistrés puis retranscrits. Les répondants ne se sont jamais opposés à l'enregistrement et l'anonymat leur a été assuré. Les entretiens étaient d'une durée moyenne de 45 minutes, les plus courts durant approximativement 30 minutes et les plus longs près de 60 minutes. Au total, nous avons interviewé quinze (15) propriétaires de très petites entreprises sur une période de dix jours allant du 02 au 12 Juillet 2022. Notre guide d'entretien avait deux objectifs. Dans un premier temps, il s'agit de donner une structure à l'entretien, de manière à ce que le répondant se sente en confiance et soit prêt à contribuer d'une manière systématique à notre étude. Dans un second temps, le guide était destiné à assurer que l'univers des questions de recherche était abordé.

En ce qui concerne le traitement des données, nous avons opté dans notre étude pour une analyse de contenu thématique. La codification des données de cette investigation est réalisée à l'aide du logiciel N'Vivo de QSR (V.2). Nous avons généré des codes afin de garder l'anonymat sur les noms des personnes interrogées. Ainsi, E.1 est le code attribué au verbatim du propriétaire de la première entreprise de l'échantillon. E.2 est le code attribué au verbatim du propriétaire de la deuxième entreprise de l'échantillon. Par analogie, E...n est le code attribué au verbatim du propriétaire de la $n^{\text{ième}}$ entreprise de l'échantillon.

3. Présentation et Discussion des résultats

Dans cette partie, nous allons d'abord présenter les résultats issus de notre étude empirique et dans un second temps nous allons confronter nos résultats avec notre revue de littérature.

3.1. Présentation des résultats

De notre étude empirique, nous présentons nos résultats extraits de quelques verbatims, de l'analyse documentaire et de l'observation non participante. La mobilisation de ces trois modes de collectes de données permet, dans un premier temps, de se rendre compte de la totalité de la réalité que la recherche tente de cerner [HLA 02], et l'utilisation de la stratégie de test qualitatif qu'est la triangulation.

Propositions de recherche	Résultats (extrait de quelques verbatims)
<p>P1 : <i>en matière d'intermédiation bancaire, le mobile money est une innovation frugale car il est accessible aux populations qui se situent à la base de la pyramide.</i></p>	<p>Dans un contexte social et économique marqué par l'analphabétisme des populations et une extrême pauvreté le mobile money, par rapport aux conditions d'ouverture d'une banque ou de création d'un compte bancaire est une innovation accessible ; même aux populations de la BoP.</p> <p>L'enquêté 3 confirme : « <i>la création d'une boutique de mobile money n'est même pas comparable à une banque. Avec très peu de moyen ou sous l'endosse d'un aval, tu peux ouvrir ton entreprise et gérer (E.3)</i> ». L'enquêté 5 ajoute « <i>Le mobile money est tel que même étant un analphabète, tu peux créer ; voire gérer ton entreprise de mobile money. Le mobile est vraiment accessible, sans protocole (E.5)</i> ».</p> <p>Cette innovation répond très bien à des besoins pour des tranches de la population qui n'ont pas accès à des structures financières formelles comme les banques. La plupart du temps, les procédures d'ouverture d'un compte bancaire se font à des tarifs hors de leur portée, mais elles sont aussi longues et ardues pour le citoyen lambda à faible revenu et non alphabétisé.</p> <p>L'enquêté 6 ajoute en ces termes : « <i>J'ai ouvert gratuitement mon compte de mobile money avec un agent de boutique mobile money qui a loué un local devant ma porte et depuis lors mon compte fonctionne sans frais de tenue de compte. En plus même avec 1000 FCFA, je peux faire dépôt ou retrait. Le mobile est venu sauver nous les pauvres (E.6)</i> ».</p> <p>Le mobile money permet aux utilisateurs non bancarisés et sous-bancarisées d'envoyer et de recevoir de l'argent à leurs parents proches.</p> <p>En témoignent les propos de l'enquêté 4 : « <i>Grâce au mobile money, je peux envoyer de l'argent à mes parents et amis qui sont au village sans avoir à me déplacer (E.4)</i> ».</p> <p>L'enquêté 7 renchérit : « <i>C'est parce que le mobile est à faible coût que nous autres avons pu ouvrir une petite banque, je dis petite banque car nous faisons à peu-près les mêmes transactions que les banques (E.7)</i> ».</p>

P2 : Il existe un lien entre l'adoption du mobile money et l'amélioration des conditions de vie des populations de la BoP.

Au regard des emplois créés par le mobile money, de nombreuses populations qui se situaient à la base de la pyramide ont eu des emplois et arrivent à subvenir au moins à leurs besoins matériels et financiers.

En témoin l'enquêté 1 « *Grâce au mobile money, j'ai eu du travail et aujourd'hui j'ai trois boutiques de mobile money et j'emploie sept personnes, en plus de moi-même (E.1)* ». Un des employés renchérit : « *moi, je ne travaillais pas et j'étais une charge pour ma famille, mais avec l'arrivée du mobile j'ai eu du travail et j'arrive à manger, à me vêtir, à me loger et même me soigner. De temps en temps je tends la main à ma famille, et pourtant, avant l'arrivée de cette innovation je dépendais de la famille (E.1.1)* ».

Selon les verbatims ci-dessus, nous constatons que beaucoup des promoteurs de ces entreprises étaient dans la rue ; mais grâce à l'arrivée du mobile money, de nombreux jeunes ont eu du travail et certains d'entre eux sont devenus des patrons et arrivent à satisfaire au-delà de leurs besoins matériels et financiers.

« *Le mobile money m'a permis de faire bien plus que la satisfaction de mes besoins vitaux. Il a contribué significativement à améliorer ma condition de vie. J'ai commencé avec 500 000 FCFA dans Orange money depuis 2015, aujourd'hui je suis devenu un gros distributeur avec pour montant d'ouverture de compte 50 000 000 FCFA. J'ai ouvert cinq autres boutiques de mobile money et je gère 140 agents pourtant, je ne suis même pas allé loin à l'école. J'ai fait venir mon petit frère du village. Il gère les transactions autour des 5 boutiques alors qu'il n'est même pas allé à l'école. Il a juste appris à écrire les chiffres nécessaires. Je suis PDG et mon petit frère est DG. Mes employés sont payés entre 70.000 FCFFA et 120.000 FCFA le mois (E.14)* ».

Un des employés ajoute : « *Grâce à mon salaire mensuel de 90.000 FCFA et mes cinq ans de travail avec le patron, j'ai pu économiser près de 800 000 FCFA et m'acheter une moto. Je mange au moins 2 repas par jour et je paye mon loyer* ».

L'enquêté 9 relate en ces termes : « *Grâce au mobile money, j'arrive à subvenir à mes besoins de base, voire au-delà car je me suis marié, construire ma maison en zone non lotie et même payer une moto. Actuellement je suis employé mais je compte ouvrir ma propre entreprise de mobile money. Pourtant, avant j'étais au chômage malgré mon diplôme de maîtrise acquis à l'université et maintenant je peux avoir entre 150.000 FCFA et 200.000 FCFA par mois (E.9)* ».

D'autres ont même abandonné leurs activités au profit du mobile money parce qu'il est plus rentable. Ils parviennent au-delà de la satisfaction des besoins vitaux, à se marier, construire des maisons puis subvenir à la satisfaction des

	<p>besoins de leurs proches.</p> <p>L'enquêté 8 explique en ces termes : « <i>Grâce au mobile money nous employons aujourd'hui près de neuf personnes. J'ai même abandonné mon activité d'enseignant vacataire pour exercer l'activité. Avec mon niveau d'étude, j'ai une relation particulière avec mes clients et cela me permet de réaliser de nombreuses transactions malgré la concurrence</i> (E.8). Il ajoute :</p> <p><i>J'ai aussi ouvert une autre boutique dont la gestion est confiée à ma femme. Cela nous a aidés à construire et à subvenir à d'autres besoins. Sans l'activité du mobile money ; nous n'aurions jamais eu tout ce que nous possédons aujourd'hui ».</i></p> <p>Le mobile money est une innovation frugale qui a créé de nombreux emplois et apporte des contributions sociales positives à des millions de personnes au Burkina Faso.</p> <p>L'enquêté 15 stipule en ces termes : « <i>Le mobile money sauve des vies au Burkina Faso. Il suffit de supprimer le mobile money pendant une semaine pour mesurer sa contribution à l'amélioration des conditions de vie des populations pauvres. Sa contribution est tellement grande, si bien que son absence créerait aujourd'hui au Burkina Faso de nombreux chômeurs E.15</i> ».</p>
--	--

Tableau. Présentation des résultats

Source : Auteurs (Juillet, 2022).

A travers ce tableau des principaux résultats, nous constatons que d'une part, le mobile money est une innovation frugale et d'autre part, elle contribue à l'amélioration des conditions de vie des populations situées à la base de la pyramide. Le mobile money est accessible, inclusive et les populations de la BoP arrivent à faire mieux avec le peu et cela également contribue d'une manière ou d'une autre à améliorer leurs conditions de vie. Cette innovation frugale via le mobile money, est une véritable source de revenu pour de nombreuses populations qui étaient à la base de la pyramide.

3.2. Discussion des résultats

Nous allons dans cette partie discuter nos résultats sur deux niveaux d'analyse, d'une part le mobile money comme une innovation frugale en matière d'intermédiation bancaire et d'autre part la contribution du mobile money à l'amélioration des conditions de vie des populations situées à la base de la pyramide.

3.2.1. Accessibilité du mobile money aux populations de la BoP

Les populations à la base de la pyramide présentent une caractéristique non négligeable : celle de vivre avec des moyens pécuniaires très limités. Par conséquent, leurs besoins sont limités aux besoins primaires, aux besoins de base comme se nourrir, se loger, se vêtir [PRA 02]. Ces populations seraient plus enclines à utiliser une technologie si celle-ci leur était offerte à un prix très abordable, voire gratuitement [ASS 11 ; LAE 11 ; NOG 18]. Tous les propriétaires de mobile money que nous avons

interrogés sont unanimes qu'ils ont débuté l'activité avec un capital compris entre 150 000 FCFA à 1 250 000 FCFA, alors que l'ouverture d'une banque nécessite un minimum de capital d'un milliard de FCFA dans l'espace UEMAO. Dans ce sens le mobile money est bien une innovation frugale comparativement aux banques. En témoigne les propos de E.12 « *J'ai créé ma boutique de mobile money avec un capital initial de 300.000 FCFA. Grâce à cette boutique, j'effectue des dépôts et des retraits à l'image des banques. Malgré mon analphabétisme je parviens grâce à la technologie à effectuer des opérations* ». Ces résultats vont dans le même sens que ceux trouvés par Sawadogo et Ammi [SAW 15]. En effet, selon ces auteurs, même étant illettrés, il est possible de mener l'activité ; de même que diriger le personnel. Le paiement mobile a réussi à s'inscrire aisément dans les mœurs des populations, même celles à faibles revenus [SAW 15] et présentant un niveau d'alphanumerisation relativement bas, voire quasi inexistant, facile à appréhender et à appliquer, même dans un contexte d'analphabétisme [CHA 15]. Notre proposition 1 (P1) à savoir : en matière d'intermédiation bancaire, le mobile money est une innovation frugale car il est accessible aux populations qui se situent à la base de la pyramide, est valable et conforme les résultats de Bidiasse et Mvogo [BID 19], quand ils soulignent que le mobile money se positionne comme un instrument de paiement, au même titre que les moyens de paiement classiques. En outre, cette innovation vise à servir les pauvres [BAS 13]. Et toujours dans la même dynamique, selon Radjou et Euchner [RAD 16], l'innovation frugale doit répondre aux questions de nouveaux produits à faible coût avec des valeurs sociales élevées. A cet effet, l'innovation frugale doit avoir une triple finalité, un contenu en nouveauté, un contenu en termes d'économie de coûts et un contenu d'ordre social. En ce sens, les produits de l'innovation frugale sont accessibles aux groupes situés en bas de l'échelle des revenus (BoP) ou encore à des populations pauvres [PRA 05]. Une innovation est dite frugale, si elle est disponible, accessible, visible et de qualité [ANA 07]. Le mobile money est une innovation frugale car l'ouverture du compte est gratuite. A cet effet il est accessible aux personnes qui vivent en dessous du Salaire Minimum Interprofessionnel Garanti (SMIG) burkinabè dont le montant est de 30.684 FCFA. Le mobile money participe significativement à résorber le problème d'inclusion financière des populations pauvres. Bien que n'ayant pour nombreux aucun compte bancaire, ils parviennent à effectuer des transactions financières. Au regard de toutes ces caractéristiques nous pouvons en conclure que ce service constitue une innovation dite frugale. Cette innovation se base sur un outil utilisé et accessible à une grande partie de la population à savoir le téléphone portable. Ainsi, le cas du mobile money confirme ce que la littérature déduit de l'innovation frugale. Le faible capital de départ nécessaire, explique également que le mobile money est une innovation frugale.

3.2.2. Mobile money et amélioration des conditions de vie des populations de la BoP

Le mobile money est une innovation frugale qui contribue par ailleurs à améliorer des conditions de vie des populations de la BoP. Son utilisation a permis l'augmentation des possibilités d'achat et d'obtention de financement. En effet, avec le mobile money, les populations BoP effectuent des transactions. Cela leur permet de subvenir à leurs besoins de base. Le mobile money est une innovation frugale qui apporte des contributions sociales positives à des millions de personnes. Les produits et services issus de ce concept ne sont pas spécialisés, ni parfaits, mais créent plus de valeurs à des prix très bas [MIC 16 ; RAD 16 ; TED 14]. E.2 affirme en ces termes : « *Le mobile money a significativement amélioré ma condition de vie. J'étais au chômage et un ami m'a parlé du mobile money. J'en ai à mon tour parlé à un grand frère qui est à l'extérieur du pays et il m'a envoyé 500.000 FCFA dans mon portable et grâce à cet argent, j'ai ouvert ma petite banque de mobile money. Aujourd'hui, je suis devenu patron et emplois trois personnes avec un capital d'au moins 5.000.000 FCFA* ». Ces propos illustrés par E.2 montrent bien comment le mobile a significativement contribué à l'amélioration de sa vie, ainsi que celle de ses employés. Ces propos vont de concert avec ceux trouvés par Suri et Jack [SUR 16]. Ces auteurs à travers une étude au Kenya, ont souligné que l'accès au dispositif de mobile money M-PESA a permis de sortir 194 000 ménages kenyans, soit 2 % de la population, de la pauvreté. Le mobile money a des effets positifs considérables sur les vies et les moyens de subsistance (GSMA, 2020). A cet effet, il contribue à la résolution des défis sociaux et à la croissance économique (GSMA, 2021). Ainsi, notre proposition 2 (P2) qui stipule qu'il existe un lien

entre l'adoption du mobile money et l'amélioration des conditions de vie des populations de la BoP est confirmée et corrobore les résultats trouvés par Sossou et al. [SOS 21]. Ils ont montré que les avantages de cette innovation ont entraîné une forte adoption ; contribuant ainsi à l'amélioration des conditions de vie de ces populations. En outre, la présence dans les villes, de nombreuses boutiques mobiles money a entraîné une augmentation du taux de croissance économique des pays de la CEMAC [DON 21]. Le mobile money a beaucoup contribué à améliorer des conditions de vie. En effet, il a amélioré les conditions d'achat et augmenté les possibilités de réaliser des échanges financiers pour bon nombre de populations qui se situaient sur la base sur la pyramide avant l'arrivée de cette innovation frugale.

Conclusion

Cette recherche avait pour objectif général, d'apporter un éclairage dans le contexte du Burkina Faso, en s'intéressant à la contribution du mobile money à l'amélioration des conditions de vie des populations de la BoP. Il s'agit spécifiquement de montrer dans un premier temps que le mobile money est une innovation frugale en matière d'intermédiation bancaire et dans un second temps, montrer comment cette innovation frugale contribue à l'amélioration des conditions de vie des populations de la BoP. Les principaux résultats ont montré que le mobile money est une innovation frugale car il est accessible aux populations les plus vulnérables. En outre, le mobile money constitue une opportunité entrepreneuriale pour ces personnes vulnérables car avec très peu de ressources ils parviennent efficacement à réaliser mieux. Plus encore ces personnes de populations BoP créent des emplois grâce au mobile money. Cette création d'emplois est rendue possible grâce à l'existence d'un marché potentiel favorisé par la facilité d'accès par toutes les couches sociales. Le marché potentiel favorise la réalisation d'économies d'échelles permettant du même coup l'optimisation des profits. Bien que cette recherche ait des limites, de ses résultats résultent des implications théoriques, managériales et pratiques.

Les apports de la recherche :

Cette recherche a permis de mettre en évidence quelques apports sur le plan théorique, managérial et pratique.

Sur le plan théorique, les résultats montrent d'une part que le mobile money est une innovation frugale en matière d'intermédiation bancaire, d'autres part, ces résultats révèlent l'existence d'un potentiel marché susceptible de favoriser l'entreprenariat des populations de la BoP. Par ailleurs, cette recherche a également contribué à enrichir la littérature dans le contexte burkinabè du paiement par mobile.

Sur le plan managérial, elle peut aider des acteurs multiformes comme les opérateurs de téléphonie mobile, les concurrents potentiels, les managers d'entités publiques et privées, autres prestataires de services à mieux orienter leurs stratégies sur les populations de la BoP.

Sur le plan pratique, cette étude peut être une source de motivation pour d'autres innovations frugales qui pourraient être mis en place dans divers domaines. Cela est d'autant plus possible qu'il existe un marché potentiel qu'est les populations BoP.

Les limites :

Bien que l'étude soit d'un cas multiple, bien que le caractère qualitatif de la démarche méthodologique ait été un avantage significatif dans la réponse apportée à la problématique posée, cette investigation a une limite car ne permettant pas une généralisation des résultats sur une échelle grandiose comme l'aurait permis une étude quantitative. En outre, la couverture géographique de notre étude qu'est Ouagadougou seulement, constitue également une limite.

Les perspectives de recherche future :

Cette recherche peut être étendue dans diverses régions du Burkina Faso, avec une approche qualitative et quantitative. D'autres études empiriques sont nécessaires pour statuer sur leur possible extension à d'autres services du même secteur d'activité, ainsi qu'à d'autres secteurs d'activités.

Bibliographie

- [AGA 12] AGARWAL N., BREM A., « Frugal and Reverse Innovation -Literature Overview and Case Study Insights from a German MNC in India and China », *international ICE conference on engineering, technology and innovation*, p. 1-11, 2012.
- [AGN 15] AGNIHOTRA A., « Low-Cost Innovation in Emerging Markets », *Journal of Strategic Marketing*, n°5, p. 399-411, 2015.
- [ANA 07] ANDERSON J., BILLOU N., « Serving the World's Poor : Innovation at the Base of the Economic Pyramid », *Journal of Business Strategy*, n°2, p. 14-21, 2007.
- [ASO 13] ASONGU S.-A., « How Has Mobile Phone Penetration Stimulated Financial Development in Africa ? », *Journal of African Business*, n°1, p.7-18, 2013.
- [BAT 14] BATTISTELLI A., « La recherche psychosociale sur le processus d'innovation individuelle et d'équipe : un bilan des connaissances », *Psychologie du travail et des organisations*, n°4, p. 336-352, 2014.
- [BCE 21] BCEAO., rapport sur les services financiers via la téléphonie mobile dans l'UEMOA, Rapport Périodique, Banque centrale des États de l'Afrique de l'Ouest, 2021.
- [BCE 22] BCEAO., rapport sur les services financiers via la téléphonie mobile dans l'UEMOA, Rapport Périodique, Banque centrale des États de l'Afrique de l'Ouest, 2022.
- [BEN 15] BENINGER S., ROBSON K., « Marketing at the base of the pyramid : Perspectives for practitioners and academics », *Business Horizons*, n°5, p. 509-516, 2015.
- [BERR 20] BERROU J.-P., MELLET K., « Une révolution mobile en Afrique Subsaharienne ? », *Réseaux*, n° 219, p. 11-38, 2020.
- [BID 19] BIDIASSÉ H., MVOGO G.-P., « Les déterminants de l'adoption du mobile money : l'importance des facteurs spécifiques au Cameroun », *Revue d'économie industrielle*, n°1, p. 85-115, 2019.
- [CHA 15] CHAIX L., TORRE D., « Le double rôle du paiement mobile dans les pays en développement », *Revue économique*, n°4, p. 703-727, 2015.
- [CHAR 02] CHARREIRE-PETIT S., HUAULT I., « Cohérence épistémologique : les recherches constructivistes françaises en management" revisitées" », 2002.
- [CHE 10] CHENEAU-LOQUAY A., « L'Afrique au seuil de la révolution des télécommunications. Les grandes tendances de la diffusion des TIC », *Afrique contemporaine*, n° 234, p. 93-112, 2010.
- [CHE 12] CHENEAU-LOQUAY A., « La téléphonie mobile dans les villes africaines. Une adaptation réussie au contexte local », *L'Espace géographique*, n° 1, p. 82-93, 2012.
- [CIS 21] CISSE M., KEITA F., « Les déterminants de l'adoption de l'Internet mobile au Mali », *Observatoire de la Francophonie économique (OFE) de l'Université de Montréal*, n° 20, p. 1-14, 2021.
- [DON 21] DONTSI D., « Les effets DU système « mobile money » sur LA croissance économique : LE cas des pays DE LA cemac », *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, p. 1-23, 2021.
- [DUM 11] DUMEZ H., « Qu'est-ce que la recherche qualitative ? » *Le Libellio d'Aegis*, n° 4, p. 47-58, 2011.
- [EIS 07] EISENHARDT K.-M., GRAEBNER M.-E., « Theory building from cases : Opportunities and challenges », *Academy of management journal*, n°1, p. 25-32, 2007.
- [FRI 17] FRIMOUSSE S., PERETTI J.-M., « Comment accompagner la transformation digitale des entreprises en Afrique ? », *Question(s) de management*, n° 3, p.199-225, 2017.
- [GAR 15] GARRETTE B., KOZAN A., ROULE T., « Défis au Bas de la Pyramide », *Management international/International Management/Gestión Internacional*, n°3, p. 65-82, 2015.
- [GRI 10] GRIMES C., « Beyond « Check-the box » mobile banking and payment », *Illinois Banker*, p. 22, 2010.
- [HAU 16] HADEVILLE B., LE BAS C., « L'innovation frugale : une nouvelle opportunité pour les économies en développement ? », *Mondes en développement*, n° 1, p. 11-28, 2016.

- [HAU 18] HADEVILLE B., LE BAS C., « Promoting innovation in Africa and the LDCs : Building the SNI, framing frugal innovation, developing local systems », *Mondes en développement*, n° 4, p. 101-118, 2018.
- [HLA 02] HLADY RISPAL M., « La méthode des cas », *Application à la recherche en gestion*, 2002.
- [HUE 12] HUET J.-M., LABARTHE P., ABEILLE V., « Les promesses du « bas de la pyramide » », *L'Expansion Management Review*, n° 1, p. 10-21, 2012.
- [HUE 13] HUET J.-M., DE POMPIGNAN D., NOÉ M., OSTER S.-A., « Le sud, futur laboratoire d'innovation du monde », *L'expansion Management Review*, n° 150, p. 113-123, 2013.
- [INS 15] INSD, Annuaire statistique. Institut national de la statistique et de la démographie (INSD), Rapport statistique, INSD Burkina Faso, 2015.
- [INS 22] INSD, Annuaire statistique. Institut national de la statistique et de la démographie (INSD), Rapport statistique, INSD Burkina Faso, 2022.
- [JAC 14] JACQUET J.-B., « Review of risks to communities from shale energy development », *Environmental science & technology*, n°15, p. 8321-8333, 2014.
- [JAO 08] JAOUEN A., TORRÈS O., « Les très petites entreprises : un management de proximité », *Hermès science publications*, 2008.
- [KIK 14] KIKULWE E.-M., FISCHER E., QAIM M., « Mobile money, smallholder farmers, and household welfare in Kenya », *PloS one*, n°10, 2014.
- [MAL 18] MALIEHE S., SHARP J., « The digital world and a human economy : mobile money and socio-economic development in Africa », *Development Finance Agenda (DEFA)*, n°2, p.18-19, 2018.
- [MBI 13] MBITI I., WEIL D.-N., « The home economics of e-money : velocity, cash management, and discount rates of M-Pesa users », *American Economic Review*, n°3, p. 369-74, 2013.
- [MIC 16] MICAËLLI J.-P., « Comprendre l'innovation frugale : le diptyque proposé par Navi Radjou et ses co-auteurs », *Revue-innovations*, n° 51, p. 95-104, 2016.
- [NOG 18] NOGAMI V., VIEIRA F., VELOSO A., « Concept of Innovation in Low-Income Market », *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, n°1, p. 127-149, 2018.
- [OUE 20] OUEDRAOGO H., NASSE T.-B., « Emergence of economic intelligence approach in West Africa : case of a Telco in Burkina Faso », *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, n°5, p. 391-400, 2020.
- [PLA 98] PLANE J.-M., TORRES O., « Le recours au conseil est-il un processus dénaturant pour la PME ? », *Actes du CIFEPME*, 1998.
- [PRA 07] PRAHALAD C.-K., « Le bac à sable de l'innovation », *L'Expansion Management Review*, n°1, p. 10-20, 2007.
- [PRA 02] PRAHALAD C.-K., HART S.-L., « The Fortune at the Bottom of the Pyramid », *Strategy+ Business Magazine*, n° 26, p. 2-14, 2002.
- [RAD 15] RADJOU N., PRABHU J., « Frugal Innovation : How to do more with less », *The Economist*, 2015.
- [RAD 16] Radjou N., Euchner J., « The Principles of Frugal Innovation : An Interview with Navi Radjou : Navi Radjou talks with Jim Euchner about jugaad and frugal innovation and their place in corporate R&D », *Research-Technology Management*, n°4, p.13-20, 2016.
- [SAW 15] SAWADOGO A., AMMI C., « Déterminants empiriques de l'écart de pénétration de la téléphonie mobile dans les pays de l'UEMOA : Cas du Mali et du Sénégal », *International Journal of Financial Accountability, Economics, Management, and Auditing*, n° 4, 2015.
- [SIN 13] SINHA R., « Reverse Innovation : A Gift from Developing Economy to Developed Economy », *Business Perspectives and Research*, n° 1, p. 69-78, 2013.
- [SOS 21] SOSSOU M.-L.-A., GAYE A., WADE M.-E.-B., « Facteurs explicatifs de l'adoption des services du mobile money par les clients des opérateurs de téléphonie mobile à Dakar », *International Journal of Financial Accountability, Economics, Management, and Auditing (IJFAEMA)*, n° 4, p. 393-416, 2021.
- [SUR 16] SURI T., JACK W., « The long-run poverty and gender impacts of mobile money », *Science*, n° 6317, p.1288-1292, 2016.
- [TOR 03] TORRES O., « Petitesse des entreprises et grossissement des effets de proximité », *Revue Française de Gestion*, n° 144, p. 119-138, 2003.

[VAD 15] VADAKKEPAT P., GARG H.-K., LOB A.-P., THAM M.-P., « Inclusive Innovation : Getting More From Less For More » *Journal of Frugal Innovation*, n°1, p. 1-2, 2015.

[WEY 17] WEYRAUCH T., HERSTATT C., « What is frugal innovation ? Three defining criteria », *Journal of frugal innovation*, n°1, p. 1-17, 2017.

[WOO 01] WOODFORD M., « The Taylor rule and optimal monetary policy », *American Economic Review*, n°2, p. 232-237, 2001.

[YIN 94] YIN R.-K., « Discovering the future of the case study. Method in evaluation research » *Evaluation practice*, n°3, p. 283-290, 1994.

[YIN 03] YIN R.-K., « Designing case studies », *Qualitative research methods*, n°14, p. 359-386, 2003.