

Innovation préventive vs progressive. Simplement dit, une innovation préventive est quelque chose de nouveau, tandis qu'une innovation progressive consiste en une succession de mises à niveau ou d'améliorations. A priori, la perception des avantages d'une innovation préventive est plus lente car plus difficile à établir. Le téléphone relève de l'innovation préventive, la téléphonie mobile de l'innovation progressive, et le défi pour le paiement mobile réside dans une prise en compte consciencieuse de ses deux dimensions.

La compatibilité

Elle se réfère au degré d'inclinaison entre une innovation et les valeurs existantes, les expériences passées et les besoins potentiels.

Les préceptes. Au moment de l'invention du téléphone, la transmission de la parole par l'électricité devait être difficilement concevable, et il devait être plus éprouvé encore de dissocier le son de la voix de tout idéal religieux. L'image même du téléphone devait entrer en conflit avec les valeurs et les repères de la société américaine des années 1900. La téléphonie mobile et le paiement mobile, c'est une autre histoire. Leur développement s'opère sans que les normes ne soient transgressées car, avant leur naissance, des systèmes de télécommunication et des systèmes de paiement avaient déjà été largement utilisés.

Les concepts éprouvés. Le télégraphe était couramment utilisé aux Etats-Unis et, imprégnés de son utilisation, les américains devaient y voir leur outil de communication approprié. Plus encore, en affaires, le télégraphe imprimait les ordres des transactions commerciales, et le téléphone n'y trouvait pas sa place. La téléphonie mobile, quant à elle, a trouvé la sienne en comblant tout simplement les vides existants. En revanche, en dehors de cas comme celui du Kenya, le paiement mobile doit pouvoir convaincre de sa nécessité, sinon qu'il peut au moins faire bien mieux et offrir bien plus que l'existant.

Les besoins

Les besoins potentiels des clients étaient fort probablement vagues au moment de l'introduction du téléphone, surtout avant que certaines fonctionnalités tels que les appels interurbains n'existent, et de nouvelles formes d'usages ont dû être créées afin de les vendre. Les opérateurs de téléphonie mobile ont quant à eux répondu aux besoins fondamentaux d'une clientèle qui, de fait, était déjà conquise.

Le succès du paiement mobile, pour sa part, s'inscrit très probablement dans une conjonction des deux. La complexité

C'est la difficulté à comprendre et à utiliser une innovation, avec, bien naturellement, une incidence directe sur son adoption. Dans nos trois cas, elle doit se situer du côté de l'appropriation facile et de l'utilisation simple. Au début, les utilisateurs peuvent se sentir mal à l'aise, mais leur niveau de confort est supposé augmenter rapidement.

Le test

Il semble établi que plus une innovation peut être testée, plus elle augmente ses chances d'être adoptée. Au début, les téléphones étaient loués et les utilisateurs n'avaient pas besoin d'acheter tout l'équipement. La multiplication des cabines téléphoniques a joué un rôle crucial dans l'expansion de la téléphonie mobile. Le paiement mobile en tient également compte, bien que, dans plusieurs marchés, beaucoup reste à faire.

L'observabilité

L'observabilité, c'est rendre visible pour les autres. Pour le téléphone et la téléphonie, les appareils, les lignes, les antennes, ... sont facilement visibles aux yeux des utilisateurs. Pour le paiement mobile en revanche, le public doit également constater l'existence d'un écosystème tout entier et observer le bon déroulement des transactions financières.

En conclusion, le succès d'une innovation, aussi révolutionnaire soit-elle, est tributaire de sa capacité à se déployer et, surtout, de sa capacité à être adoptée. Les déterminants les plus importants sont certainement les caractéristiques de l'innovation elle-même, mais plus encore, les singularités de l'environnement social et cognitif. L'innovation se place indéniablement au cœur du défi congolais, et dans ce cas, Chers Lecteurs, à nous tous de jouer !

Ancien Directeur de banque et spécialiste en finance inclusive, **Henri Plassier** est actuellement Directeur Exécutif du cabinet d'experts-conseils financiers ACM dont il est l'un des fondateurs et représentant pays RD Congo. Il est également représentant de FSD Africa, plateforme de soutien aux systèmes financiers en Afrique subsaharienne financée par le gouvernement britannique (DFID/UKAID). En tant que formateur, il intervient au Centre de formation de la profession bancaire (CFPB) et, en qualité de chargé de cours, il enseigne depuis bientôt 10 ans à l'Université Protestante du Congo (UPC) pour la Frankfurt School of Finance and Management.