

Etudes sur l'usage du mobile money dans les zones rurale au Niger

Rapport final d'étude de l'offre et de la demande

1^{er} Octobre 2021



Part of the Orange group

Méthodologie

Objectifs et méthodologie de l'étude

Thématiques	Ciblage	Recommandations
<ul style="list-style-type: none"> Fournir un aperçu complet des besoins en services financiers et de l'usage actuel du mobile money dans les zones rurales Collecter des données et analyser l'écosystème numérique et financier dans les zones rurales Analyser les transactions financières effectuées par les producteurs, femmes et autres populations rurales pour une meilleure compréhension des flux financiers qui pourraient être digitalisés via le mobile money 	<ul style="list-style-type: none"> Intérêt particulier aux cas des producteurs dans les chaînes de valeur agricoles et des femmes 	<ul style="list-style-type: none"> Analyser les moyens permettant d'inciter les EME* à développer leur offre de services dans les Villages Intelligents Fournir des recommandations sur les moyens de promouvoir l'adoption du mobile money et de stimuler l'usage des services de mobile money dans les zones rurales ciblées

4 phases



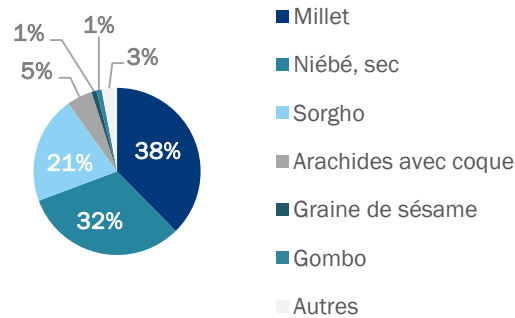
1 Cadre méthodologique	2 Étude de l'offre	3 Étude de la demande	4 Recommandations et idéation
<ul style="list-style-type: none"> Élaboration des outils utilisés pour la collecte d'information, sur la base de recherches préliminaires 	<ul style="list-style-type: none"> Étude de l'offre et de l'écosystème financier accessible aux populations des zones rurales et des villages intelligents Recherches documentaires Entretiens individuels approfondis Visites mystère 	<ul style="list-style-type: none"> Collecte d'informations quantitatives et qualitatives auprès d'utilisateurs existants et potentiels de services financiers mobiles dans les zones ciblées 16 Focus groups Enquête quantitative auprès de 1026 répondants 	<ul style="list-style-type: none"> Affiner les recommandations de l'étude en concertation avec les parties prenantes, sur la base du rapport préliminaire rédigé par le consultant

(*) Établissements émetteurs de monnaie électronique

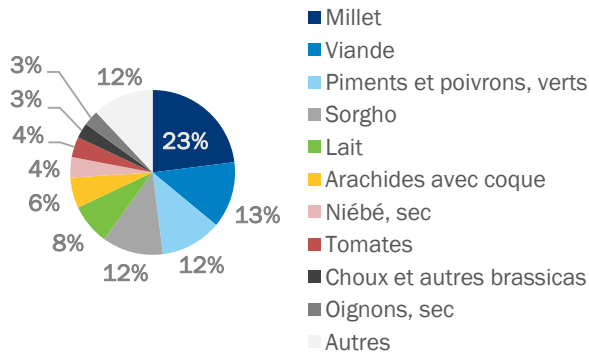
Sélection des chaînes de valeur agricoles

Des chaînes de valeur agricoles ont été ciblées en fonction de leur impact potentiel en nombre de bénéficiaires, et d'une appréciation a priori de leur potentiel de digitalisation

Répartition des superficies cultivées par chaîne de valeur agricole en 2018



Poids des chaînes de valeur agricoles dans la valeur de production en 2018 (en USD constants 2014-2016)



	Poids économique	Part de la population	Part des femmes	
Association Mil et Niébé	+++	+++	+++	Transformation domestique et commercialisation par les femmes
Maraîchage	++	+	++	Femmes plus représentées dans la production que dans d'autres filières
Viande	++	++	-	Une part centralisée dans les abattoirs mais aussi beaucoup d'export de bétail sur pied
Lait	++		-	Industrialisation et centralisation pour réfrigération et emballage
Sorgho	++			
Oignon	+			Centralisation pour export en direction des ports de la sous-région
Arachides	+		+	Un peu de transformation artisanale en huile et tourteaux

Filières retenues

- **Mil et Niébé**, en raison du poids économique et démographique de ces filières souvent associées, et du rôle des femmes dans la transformation et commercialisation du produit transformé
- **Filière du maraîchage (légumes) avec accent particulier sur l'oignon**, en raison du rôle des femmes dans la production maraîchère, et d'informations préliminaires sur la filière indiquant un niveau de structuration propice à la digitalisation
- La filière élevage et ses dérivés (viande et lait) a été écartée pour des raisons de calendrier (faible disponibilité des éleveurs à l'approche des fêtes de la Tabaski).

Sélection des zones de collecte

Critères de sélection des zones de collecte

Les régions, puis départements, puis communes rurales ont été ciblées sur des critères de:

- **Sécurité et accessibilité** des zones de collecte
- Présence en proportion suffisante des **activités agricoles** des chaînes de valeur sélectionnées
- Représentation de **différents écosystèmes** (cultures irriguées / cultures pluviales)

Pour des raisons techniques et budgétaires, l'enquête n'a pas visé une représentativité de tout le territoire nigérien.

Sélection des zones de collecte

Filière maraîchage / oignon

- Région de **Tahoua** : **45% des superficies mises en valeur en légumes**
- Région de **Tillabéri** : **9% des superficies mises en valeur en légumes** seulement, mais une présence suffisante des cultures ciblées pour la conduite de l'enquête.

Filière mil / niébé

- Ciblage effectué au niveau des régions administratives
- Répartition à part sensiblement égales dans les régions de Dosso, Maradi, Tahoua, Tillabéri, Zinder : le mil représente 38% des surfaces cultivées et le niébé 32%

Région	Département	Communes rurales
Tahoua	Tahoua dépt.	Bambeye et Kelfou
Tillabéri	Kollo	Liboré et Ndounga

Tahoua

	Part de la culture dans la superficie cultivée du département			Part de la culture dans la superficie mise en valeur sur cette culture			
	Illéla	Keita	Tahoua dpt	Illéla	Keita	Tahoua dpt	Autres dpts
Laitue	8%	2%	4%	15%	6%	14%	65%
Chou	17%	5%	5%	17%	7%	9%	67%
Tomates	10%	11%	5%	10%	15%	8%	67%
Oignon	32%	43%	22%	5%	10%	6%	79%
Autres cultures	34%	39%	63%				

Tillabéri

	Part de la culture dans la superficie cultivée du département				Part de la culture dans la superficie mise en valeur sur cette culture				
	Gothey e	Kollo	Oualla m	Say	Gothey e	Kollo	Ouallam	Say	Autres dpts
Laitue	13%	5%	14%	10%	11%	11%	9%	8%	61%
Chou	12%	10%	20%	23%	6%	13%	7%	11%	63%
Tomates	2%	3%	36%	9%	2%	9%	31%	10%	49%
Oignon	2%	16%	6%	1%	1%	20%	2%	1%	76%
Autres cultures	72%	66%	25%	56%					

Source : Ministère de l'Agriculture et de l'Élevage

Échantillonnage des études qualitatives et quantitatives

Afin d'obtenir des réponses informées sur le mobile money et le transfert d'argent, nous avons établi des quotas de répondants ayant une pratique de ces services

Critères de recrutement pour l'enquête quantitative

- 50% hommes / 50% femmes
- Au moins 50% agriculteurs dans les chaînes de valeur sélectionnées : mil, niébé, maraîchage, oignon
- Au moins 50% ont reçu ou envoyé de l'argent (transfert domestique ou international)
- Au moins 25% ont déjà utilisé le mobile money
- Au moins 10% de commerçants ou boutiquiers
- Au maximum 10% d'inactifs

Critères de recrutement et composition du focus groupe

- Âge de 25 – 50 ans
- Exerce une activité économique
- Ayant déjà utilisé le mobile money ou le transfert d'argent au moins une fois

	Tillabéri	Tahoua
1	Chaîne de valeur Mil / Niébé – Hommes	Chaîne de valeur Mil / Niébé – Hommes
2	Chaîne de valeur Mil / Niébé – Femmes	Chaîne de valeur Mil / Niébé – Femmes
3	Chaîne de valeur maraîchage – Hommes	Chaîne de valeur maraîchage (dont oignon) – Hommes
4	Chaîne de valeur maraîchage – Femmes	Chaîne de valeur maraîchage (dont oignon) – Femmes
5	Métiers péri-agricoles (fournisseurs d'intrants, grossistes, etc)	Métiers péri-agricoles (fournisseurs d'intrants, grossistes, etc)
6	Autres activités (hors CV) - Hommes	Autres activités (hors CV) - Hommes
7	Autres activités (hors CV) - Femmes	Autres activités (hors CV) - Femmes
8	Agents MM et/ou transfert d'argent	Agents MM et/ou transfert d'argent

Préparation et déroulement des focus groupes

Calendrier de la préparation et du déroulement des focus groupes		
Préparation des outils	29-juin	Validation du guide d'entretien
	02-juil	Validation des chaînes de valeur agricoles
	06-juil	Validation des zones de collecte
Formation et recrutement des intervenants	6-7 juillet	Recrutement des modérateurs et assistants (prise de note)
	08-juil	Formation des modérateurs
Terrain Tahoua	09-juil	Déplacement à Tahoua
	9-11 juillet 10-13 juillet	Recrutement des participants pour la région de Tahoua Déroulement des focus groupes dans la région de Tahoua
Terrain Tillabéri	14-juil 15-17	Déplacement à Niamey/Tillabéri Recrutement des participants pour la région de Tillabéri
	16-19 juillet	Déroulement des focus groupes dans la région de Tillabéri
Transcription	11 juil – 1 ^{er} août	Transcription des focus groupes

Dispositif de recrutement et de collecte
<ul style="list-style-type: none"> • Recrutement de 2 modérateurs expérimentés, parlant la langue majoritaire de la région concernée, et de 2 assistants en charge de la prise de note pendant les séances. Ils ont été formés à la compréhension du guide d'entretien et de certaines spécificités liées au sujet des services financiers et du mobile money • Risque d'absentéisme limité : un rappel téléphonique avant la tenue du focus groupe chaque fois que possible, et un sur-échantillonnage des participants. Ainsi, le nombre de participants cible a été atteint avec 8 participants par focus groupe • Enregistrement des focus groupes, annoncé aux participants en début de séance • Transcriptions réalisées directement en français par des transcripateurs bilingues

Préparation et déroulement de l'enquête quantitative

Calendrier de la préparation et du déroulement de l'enquête quantitative	
19-juil	Validation du questionnaire quantitatif
20-22 juillet	Mise à jour du questionnaire quantitatif
23-26 juillet	Programmation du masque pour la CAMI
27-juil	Tests du masque et corrections
28-29 juillet	Formation des enquêteurs pour la région de Tillabéri
30 juillet – 13 août	Enquêtes dans la région de Tillabéri
2-3 août	Formation des enquêteurs pour la région de Tahoua
4 – 13 août	Enquêtes dans la région de Tillabéri

Dispositif de collecte et contrôle qualité
<ul style="list-style-type: none"> • Enquêteurs et Superviseurs recrutés en priorité parmi le pool d'enquêteurs expérimentés du consultant au Niger • Agents de collecte terrain qualifiés : titulaires à minima d'un bac +2 et parlant les langues locales des régions cibles • Formation pour chaque groupe d'enquêteurs et de superviseurs • 10% au moins du total des interviews réalisées par chaque enquêteur sont accompagnées par le Superviseur • 20% au moins du total des réalisations sont vérifiées sur le terrain par les superviseurs

Écrans de test du questionnaire sur l'application MobiSurvey

The screenshots show the following questions and options:

- Q24:** Au cours des 12 derniers mois, avez-vous emprunté de l'argent (pris un crédit) auprès de l'une des institutions suivantes, que ce soit seul ou bien avec un proche (conjoint, parent)? (CITER – PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES)
 - La BAGRI
 - Une autre banque (Banque Atlantique, Ecobank, Orabank, Sonibank, Bank of Africa, etc)
 - Institution de microfinance (ASUSU, Kokari, Tanadi, MCPEC, etc)
 - La Poste
 - Autre institution financière formelle
 - Aucun
- Q35:** Au cours des 6 derniers mois, avez-vous reçu un transfert d'argent ? (PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES)
 - De quelqu'un au Niger
 - De quelqu'un à l'étranger
 - Ni l'un, ni l'autre
- Q38:** Au cours des 6 derniers mois, avez-vous envoyé un transfert d'argent ? (PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES)
 - A quelqu'un au Niger
 - A quelqu'un à l'étranger
 - Ni l'un, ni l'autre
- Q25:** Pouvez-vous me dire pourquoi vous n'avez pas pris de crédit auprès d'une banque ou d'une IF parmi les raisons suivantes ? (CITER – PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES)
 - Parce que les institutions sont trop éloignées
 - Parce que les services sont trop chers
 - Parce que vous n'avez pas les documents nécessaires (documents d'identité, fiches de rava...)
- Q39:** Pour les envois d'argent au Niger, quelle est ou quelles sont les principales régions vers lesquelles vous envoyez de l'argent ? (PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES)
 - Agadez
 - Diffa
 - Dosso
 - Maradi
 - Tahoua
 - Tillabéri
 - Zinder
- Q35B:** Avez-vous déjà envoyé ou reçu de l'argent via votre téléphone ?
 - Oui
 - Non

Lors de la présentation des résultats dans ce document, le type de question est indiqué:

- QCM** = question à choix multiples
- QCU** = question à choix unique
- QRL** = question à réponse libre

Nous avons conduit des recherches documentaires et des entretiens approfondis avec 18 acteurs du marché nigérien

Nous avons réalisé une étude documentaire...

- Collecte de données issues de rapport d'acteurs institutionnels et d'organisations internationales, bases de données publiques, rapports publiés par des organismes spécialisés et des acteurs privés, documentation commerciale ou encore articles de presse spécialisée ou généraliste

...et conduit 18 entretiens avec des spécialistes du marché nigérien

- Entretiens approfondis** conduits avec : experts institutionnels, responsables de banques, OTM et services financiers décentralisés
- Interviews **conduites à distance** de Mai à Juillet 2021

(1) **OTM**: Opérateur de Téléphonie Mobile

(2) **STA**: Société de Transfert d'Argent

(3) **SFD** : Services Financiers Décentralisés

Récapitulatif des entretiens réalisés dans le cadre de l'étude

OTM ¹	Zamani	Mme Hindatou Zakary	Chef division ZCash
	Zamani	Mme Hassa Rada	Directrice marketing partenariat
	Airtel	Mr Yacouba	Biz Dev Airtel Money
Banques	Ecobank	Mme Djibo Nafissa	Directrice banque particuliers
	Ecobank	Mr Mohammed Abdu	Responsable Transfert agency banking
	Banque Atlantique	Mme Aichatou Toure	Directrice banque de détails
	Banque Atlantique	Mr Abdelkader Sory	Responsable opérations
	BAGRI	Mr Moutari	Directeur SI
	STA ²	NITA	Mr Youssef Abdourahamane
Al Izza		Moussa Waziri	Directeur des opérations
SFD	ACEP	Mr Ousseini Abdourahamane	Directeur Systèmes Information
	ACEP	Mr Maiga	PMO
	APSPD	Mr Na Allah	Directeur exécutif
Fintech	Novatech	Daouda Hamadou	CEO
	I-Futur	Sidikou Boubacar	Fondateur
Institutions	DMCE	Mr Oumarou	Responsable division bancaire et monétaire
	SNFI	Mr Mahamane Makaou	Chargé mise en œuvre de la SNFI
	SAHFI	Mr Lawal	Directeur exploitation
	ARCEP	Mamane Salissou	Directeur des radiocommunications
	AFD	Ophélie Bouquet	Economiste / Chargée de projet
	Poste	Mr Mahamadou Abdoulaye	Chef service transfert d'argent
ONG	CARE	Mme Cherifatou Agoumo	Cheffe de projet e-Arziki

Nous avons organisés 2 focus group avec des agents et réalisés des visites « terrain » pour prendre le pouls du marché

Nous avons organisé 2 focus group...

- Focus group réalisés les 13 et 19 juillet 2021 dans les localités de Tahoua et Kollo auprès d'**agents mobile money** (Airtel money, Moov money, Zamani cash) et de **guichetiers de sociétés de transfert** (Al Izza, Nita, Amana et Zeyna)

... et conduit des visites mystères et de observations « terrain »

- Nous avons organisés 8 visites mystères pour collecter des informations et tester les services de transfert d'opérateurs de mobile money et de société de transfert d'argent
- Nous avons 4 observations « terrain » des points de services et de l'infrastructure disponibles dans 4 villages différents des régions de Tillabéri et de Tahoua

Focus group « agents »

#	Région	Villages	Participants
1	Tillabéri	Kollo	6 agents
2	Tahoua	Tahoua	9 agents

Visites mystères « transfert d'argent »

#	STA	#	Mobile money
1	NITA (Kalfou)	5	Airtel / M-Koudi
2	NITA (N'Dounga)	6	Airtel / M-Koudi
3	Zeyna (Kalfou)	7	Moov Money / Flooz
4	Al Izza (Liboré)	8	Moov Money / Flooz

Observations terrain « institutions financières et infra. »

#	Région	Villages
1	Tillabéri	Liboré
2	Tillabéri	N'Dounga
3	Tahoua	Kalfou
4	Tahoua	Bambeye

Points d'intérêt:

- Usage / Habitudes
- Freins / Motivations
- Clientèle
- Rentabilité
- Liquidités, etc...

Points d'intérêt:

- Etapes du parcours client
- Qualité de l'expérience
- Tarifs
- Marketing/ communication
- Niveau de « self service »
- Equipements, ...

Points d'intérêt:

- Agence bancaire
- Guichet STA
- Agent mobile money
- SFD
- Boutiques
- Point d'eau
- Infra routière, etc.

Focus groupes dans la région de Tillabéri



1



2



4



5



6



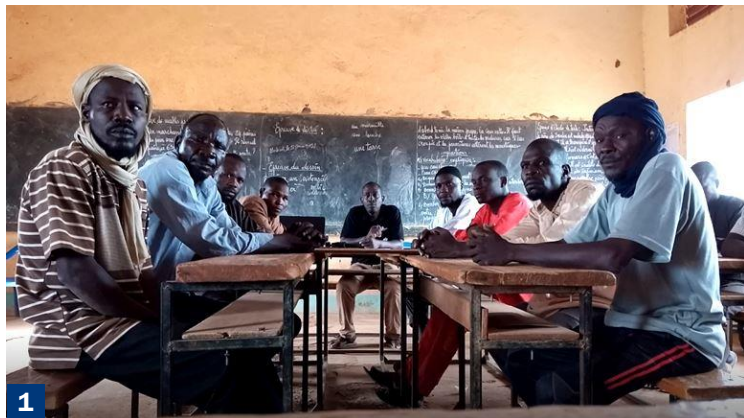
3

1. Mil / niébé (H)
2. Mil / niébé (F)
3. Maraîchage / oignons (H)
4. Maraîchage / oignons (F)
5. Métiers péri-agricoles (H)
6. Autres activités (H)
7. Autres activités (F)
8. Agents mobile money : certains n'ont pas souhaité être pris en photo



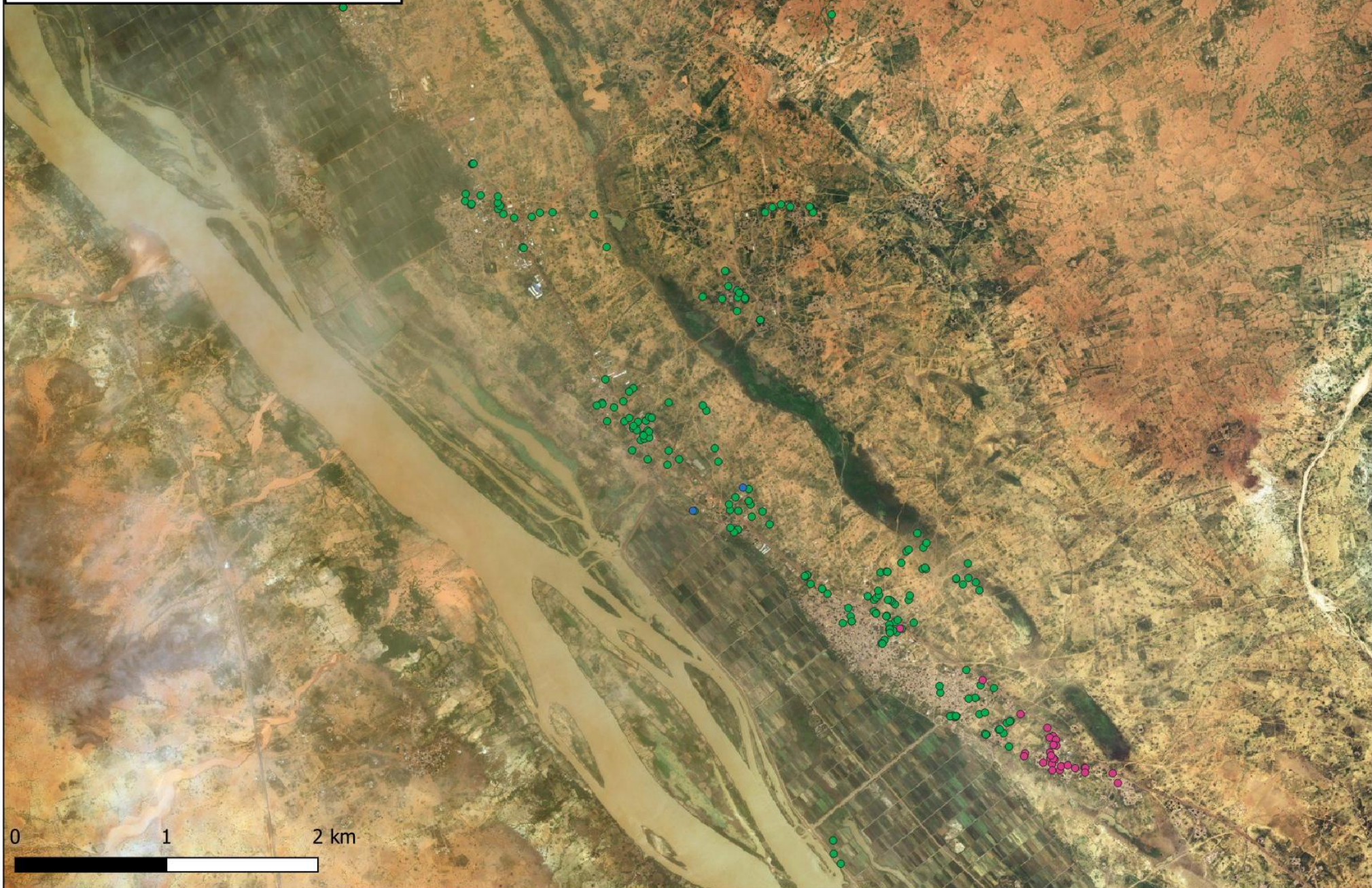
7

Focus groupes dans la région de Tillabéri



- | | |
|-----------------------------|-------------------------------|
| 1. Mil / niébé (H) | 5. Métiers péri-agricoles (H) |
| 2. Mil / niébé (F) | 6. Autres activités (H) |
| 3. Maraîchage / oignons (H) | 7. Autres activités (F) |
| 4. Maraîchage / oignons (F) | 8. Agents mobile money |

Commune de Liboré
Localisation des répondants



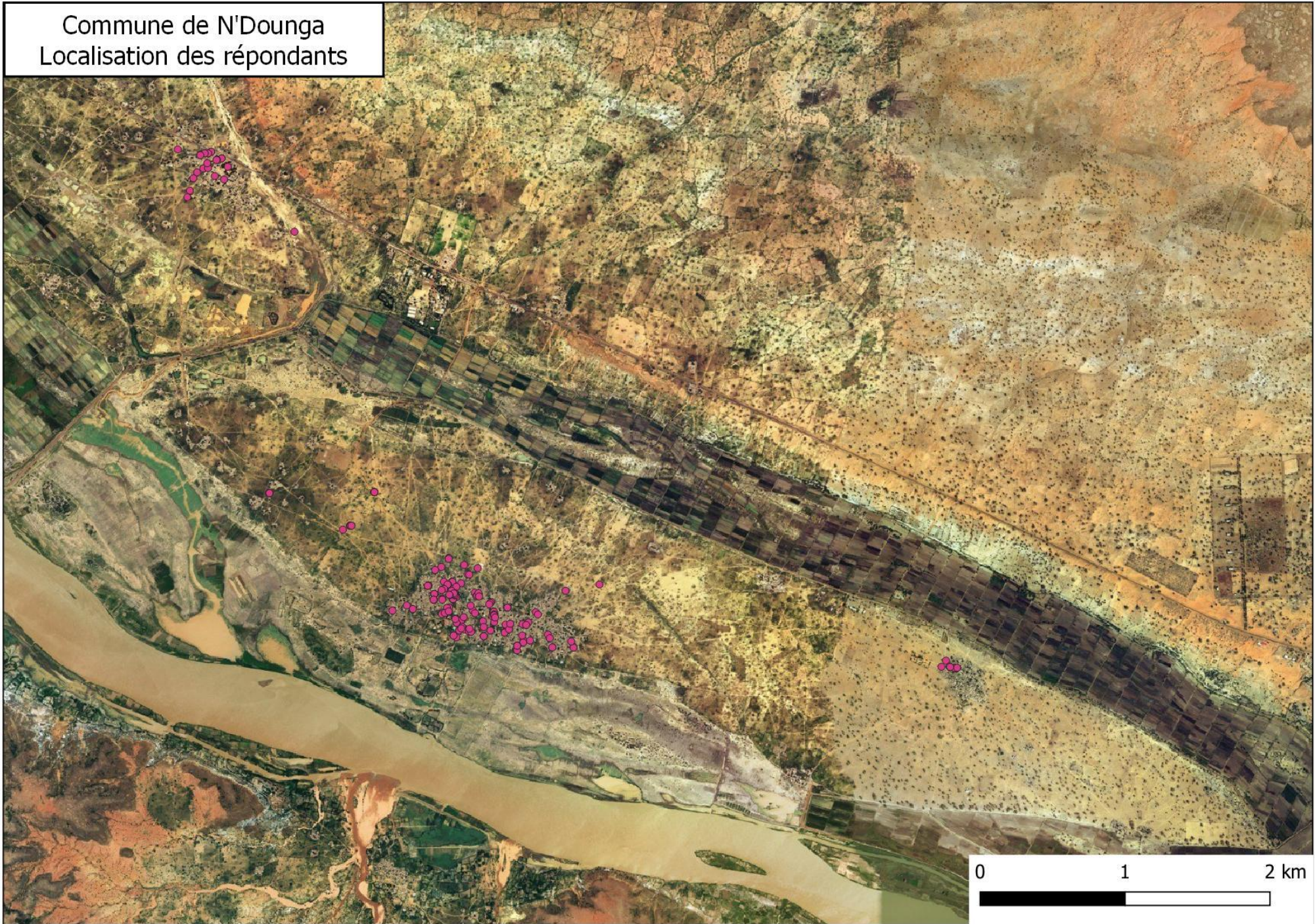
Village de Liboré



Légende

1. Agence Nita
2. Kiosque Zamani
3. Agence de microfinance
4. Boutique de vente de crédit
5. Marché hebdomadaire
6. Marché de viande
7. Vendeur d'engrais
8. Bureau coopérative rizicole
9. Point d'eau
10. Vendeur d'intrants agricoles

Commune de N'Dounga
Localisation des répondants



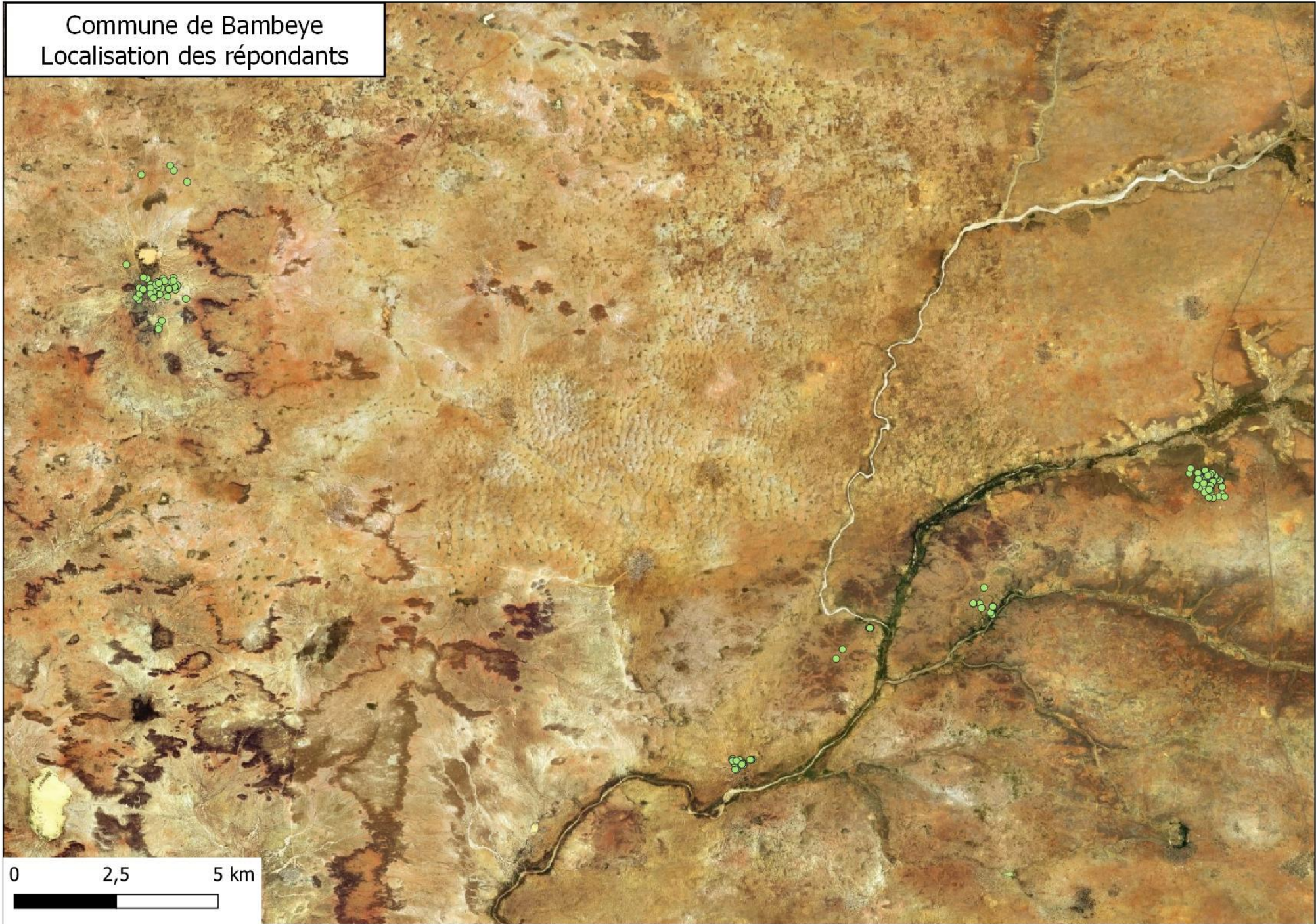
Village de N'dounga



Légende

1. Kiosque Airtel
2. Vendeur de viande
3. Marché hebdomadaire
4. Bureau coopérative agricole
5. Boutique de poisson
6. Point d'eau
7. Boutique de vente d'engrais
8. Point d'eau

Commune de Bambeye
Localisation des répondants



0 2,5 5 km

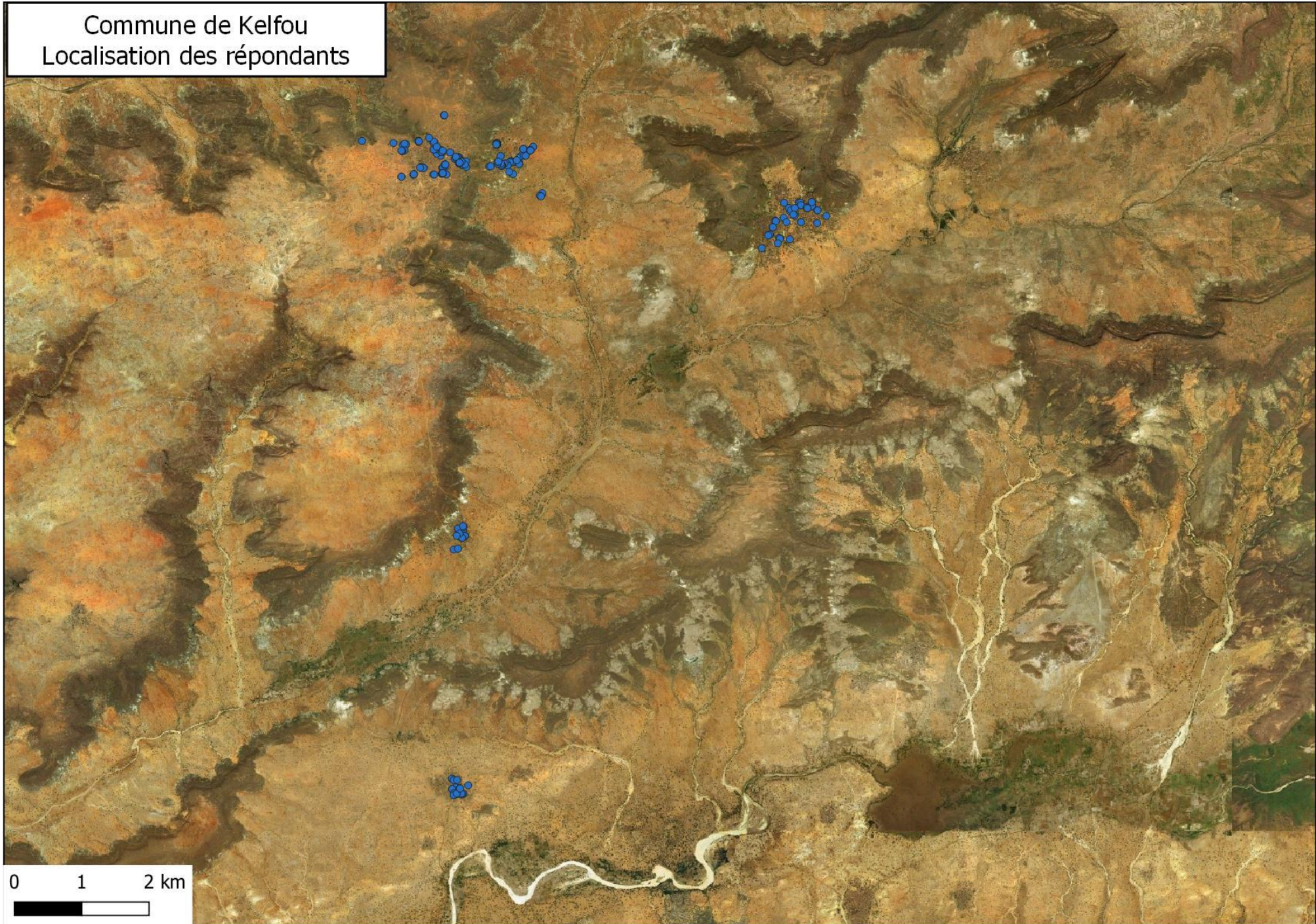
Village de Bambey



Légende

1. Agence Nita
2. Agence Zeyna
3. Kiosque Airtel Money
4. Agent Airtel Money
5. Siège de MMD
6. Grenier à oignon
7. Sac d'oignon
8. Matériel agricole
9. Dépôt pharmaceutique
10. Marché à bétail
11. Château d'eau

Commune de Kelfou
Localisation des répondants



Village de Kalfou



- Légende**
1. Panneau Nita
 2. Agence Zeyna
 3. Agence Nita
 4. Kiosque Airtel Money
 5. Revendeur de crédit au marché
 6. Puit
 7. Point d'eau
 8. Champ de mil

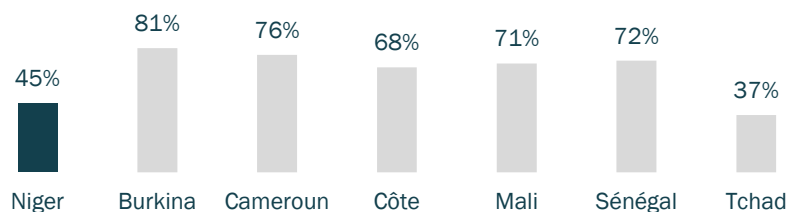
Etude de l'offre

1. Contexte et infrastructure

L'offre de services doit s'adapter à un environnement qui pose de nombreuses barrières à l'accès aux services financiers digitaux

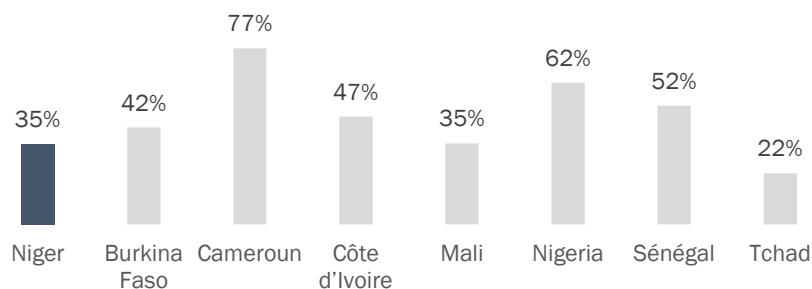
Le Niger affiche un faible taux de possession de carte d'identité, ainsi qu'un très faible niveau d'alphabétisation

Part de la population (age 15+) disposant d'une carte d'identité (2018)



Source: ID4D Findex Survey

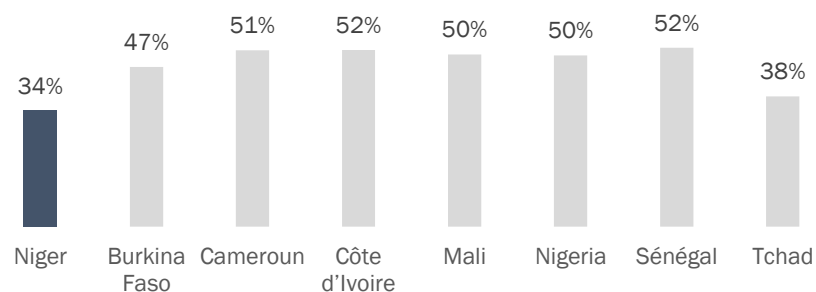
Taux d'alphabétisation (% adultes 15 ans et + ; 2018)



Source: Banque Mondiale 2018, sauf Tchad (2016) et Sénégal (2017)

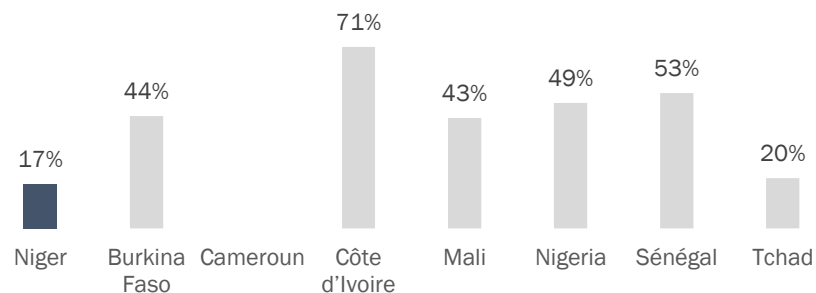
Le nombre d'utilisateurs mobiles uniques est faible, et parmi eux la part d'utilisateurs de smartphones est minoritaire

Pénétration mobile : utilisateurs uniques (% de la pop. ; 2020)



Source: GSMA Intelligence

Pénétration smartphone (% des connexions mobile ; 2020)

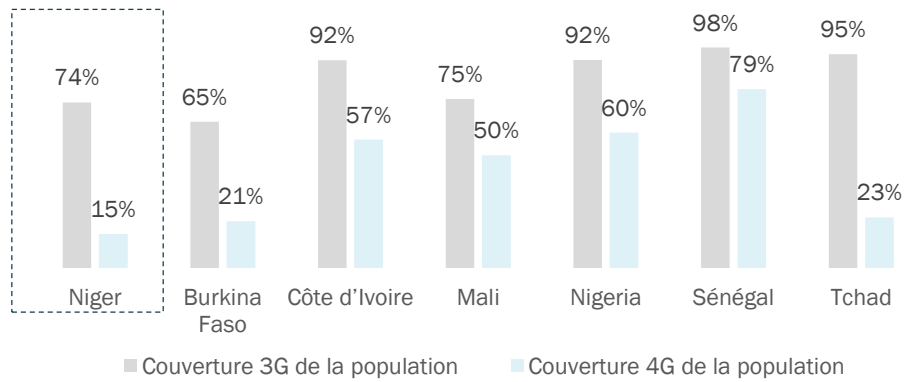


Source: GSMA Intelligence

Les prérequis réseau permettant le développement du mobile money semblent présents

La quasi-totalité de la population est couverte en 2G et une large part en 3G

Couverture réseau 3G et 4G (% de la pop. ; 2020)



Source: GSMA

+2000
sites radio

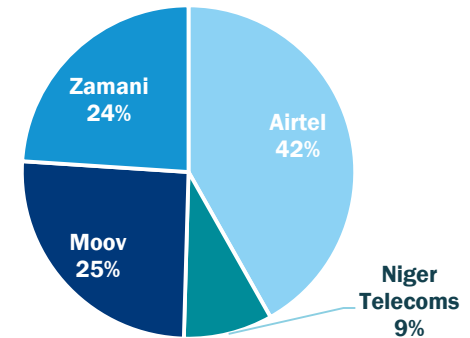
Le Niger comptait 2032 sites radio en 2019, soit une augmentation de +35% vs 2015 (ARCEP, 2019)

±92%
pop. couverte en 2G

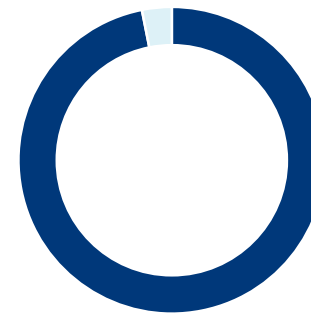
Environ 92% de la population nigérienne serait couverte par le réseau 2G (ARCEP, 2019)

Source: Rapport annuel ARCEP 2019 (chiffres équivalents non disponibles dans le Rapport annuel 2020).

Part de marché mobile : part des connexions (GSMA, 2020)



Part des abonnements mobiles prépayés (% connexions mobiles ; GSMA 2020)



97%
des abonnements
mobiles sont
prépayés

L'accès à l'USSD est ouvert à différents acteurs mais son déploiement pâtit de tarifs élevés et de délais d'intégration par les opérateurs

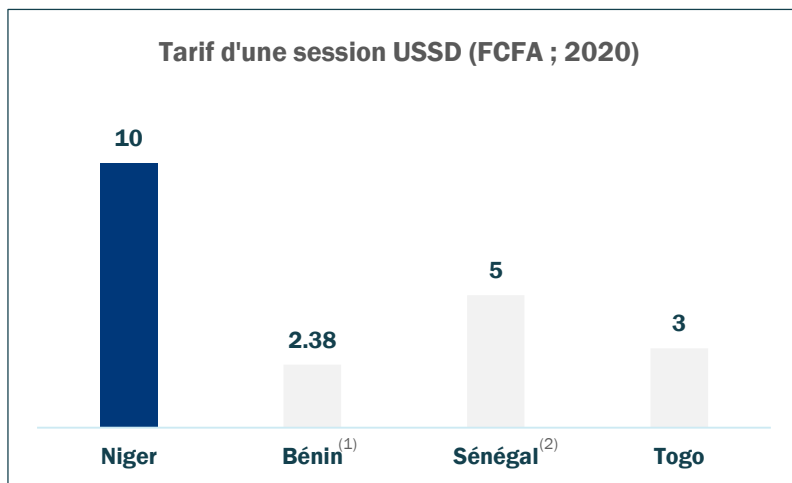
L'ARCEP permet à tout fournisseur de service à valeur ajoutée de disposer d'un numéro court configurable en canal USSD sur les réseaux des opérateurs de télécommunications

Les opérateurs semblent s'être alignés sur les tarifs proposés par l'ARCEP

Le tarif élevé peut être frein au développement d'acteur non telco. sur le marché des services financiers numériques

- 2019 Dans son rapport annuel, l'autorité de régulation indique avoir demandé aux opérateurs d'inclure dans leurs propositions techniques et tarifaires d'interconnexion et d'accès, des offres de configuration de canaux USSD sur leurs réseaux respectifs.
- 2020 Dans sa décision N° 008/ARCEP/CNRCEP/20 l'ARCEP suggère des plafonds tarifaires suivants pour l'accès au canal USSD :
 - **25 000 FCFA** de frais d'accès ou de raccordement à la plateforme USSD
 - **150 000 FCFA** pour les frais annuels de maintenance
 - Des tarifs par session USSD qui varient selon le volume
 - **20 F CFA** jusqu'à **50 000 sessions**
 - **15 F CFA** de **50 001** jusqu'à **500 000 sessions**
 - **10 F CFA** pour **plus de 500 000 sessions**
- 2021 Airtel, Moov et Niger Telecom publient leur catalogue d'interconnexion avec des tarifs USSD alignés sur ceux de l'ARCEP

Zamani a été le seul opérateur réceptif par rapport à l'implémentation du short code.
Directeur mobile money, NITA



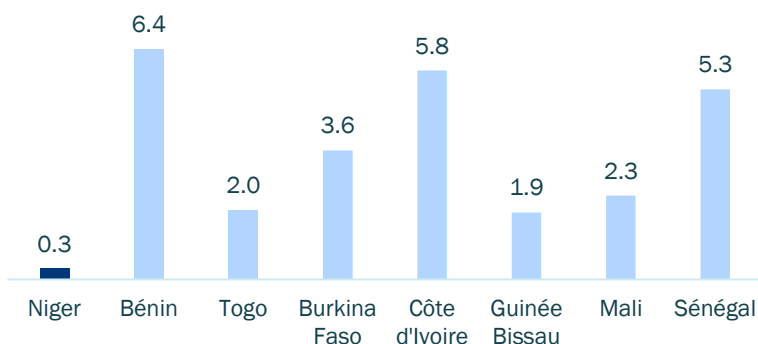
(1) Moov Bénin / (2) Free Sénégal

Source: ARCEP, ART&P

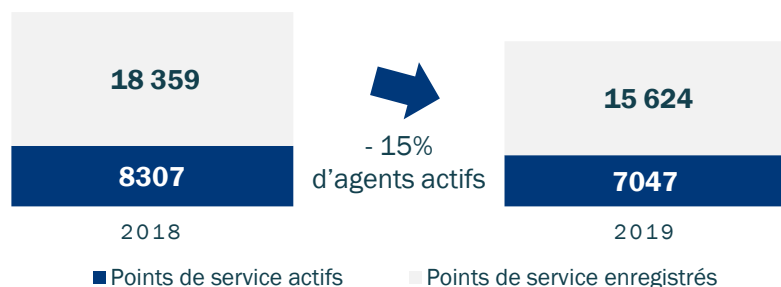
Les opérateurs de mobile money dominant toujours par leur réseau d'agents malgré une tendance à la baisse

Le Niger présente la plus faible densité de points de service mobile money de la région et une tendance à la baisse

Nombre total de points de service mobile money actifs pour 1 000 habitants (2019)

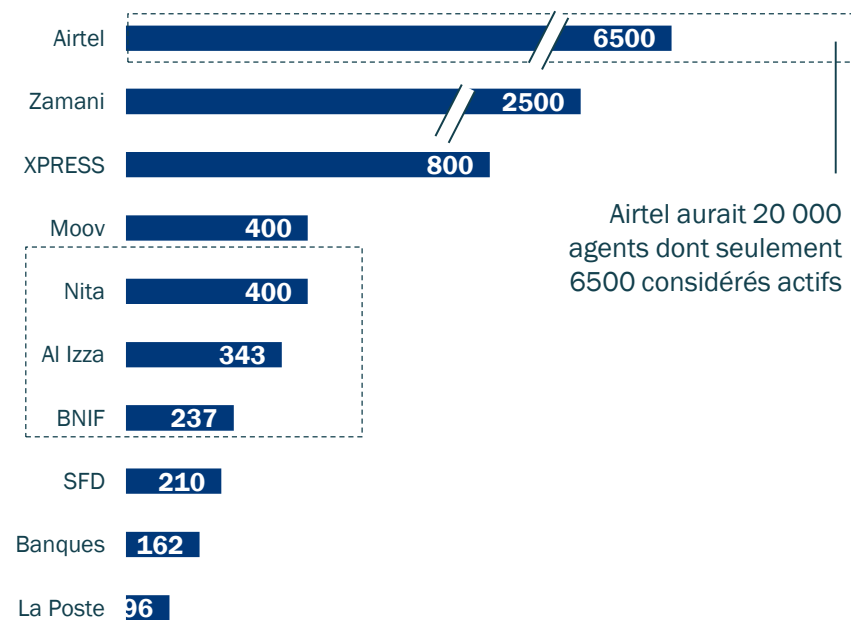


Evolution du nombre de points de service mobile money



Les STA affichent un réseau modeste mais qui les positionne en premier concurrent du mobile money en termes de points de service

Nombre de points de service déclarés par acteur ou type d'acteur



Sources : Airtel 2021 entretien, Zamani 2021 web, XPRESS 2021 entretien, Moov 2021 web, Nita 2021 entretien, Al Izza 2019 BCEAO, BNIF 2019 BCEAO, SFD 2019 FAO, Banques 2019 BCEAO, La Poste 2019 ARCEP

Sources : entretiens, sites internet, BCEAO

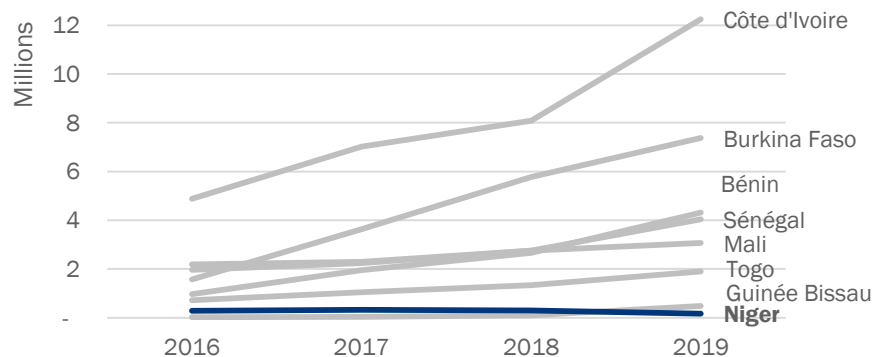
Etude de l'offre

2. Un paysage compétitif unique entre mobile money et sociétés de transfert d'argent

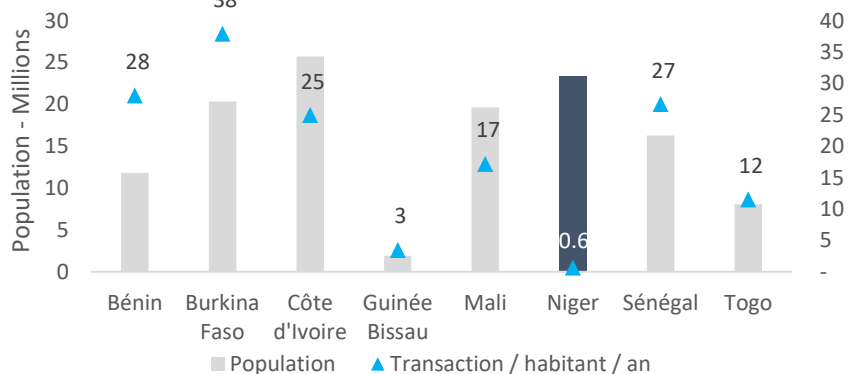
Présent depuis de nombreuses années, le mobile money au Niger fait face à une faible adoption, y compris des services habituellement porteurs

L'adoption du service et l'usage sont en berne au regard de la région

Comptes de mobile money actifs, UEMOA

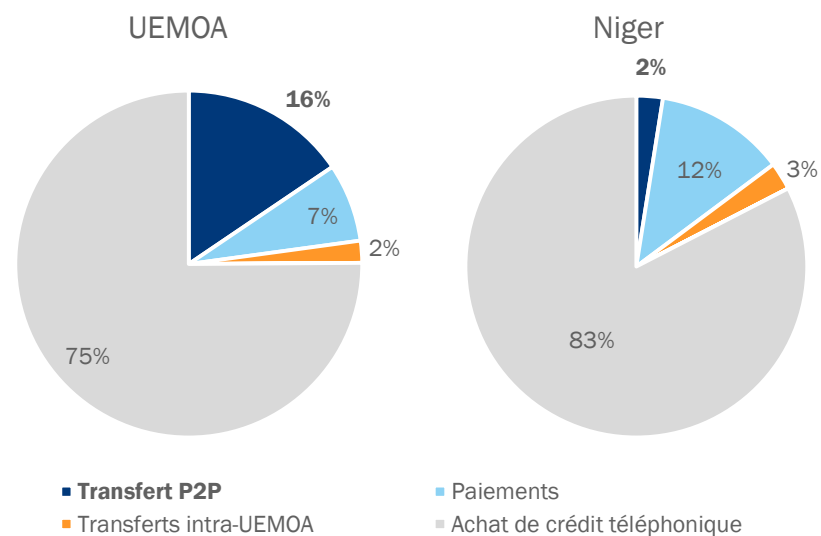


Transactions mobile money par habitant en UEMOA (2019)



Le transfert P2P n'a pas décollé alors qu'il est le premier cas d'usage du mobile money après l'achat de crédit dans la plupart des pays

Répartition des transactions mobiles money hors rechargement / retrait en cash (2018)



Sources : BCEAO, Rapport annuel sur les services financiers numériques dans l'UEMOA. Chiffres à 2018 (le détail par type de transaction n'est pas disponible pour le Niger, la Guinée Bissau et le Togo à fin 2019).

Un retard qui pourrait s'expliquer par un positionnement initial autour du paiement de factures...

Exemples d'outils de communication des OTM promouvant le paiement de facture



Payer mes factures sans me déplacer

Montant Min	Montant Max	Tarifs paiement de facture
5	500	45
505	5 000	95
5 005	10 000	190
10 005	20 000	490
20 005	30 000	600
30 005	50 000	700
50 005	1 000 000	750

1 4 4 # 3

BANK OF AFRICA

zomani! cash



MOOV MONEY

MOOV Africa

Direction (Niger) +157*4*24
Secteur marchandises +157*5*14

Paiement taxes Energie +157*4*64
Paiement taxes municipale +157*4*74

Paiement de loyer +157*4*14
Recharge de facture +157*2*14

Payer votre facture (Eau) +157*4*1*14
Payer votre facture (Electricite) +157*4*1*24

Rechargez votre compte mobile +157*4*1*4*14
Rechargez votre compte +157*4*1*5*14

MOOV Money

TOUTES VOS TRANSACTIONS QUOTIDIENNES EN UN CLIC



airtel money

AVEC AIRTEL MONEY, PLUS BESOIN DE VOUS DÉPLACER.

PAYEZ VOS FACTURES D'EAU OU D'ELECTRICITÉ DEPUIS VOTRE TÉLÉPHONE.

Composez *436#

RAPIDE. SÉCURISÉ. SANS FRONTIÈRES.

Download on the App Store | Get it on Google play

Ecobank
LA BANQUE PARTENAIRE

Les experts s'accordent pour dire que le mobile money a pâti d'un marketing initial autour du paiement de facture

Le mobile money a été lancé [...] comme un produit télécom par tous les opérateurs promouvant principalement le paiement de factures. Le top-up et P2P existaient mais pas mis en avant.

Ex-directeur Orange Money

La promesse de payer depuis son salon pour éviter le déplacement ne répond pas à un problème du donneur d'ordre. Les gens qui paient des factures ne paient pas eux-mêmes, ils envoient la bonne ou le boy.

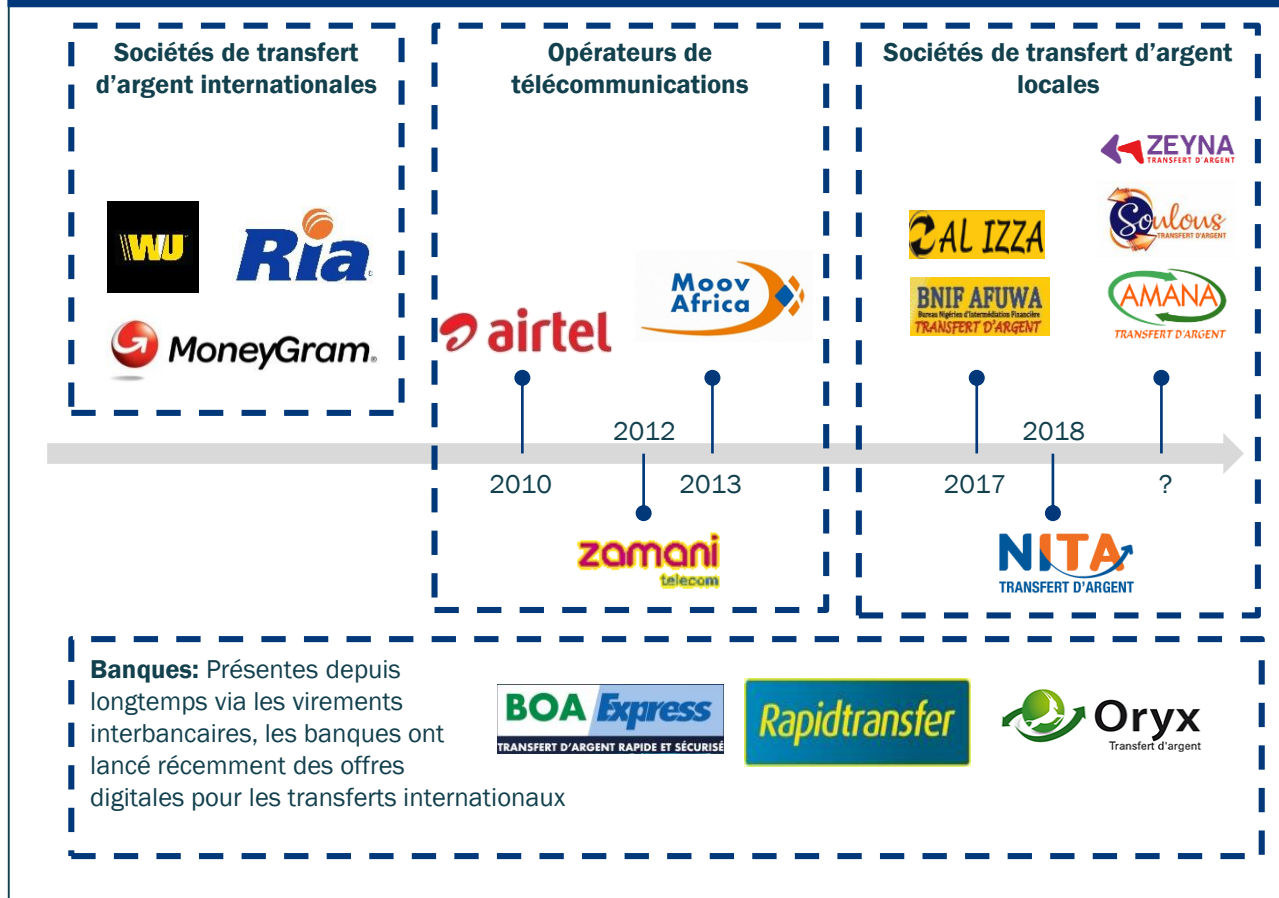
Consultante service financiers mobile, spécialiste du Niger

Quand je vois les publicités mobile money je me demande s'ils ont renoncé à 80% de la population.

Directrice digitalisation, ONG

...et l'émergence d'une catégorie d'acteurs propre sur le segment du transfert d'argent : les sociétés de transfert d'argent

Des sociétés de transfert d'argent nigériennes ont vu le jour dans les dernières années, formalisant pour certaines un service rendu précédemment par les sociétés de transport



Parmi une douzaine de fintechs montantes actives dans le secteur des transferts internationaux, moins de la moitié permettent la terminaison au Niger, et aucune l'initiation depuis le Niger

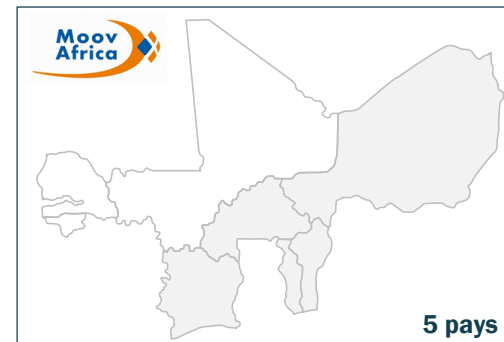
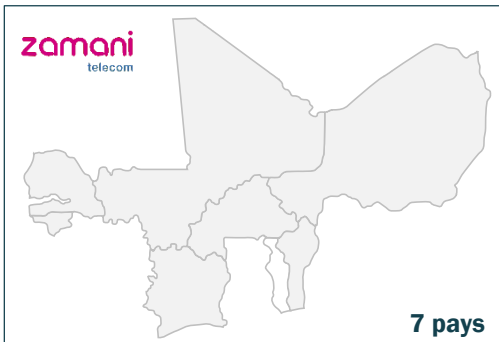
Envoi ou réception depuis le Niger	
Azimo	
Chipper Cash	
Monisnap	
Money Express	Réception
PaySend PLC	Réception
Remitly	
Rewire	
Small World	Réception
TalkRemit	Réception
TapTap Send	
TransferGo	Réception
Wise	
WorldRemit	Réception

Sources : analyses Sofrecom

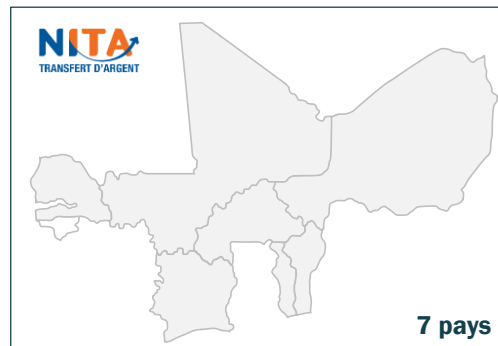
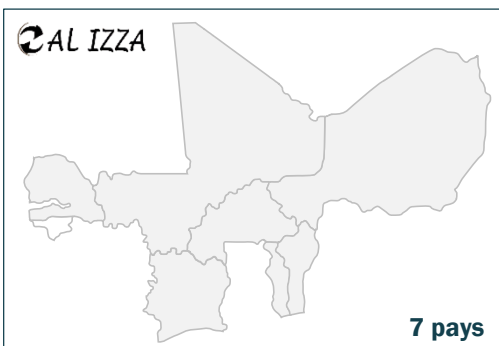
Les STA nigériennes ont développé une présence régionale plus forte que les OTM

Présence des STA et OTM en envoi et/ou en réception dans les pays de la zone UEMOA

OTM



STA



Un réseau étendu de guichets à l'étranger

AL IZZA

58 guichets

(BCEAO, 2019)

63 guichets

(Al Izza, 2021)

NITA
TRANSFERT D'ARGENT

25 guichets

(BCEAO, 2019)

380 guichets

(Nita, 2021)

Notes :

Pour les OTM il s'agit de transfert mobile money vers mobile money

Zamani essentiellement via réseau Orange Money

D'autres pays peuvent être couverts via des partenariats avec des hub de transfert (type MFS)

La proposition de valeur des opérateurs de mobile money est plus étoffée et digitalisée mais se limite à des cas d'usage de première génération

	OTM			STA	
	Airtel	Moov	Zamani	Al Izza	Nita
Services de 1 ^{ère} génération	Compte dépôt /retrait	✓	✓	✓	✓
	Transfert domestique	✓	✓	✓	✓
	Transfert régional	✓	✓	✓	✓
	Top up crédit/ forfait	✓	✓	✓	
	Paieement facture	✓	✓	✓	
	Kit Solaire	✓			
	Paieement marchand	✓	✓	✓	
	B2W / W2B	✓	✓	✓	
Services de 2 ^{ème} génération	Assurance				
	Crédit / Prêt				
	Epargne				
	P2G (impôts, taxes)				
Canaux de service digitaux	USSD	✓	✓	✓	En cours
	APP	✓	À confirmer	✓	En cours
	Web	✓	✓	✓	✓
Canaux de com. digitaux	Facebook	✓	✓	✓	✓
	Twitter	✓	✓	✓	✓
	Instagram	✓	✓		✓
				✓	✓

Une offre de service plus riche côté mobile money devrait leur conférer un avantage
Les STA ont cantonné leur offre de service au transfert d'argent. Les opérateurs de mobile money proposent une offre plus riche, avec notamment la possibilité de régler ses factures et d'acheter son crédit via mobile money.

Les services de 2^{ème} génération offrent un potentiel de différenciation
Les cas d'usage du mobile money proposés au Niger se limitent à ceux dits de « première génération » et offrent peu d'accès à des services financiers avancés (crédit, épargne, assurance)

Le canal USSD, parmi les plus faciles d'accès, est pour l'instant une exclusivité des OTM
Les STA sont moins présentes sur les canaux de service digitaux mais des projets sont en cours pour développer l'USSD et des applications

Le positionnement tarifaire des OTM paraît plus avantageux que celui des STA

Les points de service des OTM paraissent moins visibles et plus souvent inactifs que ceux des STAS

Sociétés de transfert d'argent



Les points de service des STA sont bien signalés et visibles, peints aux couleurs des opérateurs et affichent la liste des services proposés

Opérateurs de téléphonie mobile



Certains points de service mobile money sont peu visibles et mal signalés. De nombreux points de services semblent abandonnés ou inactifs. En général, la liste des services proposés et le code USSD du service sont affichés.

La tarification mobile money semble plus avantageuse que celle des STA mais fait peser le coût de la transaction sur le bénéficiaire

Coût d'un transfert d'argent domestique de 10 000 F*

	Envoi	Retrait	Total
Al Izza	300 F	0 F	300 F
Nita	300 F	0 F	300 F
Zeyna	300 F	0 F	300 F
Airtel	0 F	350 F	350 F
Flooz	50 F	50 F	100 F
Zamani	50 F	200 F	250 F

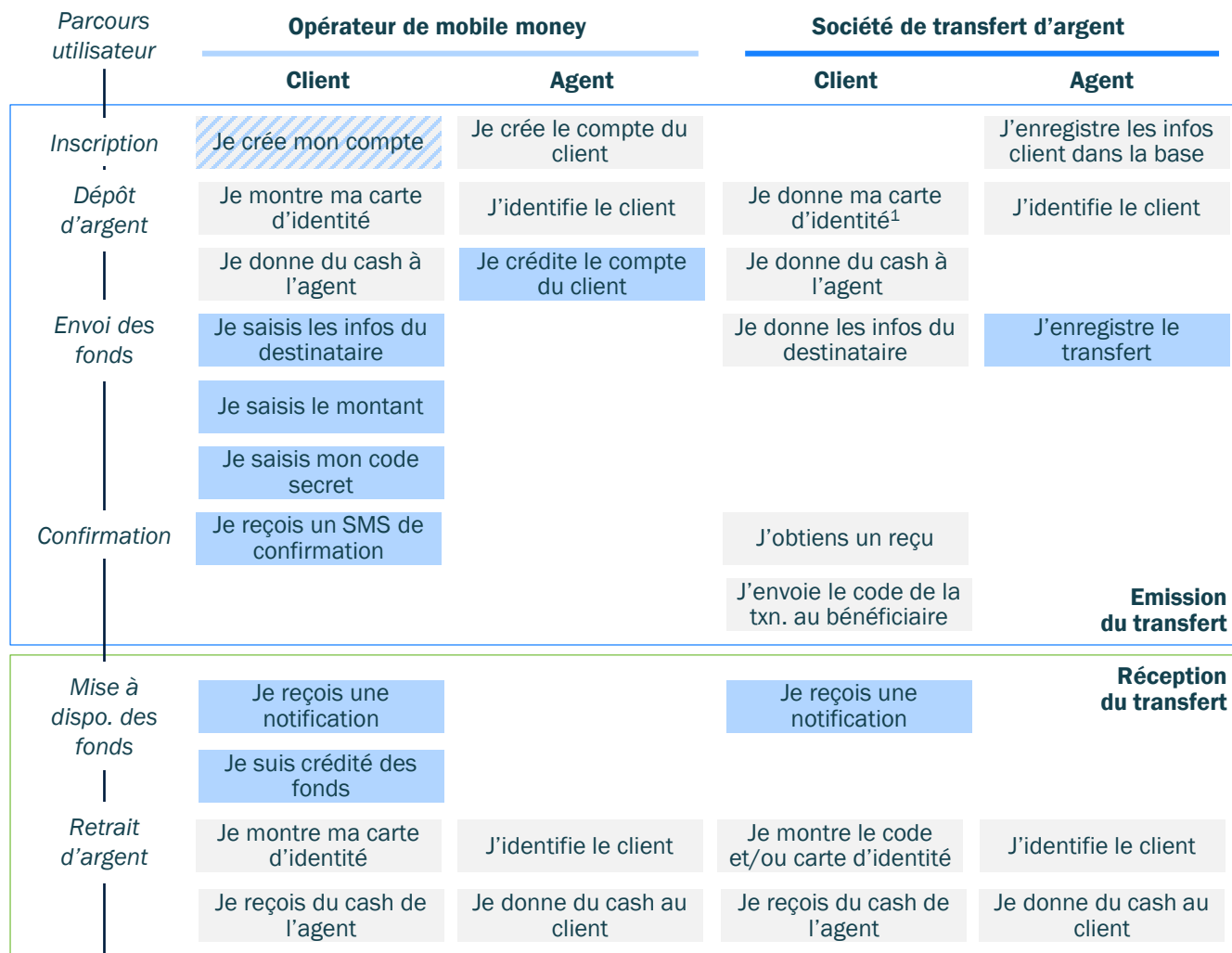
- Les tarifs des STA sont sensiblement les mêmes
- A l'exception d'Airtel, les OTM affichent des tarifs moins élevés que les STA
- Chez les OTM le coût de la transaction est porté par le bénéficiaire tandis que chez les STA, c'est l'émetteur qui absorbe ce coût

Légende des photos :

- | | | | |
|----------|---|----------|--------------------------|
| 1 | Agence Zeyna (Bambey) | 5 | Kiosque Airtel (Ndounga) |
| 2 | Agence Nita (Ndounga) | 6 | Agent Flooz (Liboré) |
| 3 | Agence Al Izza (Liboré) | 7 | Kiosque Zamani (Liboré) |
| 4 | Kiosque Airtel non fonctionnel (Kalfou) | | |

(*) : sur la base des informations issues du mystère shopping et des entretiens

Les opérateurs de mobile money proposent des parcours plus digitalisés mais qui supposent une grande autonomie du client tandis que chez les STA l'envoi et la réception des fonds sont entièrement gérés par l'agent



Les parcours mobile money montrent un niveau de digitalisation plus poussé...

Les parcours clients des opérateurs de mobile money mettent, par nature, l'accent sur la digitalisation.

... qui requiert une grande autonomie digitale de la part de l'utilisateur ...

Les étapes d'envoi et de réception des fonds se réalisent à partir de l'interface USSD du téléphone de l'utilisateur. Cela peut générer des difficultés pour les populations peu à l'aise avec ce type d'environnement.

... tandis que les STA ont opté pour un modèle qui « transfère » cette responsabilité à l'agent

Dans le cas des sociétés de transfert d'argent, c'est l'agent qui prend en charge la procédure d'envoi et de réception des fonds

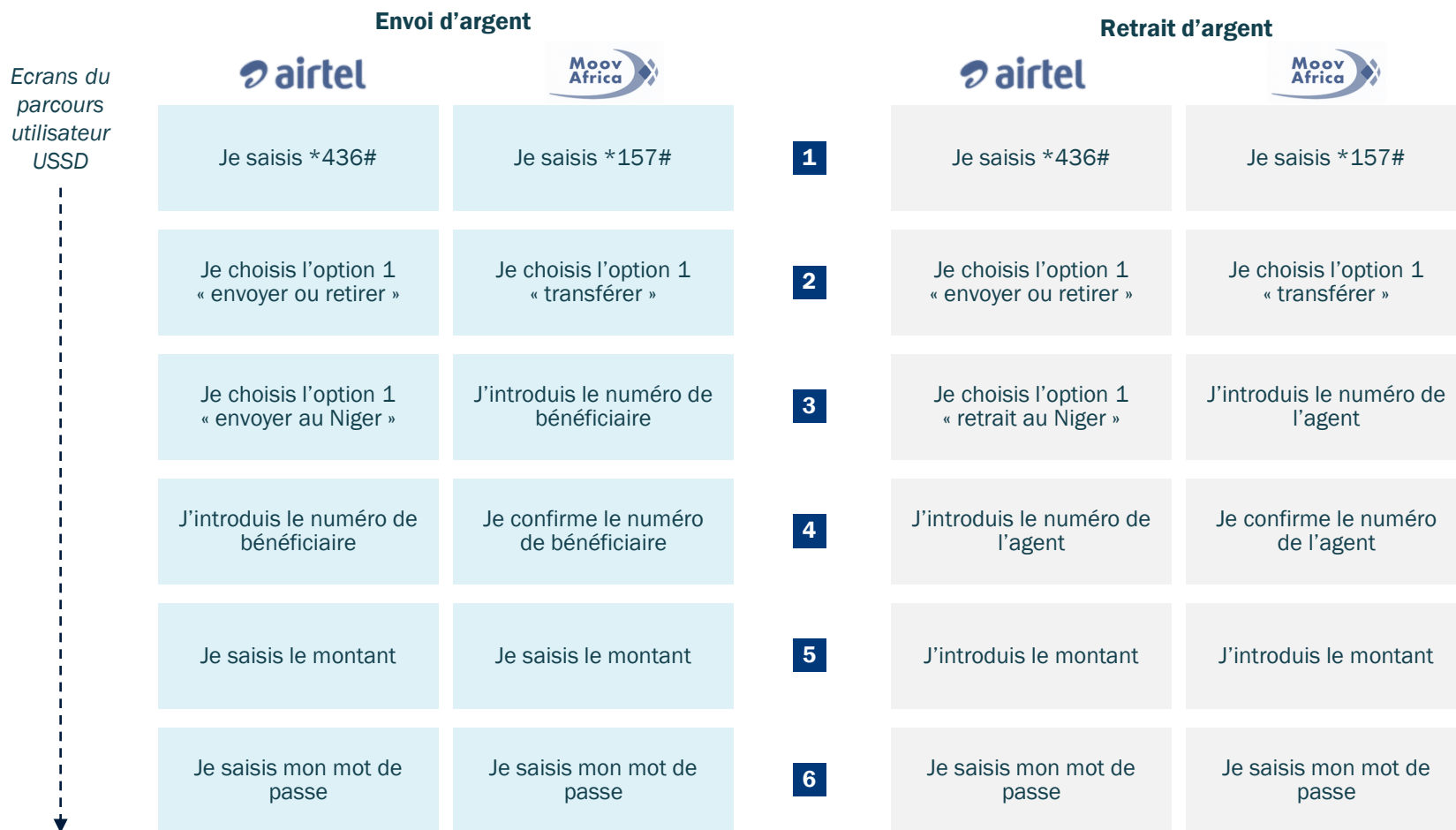
Légende

- Action non digitalisée
- Action digitalisée
- Parcours client en envoi
- Parcours client en transfert

(1) : en cours déploiement

Pour un envoi ou un retrait d'argent, les parcours USSD du mobile money sont longs et requièrent un niveau de littératie avancé pour évoluer en autonomie

Parcours USSD d'envoi et de retrait d'argent des OTM



Chez les STA, la gestion des reçus suit un modèle « phygital » basé sur l'utilisation de notifications SMS et de documents papier qui permet d'adresser les populations non lettrées

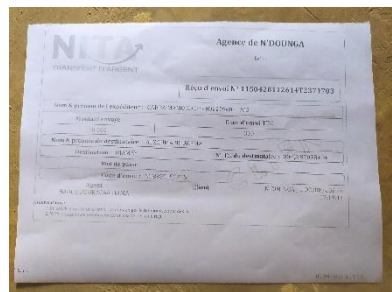
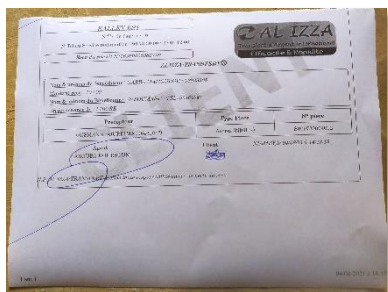
Les reçus au format papier permettent de garder une trace tangible de l'opération d'envoi et de retrait des fonds



Reçus « papier » remis à l'expéditeur



Reçus « papier » remis au destinataire



Les notifications au format SMS permettent d'informer le client des étapes clef de la transaction



Confirmation de l'envoi des fonds à l'expéditeur

Bonjour, Votre envoi vers NIAMEY pour soumane a ete effectue. Code: S809730004012. Merci d avoir choisi AL IZZA

Bonjour Cher Client, votre transfert sur KAL-FOU destine a LAWALI a bien ete effectue. NITA vous remercie.

Notification de la mise à disposition des fonds au bénéficiaire

Bonjour, soumane de NIAMEY a qui vous avez fait le transfert a recupere l argent. Merci d avoir choisi AL IZZA TRANSFERT. A bientot

Bonjour Cher Client, ALZOUMA a bien recupere 10000 a NIAMEY. NITA vous remercie pour la confiance. Merci.

Confirmation du retrait des fonds à l'expéditeur

Bonjour, Vous venez de recevoir un transfert d argent. Rendez-vous a AL IZZA muni de votre carte. Merci

Bonjour Cher Client, vous venez de recevoir un transfert. Veuillez vous rendre dans les guichets NITA les plus proches pour le recuperer. Merci.

En réalisant le transfert de fonds, les STA prennent à leur charge les prérequis qui pèsent sur les clients mobile money

Prérequis client pesant sur l'accès au transfert d'argent ou au mobile money à chaque étape du parcours client

	OTM						STA					
	Réseau		Mobile	Sécurité			Réseau		Mobile	Sécurité		
Prérequis	Proximité		Doc. d'identité	Littératie			Proximité		Doc. d'identité	Littératie		
Parcours client	Proximité		Doc. d'identité	Littératie			Proximité		Doc. d'identité	Littératie		
Envoi	Inscription	Fort	Fort	Fort	Aucun	Aucun	Fort	présumé	Fort	Aucun	Aucun	
	Dépôt d'argent	Fort	Aucun	Aucun	Aucun	Aucun	Fort	Aucun	en cours	Aucun	Fort	
	Envoi des fonds	Aucun	Fort	Aucun	Fort	Fort	Aucun	Aucun	Aucun	Aucun	Aucun	
	Confirmation	Aucun	Fort	Aucun	Fort	Fort	Aucun	Aucun	Aucun	Fort	Aucun	
Réception	Mise à dispo. des fonds	Aucun	Fort	Aucun	Fort	Fort	Aucun	Fort	Fort	Fort	Aucun	
	Retrait d'argent	Fort	Fort	Aucun	Fort	Fort	Fort	en cours	Aucun	Aucun	Fort	

Le modèle « self service » des OTM fait peser le poids des prérequis sur les clients

- Dans le modèle de transfert d'argent en « self service » des OTMs, des prérequis très fort pèsent sur les utilisateurs à chaque étape de la transaction
- Ces prérequis sont principalement liés à l'accès au réseau, à la possession d'un terminal mobile et d'une carte d'identité ainsi qu'à la littératie
- Chez les STA, le transfert d'argent s'opère via un guichetier qui réalise l'opération pour le compte du client et prend en charge les prérequis

Proximité : existence d'un point de service proche du client
Réseau : connexion au réseau mobile disponible et suffisante
Doc. identité : possessions d'un document d'identification
Mobile : possession ou accès à un terminal mobile
Littératie : capacité à lire et utiliser un mobile
Sécurité : sûreté de la zone par laquelle le client doit passer pour transporter du liquide

Légende

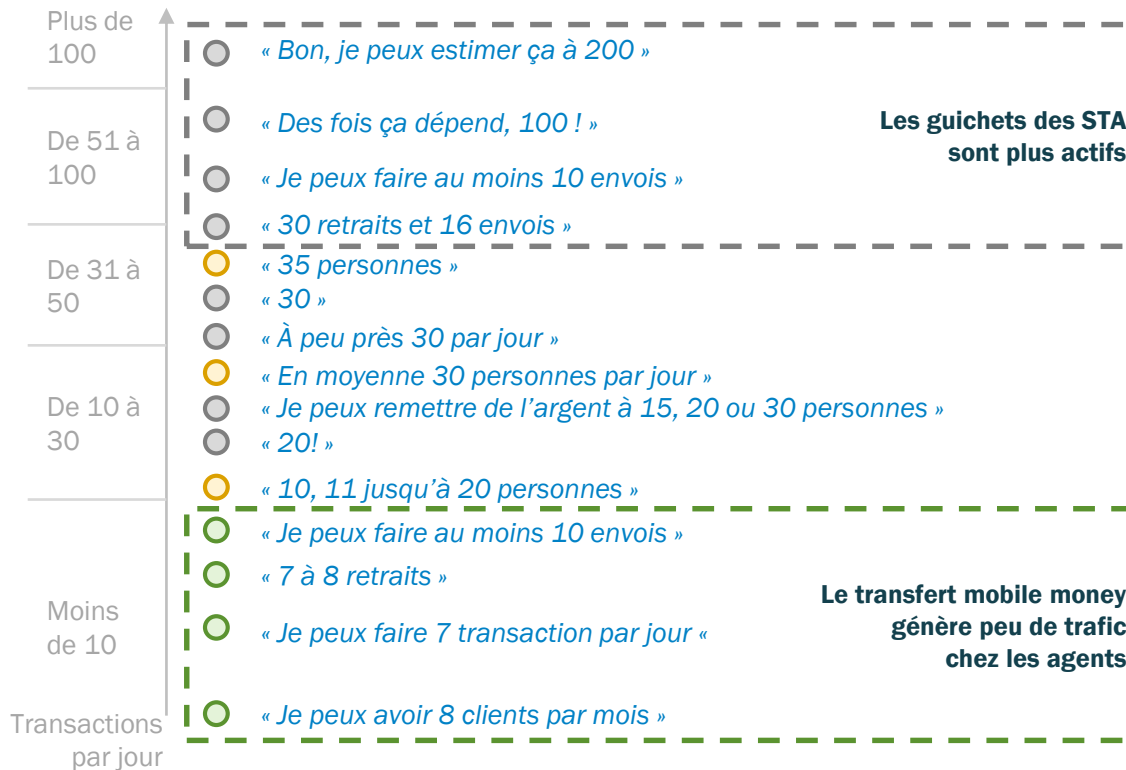
Poids du prérequis reposant sur le client :

- Fort
- Modéré
- Aucun



Le transfert mobile money génère peu de trafic chez les agents

Le volume de transactions mobile money est faible chez les agents en comparaison de la vente de crédit, et en comparaison aux guichets des sociétés de transfert d'argent



Les STA ont quant à elles un modèle hybride où les guichetiers salariés perçoivent des commissions les incitant à promouvoir le service

Mais il y en a d'autres qui sont payés par pourcentage. Moi je suis payé par mois.
Agent, Tahoua.

Il y a des gratifications qu'on te fait en tant qu'agent si tu fais beaucoup d'opérations. Tous les 15 du mois on vient te récompenser parce que soit tu as eu beaucoup de clients ou bien tu as fait gagner beaucoup d'argent.

Agent, Tillabéri

- Transfert via STA
- Transfert via mobile money
- Vente de crédit d'appel



Les rares utilisateurs qui disposent d'un compte ne maîtrisent pas l'utilisation du mobile et s'en remettent aux agents pour réaliser leurs transactions

Les utilisateurs de mobile money semblent peu à l'aise avec l'utilisation du téléphone comme interface...

Ils n'ont pas l'évolution de pouvoir utiliser les téléphones.

Agent, Tillabéri

Parfois il arrive que les gens envoient de l'argent à des personnes qui ne savent même pas manipuler le téléphone. **Agent, Tillabéry**

... et s'en remettent entièrement aux agents pour réaliser un transfert, quitte à leur communiquer des informations sensibles

Vous me donnez l'appareil, vous me dites que vous avez reçu 10 mille francs. Je vous demande de me donner votre mot de passe pour que je puisse vérifier votre compte. **Agent, Tahoua**

Il [le client] va juste donner le numéro de téléphone et le mot de passe. **Agent, Tahoua**

Les agents souhaiteraient plus d'actions d'éducation financière de la part des opérateurs

On doit les sensibiliser pour qu'ils puissent connaître ce service de transfert. S'il y a la possibilité de leur montrer comment on fait les transactions. **Agent, Tahoua**

Faire des formations, mais surtout la sensibilisation dans le domaine du mobile. Il faut connaître (faire connaître ?) l'importance de ces transactions. **Agent, Tahoua.**

Des fois la personne part là-bas [NIGEELEC] et on lui recommande de venir chez nous. Parce que à chaque fois que vous partez là-bas on vous dit soit il y a un problème de connexion ou il y a beaucoup de monde. **Agent, Tillabéri**



Le faible nombre de comptes de mobile money incite les agents à orienter leurs clients vers des services informels : les transferts OTC et « shap shap »

Les agents mobile money n'encouragent pas l'ouverture de comptes clients...

La plupart de ces gens n'ont pas de compte Airtel Money ou Orange Money. **Agents, Tahoua**

Il faut qu'on les aide, parce que ce sont des gens qui n'ont même pas de numéro. Ce sont des gens qui n'ont même pas de téléphone. **Agents, Tillabéri**

La plupart des envois c'est comme ça qu'on les fait. Les clients n'ont pas l'obligation d'avoir leur compte. **Agents, Tahoua**

Si vous avez besoin de forfait direct je peux mettre l'argent dans mon compte et vous acheter le forfait. Ou bien dans mon compte Airtel Money je peux vous envoyer de l'argent dans votre compte principal en dehors de votre compte Airtel Money.

Agents, Tillabéri

(1) Over the counter : transaction dans laquelle un client remet des espèces à un agent en échange d'une transaction que l'agent initie depuis son propre compte de mobile money.

(2) Transfert d'argent effectué par le biais d'un transfert de crédit d'appel. L'expéditeur confie de l'argent à un agent A qui envoie ensuite du crédit d'appel à un autre agent B. L'agent B remet en suite de l'argent au bénéficiaire (cf. slide suivante)

...et font perdurer les usages de type OTC¹ et shap shap²...

Si vous avez besoin de forfait direct je peux mettre l'argent dans mon compte et vous acheter le forfait. Ou bien dans mon compte Airtel Money je peux vous envoyer de l'argent dans votre compte principal en dehors de votre compte Airtel Money. **Agents, Tillabéri**

Oui on fait tous ces services [shap shap, Orange Money et Airtel Money] à la fois. **Agents, Tahoua.**

Lorsque je n'avais pas de compte Airtel Money on m'a une fois envoyé de l'argent par shap shap que je suis parti récupérer. Ils ont un système qu'on appelle le stock shap shap. Que veut dire stock ? C'est mettre beaucoup d'argent dans le compte de vente de crédit qu'on vend à d'autres personnes ! **Agents, Tahoua.**

...qui semblent par ailleurs plus rentables pour les agents

[...] la personne vient chez moi, je lui paye la facture et je gagne les 1500F. Si c'est la personne elle-même je lui envoie le crédit, il paye la facture et il gagne les 1500F. **Agents, Tillabéri**

C'est shap shap qui est plus bénéfique car si nous prenons par exemple M-koudi, il faut vendre 1 million pour gagner 10 mille francs. **Agents, Tillabéri**

La différence est que le transfert d'argent par shap shap c'est toi qui discute avec la personne qui envoie l'argent. [...] Dans les 5 mille tu vas me donner combien ? **Agents, Tahoua**

Les usages informels sont généralement peu transparents et ne favorisent pas l'inclusion financière via l'ouverture de comptes





Malgré les palliatifs mis en place par les agents, le manque de liquidités génère de la frustration et ne favorise pas la fidélisation au service

Les problèmes de liquidités sont récurrents, notamment dans les zones où les retraits sont plus nombreux que les dépôts

*Ici à Kollo il n'y a que des retraits. **Agents, Tillabéry***

*Il y a plus de retraits que d'envois. Et le plus souvent avant qu'on nous envoie de l'argent, avant qu'on nous fasse un approvisionnement, ça prend du temps. **Agents, Tillabéry***

Les agents tentent de pallier à ces problèmes via des solutions informelles

*Si le client vient et que je n'ai pas assez d'argent je vais aller à la maison pour chercher de l'argent. **Agents, Tillabéry***

*si je n'ai pas assez d'argent je trouve des gens qui me soutiennent, qui me prêtent de l'argent. Si par exemple on me demande une grosse somme que je n'ai pas, je demande aux gens de me prêter. **Agents, Tahoua.***

*Si ça m'arrive j'appelle mon frère, comme nous sommes au nombre de 4 à pratiquer la même activité. J'appelle les différents collègues, s'ils ont de l'argent ils m'envoient pour que je puisse payer **Agents, Tahoua.***

Néanmoins, l'absence de liquidités est source de frustration, voire de colère, et ne facilite pas l'adoption du service

*Parfois il y a des gens agressifs, qui ne te permettent même pas de parler. Ça m'énerve. Tu tentes de leur expliquer, ils vont te dire non, ils ne sont pas là pour discuter avec toi. **Agents, Tillabéry***

*Et la personne ne peut pas comprendre qu'il n'y a pas de liquidités. Mais certains clients pensent que c'est la banque, on peut même créer de l'argent. **Agents, Tillabéry***

*Un client peut venir pour un retrait de 500 mille francs ou 1 million. Et si tu lui dis d'aller et revenir il ne va pas te comprendre. **Agents, Tillabéry***

*Vraiment ces genres de situations je les ai vécues parce que il y a même un client qui m'avait giflé. **Agents, Tillabéry***



Les sociétés de transfert d'argent semblent moins exposées au risque de manque de liquidité

Les agents des STA sont moins exposés aux problèmes de liquidités que les agents des opérateurs de mobile money qui doivent disposer d'un stock de monnaie électronique suffisant pour percevoir des fonds

Exposition au risque de liquidité

	P2P MM	Transfert STA
Dépôt argent	L'agent doit avoir des UV en stock	
Retrait des fonds	L'agent doit avoir du cash en stock	L'agent doit avoir du cash en stock

- Fort exposition au risque de liquidité
- Faible/aucune exposition au risque de liquidité

Les agents NITA rencontreraient moins de problèmes de liquidité grâce à un système centralisé qui semble bien rôdé

R3 : Bon... vous savez à Nita si vous avez beaucoup d'argent dans la caisse, quand les gens viennent faire des envois ça augmente. Si souvent il y a des guichets qui sont vides, toi qui as beaucoup d'argent par exemple 2 millions ou trois, tu essaies de faire un encaissement à d'autres guichets pour diminuer la caisse.

Tahoua, FG n°8, Tahoua.

R3 : Donc il nous arrive d'avoir beaucoup d'argent et les gens viennent faire des envois aussi. Mais moins de retraits souvent, donc ça augmente. Donc tu es obligé de transférer l'argent vers d'autres caisses. Mais quand même il faut que la coordination donne l'autorisation de faire ce genre de transfert.

Tahoua, FG n°8, Tahoua.

R3 : Oui ça dépend, c'est un compte. S'ils constatent que le compte est vide, ou bien qu'il y ait beaucoup d'envois, ils amènent de l'argent. Par exemple si un client vient... il y a des collecteurs qui viennent déposer de l'argent auprès des agences.

Tahoua, FG n°8, Tahoua.

Les STA rebattent les cartes du marché alors que les OTM sont en position de force sur les facteurs clés de succès du mobile money

Avantage concurrentiels des OTM vs STA sur les actifs clef nécessaire à la mise en place d'un service mobile money

Criticité des actifs ▼

Avantage concurrentiel des OTM et STA pour chaque actif ▼

Actif	Criticité	Avantage concurrentiel des OTM		Avantage concurrentiel des STA	
Réseau d'agents	+++	++	7000+ agents indépendants	+	1000+ agents salariés dédiés
Plateforme USSD	+++	+++	Accès direct au canal USSD	+	Accès indirect payant Déploiement en cours
App.	+	+++	App. mobile en propre	+	Lancements en projet
Plateforme MFS	+++	+++	Plateforme spécialisée de type bancaire	++	Plateforme basique dédiée au transfert
Infra SMS	+	+++	Accès direct	+	Accès indirect payant
Base client	++	++	8M+ utilisateurs	+	nd.
Notoriété	++	+	Les OTM sont connus mais leurs services jouissent d'une moins bonne réputation	+++	Canal plébiscité pour le transfert d'argent
Licence	+++	+++	Partenariats EME	+++	Licence établissement bancaire et assimilé
Expertise MFS	+	++	Forte : transfert dépôt, épargne, crédit, assurance	+	Uniquement sur le transfert

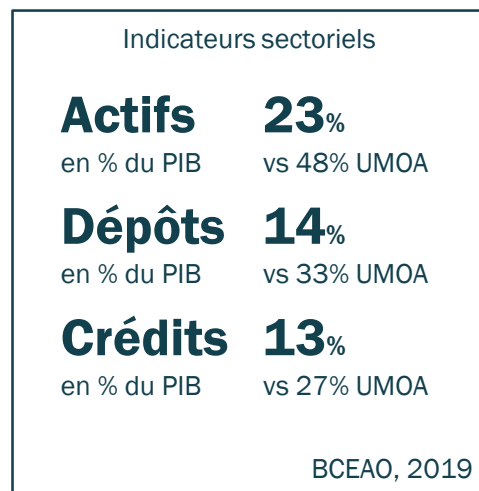
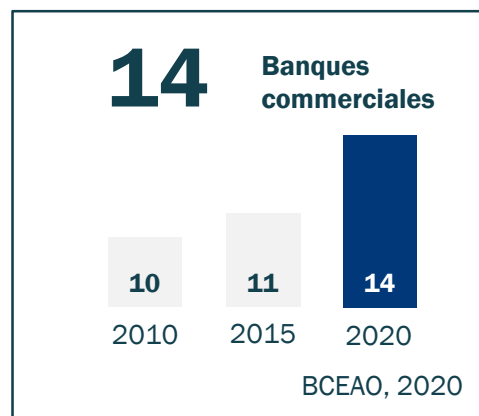
Le succès des STA repose sur facteurs relatifs à la demande

- Les STA ont un accès limité à l'infrastructure (USSD, SMS, agents) nécessaire au développement d'un service mobile money
- Les OTM semblent en position de force, notamment sur les actifs critiques au lancement d'un service de mobile money.
- Le succès des STA semblent bien relever de facteurs relatifs à la demande que nous verrons dans la suite de l'étude

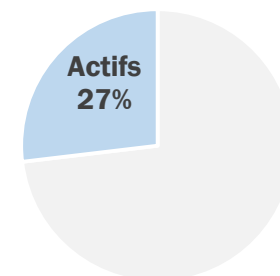
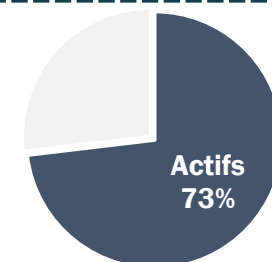
Etude de l'offre

3. L'offre du secteur financier dans son ensemble est peu digitalisée

Le secteur bancaire est fortement concentré autour des cinq premières banques du pays en termes d'actifs, portefeuilles de crédits et encours de dépôts



Banques commerciales (BCEAO, 2020)	Actif	Dépôt	Crédits
Bank of Africa Niger	343	196	194
Société Nigérienne de Banque	315	211	201
Ecobank Niger	233	153	100
Banque Internationale pour l'Afrique au Niger	226	159	93
Banque Atlantique Niger	175	89	116
Banque Sahelo-Saharienne pour l'investissement et le commerce Niger	143	58	87
Banque Agricole du Niger	106	53	73
Orabank	85	65	49
Banque Islamique du Niger	57	39	40
Compagnie Bancaire de l'Afrique Occidentale	25	10	17
Banque Commerciale du Niger	21	3	3
Banque de l'Habitat du Niger	20	10	8
Banque Régionale des Marchés	18	13	3
Coris Bank International Burkina	AC	AC	AC



AC : à confirmer

Le secteur bancaire offre des canaux d'accès à distance diversifiés mais ne ciblant pas forcément le grand public

Cartographie des canaux et actes de paiement digitaux proposés par les banques

Banques commerciales (BCEAO, 2020)	SMS banking		App. mobile	Agency banking	Paiement facture via web/app.	Transfert d'argent (OTC) via web/app		Retrait sans carte à un DAB	
	Website dédié Niger	Espace client web	USSD	Bot		Virement via web/app	Achat airtime via web/app.	W2B	
Bank of Africa Niger	✓	✓	✓	✓		✓			✓
Société Nigérienne de Banque	✓	✓	✓	✓		EC	✓	✓	✓
Ecobank Niger		✓	✓	✓	EC	✓	✓	✓	✓
Banque Internationale pour l'Afrique au Niger	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Banque Atlantique Niger	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Banque Sahelo-Saharienne pour l'investissement et le commerce Niger	✓	✓	✓						
Banque Agricole du Niger	✓	✓	✓	✓		EC			
Orabank	✓		✓						
Banque Islamique du Niger	✓	✓	EC						
Compagnie Bancaire de l'Afrique Occidentale		✓	✓	✓		✓		✓	
Banque Commerciale du Niger									
Banque de l'habitat du Niger	✓	✓	AC						
Banque Regionale des marchés			✓						
Coris Bank International Burkina	✓		✓						

Absence notoire de canaux destinés à un public éloigné du système bancaire traditionnel

Proposé Non proposé

Effort de digitalisation des canaux → → Effort de digitalisation des actes

AC : à confirmer | EC : en cours

Initiative a succès, le compte Xpress d'Ecobank, présente une panoplie de fonctionnalités très similaires à celles du mobile money



Lancement du service : **2016**
 Clients **30 000** actifs (200 000 au total)
 Points de service : **591 actifs** (800 au total)

Ecobank aurait un agent dans toutes les communes du Niger

Des canaux d'accès diversifiés marqués par l'absence d'USSD

- Ecobank propose des canaux d'accès physiques et digitaux
- L'application mobile constitue le seul canal digital disponible. L'USSD serait en développement
- L'absence du canal USSD suppose une couverture limité des populations rurales et éloignées du système bancaire « classique »



Application mobile



Point Xpress (800 points)



Agence Ecobank (16 agences)

L'ouverture de compte est entièrement digitalisée via l'application



Demande d'ouverture



Informations



Code PIN

1

Sélection de l'option ouvrir un compte Xpress sur l'application Ecobank mobile

2

Saisie et enregistrement des informations personnelles de l'utilisateur

3

Définition et validation du code secret d'accès au service

Des fonctionnalités similaires à celles du mobile money

Principales fonctionnalités du compte Xpress

Dépôt / Retrait	✓
Paieement facture	✓
Achat d'« airtime »	✓
Paieement marchand	✓
Transfert international vers Ecobank	✓
Transfert vers GAB Ecobank	✓
Transfert OTC vers guichet Ecobank	✓
Carte VISA rechargeable	EC
Transfert interbancaire	EC

La banque propose une série de fonctionnalités qui couvre la proposition de valeur classique d'un offre de mobile money



EC : en cours

L'application Banque Atlantique est l'une des rares à proposer des opérations de transfert et de paiement de facture digitalisées depuis une app. ou un DAB

Banque Atlantique propose notamment un service de transfert d'argent digital depuis l'application



Emission du transfert

- Transfert d'argent **in-app** vers « n'importe quel bénéficiaire »
- Emission également possible **depuis un DAB avec une carte bancaire**
- Volume : **20 000 transactions / an**
- Tarif : **1 000 F**

Réception du transfert

- Réception et retrait dans **tout DAB Banque Atlantique d'un pays UEMOA**
- Retrait se fait **sans carte (code)**



Paiement de facture

Volume : **50 000 transactions / an**
 Tarif : 200 F

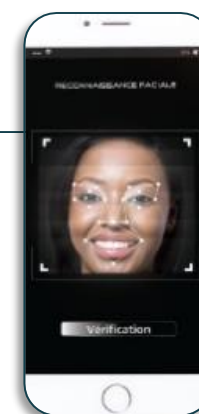


W2B/B2W

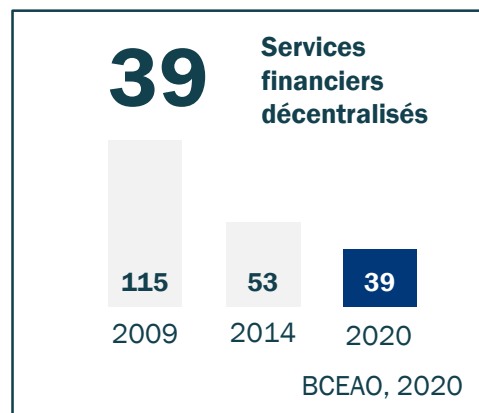
Volume : **10 000 transactions / an**
 Tarif : 200 F pour le B2W et 3% pour le W2B

Authentification biométrique

Accès par reconnaissance faciale ou digitale



Le secteur des SFD en restructuration reste fragile, faisant peser un risque de dégradation de la couverture des zones rurales



Indicateurs sectoriels

Actifs en % du PIB	0.3% vs 2.3% UMOA
Dépôts en % du PIB	0.3% vs 1.4% UMOA
Crédits en % du PIB	0.2% vs 1.5% UMOA

BCEAO, 2019

Une forte dégradation du portefeuille de crédits

48%

Taux de dégradation du portefeuille de crédits des 11 principaux SFD vs 8% en zone UMOA selon la BCEAO en 2020

ASUSU et Tanadi, parmi les leader du marché, désormais sous administration provisoire

Finance
L'administrateur provisoire d'Asusu fait le point sur la situation d'endettement critique de l'institution de microfinance



vendredi, 29 juin 2018 14:50

Source : Niamey les 2 jours

Dans un contexte pays où le mobile money s'est peu développé, le secteur des SFD restait jusqu'à récemment le premier contributeur au taux d'inclusion financière dans le pays, notamment auprès des femmes.

+48%

vs 33% banques

les SFDs participent à hauteur de 48,4% au taux global d'utilisation des services financiers selon la BCEAO (2019)

+200

vs 162 banques

Le réseau de distribution des SFDs serait composé de 210 points de services répartis dans tout le pays selon la FAO (2021)

>50%

Plus de 50% de femmes dans la clientèle des deux plus gros SFD

Pour améliorer la portée de ses services, le secteur mise sur le maillage du terrain et les partenariats

Leader du marché, ACEP développe la collecte sur le terrain via des agents itinérants

ACEP déploie des agents itinérants sur le terrain réalisant une collecte quotidienne auprès de certains clients qui :

- ✓ Souscrivent au service
- ✓ Exercent leur activité dans un lieu fixe
- ✓ Ont des revenus quotidiens

ACEP a récemment mis à jour les modalités de collecte sur le terrain via des agents itinérants, afin de pouvoir distinguer entre clients emprunteurs et épargnants.

	Client	IMF
Bénéfices	Gain de temps Incitation à l'épargne	Diminution du risque de crédit
Contraintes	Service payant mensuellement Le paiement d'une « mise » mensuelle tend à prouver la valeur commerciale d'un service à domicile	Masse critique de clients/jour et proximité de points de délestage des liquidités viable uniquement en zones denses A l'image de l'implantation urbaine d'ACEP, le service est principalement déployé en zone dense

La mise en place de canaux digitaux est encore au stade de projet et conditionnée à des pré-requis techniques

De nombreux projets ont été lancés pour proposer des canaux digitaux aux clients...

Via le mobile money

- Certaines IMF sont **agents mobile money** et reçoivent une incitation sur les ouvertures de compte
- Les IMF sont intéressées à **éduquer les clients** à l'usage du mobile money pour améliorer l'accessibilité des services

Via les sociétés de transfert

- Les IMF misent aussi sur des partenariats avec les sociétés de transfert d'argent pour démultiplier les points de service, et misent sur le déploiement de canaux digitaux par ces acteurs à moyen terme

...mais requièrent le renforcement des capacités techniques des acteurs avant de voir le jour, qui est encours à l'échelle du secteur

- Les **systèmes d'information et de gestion** des IMF, quand ils existent, ne sont pas tous en mesure d'être interfacés à des plateformes de paiement mobile money ou autre
- Une **évaluation du niveau de digitalisation des IMF** est en cours dans le cadre de la SNFI 2019-2023 afin de mettre à niveau les systèmes informatiques, avant d'envisager la digitalisation des produits et services.
- La BCEAO envisage de mettre en place une **solution informatique mutualisée** pour les SFD de petite taille à travers la création de centre de traitement informatique communs.

Le mandat d'inclusion financière et le maillage du territoire de la Poste lui confèrent un haut potentiel



Niger Poste est le prestataire de service postal universel

Employés : 435 (2020, ARCEP)

Chiffre d'affaires : 2 889 138 400 (+134% vs 2019) (2020, ARCEP)

1970

Création de l'office des Postes et Télécommunications (OPT)

1996

Séparation des activités de télécommunication des activités postales
Création de l'office national de la Poste et de l'épargne (ONPE)

2006

Changement de statut pour devenir une Société d'économie Mixte dénommée **Niger poste**.

Une offre de services qui évolue vers les services financiers

Principaux services de Niger Poste

Dépôt, traitement, acheminement du courrier	●
Philatélie, et boîte postale	●
Livraison express	●
Logistique	●
Compte postaux	●
Transfert d'argent national et international	●
Paieement de facture	●
E-commerce	●



(●) service postal / (●) service financier
(●) autre type de service

Une implication grandissante dans la gestion des paiements gouvernementaux

- La dématérialisation des traitements des agents de l'État est effective depuis le premier trimestre 2019 via le paiement électronique. La société publique Niger Poste a la charge de gérer ce service pour les contractuels de l'enseignement (2020, CNUCED)
- Niger poste propose également la gestion des pensions et allocations pour les retraités et les étudiants (site Niger poste, 2021)

Un réseau de distribution relativement étendu par rapport au secteur bancaire

96

points de contact dont 18 à Niamey

On compte 61 bureaux de plein exercice 35 guichets annexes au 31/12/2019 (ARCEP)

Répartition des points de contact par région

Niamey	18	Agadez	10
Tillabéry	23	Maradi	15
Dosso	9	Zinder	11
Tahoua	15	Diffa	5

Le wallet postal suggère un niveau de digitalisation supérieur à la moyenne des services postaux dans le monde

Un « wallet » mobile qui s'apparente à du mobile money

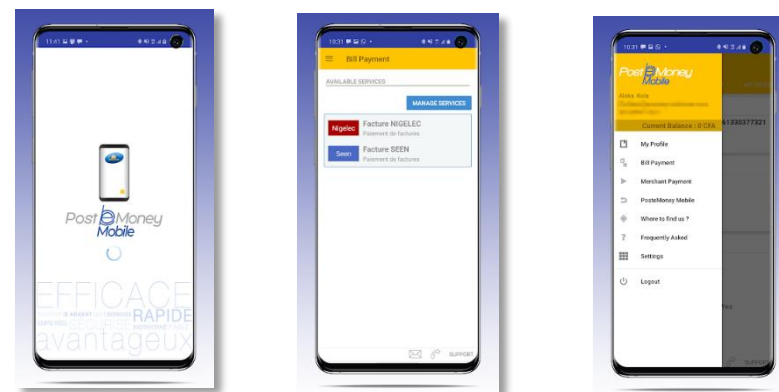
Fruit d'un partenariat entre 3 acteurs



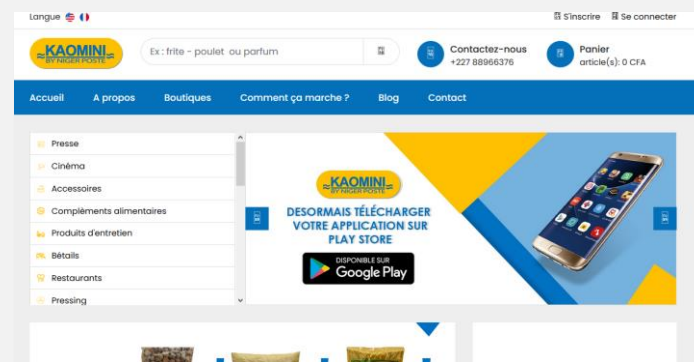
Un panel de transactions qui rappelle le mobile money

Dépôts et retrait d'espèces	✓
Consultation de solde / historique	✓
Transferts d'argent (wallet-to-wallet ou OTC)	✓
Paiements de factures	✓
Paiements marchands (QR Code)	✓
Géolocalisation points de services	✓

Aperçu de l'application mobile « Post Emoney »





Niger post a également lancé son propre site de e-commerce : KAOMINI



(Source : Playstore, site internet)

Au sein d'un écosystème fintech balbutiant, 2 organisations proposent des services d'agrégation de paiement et de communication par canal vocal

Service de
d'agrégation

		
Produit	I Pay	Sawki Pay (dev. en cours)
Type de service	Passerelle de paiement	Passerelle de paiement
Cas d'usage	Collecte de paiement Paiement en masse	Collecte de paiement – Priorité Paiement en masse - Priorité Wallet de paiement
Instruments de paiement acceptés	Zamani Cash, Airtel Money et Moov Money, Visa, Mastercard Ecobank (en cours)	Airtel Money Zamani Cash, Nita, Al Izza (à l'étude)
Canaux	Bot whatsapp	nd
Cible	Boutiques en ligne , administration de l'Etat	Boutiques en ligne , administration de l'Etat, ONG
Résultats	+ 20 k transaction / jour + 500 mns FCFA en (sept. 2021)	nd

Une offre d'agrégation de moyens de paiement digitaux qui peut potentiellement servir de tremplin pour l'interopérabilité

Les 2 startups proposent des services d'agrégation de paiement qui pourraient potentiellement évoluer vers des services d'interopérabilité wallet-to-wallet

Service de
communication

	Smart Contact	E-Kokari
Produit	Smart Contact	E-Kokari
Type de service	Plateforme de communication push/pull de masse	Service de conseils agricoles et mise en relation des agriculteurs
Canaux	SMS, IVR, whatsapp	IVR
Clients	ONG, administration de gouvernement	Ministère agriculture, FAO
Résultats	nd.	< 10 000 utilisateurs

Des services de communication vocale interactifs prometteurs ciblent les populations illetrées

Les services de communication vocale proposés par les 2 organisations permettraient d'adresser les agriculteurs et populations illetrées.

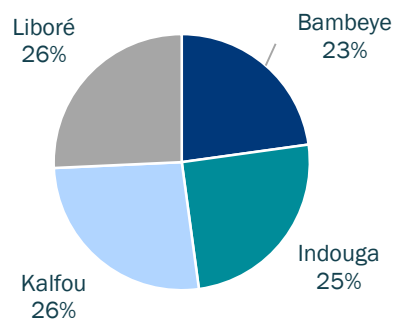
Etude de la demande

1. Description de l'échantillon

Géographie et démographie des répondants

Nous avons enquêté dans 4 communes rurales des départements de Tahoua et Tillabéri

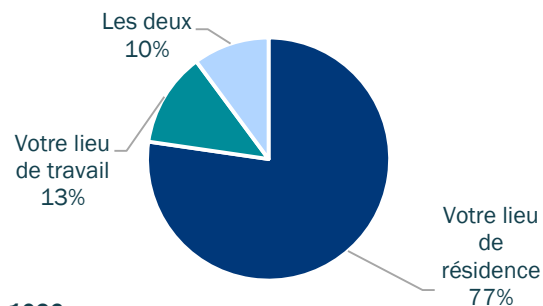
Communes rurales représentées



N=1026

La majorité des répondants ont été interviewés sur leur lieu de résidence

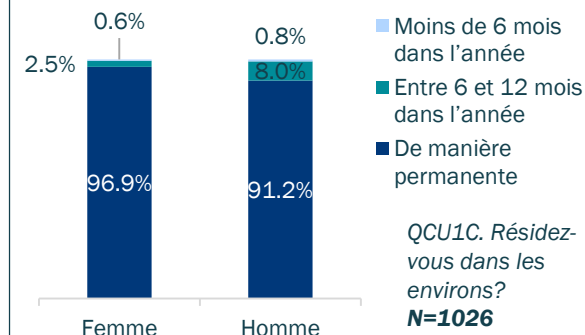
Lieu de l'interview



N=1026

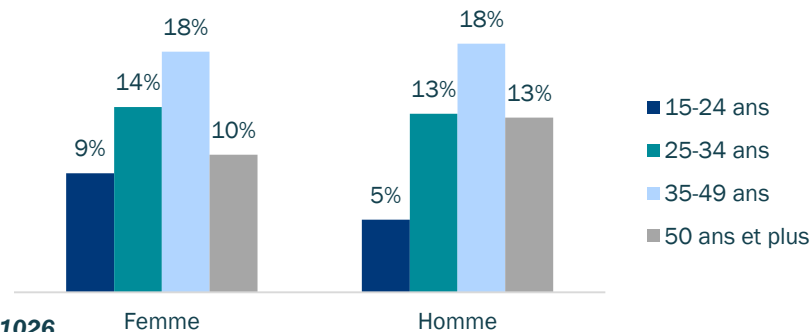
La quasi-totalité des répondants est sédentaire

Lieu de résidence



Nous avons ciblé en priorité les tranches d'âge actives

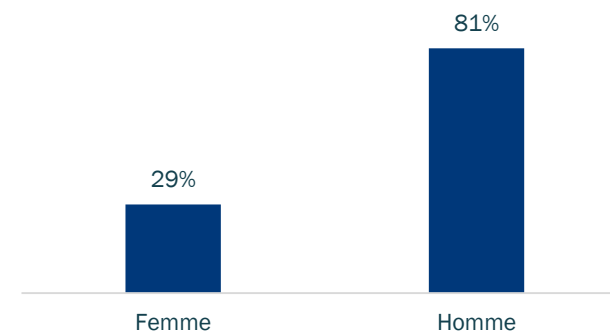
Répartition des répondants par genre et âge



N=1026

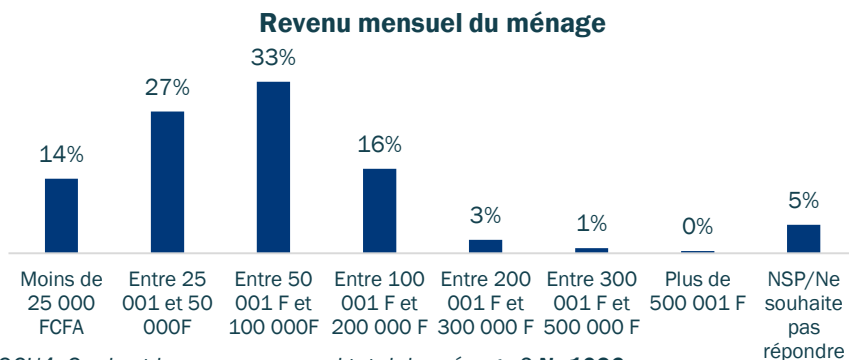
29% des femmes se déclarent chef de famille et 81% des hommes

Chef de famille par genre



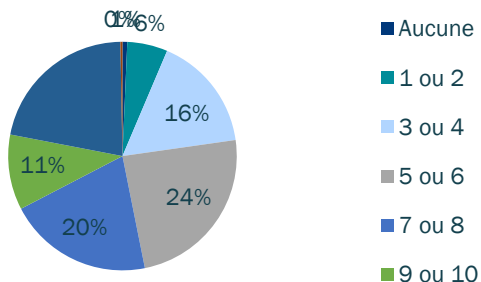
Niveau de revenu par ménage et par capita

Les fourchettes de revenus déclarés par ménage et de taille des ménages...



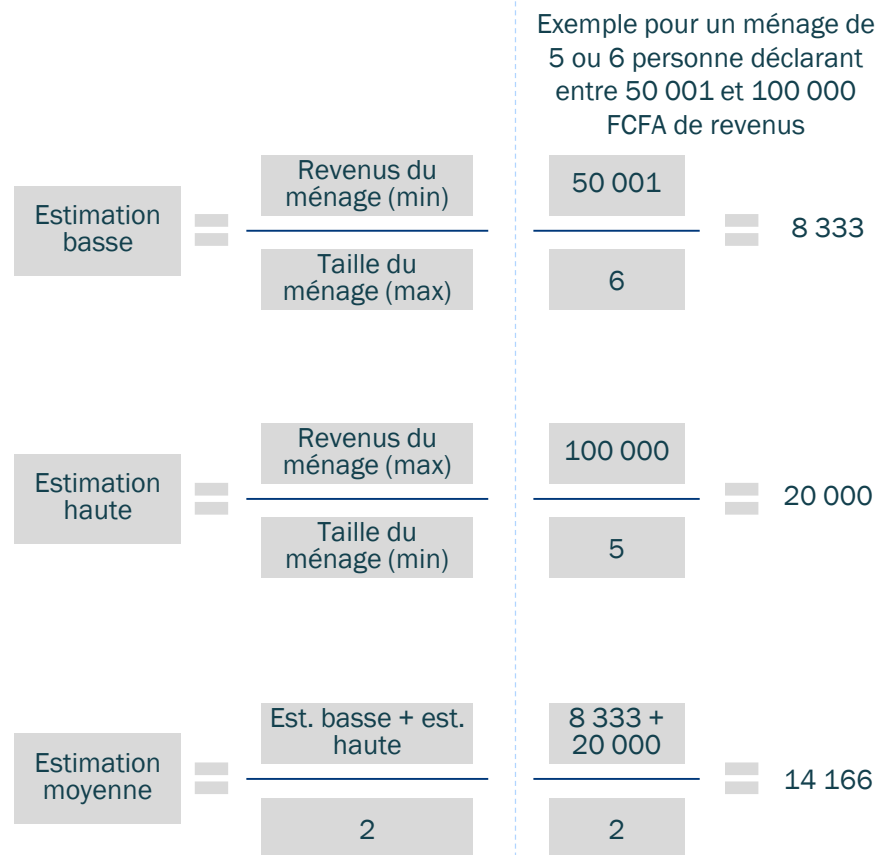
QCU4. Quel est le revenu mensuel total du ménage ? **N=1026**

Taille du ménage: nombre de personnes composant le foyer



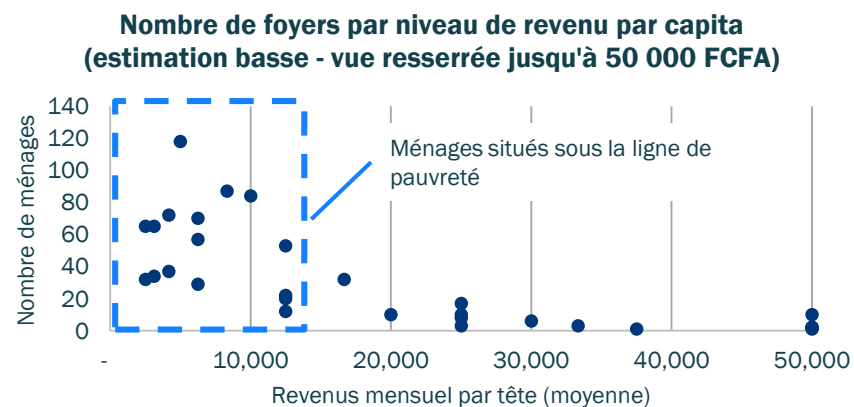
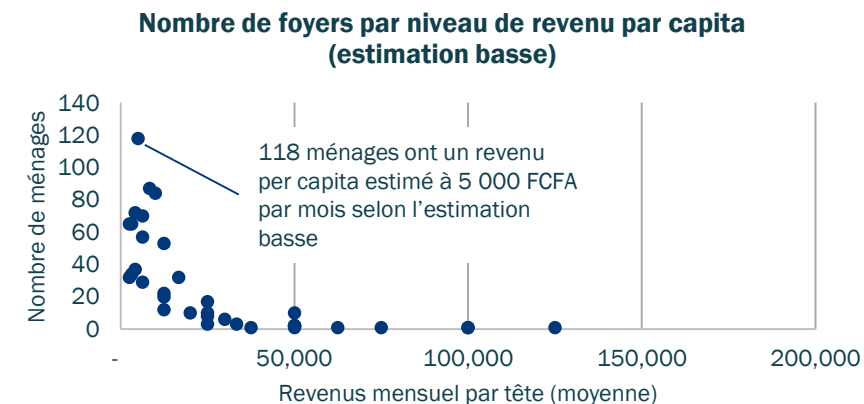
QCU7C. Combien de personnes vivent avec vous (sous le même toit, vous compris) ? **N=1026**

...permettent d'estimer un revenu per capita

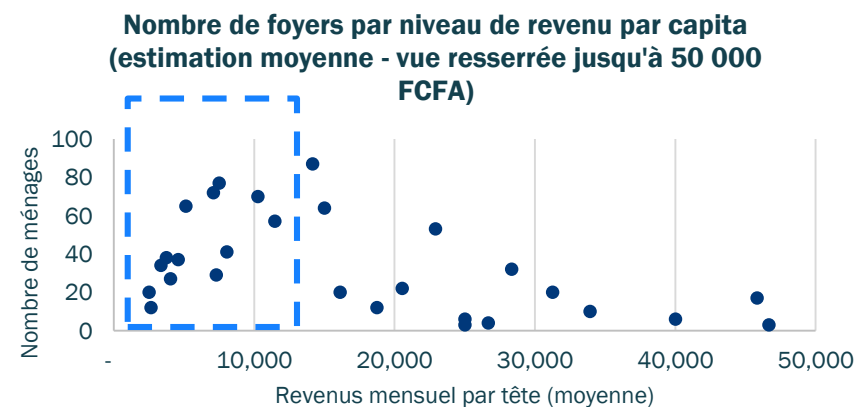
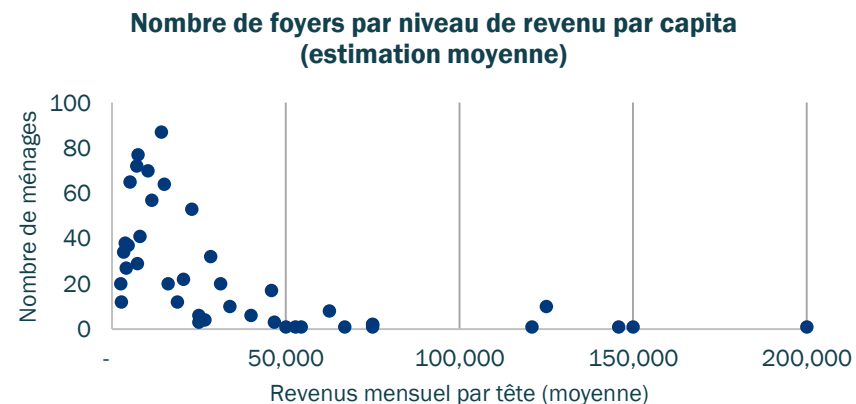


Niveau de revenu par ménage et par capita

Avec une estimation basse du revenu par capita, 88,4% des foyers ont des revenus les situant en dessous de la ligne de pauvreté



Avec une estimation moyenne du revenu par capita, 59,8% des foyers ont des revenus les situant en dessous de la ligne de pauvreté



Sources: Calculs Sofrecom. Ligne de pauvreté: World Bank PovCalNet. Ligne de pauvreté 2014 en monnaie locale à 13 556 FCFA (données les plus récentes disponibles)

Catégories socio-professionnelles des répondants

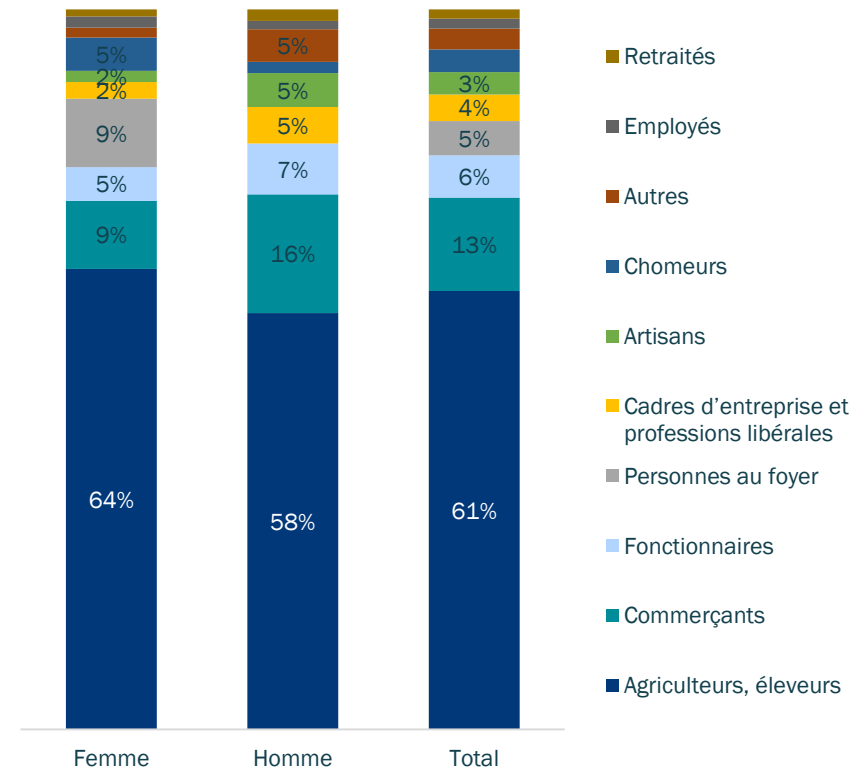
L'étude a ciblé en priorité les agriculteurs et les commerçants

L'enquête a ciblé un minimum de :

- 50% de répondants agriculteurs travaillant dans les chaînes de valeur suivantes: mil, niébé, maraîchage, oignon (une part des répondants sont actifs dans d'autres chaînes de valeur.
- 10% de commerçants

	Femmes		Hommes		Total	
Agriculteurs, éleveurs	330	64%	295	58%	625	61%
Commerçants	49	9%	84	16%	133	13%
Fonctionnaires	24	5%	36	7%	60	6%
Personnes au foyer	49	9%	0	0%	49	5%
Cadres d'entreprise et professions libérales	12	2%	26	5%	38	4%
Artisans	8	2%	24	5%	32	3%
Chomeurs	24	5%	8	2%	32	3%
Autres	7	1%	23	5%	30	3%
Employés	8	2%	6	1%	14	1%
Retraités	5	1%	8	2%	13	1%

Profession des répondants

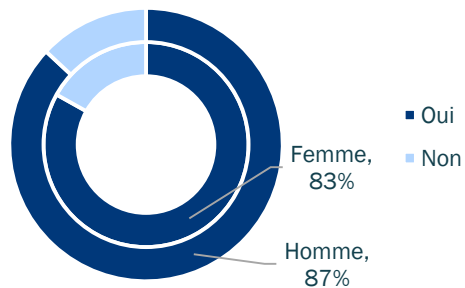


QCU7. Pouvez-vous m'indiquer votre profession principale ? N=1026

Bien que les titres de propriété ne soient pas détenus de tous, les agriculteurs se déclarent largement propriétaires des terres qu'ils cultivent

85% des cultivateurs déclarent être propriétaires de la parcelle qu'ils exploitent

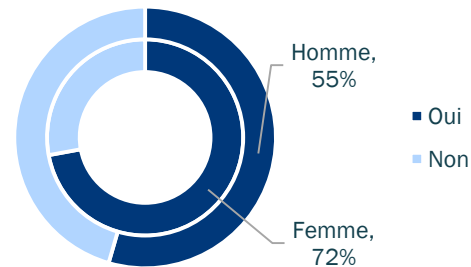
Propriétaire de parcelle



QCU13B. Possédez-vous le terrain ou la parcelle que vous cultivez ? **N=570 (agriculteurs, H=268, F=302)**

Parmi les propriétaires, une plus grande part des femmes déclare posséder un titre de propriété

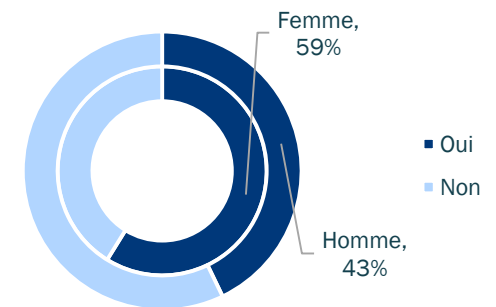
Taux de possession de titre de propriété



QCU13C. Possédez-vous un document prouvant que vous possédez le terrain ou la parcelle ? **N=484 (répondants déclarant posséder la parcelle, H=233, F=251)**

Parmi les agriculteurs ne possédant pas de terre, les femmes sont plus nombreuses à payer un loyer ou fermage

Paiement de loyer / fermage



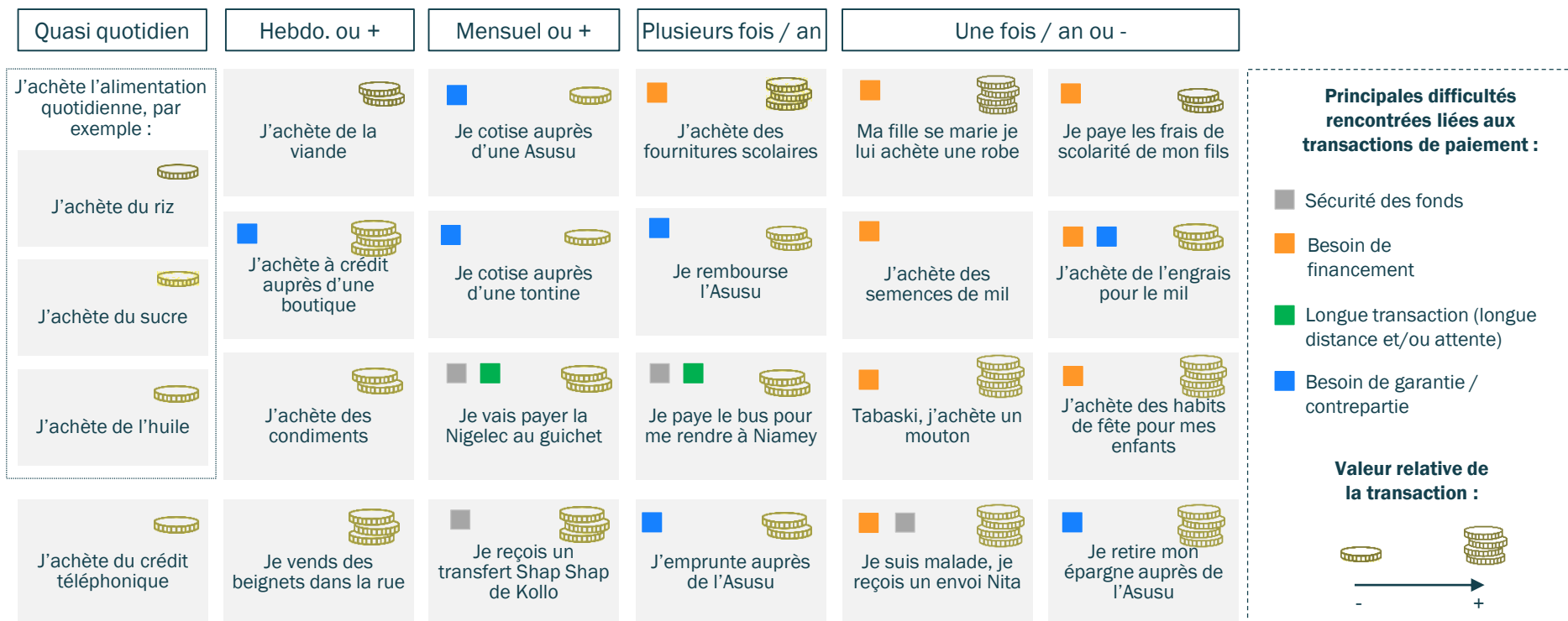
QCU13D. Payez-vous un loyer ou fermage pour l'utilisation de la terre cultivée ? **N=86 (répondants déclarant ne pas posséder la parcelle, H=35, F=51)**

Etude de la demande

2. Vie financière des ménages et agriculteurs

Entre besoins quotidiens et dépenses exceptionnelles, de nombreux points de douleur dans la vie financière des ménages

Parcours financier d'une citoyenne, mère de famille, ayant un petit commerce de beignet et cultivant le mil à Kollo



Les petites dépenses alimentaires occupent le cœur des dépenses du quotidien

- Les cérémonies génèrent de fortes dépenses quasiment obligatoires

Les dépenses régulières, quasi quotidiennes, des foyers se limitent essentiellement aux dépenses alimentaires pour de très faibles sommes

« Je donne habituellement 2000 francs chez moi pour la préparation des repas journaliers. » **H. Tahoua 1**

« Normalement je peux dépenser 2500 CFA que pour la nourriture. » **F. Tahoua 2**

« D'ordinaire tu dépenses à peu près 2000 FCFA pour les condiments. » **F. Tahoua 2**

« Les dépenses quotidiennes comprennent juste les repas quotidiens. » **F. Tillabéry 2**

Parmi les autres dépenses contraintes, celles liées aux fêtes et aux cérémonies pèsent lourd...

« Les évènements qui nous font plus dépenser sont les mariages ou baptêmes, les décès, ou pendant les fêtes. » **F. Tillabéry 2**

« Le jour où il y aura une cérémonie de baptême, 200 000 F ne suffiront pas. » **H. Tahoua 6**

« Mais pendant une fête il compte les habits des enfants : 10 000 F chacun. C'est déjà énorme. » **F. Tahoua 2**

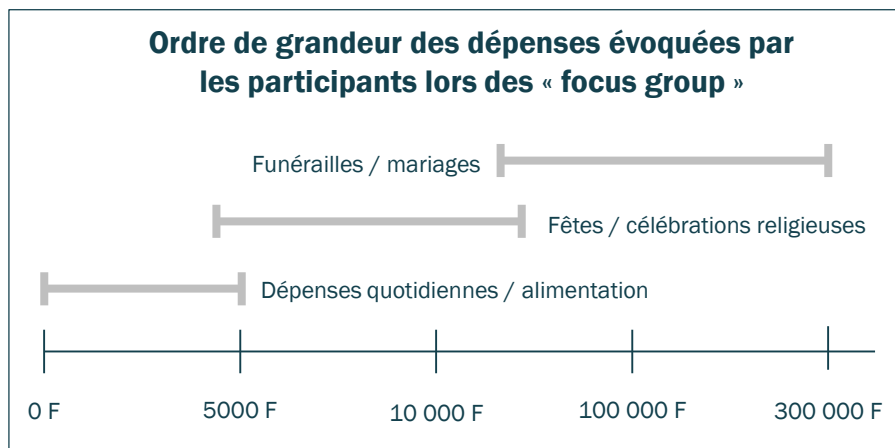
...et sont tirées à la hausse par une prescription « sociale » à laquelle les participants ne semblent pas en mesure de se soustraire

« Si l'on veut se marier si on n'égorge pas un camelin, il faut au moins égorger une vache. Et il faut se donner tous les moyens de le faire. Donc c'est devenu comme une obligation. » **H. Tahoua 6**

« C'est devenu obligatoire. Mais ce n'est pas parce que les gens le désirent. Les gens n'aiment pas ça. C'est parce que c'est une obligation. » **H. Tahoua 6**

« Et même si vous n'avez rien, vous devez vous endetter. » **H. Tahoua 5**

« À l'occasion de la fête de Tabaski, on est obligé de dépenser beaucoup d'argent. On doit confectionner ses propres habits et ceux des enfants. » **F. Tillabéry**



Les femmes jouent un rôle fort mais tacite dans la gestion des dépenses du foyer

Répartition des rôles « visible », donnée à voir en société

Hommes

Question financière primordiale dans le rôle du chef de famille : à la fois une obligation et une prérogative

Gestion des finances est un attribut de l'homme qui en contrepartie subvient aux besoins du ménage

Autorité de l'homme sur gestion des dépenses voire pouvoir « absolu »

Autorité sur les finances



Femmes

Femmes n'assurent pas les revenus du foyer

Femmes réalisent les dépenses prescrites par le mari

Simplement consultées dans la réalisation des dépenses de la famille et la suggestion d'opportunités d'économies

Si la prise en charge et la gestion des dépenses sont revendiquées comme prérogatives du seul mari...

« *Moi chez nous les femmes ne font rien et ne sortent pas. C'est à nous hommes d'aller chercher et leur amener.* » **H. Tillabéry 3**

« *C'est le mari qui peut utiliser cet argent pour acheter de la nourriture à la famille ou satisfaire certains besoins.* » **F. Tillabéry 4**

« *C'est le mari seul qui a ce pouvoir.* » **F. Tillabéry 4**

« *C'est moi qui sais ce qu'il faut payer, ce que je dois encaisser, c'est moi qui sais ce que je dois donner aux femmes, donner aussi aux enfants et c'est qui dépense en cas de besoins.* » **H. Tillabéry 3**

Equilibre réel au sein du foyer

Hommes

Acceptation de la contribution par la femme aux revenus du foyer

Tolérance d'une forme de prise d'initiative des femmes

Reconnaissance de la pertinence des avis/ conseils de la conjointe

Parfois, valorisation par le mari du caractère vertueux d'une forme de contrepouvoir

Prérogatives tacites



Femmes

Souvent les femmes complètent les revenus du foyer

Usage répandu : femmes doivent pouvoir à certaines dépenses (ex. scolarité, vêtements)

Autonomie de fait accordée les dépenses quotidiennes

Tensions sur la gestion des finances et l'allocation des ressources du mari, peuvent conduire au rapport de force

...les participants jouent en réalité un rôle majeur dans la contribution aux revenus du foyer et influencent sensiblement la gestion des dépenses

« *Même moi j'ai un mari qui contribue, mais je contribue autant par mes petits commerces quand il n'envoie pas d'argent.* » **F. Tahoua 2**

« *C'est à la femme d'orienter les dépenses. C'est elle qui a plus connaissance des besoins du ménage.* » **F. Tillabéry 2**






« *Si nous le mettons devant le fait accompli et que nous lui présentons ce que nous avons préparé à la place il va se résigner.* » **F. Tahoua 2**

« *Il va manger ce qu'on lui a mis dans le plat.* » **F. Tahoua 2**





« *La femme, c'est elle qui sait ce qui est mieux. L'homme n'a assuré que la finance. Il a donné l'argent.* » **H. Tahoua 6**

Chez les producteurs agricoles, les transactions financières liées à leur activité génèrent également de nombreuses douleurs


Parcours financier d'une producteur pratiquant la polyculture à Liboré : oignon, mil, niébé et maraîchage

Quasi quotidien	Hebdo. ou +	Mensuel ou +	Plusieurs fois / an	Une fois / an ou -	
 Je donne de l'argent à ma femme pour ses dépenses	 J'achète de l'essence pour ma moto	 J'envoie de l'argent via shap shap	 J'achète de l'engrais pour le Niébé	  Je prends un crédit pour un camelin pour le mariage	 J'achète de l'engrais pour mes oignons
 Je donne de l'argent à mon fils étudiant	 J'achète à crédit auprès d'une boutique	 Je vends une partie de mes oignons à des particuliers	 Je fais réparer des outils auprès d'un forgeron	 Je cotise auprès de la coopérative	 J'achète un petit terrain
 J'achète des beignets	 Je mets de l'argent de côté dans une boîte	 Je paye le taxi collectif pour Niamey	 Je reçois de l'argent de l'étranger via Nita pour les fêtes	 Je vends mes oignons via un comptoir	 J'achète du matériel d'irrigation
 J'achète du crédit téléphonique	 Je vends un peu de ma prod. maraîchère	  Je paye ma facture d'eau à la SEEN	 J'achète des semences d'oignons	 Je vends un surplus de Mil en période de soudure	 Je reçois un crédit de la coopérative

Principales difficultés rencontrées liées aux transactions de paiement :

-  Sécurité des fonds
-  Besoin de financement
-  Longue transaction (longue distance et/ou attente)
-  Besoin de garantie / contrepartie

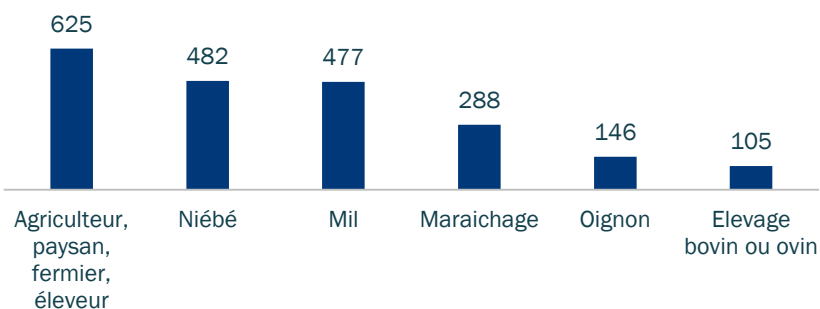
Valeur relative de la transaction :



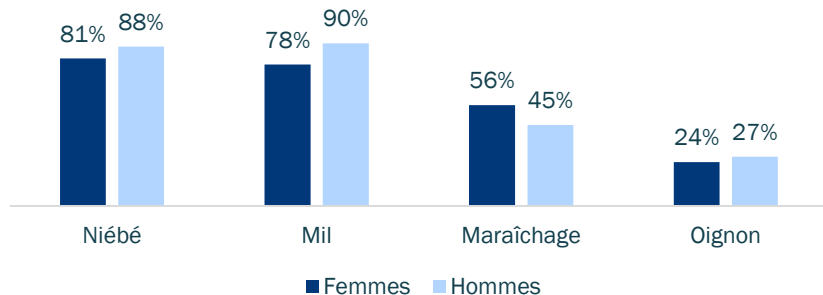
La polyculture est largement répandue, combinant des activités vivrières et de rente

Nous avons interrogé 625 agriculteurs, dont 573 actifs dans l'une des chaînes de valeur ciblée

Représentation des chaînes de valeur dans l'échantillon



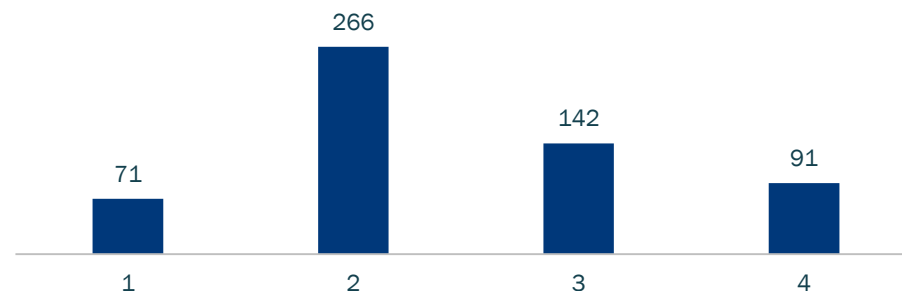
Part des agriculteurs dans les chaînes de valeur, par genre



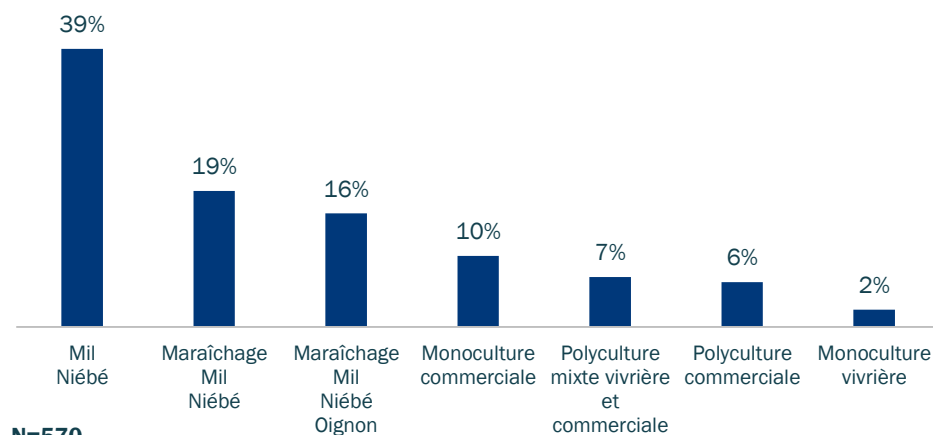
QCM8. Au cours des 12 derniers mois et dans le cadre de votre profession, avez-vous produit, acheté ou vendu de la marchandise en lien avec les activités suivantes ? **N=570** (F=302, H=268)

La polyculture est la norme, et plupart des agriculteurs combinent cultures vivrières et commerciales

Répartition des agriculteurs par nombre de promotions



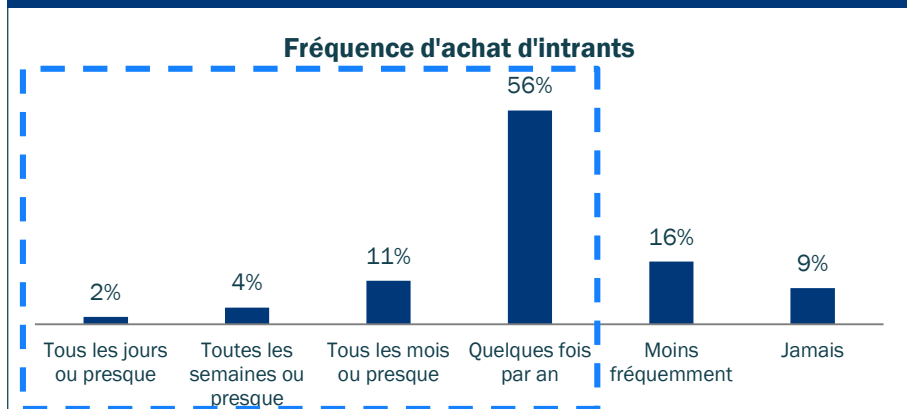
Répartition des agriculteurs par profil d'exploitation



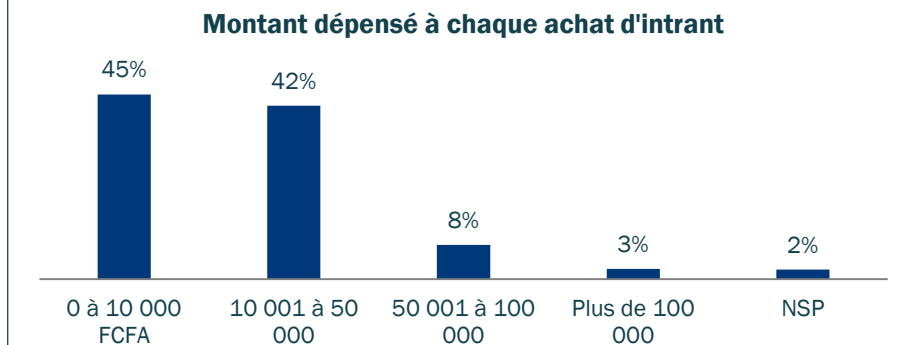
N=570

Les flux financiers des agriculteurs sont sporadiques et de faible montant

L'achat d'intrants est une pratique répandue, au moins quelques fois par an pour la majorité des agriculteurs

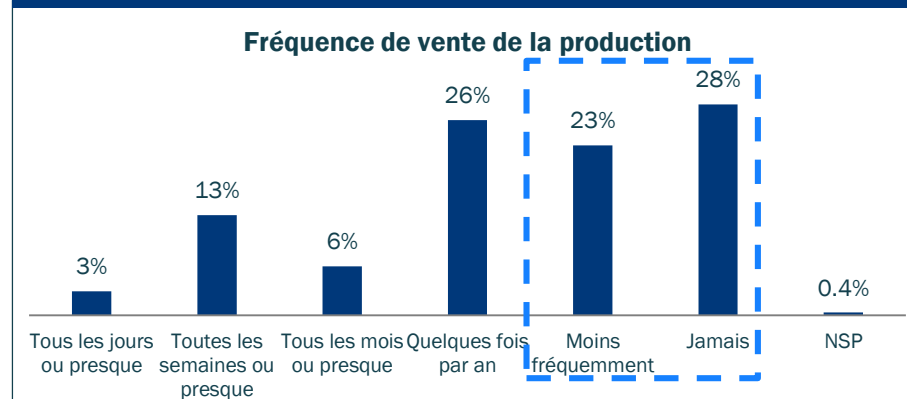


QCU9. A quelle fréquence achetez-vous des intrants (semence, engrais, etc) pour vos activités agricoles ? **N=570** (agriculteurs actifs dans les CVA ciblées)

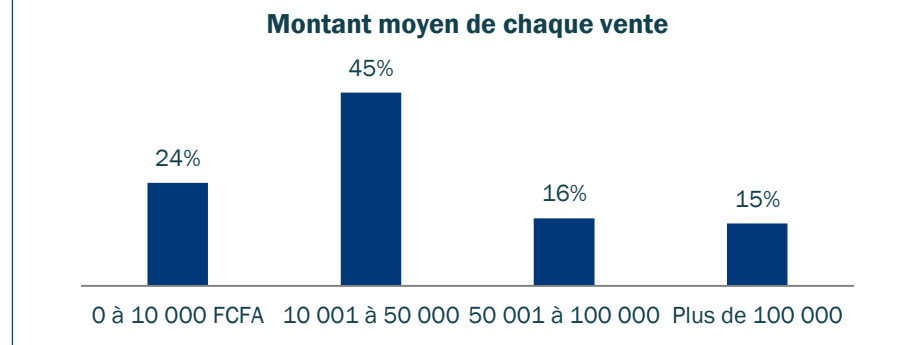


QCU10. A chaque fois que vous achetez des intrants pour vos activités agricoles (semence, engrais, etc), quel montant environ dépensez-vous ? **N=516** (agriculteurs hors ceux déclarant ne jamais acheter)

Une majorité d'agriculteurs ne commercialise pas ou très rarement sa production



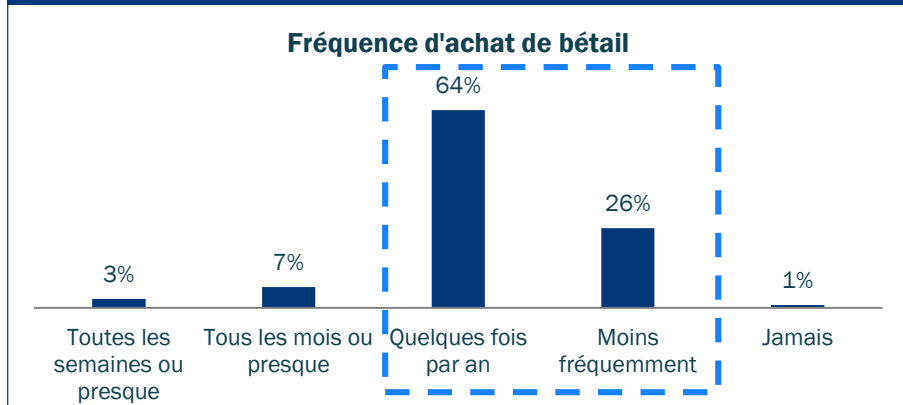
QCU11. A quelle fréquence vendez-vous votre production agricole ? **N=570** (agriculteurs actifs dans les CVA ciblées)



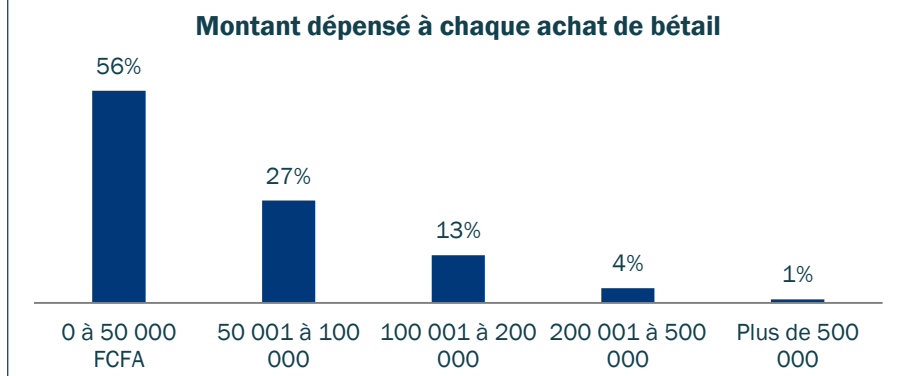
Q12. A chaque fois que vous vendez votre production agricole, pour quel montant environ vendez-vous ? **N=410** (agriculteurs hors ceux déclarant ne jamais vendre)

Il en va de même pour les répondants ayant une activité d'élevage

Les éleveurs achètent du bétail occasionnellement et les montants qui y sont alloués sont relativement limités

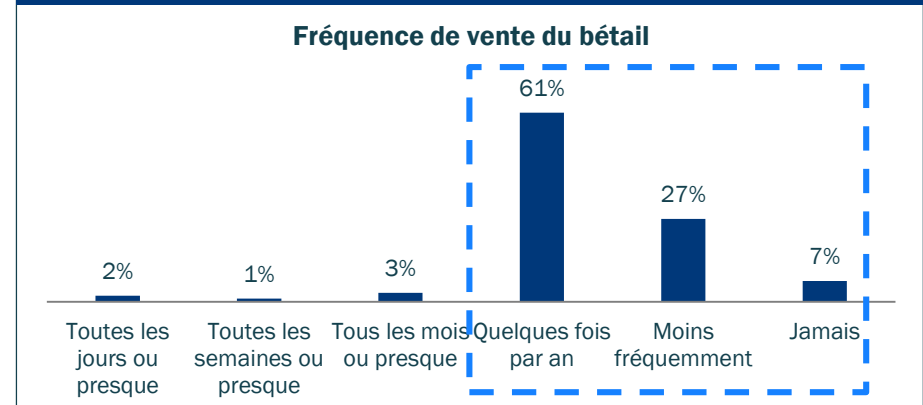


QCU14. A quelle fréquence achetez-vous du bétail ? **N=105**

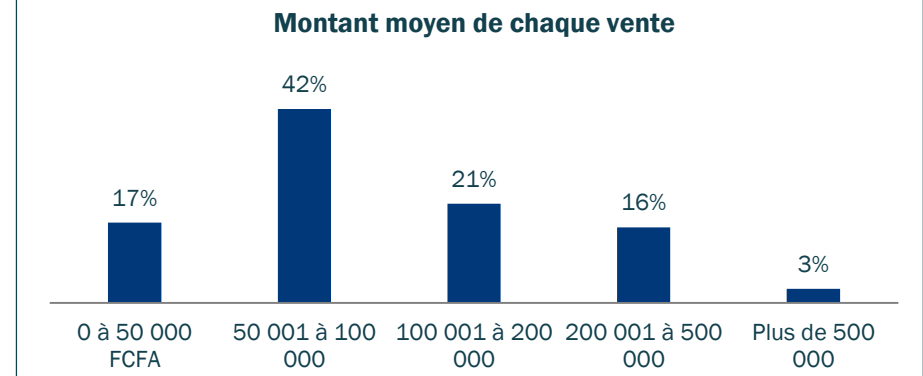


QCU15. A chaque fois que vous achetez du bétail, quel montant environ dépensez-vous ? **N=104** (éleveurs hors ceux déclarant ne jamais acheter)

La majorité des éleveurs vendent rarement leur bétail



QCU16. A quelle fréquence vendez-vous du bétail ? **N=105**

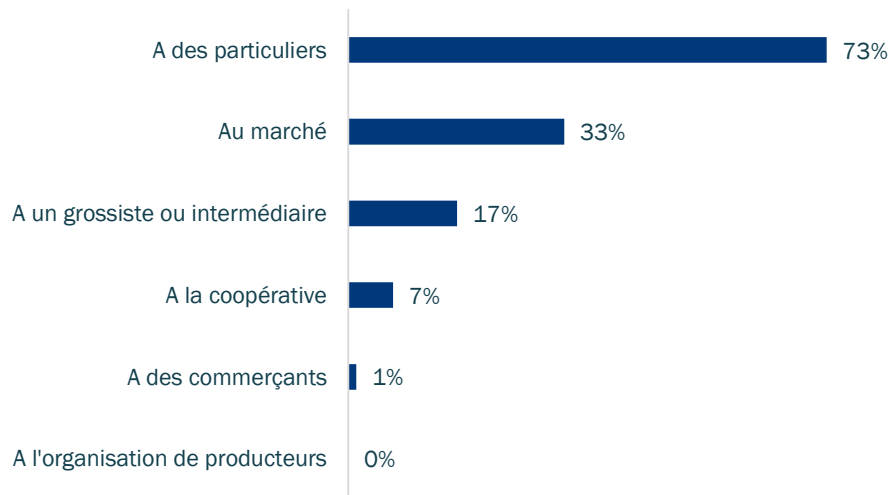


QCU17. A chaque fois que vous vendez du bétail, pour quel montant environ vendez-vous ? **N=98** (éleveurs hors ceux déclarant ne jamais vendre)

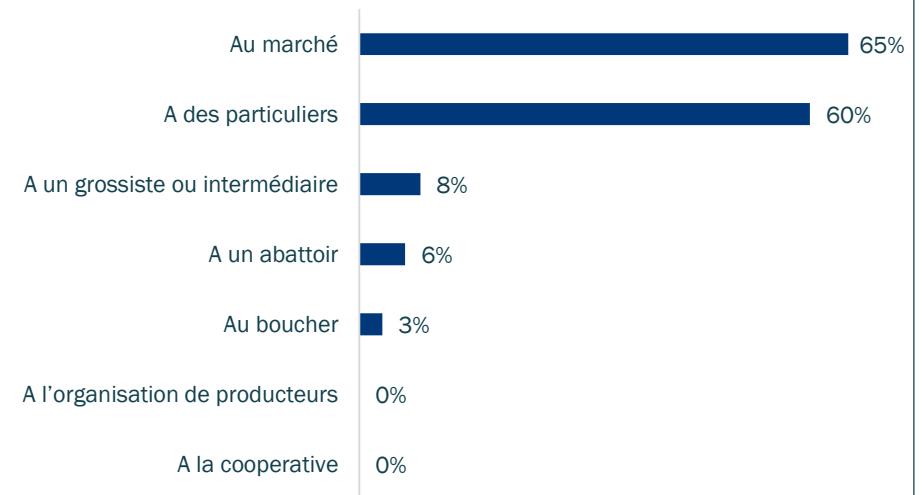
Les transactions à la vente sont opérées essentiellement dans un réseau peu structuré : principalement entre particuliers sur les marchés locaux

Les premiers interlocuteurs des producteurs lors des transactions de vente sont généralement des particuliers ou des acheteurs sur les marchés. Peu d'entre eux sont directement en contact avec des organisations plus structurées, potentiels point d'entrée pour la digitalisation des paiements

Lieu de vente de la production



Lieu de vente du bétail

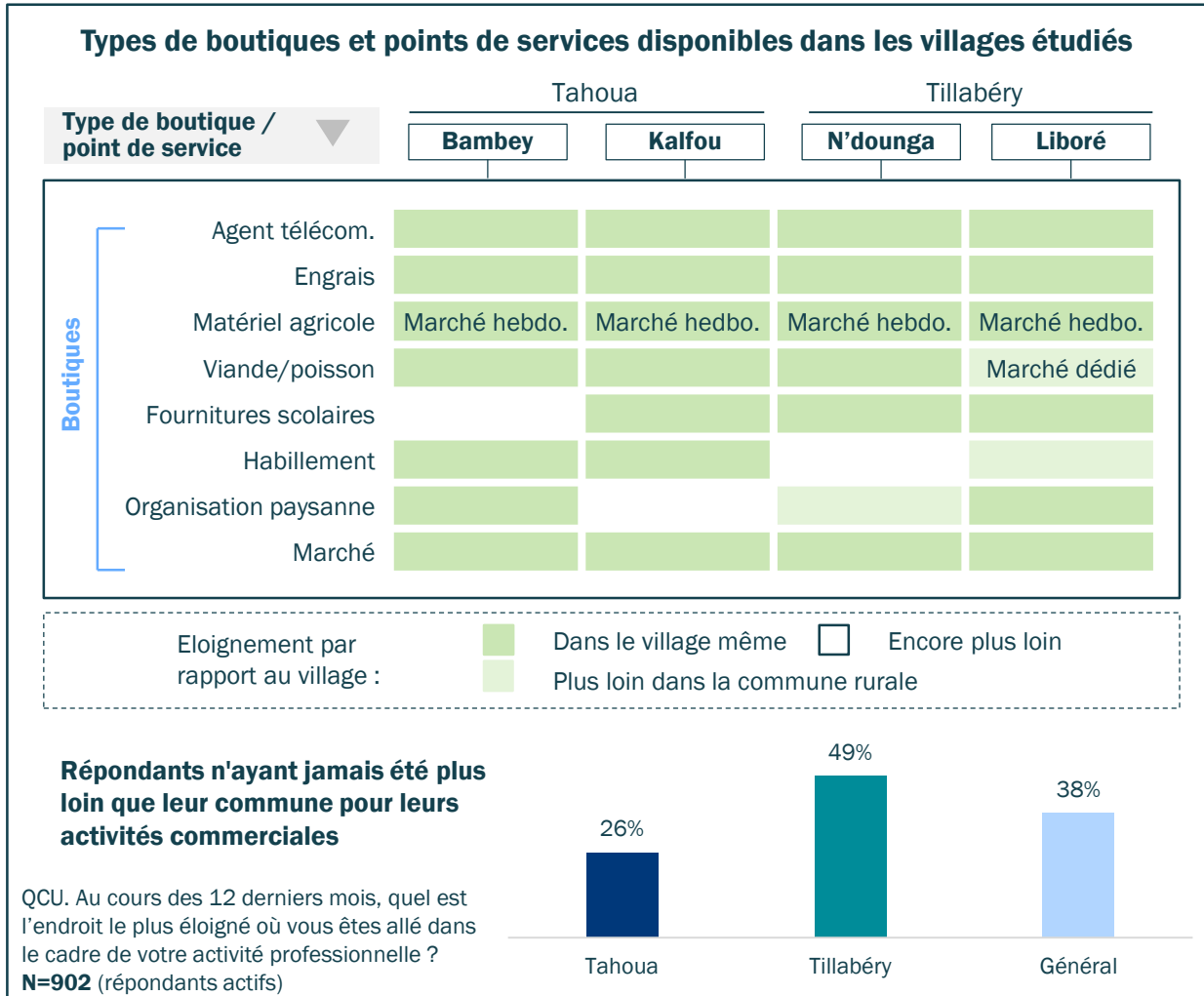


L'enquête quantitative ayant été conduite à l'approche des fêtes de la Tabaski, période de forte activité pour les éleveurs professionnels, l'activité d'élevage mentionnée par les répondants comptés dans cette catégorie est plus vraisemblablement une activité secondaire à des fins plus domestiques et d'autoconsommation que commerciale.

QCM13. Où vendez-vous ou auprès de qui vendez-vous votre production ?
N=410 (agriculteurs hors ceux déclarant ne jamais vendre)

QCM18. Où vendez-vous ou auprès de qui vendez-vous votre bétail ?
N=98 (éleveurs hors ceux déclarant ne jamais vendre)

Plus de la moitié des habitants ne se déplace pas au delà de sa commune rurale car un écosystème riche de commerces est présent dans les villages



Un tissu de petites boutiques et de commerçants dynamique


- Dans les villages et communes rurales étudiées, il existe un écosystème dynamique de boutiques et commerçants qui permet aux habitants de subvenir aisément à leur besoins quotidiens ordinaires
- Une offre importante de services et produits est destinée aux agriculteurs et leur permet de conduire leurs activités
- Les marchés qui se tiennent régulièrement occupent une place importante au sein de l'activité économique des villages et communes. Ils pallient notamment à l'absence de certaines boutiques

La moitié des répondants ne s'est jamais déplacé au-delà de la commune rurale


- Les répondants se déplacent rarement très loin : 46% des répondants ne sont jamais allé plus loin que la commune rurale dont ils font partie dans le cadre de leurs activités commerciales

Mil & Niébé – Des flux financiers relativement simples mais exposés à des risques de marché, notamment la fluctuation des prix


Mil et niébé sont cultivés en association sur les parcelles et partagent des caractéristiques amont

 **Semences**
Usage Faible

Autoproduction / conservation de semences d'une année sur l'autre


 **Engrais**
Usage Moyen


Utilisation d'engrais occasionnelle et généralement liée à l'association au niébé, culture de rente pour laquelle l'obtention d'engrais est plus facile

 **Matériel**
Usage Faible

Culture principalement pluviale


Culture vivrière, le mil donne peu lieu à des flux commerciaux aval

 La majorité de la production de mil est destinée à l'autoconsommation.


 Quelques producteurs ayant accès aux bonnes semences produisent pour le stockage et la revente

En période de soudure, certains producteurs sont contraints de vendre une partie de leur réserve et d'en racheter au début de la saison


Culture de rente, le niébé est peu consommé dans les régions de production et donne lieux à des flux commerciaux campagne > ville via des marchands

 **Commerce**
Important


L'essentiel de la production est vendu sur site à des marchands qui acheminent la production vers les villes

 **Utilisateur final**
Important

Achat par les utilisateurs finaux domestiques ou professionnels (commerces de bouche)

 **Export**
Faible

10% de la production vendue via les comptoirs pour l'export

 **Transformation**
Faible

Quelques activités un peu plus structurées pour la production de farines améliorées ou de couscous

Les quantités importantes mises en vente au moment des récoltes occasionnent une chute des prix alors que ceux-ci remontent plus tard dans la saison.

Oignon – Une chaîne de valeur organisée et qui bénéficie d'un accès au financement

Un recours plus intensif aux intrants et investissements, facilité par le caractère commercial de la chaîne de valeur



Environ 80% de semences sont autoproduites. Environ 20% des semences sont améliorées pour la culture pluviale et importées

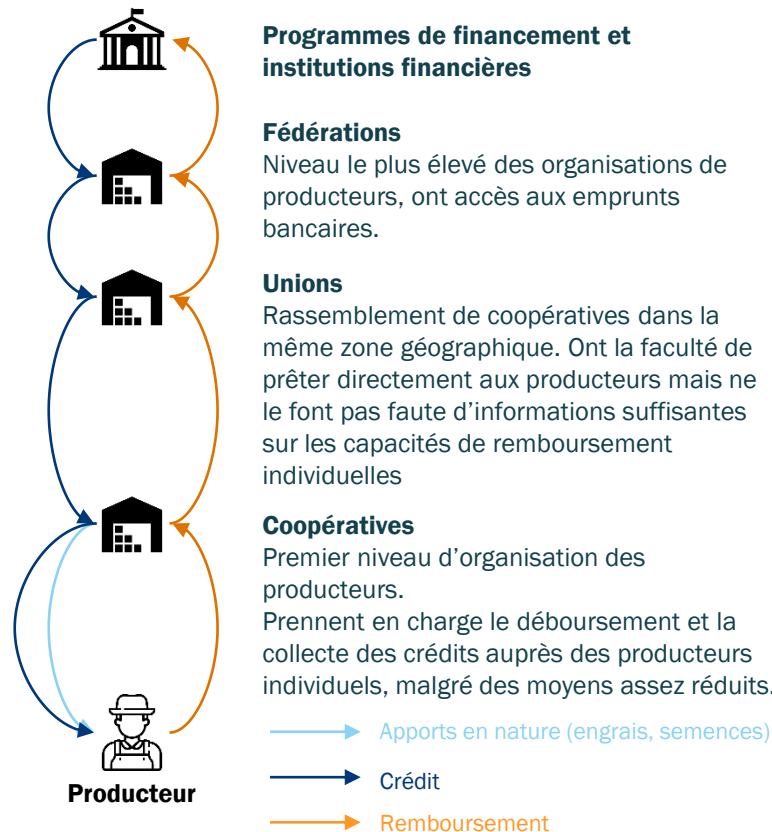


Engrais et fertilisants achetés sous forme de crédit de campagne ou au détail auprès des marchands



Besoin d'investissement principalement pour l'irrigation (pompes, tuyaux, essence)

L'accès au crédit existe grâce aux organisations de producteurs, mais le nombre d'échelons interroge sur l'efficacité des dispositifs de financement



Aucun des acteurs n'a pour l'heure à la fois accès au financement, la capacité opérationnelle de prêter aux producteurs, et un accès à suffisamment d'information sur les capacités de remboursement individuelles pour être efficace dans la délivrance de crédit.

	Fédé.	Unions	Coop.
Accès au financement	Oui	Non	Non
Capacité à prêter aux producteurs	Non	Oui	Oui
Accès à l'information sur les producteurs	Non	Non	Oui

Oignon – Une commercialisation centralisée et tournée vers l’export qui offre un point d’entrée à la digitalisation

A l’aval, les ventes sont centralisées et organisées car majoritairement tournées vers l’export



Export Fort

70% de la production vendue via les comptoirs pour l’export



Export informel Faible

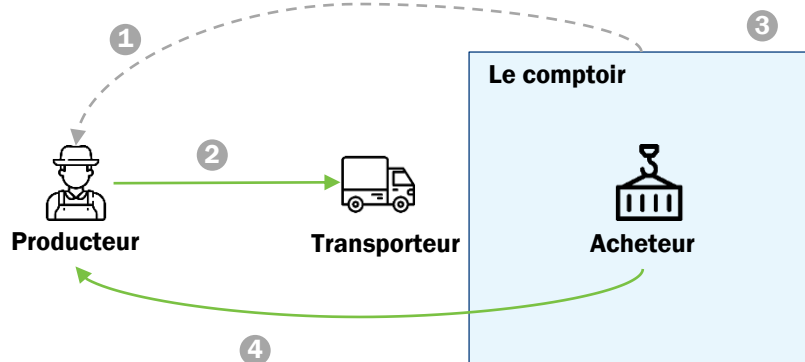
20% de commerce de gros ou export informel ne passant pas par les comptoirs



Vente directe Faible

10% de revente directe pour consommation locale

La commercialisation est très organisée mais les paiements



① Le comptoir annonce les opportunités de vente à ses membres

③ Le comptoir supervise le contrôle qualité, fixe le prix de vente et collecte les taxes

② Le producteur prend en charge le transport jusqu’au comptoir

④ L’acheteur paye le producteur

→ Paiement cash

La digitalisation des flux au niveau des comptoirs pourrait notamment permettre de répondre au problème d’information sur la capacité financière des producteurs identifié dans la phase de financement.

Etude de la demande

3. Usages et besoins des services financiers

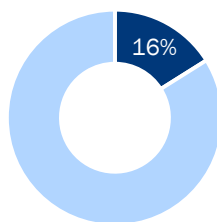
Le taux de possession de comptes auprès d'institutions financières est faible. Les femmes se tournent vers les IMF et les hommes vers les banques

16% des adultes détiennent un compte auprès d'une institution financière

Possession de comptes auprès d'institutions financières

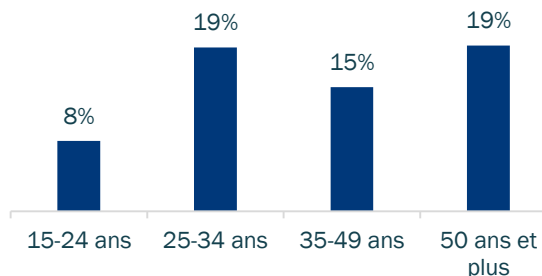
QCM22. Un compte peut être utilisé pour déposer de l'argent, épargner, faire ou recevoir des paiements, transferts et salaires. Avez-vous un compte dans l'une des institutions suivantes, que ce soit seul ou bien partagé avec un proche (conjoint, parent) ?

N=1026

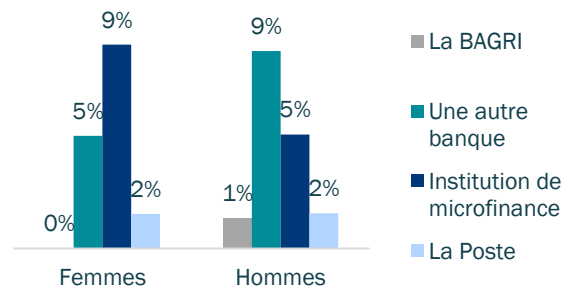


■ oui ■ non

Possession de comptes auprès d'une institution financière par âge

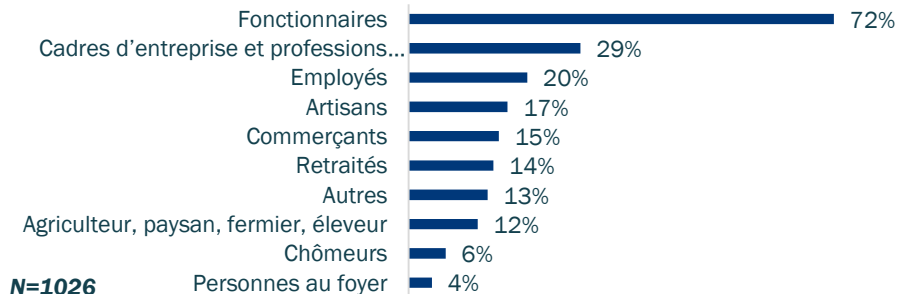


Possession de comptes par type d'institution et par genre



Les fonctionnaires et cadres sont plus bancarisés

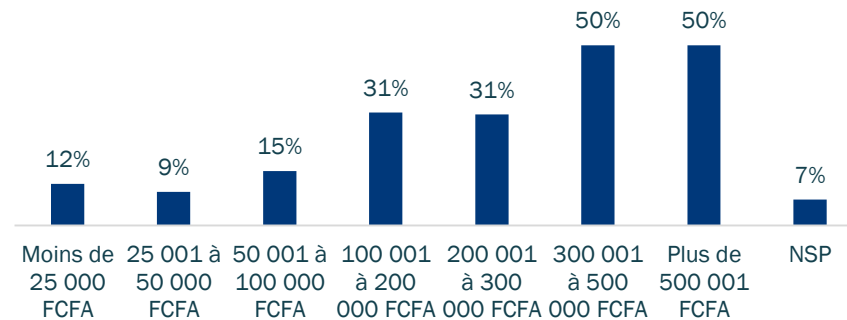
Possession de comptes par catégorie socio-professionnelle



N=1026

Les foyers à plus haut niveau de revenu ont un meilleur accès au compte

Possession de comptes par niveau de revenus du foyer

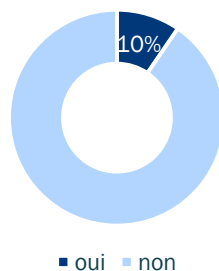


Le taux d'emprunt formel est également très faible mais présente des caractéristiques différentes par genre et par âge

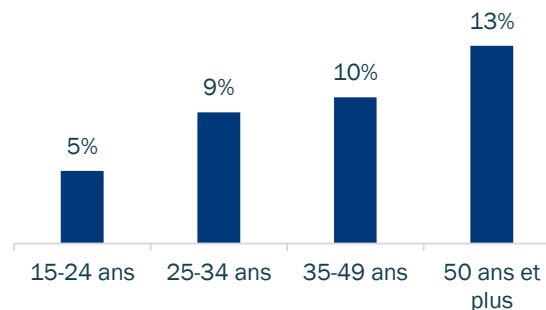
Les femmes (11,4%) ont plus accès au crédit formel que les hommes (7,4%) et quasi exclusivement auprès des IMF

Recours à l'emprunt auprès d'institutions financières

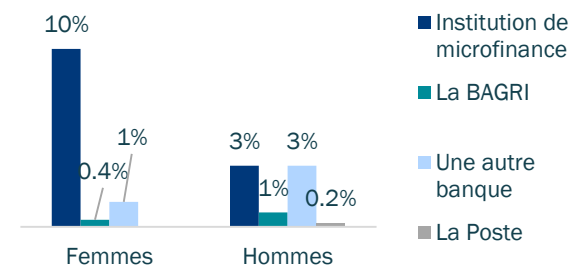
QCM24. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous emprunté de l'argent (pris un crédit) auprès de l'une des institutions suivantes, que ce soit seul ou bien avec un proche (conjoint, parent)?
N=1026



Recours à l'emprunt auprès d'institutions financières, par d'âge



Recours à l'emprunt par type d'institution financière et par genre



Les écarts dans l'accès au crédit formel par CSP sont modérés

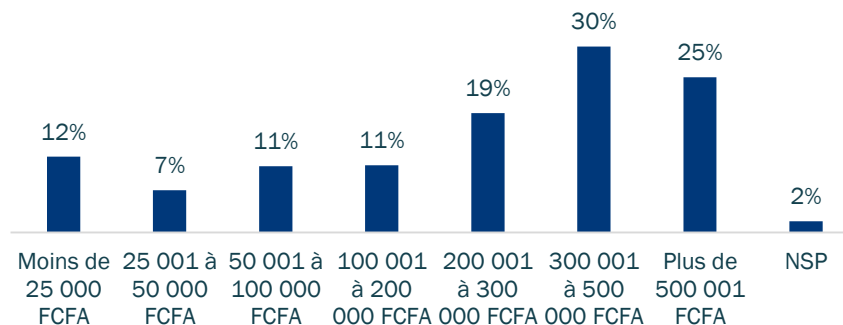
Recours à l'emprunt par catégorie socio-professionnelle



N=1026

Les foyers à niveau de revenu les plus représentés dans l'échantillon ont le plus faible accès au crédit formel

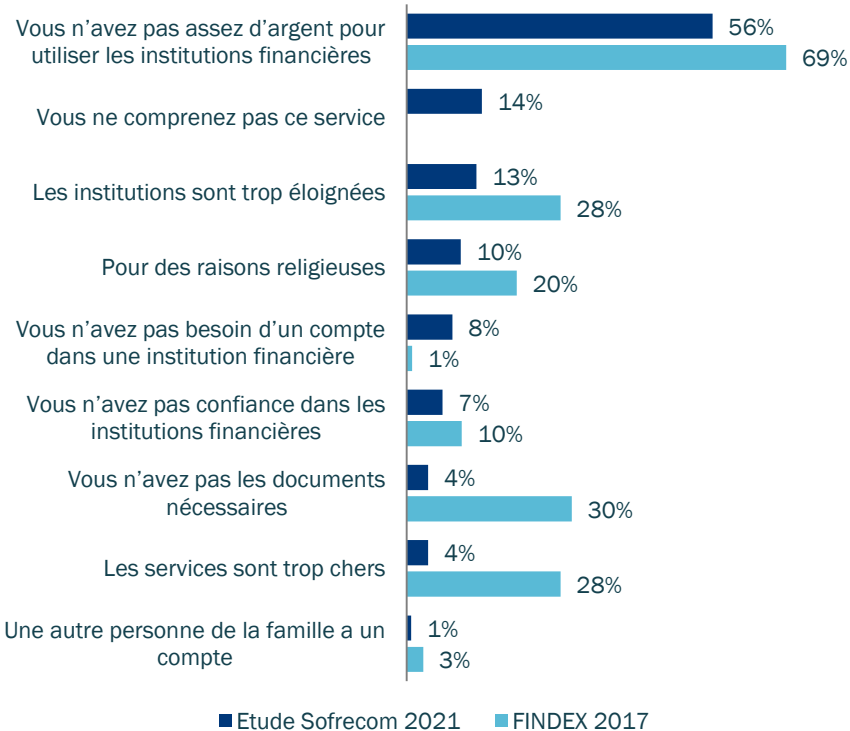
Recours à l'emprunt par niveau de revenus du foyer



Les répondants estiment avoir un niveau de ressources trop faible pour accéder aux services des institutions financières

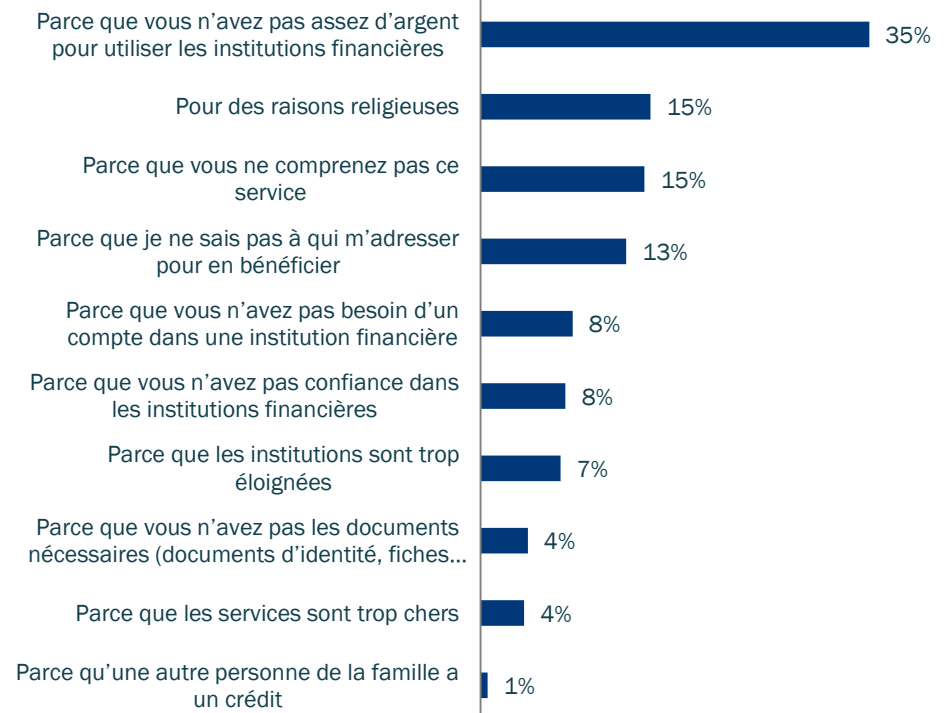
Le manque d'argent peut traduire à la fois le sentiment des répondants que les institutions financières ne sont pas destinées aux gens de leur catégorie socio-économique, et une inquiétude envers le prix des services

Raisons de non possession de compte au sein d'une IF



QCM23. Pouvez-vous me dire pourquoi vous n'avez pas de compte auprès d'une banque ou d'une IF parmi les raisons suivantes ? **N=843**

Raisons de ne pas avoir recours au crédit auprès d'une institution financière formelle



QCM25. Pouvez-vous me dire pourquoi vous n'avez pas pris de crédit auprès d'une banque ou d'une IF parmi les raisons suivantes ? **N=925**

Les répondants doutent des bénéfices de la possession d'un compte en dehors de l'accès aux programmes d'accompagnement ou au crédit

Les nigériens se désintéressent des comptes dans lesquels ils voient peu d'intérêt au regard de leurs revenus et des contraintes d'ouverture

« Réellement, cela ne nous est pas venu à l'esprit. » **F. Tahoua 2**

« Puis j'ai vu aussi que les frais de tenue du compte sont trop lourds pour moi selon. » **H. Tahoua 1**

« Mais vous savez le problème du compte pour nous, ici il n'y a pas de banque à côté de nous. Il faut se déplacer jusqu'à Tahoua et puis la somme exigée pour l'ouverture du compte est au-dessus de nos moyens. Il y a des banques qui demandent 50 000 F pour ouvrir un compte. Il y en a qui demandent 25 000 aussi. » **H. Tahoua 3**

« Quand les efforts de la personne ne dépassent guère l'alimentation de la famille et quelques petits besoins vitaux de la famille, on n'a pas la possibilité d'ouvrir un quelconque compte. » **H. Tahoua 5**

« Alors mes recettes ne sont pas aussi grandes au point de me permettre de nourrir ma famille et faire des épargnes. » **H. Tahoua 5**

« Pour aller déposer notre épargne dans les banques certaines refusent qu'on le fasse voilà tout le problème. » **F. Tahoua 4**

Les rares détenteurs d'un compte y voient un moyen de bénéficier d'un programme de soutien ou d'accéder in fine à un prêt

« C'est parce que dans le jardinage que nous faisons, il y a un programme dont nous faisons partie. Ils nous ont demandés les manières dont nous travaillons. [...] après ils sont revenus nous dire leur méthode de travail [...] pour laquelle nous devons avoir des comptes bancaires. » **H. Tahoua 5**

« On avait un compte Sonibank. après l'ouverture de la banque BAGRI, on a ouvert un compte également là-bas. On a passé un moment en train de déposer de l'argent là-bas. On a atteint à peu près 1 million 950 mille comme somme déposée un moment. On a ensuite rencontré de difficultés et on a souhaité que la banque nous fasse un prêt. Chose à laquelle on ne s'était pas entendu. » **F. Tillabéri 2**

« Nous avons bénéficié d'une formation sur le jardinage avec PPR. Mais pour être soutenu, il fallait disposer d'un compte. » **H. Tahoua 3**

« Nous avons choisis la BAGRI parce que les gens de la BAGRI étaient présents pendant que nous étions en formation. [...] Si nous avons des difficultés, nous pouvons les leur exprimer afin qu'ils nous soutiennent. Les prêts qu'ils peuvent nous accorder nous permettent de poursuivre nos activités. » **H. Tahoua 3**

La méconnaissance des procédures et les contraintes fortes de garanties sont des obstacles dans l'accès au crédit

Les nigériens peu au fait des moyen d'accès à un prêt auprès d'une banque ou d'une IMF ...

« Mais même si on fait le dossier, il faut qu'on sache là où le déposer. »
F. Tahoua 4

« Depuis tout ce temps, nous, on ne savait pas comment procéder. » **F. Tahoua 4**

« Vous qui en savez comment procéder, c'est à vous de nous guider. »
F. Tahoua 4

« Nous, nous ne prenons pas de prêt. Juste que nous ignorons comment l'obtenir. » **F. Tahoua 7**

« Vous savez, il y a des gens qui, même s'ils le veulent, ils ne connaissent pas les voies par lesquelles ils peuvent accéder à ces prêts. » **H. Tahoua 3**

« C'est parce que nous ne connaissons pas les procédures. »
H. Tahoua 3

« En tout cas pour ce qui est du dossier, en toute sincérité, on ne l'a jamais fait. » **F. Tahoua 4**

« C'est à vous de nous dire comment faire. » **F. Tahoua 4**

... et son confrontés aux fortes contraintes de garantie du système formel

« Vous savez les questions des prêts sont compliquées. Quand vous voulez quelque chose, on vous demande une garantie. Par exemple si la personne veut avoir 100 000 F, on lui demande d'amener 10 000 F. Or, il y a des gens qui n'ont pas cette somme. » **H. Tahoua 3**

« J'ai pris le crédit auprès d'un frère parce que la procédure du crédit bancaire est trop longue. Alors pour être rapide j'ai pris le crédit avec lui. » **H. Tillabéry 6**

« Nous voulons des prêts, mais aussi nous ne voulons pas trop d'exigences. Nous ne voulons pas des dérangements. » **H. Tahoua 3**

dont ils craignent de façon démesurée les conséquences en cas d'impossibilité d'honorer un remboursement

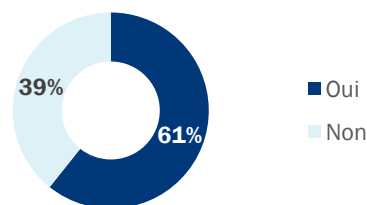
« Il y a d'autres personnes qui ont peur de la dette. » **H. Tahoua 3**

« [...] les gens de CRA et de la BAGRI sont venus nous sensibiliser sur le fait que si nous ne remboursions pas nos dettes, nous nous verrons privés de nos champs le lendemain. Ils nous ont fait comprendre que ce n'est pas du tout ça. » **H. Tahoua 3**

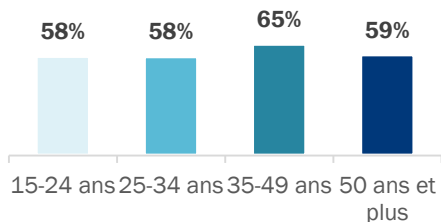
Le besoin de crédit se manifeste par un fort recours au prêt informel en vue d'initier une activité commerciale ou de faire face aux imprévus

Indépendamment du genre ou de l'âge les populations interrogées font un usage substantiel du crédit informel

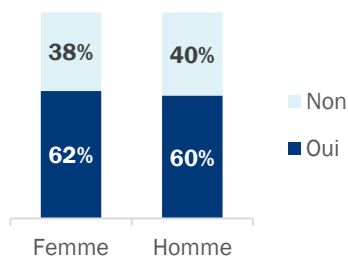
Part des répondants ayant recours au crédit informel



Répondants ayant recours au crédit informel, par âge



Recours au crédit informel par genre



QCM26. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous seul ou conjointement emprunté de l'argent (pris un crédit) par l'un des moyens suivants ? **N=1026**

Les prêts permettent de répondre à des dépenses imprévues

« Tout récemment j'ai marié une de mes filles. Mon argent ne suffisait pas alors je suis allé chez le boutiquier et il m'a donné le reste des choses dont j'ai besoin à crédit. » **F. Tahoua 2**

« [...] souvent ça vient dans une situation d'urgence, donc on peut prendre des produits à crédit auprès du boutiquier chez qui on a l'habitude de faire des achats, ou bien emprunter de l'argent auprès de quelqu'un qu'on connaît. Et si tu trouves la possibilité tu rembourses. » **F. Tillabéry 7**

Ou de financer des activités génératrices de revenus

« Moi je suis tout le temps dans la dette. Parce que quand on fait le commerce on est obligé de prendre du crédit. » **F. Tillabéry 7**

« Moi c'est du mil que j'achète. Avec le peu de mil que je trouve je prépare ma bouillie et je la vends. Et quand il m'arrive de dépenser tout mon argent, je prends du crédit pour acheter du mil encore. » **F. Tillabéry 7**

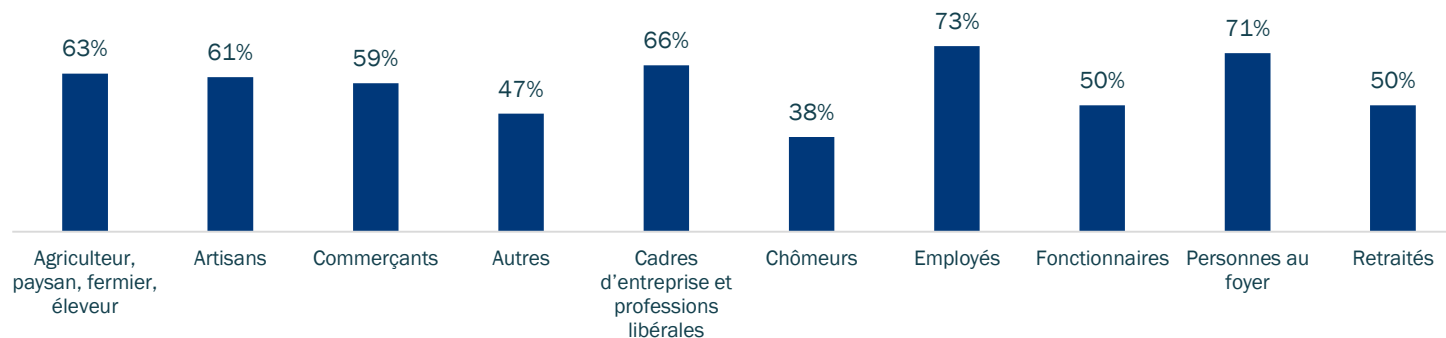
« Moi je produis le PURE WATER. Le plus souvent quand il y a mévente je dois prendre les sachets à crédit. » **H. Tillabéry 6**

« Dès que tu fais du commerce, tu es obligé de prendre un prêt. » **F. Tillabéry 2**

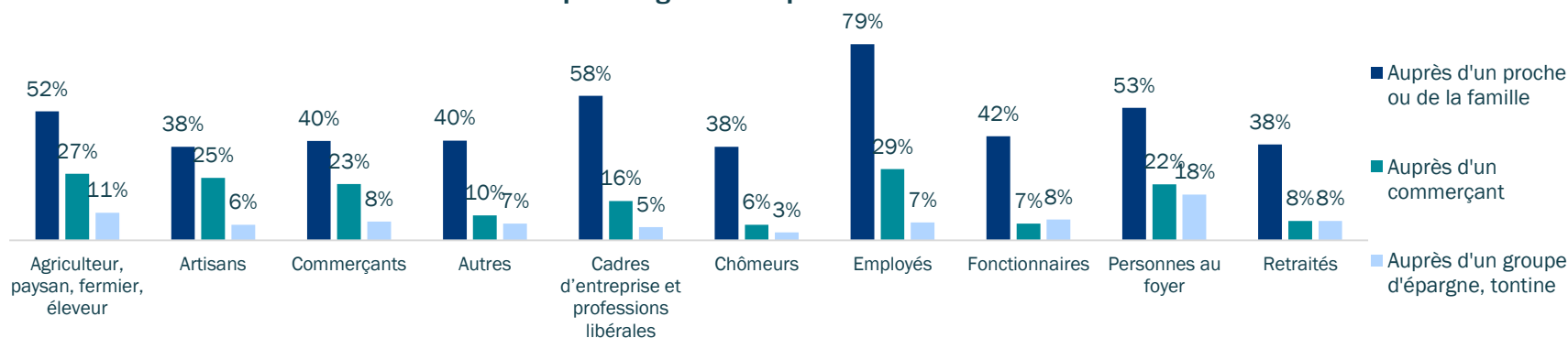
Le crédit informel est très répandu dans toutes les catégories socio-professionnelles

Le recours au crédit informel est moins développé chez les inactifs et les fonctionnaires

Recours au crédit informel par catégorie socio-professionnelle



Sources de crédit informel par catégorie socio-professionnelle

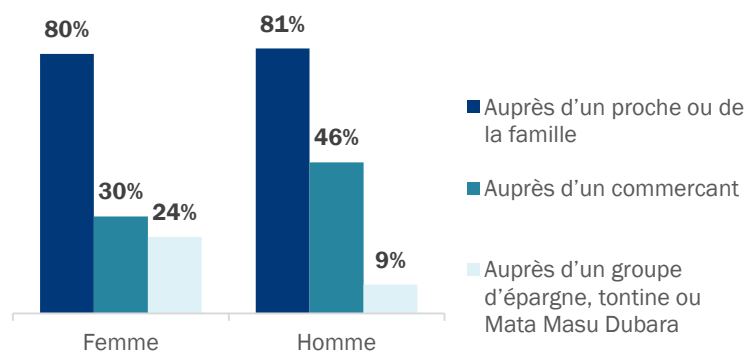


QCM26. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous seul ou conjointement emprunté de l'argent (pris un crédit) par l'un des moyens suivants ? N=1026

Les systèmes informels basés sur la « confiance », tel que l'achat à crédit auprès des boutiquiers, sont très répandus

Les répondants empruntent massivement auprès de leurs proches, indépendamment de leur genre

Type de crédit informel sollicité par genre



- Les proches et la famille constituent la principale source d'emprunt
- Les achats à crédit ou les prêts contractés auprès de commerçants arrivent en deuxième position et semblent plus accessibles aux hommes
- Un quart des femmes a contracté un prêt par le biais d'un groupement ou d'une tontine, soit 3 fois plus que les hommes

Les nigériens prennent des prêts par le biais de circuits informels sans garantie, basés uniquement sur la confiance

« Non nous payons comptant. Mais si tu n'as pas d'argent et que tu es quelqu'un de fiable tu peux les prendre à crédit. » **H. Tahoua 3**

« Il y a aussi la confiance, certains ne donnent aucun franc mais ils prennent les marchandises puis ils remboursent. » **H. Tillabéry 3**

« Pour avoir de l'engrais je me débrouille dans le village, ou bien je trouve un crédit auprès de quelqu'un du village. » **H. Tillabéry 6**

« Les prêts se passent seulement entre les populations. Certaines personnes remboursent le crédit et d'autres ne remboursent pas. » **H. Tillabéry 6**

Les achats à crédit sont monnaie courante auprès des boutiquiers et grossistes

« Nous partons chez le boutiquier prendre du crédit. » **H. Tillabéry 1**

« Moi-même je contracte des dettes avec un vendeur de pièces détachées. » **H. Tahoua 6**

« Waley le prêt est une réalité. Par exemple, quand tu pars prendre des articles, si tu n'as pas le montant exact, tu peux dire au commerçant de te les vendre à crédit jusqu'à ce que tu revendes ce que tu as pour le rembourser. Ça, nous le faisons. » **F. Tillabéry 2**

Convaincus que le cash est peu propice à l'épargne et à l'investissement, les répondants s'en remettent à des mécanismes informels

L'argent détenu en liquide est considéré comme « volatil » et peu adapté dans une perspective d'épargne

« Quand on n'a pas assez d'argent on ne peut rien épargner. Mais nous avons quand même une astuce. C'est la tontine et le groupe d'épargne. Là on peut épargner [...]. Mais si l'on se permet de garder de l'argent dans sa chambre, on va tout dépenser. » **F. Tillabéry 7**

« Vraiment c'est très difficile de garder de l'argent liquide. Sauf si l'on achète du bétail ou une autre marchandise que l'on pourrait vendre plus tard et faire ses besoins. Sinon l'argent liquide ne peut pas être gardé car quand vous avez l'argent dans la poche vous achetez tout ce que vous voyez qui vous plaît. » **H. Tillabéry 6**

« Mais si je garde de l'argent liquide, tout de suite quelqu'un va me demander de lui prêter 10 000 F. » **H. Tillabéry 6**

« C'est vrai, il est difficile de garder de l'argent. Moi personnellement je ne peux pas garder de l'argent comme ça. [...] pour gérer de l'argent on doit être vigilant parce que c'est très difficile de garder de l'argent. Je n'ai pas l'habitude de garder de l'argent. » **H. Tillabéry 6**

« A cause des voleurs, des insectes et de l'humidité. » **F. Tahoua 2***

(* Réponse à la question « pourquoi ne gardez vous pas votre épargne à la maison ? »

Une panoplie de mécanismes d'épargne aux conditions et objectifs variés existent pour répondre aux besoin d'épargne et d'investissement

« Nous faisons du Zouba qui se prend sur place et Adache dont le versement se fait continuellement. » **F. Tahoua 4**

« Nous avons commencé Assus il y a 5 mois. Quand ça fera 1 an, on va l'ouvrir pour faire le décompte et après remettre la somme dans la caisse pour continuer à faire les versements. Alors que Adaché, on fait le versement périodique et on le remet de temps à autre à un membre qui en a besoin. » **F. Tahoua 7**

Principales fonctions remplies par les groupements

Epargne	« Les femmes se réunissent chaque semaine pour faire des versements. Chacune est libre de verser ce qu'elle peut en fonction de ses capacités. » F. Tillabéry 7
Prêt	« De plus, l'on peut avoir à partir d'elle un fonds pour démarrer une activité. » H. Tahoua 3
Fonds d'urgence	« Elle permet d'assister chaque membre confronté à un problème en lui donnant la somme collectée pour qu'il puisse résoudre ce problème. » F. Tahoua 7
Investissement	« Il y a aussi le groupement des femmes qui cotisent de l'argent pour acheter des ustensiles qu'elles mettent en location. » H. Tillabéry 6

Le fonctionnement des groupements est aussi vecteur de tensions dans la gestion des retards ou des défauts de paiement

Les groupements et tontines peuvent générer d'importantes difficultés auprès des participants

Les conflits aigus générés par certaines dérives ébranlent la confiance des participants dans le système

Intensité de la douleur

Difficultés recensées par les participants à des groupements d'épargne ou tontines	
+	Défaut de paiement « Chaque jour nous collectons de l'argent pour remettre à quelqu'un d'entre nous. Mais à chaque fois qu'on lui demande de donner de l'argent il dit qu'il n'a rien. » H. Tillabéry 6
	Retard de paiement « Quand le moment du versement arrive, ce monsieur déjà servi prend du temps avant de faire le versement jusqu'à ce qu'un autre versement arrive. » H. Tahoua 5
	Coût du ticket d'entrée « Sinon je n'ai pas commencé à faire la tontine parce que il faut que l'on ait assez d'argent. [...] Tant qu'on n'a pas un revenu régulier qui permet de pouvoir verser de l'argent chaque jour, on ne peut pas faire la tontine. » H. Tillabéry 6
-	Lente perception des fonds « Parfois on ne te donne pas ton argent au moment où tu en as besoin. Généralement on te le donne après que tu en aies eu besoin. » H. Tillabéry 6

« En fait la tontine est une affaire problématique. » **H. Tahoua 5**

« L'idéal était de s'entraider. Mais quand vous versez votre argent aux gens, ils n'ont pas cette capacité de vous aider en retour. Donc pour cette raison je m'étais dit autant arrêter de suivre le système. » **H. Tahoua 5**

« Moi aussi j'ai fait la tontine. Mais avant que ça se termine il a fallu que nous nous disputions. » **H. Tillabéry 6**

« Il y a des gens que je connais qui sont en prison à cause de l'argent des tontines. Ils ont bouffé l'argent des gens, puis ils sont emprisonnés à cause de ça. » **H. Tahoua 6**

« Parce que je vois certaines personnes s'escroquent à travers ça. Voilà pourquoi la tontine ne m'a jamais plu. » **H. Tillabéry 1**

Certains répondants sont familiarisés avec le principe d'assurance mais sont frileux concernant son usage

Seule une partie des participants connaît et comprend les bénéfices de l'assurance...

« Je ne sais pas moi s'il y a ce genre d'assurance. » **H. Tahoua 1**

« Celles que nous connaissons sont les assurances pour les voitures et motos. » **H. Tahoua 1**

« C'est maintenant que nous venions d'apprendre que même l'oignon et d'autres choses peuvent être assurés. Moi j'ai seulement connaissance de l'assurance pour les troupeaux. » **H. Tahoua 3**

« Si vous avez une moto et que vous partez en ville vous êtes obligé de prendre votre assurance parce que ça peut vous dédommager en cas d'accident. » **H. Tillabéry 5**

...mais juge les procédures de remboursement laborieuses et son coût élevé

« Les raisons qui nous dissuadent sont d'ordre économique. Toi qui cherches 100 000 F ou 200 000 F pour faire un commerce comment tu vas prendre une assurance ? » **H. Tahoua 1**

« Ensuite ce n'est pas tout le monde qui a les moyens d'utiliser l'assurance. » **H. Tillabéry 5**

« Et parfois pour avoir le remboursement de l'assurance c'est un problème. Parce que j'ai vu quelqu'un dont l'enfant a été percuté et tué par un véhicule. Il a énormément dépensé d'argent avant d'avoir le remboursement. Et puis il ne peut même pas avoir l'argent qu'il a dépensé. » **H. Tillabéry 5**

Dans un contexte rural plus souple (« le trop de rigueur c'est en ville ») où les gens « s'entendent entre eux », la confiance dans la communauté et sa capacité à résoudre les conflits se substituent à l'assurance

« Vraiment nous n'avons pas besoin de l'assurance. » **H. Tillabéry 5**

« En tout cas l'assurance n'a pas assez de portée au village parce que quoi qu'il arrive les gens s'entendent entre eux. Même si vous terrassez une personne, les gens gèrent les choses à l'amiable. » **H. Tahoua 5**

« Si bien même l'on s'emporte, s'il voit un visage qui lui est familier, il se réserve les choses. Tout le monde connaît chacun. Le trop de rigueur c'est en ville et c'est pourquoi les gens ne se donnent la peine de s'assurer. Mais le plus souvent les gens du village ne la font pas. » **H. Tahoua 6**

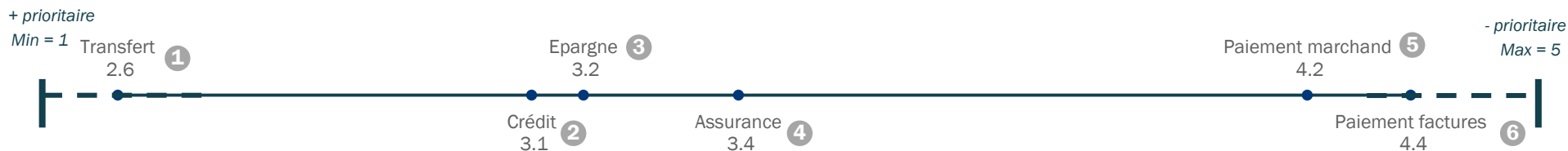
Etude de la demande

4. Usage du transfert d'argent

Le transfert domine l'expression des besoins, le paiement suscite moins d'intérêt

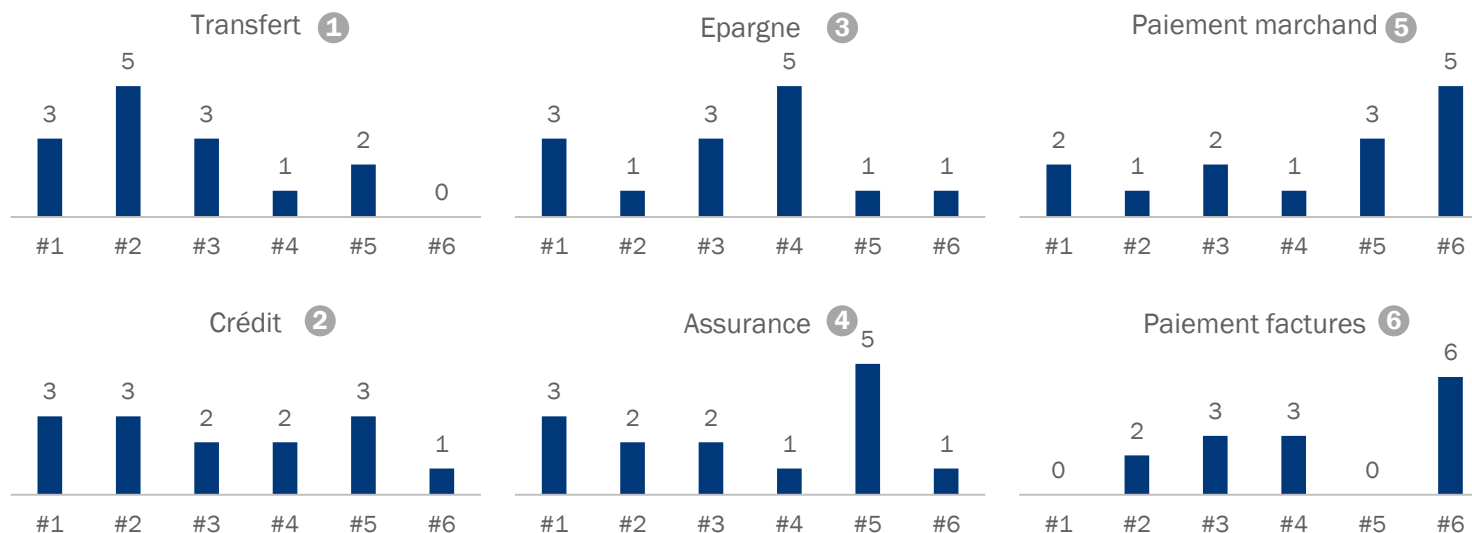
Ordre de préférence des services financiers

Score de priorité moyen donné par les participants aux « focus groups »



Score de priorité de chaque service financier par groupe de participants

8 groupes ont positionné le service transfert en premier ou deuxième place dans l'ordre des services les plus importants pour eux



Le crédit et l'épargne devancent légèrement l'assurance en termes de priorité pour les participants

Le transfert d'argent est une pratique très répandue et qui donne lieu à des flux complexes

Une large part des répondants pratique le transfert d'argent. Les femmes sont plus nombreuses à n'envoyer ou recevoir aucun transfert.

76%

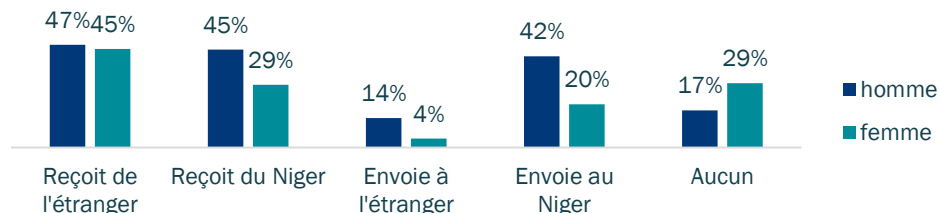
des répondants pratique le transfert d'argent, excédant de loin le quota minimum de 50% fixé lors de la conduite de l'enquête

QCM35. Au cours des 6 derniers mois, avez-vous reçu un transfert d'argent ? (de quelqu'un au Niger / de quelqu'un à l'étranger / ni l'un ni l'autre)

QCM38. Au cours des 6 derniers mois, avez-vous envoyé un transfert d'argent ? (à quelqu'un à l'étranger / à quelqu'un au Niger / ni l'un ni l'autre)

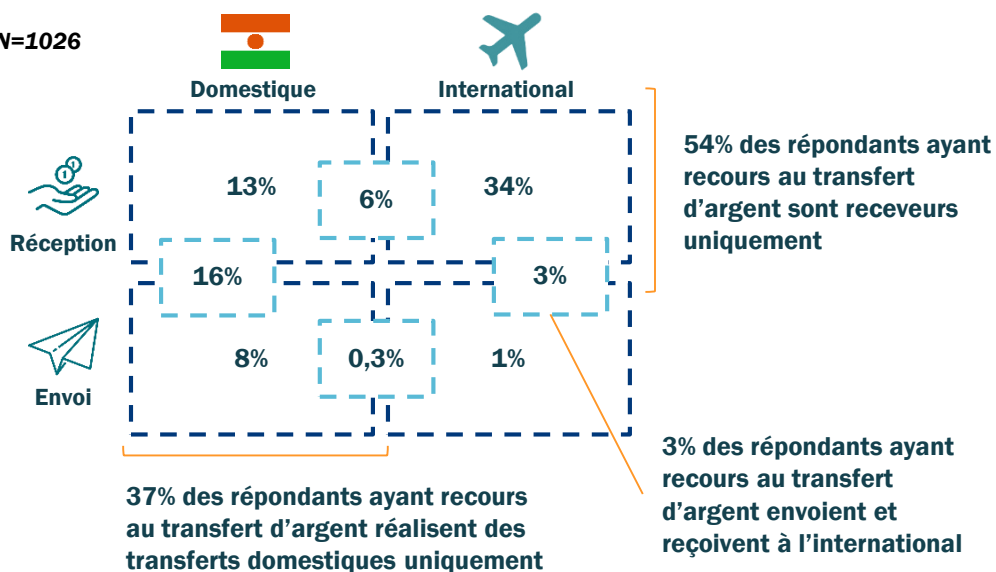
N=1026

Pratique du transfert d'argent par genre



La majorité des utilisateurs de transfert d'argent sont receveurs uniquement

N=1026



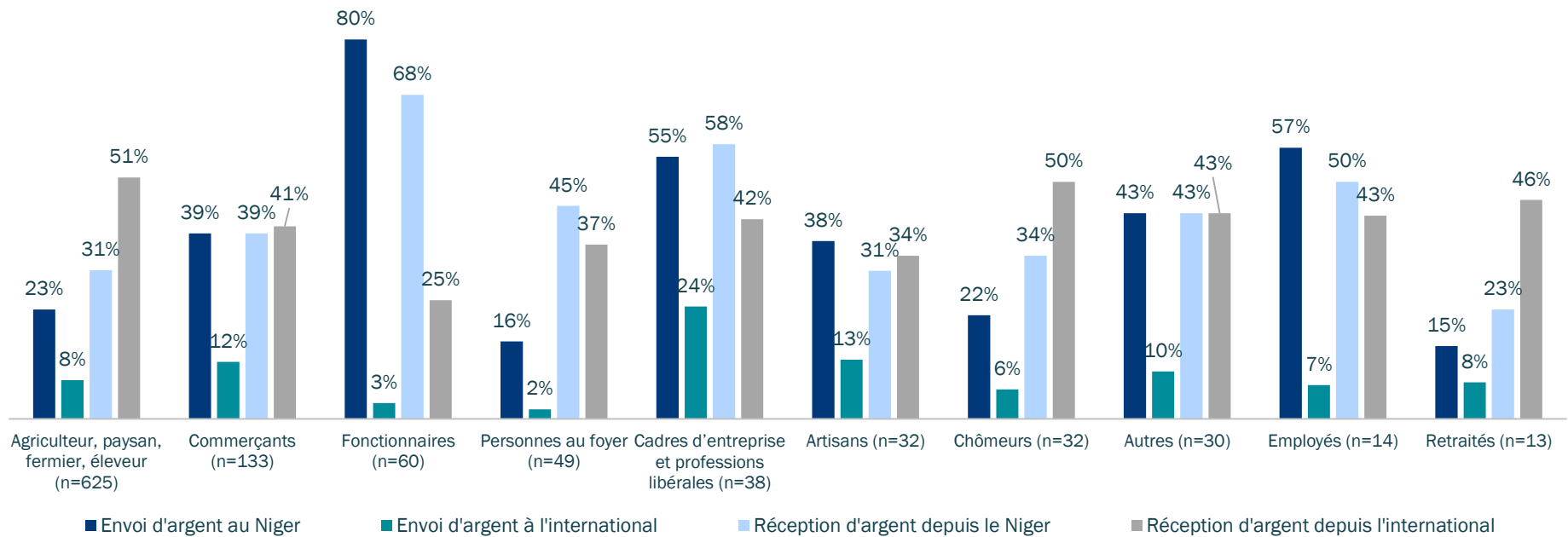
Des profils plus complexes existent mais sont minoritaires

	Domestique		International		
	Envoi	Réception	Envoi	Réception	
✓				✓	5%
✓		✓	✓		1%
✓	✓			✓	7%
✓	✓		✓	✓	1%
✓		✓	✓	✓	3%
		✓	✓		1%
		✓	✓	✓	1%

La pratique du transfert d'argent est élevée sur toutes les catégories socio-professionnelles. L'envoi à l'international est la pratique la moins fréquente

Différents profils se distinguent par profession: les agriculteurs sont principalement destinataire de transferts, les fonctionnaires et cadres réalisent principalement des transferts de et vers le Niger.

Transfert d'argent par catégorie socio-professionnelle



QCM35. Au cours des 6 derniers mois, avez-vous reçu un transfert d'argent ? (de quelqu'un au Niger / de quelqu'un à l'étranger / ni l'un ni l'autre)
 QCM38. Au cours des 6 derniers mois, avez-vous envoyé un transfert d'argent ? (à quelqu'un à l'étranger / à quelqu'un au Niger / ni l'un ni l'autre)
N=1026

Le transfert d'argent est utilisé dans le cadre des besoins quotidiens et du cadre professionnel

Le transfert d'argent revêt une forme d'obligation naturelle vis-à-vis de la famille et de la société : il est vu comme un moyen d' « entraide » ...

« Généralement quand tu es assis et que tu ne pratiques aucune activité, ou bien lorsqu'il y a un manque de nourriture dans la famille, ou bien quand on a une cérémonie dans la famille, tu peux appeler quelqu'un pour qu'il envoie de l'argent pour couvrir ton besoin. » **H. Tillabéry 6**

« C'est de l'entraide. La plupart des envois sont faits dans le but d'aider les autres. Par exemple quand tu as une activité qui te permet de gagner quelque chose à chaque fin du mois, tu peux faire des envois pour aider les autres. Il peut aussi s'agir des contributions lors des cérémonies. » **H. Tillabéry 6**

...permettant de couvrir les « petits besoins éventuels » quotidiens

« Moi c'est mon mari qui me l'a envoyé pour acheter de la nourriture. » **F. Tahoua 2**

« Moi celui qui m'a donné c'est pour mes petits besoins éventuels. » **F. Tahoua 2**

Le transfert d'argent est également utilisé dans le cadre professionnel pour initier ou faire fonctionner une activité

« C'est pour m'aider à développer mon petit commerce. » **F. Tahoua 2**

« Moi c'est à une connaissance à Agadez et c'est dans le cadre d'une transaction commerciale. » **H. Tahoua 1**

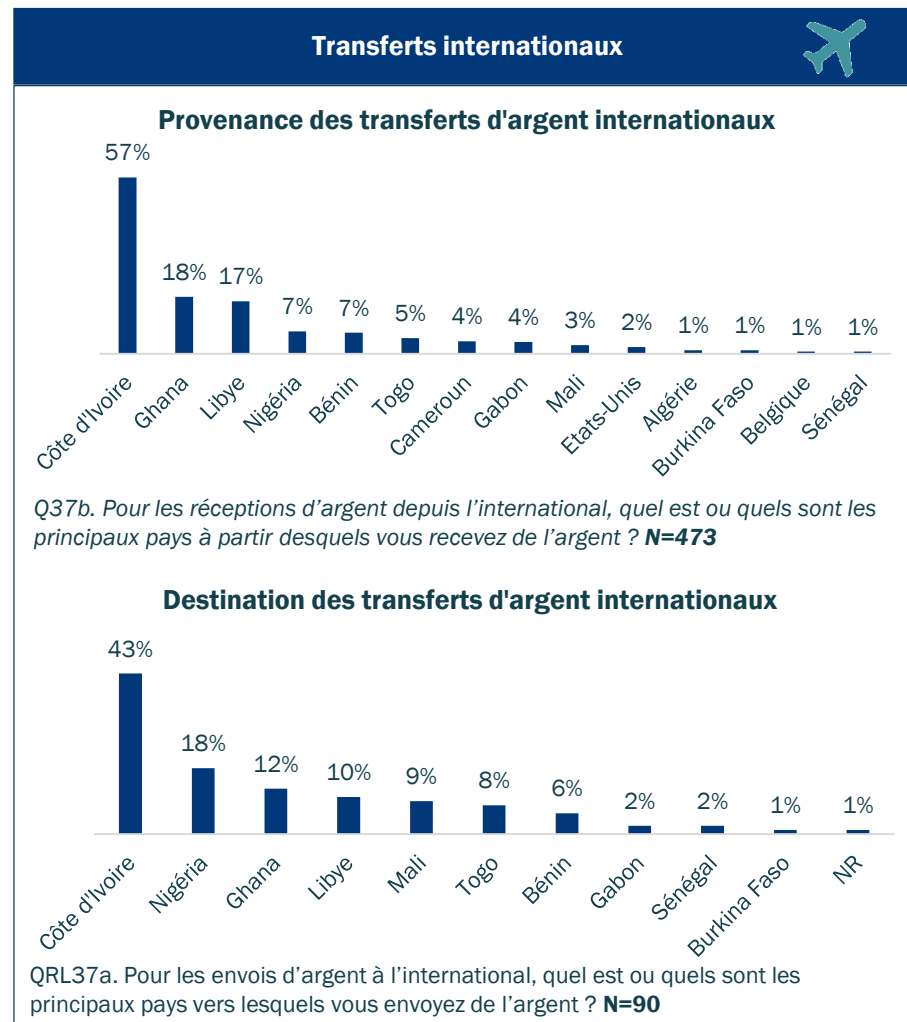
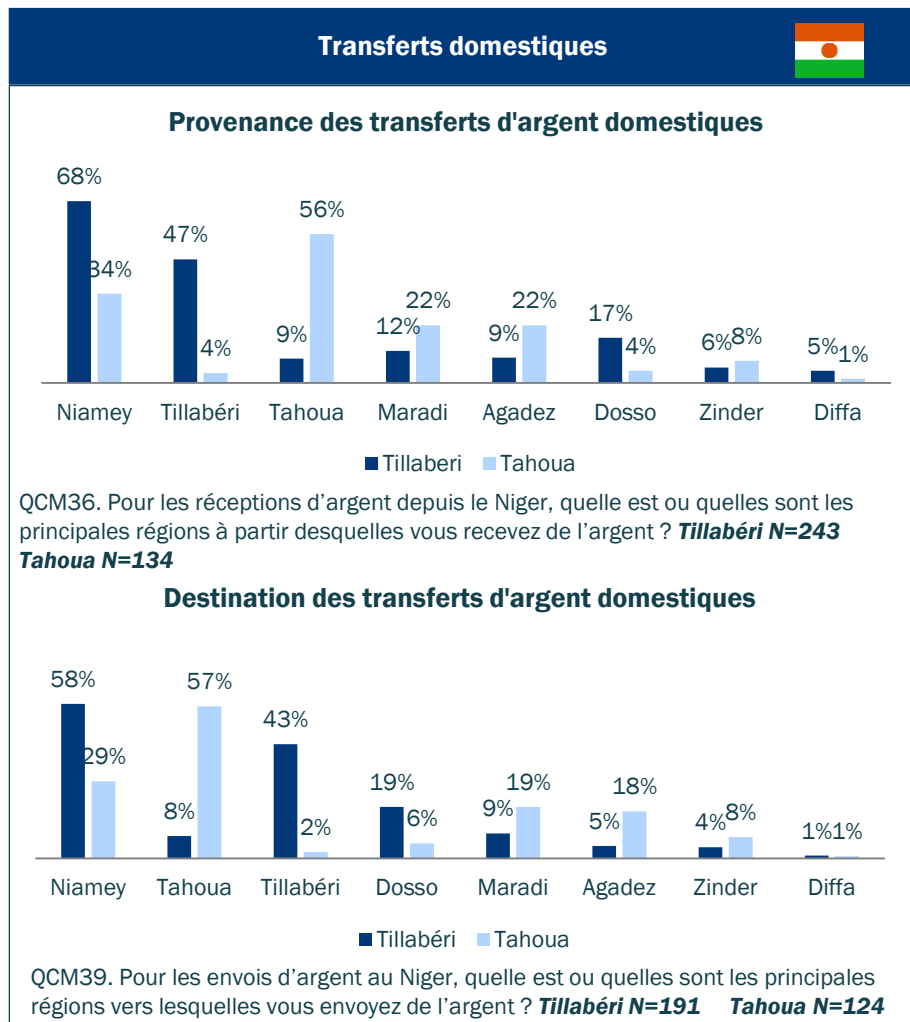
« Moi c'est une personne qui commercialise des oignons. Donc c'est moi qui suis chargé de prendre l'argent pour le redistribuer à ceux qui sont mobilisés pour acheter les oignons. » **H. Tahoua 3**

Les fêtes, moment de forte dépenses, semblent générer de nombreuses demandes de transfert d'argent

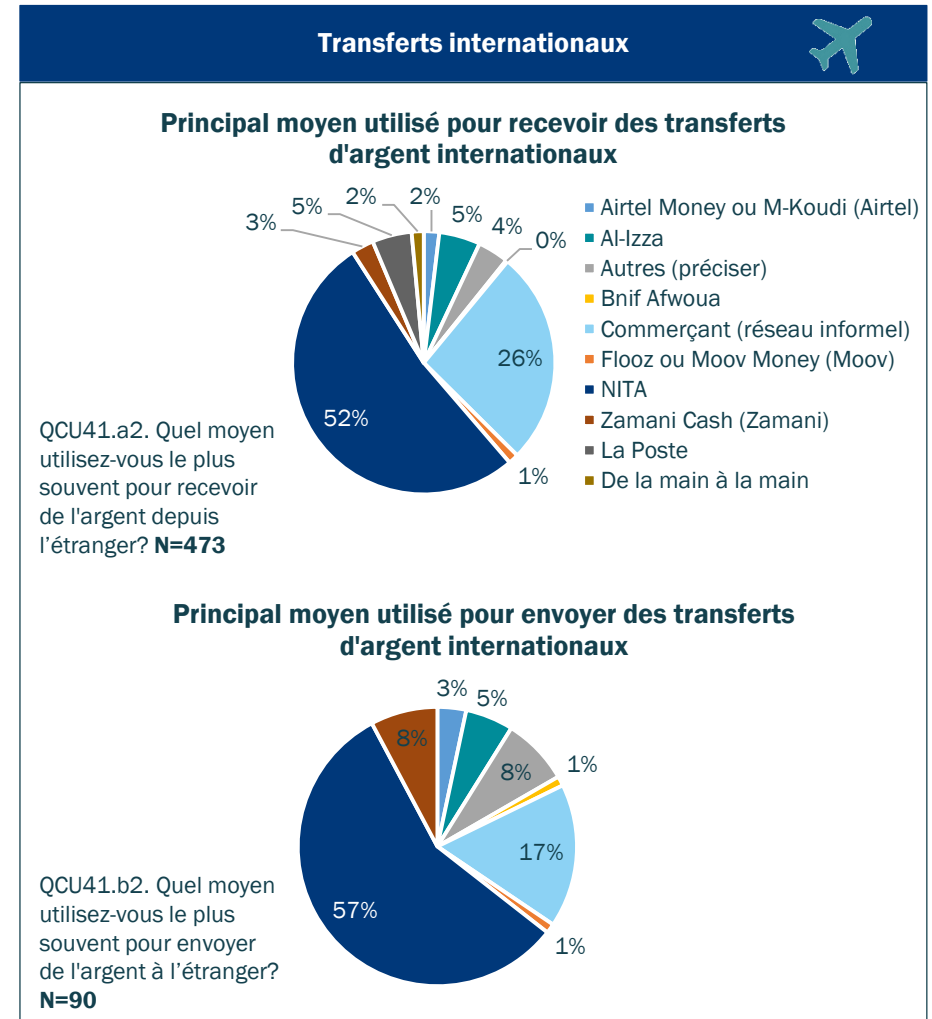
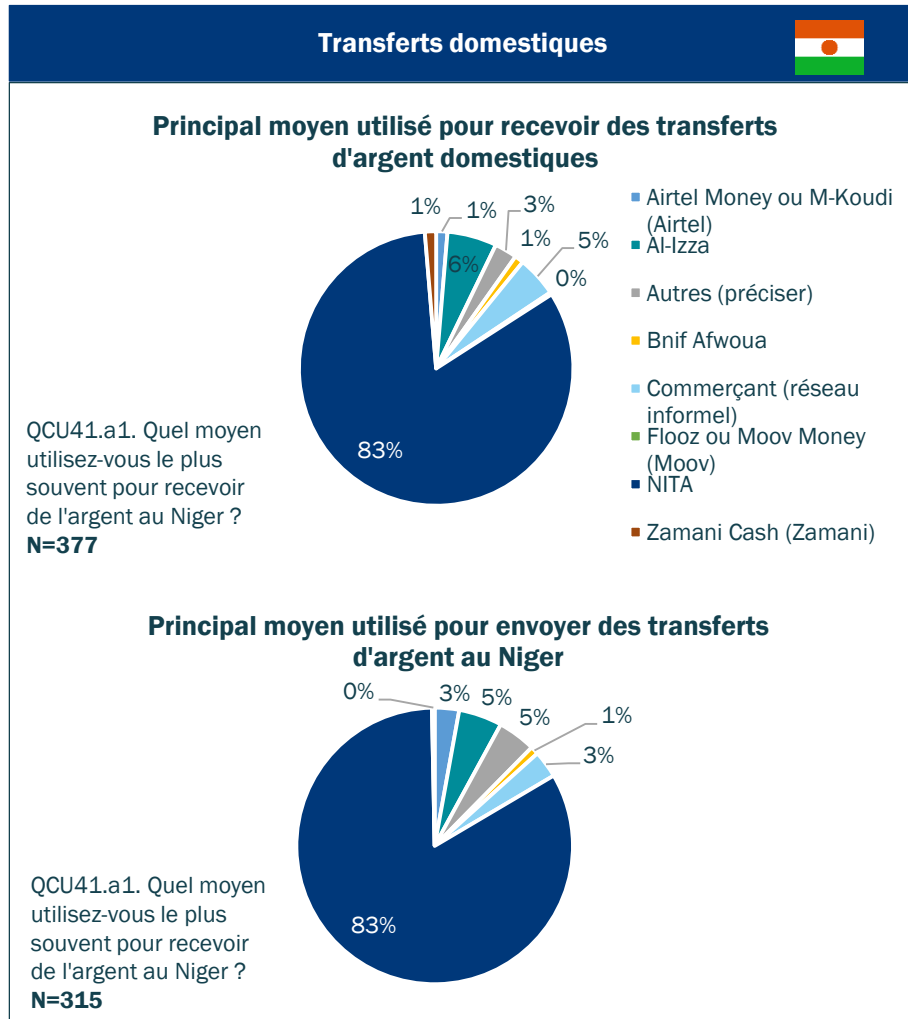
« Par exemple avec la fête de Tabaski qui s'annonce, celui de n'a pas de mouton ou qui cherche un complément, il peut toutefois quémander et on lui envoie par Nita. » **H. Tillabéry 6**

« Moi c'est pour acheter du sucre pendant le mois de carême. » **F. Tahoua 2**

Les transferts domestiques sont principalement intra-régionaux et avec Niamey



Les STA dominant sur tous les corridors de transfert d'argent - Les transferts informels via des commerçants sont très utilisés à l'international



Les STAs semblent avoir supplanté les autres formes de transfert – NITA est particulièrement cité par les répondants dans les régions couvertes par l'étude

Les sociétés de transfert d'argent apparues en dernier sur le marché ont supplanté les autres acteurs

« Nous, nous n'avons connaissance que de Nita et les autres agences de transfert d'argent. » **F. Tillabéry 2**

« Il y a des gens qui paient par Orange Money mais moi j'envoie toujours à Nita pour que la personne récupère et me fasse le paiement. » **F. Tillabéry 2**

« Bien avant l'arrivée de Nita à travers Western Union. Mais maintenant, avec l'existence de Nita, les gens m'envoient de l'argent à travers Nita. » **F. Tillabéry 2**

« Parce que avant l'arrivée de Nita à N'dounga je partais à Kollo pour retirer l'argent qu'on m'envoyait à la Bnif. Mais maintenant que Nita a ouvert une agence ici à N'dounga, Dieu merci, je fais mes transactions ici sans aucun problème. Nita nous a apporté une grande facilité. » **F. Tillabéry 7**

Nita jouit d'une notoriété prédominante et semble remporter la préférence des participants aux focus groups

« Aujourd'hui pour recevoir très rapidement un envoi, c'est Nita qui est le plus rapide. » **F. Tillabéry 2**

« J'ai plus confiance en Nita pour les transactions de transferts en envoi en réception. C'est la structure la plus fiable, sûre et rapide. Et présente presque partout. Ça a des garanties parce qu'il y a de la satisfaction. » **H. Tahoua 6**

« Nita est plus proche de nous. Avec Nita, il n'y a pas de perte de temps, et l'on trouve satisfaction avec eux. » **H. Tahoua 3**

« Nita est mieux que tous les autres. » **F. Tillabéry 2**

Aussi bien l'expéditeur que le destinataire sont prescripteurs du canal à utiliser. Les destinataires au Niger ont tendance à réclamer NITA pour recevoir leurs transferts

Expéditeur et destinataire sont tous deux prescripteurs du canal utilisé pour un transfert d'argent

Question : est-ce le destinataire ou l'expéditeur qui a choisi le canal pour le transfert d'argent ?

Transfert domestique



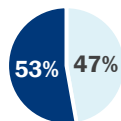
Transfert international



Destinataire

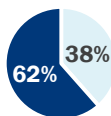


Base : répondants ayant reçu un transfert d'argent domestique au cours des 12 derniers mois



N=377

Base : répondants ayant reçu un transfert d'argent international au cours des 12 derniers mois

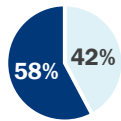


N=473

Expéditeur

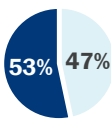


Base : répondants ayant envoyé un transfert d'argent domestique au cours des 12 derniers mois



N=315

Base : répondants ayant envoyé un transfert d'argent international au cours des 12 derniers mois



N=90

■ Destinataire ■ Expéditeur

NITA est le service privilégié lorsque le destinataire a le pouvoir de décision sur le choix du service à utiliser

« C'est bien nous qui disons de nous faire l'envoi à Nita. » **F. Tahoua 4**

« Oui, c'est la modernité. C'est nous même qui exigeons à ce qu'on nous fasse l'envoi via Nita. » **F. Tahoua 4**

« Personnellement celui qui décide de m'envoyer de l'argent, je lui dis de m'envoyer par Nita. » **F. Tahoua 4**

« Mais si c'est moi que vais dire à quelle compagnie m'envoyer de l'argent, je donne Nita. » **H. Tahoua 5**

« Mais en cas de besoin, je dis généralement qu'on m'en envoie par Nita pour que j'aie à chercher. » **F. Tillabéry 2**

« Dès qu'il te demande là où tu préfères qu'il t'envoie l'argent, tu réponds par Nita. » **F. Tillabéry 2**

La persistance du modèle shap shap pourtant très contraignant souligne une relative faiblesse des systèmes formels et notamment du mobile money

Ce mode de transfert d'argent semble particulièrement répandu

64%

Part des répondants ayant réalisé un transfert Shap Shap sur les 12 derniers mois

« Tout le monde a déjà reçu de l'argent par Shap Shap ici . » **H. Tahoua 1**

Le système shap shap est un système de transfert informel qui utilise le crédit de télécommunication comme monnaie d'échange entre 2 particuliers

« Shap shap on t'envoie ça chez les vendeurs de crédits de communication et eux te donnent de l'argent liquide après avoir vendu ça petit à petit aux acheteurs de crédit d'appel. Mais s'il dispose d'argent suffisant il peut te donner ça directement. » **F. Tillabéry 2**

« On peut même t'envoyer par exemple 10 000 F et on te dit d'aller chez ceux qui font Shap Shap Ils le retirent et te remettent ton argent.» **F. Tahoua 4**

Malgré les faiblesses qu'il présente, le système shap shap perdure dans les zones mal desservies par les services formels

« Le système de Shap Shap ne nous arrange pas parce que des fois, si on t'envoie l'argent et que le monsieur en charge de faire le Shap Shap n'a pas d'argent, il te donne un autre rendez-vous pour récupérer. Alors qu'à Nita, tu auras ton argent dès que tu y pars tant que le bureau est ouvert. » **F. Tillabéry 2**

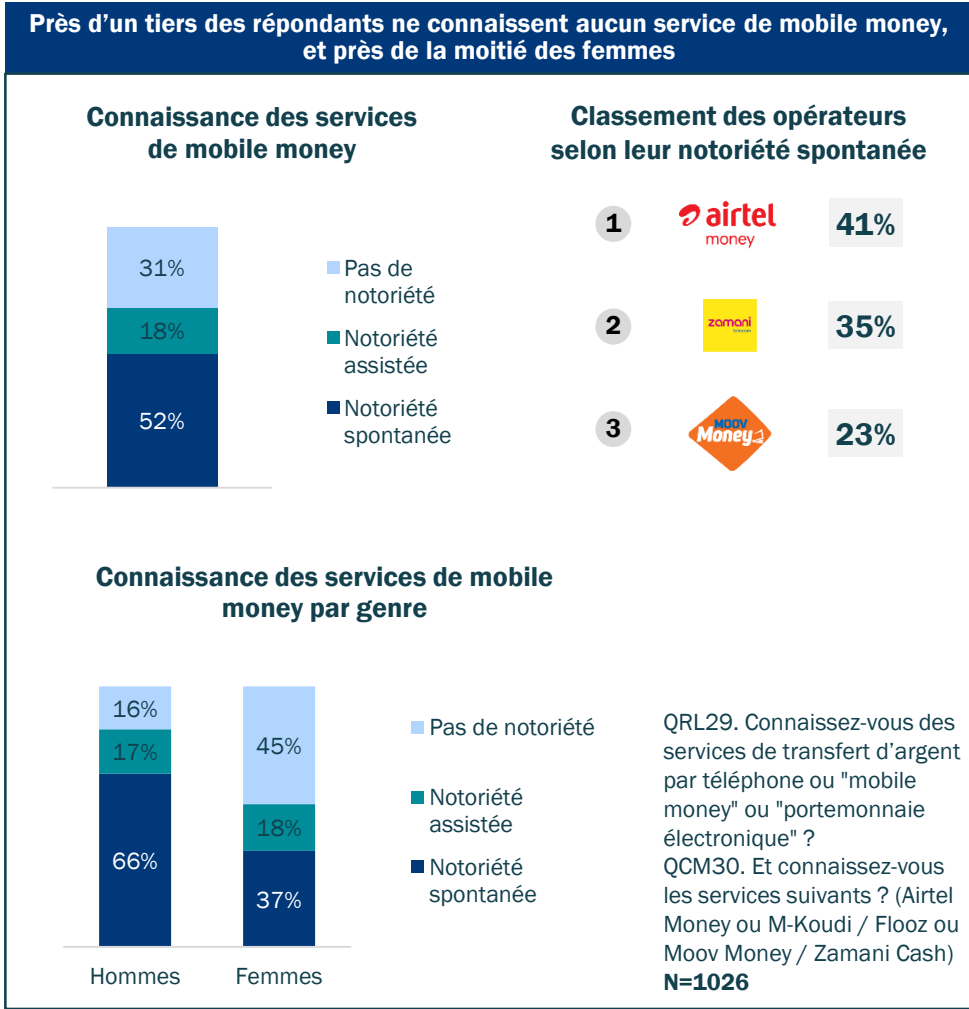
« Il y a des villages où il n'y a pas de Nita ni de Al-izza, donc on doit envoyer l'argent par le stock Shap Shap, Airtel Money ou par Flooz. Par exemple je peux demander à quelqu'un de m'envoyer 50 000 F par Airtel Money, tant qu'il a confiance en moi, il va les envoyer. Et ça marche quel que soit le moment. Même si c'est la nuit. » **H. Tillabéry 6**

« Avant l'arrivée de Nita, il y'avait un monsieur chez qui on envoyait de l'argent à travers Shap Shap et on partait récupérer la somme avec lui. » **F. Tillabéry 2**

Etude de la demande

5. Freins et leviers à l'essor du mobile money

La moitié des répondants reconnaît une marque de mobile money – Parmi eux, certains soulignent l'intérêt et les bénéfices qu'ils peuvent tirer de ces services



Les bénéfices qui peuvent être tirés du mobile money semblent clairs pour certains répondants

« Moi j'ai Airtel money. La raison de la création est de faire de stockage de l'argent. Afin de le réutiliser au besoin. Mais ce n'est pas destiné au commerce. » **H. Tahoua 5**

« Voilà une nouvelle voie facile pour régler les factures sans aller aux guichets de la NIGELEC. » **H. Tahoua 1**

« Ce qui me plaît chez Airtel Money c'est que, c'est une sorte de caisse de dépôt. Tu utilises ton argent quand tu veux, quelle que soit l'heure. » **H. Tillabéry 6**

« Le première des choses qui plaît c'est que tu as ton argent dans la poche, tu fais tes abonnements Canal+ et compteur prépayé. Et tu es assis tu n'as pas besoin de te déplacer. » **F. Tillabéry 2**

« Lorsque j'étais élève je pouvais recharger mon compte mobile money avec tout mon argent juste pour éviter de le dépenser en bloc. » **H. Tillabéry 5**

« Toh, moi c'est l'un de mes enfants qui m'a une fois fait Orange Money. Seulement que je ne sais vraiment pas comment on le fait. » **F. Tillabéry 2**

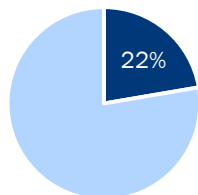
« Ils sont plus abordables que Nita. Je dis ça parce que tu n'auras même pas à te déplacer. On peut t'envoyer Mkoudi là sur place et tu le possèdes. Pas besoin de te déplacer pour le recevoir. Même acheter des animaux tu peux payer le prix d'achat avec ton argent Mkoudi. » **H. Tahoua 1**

Le taux de détention de comptes de mobile money demeure très bas et le « gender gap » élevé

Nous avons difficilement atteint l'objectif d'interroger 25% de détenteurs de comptes de mobile money. Parmi les titulaires d'un compte, plus de la moitié sont clients Airtel Money

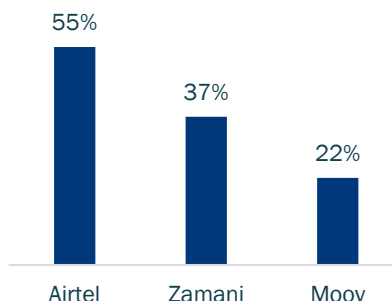
QCM32. Avez-vous un compte Mobile Money, utilisé à titre personnel, chez l'un de ces fournisseurs (avec un code secret associé à votre numéro de téléphone qui vous permet d'accéder au compte ou à votre argent) ? (Airtel / Zamani / Moov / Autres) **N=1026**

Détention de comptes de mobile money



■ Compte de MM
■ Ne dispose pas de compte

Répartition des comptes de mobile money par opérateur



Parmi les non-détenteurs de comptes, la compréhension du service est le premier frein

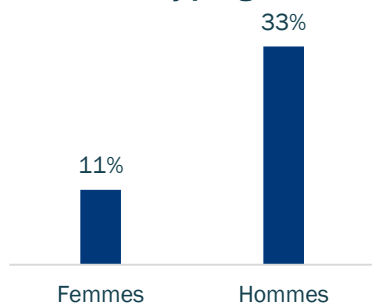
Freins à l'adoption du mobile money



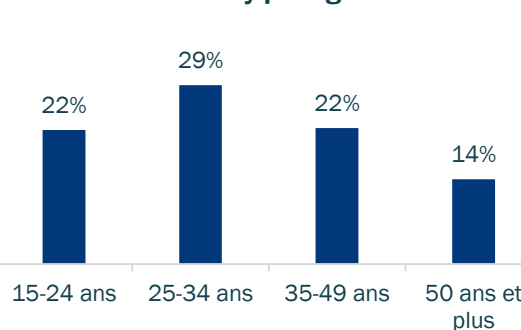
QCM33. Pourquoi ne disposez-vous pas de compte mobile money ? **N=797**

Il y a une différence marquée entre hommes et femmes

Détention de comptes de mobile money par genre



Détention de comptes de mobile money par âge

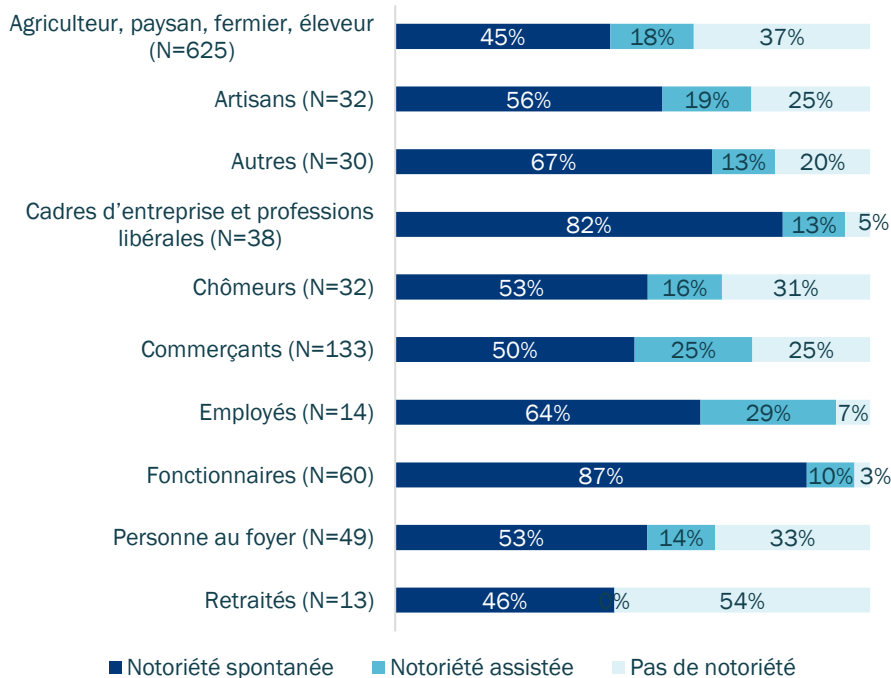


N=229 (détenteurs de comptes de mobile money)

Notoriété et adoption des services de mobile money différent par catégorie socio-professionnelle

C'est parmi les agriculteurs que la notoriété spontanée des services de mobile money est la plus faible

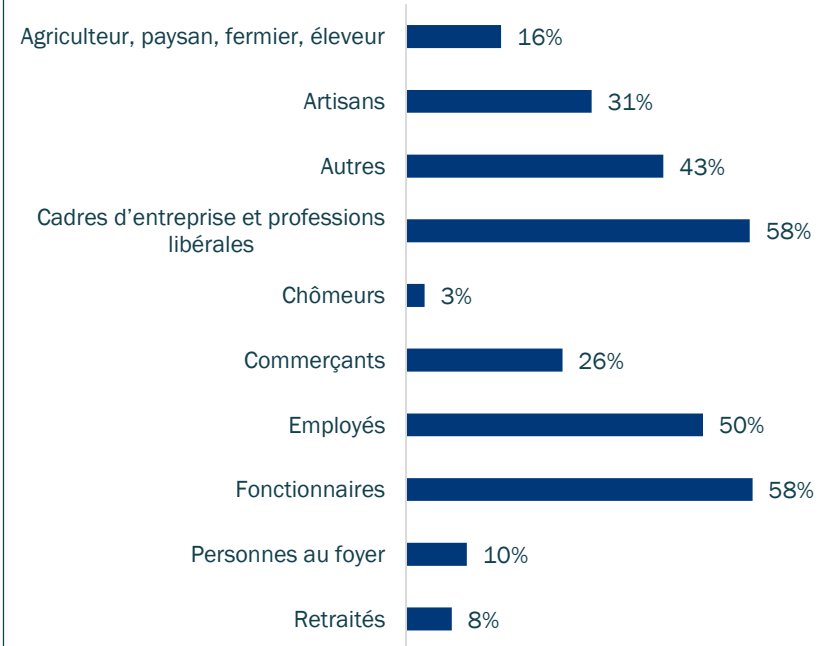
Notoriété des services de mobile money par catégorie socio-professionnelle



QRL29. Connaissez-vous des services de transfert d'argent par téléphone ou "mobile money" ou "portemonnaie électronique" ? **N=1026**
 QCM30. Et connaissez-vous les services suivants ? (Airtel Money ou M-Koudi / Flooz ou Moov Money / Zamani Cash) **N=1026**

A l'image de la notoriété, l'adoption est plus élevée parmi les cadres et fonctionnaires

Compte de mobile money, par catégorie socio-professionnelle

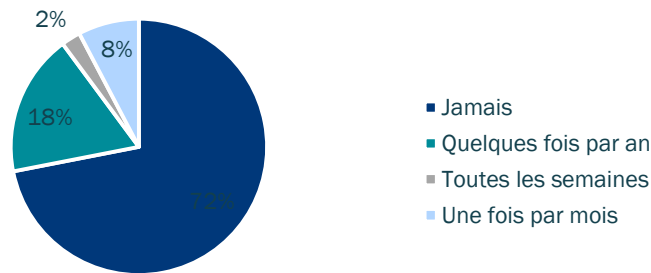


QRL29. Connaissez-vous des services de transfert d'argent par téléphone ou "mobile money" ou "portemonnaie électronique" ? **N=1026**
 QCM30. Et connaissez-vous les services suivants ? (Airtel Money ou M-Koudi / Flooz ou Moov Money / Zamani Cash) **N=1026**

La fréquence d'utilisation est basse, et l'usage reste cantonné au paiement de factures

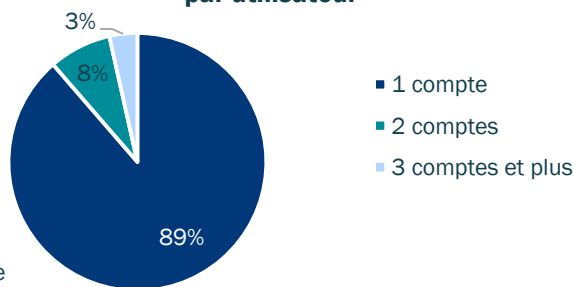
Moins de 30% des répondants a déjà fait usage du mobile money. La pratique du multi-comptes (multi-SIM) est peu répandue.

Fréquence d'usage des services de mobile money



QCU31. Avez-vous l'habitude d'utiliser ce type de services ? N=1026

Nombre de comptes de mobile money détenus par utilisateur



N=229 (détenteurs de comptes de mobile money)

Les répondants ne connaissent et n'utilisent le mobile money que pour le paiement de facture, au détriment des autres cas d'usage

« Flooz, on l'utilise pour payer la facture d'électricité. On paie avec Flooz. Bon, en tout cas c'est trop pratique parce que ça te permet de régler ta facture étant sur place. » **F. Tillabéry 2**

« On a la possibilité de payer des factures de la NIGELEC. » **H. Tillabéry 3**

« Airtel Money même si c'est pour payer des factures ou faire réabonnement CANAL+. Oui. Tout ça c'est avec Airtel money ou Mkoudi. Tu t'assois tranquillement tu paies ta facture ou ton abonnement CANAL+. » **H. Tillabéry 1**

« Je recharge rarement mon compte orange money c'est seulement à la fin du mois si je vais payer une facture que je l'utilise. » **H. Tillabéry 3**

« Moi je paye ma facture avec Airtel Money. Car avec les compteurs prépayés l'abonnement peut finir à tout moment. » **H. Tillabéry 6**

« C'est seulement le paiement des factures. » **H. Tillabéry 6**

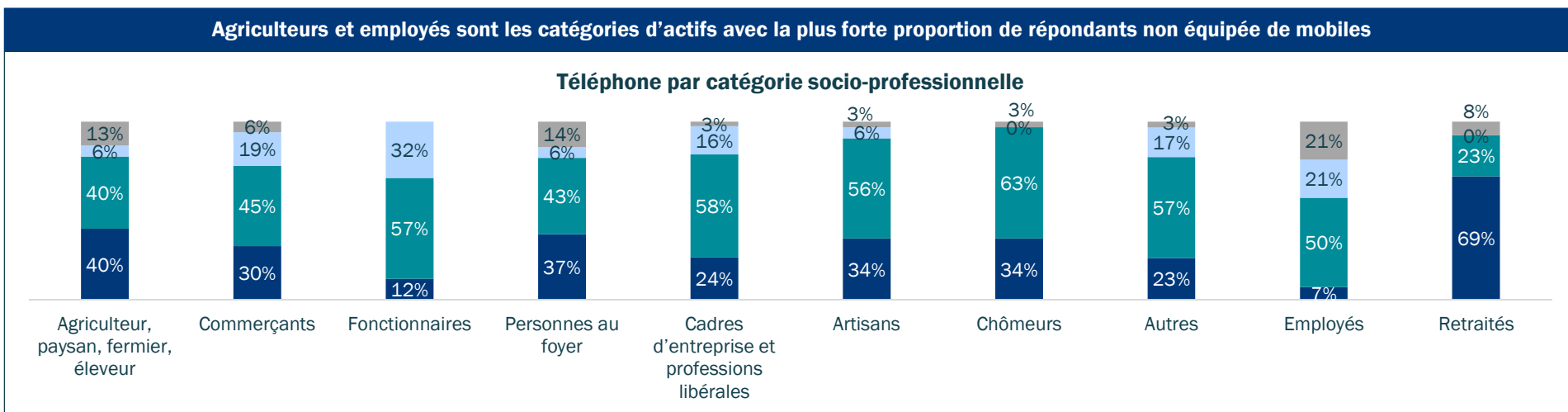
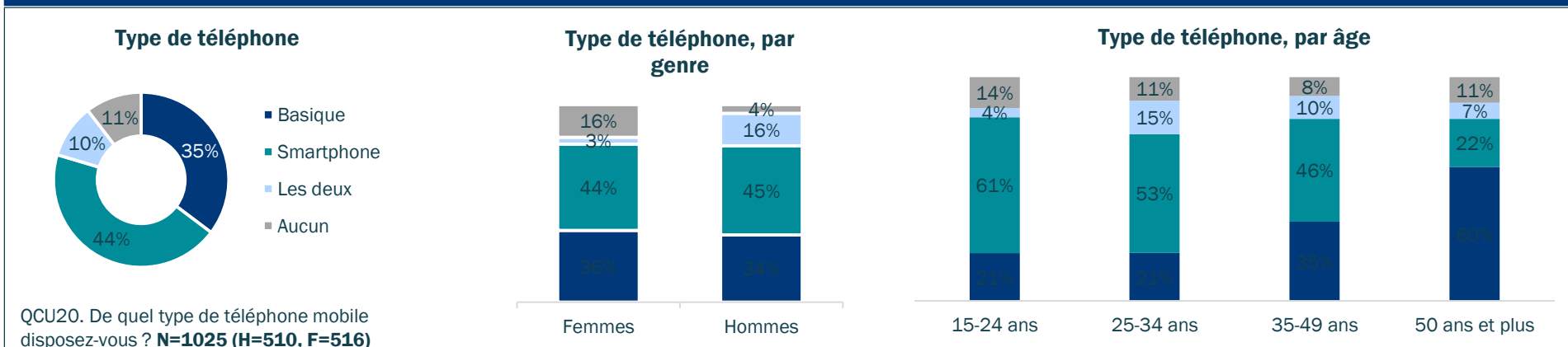
« Moi aussi je paye mes factures. » **H. Tillabéry 6**

« Il y a aussi Flooz qui permet de payer des factures. » **F. Tillabéry 7**

« Les services mobiles Money nous ont beaucoup facilité la tâche. Car c'est à travers ces services que nous payons nos factures de la NIGELEC et de la SEEN sans pour autant nous rendre à Kollo. » **H. Tillabéry 5**

L'équipement mobile ne semble pas représenter un frein au développement du mobile money

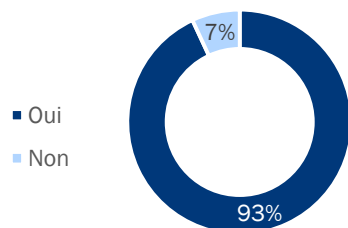
Près de 90% des répondants dispose d'un mobile. Les jeunes sont majoritairement équipés en smartphone et les femmes sont plus nombreuses à ne pas disposer d'un téléphone



Le niveau de possession de documents d'identité est élevé, permettant en théorie de satisfaire aux exigences de KYC

93% des répondants disposent d'au moins un type de document d'identité permettant l'ouverture d'un compte de mobile money

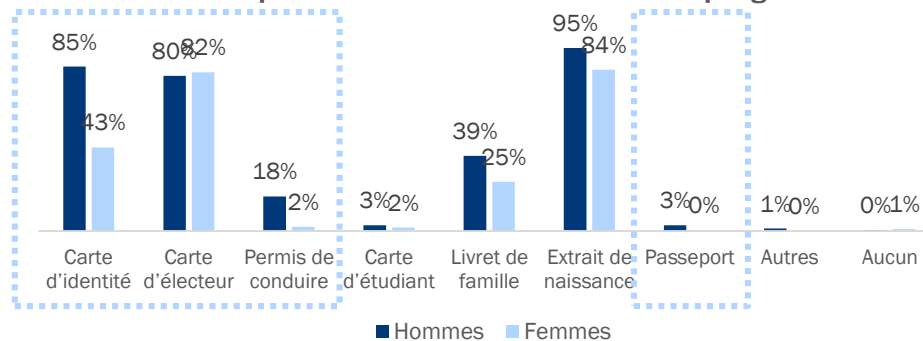
Répondants détenant un document d'identité permettant l'ouverture d'un compte de mobile money



Liste des documents permettant d'ouvrir un compte de mobile money

- Carte d'identité
- Carte d'électeur
- Permis de conduire
- Passeport

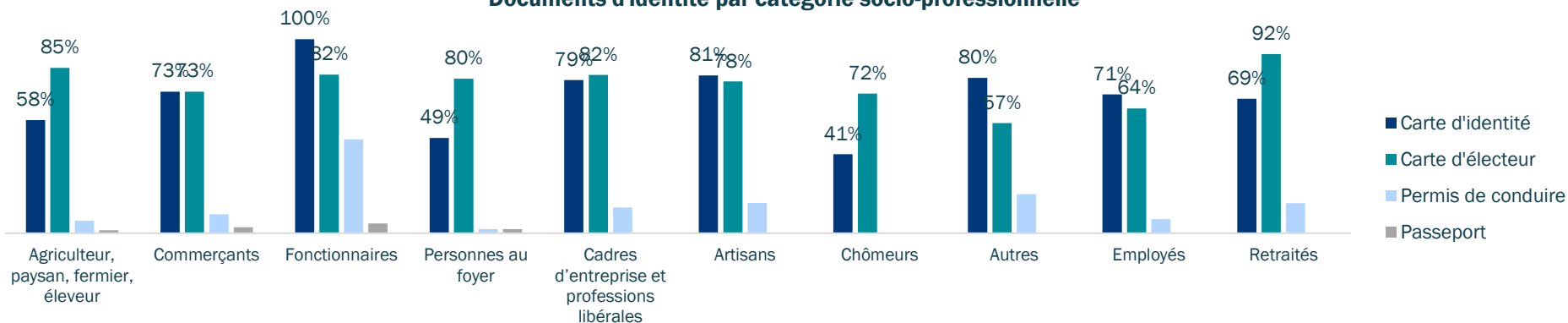
Taux de possession de documents d'identité par genre



QCM6. De quel document d'identité disposez-vous ? N=1026

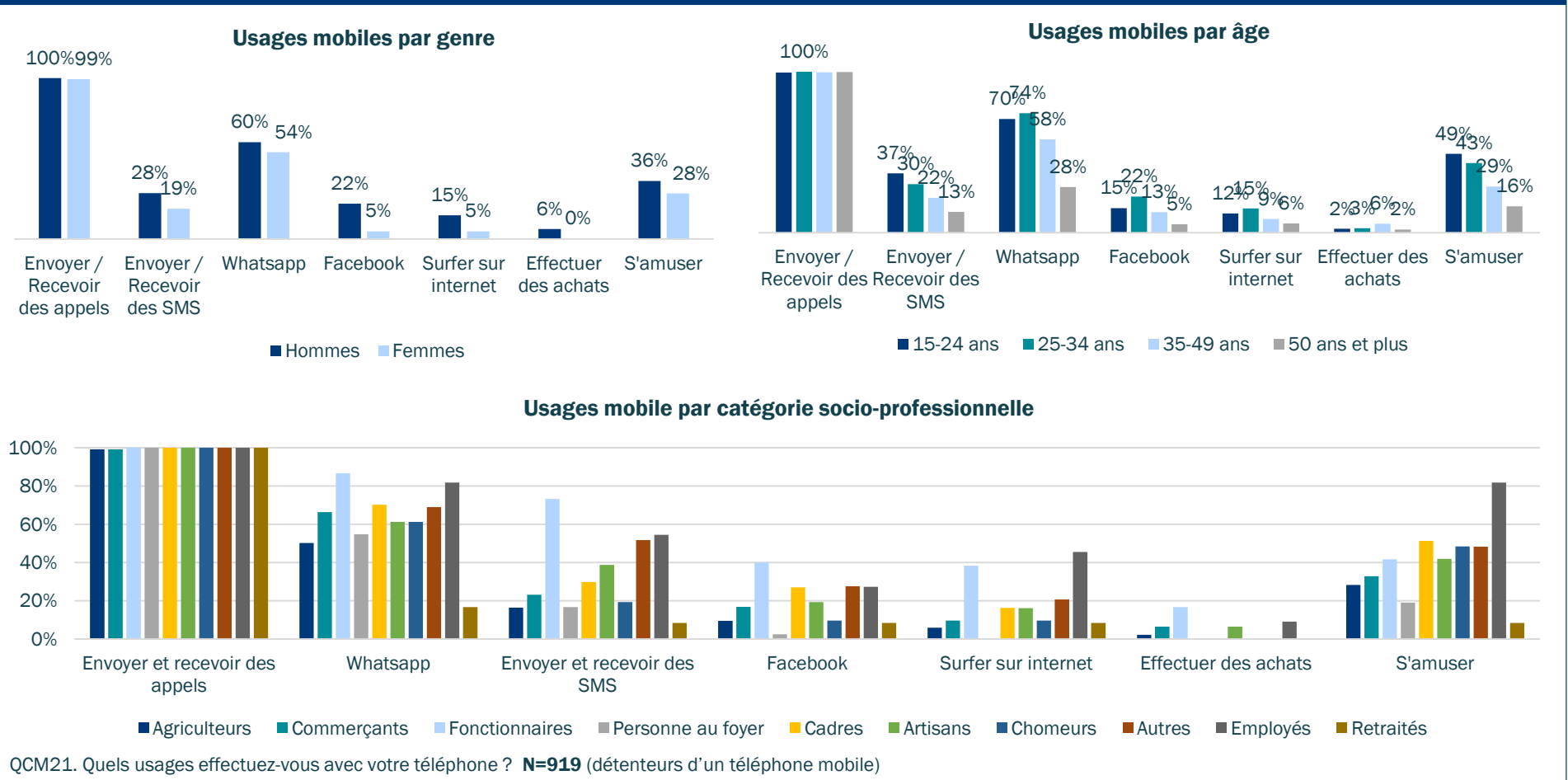
Malgré quelques disparités, carte d'identité et carte d'électeur sont largement répandues

Documents d'identité par catégorie socio-professionnelle



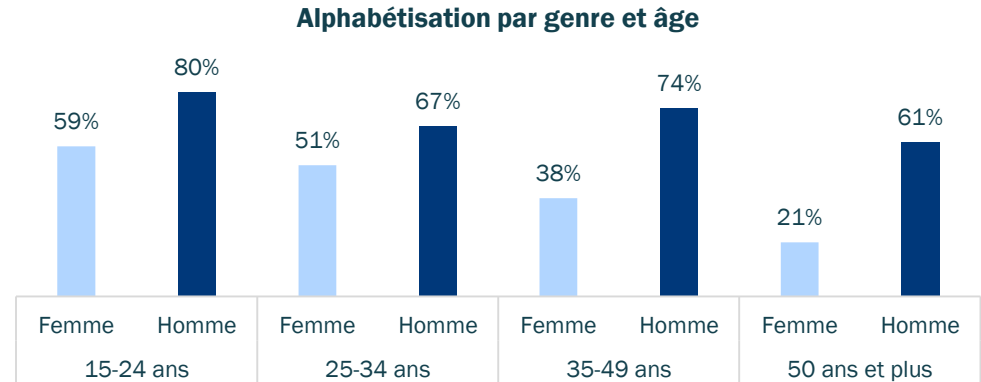
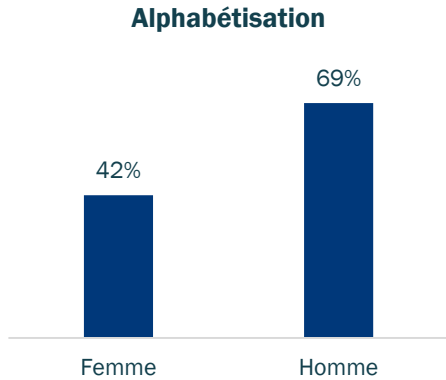
Les usages mobiles restent néanmoins basiques et centrés sur la voix

Mis en regard du faible usage du SMS, la forte utilisation de Whatsapp par près de 100% des détenteurs de smartphone semble indiquer un usage de l'application pour des messages vocaux plutôt qu'écrits



Les faibles taux d’alphabétisation peuvent expliquer des usages mobiles peu sophistiqués

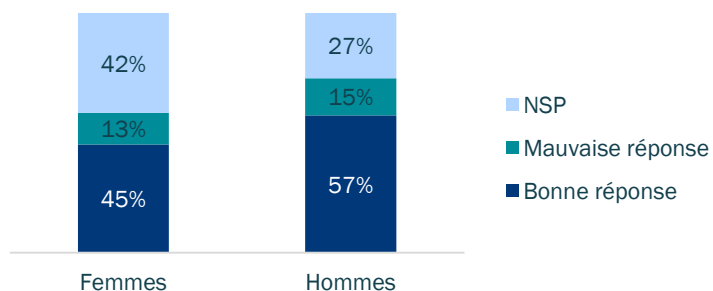
L’alphabétisation est inférieure à 50% pour les femmes et les agriculteurs. Elle est néanmoins en hausse pour les femmes et les hommes dans les cohortes d’âge plus jeunes



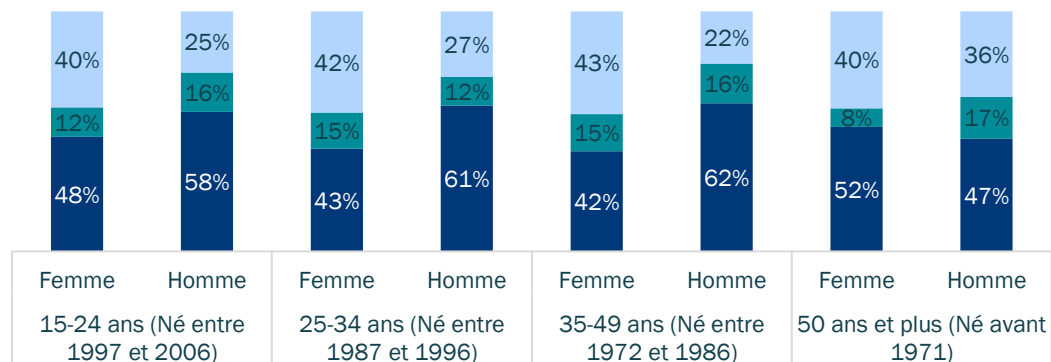
QCU5. Est-ce que vous savez lire et écrire dans une langue quelconque ? **N=1026**

Le niveau de littératie financière peut également constituer un frein à l'essor du mobile money

Réponse à une question de littératie financière par genre

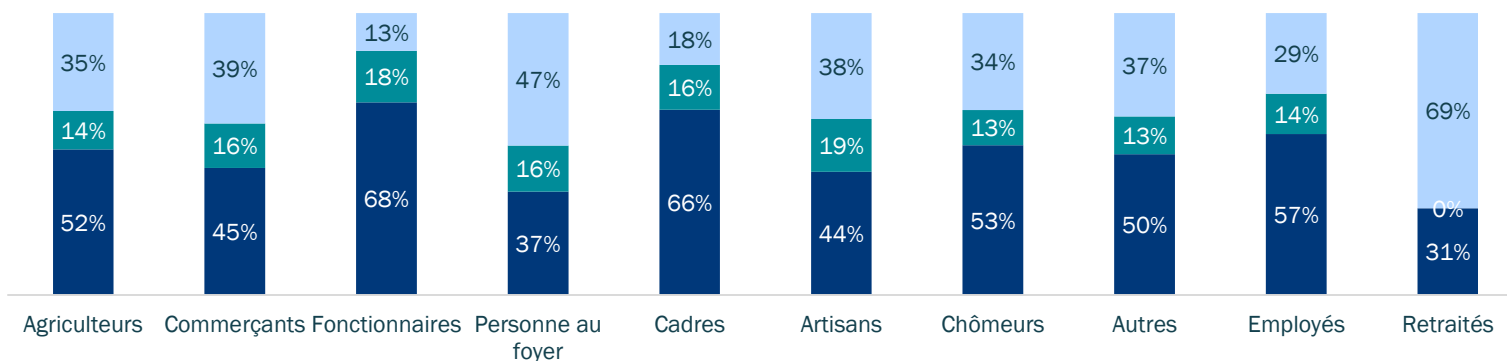


Réponse à une question de littératie financière par genre et âge



Réponse à une question de littératie financière par catégorie socio-professionnelle

QCU48. Si quelqu'un dépose 100 FCFA sur un compte rapportant un taux d'intérêt de 5 pourcent annuel. Si cette personne ne fait plus de dépôt et de retrait sur le compte, combien d'argent a-t-elle au bout d'un an une fois l'intérêt payé ? (Plus de 105FCFA, Moins de 105FCFA, 105FCFA)
N=1026





Le canal USSD est peu maîtrisé alors qu'il est habituellement l'un des facteurs clef de succès du mobile money

De nombreux participants font part de leurs difficultés lorsqu'ils utilisent le canal USSD...

« Parce que je ne maîtrise pas très bien le système. » **H. Tahoua 5**

« Mais est-ce que tout le monde sait lire des messages ? » **H. Tahoua 1**

« Vraiment je ne les ai jamais utilisés. Je ne sais même où rentrer dans le portable pour leur emploi. C'est quelque chose dont il faut une certaine maîtrise pour pouvoir t'y hasarder. » **H. Tillabéry 1**

« Mais seulement moi je ne sais pas comment ça fonctionne. Je connais quelqu'un qui paye ses factures avec le mobile money. Mais je ne vous mens pas, personnellement je ne sais pas comment ça fonctionne. » **F. Tillabéry 7**

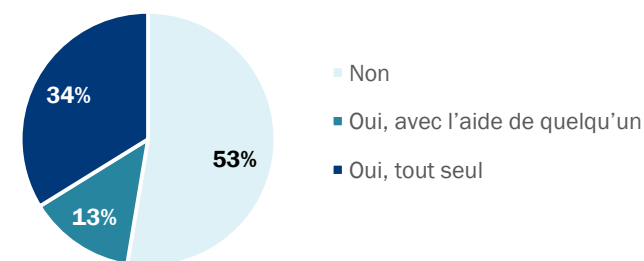
... et s'appuient sur un intermédiaire (connaissance, ami ou famille) qui maîtrise le parcours USSD pour réaliser leurs transaction

« Flooz là, c'est le jeune-là qui est avec vous, Soumana qui travaille avec ça. C'est lui qui recharge les compteurs pour les gens. Si tu veux recharger ton compte c'est à lui que tu t'adresses et il te fait ça. Ça c'est son travail. Pour le Flooz c'est ce côté que je sais qu'on l'utilise. » **H. Tillabéry 1**

« Dès qu'on amène la facture, ma petite sœur sait comment payer. C'est elle qui s'en charge. [...] Elle fait le paiement à travers Flooz. » **F. Tillabéry 2**

Seulement un tiers des répondants est autonome sur le canal USSD

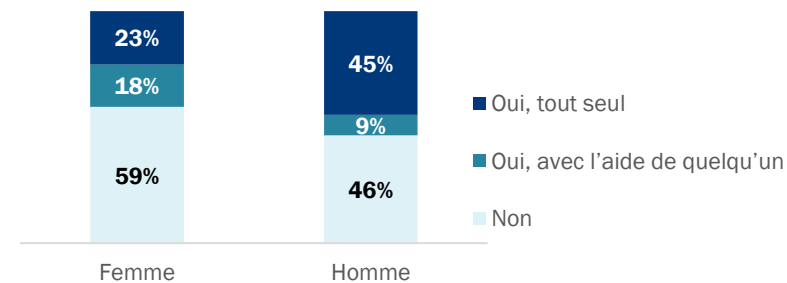
Usages USSD



Q47. Utilisez-vous les menus de votre téléphone qui commencent par exemple par étoile 789 dieze ? **N=1026**

Les femmes auraient davantage de difficultés que les hommes à faire usage de l'interface USSD

Usages USSD, par genre



N=1026

Les nigériens sont dans une posture d'attente d'accompagnement et de formation sur le mobile money

Les répondants sont en demande de formation et d'accompagnement de la part des OTM

« Le seul problème c'est que nous ne comprenons rien. Et que vous ne nous apprenez pas comment les utiliser. » **F. Tillabéry 7**

« Seulement les agents de Airtel et Orange ne sont jamais venus ici pour sensibiliser et former les gens sur cette utilisation de ces services. Les gens méconnaissent ces services. » **H. Tahoua 1**

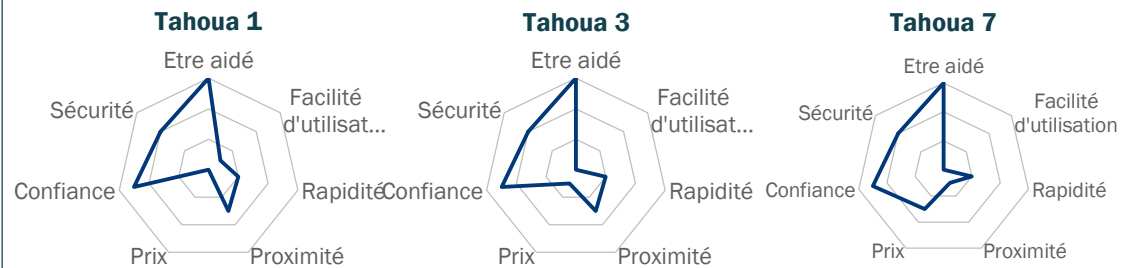
« Il fallait prévenir les gens qu'il y a cette voie simple et facile pour payer les factures. Ils n'ont jamais fait cet effort de venir nous en parler. » **H. Tahoua 1**

« C'est juste que les gens ne sont pas informés sur son utilité. » **H. Tahoua 1**

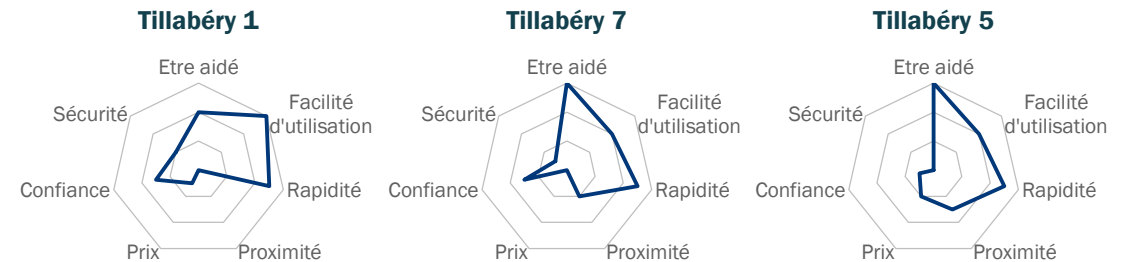
« En matière de sensibilisation sur ces services, Airtel venait et suivait pas à pas ses clients. Mais Moov ne vient pas. Orange ne vient pas. » **H. Tillabéry 1**

Les participants placent le possibilité d'être aidé comme premier critère de choix d'un service de transfert d'argent

Classement des critères de choix d'un service par les participants des « focus groups » (non exhaustif : 6 groupes sur 12)



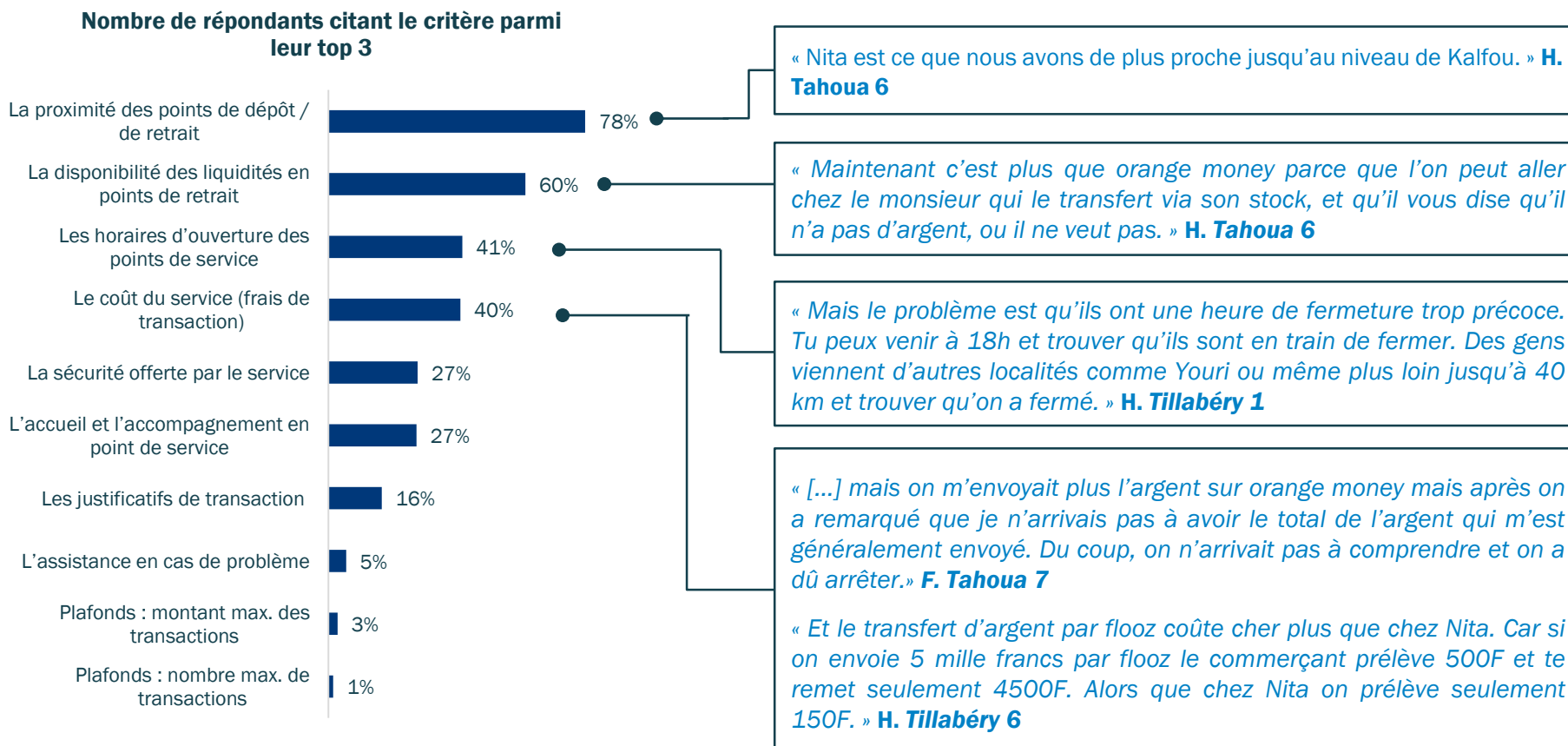
- Pour certains groupes, la confiance dans le service et la sécurité des transactions est très liée au fait d'être accompagné dans l'utilisation



- Pour certains groupes, l'accompagnement doit garantir la facilité d'utilisation et la rapidité du service, potentiels barrières à l'adoption par rapport aux alternatives existantes

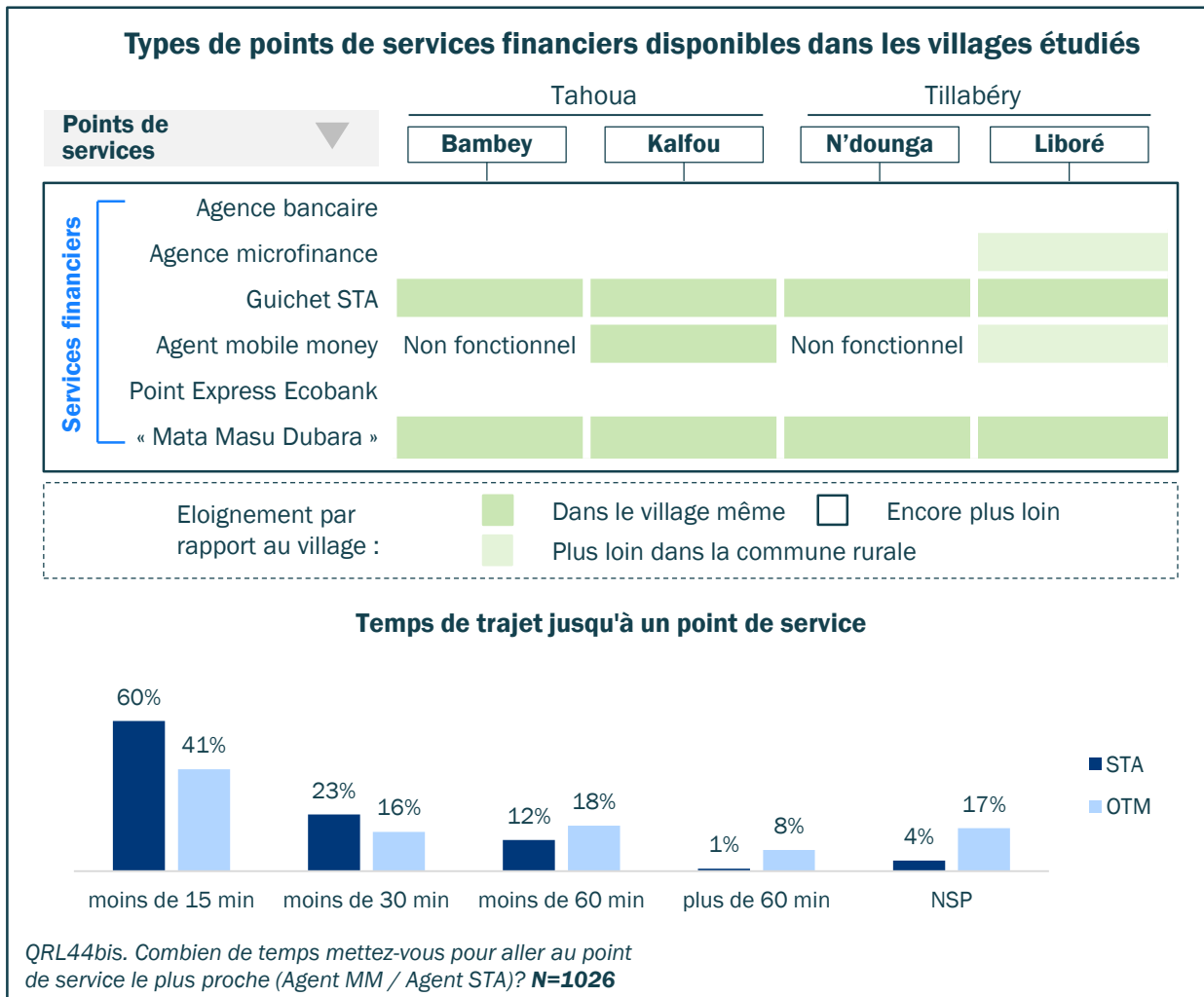
Le réseau de distribution est clef pour l'adoption d'un service de transfert d'argent : les 3 premiers critères de choix concernent les points de service

Les principaux critères de choix d'un service sont la proximité des points de service (cité dans le top 3 par 78% des répondants), suivie par la disponibilité des liquidités (60%), puis les horaires d'ouverture (41%) et le coût du service (40%)



QCM46. Parmi ces mêmes critères, pouvez-vous me citer les trois plus importants pour vous dans le choix d'un service ? **N=1026**

Les guichets des STA sont plus accessibles aux répondants que ceux des opérateurs de mobile money



Une forte présence des acteurs du transfert d'argent et des groupements MMD

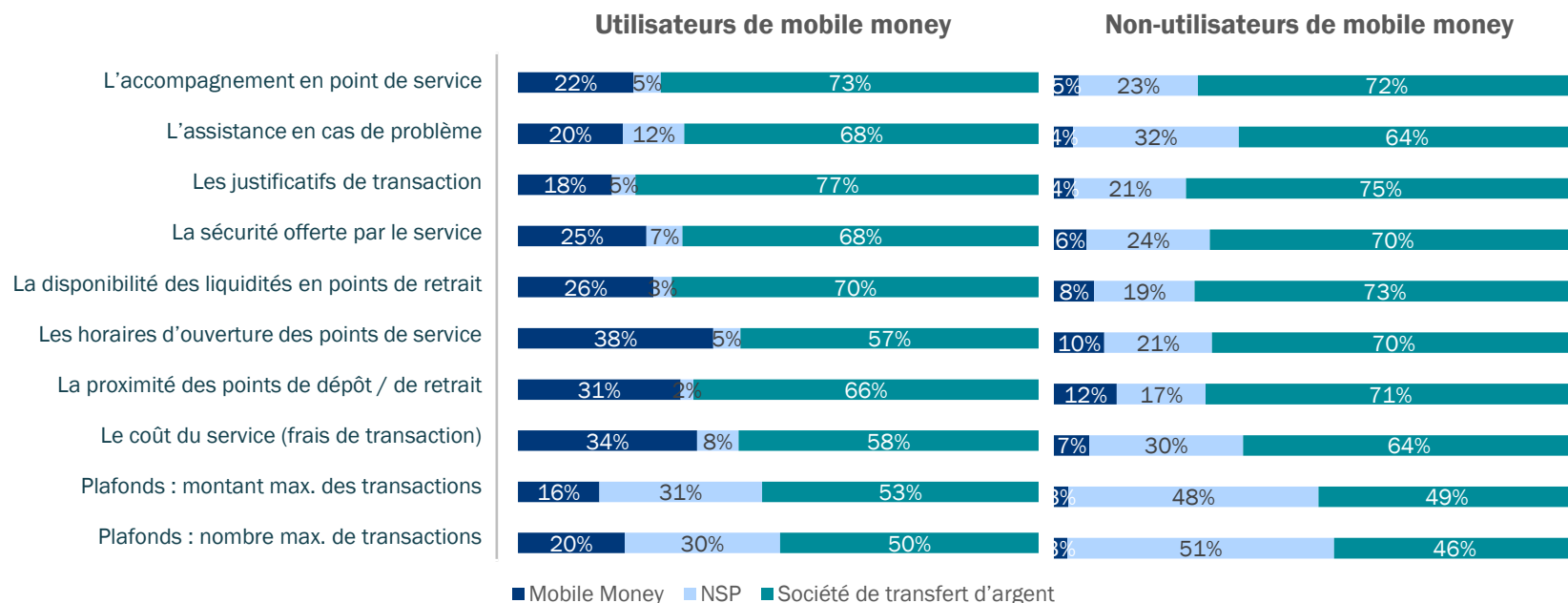
- Les acteurs traditionnels des services financiers (banques et SFDs) sont absents des zones rurales étudiées
- Les acteurs du transfert d'argent (STA et OTM) montrent un niveau de présence supérieur
- Les STAs semblent avoir l'avantage sur les OTMs en termes de niveau de présence. Les points de services de ces derniers seraient souvent non-fonctionnels
- Les groupements d'épargne et d'entraide féminins sont, à l'image des MMD, particulièrement présents dans les zones rurales

Les guichets des STAs sont nettement plus accessibles que les agents des OTMs

- Dans les villages étudiés, 83% des répondants ont déclaré avoir un guichet STA accessible à moins de 30 min
- En revanche, seulement 57% des participants ont estimé avoir un agent mobile money accessible à moins de 30 min de trajet

Le mobile money peine à se démarquer : les sociétés de transfert d'argent sont perçues comme plus performantes sur tous les critères proposés

Interrogés sur plusieurs critères d'appréciation de la qualité de service, y-compris les utilisateurs de mobile money considèrent les STA plus performantes



QCU45. Pouvez-vous me dire quel service est le plus avantageux à votre avis pour chacune des caractéristiques suivantes?
 Utilisateurs de mobile money. **N=288**
 Non-utilisateurs de mobile mone. **N=738**

Recommandations

Au cours des ateliers tenus à Niamey, les participants ont identifié des pistes de solution sur la base de l'étude de l'offre et de la demande

La séance de restitution de l'étude s'est organisée autour de trois parties

- Dans un premier temps, les consultants ont analysé le **marché du transfert d'argent** au Niger afin de présenter les éléments issus de l'étude tendant à expliquer comment les sociétés de transfert d'argent ont capté l'essentiel des parts de marché au détriment des opérateurs de mobile money pourtant installés depuis plus longtemps.
- Dans un deuxième temps, la présentation a porté sur les **freins et leviers à l'adoption du mobile money**. Sur la base des résultats d'une enquête quantitative et qualitative, des facteurs tels que la connaissance du service, la compréhension du service, la proposition de valeur perçue par les utilisateurs et utilisateurs potentiels.
- Enfin, les **usages et besoins en matière de services financiers** des populations cibles de l'étude ont été balayés de manière plus large: crédit, épargne, assurance. En particulier, ces besoins ont été évalués au regard des flux financiers dans certaines chaînes de valeur agricoles sélectionnées pour le nombre de producteurs qu'elle concerne, ou leur potentiel de digitalisation des flux financiers.

Tout au long de la séance, les participants ont relevé les points d'intérêt issus de l'étude ainsi que des pistes de solutions concrètes telles que :

- Mettre en place des interfaces vocales pour pallier au problème du manque d'autonomie sur les interfaces écrites
- Développer des menus USSD en langues locales et encourager le self top-up de crédit téléphonique pour habituer à l'usage
- Permettre la convertibilité des unités de valeur téléphoniques et unités de valeur mobile money pour améliorer la disponibilité du service de dépôt/retrait
- Mettre en avant les incitations auprès des clients pour rendre les services de mobile money plus attrayants que les alternatives informelles

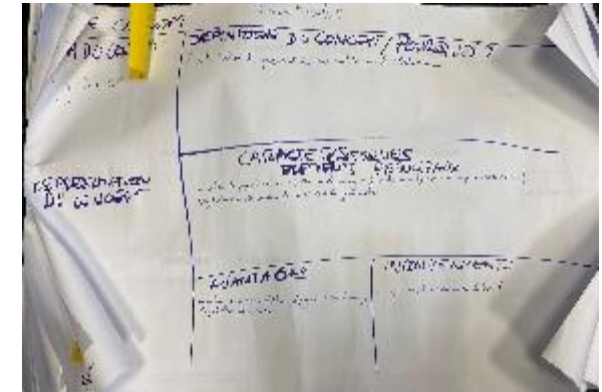
Les participants aux ateliers ont en suite affiné et co-construit les solutions envisagées lors d'ateliers inspirés de la méthode « design thinking »

Au cours du deuxième jour, les participants ont été invités à travailler autour de 6 axes, et ont élaboré une dizaine de fiches concept autour de solutions concrètes

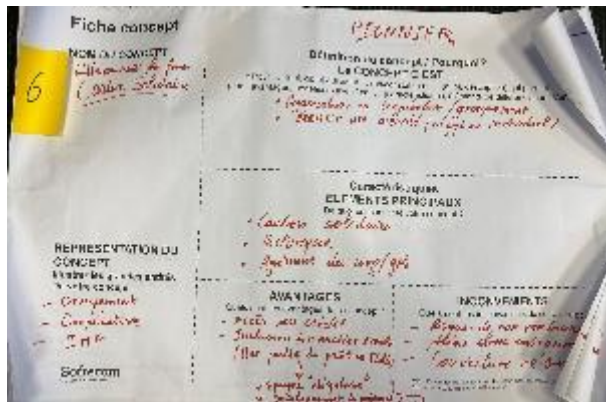
1. Agents augmentés
2. Interfaces adaptées
3. Nouveaux cas d'usages services financiers
4. Marketplace agricole
5. Dispositif d'interopérabilité
6. Base de données / crédit bureau



Mettre en place une plateforme d'information, achat et vente de produits agricoles



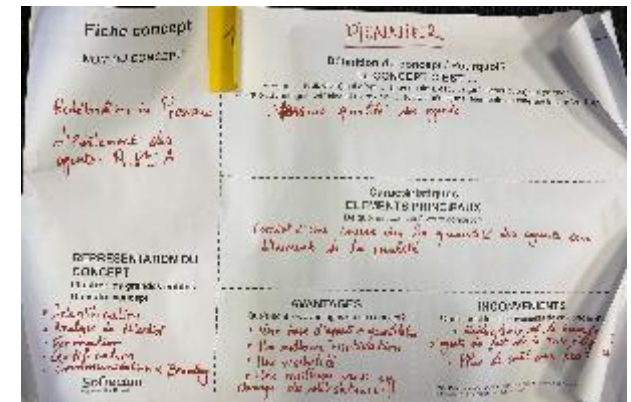
Digitaliser le paiement des frais de santé



Créer une plateforme permettant la digitalisation de cautions solidaires



Mettre en place un serveur vocal transactionnel



Redéfinir le process d'enrôlement des agents

Reco. #1 – Repenser le rôle des agents dans une optique de promotion et d'accompagnement des utilisateurs

Agents « augmentés »

Type d'initiative

Adaptation du modèle de delivery mobile money

Effort de mise en œuvre

Modéré



Définition

Ensemble des dispositifs permettant un accompagnement renforcé et spécialisé des utilisateurs ruraux par les agents mobile money

Lead potentiel de l'initiative

OTM et STA

Déclinaisons opérationnelles

- 1** **Agents nomades** : agents se déplaçant de village en village dans une zone donnée pour réaliser des transaction et sensibiliser les populations
- 2** **Réseau partagé** : réseau d'agents agnostique mis en commun et animé par tous les opérateurs (mobile money et STA)
- 3** **Renforcement des capacité des agents** : ensemble d'actions de formation et d'outils mis à disposition des agents afin d'en faire des ambassadeurs du mobile money capables de sensibiliser les populations

Niveau d'impact

Type d'impact	Intensité
Améliore la couverture du mobile money	● ● ●
Renforce l'accessibilité du mobile money	● ● ○
Renforce la résilience des agriculteurs	● ○ ○
Favorise accès à services financiers de 2 nd e génération	● ○ ○

Challenges adressés

- Les agents ne sont pas promoteurs du service, faute d'incitations adaptées, de disponibilité de la monnaie électronique, et de leur faible capacité à accompagner les utilisateurs
- Les utilisateurs de mobile money ressentent un inconfort dans l'usage d'interfaces textuelles et apprécient l'accompagnement offert auprès d'un guichetier / agent

Résultats attendus

- Les agents promeuvent activement l'utilisation des SFD
- Les agents assistent les utilisateurs dans la réalisation des transactions et les réalisent si besoin
- Les agents forment les utilisateurs ou les assistent dans l'utilisation de l'interface USSD
- Les agents sensibilisent les utilisateurs
- Les utilisateurs sont plus autonomes pour utiliser le service
- La visibilité et la disponibilité du service s'améliorent

Reco. #2 - Développer des interfaces adaptées à une audience non lettrée

Interfaces adaptées

Type d'initiative

Adaptation du modèle de delivery mobile money

Effort de mise en œuvre

Réduit



Définition

Concevoir une UX sur mesure et développer des interfaces digitales adaptées pour une audience non lettrée/ peu autonome avec l'outil digital

Lead potentiel de l'initiative

OTM et STA

Déclinaisons opérationnelles

- 1 **Interfaces vocales** : mise à disposition d'un canal d'accès au mobile money principalement vocal (IVR, voice bot, etc.) en plusieurs langues locales.
- 2 **Interfaces graphiques non textuelles** : mise en œuvre d'une interface graphique à partir d'icônes et d'images en lieu et place de texte
- 3 **Identifiants alternatifs** : systèmes d'identification dématérialisés (biométrie, QR code, etc.) pour une identification rapide, fiable et à distance

Niveau d'impact

Type d'impact	Intensité
Améliore la couverture du mobile money	● ○ ○
Renforce l'accessibilité du mobile money	● ● ●
Renforce la résilience des agriculteurs	● ○ ○
Favorise accès à services financiers de 2 nd e génération	● ○ ○

Challenges adressés

- Les agents ne sont pas promoteurs du service, faute d'incitations adaptées, de disponibilité de la monnaie électronique, et de leur faible capacité à accompagner les utilisateurs
- Les utilisateurs de mobile money ressentent un inconfort dans l'usage d'interfaces textuelles et apprécient l'accompagnement offert auprès d'un guichetier / agent

Résultats attendus

- Une plateforme mobile money supportant le canal vocal est développée
- De nouvelles interfaces adaptées sont mise à disposition des utilisateurs
- L'utilisation du service est facilitée : les utilisateurs peuvent utiliser le mobile money en choisissant l'interface qui leur sied le mieux (vocal, USSD, app.)
- Les utilisateurs sont plus autonomes pour utiliser le service

Reco. #3 – Concevoir des produits et services adaptés aux besoins des utilisateurs en zone rurale

Nouveaux services financiers

Type d'initiative

Extension de la proposition de valeur du mobile money

Effort de mise en œuvre



Définition

Développement de nouveaux services permettant de digitaliser des usages financiers spécifiques aux zones rurales/ à fort potentiel en zones rurales

Lead potentiel de l'initiative

Opérateurs de mobile money, STAs, banques et IMF

Déclinaisons opérationnelles

- 1** **Crédit digital** : micro ou nano crédit délivré sur un compte de mobile money sur la base de l'historique de transaction et/ou de données telco.
- 2** **Tontine / groupement d'épargne digital** : service d'épargne collaborative digitalisé. Paiements et compte d'épargne digitalisés.
- 3** **Assurance digitale** : service d'assurance (notamment agricole) dont les primes et l'indemnisation sont payées par le biais du mobile money

Niveau d'impact

Type d'impact	Intensité
Améliore la couverture du mobile money	● ○ ○
Renforce l'accessibilité du mobile money	● ○ ○
Renforce la résilience des agriculteurs	● ● ●
Favorise accès à services financiers de 2 nd e génération	● ● ●

Challenges adressés

- Prééminence des services financiers informels (épargne, crédit), faible compréhension de l'assurance, manque de produits adaptés aux cycles agricoles, appréhension des demandes de garantie, barrières tarifaires (perçues)
- Pertes d'efficacité dans les transactions et opérations liées à la production et commercialisation des produits agricoles

Résultats attendus

- Une pluralité d'acteurs propose un portefeuille de produits d'assurance, crédit et épargne à destination des producteurs
- Des produits financiers intégrés aux chaînes de valeur agricoles facilitent les flux financiers des parties prenantes
- Réduction de l'exposition aux risques agricoles des cultivateurs /producteurs
- Résilience renforcée des populations rurales agricoles grâce

Reco. #4 – Proposer des outils facilitant la mise en relation et les échanges commerciaux des agriculteurs

Marketplace agricole

Type d'initiative

Extension de la proposition de valeur du mobile money

Effort de mise en œuvre

Très élevé



Définition

Mise en place d'une plateforme digitale permettant de digitaliser la commercialisation des produits agricoles

Lead potentiel de l'initiative

OTM et fintechs

Déclinaisons opérationnelles

- 1 Commercial** : place de marché digitale de mise en relation des acheteurs de produits agricoles et de vendeurs facilitant les prises de commande
- 2 Paiement** : place de marché digitale garantissant les paiements entre acheteurs et vendeurs de produits agricoles, par mobile money
- 3 Information / formation** : plateforme permettant la collecte, le partage et l'envoi d'informations utiles aux producteurs (prix de marché, climat, bonnes pratiques...)

Niveau d'impact

Type d'impact	Intensité
Améliore la couverture du mobile money	● ○ ○
Renforce l'accessibilité du mobile money	● ○ ○
Renforce la résilience des agriculteurs	● ● ●
Favorise accès à services financiers de 2 nd e génération	● ● ○

Challenges adressés

- Prééminence des services financiers informels (épargne, crédit), faible compréhension de l'assurance, manque de produits adaptés aux cycles agricoles, appréhension des demandes de garantie, barrières tarifaires (perçues)
- Pertes d'efficacité dans les transactions et opérations liées à la production et commercialisation des produits agricoles

Résultats attendus

- Une plateforme connecte les différentes parties prenantes des CVA (producteurs, fournisseurs, acheteurs, institutions financières notamment)
- Les producteurs vendent + facilement et à meilleur prix
- Les producteurs et agro business gagnent en d'efficacité dans les transactions et opérations liées à la production et commercialisation des produits agricoles
- Les producteurs gardent un trace de leurs opérations agricoles et peuvent + facilement accéder au crédit et à l'assurance

Reco. #5 – Mettre en place des solutions d'interopérabilité qui fluidifient les transactions de paiement entre les acteurs

Dispositif d'interopérabilité

Type d'initiative

Infrastructure de paiement numérique

Effort de mise en œuvre

Très élevé



Définition

Déploiement d'un hub connectant prestataires de services de paiement et autres acteurs de l'écosystème rural.

Lead potentiel de l'initiative

BCEAO, Fintech, ANSI, OTM

Déclinaisons opérationnelles

- 1 **Agrégateur** : une solution technique simple et rapide à déployer permet de réaliser des transactions entre wallets de différents opérateurs
- 2 **Plateforme de paiement**: une plateforme ouverte à d'autres parties prenantes (facturiers privés, marchands, fournisseurs d'intrants) permet de développer le paiement marchand
- 3 **G2P/P2G** : l'interconnexion des administrations permet de gérer les flux de et vers les administrés de manière agnostique à l'institution dans laquelle est domicilié leur compte

Niveau d'impact

Type d'impact	Intensité
Améliore la couverture du mobile money	● ● ●
Renforce l'accessibilité du mobile money	● ● ●
Renforce la résilience des agriculteurs	● ○ ○
Favorise accès à services financiers de 2 ^{nde} génération	● ● ○

Challenges adressés

- Fragmentation de l'écosystème entre des acteurs utilisant des instruments de paiement non compatibles, difficulté des programmes de soutien à adresser directement les bénéficiaires
- Absence d'historique qui entrave l'accès au crédit faute de revenus et capacité financière documentés, difficulté des programmes de soutien à identifier les bons bénéficiaires

Résultats attendus

- Une plateforme accueille une variété d'acteurs et permet la compatibilité des moyens de paiement
- L'interopérabilité des services permet de faciliter l'utilisation du mobile money entre clients (particuliers et entreprises) de différents fournisseurs
- La possibilité pour des acteurs tiers de s'interconnecter facilement à l'écosystème mobile money dynamise le développement de cas d'usage

Reco. #6 – Mutualiser les informations pour améliorer la prise de décision et l'accès aux services de crédit et d'assurance

BDD / Credit bureau

Type d'initiative

Infrastructure de paiement numérique

Effort de mise en œuvre

Très élevé



Définition

Mise en place d'une base de données spécifique aux zones rurales.

Lead potentiel de l'initiative

ANSI ? Fintech ?

Déclinaisons opérationnelles

- 1** **Identification** : base de données digitale des profils des habitants des zones rurales et plus particulièrement des agriculteurs
- 2** **Infos. financières** : base de données digitale de l'historique financier des agriculteurs et des encours de crédit
- 3** **Infos. foncières et climatiques** : base de donnée de la propriété foncière et cartographie digitale des parcelles agricoles et de leur rendement

Niveau d'impact

Type d'impact	Intensité
Améliore la couverture du mobile money	● ○ ○
Renforce l'accessibilité du mobile money	● ○ ○
Renforce la résilience des agriculteurs	● ● ○
Favorise accès à services financiers de 2 nd e génération	● ● ●

Challenges adressés

- Fragmentation de l'écosystème entre des acteurs utilisant des instruments de paiement non compatibles, difficulté des programmes de soutien à adresser directement les bénéficiaires
- Absence d'historique qui entrave l'accès au crédit faute de revenus et capacité financière documentés, difficulté des programmes de soutien à identifier les bons bénéficiaires

Résultats attendus

- L'accès à un identifiant unique permet de faciliter l'identification et l'authentification à distance pour les acteurs des services financiers digitaux
- La possibilité pour des clients de donner accès à certaines informations financières facilite l'accès au crédit
- La compilation d'informations relative au foncier et aux rendements permet une évaluation plus précise des flux financiers et renforce la confiance entre producteurs, fournisseurs et institutions financières

Reco. #7 – Promouvoir et clarifier la proposition de valeur du mobile money auprès des utilisateurs

Campagne de communication

Type d'initiative

Adaptation du modèle de delivery mobile money

Effort de mise en œuvre

Modéré



Définition

Promotion des services de mobile money dans l'espace public sur la base d'une offre repensée pour lever les freins à l'adoption

Lead potentiel de l'initiative

OM, STA, ANSI

Déclinaisons opérationnelles

1

Communication media: des campagnes grand public permettent d'augmenter la notoriété des services et font connaître des nouvelles promesses fonctionnelles

2

Communication ciblée: des campagnes ciblées (par exemple en push sms ou vocal) sur des régions ou profils de clients mettent en avant des offres nouvelles ou adaptées à certains profils

3

Communication terrain: des campagnes de terrain dans les zones ciblées permettent de faire connaître le service, faire la démonstration du fonctionnement du service et ouvrir des comptes clients

Niveau d'impact

Type d'impact	Intensité
Améliore la couverture du mobile money	● ● ●
Renforce l'accessibilité du mobile money	● ○ ○
Renforce la résilience des agriculteurs	● ○ ○
Favorise accès à services financiers de 2 nd e génération	● ○ ○

Challenges adressés

- La notoriété des services de mobile money est limitée.
- La performance des services de mobile money est perçue comme inférieure à celle d'autres services tels que les sociétés de transfert d'argent.

Résultats attendus

- La notoriété des services est augmentée et insufflée l'idée que l'offre a évolué pour s'adapter aux besoins des clients.
- La présence d'interlocuteurs sur le terrain renforce la confiance envers les services.
- Des besoins spécifiques sont adressés, parfois en pilote sur des zones géographiques restreintes, pour développer l'intérêt envers les cas d'usage

Merci

Annexes

1. Etude de cas présentées lors des ateliers

ARB Apex Bank mène une initiative de création d'un réseau d'agents partagés au Ghana

• ARB Apex Bank : un ambitieux projet de 20 000 agents bancaires partagés en zones rurales

- ARB Apex Bank est une institution faîtière qui regroupe les banques rurales du Ghana, assurant à la fois leur supervision sur délégation de la Banque Centrale, et la mutualisation de certains services et prestations (CBS, refinancement).
- L'agency banking est déjà développé au Ghana mais le client d'une banque rurale ne peut pas pour l'heure réaliser des transactions auprès d'une branche ou agent d'une autre banque rurale
- Le projet, financé par la Banque Mondiale, doit permettre de recruter les agents, et de créer une plateforme rendant les branches et les agents interopérables.
- La plateforme s'interfacera avec les infrastructures nationales (GH-link, etc) afin d'éviter à chacune des 140 banques rurales de s'intégrer et de conserver le contrôle sur les règles et tarifs pour les transactions au sein de l'écosystème ARB.

140

banques rurales

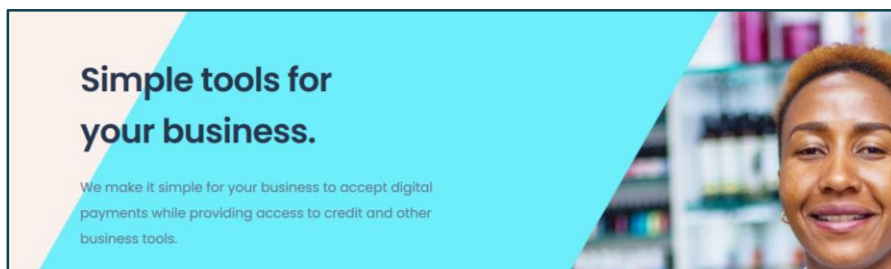
600

Branches non-interopérables à date

20 000

Agents à terme

Au Kenya et en Af. de l'Est, KopoKopo a créé une gamme de services à destination des marchands afin de favoriser le dvpt des paiements digitaux



- Chronologie : structure créée en 2011 au Kenya
- Implantation : plusieurs pays d'Afrique de l'Est parmi lesquels Kenya, Tanzanie, Ouganda, Rwanda
- Résultats : en 2016, plus de 10 000 marchands actifs en Afrique de l'Est ; 3 millions de \$ US de transactions par mois en 2014
- Modèle principal : revenue sharing avec opérateurs mob. money
- Aperçu des services offerts par Kopo Kopo :
 1. **Recrutement de marchands** : segmentation et ciblage des marchands, campagnes terrain, suivi et information régulière des marchands jusqu'à l'activation, agrégation éventuelle de services (ex. : Tanzanie, M-Pesa + Tigo Pesa)
 2. **Animation du réseau marchand** : visites terrain, campagnes de marketing direct (astuces, informations service...)
 3. **Support à l'activité des marchands** via une appli. informatique (« Business Operating System ») : outil de business intelligence, d'analyse marketing, de campagnes SMS...
 4. **Service d'avance de trésorerie** (voir ci-contre)

« Grow », l'avance de trésorerie offerte par Kopo Kopo qui séduit les marchands



Principe : ligne de crédit offerte aux marchands utilisant le service de paiement marchand

Nature : avance de trésorerie remboursable à court terme

Mécanisme de remboursement : prélèvement sur les commissions générées par les paiements marchands

Credit scoring : analyse de plus de 200 variables pour évaluer le risque, l'éligibilité et le montant du crédit

Intérêt des marchands : 1 an après lancement, 2 millions \$ US prêtés à plus de 500 marchands au Kenya

Accélérateur : plus les marchands remboursent vite en utilisant le paiement marchand, plus le montant qu'ils peuvent emprunter par la suite est élevé

Impact paiement marchand : plus de 40% d'augmentation des transactions (en valeur) en 6 mois chez les marchands utilisant Grow (CGAP)

Opportunity & Viamo - Une solution vocale pour activer l'usage des services financiers digitaux

La solution d'Opportunity permet de sensibiliser une population exclue du système d'épargne classique

Opportunity International, organisme de microfinance, a testé une solution vocale interactive au Ghana (2017 - 2018) et en Ouganda (2018 - 2019).

Opportunity International s'est associé avec Viamo, prestataire de solution mobile, pour construire le produit éducatif. Viamo était responsable d'enregistrer les messages en langues locales puis de diffuser les messages vocaux à l'ensemble des clients ciblés.

Objectifs :

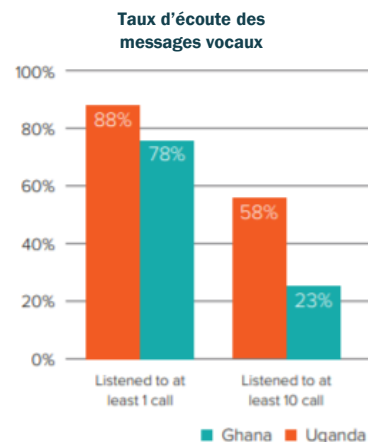
- Encourager les clients à épargner plus et réduire le taux de clients inactifs.
- Inclure les clients éloignés des services financiers (les femmes et les personnes peu instruites).
- **54 680 clients** (46 671 au Ghana et 8 009 en Ouganda) ont reçu **23 messages vocaux** pour les sensibiliser aux problématiques d'épargnes. Le clavier de leur téléphone leur permet d'interagir avec les enregistrements. En cas de question, une hotline est disponible.
- Les messages se regroupent autour des thèmes suivant : relation clients, culture générale, conseils et recommandations, actions et félicitations.

Ex : « Hello from Opportunity International. Big savings happens little by little. Simply save a little every week for a happy future. Set a savings goal today! Adjoa »

Les messages vocaux permettent simplement d'être en contact avec un public difficilement accessible

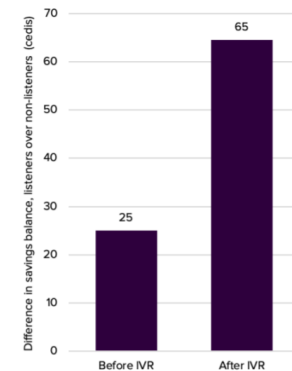
- La solution est un outil efficace pour toucher une grande audience à moindre cout et pour multiplier les points de contact avec les clients.
- Les messages vocaux permettent d'expliquer des services complexes à une population peu éduquée, mais aussi de recueillir des informations précises sur un publique difficilement accessible.

La majorité des clients ont écouté au moins un message



Le nombre d'appels écoutés impactent positivement les soldes de compte d'épargne

Difference in Savings Balances Between Listeners and Non-Listeners in Ghana (Dec 2017 vs. August 2018)



Paydunya agrège de multiples instruments de paiement digitaux et permet de collecter et de déboursier des paiements en masse, en fonction de l'instrument préféré par l'utilisateur – une « micro-interopérabilité »

paydunya

Pays : Sénégal

Organisation : Paydunya

Solution : Paydunya

Payment gateway (hub)
entre services de mobile money, comptes bancaires et cash pour **permettre aux entreprises de réaliser et recevoir des paiements depuis tous les canaux financiers**



Deux solutions : la collecte et le versement « en masse »



Collecte de paiements aux producteurs

Ordonner une collecte ou un versement de fonds

Une interface, sur laquelle télécharger un fichier Excel avec les informations de paiement de vos clients

Surveiller la collecte

Un tableau de bord avec les transactions effectuées, et en cours

Obtenir un reporting

Historique des transactions sur un fichier Excel, PDF



Envoi de paiements aux producteurs

Ordonner un versement de fonds

Une interface, sur laquelle télécharger un fichier Excel avec les informations de paiement de vos clients

Surveiller les versements

Fonds sont reçus sur un compte mobile money, bancaire ou en cash dans un point de retrait avec le code de reçu par SMS.

Obtenir un reporting

Solde, traçabilité des transactions, suivi en temps réel, historique en PDF ou Excel

Une multitude d'instruments de paiement pour faciliter la collecte et les versements



Le programme 4R, conçu par le PAM, vise à développer l'inclusion financière des petits exploitants autour d'une palette de cas d'usage

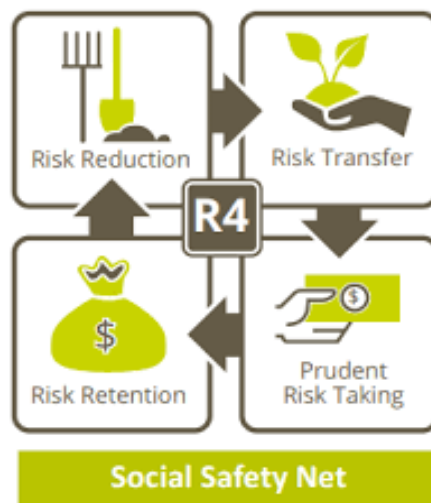
1 Réduction du risque

L'agriculteur reçoit une formation sur les services financiers et l'agriculture durable. Il participe également à la construction d'actifs communautaires facilitant l'agriculture : canaux d'irrigation, digues, systèmes de collecte des eaux de pluie, etc. Ces actifs augmentent la productivité et réduisent la vulnérabilité aux aléas et chocs climatiques.

4 Rétention du risque

Des groupes d'épargne et de crédit sont constitués et formés avec le soutien du programme. L'épargne accumulée sert à financer des actifs au niveau individuel ou communautaire. Ces groupes sont par ailleurs une voie d'accès au crédit pour les agriculteurs.

4 piliers du programme de résilience « 4R » du programme alimentaire mondial



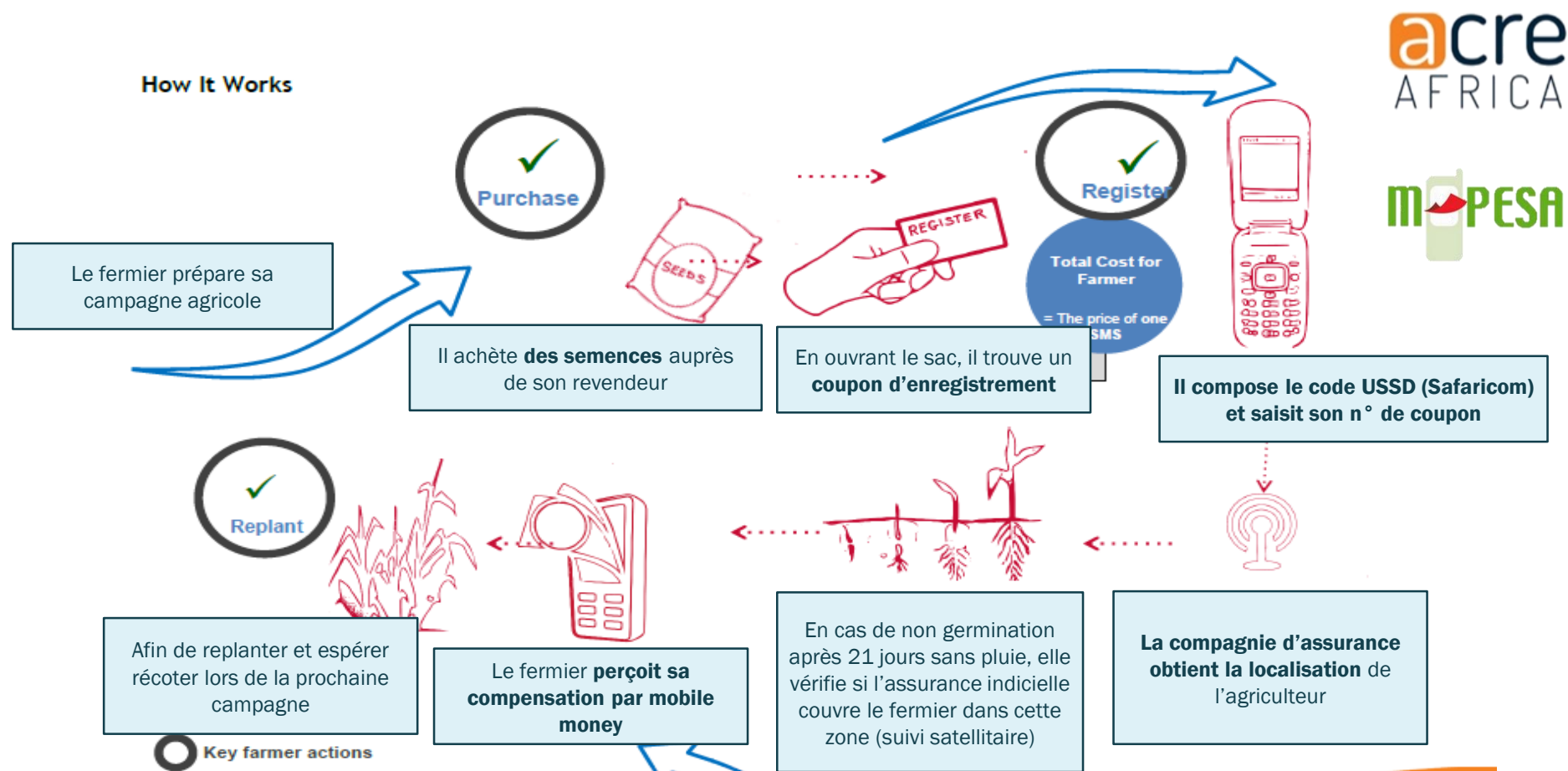
2 Transfert du risque

L'agriculteur s'assure, via un programme conçu par le PAM et déployé par des partenaires. 3 méthodes de paiement s'offrent aux participants : en cash, via une subvention ou par le travail

3 Prise de risque calculée

L'assurance permet à l'agriculteur de ne plus mobiliser de ressources financières pour faire face à un sinistre. Il peut plus facilement épargner et constituer un capital. L'usage d'intrants de qualités combiné à l'utilisation d'actifs communautaires lui assure une meilleure productivité et lui permet de constituer un stock. L'assurance, l'épargne et le stock ainsi constitués jouent un rôle de « garantie » et ouvre l'accès au crédit pour l'agriculteur

En Afrique de l'Est, Acre et Safaricom ont imaginé un système d'enrôlement astucieux à un service d'assurance qui favorise la digitalisation



acre
AFRICA

M-PESA

Digifarm – Une solution qui regroupe des services digitaux pour l'agriculture

Lancé en 2017 au Kenya, DigiFarm est la plateforme mobile intégrée de Safaricom pour les services numériques adaptés aux petits agriculteurs

Lancé en 2017 au Kenya, DigiFarm est la **plateforme mobile intégrée de Safaricom pour les services numériques adaptés aux petits agriculteurs**

La plateforme **fournit aux agriculteurs des services** permettant d'avoir accès à :

- une base de connaissance sur les best practices agricoles
- des intrants de qualités à des prix abordables
- des services financiers (crédit et assurance)
- Une marketplace pour les produits agricoles

Les objectifs de DigiFarm :

- faire du petit agriculteur un agriculteur rentable
- construire une plateforme qui permet à un agriculteur d'accéder en un seul endroit à tout ce dont il aurait besoin pour mieux produire

Leader sur son marché, DigiFarm améliore sa proposition de valeur grâce à des partenariats avec d'autres fournisseurs de service premium

Achat d'intrants

Accès à des intrants agricoles à prix réduit auprès des agents DigiFarm



Assurance agricole

Groupée avec un crédit Mavuno en tant qu'assurance obligatoire ou proposée séparément pour ceux payant leurs intrants en liquide



Information

Informations partagées sur le bétail et les cultures afin de connaître les meilleures pratiques et de maximiser les rendements



Crédit pour achat d'intrants

Crédit sous forme de bon à échanger pour recevoir des intrants agricoles auprès des agents DigiFarm



Marketplace agricole

Accès à une marketplace pour acheter des intrants ou vendre des produits agricoles à des tarifs compétitifs



Sources: Safaricom sustainability reports, Kenya Livestock Producers Association, General Manager DigiFarm Kenya

Au Nigeria, les autorités bancaires ont déployé une initiative interbancaire d'identification biométrique des clients qui ouvre la voie à de nombreuses opportunités



- Le BVN (numéro de vérification bancaire) est une **initiative biométrique** de la Central Bank of Nigeria
- Plus de **50 mns de personnes** disposent d'un BVN en septembre 2021
- Il s'est imposé comme **l'identifiant national principal**, compte tenu du retard du déploiement du système d'identité nationale (NIMC)
- **L'harmonisation des différentes bases d'identification nationales** est en cours (BVN, N° id. nationale, SIM)

Objectifs

- Constituer **une base de données harmonisée** des clients bancaires
- Fournir **un identifiant unique** des clients bancaires
- Sécuriser **l'identification correcte et unique** des clients
- Permettre l'authentification biométrique des utilisateurs, **sans carte**, en complément d'un code secret (PIN)
- **Repérer plus sûrement les clients** interdits bancaires (grâce à l'identification biométrique unique)



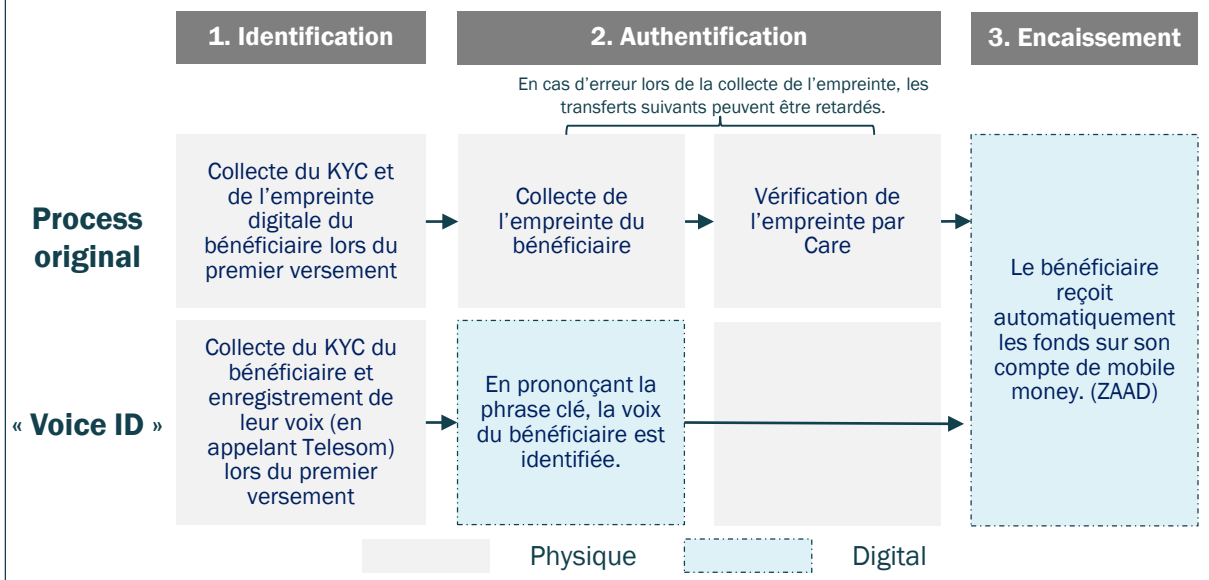
Modèle opérationnel

- Emission d'un n° de BVN unique à l'ouverture d'un compte **dans toute banque nigériane**
- **Saisie des informations biométriques** (empreinte digitale 10 doigts + reconnaissance faciale)
- **Authentification biométrique des clients** lorsqu'ils réalisent des opérations bancaires, avec **saisie d'un code PIN**, et vérification versus la base de données centrale

Care & Telesom – Une identification vocale pour simplifier le modèle de distribution

La mise en place d'une authentification vocale simplifie le décaissement d'aides sociales tout en améliorant la rapidité et la fiabilité du processus

- Care International, un organisme humanitaire, a besoin de **vérifier l'identité des bénéficiaires** de ses programmes avant de pouvoir débloquer les fonds.
- Le process de vérification physique implique **des déplacements longs** pour le personnel de Care et donc des **dépenses logistiques importantes**.
- En partenariat avec Telesom, l'opérateur local, une solution d'identification vocale a été testée auprès de 2000 bénéficiaires (2020).
- 99% des participants ont réussi à s'identifier** grâce à leur voix. Care estime pouvoir réduire de 50% ses coûts opérationnels.
- Le test réussi, **13 000 foyers sont aujourd'hui enregistré sur la solution Voice ID**



Vidéo de présentation du projet



Avantages du nouveau modèle

- L'authentification vocale est réalisable à n'importe quel moment de la journée et n'importe où.;
- Des coûts logistiques réduits;
- Des KYC conformes;
- Un délai de décaissement réduit.
- Les bénéficiaires sont authentifiés au premier essai.
- Un suivi en temps réel.

Source: GSMA