



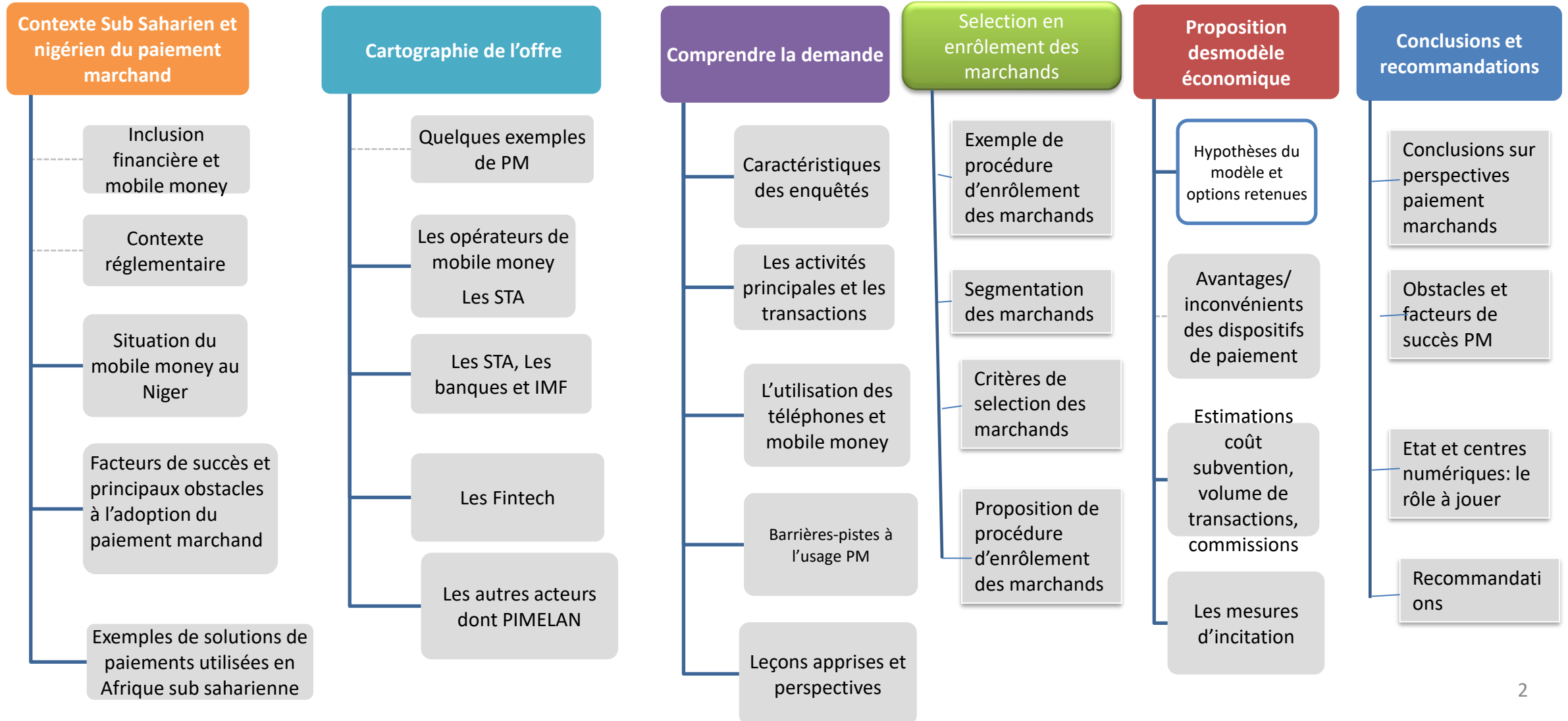
ETUDE SUR LES PAIEMENTS MARCHANDS DANS LES ZONES RURALES DU NIGER PVI – ANSI

RAPPORT FINAL



SOMMAIRE

Après le sommaire et le rappel des objectifs et de la méthodologie de l'étude, le rapport contient 6 parties :



Méthodologie



La Banque Mondiale appuie l'Etat nigérien dans sa volonté de développer l'économie numérique

Le Projet Villages Intelligents pour la Croissance Rurale et l'Inclusion Numérique (PVI) vise l'extension de l'accès aux services de téléphonie mobile à large bande et la fourniture de services financiers numériques dans certaines zones mal desservies.

Il est mis en œuvre sous l'autorité de l'Agence nationale pour la société de l'information (ANSI) et à travers sa **composante 3 - Inclusion financière numérique - vise**

- La création de Centres Numériques dans les villages intelligents
- L'amélioration de l'écosystème numérique
- La numérisation des paiements marchands et le développement de nouveaux produits financiers numériques avec un focus sur les exploitants agricoles et les femmes
- La création de plateformes numériques

Une étude pour définir les modalités de l'adoption des paiements marchands en zone rurale

Dont les objectifs spécifiques sont :

- comprendre l'écosystème des paiements marchands via mobile money : description détaillée de l'offre et de la demande existante, des parties prenantes, des flux financiers existants des groupes cibles, des principaux défis commerciaux et financiers des fournisseurs et des marchands ;
- compléter l'étude sur l'usage du mobile money dans les zones rurales du Niger pour ce qui est des conditions et modalités d'une large adoption et usage actif du paiement mobile ;
- proposer des modèles économiques adaptés selon les cibles et les mesures d'incitation susceptibles de favoriser l'adoption du paiement marchand ;
- définir les critères de sélection des bénéficiaires potentiels des subventions sur les dispositifs de paiement ainsi que l'approche la plus appropriée pour le recrutement et le lien entre ces bénéficiaires et les Centres Numériques.

L'approche utilisée

1

L'approche documentaire a permis de recueillir les informations pertinentes sur les données et expériences des paiements marchands:

- ❑ au Niger dans les zones rurales en particulier,
- ❑ dans la zone UEMOA,
- ❑ en Afrique sub-saharienne.

2

Les entretiens institutionnels se sont déroulés du 14 au 29 mars 2022 et ont touché 31 acteurs :

- ❑ 2 opérateurs de réseau mobile et 2 dealers,
- ❑ 2 STA et 6 Fintechs,
- ❑ 4 banques et 2 SFD,
- ❑ 6 institutions publiques,
- ❑ 2 projets/ONG
- ❑ 2 acteurs agricoles
- ❑ 3 bailleurs/investisseurs

3

Les enquêtes terrains ont touché 30 villages + communauté Urbaine de Niamey et ont suivi la chronologie suivante:

- ❖ 14 au 16 mars 2022, formation des enquêteurs,
- ❖ 17 au 29 mars 2022 administration des questionnaires sur des tablettes (système CAPI d' ODK Collecte sur Kobo Toolbox).

L'enquête a concerné 626 personnes dont :

- ❑ Commerçants (52%),
- ❑ Groupe des femme/tontine (19%),
- ❑ Salarié public ou privé (9%),
- ❑ Agriculteur/Elevage/Pêche et coopérative agricoles (9%),
- ❑ Chef d'entreprise (6%),
- ❑ Travailleur journalier (maçon, taximan, etc.)(2%),
- ❑ Artisan (3%)

La selection des personnes ayant participé à l'enquête a été réalisée à l'aide des autorités locales dans chaque village. Les écarts des proportions des différentes catégories enquêtées sont fonction des objectifs, du poids de chaque catégorie et de la sociologie des villages.

Entretiens approfondis avec les acteurs institutionnels

Type d'acteur	Structure	Type d'acteur	Structure
Acteurs publics	ANSI	Incubateur	2mInvest
	UEP/PVI	Sté de transfert	Nita Trasfert
	DGI		Al-iza Trasfert
	ARCEP	SFD	ACEP
	Trésor Public		CAPITAL FINANCE
	Chambre de commerce	Acteurs agricoles	RECA
	Poste finance		CAIMA
	SNFI		Mercy-Corps
Fintech	ITECH-CENTER	ONG/Bailleurs/ projets	MCA
	NOVATECH		PIMELAN
	YuLcom		CARE
	Optimus engineering		UNCDF
	i-Futur		ECOBANK
Réseaux d'agents	Master agent/Dealers	Banques	BOA
OTM	Airtel		BAGRI
	Zamani	Acteurs sous régionaux	Wave
Incubateur	CIPMEN		Wizall

Les entretiens ont eu lieu du 14 au 29 mars avec les structures ci-contre et ont eu pour centres d'intérêts :

i. Pour les acteurs publics

- Lien entre Centres Numériques et paiement marchand
- Projets de digitalisation des paiements de l'Etat
- Réglementation et fiscalité des paiements marchands

ii. Pour les Fintech

- Solutions liées au paiement marchand
- Dispositifs utilisés et modèle économique
- Liens fintech-institutions financières et opérateurs momo
- Contraintes à leur développement et rôle de l'Etat

iii. Pour OTM et STA

- Couverture des zones et solutions Momo proposées
- Dispositifs utilisés et modèle économique
- Collaboration avec les autres acteurs
- Contraintes rencontrées et perspectives
- Rôle de l'Etat et de la réglementation

v. Pour les banques et les SFD

- Services Momo ou B2W offerts aux clients
- Dispositifs utilisés et modèle économique
- Collaboration avec les autres acteurs
- Contraintes rencontrées et perspectives

vi. Pour les acteurs agricoles et les projets/programme

- Système de paiement utilisé
- Expériences en digitalisation
- Recommandations sur l'approche paiement marchand/client en zone rurale

La sélection des villages et des bénéficiaires enquêtés

Liste des 80 villages du Système d'Information sur les Marchés Agricoles basée sur le dynamisme économique

Suppression des zones d'insécurité, des chefs lieux de région et des villages de moins de 5 000 habitants

30 villages sélectionnés dans des zones faciles d'accès en planifiant de préférence les enquêtes les jours de marché plus Niamey

626 personnes enquêtées dont :

- ✓ 45% de femmes
- ✓ 48% de jeunes (moins de 34 ans)
- ✓ 10% d'agents mobile money

Région	Localité de la base SIMA	Localité échantillon
Agadez	6	3
Diffa	6	1
Dosso	9	4
Maradi	12	6
Tahoua	14	6
Tillabéri	14	4
Zinder	14	6
Niamey	5	1
Ensemble	80	31

Dans ces localités, les Centres Numériques devront jouer un rôle vis-à-vis des marchands et des utilisateurs ou futurs utilisateurs des services de mobile money, en particulier sur le volet éducation.

Liste des villages sélectionnés pour l'enquête terrain

Index	Régions	Départements	Localités	ESTIMATION POP 2021	Personne enquêté
1	TAHOUA	Madaoua	Tounfafi	5 533	18
2	TILLABERI	Kollo	Kirtachi	6 533	20
3	DIFFA	Goudoumaria	Goudoumaria	6 557	20
4	AGADEV	Aderbissinat	Aderbissinat	6 592	20
5	TAHOUA	Bouza	Bouza	7 882	22
6	ZINDER	Takeita	Koundoumawa	8 043	19
7	DOSSO	Dioundiou	Dioundiou	8 542	20
8	MARADI	Dakoro	Sabon Machi	11 803	20
9	AGADEV	Ingall	Ingall	12 139	21
10	TAHOUA	Illela	Badaguichiri	16 710	20
11	TILLABERI	Filingue	Filingue	18 289	20
12	TAHOUA	Malbaza	Galmi	19 597	20
13	MARADI	Mayahi	Mayahi	19 637	20
14	MARADI	Madarounfa	Dan Issa	20 260	20
15	DOSSO	Birni N'gaoure	Birni N'gaoure	20 515	20
16	MARADI	Gazaoua	Gazaoua	20 706	25
17	TILLABERI	Say	Say	22 122	20
18	TILLABERI	Ballayara	Ballayara	22 714	20
19	ZINDER	Goure	Goure	25 419	20
20	MARADI	Aguie	Tchadoua	28 239	22
21	ZINDER	Tanout	Tanout	29 883	22
22	TAHOUA	Abalak	Abalak	30 820	19
23	ZINDER	Kantche	Matameye	38 966	19
24	ZINDER	Magaria	Magaria	38 989	21
25	ZINDER	Mirriah	Mirriah	40 673	20
26	DOSSO	Dogondoutchi	Dogondoutchi	53 158	20
27	DOSSO	Gaya	Gaya	64 153	20
28	MARADI	Tessaoua	Tessaoua	65 484	20
29	TAHOUA	Birni N'konni	Birni N'konni	94 609	20
30	AGADEV	Arlit	Arlit	110 980	20
31	NIAMEY	NIAMEY	Niamey	1 448 926	18

1^{er} Quantile
200 enquêtés
(32%)

17 762 Hab

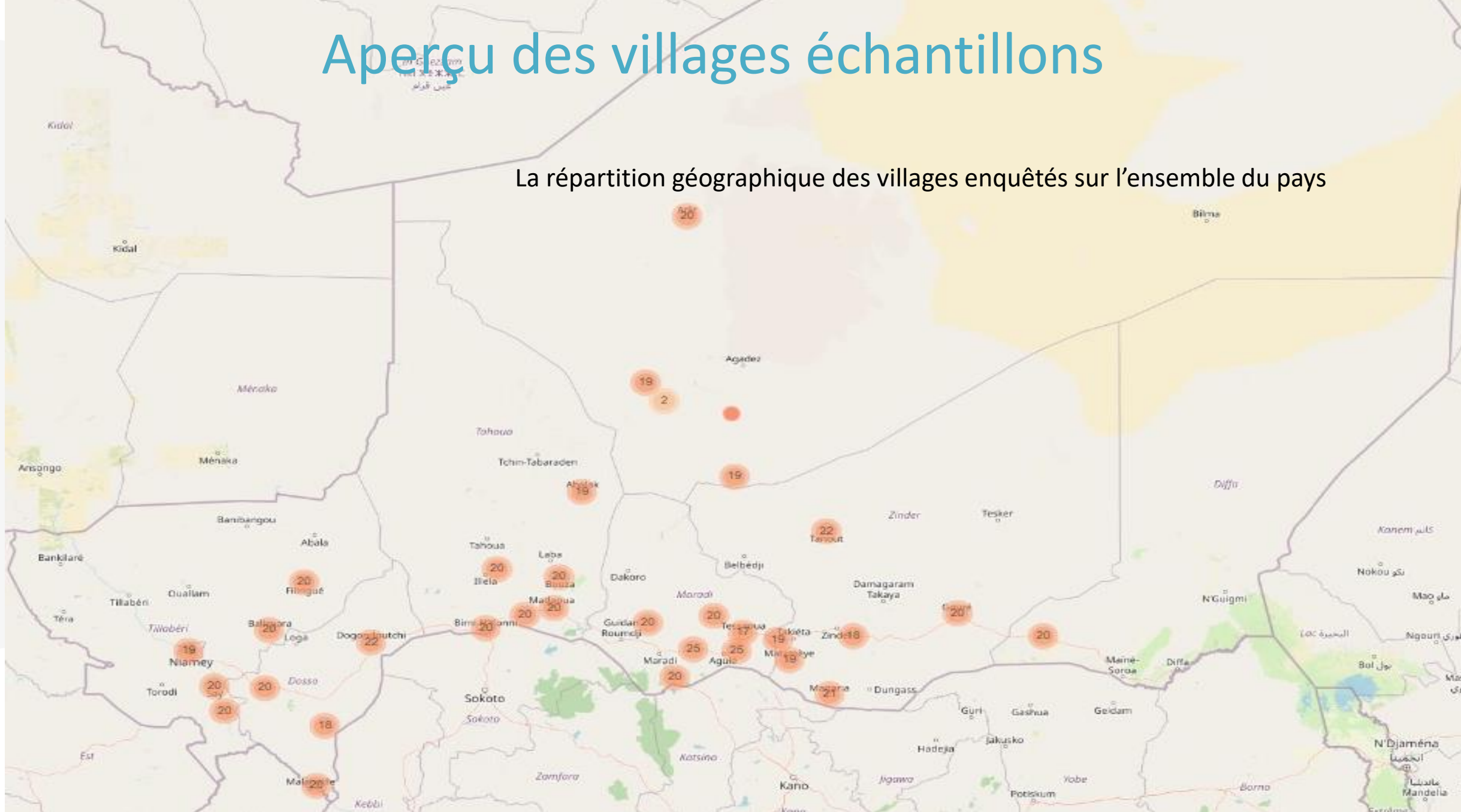
2^{ème} Quantile
229 enquêtés
(36,7%)

30 195 Hab

3^{ème} Quantile
197 enquêtés
(31,5%)

Aperçu des villages échantillons

La répartition géographique des villages enquêtés sur l'ensemble du pays



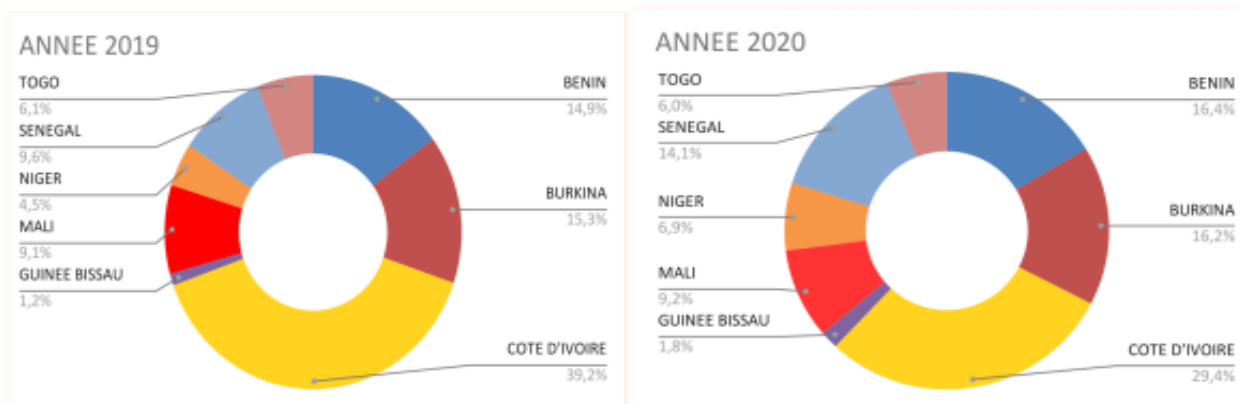
Le contexte



L'inclusion financière et le Mobile Money

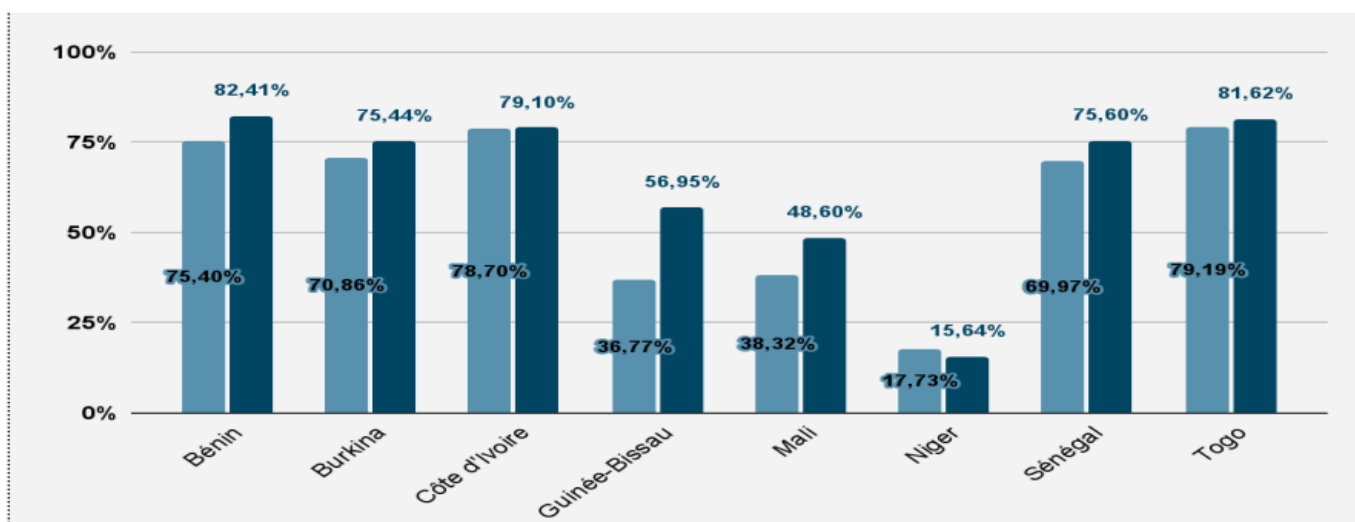
Zone UEMOA

Graphique 8 : Répartition des comptes de monnaie électronique par pays en 2019 et 2020



Source : BCEAO - Rapport annuel évolution services financiers numériques UEMOA 2020

Graphique n°10 : Taux global d'utilisation des services financiers dans les pays de l'UEMOA



Source : BCEAO - Rapport annuel situation inclusion financière UEMOA 2020

En 2020, la zone UEMOA comptait 94,23 millions de comptes mobile money, dont 60% détenus par les EME et 40% par les banques en partenariat avec des Fintech ou des opérateurs.

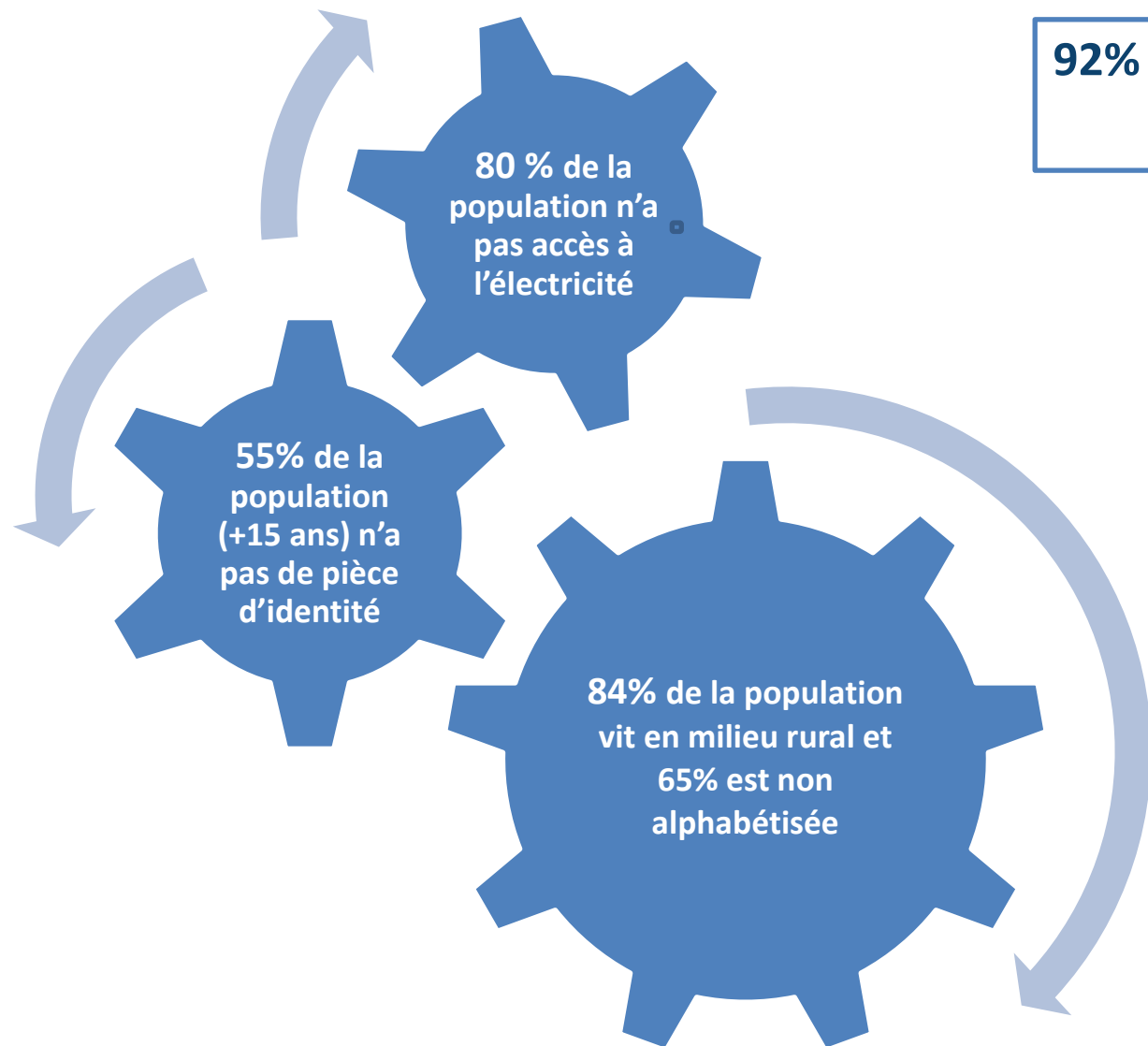
Le taux d'activité global est de 45%.

Le Sénégal, le Bénin, le Burkina et la Côte d'Ivoire détiennent 76% des comptes Mobile Money actifs dans l'UEMOA en 2020.

Le Niger, le Sénégal et la Guinée-Bissau comptabilisent les taux d'évolution les plus élevés en terme de nombre de comptes, respectivement 88,84%, 80,07% et 79,69% en 2020. Mais le Niger a le plus faible taux global d'utilisation des services financiers de l'Union avec 15,64% en 2020, en recul par rapport à 2019.

- Le Bénin, suivi de la Côte d'Ivoire et du Togo, enregistre le taux de couverture géographique des services financiers le plus élevé de l'Union, avec 1533 points de services sur 1000 km².
- Le mobile money contribue à hauteur de 49% à l'inclusion financière de l'Union qui ressort à 64%.

Quelques chiffres qui illustrent le contexte particulier du Niger



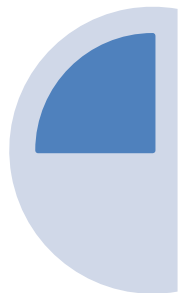
92% de la population est couverte par la 2G, **74%** par la 3G
30% d'accès global à internet

53% de pénétration des téléphones mobiles
17% pour les smartphones

9% de taux de bancarisation stricte
6,5 millions de comptes mobile money ouverts dont **4,22%** sont actifs

37% de taux d'activité des points de service mobile money et la **plus faible densité** de toute la zone UEMOA avec 0,3 points actifs pour 1000 habitants

Le contexte réglementaire



Zone UEMOA

Mesures prises par la BCEAO en 2020 dans un contexte COVID pour accroître l'utilisation des moyens de paiement digitaux

Instruction n°013-11-2015 BCEAO relative aux modalités d'exercice de l'activité de transfert rapide d'argent

Instruction n°008-05_2015 BCEAO régissant les modalités et conditions d'exercice des EME

Instruction n°01-01-2020 BCEAO relative à la comptabilisation des opérations de monnaie électronique

Autorités de Régulation des Télécommunications (ART) ont pris des mesures pour libéraliser l'accès aux codes USSD, réduire les tarifs, protéger les usagers et améliorer la qualité des services offerts par les opérateurs.

Accompagnement de la connexion des Trésors Publics Nationaux à la plateforme du GIM-UEMOA pour l'émission de monnaie électronique et l'adoption d'instruments de paiement innovants. Un [Guide pour la digitalisation des paiements des Etats membres de l'UEMOA](#) a été élaboré par le CGAP.

=> **La BCEAO privilégie le projet d'interopérabilité du GIM UEMOA pour les paiements publics.**



Niger

Plan stratégique Niger 2.0 (juillet 2017) promeut l'économie numérique et le commerce électronique au Niger.

Loi relative à la protection des données à caractère personnel (n° 2017-28 du 03 mai 2017).

Loi portant réglementation des communications électroniques au Niger (n° 2018-045 du 12 juillet 2018).

Loi portant sur les transactions électroniques au Niger (n° 2019-03 du 30 avril 2019) d'où il ressort que les signatures électroniques n'ont pas encore d'existence légale.

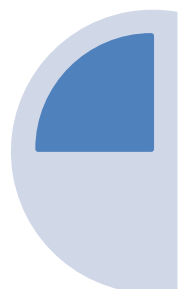
Loi portant organisation de la concurrence (n°2019-56 du 22 novembre 2019)

Création de l'ARCEP, Autorité de Régulation des Communications Electroniques et de la Poste (Loi n° 2018-47) et Décision N° 008/ARCEP/CNRCEP/20 du 15/07/2020 portant sur les conditions et modalités d'ouverture d'accès et d'exploitation du canal USSD.

Loi n° 2017-82 du 28 novembre 2017 portant loi de finances pour l'année budgétaire 2018, de la télé-déclaration et du télépaiement des impôts, droits et taxes par les contribuables.

=> **Pas encore d'instruction sur la comptabilisation des opérations monétaires de l'Etat (monnaie électronique pas acceptée par la Cour des Comptes).**

La situation des services de Mobile Money



Zone UEMOA

Les opérateurs de téléphonie mobile jouent un rôle central dans le paysage des plateformes numériques en Afrique subsaharienne, principalement en tant que fournisseurs de connectivité pour accéder aux services numériques et les distribuer, mais aussi en tant que **fournisseurs de plateformes numériques** par le biais de la propriété directe et/ou en partenariat avec des Fintech.

L'offre de services financiers via la téléphonie mobile est restée circonscrite aux **services de première génération**, avec une prépondérance des opérations de rechargement de porte-monnaie électronique, suivies des retraits d'espèces et des transferts de personne à personne. La part des paiements marchand est très faible.

Les **réseaux d'agents ont toujours une importance cruciale** car la majorité de la population vit toujours dans les zones rurales, éloignées des points de services classique et ont besoin de faire des CICO.



Niger

Trois opérateurs offrent des services financiers numériques en partenariat avec des banques : Atlantique Télécoms – Banque Atlantique (Moov Flooz), Celtel Niger - Ecobank (Airtel money) et Zamani Com – BOA (Zamani cash Ex Orange Money) qui ont axé leurs services **sur le paiement de facture et l'achat d'airtime**.

Six Sociétés de Transfert d'Argent (Al Izza, Nita, Amana, BNIF, Zeyna, Soulous) sont prédominants sur les transferts d'argent et ont développé leur **solution de mobile money** et sont en cours de lancement / déploiement mais réticence de la BCEAO à leur entrée sur le marché (Nita attend un avis conforme depuis 2019).

Le **paiement marchand est quasiment inexistant** : selon le rapport annuel 2020 sur l'évolution des services financiers numériques dans l'UEMOA de la BCEAO, il y a 2 252 marchands inscrits pour effectuer des transactions de paiement marchand dont seulement 87 sont actifs (3,86%) et 146 marchands acceptent les paiements via TPE (stations essence, supérette essentiellement).

En 2020 : 12,36 millions de transactions mobile money ont été réalisé pour une valeur totale de 178 milliards FCFA. 34% des transactions concernent les recharges airtime, 25% les recharges mobile money, 19% les paiements de facture, 6% les transferts intra UEMOA et 4% les P2P.

Le Mobile Money n'a pas réussi à décoller au Niger

Seul pays de la zone UEMOA où l'activité de monnaie électronique enregistre un recul depuis 2016. Selon le rapport annuel 2020 sur l'évolution des services financiers numériques dans l'UEMOA de la BCEAO, entre 2018 et 2020, le taux d'activité s'est vu divisé par deux, passant de 10% en 2018, à 4,86% en 2019 et 4,22% en 2020.

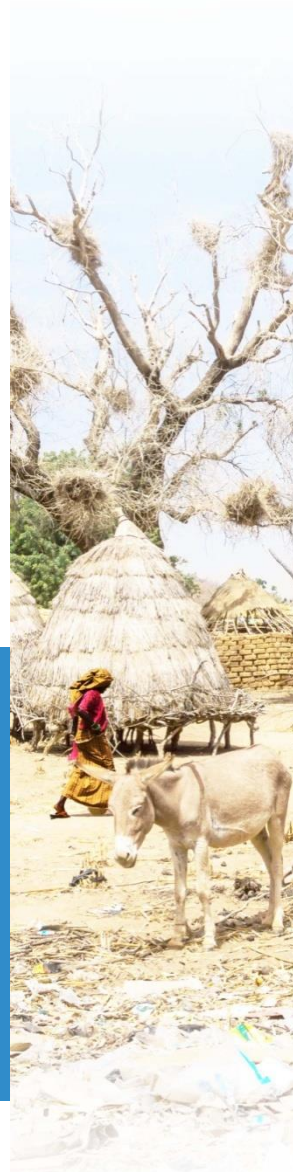
En 2020, 12,36 millions d'opérations ont été réalisées pour un montant de 178 milliards de FCFA en baisse de 17,07% en volume et de 11,02% en valeur par rapport à 2019.

Cette évolution s'est également reflétée au niveau du réseau de distribution, par une baisse de 28% du nombre de points de services, qui s'établit à 16 304 en 2020 contre 22 671 en 2019.

Cette situation particulière pourrait s'expliquer par une **multitude de facteurs dont :**

- un marché du transfert d'argent dominé par les initiatives locales (STA),
- l'absence de carte d'identité pour pouvoir répondre à l'obligation d'identification des détenteurs de mobile money,
- un réseau d'agent peu intéressé par les opérations de CICO et peu encadré,
- des problèmes de connectivité (y compris à Niamey, GSM et internet) et d'énergie en milieu rural,
- la cherté des smartphones du fait d'une fiscalité importante,
- des services proposés qui correspondent peu aux besoins,
- des tarifs élevés et non transparents pratiqués par les agents surtout en zone rurale,
- l'absence de service client efficace pouvant donner des réponses adéquates et dans un délai acceptable en cas d'erreur de transactions.

L'offre



Les opérateurs de mobile money ont des difficultés à développer leurs services

Airtel

400 agences. API disponible en libre accès.

Service marchand au niveau des commerciaux du siège (contrat à signer et mise en place du service). SIM marchand avec le code marchand affiché dans la boutique et lien avec son compte bancaire. Tarification : services où le client supporte le coût (par palier 70F de 500 à 5000F, 100F de 5000 à 10000F) ou le marchand (3,5% à 2% en fonction du volume).

B2W avec Ecobank, Sonibank, Orabank, BOA.

Paiement de factures (Nigelec, Seen, Canal, Telestar)

Zamani

2 137 marchands à Niamey dans la base dont moins de 2% est actif et moins de 50% sont aussi des agents (restaurant, station). Tarification : 50 Fcfa à la charge du client. Pas de frais pour le marchand.

TPE pour les stations essence avec impression des reçus (Oriba et STS).

B2W avec Ecobank, BOA, Sonibank, Orabank, Coris, Bque Atlantique.

Paiement de factures (Nigelec, Seen, Canal, Telestar) : bonus de 10% de la facture positionné en bonus de communication.

Tarif pour 10 000 FCFA	Airtel	Zamani	Al Izza	Nita
Retrait	300	200	200	0
Paiement de facture	200	190	100	100
Transfert domestique (compte à compte)	40	50	0	300
Paiement marchand	100	50	0	0

Le modèle économique des opérateurs a depuis le départ privilégié l'airtime, par exemple Airtel donne aux agents :

- entre 5 et 7% de commissions sur l'airtime (sous forme de crédit qui peut être vendu),
- entre 0,7% et 1% de commissions sur le CICO (payées en cash à l'agent).

De plus, la communication faite autour des services mobile money a privilégié le paiement de factures (12% des transactions en 2018) ce qui a entraîné globalement plus de CI que de CO.

Les opérateurs sont plus chers que les STA sur le paiement de facture et le paiement marchand.

Pour un transfert domestique (P2P via mobile money) de 10 000 F, le coût total pour un client est (du plus cher au moins cher) :

- Airtel (3% + 40F) : 340F
 - Nita (3%) : 300F
- Zamani (2% + 50F) : 250F
 - Al Izza (2%) : 200F

Les STA ont la capacité de développer et perturber le marché

Al Izza transfert

Plus de 600 agences sur l'ensemble du pays et des agents mobiles dotés de TPE. Le groupe détient un SFD de finance islamique.

Application Al Izza Money disponible sur Play store, App store et Huawei.

Services : transfert compte à compte et compte à cash, paiement de facture avec reçu format pdf, paiement marchand avec QR code (scanne et saisie code secret), crédit airtime Airtel, Zamani et Moov, Niger telecom, B2W avec Sonibank.

Canal USSD disponible #105# avec Airtel.

Nita transfert

750 agences : couvre 100% communes urbaines et 68% communes rurales

Application MyNita disponible sur le site web et en agence.

Enrôlement en ligne pour les comptes light et identification à distance (mail, whatsapp) soit en agence.

Services : transfert compte à compte et compte à cash, paiement de facture avec reçu format pdf, paiement marchand avec QR code (scanne et saisie code secret), crédit airtime Airtel et Zamani, B2W en cours avec BSIC et BOA.

Canal USSD disponible #401# avec Zamani, même service que l'application MyNita.

Les STA sont des établissements financiers à caractère bancaire et à ce titre ils peuvent émettre de la monnaie électronique. Les principaux atouts des STA sont : la confiance des populations, une bonne couverture géographique, la simplicité des services, la transparence des tarifs et la disponibilité du cash dans les agences y compris en zone rurale.

En supposant que la BCEAO n'émettra pas d'avis défavorable, le développement de services de mobile money par les STA va perturber fortement le marché et espérons à l'avantage des clients. Le développement de l'ensemble des services de 1^{ère} génération peut aller assez vite surtout si la demande existe.

Les banques se sont digitalisées mais sont peu innovantes en dehors d'Ecobank

BOA

Application My BOA et canal USSD, B2W avec Zamani et Airtel, en projet avec Moov. Tarification B2W : 200F quelque soit le montant, W2B : 1,5% du montant.

BAGRI

Application Bagrinet, pas de canal USSD.

Partenariat en discussion avec Al Izza pour permettre aux clients de rembourser leurs crédits à travers Vero pay, plateforme qui sera installée dans les agences Al Izza. Possible de consulter les mouvements et solde, acheter du airtime. Prévu de pouvoir faire une demande de crédit, un virement bancaire.

Ecobank

Application Ecobank Mobile et canal USSD, B2W avec Zamani, Airtel et Moov. Réseau d'agents Xpress : 600 points déployés dont 67% actifs et 33% à Niamey équipés de TPE android. 200 000 comptes Xpress, taux d'activité de 40%.

Ecobank mobile permet l'envoi sur un compte Ecobank ou Xpress ou autres banques au Niger, le paiement marchand via QR code ou USSD avec une carte bancaire (EcobankPay), le paiement de factures, ouverture d'un compte Xpress light et création d'un QR code marchand. Pas encore très développé au Niger. Autre moyen de paiement : TPE donné en location aux marchands

Niger Poste

Projets CCP mobile et eMoney pour digitaliser les salaires des contractuels.

Les IMF ont toujours des difficultés à se digitaliser

Des projets sont en cours surtout du côté de **Capital Finance**, B2W avec l'opérateur Moov (code USSD #157#). Services prévus : consultation solde et mouvements, demande de crédit, ouverture de compte, achat airtime, transfert, paiement de factures.

Application "Bindoo mobile" développée par Mediasoft, interopérateurs et disponible sur playstore qui intègre le paiement marchand. Test fait avec des TPE mais arrêt pour privilégier l'application Bindoo.

Du côté d'**ACEP** le fait que le SIG et l'infrastructure informatique ne soient pas adaptés à l'intégration d'API, bloque tous leurs projets digitaux.

Les Fintech sont dynamiques et proposent de multiples solutions adaptés au contexte

FINTECH	I FUTUR		NOVATECH		ITECH CENTER		YULCOM	Optimus Engenering
Produit	Payschool	IPAY	E-KOKARI	SAWKI PAY	AGRITECH shop	IMANI	YULPAY	
Type de produit	Paiement	Agrégateur de paiement	Conseil agricole	Paiement	Vente	Finance	Agrégateur de paiement	Switch
DESCRIPTION PRODUIT	Paiement des frais de scolarité via Momo (STA et opérateurs) ou banque.	Application qui facilite l'interopérabilité des systèmes de paiement : cartes Visa ou Mastercard, le Momo (les 3 opérateurs et 2 STA). Développe un réseau d'agents et de marchands.	Application de conseils agricoles en langue (audio et video). Lien avec les groupes Telegram. Mise en relation des producteurs et acheteurs (photos sur la plateforme et commande en vocal).	Paiement de masse pour les projets de cash transfer et cash for work	Plateforme de vente de produits agricoles : commande, validation via call center, livraison sur Niamey. Paiement en ligne ou à la livraison.	Plateforme financière pour élargir les services des SFD : transfert d'argent, e-tontine, paiement de facture, crowdfunding, paiement marchand, achat de services (prime assurance, vignette, crédit, ...)	Plateforme de paiements en ligne par cartes bancaires, mobile money. Yulpay intègre de l'IA et accepte les paiements sur les sites web et les applications mobiles.	Mini Switch interopérable entre opérateurs et STA
Cible	Ecole	Marchands	Projet agricole	ONG, PAM, UN	Agriculteurs	SFD	Entreprise	
CANAL	Plateforme web	Application Playstore, carte, NFC, QR code, sms	Application, Sms, IVR	Application, Sms, IVR, QR code	Application Playstore, sms, cartes, QR code	Application Playstore, sms, WhatsApp	Plateforme Web, application mobile, sms	Plateforme Web, application mobile, USSD (avec IVR)
Interopérabilité	Oui	Oui		Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Commentaires	En test dans 3 écoles.	Opérationnel au Niger, utilise TPE android	Pas de système de paiement intégré	En cours d'intégration des Momo et STA	Opérationnel au Niger	En cours d'intégration des Momo et STA	Solution pas opérationnelle au Niger	Solution pas opérationnelle au Niger

Les Fintech ont des solutions adaptés au marché nigérien mais ont des difficultés à approcher l'Etat, les projets et les opérateurs pour pouvoir les commercialiser à grande échelle. Un cadre d'échange pour qu'ils présentent leurs solutions aux acteurs intéressés par la digitalisation des process, paiement, etc leur permettrait de se faire connaître et de faciliter les partenariats.

Les autres acteurs qui interviennent en Finance digitale ou dans l'agriculture

UNCDF

UNCDF travaille à la digitalisation des transactions financières à travers plusieurs projets : DESERT (cash for work), « Tirer parti de la finance numérique pour accroître la résilience des pays ACP » (appui aux projets de digitalisation des IF) et DURAZINDER (éducation financière, cash for work avec Moov). Collabore avec iFutur pour leur plateforme intégrée de paiement (iPay) et la mise en place de réseaux d'agents munis de TPE inter opérateur VISA-Mastercard-Momo, Moov pour les transferts via mobile money.

MCA (Millenium Challenge Account)

Organisation du marché des engrais après la libéralisation décidée par l'Etat et le retrait de la CAIMA. 2 organes régulent et supervisent l'approvisionnement d'engrais au Niger OMEN (Observatoire Marché Engrais Niger) et COTEN (Comité Technique d'Engrais). Système en test de cartes e-voucher approvisionnées dans les agences Nita et présentées aux agrodealers puis paiement auprès des IF partenaires.

RECA (Réseau National des Chambres d'Agriculture)

Elaboration de messages vocaux de vulgarisation agricole qui pourraient être mis à disposition des Centres numériques. Utilisation de la plateforme Agritech pour faciliter la mise en relation des acheteurs et fournisseurs d'intrants. Les producteurs ont généralement des smartphones (RECA en a donné quelques uns dans chaque bassin de production) et utilisent les groupes WhatsApp pour échanger des informations avec les fournisseurs. Le paiement est généralement assuré par les STA.



Le projet Banque Mondiale d'appui aux chaînes de valeur agricole

Projet PIMELAN

Elaboration d'une liste des acheteurs au niveau national, régional et international. Mise en relation des producteurs des chaînes de valeurs appuyés par le projet (pisciculture, volaille, lait, bétail viande, cuirs et peaux, niébé, moringa, pomme de terre, poivron, sésame, tomate, oignon, riz) et avec ces acheteurs. La plateforme est à concevoir.

Digitalisation des remboursements de crédit sous la responsabilité des IF partenaires : BAGRI, Banque Atlantique, BOA, BSIC, ACEP, Yarda majia.

Beaucoup de groupes WhatsApp existent déjà (les fermiers du Niger, centre appel RECA, aviculteur, passionné de l'agriculteur, ...) et d'autres se créent en fonction des projets pour échanger des informations.

La liste des 845 acheteurs recensés au niveau national a été partagée avec PVI, il en ressort :

- **90% sont des hommes**
- **46% sont à Niamey** et **17%** dans la région de Tahoua (chef lieu de département ou de commune)
- **17% ont un n° RCCM et NIF**
- **13%** ont un compte bancaire ou SFD et **2%** un compte mobile money
- **47%** ont besoin d'un crédit

Les moyens de paiement utilisés sont :

- **99% le cash**
- 4% le chèque et 3% le virement bancaire
- 19% les STA et 3% le mobile money
- 17% les systèmes informels



Exemple de solutions de paiement marchand Wave - Sénégal

Ce que propose Wave :

Application disponible sur playstore, fonctionnant avec internet mais le client peut utiliser la carte QR Code quand il n'a pas de connexion

- 📷 Acceptez des paiements en scannant les cartes QR de vos clients
- 🔗 Envoyez des liens à vos clients pour recevoir des paiements à distance
- 👁️ Visualisez les paiements à distance et en personne instantanément sur votre application
- 🏧 Transférez votre solde sur votre compte Wave ou retirez le chez un agent ou par virement bancaire, le tout sans frais.

Frais

- Gratuit pour le client
- 1 % débité au marchand sur chaque paiement Client

Gérez tous vos paiements en personne et en ligne depuis **une seule application**



Carte QR Code Wave

Application
[Wave Business](#)

Wave vient d'obtenir le statut EME

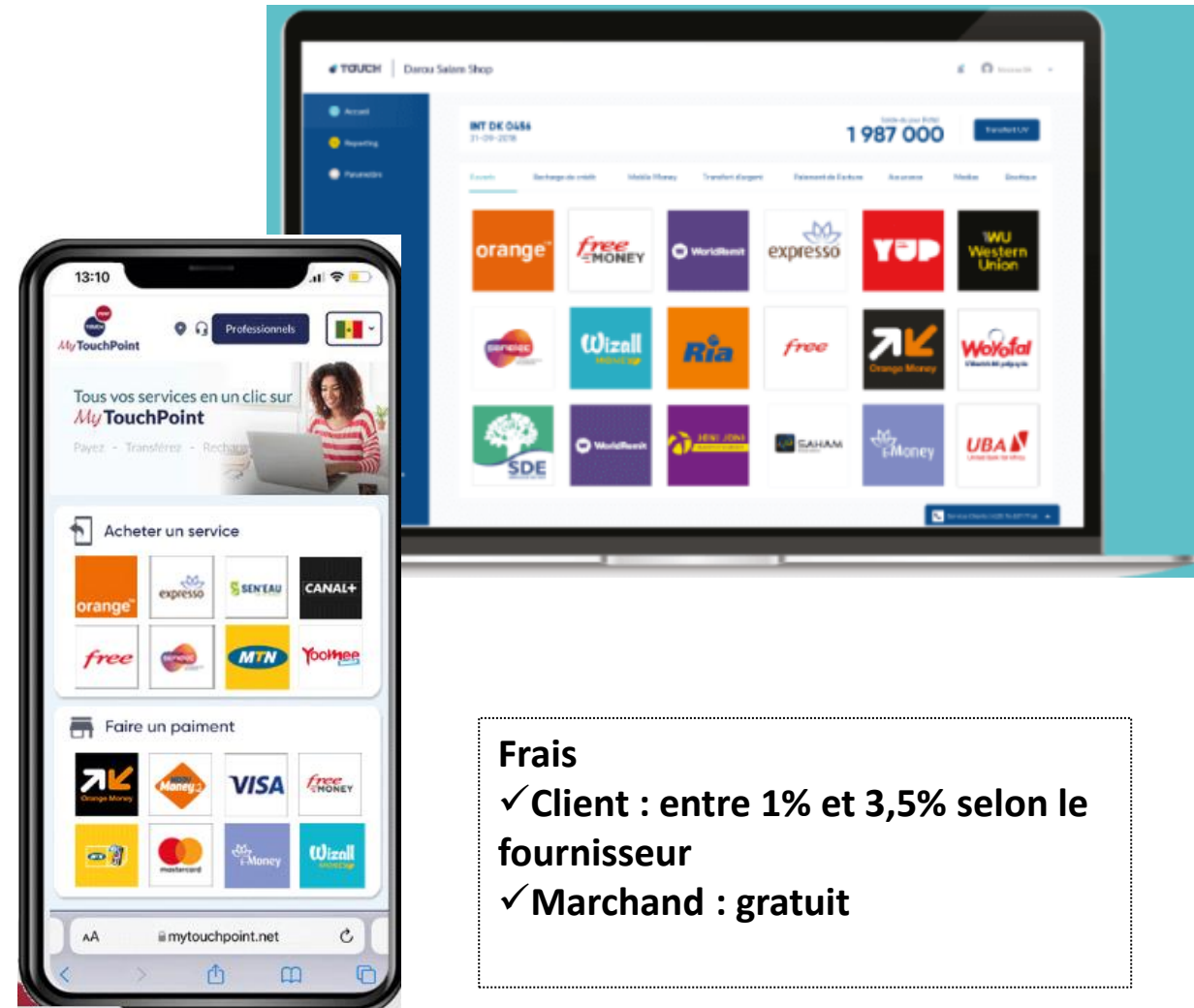
Exemple de solutions de Paiement Intouch – Présence dans 15 pays: Sénégal-Côte d'Ivoire

➤ Solution Intouch

- ✓ Agrégateur de paiement fonctionnant via Mobile et Web
- ✓ Est interopérable avec la plupart des fournisseurs (OTM, Banque, MasterCard, Visa)
- ✓ Accepte tous les moyens de paiements sur votre site ou points de vente
- ✓ Un seul appareil et une seule interface pour tous les services
- ✓ Un seul fond de roulement pour distribuer tous les services
- ✓ Une réconciliation journalière et un reporting consolidé de vos transactions
- ✓ Un contact support unique, disponible de 7h à 23h, 7J/7

➤ Comment ça marche

1. Inscrivez vous et notre équipe vous contactera
2. Fournissez vos documents et signez votre contrat
3. Nous activons votre compte Touch Pay
4. Acceptez tous les moyens de paiement
5. Nous vous reversons vos fonds



Frais

- ✓ Client : entre 1% et 3,5% selon le fournisseur
- ✓ Marchand : gratuit

Exemple de solutions de paiement Cinetpay – Presence 9 pays: Senegal - Cote d'Ivoire

➤ Cinetpay

- ✓ Permet d'accepter plus de 40 moyens de paiement (Cartes-USSD-QR code- sans contact) et a développé plusieurs solutions :
- ✓ TPE et Application mobile
- ✓ Paiement en ligne (sur votre site internet)
- ✓ Un seul appareil et une seule interface pour tous les services
- ✓ Transfert d'argent
- ✓ Dispose de la certification PCI DSS
- ✓ Fonctionne off line
- ✓ Ouverture de compte marchand à distance
- ✓ Obtenez gratuitement l'application TPE CinetPay et acceptez les paiements même hors ligne.
- ✓ Frais par transaction client : 3,5%
- ✓ TPE vendu au marchand pas de frais de location mensuelle



Encaissement possible via

- Paiements Mobile Money (Orange-MTN-MOOV)
- Paiement par carte bancaire (Visa- MasterCard)
- Paiement par portefeuille électronique (Yup)
- Shopping by CynetPay

Exemples de solutions de paiements utilisées en Afrique sub saharienne

1-Paiement des frais d'inscription du secondaire en Côte d'Ivoire

- Chaque année, plus de 1,5 millions d'élèves du secondaire doivent payer leurs frais d'inscription à l'Etat (entre 3000 et 6000 FCFA). Lancé en 2011, le projet de paiement numérique des frais de scolarité vise à supprimer le cash.
- Depuis le gouvernement a rendu obligatoire le paiement des frais par MM et 96% des frais sont payés actuellement par Mobile Money.
- Les 4 opérateurs engagés ont quant à eux engrangé plus de 1,3 millions d'USD de revenus sur la base de seulement 500 FCFA par transaction.
- Cette solution pourra être envisagée au Niger à la fois pour les établissements publics que privés pour relancer le Mobile Money dans le pays.

2- LIPA NA M-PESA au Kenya

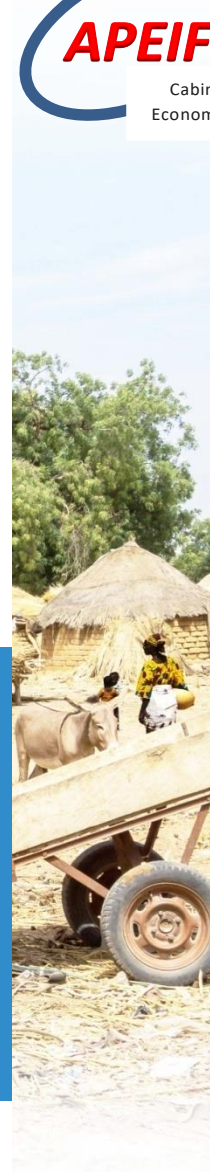
Solution de paiement pour les PME leur permettant d'accepter un paiement marchand via Mobile Money de leurs clients.

Les paiements sont stockés sur un compte LIPA NA M-PESA et peuvent être transférés par un clic sur un compte bancaire ou un compte Mobile Money de l'entrepreneur.

36000 commerçants ont accepté le système en 2016 au Kenya en raison des avantages de la solution qui sont :

- Des frais de transfert faible par rapport aux taux habituels
- L'absence de montant maximum stocké sur le compte Lipa na m-pesa
- L'accès à des statistiques sur son business via web ou une application mobile (principaux KPIs du business, nombre de transactions par jour, montants, ...).

La demande



Les enquêtés possèdent des pièces d'identité

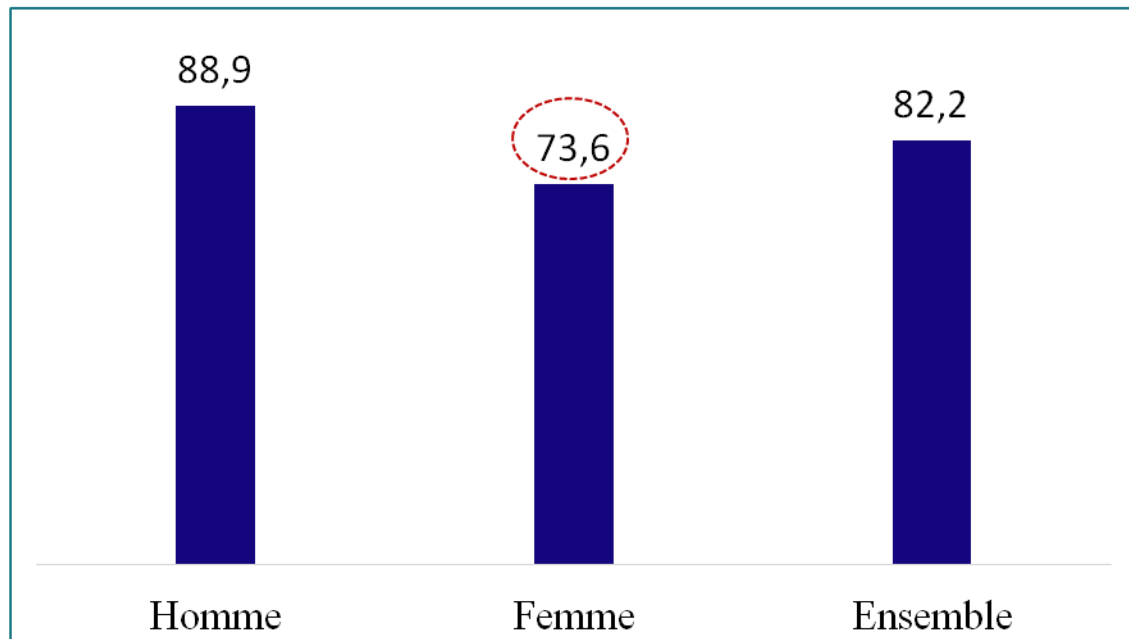
Parmi les 626 personnes enquêtés, 82,2% possèdent des cartes d'identités nationales dont :

- ✓ 88,9% des hommes
- ✓ 73,6% des femmes

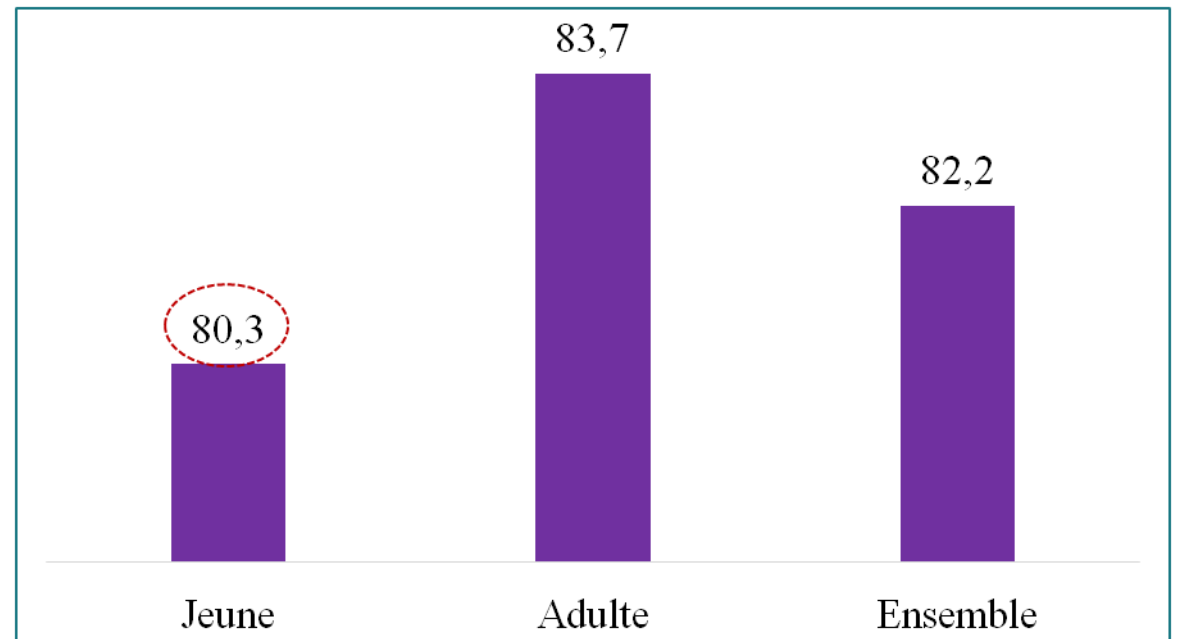
L'écart est moins important en termes d'âge

- ✓ 83,7% des adultes ont une CI
- ✓ 80,3% des jeunes (jusqu'à 34 ans)

Possession d'une carte d'identité selon le sexe



Possession d'une carte d'identité selon le catégorie âge



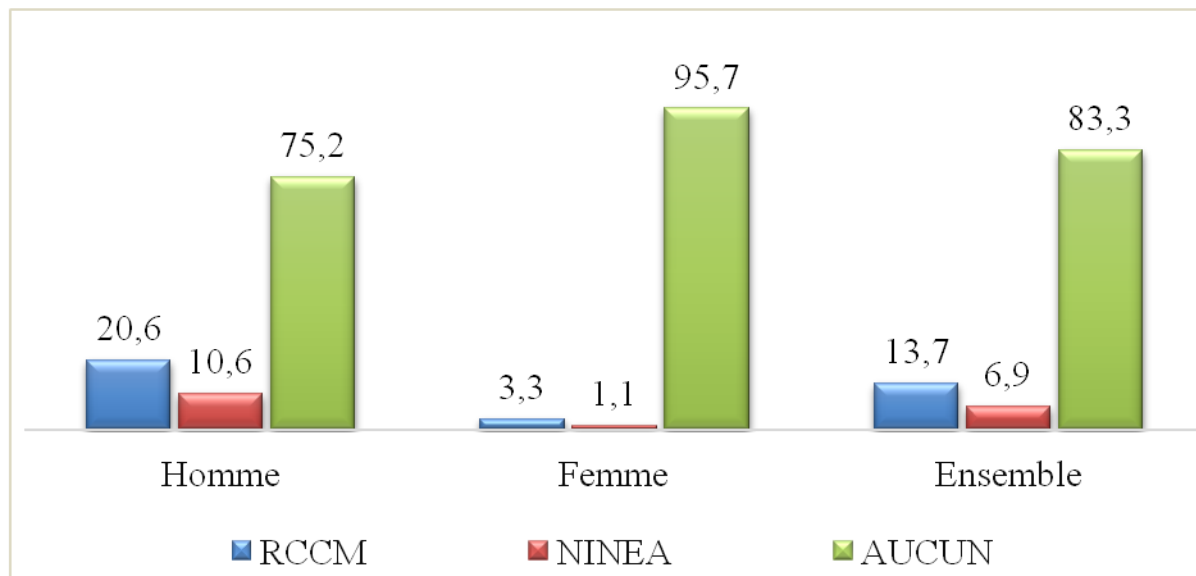
Mais les commerçants sont peu enregistrés au RCCM

Dans l'ensemble, 17% des commerçants enquêtés possèdent un Numéro du Registre du Commerce et du Crédit Mobilier (RCCM) ou un Numéro d'Immatriculation Fiscal (NIF) ou Numéro d'Identification National des Entreprises et des Associations (NINEA). Seulement 14% des commerçants possèdent le RCCM et essentiellement des hommes adultes, les femmes représentent 3,3%.

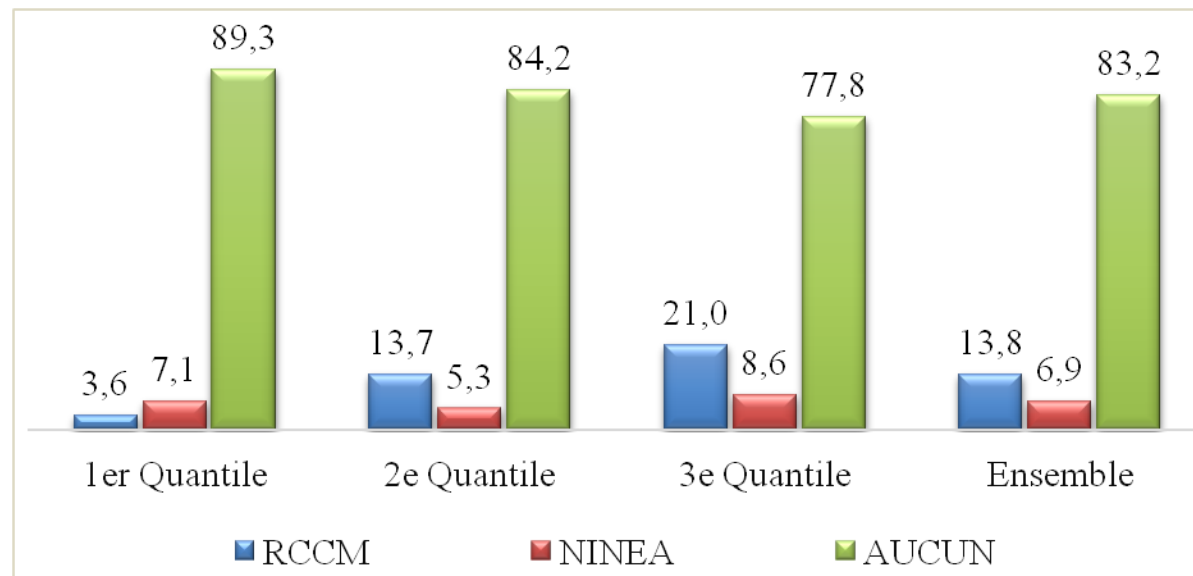
Selon la taille du village, la proportion de commerçants qui exercent dans l'informel est plus élevée dans les villages du 1^{er} quantile (89,3%), suivi du 2^e quantile (84,2%) et du 3^e quantile (77,8%).

Aucun des commerçants interviewés n'est accepteur de paiement marchand. Une identification ou une intervention faisant référence à la possession de documents officiels de commerce et des impôts aboutira avec difficulté dans le contexte des zones rurales.

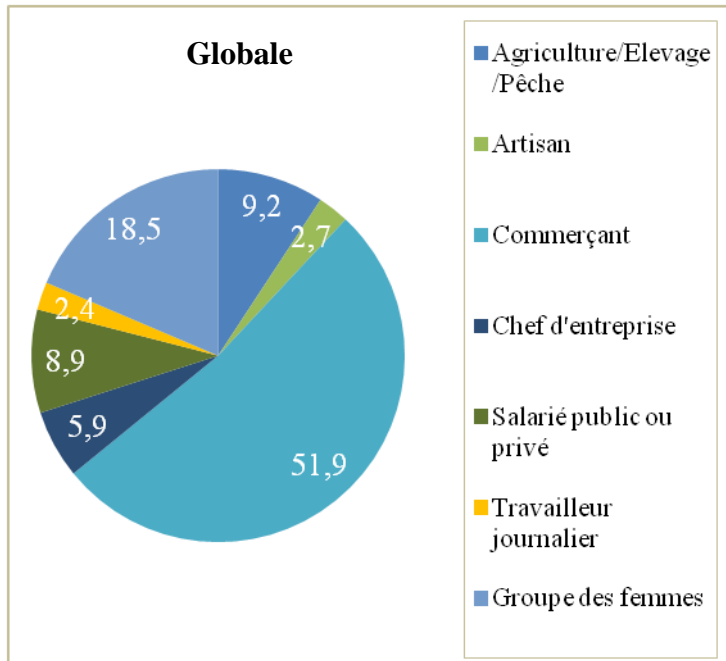
Possession d'un numéro RCCM et/ou NIF par les commerçant



Possession d'un numéro RCCM et/ou NIF par quantile



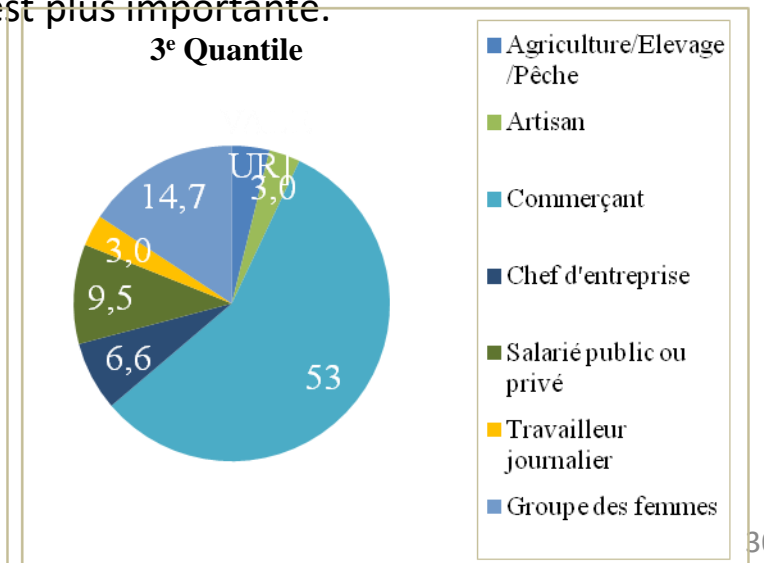
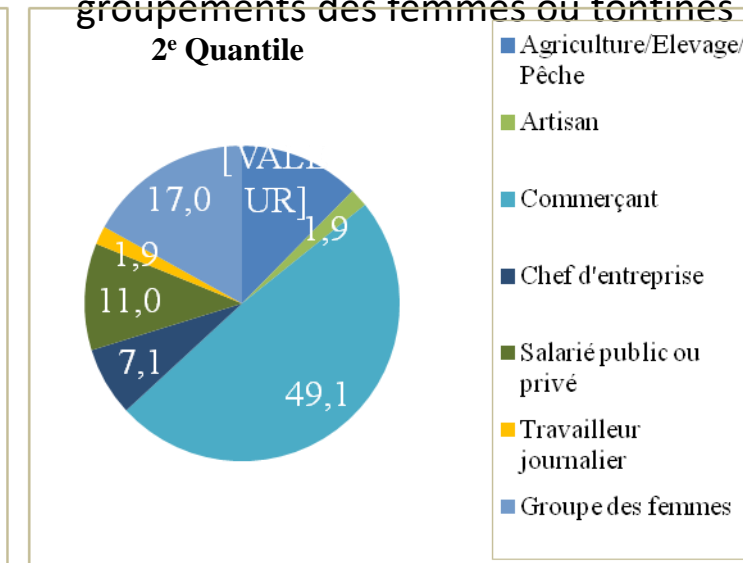
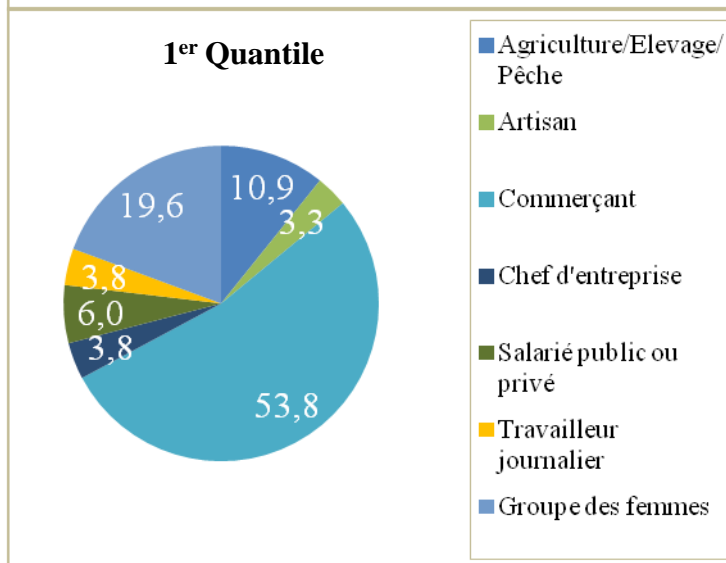
L'activité principale reste le commerce quelque soit la taille du village



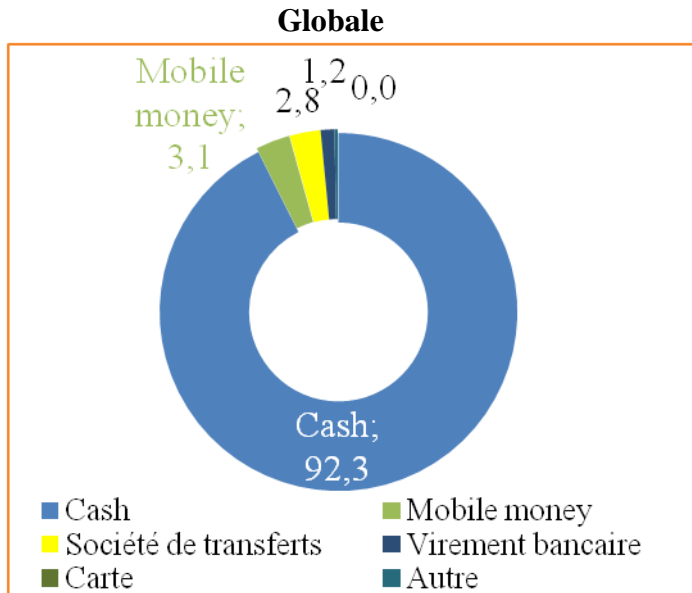
Hors agents mobile money, la majorité des enquêtés (soit 563 personnes) sont des commerçants avec 51,9%, des groupements de femmes ou tontines 18,5%, des agriculteurs 9,2%, des salariés 8,9% et des chefs d'entreprises 5,9%. Cette distribution est représentative de la sociologie des villages et du poids des activités principales pratiquées.

Mais avec la catégorisation par zones, on trouve :

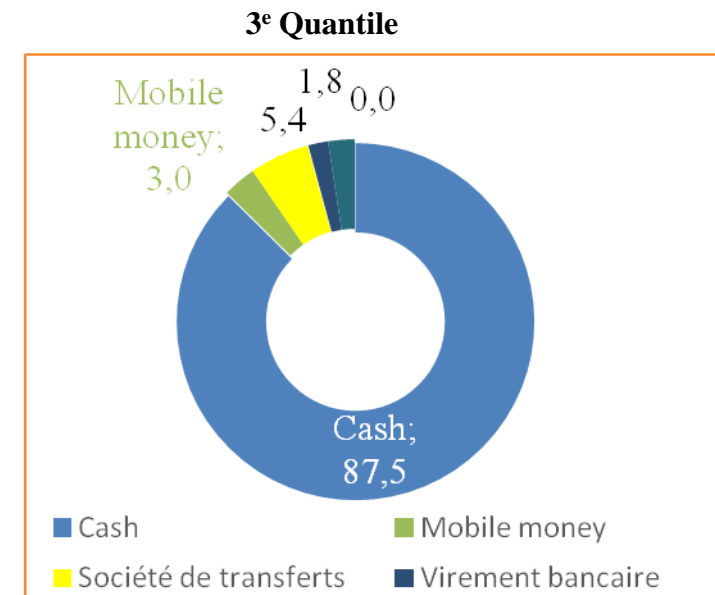
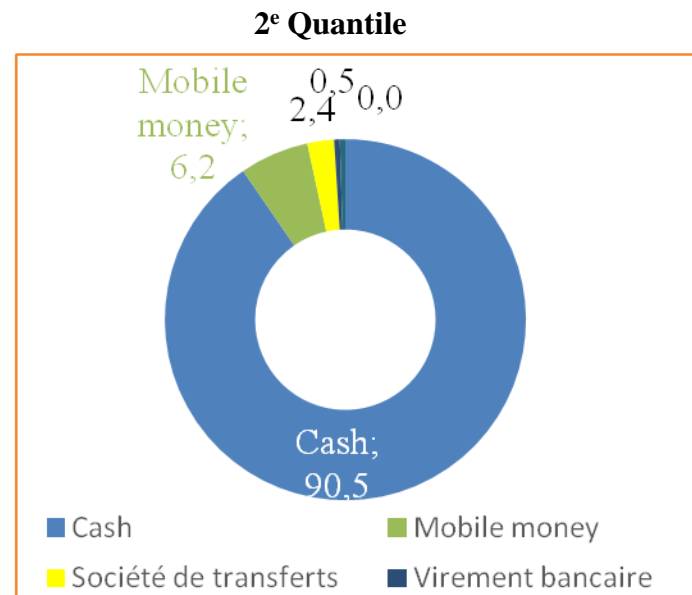
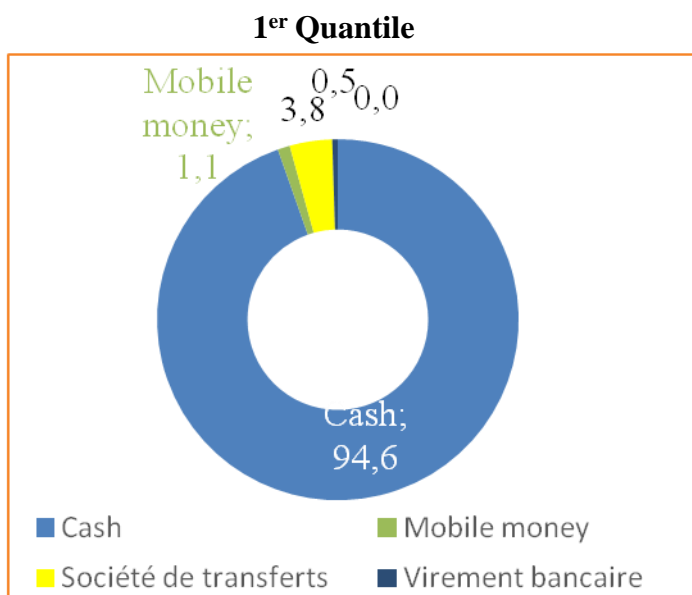
- ✓ Moins de groupements féminins et d'agriculteurs dans les villes du 3^{ème} quantile,
- ✓ Plus de salariés dans les villes du 2^{ème} et 3^{ème} quantile,
- ✓ Moins de chef d'entreprise dans les villages du 1^{er} quantile. Dans ces villages, la présence des coopératives agricoles, des fournisseurs d'intrants, des groupements des femmes ou tontines est plus importante.



Le mode de paiement principal reste le cash quelque soit la taille du village



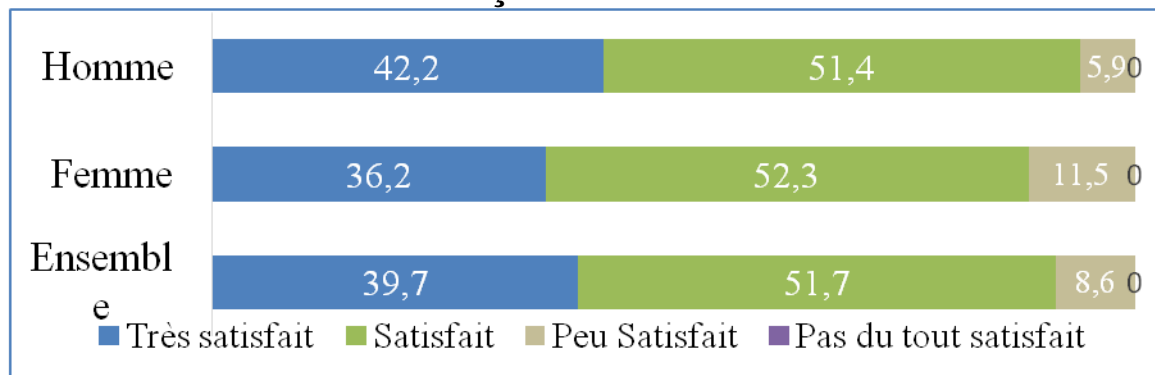
Quelque soit la taille du village, la majorité des transactions se font en cash (92% des répondants utilisent le cash), mais cela est encore plus marqué dans les villages du 1^{er} quantile (94,6% contre 87,5% dans les villes du 3^e quantile). Les paiements via le mobile money sont faibles et se pratiquent le plus dans les villages du 2^e quantile (6,2%). Les STA, qui viennent de lancer leur solution mobile money, occupent 5,4% des modes de paiement utilisés par les enquêtés dans les villes du 3^{ème} quantile (Niamey étant la 1^{ère} zone de commercialisation du service).



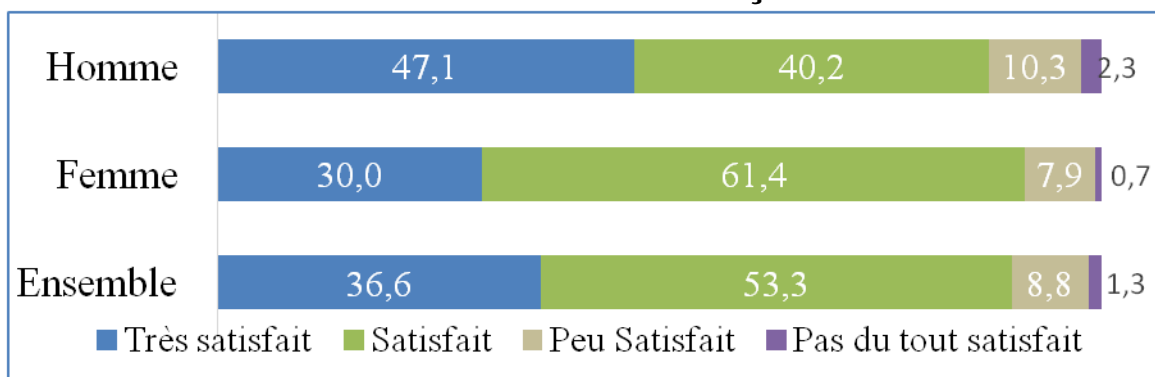
Niveau de satisfaction et limite du cash

Les clients préfèrent globalement l'argent liquide par rapport aux autres moyens de paiement car ils le jugent plus pratiques, plus faciles d'utilisation, plus rapide et plus tangible.

Niveau de satisfaction d'utilisation du cash chez les commerçants selon le sexe



Et chez les non commerçants



Le niveau de satisfaction par rapport à l'utilisation du cash est de l'ordre de 90% (commerçants et non commerçants). Les femmes commerçantes sont un peu plus mitigées (11,5% sont peu satisfaites) ainsi que les hommes non commerçants (12,6%).

Mais, le cash présente aussi beaucoup de limites comme :

- Risque de perte ou de vol en cas d'agression ou en cas d'accident ;
- Gaspillage, le cash encourage les dépenses ;
- Le paiement cash favorise l'endettement ;
- L'utilisation du cash amène des paiements fractionnés, l'utilisation d'un autre moyen pourrait réduire cette pratique ;
- Possibilité de frauder dans le paiement soit avec des faux billets ou dans le comptage.

Le niveau des transactions hebdomadaires est assez élevé parmi les répondants

Le niveau de transaction hebdomadaire des commerçants se distingue en fonction de la taille du village. Les villages du 1^{er} et 2^e quantile enregistrent des valeurs moyennes plus élevées avec respectivement 248 411 FCFA et 251 748 FCFA contre 149 853 FCFA dans les villes du 3^e quantile.

La même situation est observée chez les non commerçants (agriculteurs, travailleurs journalier, artisan, salarié, etc.) : une moyenne de 408 961 FCFA pour les villages du 2^e quantile, 201 562 FCFA pour le 1^{er} quantile et 78 645 FCFA dans le 3^e quantile.

Les villages du 2^{ème} quantile semblent plus dynamiques économiquement avec des flux financiers plus importants.

	Commerçant			Non commerçant		
	Moyenne	Min	Max	Moyenne	Min	Max
1^{er} quantile	248 411	2 100	9 000 000	201 562	1 500	3 000 000
2^e quantile	251 748	2 000	7 000 000	408 961	2 000	8 000 000
3^e quantile	149 853	2 000	3 500 000	78 645	1 500	600 000
Ensemble	219 397	2 000	9 000 000	249 645	1 500	98000 000

Les téléphones sont largement utilisés par les commerçants et chefs d'entreprise...

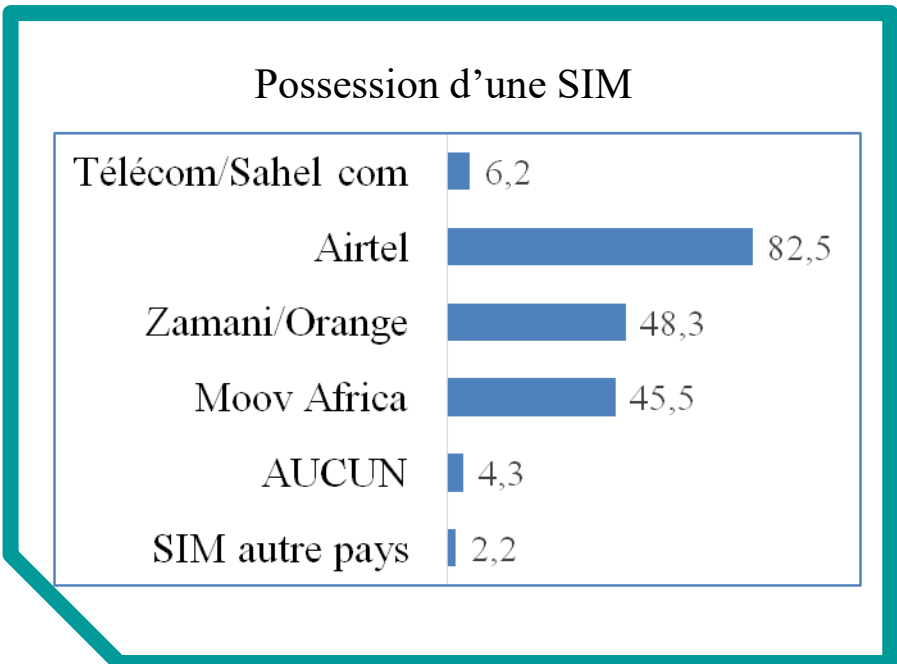
Au total 586 personnes sur les 626 enquêtés possèdent au moins 1 téléphone (93,6%) dont 396 un smartphone (63%).

Parmi les commerçants, 33,5% seraient prêt à acheter un TPE et 92% ont un téléphone dont :

- 29% ont au moins un téléphone de base ou un smartphone,
- 35% possèdent à la fois un téléphone de base et un smartphone.

Seulement 7% n'ont pas de téléphone pour la raison principale que leur téléphone est gâté.

Parmi ces commerçants, 82,5% ont une carte SIM de Airtel, suivi de Zamani (48,3%) et Moov africa (45,5%).



7,1%

Possession

28,6%

28,0%

35,4%

Accès pour tiers

0,6%

0,3%

19,2

Manque de moyen

23,1

Difficulté d'acquisition

7,7

Téléphone perdu ou volé

42,3

Téléphone est gâté

7,7

Pas intéressé

Commerçant ayant la volonté d'acheter un TPE



33,5%

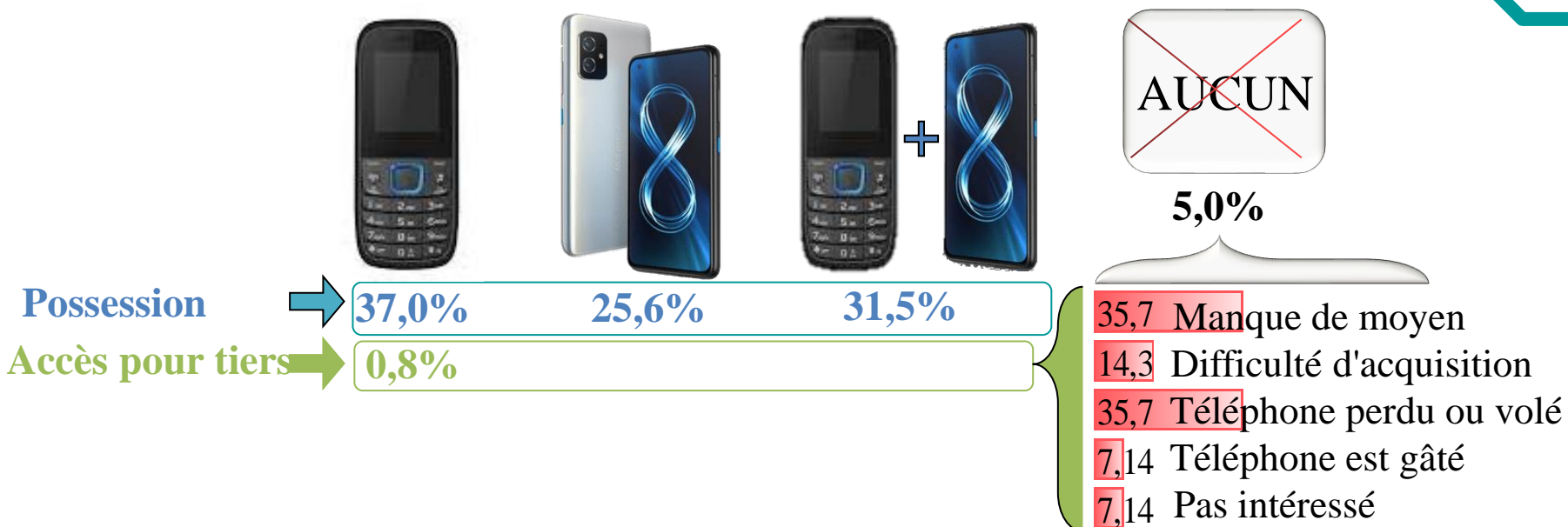
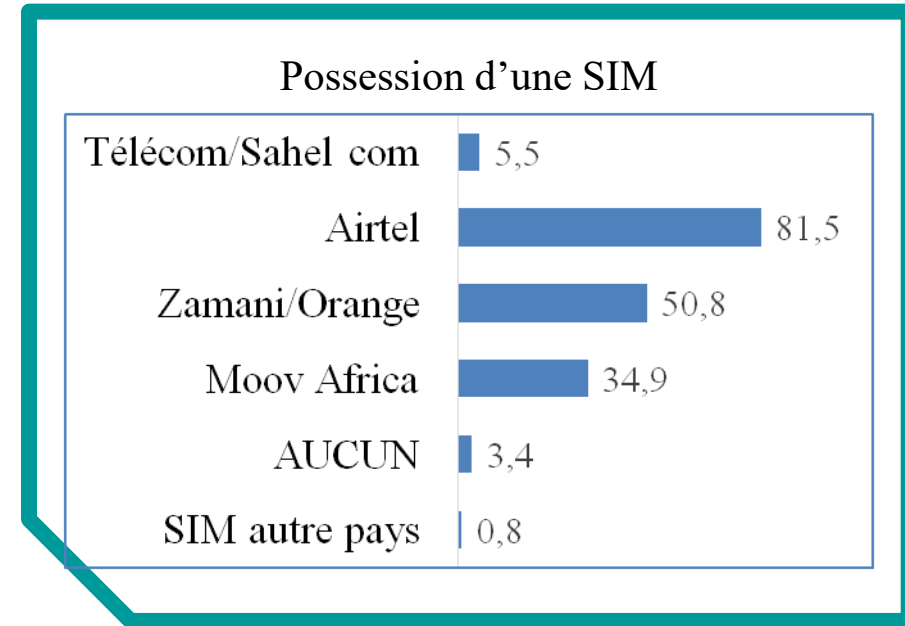
... Mais aussi par le reste de la population

95% des non commerçants ont accès à un téléphone dont :

- ❑ 37% ont au moins un téléphone de base
- ❑ 26% ont au moins un smartphone
- ❑ 31,5% possèdent à la fois un téléphone basique et un smartphone.

Seulement 5% n'ont ni leurs propres dispositifs, ni accès à un dispositif par l'intermédiaire d'autrui pour les raisons suivantes : le téléphone a été perdu ou volé, le manque de moyen.

Là encore, Airtel est largement en tête avec 81,5% de cartes SIM détenus par les enquêtés non commerçants, suivi de Zamani (50,8%) et Moov africa (34,9%).



Les petits commerçants préfèrent toujours le téléphone de base

Parmi les commerçants n'ayant pas accès à des téléphones (soit 40 personnes dont 31 femmes), 50% préfèrent investir dans des téléphones de base pour une valeur moyenne estimée à 7 385 FCFA plutôt que dans un smartphone.

La valeur maximum d'un smartphone est estimée à 40 000 FCFA par les répondants alors que sur le marché les premiers prix sont plutôt autour de 70 000 FCFA pour des smartphones ayant les fonctionnalités requises (au moins une bonne batterie).

Commerçant ayant la volonté d'acheter un téléphone

Parmi les commerçants n'ayant pas de téléphone portable :

- 50% sont prêts à acheter un téléphone basique à 7 385 FCFA
- 15% sont prêts à acheter un smartphone à 27 500 FCFA en moyenne.



50,0%



15,4%

	Moyenne	Min	Max
Téléphone basique	7 385	1 000	20 000
Smartphone	27 500	15 000	40 000
Ensemble	12 118	1 000	40 000

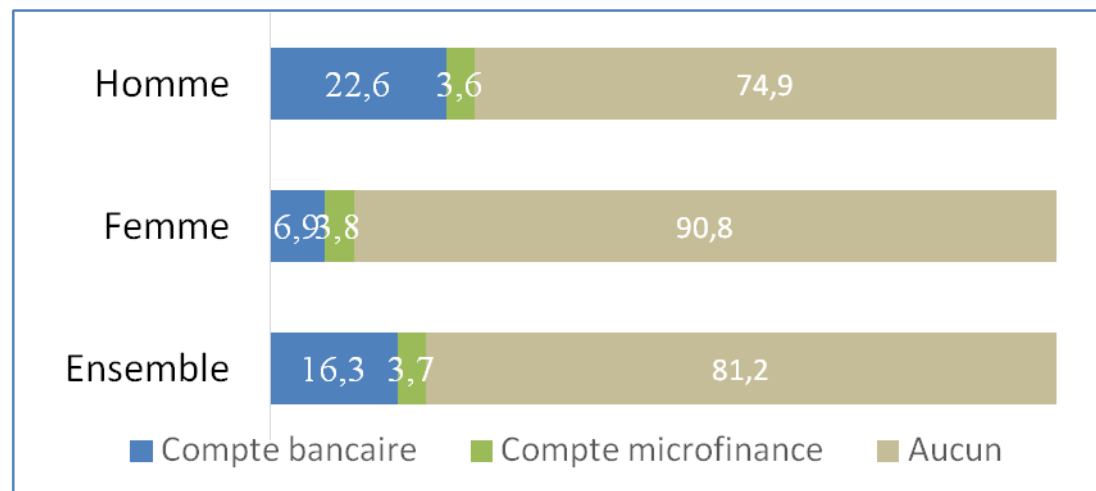
Les commerçants et chefs d'entreprise sont peu bancarisés

On remarque un faible taux de bancarisation de manière générale mais qui est encore plus élevé chez les commerçants et chez les femmes :

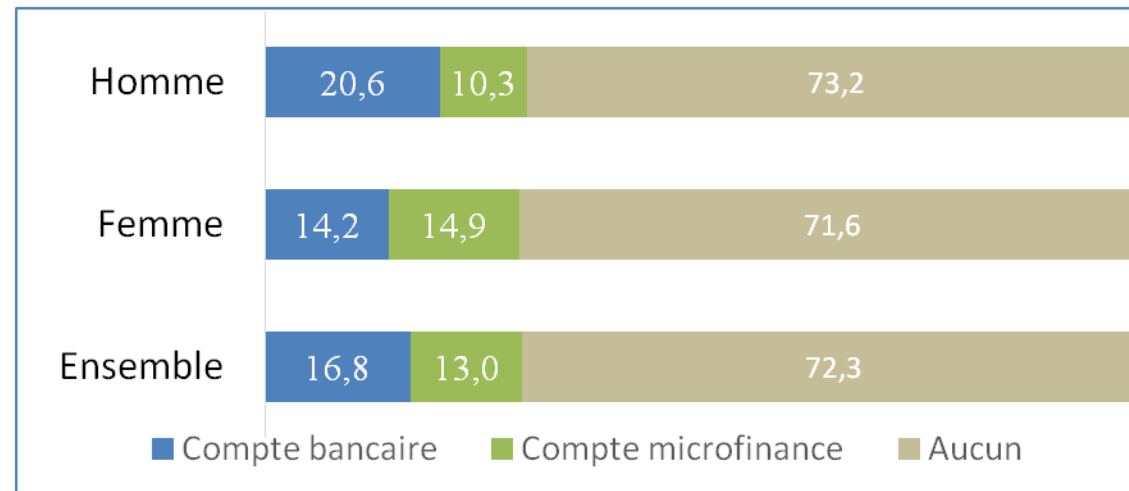
- 81% des commerçants et 72% des non commerçants n'ont pas de compte
- pour les femmes : 91% pour les commerçantes et 72% pour les non commerçantes,

Par contre les femmes non commerçantes ont davantage de compte dans les SFD (microfinance) que les hommes : 15% contre 10%.

Commerçants ayant compte bancaire ou compte SFD selon le sexe

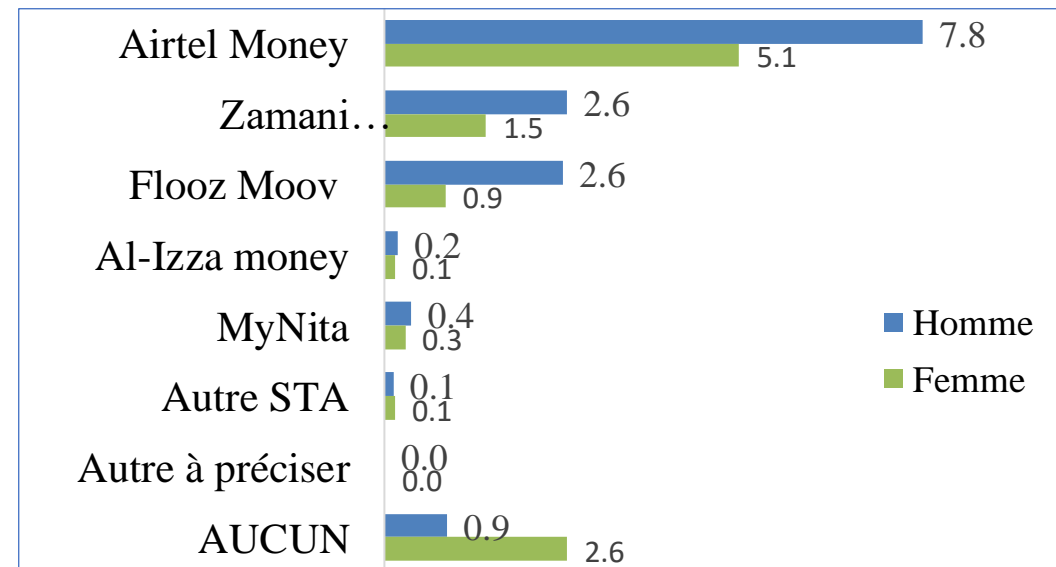
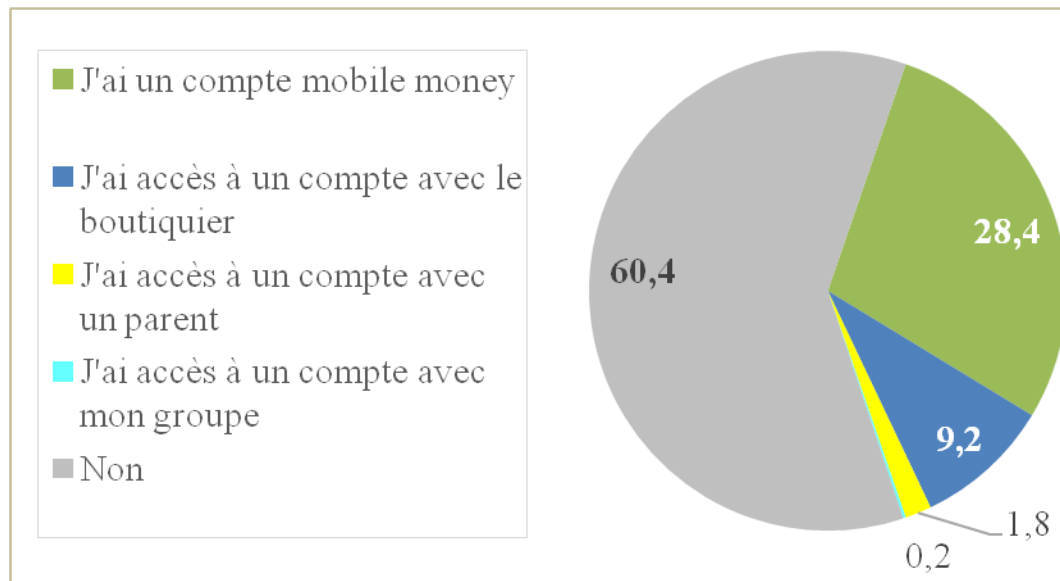


Non commerçants ayant compte bancaire ou compte SFD selon le sexe

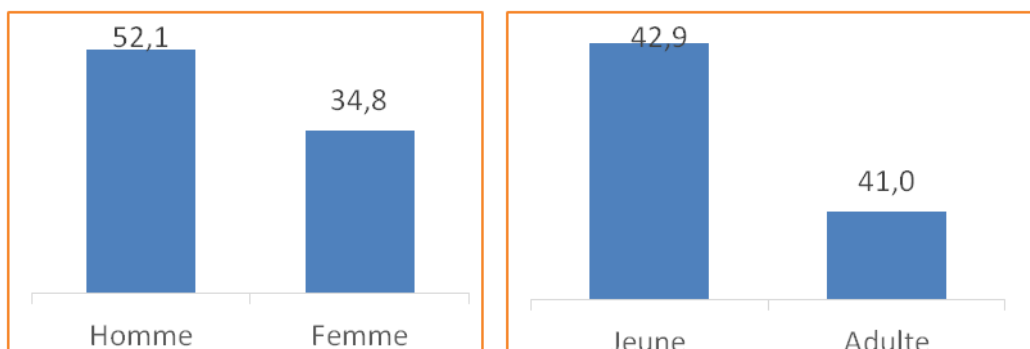


40% des personnes interrogées ont un compte Mobile money ...

Hors agents mobile money, 40% des enquêtés (soit 280 personnes) possèdent ou ont accès à un compte mobile money avec seulement 28% qui possèdent leurs propres comptes : majoritairement des salariés (66%) et des chefs d'entreprise (64%). Ce sont les groupes de femmes et les agriculteurs qui possèdent le moins de compte mobile money, respectivement 13,5% et 19%. Ceux qui n'en ont pas donnent comme principale raison qu'ils ne savent pas comment ça fonctionne.



Non détenteur d'un compte Momo ayant l'intention d'en créer un dans les prochains 3 mois



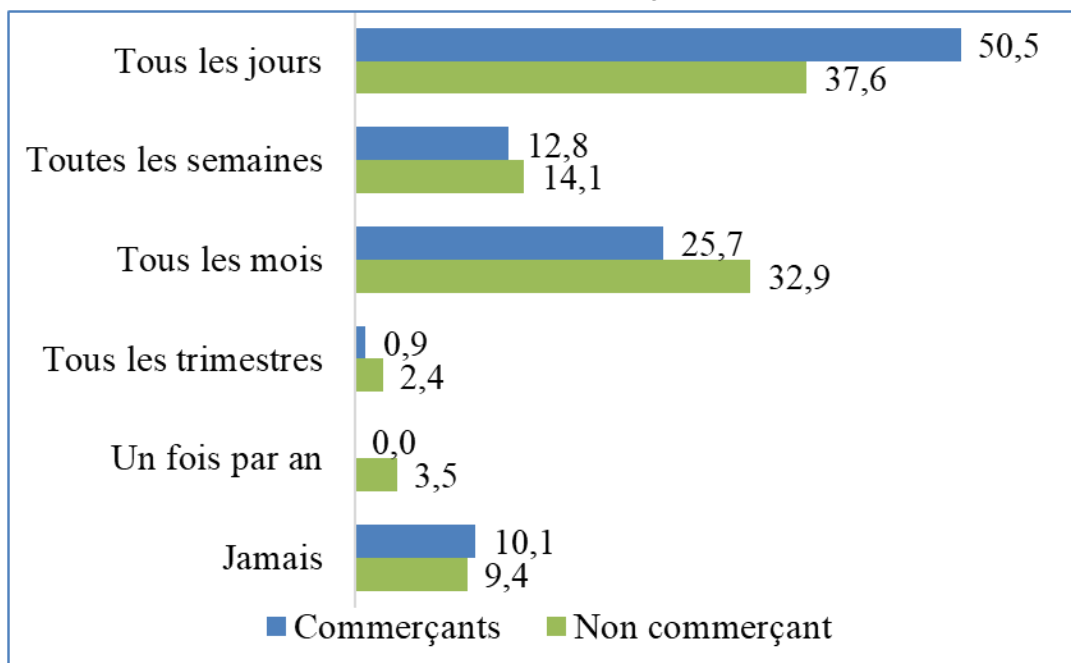
L'opérateur Airtel domine largement le marché avec environ 70% des répondants. A noter que MyNita et Al Izza Money sont des applications très récentes et en phase d'expansion.

La proportion des enquêtés ayant l'intention de créer un compte mobile money dans les trois prochains mois est plus élevée chez les hommes (51,2%) que chez les femmes (34,8%) et un peu plus élevé chez les jeunes (42,9%) que chez les adultes (41%). Les principales raisons avancées sont: la sécurisation de fonds, la facilité des transactions et la modernisation du système de paiement.

... et ceux qui ont un compte l'utilisent fréquemment

La majorité de ceux qui possèdent ou ont accès à un compte mobile money l'utilisent tous les jours, avec 50,5% chez les commerçants et 38% chez les non commerçants. La 2^{ème} fréquence la plus courante est mensuelle avec 26% des commerçants et 33% des non commerçants (lié aux transferts réalisés par les salariés).

Fréquence d'utilisation du compte mobile des commerçants et non commerçants



Pour les commerçants, les services les plus utilisés sont le paiement de factures d'eau et d'électricité (64%), le shap-shap (59%) et l'achat d'airtime (49%).

Chez les non commerçants, les services les plus utilisés sont le paiement d'eau et électricité (58%), l'achat d'airtime (36%), le transfert (35%) et le shap-shap (34%).

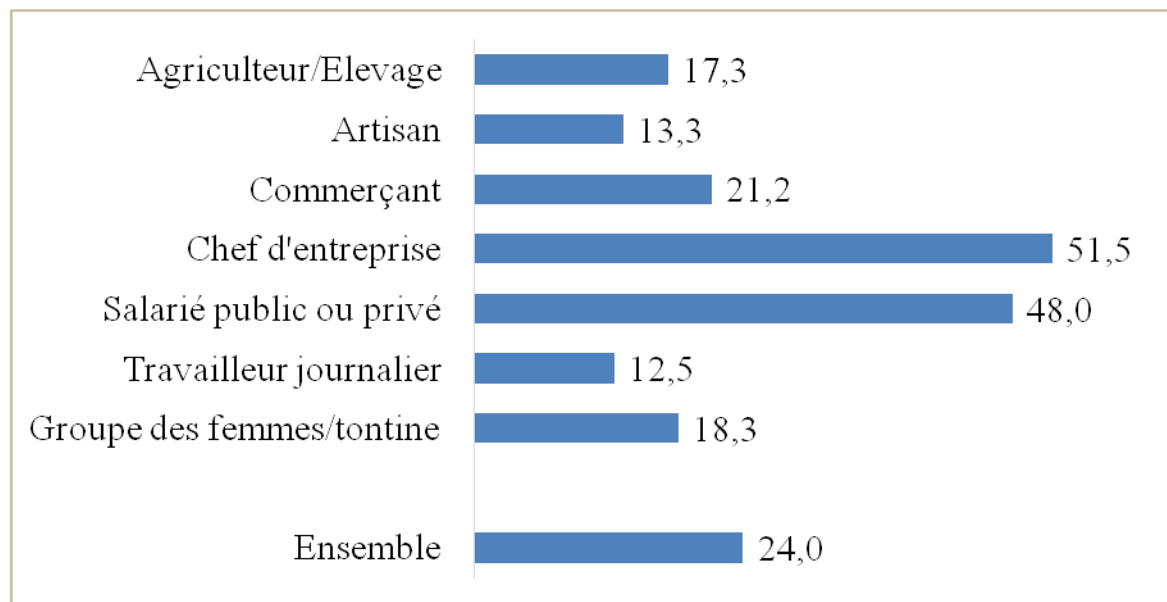
Services utilisés par les commerçants et non commerçants

Service	Commerçant		Non Commerçant	
	Proportion	Montant Moyen	Proportion	Montant Moyen
Paiement eau/électricité	64,3	119 564	58,4	40 583
Canal+	32,7	102 016	20,8	54 425
Achat des produits	20,4	233 300	9,1	55 142
Shap-shap (vente de crédit direct)	59,2	207 550	33,8	174 673
Remboursement de crédit bancaire	4,1	142 500	2,6	56 000
Achat airtime	49,0	58 746	36,4	51 195
Epargne	5,1	145 500	11,7	36 722
Transfert P2P (yc intra UEMOA)	34,7	346 250	35,1	1 928 815
Autres	1,0	350 000	1,3	10 000

L'utilisation du Mobile money selon l'activité du répondant

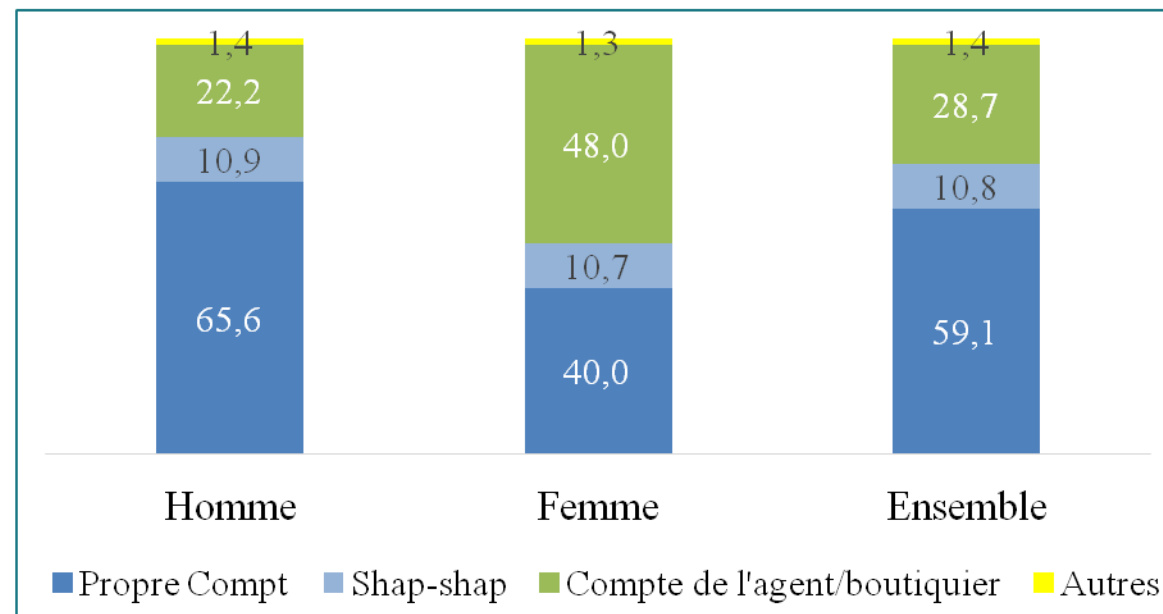
Hors agents mobile money, 71% des répondants connaissent la possibilité d'utiliser le portefeuille électronique pour régler des achats et 24% l'ont utilisé au moins une fois avec une proportion plus élevée chez les chefs d'entreprise (51,5%) et les salariés du secteur public ou privé (48%).

Utilisation du Momo dans les transactions selon l'activité principale



Plus de la moitié des répondants (59%) utilisent leurs propres comptes pour recevoir les transferts, mais cette situation est différente selon les sexes. En effet, 48% des femmes utilisent le compte de l'agent ou du boutiquier pour recevoir les transferts.

Compte utilisé pour recevoir les transferts selon le sexe



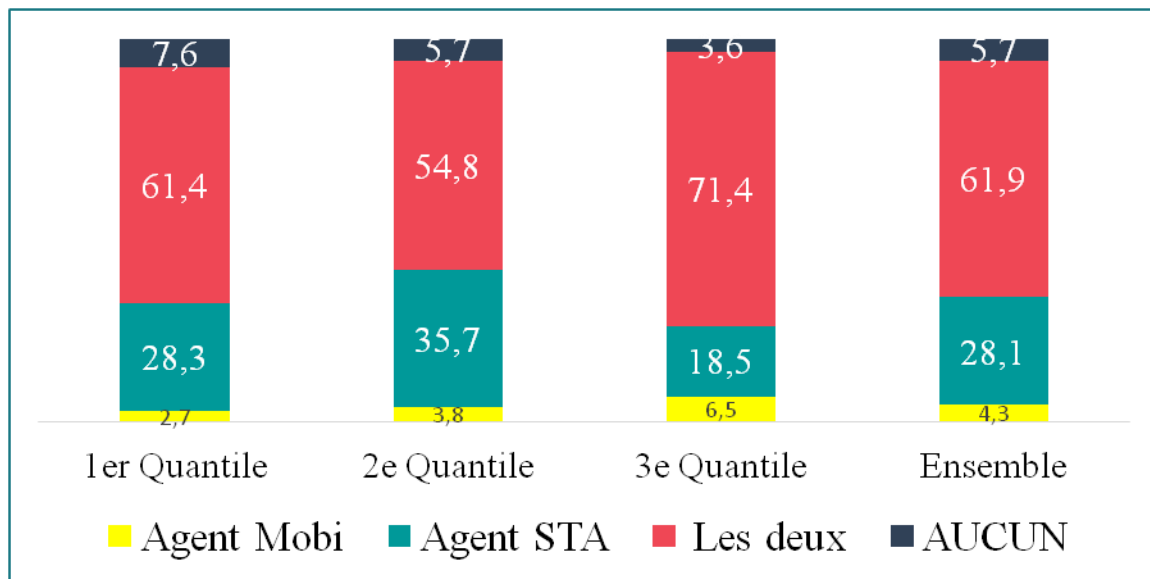
La plupart des répondants disent ne pas avoir de difficultés dans l'utilisation du code USSD et disent préférer accéder à leur argent électronique via un smartphone (48%) ou un téléphone de base (29%).

La plupart des enquêtés connaissent un agent mobile money à proximité

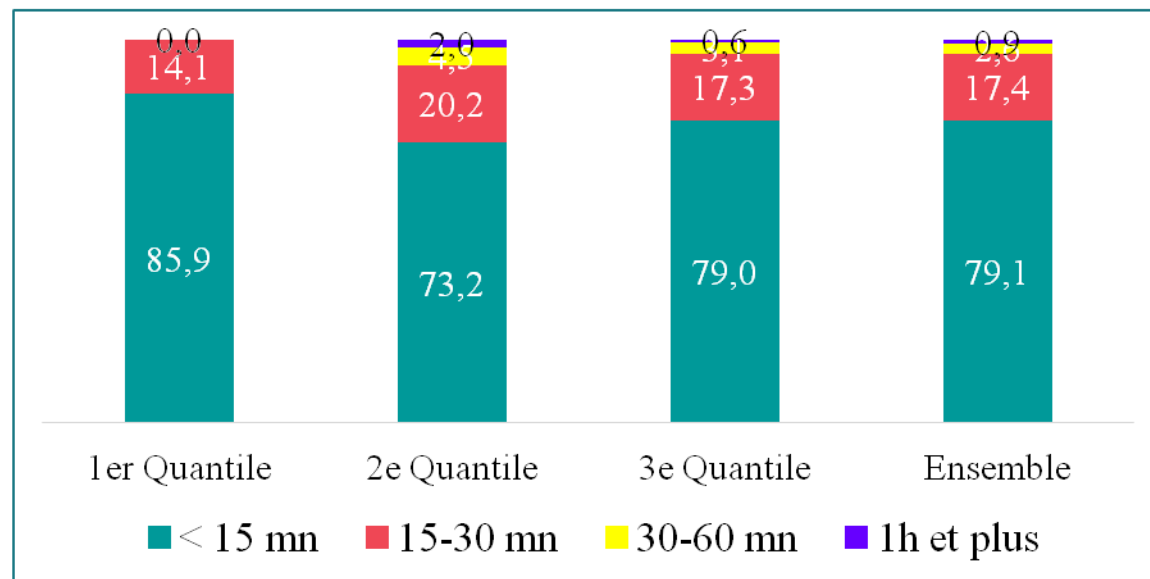
61,9% des enquêtés connaissent au moins un agent mobile money et un agent de société de transfert d'agent. Cela est plus fréquent dans les villes du 3^{ème} quantile (71,4%) alors que dans les villages du 2^{ème} quantile, la proportion des agents STA est plus importante (35,7%). Dans les villages de 1^{er} quantile, il est plus fréquent de ne connaître aucun agent (7,6%).

La plus grande partie de ces agents sont à moins de 15 minutes de distance à pied des enquêtés (79,1%), ce qui ressort à 85,1% pour les villages du 1^{er} quantile, 79% dans les villes du 3^e quantile et 73,2% dans les villages de 2^e quantile.

Connaissance d'un agent Momo ou STA selon la taille du village

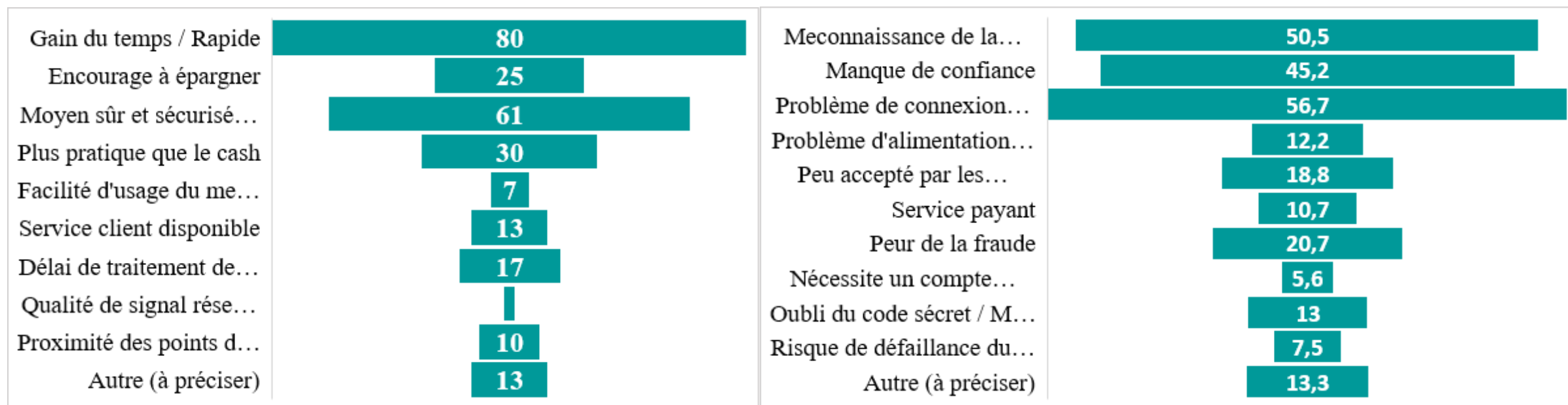


Distance séparant l'agent Momo ou STA de l'enquêté



Les avantages et inconvénients de l'utilisation du Mobile money

Principaux avantages et inconvénients de l'utilisation de mobile money



- ❑ 80% des répondants pensent que le mobile money est le moyen le plus rapide avec un gain en temps considérable parce qu'il facilite les transactions P2P ;
- ❑ 61% affirment qu'il représente un moyen sûr et sécurisé puisqu'il met l'utilisateur à l'abri du vol, de perte et d'autres calamités comme les incendies ;
- ❑ Toutefois seulement 30% pense qu'il est plus pratique que le cash et 25% qu'il encourage à épargner.

Parmi les obstacles à l'utilisation du mobile money, une large proportion des répondants déclarent :

- ❑ ne pas pouvoir manipuler le dispositif de paiement (50,5%) ;
- ❑ manque de confiance dans le procédé (45,2%) ;
- ❑ un problème de connectivité au réseau (56,7%).

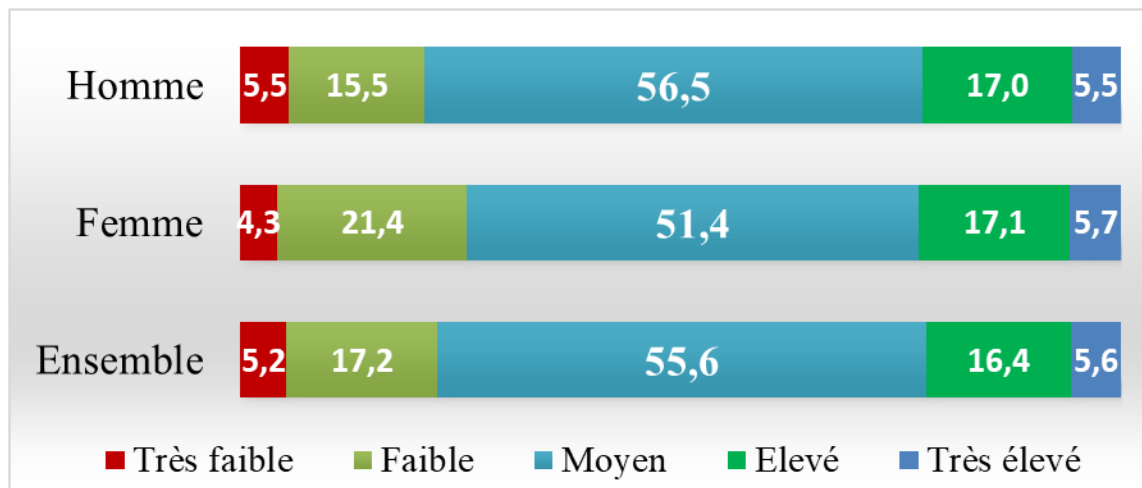
Les coûts des transactions sont considérés comme globalement acceptables

La particularité au Niger est la difficulté d'évaluer les frais appliqués sur les paiements électroniques car les tarifs des opérateurs ne sont pas respectés par les agents qui profitent d'une situation où l'offre de service mobile money est très limitée pour appliquer leur propre tarif selon les données collectées. Il y a à ce niveau un vrai problème de protection des consommateurs et de transparence de la politique tarifaire des opérateurs.

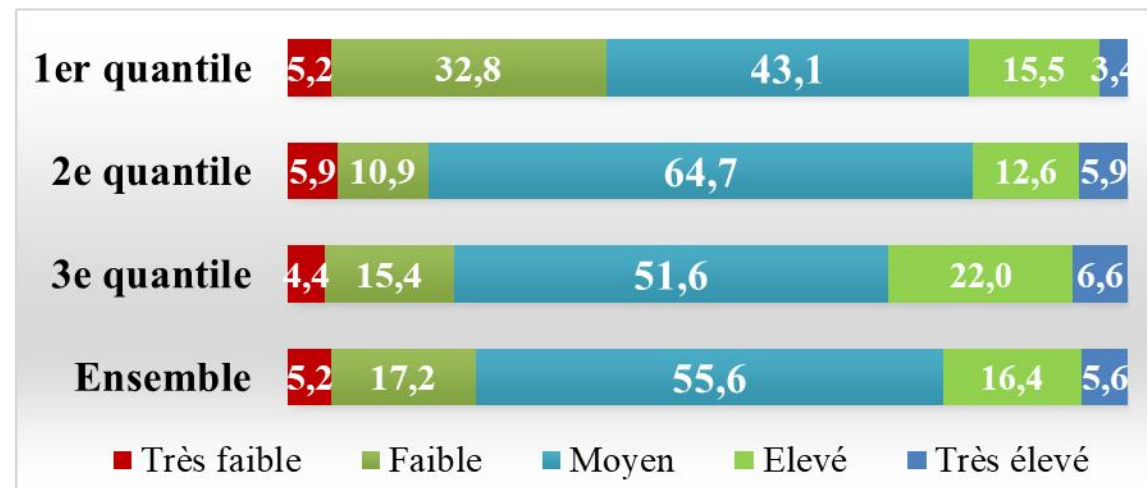
Néanmoins, la plupart des répondants jugent que les tarifs pratiqués sont acceptable (56%). 26% des femmes estiment même que la tarification proposée est faible au regard des services offerts.

Cette perception est d'autant plus prononcée dans les villages du 1^{er} quantile qui estiment à 36% que les frais sont faibles. Par contre, 29% des enquêtés du 3^{ème} quantile estiment que les tarifs sont élevés.

Appréciation du coût de transaction selon le sexe



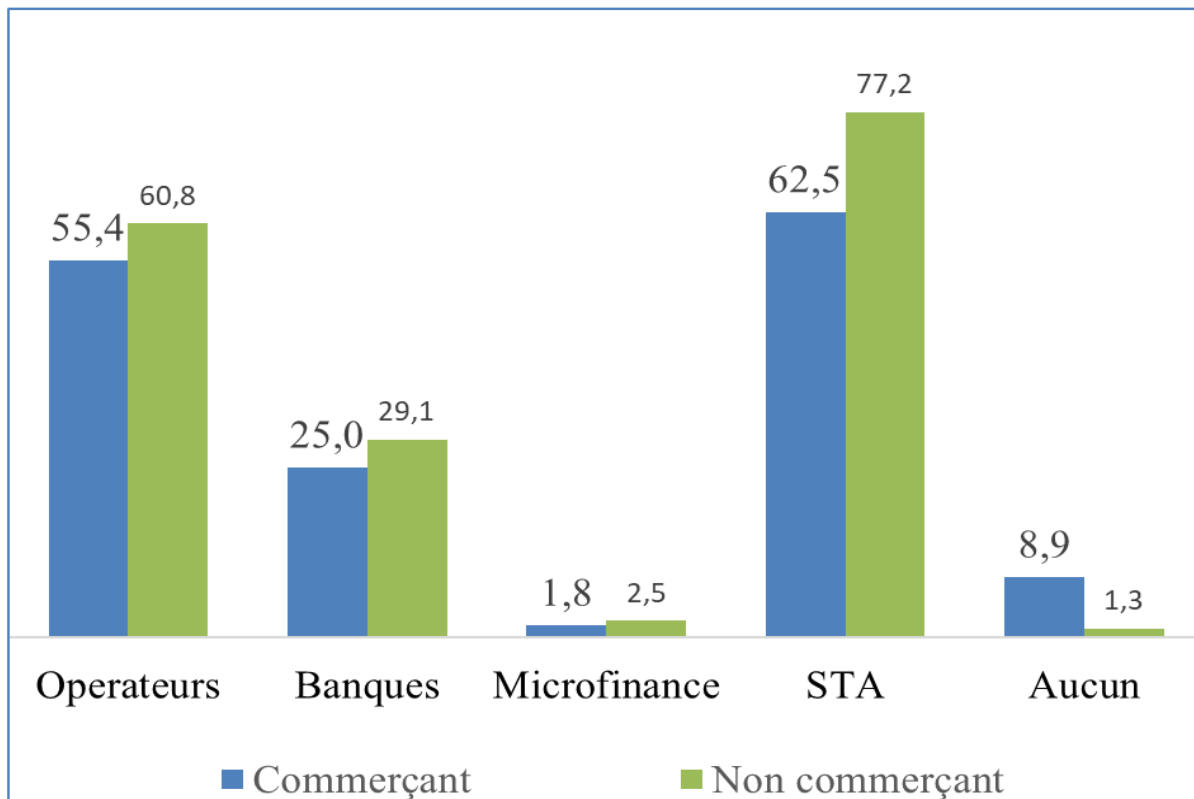
Appréciation du coût de transaction selon la taille du village



Les STA ont la confiance des populations

La majorité des répondants ont davantage confiance dans les services fournis par les STA suivi de près par les opérateurs mobile money. Cette tendance est encore plus marquée chez les non commerçants (77%) que chez les commerçants (62,5%).

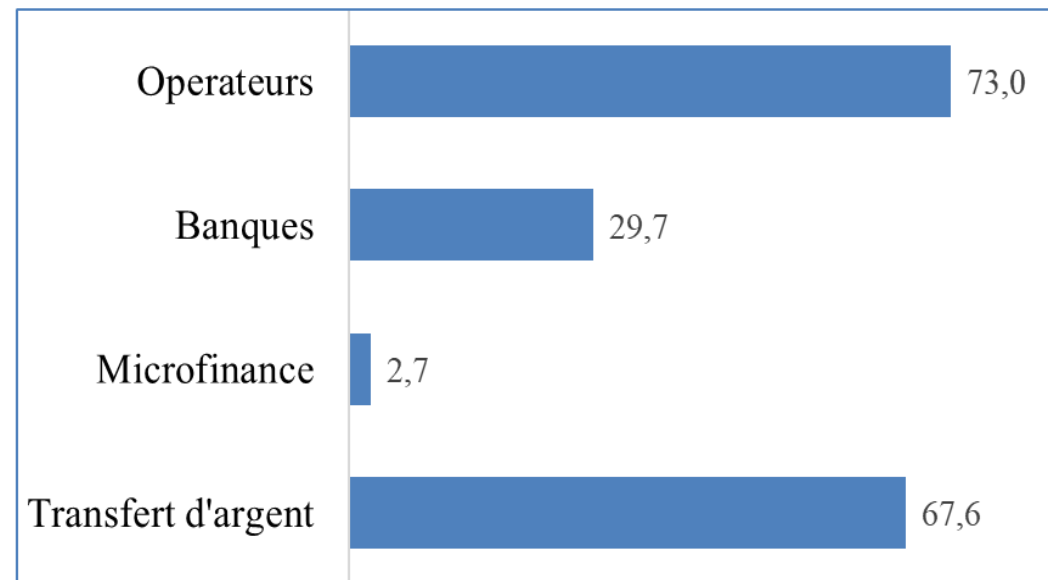
Confiance des non agents dans les fournisseurs de service



Par contre les agents mobile money ont plus confiance dans les opérateurs avec lesquels ils travaillent, puis dans les STA et les banques.

Les banques et institutions de microfinance inspirent globalement peu confiance.

Confiance des agents dans les fournisseurs de service



Les barrières et pistes de solution au développement du paiement marchand

Les obstacles majeurs à la croissance des paiements marchands sont liés essentiellement à :

- ✓ la récurrence des problèmes techniques (58,6%),
- ✓ manque de soutien marketing (50,6%)
- ✓ faiblesse de la demande des clients (29,9%)

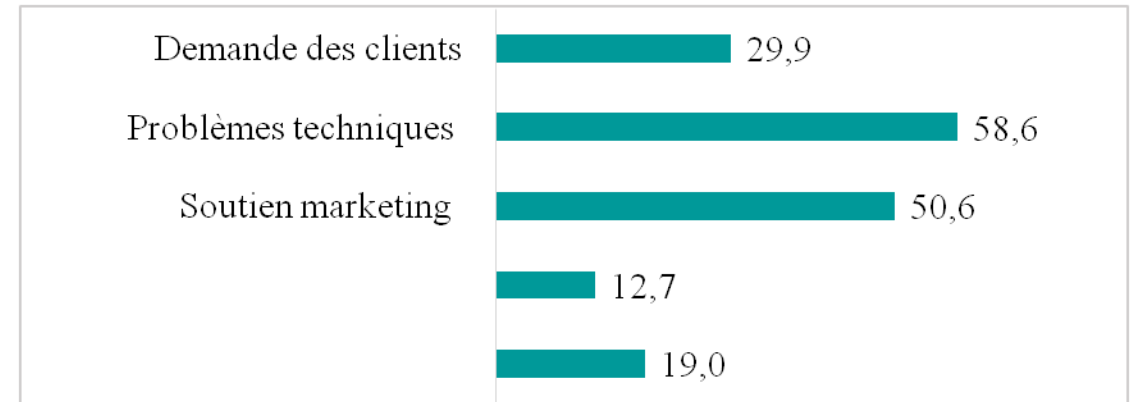
Afin de résoudre ces contraintes, les principales améliorations suggérées par les enquêtés sont :

- ✓ améliorer la qualité de la connexion (GSM et internet) (74,3%),
- ✓ optimiser les canaux d'information et de sensibilisation (54,9%),
- ✓ réduire les tarifs pratiqués (43,7%),
- ✓ faciliter les recours en cas de défaillance (30,6%).

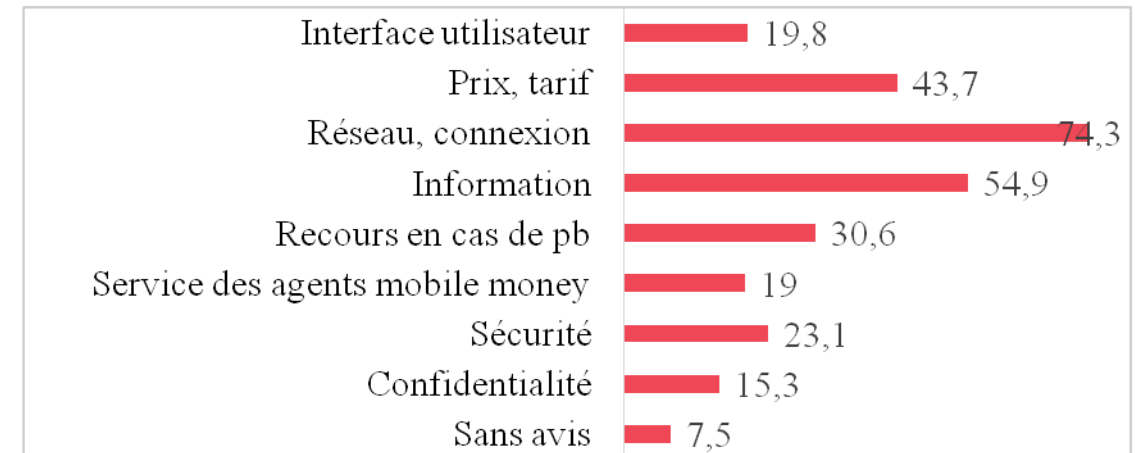
Type de clients susceptibles d'utiliser le paiement marchand



Les obstacles



Les améliorations suggérées



Selon les enquêtés, les utilisateurs potentiels des services de paiement marchand sont en priorité :

- ✓ les fournisseurs (58,6%)
- ✓ les grossistes (57,1%)
- ✓ les agriculteurs (44,8%).

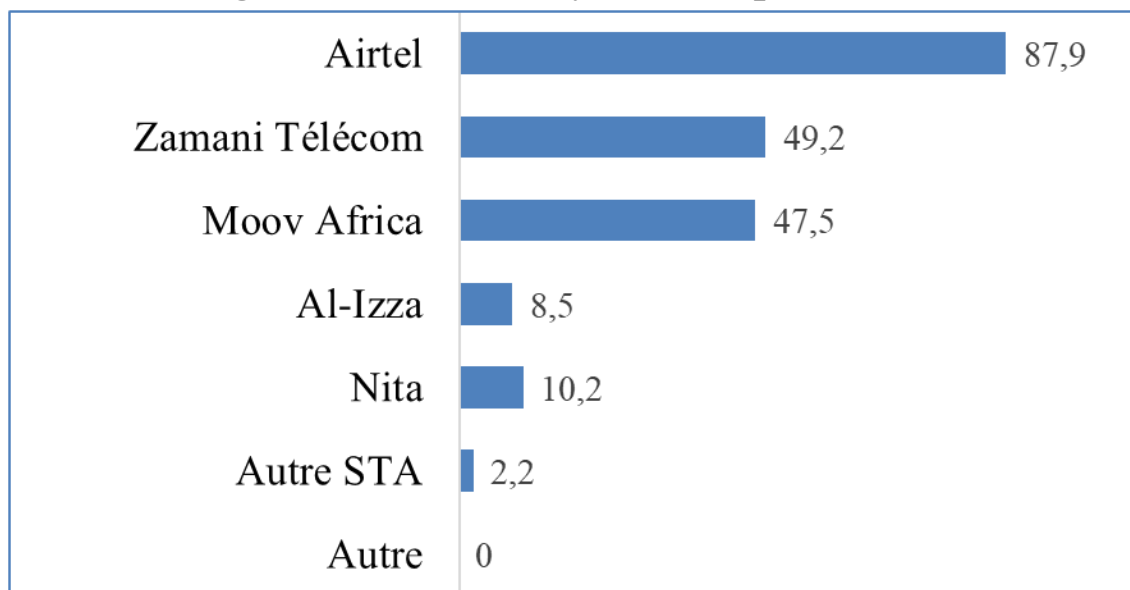
Le profil des agents mobile money

Sur les 63 agents mobile money enquêtés, seules 13% sont des femmes. En moyenne, 51% des agents exercent cette activité depuis plus de 5 ans et aucune femme. Pour les agents mobile money, les outils marketing et les leviers technologiques sont les éléments qui leur permettent de se démarquer des autres en milieu rural.

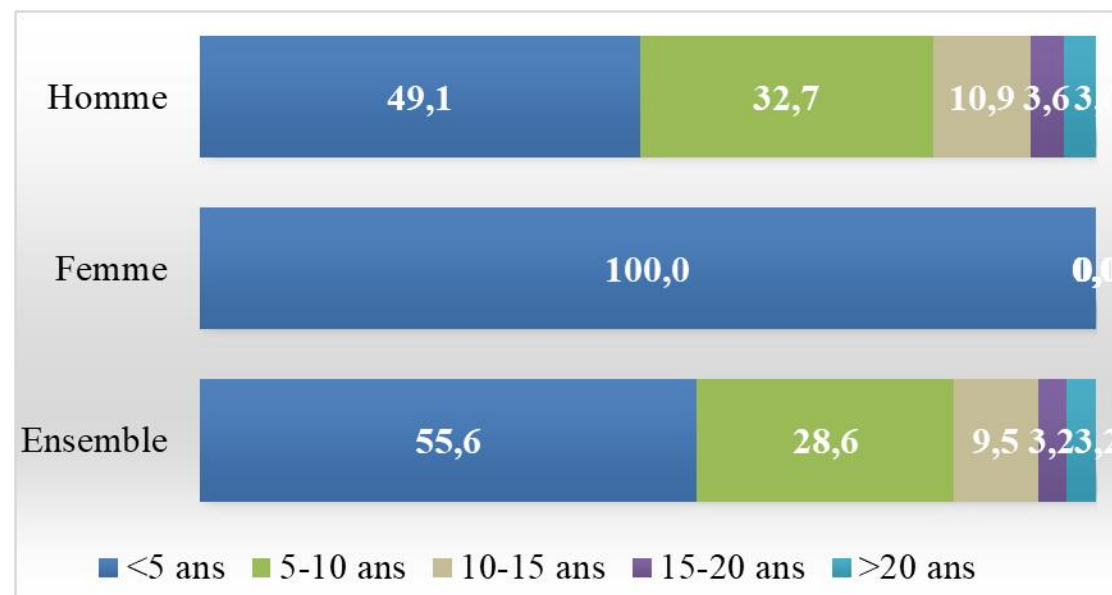
En grande partie, les agents mobile money possèdent au moins un compte mobile money chez Airtel (88%), suivi de Zamani télécom (49%) et Moov Africa (47,5%). Ils ont davantage confiance dans les opérateurs (73%) et les sociétés du transfert d'argent (67,6%) comme fournisseur de service que dans les banques (29,7%) et les microfinances (2,7%).

Majoritairement les agents mobile money ont moins de cinq ans dans leur l'activité principale (56%) dont 100% chez les femmes et 50% chez les hommes. La raison est que cette activité n'est pas très vulgarisée et reste selon les répondants du ressort des hommes dû à certaines variables socioculturelles.

Agents mobile money selon l'opérateur



Maturité des activités principales des agents selon le sexe



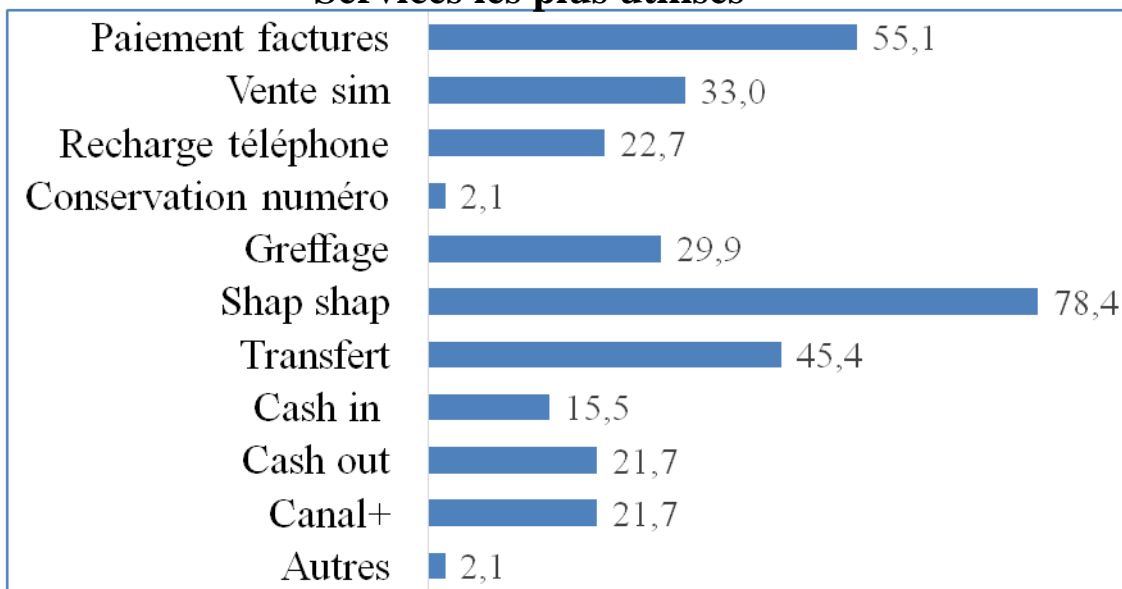
Le shap shap est le service le plus utilisé et le plus rentable

Parmi les services les plus utilisés par les clients, on note :

- la vente de crédits directs ou shap shap (78,4%),
- le paiement des factures (55,1%),
- les transferts (45,4%),
- La vente SIM (33%)
- Le greffage (29,9%, possibilité de garder le même numéro en cas de perte de la carte SIM)

La conservation de numéro (possibilité de conserver le numéro pendant 1 an même s'il est inactif) et le Cash in font partie des services les moins utilisés.

Services les plus utilisés

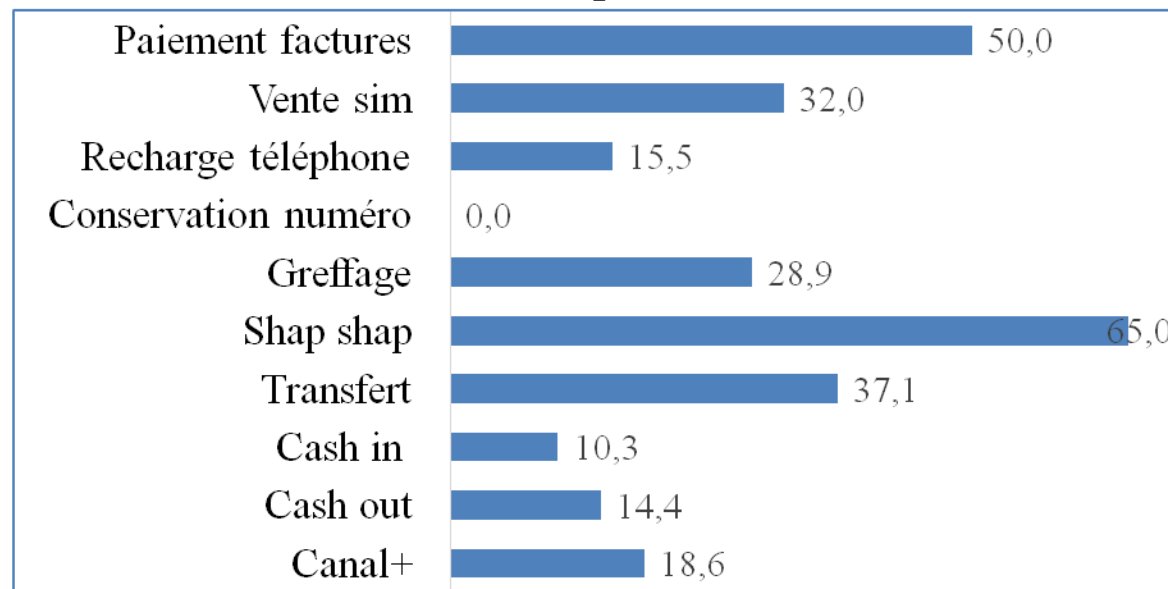


Les services qui génèrent le plus de commissions, souvent négociées avec le client en dehors de la grille officielle sont :

- le shap shap (65%),
- le paiement de factures (50%),
- les transferts (37%)
- La vente SIM (32%)

La conservation de numéro, le cash in et cash out font partie des services les moins rentables.

Services les plus rentables



La rémunération des agents Mobile money

Le montant des commissions mensuelles générées par les agents mobile money sur les transactions effectuées est en moyenne de 75 738 FCFA ce qui semble relativement élevé mais peut être lié au fait que les frais sont souvent négociés par l'agent avec le client du fait de l'absence de concurrence et du manque de contrôle des opérateurs. Ces montants varient selon la taille du village :

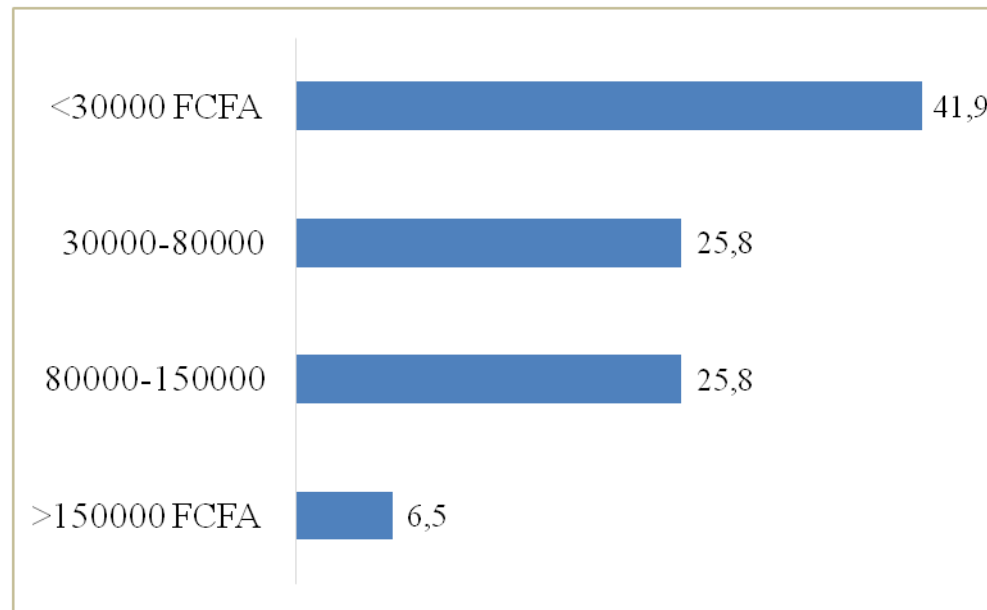
- Les commissions sont plus élevées dans les villes du 3^e quantile (102 948 FCFA en moyenne avec un maximum à 800 000 FCFA)
- Et plus faible, dans les villages de 2^e quantile (53 932 FCFA).

Cependant, 42% des agents disent toucher des commissions mensuelles inférieures à 30 000 FCFA et 52% entre 30 000 FCFA et 150 000 FCFA.

Commissions perçues selon la taille des villages

	Moyenne	Min	Max
1 ^{er} Quantile	64 906	2 000	150 000
2 ^e Quantile	53 932	0	300 000
3 ^e Quantile	102 948	0	800 000
Ensemble	75 738	0	800 000

Tranches les plus fréquentes de commissions perçues



Les difficultés rencontrées par les agents Mobile money

Les difficultés qu'éprouvent les agents au quotidien dans l'opérationnalisation de leur activité varient selon la taille des villages :

- la faible connectivité internet ressort à 82% pour les villages du 1^{er} quantile, 77% pour le 3^{ème} quantile et 51% pour le 2^{ème} quantile, ce qui tendrait à montrer que la connexion est meilleure dans les localités de taille moyenne ;
- le manque d'accompagnement de l'opérateur plus important pour le 1^{er} quantile (54,5%) et pour le 3^{ème} quantile (49%) ;
- le manque de liquidité pour les retraits constitue aussi une difficulté pour 50% des agents du 1^{er} quantile, 27% du 2^{ème} et 29% du 3^{ème} quantile. Les sources principales d'approvisionnement diffèrent selon la taille du village : pour le 1^{er} quantile, l'approvisionnement se fait auprès des commerçants et STA, pour les 2^{ème} et 3^{ème} quantiles, l'approvisionnement se fait auprès des distributeurs, des autres agents et des commerçants ;
- la difficulté à solutionner les erreurs dans les transactions ressort également et là aussi essentiellement pour le 1^{er} quantile (45,5%) et les 3^{ème} quantile (43%).

Ces données tendraient à montrer que les localités de taille moyenne sont globalement mieux gérées par les opérateurs.

Difficultés d'opérationnalisation des agents

	1er quantile	2e quantile	3e quantile
Distance avec l'agence de l'opérateur	36,4	22	20
Faible connectivité internet	81,8	51,2	77,1
Manque d'accompagnement de l'opérateur	54,5	14,6	48,6
Manque de liquidité à temps voulu	50	26,8	28,6
Difficultés en cas d'erreurs de transactions pour rétablir	45,5	36,6	42,9
Longue transaction (longue distance et/ou attente)	9,1	2,4	14,3
Besoin de garantie / contrepartie	18,2	2,4	11,4

Source d'approvisionnement en liquidité des agents

	1er quantile	2e quantile	3e quantile
Agence bancaire	13,6	22,0	20,0
Agence microfinance	0,0	2,4	5,7
Distributeurs	31,8	46,3	62,9
Autres agents	31,8	29,3	45,7
Sté transfert d'agent	40,9	9,8	31,4
Commerçants	54,5	24,4	40,0
Autres	4,5	2,4	2,9

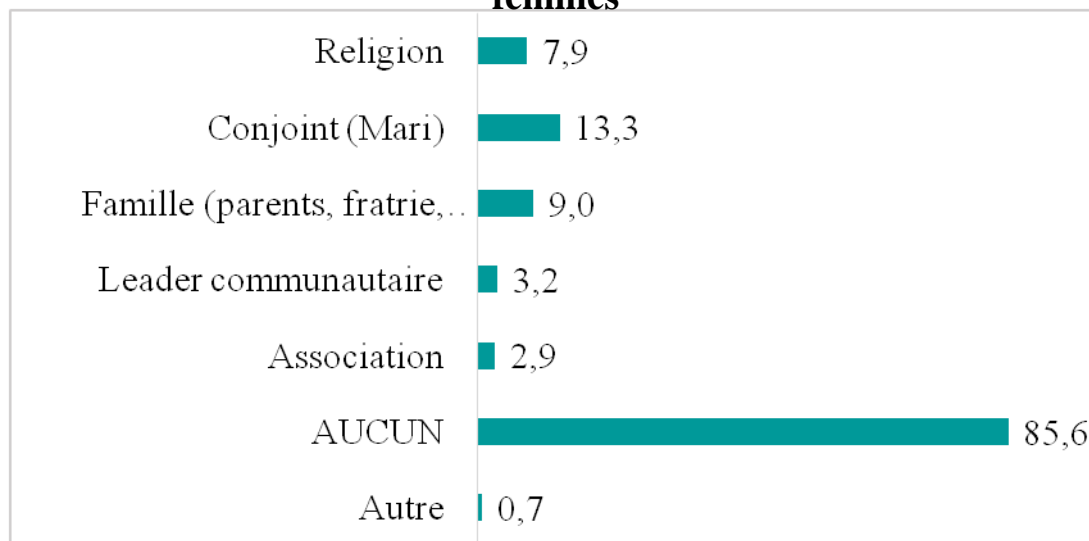
Les groupements féminins vis-à-vis du Mobile money

La plupart des 279 répondantes (85,6%) estime qu'aucune contrainte socioculturelle n'impacte l'utilisation de mobile money chez la femme.

Les barrières socioculturelles jouent un rôle dans les activités de production, de transformation et de commercialisation :

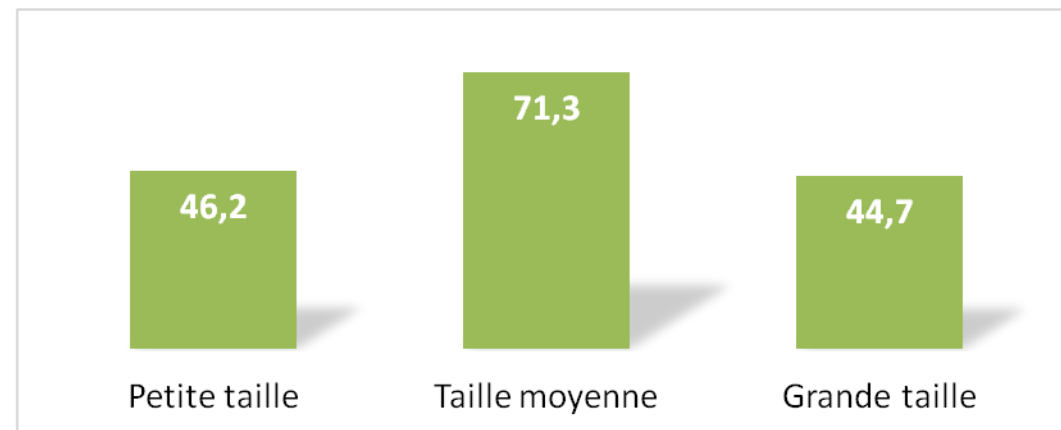
- le conjoint qui ne laisse pas certaine souplesse à la femme,
- le poids de la famille
- la religion

Barrières socioculturelles à l'utilisation du Momo par les femmes



Ce sont dans les villages du 2^{ème} quantile où les femmes montrent le plus d'intérêt à être agent mobile money (71,3%).

Femmes voulant être agent Momo selon la taille du village



Leçons apprises et perspectives à l'issu de l'enquête

Le développement de l'écosystème numérique auprès des populations rurales, passe par le relèvement de certains défis majeurs du coté offre et du coté demande. En effet, le constat est que :

- Le cash reste le principal mode de paiement des commerçants à cause de sa facilité d'utilisation, de sa commodité et il coûte moins cher.
- La méconnaissance, le manque d'intérêt des clients pour le service paiement marchand et le manque de confiance dans les paiements électroniques sont partout relevés.
- Le manque de dispositif de paiement adéquat, et l'absence d'une bonne couverture et qualité internet sont des facteurs bloquants.
- De plus certains acteurs comme les femmes et les agriculteurs seront plus difficiles à convaincre du fait de leur faible niveau de connaissance et de compréhension du numérique.

Malgré ce constat, les populations ont déjà un minimum de prérequis pour adopter le mobile money :

- Détention d'une carte d'identité,
- Possession d'un téléphone,
- Démocratisation des groupes WhatsApp et marketplace pour les acteurs des chaînes de valeurs agricoles,
- Volumes de transactions relativement élevés dans les zones couvertes par l'étude,
- Pas de réelle contrainte réglementaire ou fiscale à l'adoption du paiement marchand.

Le peu de dynamisme du mobile money au Niger est du à la priorisation des opérateurs sur la voix et la data, la lenteur des banques à innover et le faible niveau d'informatisation des SFD. L'arrivée récente des STA comme nouveaux acteurs sur le marché du mobile money peut le dynamiser.

Le paiement marchand n'existe que dans les grandes villes, principalement au niveau des stations essence, des supermarchés, des pharmacies et des hôtels/restaurants. Peu de personnes connaissent l'existence et le fonctionnement des systèmes de paiement proposés et développés au Niger. Une campagne d'information accompagnée d'une politique d'incitation pourrait petit à petit faire évoluer le marché.

La sélection et l'enrôlement des marchands



La segmentation des marchands au Niger

Fournisseur d'intrants (importateur, distributeur), chef d'entreprise ou grossiste sont caractérisés par: structure formelle, dans centre urbain ou ville de taille moyenne, avec volume important de transactions, en général bancarisés et utilisateurs du mobile money. **L'utilisation de TPE interopérable pourrait les intéresser.**

- ✓ Demander le répertoire des fournisseurs d'intrants à MCA (256 entreprises en cours d'actualisation)
- ✓ Se rapprocher du projet Pimelan, RECA et la Maison du Paysan pour solliciter la liste des marchands actifs par localité
- ✓ Identifier ceux qui répondent aux critères de sélection pour être marchand
- ✓ Les sensibiliser aux avantages du paiement marchand et à la protection des clients
- ✓ Leur donner de la visibilité
- ✓ Donner gratuitement les TPE avec possibilité de récupérer sur 6 mois 25% de sa valeur
- ✓ Monitorer les volumes de transactions pour cette catégorie

Commerçant, boutiquier ou détaillant d'intrants sont généralement des structures informelles, dans zone urbaine et rurale, peu bancarisés et peu d'utilisation du mobile money. **L'utilisation d'une solution de paiement marchand via le mobile money sur smartphone paraît le plus pertinent.**

- ✓ Sensibiliser aux avantages du paiement marchand via les Centres Numériques
- ✓ Se rapprocher du projet Pimelan, RECA et la Maison du Paysan pour solliciter la liste des marchands actifs par localité
- ✓ Identifier ceux qui répondent aux critères de sélection
- ✓ Privilégier le parrainage et le bouche à oreille
- ✓ Subventionner les smartphones à hauteur de 90%

Proposition de critères de sélection des marchands

Critères obligatoires

- Avoir une CI pour les marchands informels (montant limité)
- Avoir en plus un n° RCCM et NINEA pour les marchands formels
- Avoir comme activité principale : commerce, agriculture, chef d'entreprise, artisanat
- Disposer d'un local ou espace de travail
- Être dans une zone de couverture GSM et 3G

Avantages comparatifs (pas obligatoire mais un plus)

- Avoir déjà un compte mobile money et l'utiliser fréquemment
- Être un agent ou distributeur mobile money
- Être un commerçant identifié par MCA, la Maison du Paysan, le projet Pimelan ou Reca
- Avoir une bonne notoriété et réputation dans la communauté
- Être situé au niveau des marchés hebdomadaires ou lieu à forte activité

Exemple de procédure d'enrôlement des marchands Wave - Sénégal

Wave a 2 process d'enrôlement et 2 catégories de marchand :

Wave	Marchand Formel	Marchand Informel
KYC	CI – RCCM - NINEA	CI

Pour les marchands informels

Afin de contourner la contrainte des documents réglementaire Wave Sénégal demande uniquement la copie de la Carte d'Identité mais le :

- ✓ Marchand ne peut pas dépasser 10 millions de paiement mensuel
- ✓ Solde marchand ne peut pas dépasser 2 millions

Process 1 Enrolement Marchand Wave

1	Merchand Opener prospecte le marchand
2	Merchand Opener demande au marchand de télécharger Wave Business et telecharger KYC
3	Merchand Opener active Wave Business et paramètre compte Marchand
4	Merchand Opener forme le marchand activé

Le merchant Opener est different des équipes terrain Wave. Son role est limité à la prospection, formation, activation et suivi des marchands Wave.

Process 2 Enrolement Marchand Wave

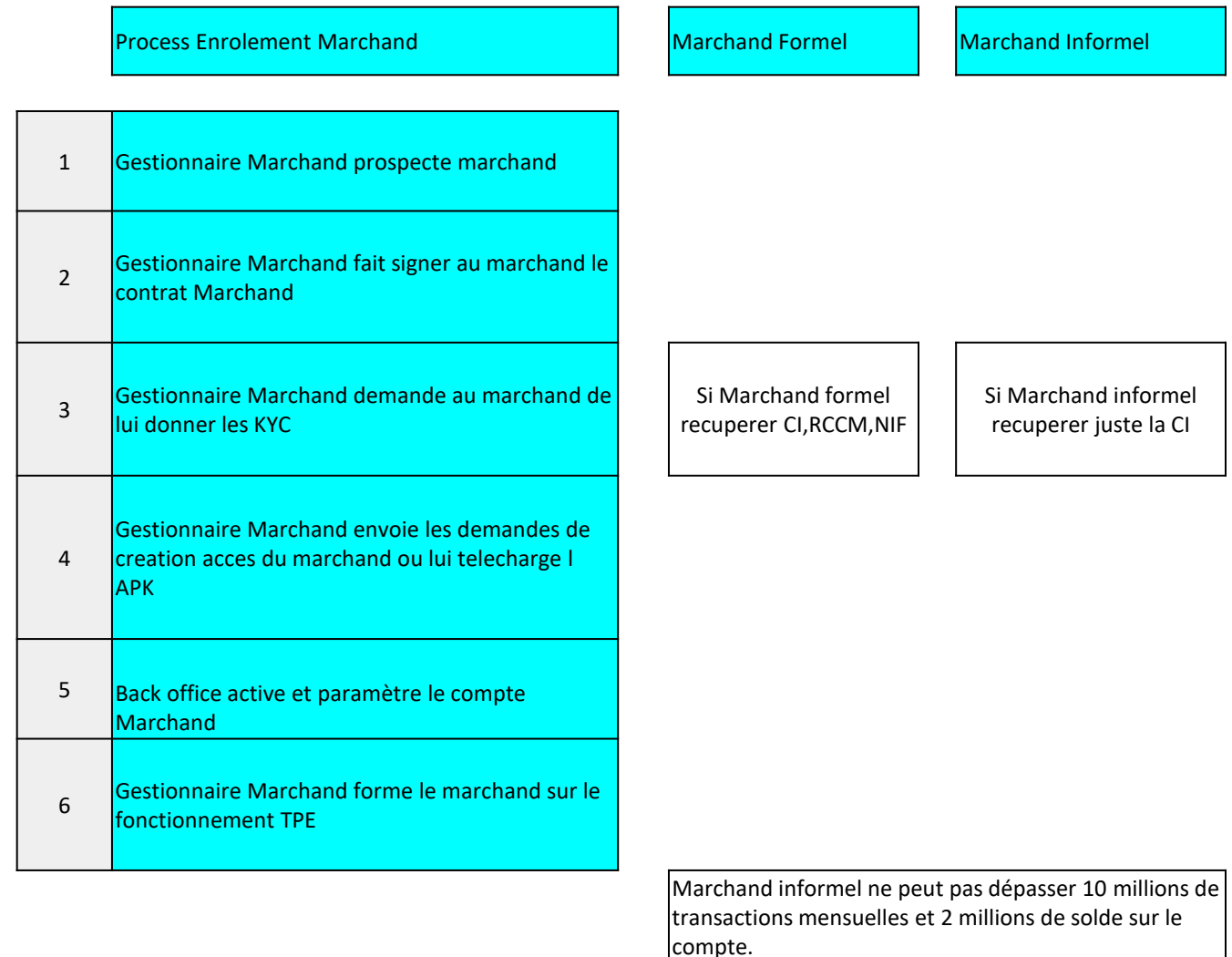
1	Marchand appelle call center Wave
2	Call center Wave lui envoie un google form via Whats'App ou mail
3	Marchand rempli le google form envoyé
4	Call center transfère à Equipe terrain Wave de la zone concernée
5	Equipe terrain Wave de la zone concernée appelle le prospect marchand pour convenir d'un RDV
6	Merchand Opener se déplace chez marchand
7	Merchand Opener demande au marchand de télécharger Wave Business
8	Merchand Opener active Wave Business et paramètre compte Marchand
9	Merchand Opener forme le marchand activé

Proposition de procédure d'enrôlement des marchands

Une équipe commerciale doit être recrutée par le fournisseur du système de paiement et subventionner par le projet pour couvrir les zones identifiés comme prioritaire pour le projet.

Equipe	Rôle et responsabilités
Gestionnaire Marchand (GM)	Enrôlement, formation, suivi marchand, service client dans une zone bien définie
Superviseur Marchand (Sup.M)	Supervise le travail des GM dans une zone bien définie (par exemple une région)

L'objectif du PVI est d'atteindre **2 500 marchands** équipés de dispositifs de paiement d'ici la fin de l'année 2022, ce qui semble être une hypothèse très optimiste. On peut estimer qu'**au moins 70% des marchands enrôlés seront informels.**



Le modèle économique



Les hypothèses du modèle

Hypothèses du modèle

- Le modèle économique est basé sur l'objectif de 2 500 marchands enrôlés d'ici fin 2022, sachant qu'il serait plus réaliste de se fixer cet objectif sur une période de 12 mois
- Il est scindé en 2 parties : (i) Enrôlement de 750 marchands actifs parmi les fournisseurs d'intrants, chefs d'entreprises et grossistes sur l'option agrégateur (exemple : iFutur) ; Enrôlement de 1 750 marchands informels parmi les boutiquiers, détaillants, groupements sur l'option STA (exemple : Al Izza, Nita)
- La base des calculs vient des chiffres fournis par l'agrégateur : 10 000 transactions/mois pour un volume de 400 millions de Fcfa et 40 marchands, soit une moyenne de 10 millions Fcfa/mois/marchand
- Pour atteindre les objectifs du PVI tant en nombre de marchands qu'en zone géographique couverte, le recrutement d'une force de vente est indispensable et ne pourra pas être supportée par l'acteur privé (par exemple iFutur prévoit d'atteindre 200 marchands d'ici la fin de l'année, ce qui est loin des objectifs du PVI)
- En plus de la subvention de la force de vente, les dispositifs de paiement doivent être subventionnés pour ne pas mettre de frein à l'adoption dès le départ
- Les subventions doivent venir appuyer un déploiement rapide et dans des zones ciblées par le projet mais sur une courte période de 3 à 6 mois : le suivi des marchands enrôlés sera ensuite de la responsabilité du fournisseur de services
- Les commissions payées par le marchand (entre 1,5% et 2,5% de la valeur de la transaction) peuvent s'avérer élevés surtout pour les gros montants, faire une analyse de satisfaction des marchands au bout de 3 mois d'activité pour remonter les difficultés.

Avantages et Inconvénients des deux options retenues

	Avantages	Limites
Agrégateur	<ul style="list-style-type: none"> • Est interopérable avec la plupart des fournisseurs (STA, OTM, Banque, MasterCard, Visa) • TPE donné gratuitement au marchand mais remboursement de 25% de la valeur si le marchand n'atteint pas un volume minimum de transaction • Le client peut utiliser son smartphone ou une carte QR code • Frais client: gratuit • Frais débité au marchand: 1,5% si STA et 2,5% si MNO • TPE permet d'éditer un reçu • Fonctionne en 2G, 3G et réseau GPRS adaptée au zone rurale 	<ul style="list-style-type: none"> • Nécessite la formation du marchand sur tous les moyens de paiements intégrés • Si pas de 3G, transaction validée sous forme sms mais moins sécurisée • Le TPE peut avoir une autonomie de 72h • La compensation des transactions est effectuée chaque jour à minuit • Ne dispose pas de réseau d'agents
STA	<ul style="list-style-type: none"> • Ouverture de compte gratuit • Frais client : gratuit • Frais débité au marchand : 1,5% à 2,5% • Le marchand doit avoir un smartphone (subventionné à 90%) • Le client peut utiliser l'application mobile (smartphone) ou le canal USSD (téléphone de base) • Application facile à utiliser • Dispose d'un réseau d'agents dense avec une forte pénétration en zone rurale 	<ul style="list-style-type: none"> • Offert uniquement aux clients du STA • Nécessite la connexion internet pour avoir toutes les fonctionnalités • La STA doit avoir des accords avec les différents opérateurs • La STA doit avoir son propre code USSD pour permettre les transactions avec un téléphone de base

Option 1 l'agrégateur

- ✓ Pour les marchands formels du type fournisseur d'intrants, chefs d'entreprise ou grossistes, essentiellement situés dans les gros centres urbains
- ✓ Le marchand est également un agent iFutur
- ✓ TPE donné gratuitement mais remboursement de 25% de sa valeur sur 6 mois (37 500 FCFA) sauf si atteinte d'un certain volume de transaction mensuelle
- ✓ Le marchand ouvre un compte marchand en ligne et a un contrat avec la Fintech
- ✓ Le marchand paye entre 1,5% (STA) et 2,5% (OTM) sur les transactions, gratuit pour le client

Hypothèses du modèle

- Pour avoir **750 marchands actifs** (30% des 2500 marchands ciblés par PVI), nous avons estimés qu'il faut recruter 940 marchands (entre 20% et 35% ne seront pas actifs immédiatement).
- Pour recruter **940 marchands formels** sur une période de 3 mois, la force de vente estimée est de 10 GM et 2 superviseurs Marchands (chaque GM devra enrôler en moyenne 30 marchands par mois).



	M0	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Valeur Transactions Mensuelles	400 000 000	1 499 400 000	1 872 000 000	2 291 250 000	1 974 000 000	2 115 000 000	2 256 000 000
Nb transactions/marchand/j	8	6	5	5	4	4	4
Nb de transactions par mois	10 000	42 840	62 400	91 650	78 960	84 600	90 240
Montant moyen/transaction	40 000	35 000	30 000	25 000	25 000	25 000	25 000
Nbre de Marchand enrolés	40	340	640	940	940	940	940
Nbre de Marchand actifs	40	238	416	611	658	705	752

Les estimations en termes de volume de transactions et commissions

Hypothèses du modèle

- Le nombre et la valeur des transactions moyennes par marchand va diminuer avec l'enrôlement de marchands de plus petite taille : de 8 transactions de 40 000 FCFA/j à 4 transactions de 25 000 FCFA/j
- A l'échéance des 6 mois, les 752 marchands actifs réalisent 90 240 transactions par mois pour une valeur de 2,256 Mds Fcfa
- 65% des transactions réalisées seront faites avec les STA et 35% avec les OTM
- Transaction STA : sur les 1,5% débités au marchand 0,5% sont versées à l'agrégateur et 1% reviennent au STA
- Transaction OTM : sur les 2,5% débités au marchand 1% sont versées à l'agrégateur et 1,5% reviennent à l'OTM

Valeur Transactions Mensuelles	400 000 000	1 499 400 000	1 872 000 000	2 291 250 000	1 974 000 000	2 115 000 000	2 256 000 000
Commission payée par Marchand STA	3 900 000	14 619 150	18 252 000	22 339 688	19 246 500	20 621 250	21 996 000
Commission payée par Marchand OTM	3 500 000	13 119 750	16 380 000	20 048 438	17 272 500	18 506 250	19 740 000
Total Commission payée par les marchands	7 400 000	27 738 900	34 632 000	42 388 125	36 519 000	39 127 500	41 736 000
Commission moyenne payée/marchand	185 000	116 550	83 250	69 375	55 500	55 500	55 500
Commission touchée par l'agrégateur sur Marchand STA	1 300 000	4 873 050	6 084 000	7 446 563	6 415 500	6 873 750	7 332 000
Commission touchée par l'agrégateur sur Marchand OTM	1 400 000	5 247 900	6 552 000	8 019 375	6 909 000	7 402 500	7 896 000
Commission totale touchée par l'agrégateur sur tous les marchands	2 700 000	10 120 950	12 636 000	15 465 938	13 324 500	14 276 250	15 228 000

Les estimations en termes de coûts et subventions

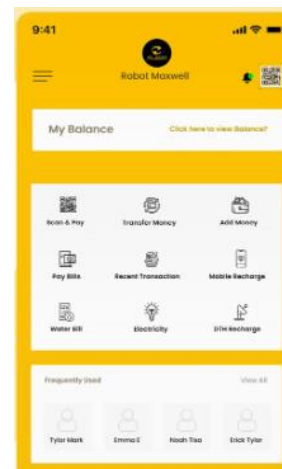
	Coût estimé	Subvention PVI	
Force commerciale sur 3 mois	7 920 000	100%	7 920 000
Equipement force commerciale	4 200 000	100%	4 200 000
Achat TPE marchands	135 000 000	75%	101 250 000
Impression carte QR clients	8 200 000	75%	6 150 000
Marketing (affiche, flyer, radio, ...)	5 000 000	50%	2 500 000
TOTAL	160 320 000		122 020 000

Hypothèses du modèle

- La force de vente nécessaire à l'enrôlement des 752 marchands formels actifs doit être subventionné à 100% par PVI, dans le cas contraire les objectifs ciblés par le projet ont peu de chance d'être couverts par la Fintech (zone, nombre, profil)
- L'achat des TPE (150 000 FCFA) doit également être subventionné au moins à hauteur de 75%, l'agrégateur peut envisager de récupérer les 25% restant (37 500 FCFA) auprès des marchands sur une période de 6 mois sauf s'ils atteignent un certain volume de transactions par mois (par exemple 5 millions FCFA/mois)
- L'impression des cartes QR code pour les clients doit également être prise en charge car permet de contourner le problème d'accès à un smartphone et à internet pour le client. Le client peut être enrôlé directement par le marchand selon le process suivant :
 1. Le fournisseur remet des cartes QR Code vierge au marchand.
 2. Le marchand propose au client la carte QR Code, le client doit fournir son numéro de téléphone et sa carte d'identité.
 3. Le marchand utilise application mobile destinée au marchand pour associer l'identité du client à la carte QR Code.
 4. Le marchand remet au client la carte QR Code activée.

Option 2 la STA

- ✓ Pour 1750 marchands informels du type détaillants, boutiquiers, groupes de femmes
- ✓ Application accessible via playstore mais fonctionne aussi avec USSD si pas de connexion
- ✓ Smartphone subventionné par le projet à hauteur de 90% (max 10 000 FCFA à la charge du marchand)
- ✓ Montant plafonné à 10 millions par mois et 2 millions en solde
- ✓ Pas de frais de transaction pour le client
- ✓ 1,5% pour les marchands



Process 1 Enrôlement Marchand

1	Chef de secteur prospecte le marchand
2	Chef secteur récupère les KYC du marchand (CI)
3	Chef de secteur fait signer le contrat au Marchand
4	Marchand télécharge Application
5	Chef de secteur forme le marchand

Hypothèses du modèle

- La force de vente nécessaire à l'enrôlement des 1750 marchands informels a été estimé à 12 GM et 3 superviseurs sur une durée de 6 mois et doit être subventionnée à 100% par PVI
- 50% des frais marketing et de sensibilisation des populations peut être pris en charge par le PVI

	Coût estimé		Subvention PVI
Force commerciale sur 6 mois	19 980 000	100%	19 980 000
Equipement force commerciale	5 250 000	100%	5 250 000
Achat Smartphone	175 000 000	90%	157 500 000
Marketing (affiche, flyer, radio, ...)	5 000 000	50%	2 500 000
TOTAL	205 230 000		185 230 000

Les estimations en termes de volume de transactions et commissions

Hypothèses du modèle

- Vu la difficulté de chiffrer le volume d'activité des marchands informels, plusieurs hypothèses ont été faites : 10%, 30% et 50% de la valeur mensuelle des transactions envisagée pour l'option précédente
- 300 marchands informels enrôlés chaque mois

	M0	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Valeur Transactions Mensuelles	400 000 000	2 142 000 000	2 880 000 000	3 525 000 000	3 720 000 000	4 620 000 000	5 520 000 000
Nb de transaction/marchand/j	8	6	5	5	4	4	4
Nb de transactions par mois	10 000	61 200	96 000	141 000	148 800	184 800	220 800
Montant moyen/transaction	40 000	35 000	30 000	25 000	25 000	25 000	25 000
Nbre de Marchand enrôlés	40	340	640	940	1 240	1 540	1 840
Hyp basse (10% val trx)	40 000 000	214 200 000	288 000 000	352 500 000	372 000 000	462 000 000	552 000 000
Commission payée par Marchand	600 000	3 213 000	4 320 000	5 287 500	5 580 000	6 930 000	8 280 000
Commission moyenne payée/marchand	15 000	9 450	6 750	5 625	4 500	4 500	4 500
Hyp/Moyenne (30% val Trx)	120 000 000	642 600 000	864 000 000	1 057 500 000	1 116 000 000	1 386 000 000	1 656 000 000
Commission payée par le Marchand	1 800 000	9 639 000	12 960 000	15 862 500	16 740 000	20 790 000	24 840 000
Commission moyenne payée/marchand	45 000	28 350	20 250	16 875	13 500	13 500	13 500
Hyp/Haute (50% val Trx)	200 000 000	1 071 000 000	1 440 000 000	1 762 500 000	1 860 000 000	2 310 000 000	2 760 000 000
Commission payée par les Marchands	3 000 000	16 065 000	21 600 000	26 437 500	27 900 000	34 650 000	41 400 000
Commission moyenne payée/marchand	75 000	47 250	33 750	28 125	22 500	22 500	22 500

Les mesures incitatives pour les marchands

Pendant la phase de développement, il serait souhaitable que des mesures incitatives soient envisagées afin de pousser les marchands à augmenter leur volume de paiement ou à parrainer d'autres marchands.

Ces mesures doivent être mises en place par le fournisseur du service avec éventuellement un support de la part du PVI.

GAIN	KPI	Challenge
RISTOURNE	Volume de paiement mensuel	Frais de remboursement du TPE annulé si le marchand atteint 5 MF/mois
RISTOURNE	Volume de paiement mensuel	5% des frais remboursés au marchand s'il atteint 2 MF/mois
RISTOURNE	Volume de paiement mensuel	10% des frais remboursés au marchand s'il atteint 5 MF/mois
RISTOURNE	Volume de paiement mensuel	15% des frais remboursés au marchand s'il atteint 10 MF/mois
Parrainage	5 sous marchands recrutés le mois	5 envois d'argent gratuit gagnés par Marchand
Parrainage	10 sous marchands recrutés le mois	10 envois d'argent gratuit gagnés par Marchand
SMARTPHONE	Volume de paiement trimestriel	Meilleur marchand de la zone 1
SMARTPHONE	Volume de paiement trimestriel	Meilleur marchand de la zone 2
SMARTPHONE	Volume de paiement trimestriel	Meilleur marchand de la zone 3
1 MOTO + 1 Tablette	Volume de paiement annuel	Meilleur marchand de l'année

Conclusion et recommandations



Conclusions sur les perspectives d'adoption du paiement marchand

Le développement des paiements marchands offre une opportunité de renforcer l'inclusion financière, le développement économique à travers des transactions financières plus transparentes, sécurisées, rapides. Pour le Niger, les difficultés et les perspectives suivantes à l'adoption et à la vulgarisation des paiements marchands ont été relevé :

1. Les difficultés :

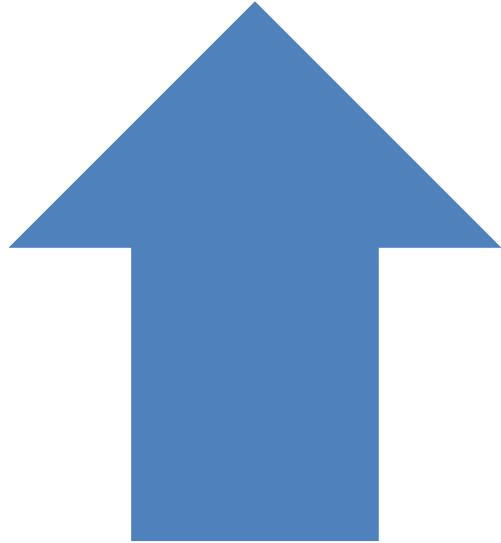
- techniques (problèmes de connectivité, de couverture réseau, d'infrastructures technologiques)
- organisationnelles (manque de synergie entre les acteurs Fintech, banques, opérateurs, environnement réglementaire insuffisant, obligation réglementaire)
- opérationnelles (systèmes de paiement différents STA, Opérateurs avec des tarifs non uniformes, faible disponibilité des agents)
- économiques (coût d'acquisition des dispositifs et de location des TPE élevés, faiblesse de la demande des solutions électroniques, commerçants et chefs d'entreprise peu bancarisés et majoritairement informels),
- sociologiques (manque de confiance dans la technologie, barrières sociologiques pour les femmes).

2. Les perspectives :

- la stimulation de la demande en s'appuyant sur les marchands qui possèdent déjà des comptes mobile money,
- la reconnaissance par les répondants de la sécurité et de la commodité des paiements digitaux même dans les zones rurales,
- l'opportunité de la mise en place des centres numériques et d'une force commerciale pour enrôler les marchands afin de développer l'inclusion des acteurs ruraux (MPME et opérateurs des chaînes de valeurs agricoles),
- la segmentation des marchands et le développement des modèles d'affaires répondants aux besoins de la population,
- l'approche chaîne de valeur afin de favoriser l'adoption du paiement marchand (le marchand qui est payé sur un compte de mobile money devrait avoir la possibilité de régler ses fournisseurs par le même moyen),
- la présence active des STA et des Fintech,
- l'implication des autorités monétaires (BCEAO), des autorités gouvernementales, des projets de développement afin de dynamiser le paiement marchand et d'avoir une synergie d'action.

Les principaux obstacles et les facteurs de succès à l'adoption du paiement marchand

Niger



1. **Le dynamisme des acteurs** de l'écosystème, spécialement les Fintech et STA
2. **Les projets de digitalisation des paiements** de l'Etat (projets à la DGI et au Trésor Public)
3. **Le compte light** utilisable jusqu'à 200 000 FCFA sans identification
4. **L'insécurité grandissante** dans certaines zones qui rend l'utilisation du cash plus risqué
5. **La possession de smartphone** et l'utilisation grandissante des **groupes WhatsApp**



1. **Une demande faible**, le cash reste le principal mode de paiement
2. **Un manque de confiance dans les opérateurs** de mobile money
3. **Un KYC pas adapté** : procédures d'enregistrement complexes pour les marchands qui ont besoin actuellement d'avoir CI; n° RCCM et NIF
4. **Une proposition de valeur peu intéressante** : modèles tarifaires peu adaptés, problèmes de gestion des liquidités, absence d'interopérabilité qui limite les usages et freine l'adoption, absence d'incitation au niveau de l'Etat, problèmes techniques des TPE.
5. **Un problème de connectivité** sur l'ensemble du territoire y compris à Niamey
6. **Une absence des mesures d'incitation et de segmentation** des marchands
7. **Une absence de communication et de démarchage des marchands par les fournisseurs de services de paiement**, qui essaye déjà de développer le paiement de facture

Les Centres numériques ont un rôle à jouer ainsi que l'Etat

Niger

Centres numériques

- Accompagnement à l'usage des Services Momo : ouverture de compte, CICO, paiement de facture, ... pour les 3 opérateurs et les 3 STA
- Cyber café : mise à disposition d'ordinateurs, tablettes et smartphones connectés (location à la 1/2h ou à l'heure)
- Sensibilisation et campagne d'information sur l'utilisation du mobile money et les avantages du paiement marchand
- Conseil en technique agricole (messages vocaux de RECA) et accès aux plateformes agricoles
- Service de factures certifiées (Logiciel développé par les privés qui se rémunèrent à chaque émission de factures)
- Appui à l'obtention d'une Carte d'Identité
- Point d'enrôlement pour le eKYC et appui à l'ouverture d'un compte (banque, SFD)
- Identification des marchands et accompagnement à l'obtention d'un code marchand
- Gestion des tontines numériques

Etat

- Cadre réglementaire pour faciliter la digitalisation des paiements de l'Etat
- Cadre de concertation pour avoir une synergie d'actions entre les différents Ministères et départements ministériels (écosystème de paiement numérique cohérent et dynamique)
- Promotion des solutions locales en privilégiant les Fintech nigériennes
- Fiscalité attrayante sur les dispositifs de paiement et exonération sur les paiements digitaux
- Appliquer la réglementation en vigueur qui impose que tout paiement supérieur ou égal à 100 000 f ne soit pas effectué en cash
- Améliorer la couverture réseau GSM et internet, promouvoir les solutions interopérables

Recommandations pour le projet PVI et les opérateurs

Ciblage

Privilégier les villages du 2^{ème} quantile (environnement plus favorable),

Commencer par les marchands formels plus facile à identifier, favoriser la combinaison marchand-agent et l'approche via les chaînes de valeur,

Approcher les acheteurs et fournisseurs d'intrants identifiés par MCA, Pimelan, Reça et Maison du Paysan,

Adopter des dispositifs de paiement différents selon les cibles : TPE pour les marchands formels et smartphones pour les marchands informels

Pour les groupes de femmes, vulgariser l'e-tontine développé par CARE et financer des smartphones pour les responsables de groupe qui peuvent être aussi des agents momo

Modèle d'affaire

Favoriser l'option agrégateur (iFutur) pour les marchands formels qui ainsi pourront accepter plusieurs mode de paiement, l'option STA pour les marchands informels qui sont moins cher et plus dynamique que les opérateurs

Financer les forces de vente nécessaire à la sensibilisation et au recrutement des marchands (formels et informels)

Les TPE peuvent être subventionnés à hauteur de 75% par le PVI directement à l'agrégateur, charge à lui de récupérer les 25% restant auprès du marchand

Les smartphones peuvent être subventionnés à hauteur de 90% auprès des marchands informels enrôlés par la force de vente

Fournisseurs de mobile money

Améliorer la capillarité des réseaux d'agent pour faciliter le CICO et assurer un monitoring de la qualité des services proposés (ainsi que le respect des tarifs)

Faire des campagnes massives d'ouverture de comptes light pour les clients en attendant de pouvoir facilement identifier les utilisateurs

Améliorer les mécanismes de recours offerts par les prestataires

Mettre en place les mesures d'incitation proposées par l'étude

Recommandations par rapport aux groupements féminins

Les groupements féminins ne sont pas des cibles pour le paiement marchand mais peuvent être accompagnés dans la digitalisation de leurs activités, il s'agirait de :

- ✓ Identifier un système de gestion de tontines via une application mobile facile d'utilisation, avec un service vocale en langue qui facilite les transferts entre les membres du groupe et intègre des modules simplifiés d'éducation financière
- ✓ Se rapprocher de CARE qui travaille déjà avec 30 000 groupes au Niger (environ 1M de femmes) et les ont déjà sensibilisées au digital. Projet de e-tontine en cours (application sur smartphone qui fonctionne hors ligne mais a besoin d'une connexion pour la sauvegarde des données) avec enregistrement des informations et transactions du groupe, intégration avec Airtel et Al Izza. 300 smartphones (valeur 70 000 FCFA) ont déjà été distribués.
- ✓ Voir la possibilité que les leaders des groupes (qui ont une CI) deviennent sous-agent mobile money des Centres numériques ou des marchands-agents.

Parcours client E-Tontine (ItechPay)



ItechPay de Itech center inclut une solution E Tontine sur smartphone permettant facilement aux membres de groupes de cotiser et prendre leur mise ou cagnotte. Les transferts entre le groupe et ses membres sont gratuits. Partenariat avec Airtel ou AL Izza pour faire les CICO sur les comptes des membres, des frais sont à prévoir lors du retrait de la cagnotte.

Annexes



Type d'acteur	Structure	Personnes de contact	Titre/poste
Acteurs publics	ANSI	Harouna Issaka	Direction Accès Universel et de la Gestion de s Projets
	UEP/PVI	Abdou Kane	Coordonnateur
		Amsatou Yahaya	Service Financier Numérique/R. Comp 3
		Haoua Daouda	SMPN
	DGI	Namaioua Abdou	Cellule Téléservices fiscaux
	ARCEP/Yulcom	Hadiza Ben Omar	DG Yulcom
	Trésor Public	Malam Barmou Saidou	Directeur des opérations bancaires
	Chambre de commerce	Moussa Kaoura M. Bachir	DG Maison de l'Entreprise
	Poste finance	Nourdine Gado	Coordonnateur des projets
	SNFI	M. Makaou	Secrétaire exécutif
		Lawali Souleymane	Responsable VF
FINTECH	ITECH-CENTER	Abdou Maidagi Sayadi	Agent Commercial
		Hachimou Tounaou Djamilia	Ingénieur IT
	NOVATECH	Daouda Hamadou	CEO
	Optimus engineering	Mahamane Massaoudou I.	Directeur général
	i-Futur	Farka Aboubacar	Project Manager Officer
		Boubacar Sidikou	Directeur général
Réseaux d'agents	Master agent/Dealers	Mahamadou N. Maidagi	Gérant Fala-phone
	Master agent/Dealers	Moussa Traoré	Gérant exclusif Zamani

Type d'acteur	Structure	Personnes de contact	Titre/poste
OTM	Airtel	Ibrahim Sani Koutibi	Airtel Money-B2B et Digital Solution
	Zamani	Idrissa Diallo	Directeur Marketing
Autres acteurs (finance digitale, agricole)	RECA	Mme Aïssa	Responsable digitalisation
	CAIMA	Andillo Abdoukarim	Assistant Directeur Commercial
	CARE	Cherifatou Ibrahima Agoumo	Cheffe de projet numérisation groupements MMD
	PIMELAN	Moha Ali	Coordonnateur National
		Adamou dit Kimba A.	SFAP
	Mercy-Corps	Siaka Millogo	Directeur Pays
	MCA	Said Mahaman Karimou	Manager Services de gestion et de facilitation des activités sur le marché
		Habi Aminatou	Chargé Alphabétisation et Santé
		Mahaman Bachir	Spécialiste Mobilisation Communautaire
	UNCDF	Olivier Yara	Responsable Pays Economie Numérique
		Cheik Tidiane	Responsable finance digitale
2mInvest (Mata et Matassa Investing)	Mme Réki Djermakoye	Directrice Générale	
SFD	CAPITAL FINANCE	Hassan Baleida	Directeur général
		Seyni Kimba	Directeur Commercial
		Rachtane Aicha Walet	Responsable digitalisation
		Ousmane Nargoungou	Directeur informatique
	ACEP	Issoufou Soufiane Cissé	Responsable Marketing devpt et innovation
		Ibrahim Yacouba Aboubacar	Assistant Marketing devpt et innovation

Type d'acteur	Structure	Personnes de contact	Titre/poste
Banques	ECOBANK	Mme ADJI Nafissatou HAMA DJIBO	Directrice de la Banque des Particuliers
		Bondjere Morou	Chef Distribution Grand Public
		Mahamadou Abdou	Chef Division Agency Banking
	BOA	Sangaré Oumarou Nouhou	Responsable Monétique et Transferts Rapides
		Aline Delanne	Responsable Portefeuille Crédit
		Elh Ibrahim Alou Mainassara	Directeur Pôle exploitation
		Biga Younoussi	Responsable Produits Digitaux
	BAGRI	Maman Moutari Moutari	Directeur du Système d'Information

38 enquêtés seulement peuvent être des marchands formels

	REGION	DEPARTEMENT	VILLAGE	NOM ET PRENOM DU REpondANT	Q01. Sexe du répondant ?	Q05. Quelle est votre activité principale ?	Q18. Possédez-vous un téléphone portable ou smartphone ou avez-vous accès à un téléphone ?	Q21. Seriez vous prêt à acheter un TPE ?	Q24. Possédez-vous un compte momo ou avez-vous accès à un compte ?
1	MARADI	GAZAOUA	GAZAOUA	Elh Tassiou Gazobi(Union Gaskiya)	Masculin	Agriculteur/Elevage/Pêche	Téléphone Basique	Oui	Accès
2	MARADI	GAZAOUA	GAZAOUA	Yahaya Issoufou (HIMMA)	Masculin	Agriculteur/Elevage/Pêche	Les deux	Oui	Accès
3	TAHOUA	BIRNI N'KONNI	BIRNI N'KONNI	Rachid Allahi guizo	Masculin	Chef d'entreprise	Les deux	Oui	Oui
4	TAHOUA	BIRNI N'KONNI	BIRNI N'KONNI	Hadiza Ouedrago	Féminin	Chef d'entreprise	Téléphone Basique	Non	Oui
5	ZINDER	MAGARIA	MAGARIA	Adam Yahaya	Masculin	Commerçant	Les deux	Oui	Oui
6	MARADI	TESSAOUA	TESSAOUA	Aminou Ichaou	Masculin	Commerçant	Les deux	Oui	Oui
7	MARADI	TESSAOUA	TESSAOUA	SABIOU DAOUDA	Masculin	Commerçant	Smartphone	Non	Non
8	MARADI	TESSAOUA	TESSAOUA	Alio Souley	Masculin	Chef d'entreprise	Les deux	Oui	Oui
9	ZINDER	MIRRIAH	MIRRIAH	Elh Moustapha	Masculin	Commerçant	Smartphone	Non	Non
10	DOSSO	GAYA	GAYA	ILLIASOU MAGAGI YERIMA	Masculin	Commerçant	Les deux	Oui	Oui
11	DOSSO	GAYA	GAYA	DAOUDA ZAKARI	Masculin	Commerçant	Les deux	Oui	Oui
12	MARADI	MADAROUNFA	DAN ISSA	Oumar Salifou	Masculin	Commerçant	Smartphone	Non	Non
13	MARADI	MADAROUNFA	DAN ISSA	Alhadji yaou	Masculin	Agriculteur/Elevage/Pêche	Smartphone	Oui	Oui
14	MARADI	DAKORO	SABON MACHI	TSAYABOU DAN LADI	Masculin	Agriculteur/Elevage/Pêche	Téléphone Basique	Oui	Oui
15	MARADI	DAKORO	SABON MACHI	Ouzeirou Moussa	Masculin	Commerçant	Les deux	Oui	Oui
16	AGADEZ	ARLIT	ARLIT	Ismaël	Masculin	Commerçant	Les deux	Non	Oui
17	AGADEZ	ARLIT	ARLIT	Hadiza Abouba	Féminin	Artisan	Téléphone Basique	Non	Non
18	AGADEZ	ARLIT	ARLIT	Attaher Mourad	Masculin	Chef d'entreprise	Les deux	Oui	Accès
19	DOSSO	BOBOYE	BIRNI N'GAOURE	ABDOULAYE Elh DAN KATA	Masculin	Commerçant	Les deux	Oui	Oui
20	DOSSO	BOBOYE	BIRNI N'GAOURE	Issaka	Masculin	Commerçant	Téléphone Basique	Oui	Non
21	AGADEZ	ARLIT	ARLIT	Issa daouda	Masculin	Chef d'entreprise	Les deux	Oui	Oui
22	AGADEZ	ARLIT	ARLIT	Moussa Mohamed	Masculin	Agriculteur/Elevage/Pêche	Les deux	Non	Non
23	MARADI	MAYAHI	MAYAHI	Moussa dan ladi	Masculin	Commerçant	Téléphone Basique	Oui	Oui
24	MARADI	MAYAHI	MAYAHI	SOUFIANOU NAHANTCHI	Masculin	Agriculteur/Elevage/Pêche	Les deux	Oui	Oui
25	MARADI	MAYAHI	MAYAHI	Aicha Abdou	Féminin	Commerçant	Les deux	Oui	Non
26	TAHOUA	ILLELA	BADAGUICHIRI	Sani gao	Masculin	Commerçant	Téléphone Basique	Non	Oui
27	TILLABERI	FILINGUE	FILINGUE	Salamou MAHAMAN	Féminin	Agriculteur/Elevage/Pêche	Téléphone Basique	Oui	Non
28	TILLABERI	FILINGUE	FILINGUE	Tahirou moussa	Masculin	Chef d'entreprise	Les deux	Oui	Oui
29	TILLABERI	FILINGUE	FILINGUE	MOUSSA MAHAMAN	Masculin	Chef d'entreprise	Les deux	Oui	Oui
30	ZINDER	GOURE	GOURE	Brah Maman	Masculin	Commerçant	Les deux	Non	Oui
31	TILLABERI	BALLEYARA	BALLAYARA	ABOUBACAR NOUHO	Masculin	Chef d'entreprise	Les deux	Oui	Oui
32	ZINDER	TANOUT	TANOUT	HAMZA ELHAJ TINAOU	Masculin	Commerçant	Les deux	Oui	Oui
33	ZINDER	TANOUT	TANOUT	AHMED HAROUNA	Masculin	Autre (à préciser)	Smartphone	Non	Oui
34	ZINDER	TANOUT	TANOUT	Souley Amadou Abdoul Kadre	Masculin	Chef d'entreprise	Smartphone	Oui	Oui
35	NIAMEY	PERIPHERI NIAMEY	NIAMEY	Gao boroh	Masculin	Chef d'entreprise	Les deux	Oui	Oui
36	NIAMEY	PERIPHERI NIAMEY	NIAMEY	Farida djibril	Féminin	Chef d'entreprise	Les deux	Oui	Oui
37	NIAMEY	PERIPHERI NIAMEY	NIAMEY	Mahamadou	Masculin	Commerçant	Les deux	Non	Non
38	NIAMEY	PERIPHERI NIAMEY	NIAMEY	Aicha Yahaya	Féminin	Agriculteur/Elevage/Pêche	Smartphone	Oui	Non

145 marchands du projet PIMELAN peuvent être des marchands formels

DÉPARTEMENT	COMMUNE	NOM ET PRÉNOM	Statut ou Types d'Acheteurs	I11.SEXE	Téléphone	DÉPARTEMENT	COMMUNE	NOM ET PRÉNOM	Statut ou Types d'Acheteurs	SEXE	Téléphone
						Niamey	Commune 2	Hadizatou Koubra Garba	Associations/faitières agricoles	Femme	90280603
						Niamey	N'dounga	Chaïbou harouna	Petites et moyennes entreprises agricoles	Homme	97128954
Arlit	Commune Arlit	Maazou kali	Commerçants	Homme	96962856	Niamey	Commune 2	Boubacar Adamou	Microentreprises agricoles	Homme	90001300
Agadez	Commune Agadez	Bachir Amani	Petites entreprises agricoles	Homme	98042222	Niamey	Commune 2	Seney Gamatié	Commerçants	Homme	96531650
						Niamey	Commune 3	Bachir Rabo	Autres à préciser	Homme	80790217
Agadez	Commune Agadez	Abdourahmane Yacouba	Petites et moyennes entreprises agricoles	Homme	96996177	Niamey	Commune 1	Mahamadou soumana	Autres à préciser	Homme	96990378
						Niamey	Commune 1	Oumarou madougou	Commerçants	Homme	96219831
Agadez	Commune Agadez	Amadou bouhari	Commerçants	Homme	96493335	Niamey	Commune 1	Elhadj mahamadou magaji	Commerçants	Homme	96977718
						Niamey	Commune 1	Elhadj sani tarogao	Commerçants	Homme	98484808
Diffa	Commune Diffa	Mamadou Ari	Commerçants	Homme	96010819	Niamey	Commune 1	Elhadj mahamadou magaji	Commerçants	Homme	96977718
						Niamey	Commune 1	Elhadj sani taron gao	Commerçants	Homme	98484808
Diffa	Commune Diffa	Elh Kiarifougou Moustapha	Commerçants	Homme	96284948	Niamey	Commune 1	Koroney tahirou	Commerçants	Homme	88358102
						Niamey	Commune 1	Idi maïdawa	Commerçants	Homme	96397474
Diffa	Commune Diffa	Madou Abacar Ari	Petites entreprises agricoles	Homme	98617231	Niamey	Commune 1	Moussa tankari	Commerçants	Homme	96397474
Diffa	Commune Diffa	Elhadj Noura Idi	Commerçants	Homme	96421734	Niamey	Commune 2	Elhadj maman sani	Commerçants	Homme	96279129
Diffa	Commune Diffa	Aboucar Abba yaganami	Petites entreprises agricoles	Homme	96490982	Niamey	Commune 2	Bachir housseini	Commerçants	Homme	96772929
Diffa	Commune Diffa	Dala Kiari kaka	Associations/faitières agricoles	Homme	96063183	Niamey	Commune 2	Mohamed Ahmed	Autres à préciser	Homme	80085462
Diffa	Commune Diffa	Elh Ousmane Dan Mallé	Petites entreprises agricoles	Homme	96432270	Niamey	Commune 4	Dr sani gambo	Autres à préciser	Homme	96421920
Diffa	Commune Diffa	Nassirou Halidou	Associations/faitières agricoles	Homme	92132254	Niamey	Commune 4	Yahaya maazou	Commerçants	Homme	96873695
Diffa	Commune Diffa	Lawan taher	Petites entreprises agricoles	Homme	99383899	Niamey	Commune 4	Amadou salifou Ibrahim	Petites entreprises agricoles	Homme	99856969
						Niamey	Commune 4	Yahaya tanko	Autres à préciser	Homme	96140609
Diffa	Commune Diffa	Awari Elh Goni	Petites et moyennes entreprises agricoles	Homme	96463643	Niamey	Commune 5	Oumarou Ibrahim	Petites et moyennes entreprises agricoles	Homme	96981315
						Niamey	Commune 5	Moumouni garba	Autres à préciser	Homme	96194917
Diffa	Commune Diffa	Elh illia	Petites et moyennes entreprises agricoles	Homme	99990022	Niamey	Commune 5	Abdoulaye seydou	Commerçants	Homme	96556178
						Niamey	Commune 5	Halidou hamani	Commerçants	Homme	96262845
Diffa	Commune Diffa	Ado Moussa	Petites entreprises agricoles	Homme	96774111	Niamey	Commune 5	Idé hamani	Commerçants	Homme	96091368
						Niamey	Commune 5	Dr ousséini mariama abdou	Autres à préciser	Femme	96279796
Diffa	Commune Diffa	Lamine Boucar Mahamat	Petites entreprises agricoles	Homme	97426526	Niamey	Commune 5	Mamadou alhassan Dia	Autres à préciser	Homme	96973564
						Niamey	Commune 5	Mahamadou alhassan Dia	Autres à préciser	Homme	90400704
Diffa	Commune Diffa	Abdourahamane Abdou	Associations/faitières agricoles	Homme	99384576	Niamey	Commune 4	Boureïma Wankoye	Petites et moyennes entreprises agricoles	Homme	96972926
Diffa	Commune Diffa	Abdou Nounnou	Petites entreprises agricoles	Homme	96314202	Niamey	Commune 4	Rachid Sallaou	Petites et moyennes entreprises agricoles	Homme	96977004
Diffa	Commune Diffa	Ali Idi	Petites entreprises agricoles	Homme	80755613	Niamey	Commune 2	Issoufou Issa	Petites et moyennes entreprises agricoles	Homme	96961047
Diffa	Commune Diffa	Maina Zeibada	Commerçants	Homme	96594112	Niamey	Commune 2	Maman nourou garba	Commerçants	Homme	97002797
Diffa	Commune Diffa	Abdourahamane koroney	Petites entreprises agricoles	Homme	96965088	Niamey	Commune 2	Boureïma tahirou	Commerçants	Homme	89092332
Diffa	Commune Diffa	Mahamadou Ari	Commerçants	Homme	88717199	Niamey	Commune 1	Fati Ali Abdoulaye	Commerçants	Femme	91106901
Diffa	Commune Diffa	Elhadj Mamada Abba Gana	Commerçants	Homme	97398058	Niamey	Commune 1	Madame Fatoumata keffi	Petites et moyennes entreprises agricoles	Femme	90905246
						Niamey	Commune 1	Maman Sani tamko	Commerçants	Homme	90785463
Diffa	Commune Diffa	Abdou Nounou	Commerçants	Homme	91884022	Niamey	Commune 1	Hamidou Abdourahamane	Petites et moyennes entreprises agricoles	Homme	91052165
						Niamey	Commune 2	Seyni Soumana	Commerçants	Homme	96960870
						Niamey	Commune 2	Moussa koumay	Commerçants	Homme	97346241
						Niamey	Commune 2	Oumarou Adamou	Commerçants	Homme	96592489
						Niamey	Commune 2	Ali Boubacar	Commerçants	Homme	88888807
						Niamey	Commune 2	Hama Gnadou	Commerçants	Homme	96265941
						Niamey	Commune 2	Mamoudou hamadou	Commerçants	Homme	96973164
						Niamey	Commune 3	Grand hotel	Petites et moyennes entreprises agricoles	Homme	20732641
						Niamey	Commune 4	Ali Kilili	Autres à préciser	Homme	94081222

145 marchands du projet PIMELAN peuvent être des marchands formels

DÉPARTEMENT	COMMUNE	NOM ET PRÉNOM	Statut ou Types d'Acheteurs	SEXE	Téléphone	DÉPARTEMENT	COMMUNE	NOM ET PRÉNOM	Statut ou Types d'Acheteurs	SEXE	Téléphone
Konni	Tsernaoua	Cheffou Moumouni	Commerçants	Homme	96106745	Tillabéri	Kourtheye	Tanimou Amadou	Petites entreprises agricoles	Homme	98686298
Konni	Tsernaoua	Ibrahim Adamou	Commerçants	Homme	88824720	Tillabéri	Tillabéri	Oubandje yao ayefounin	Petites entreprises agricoles	Homme	96824987
Abalak	Tabalak	Mahamadou Abouba	Commerçants	Homme	96947770	Tillabéri	Tillabéri	Germa Manmala	Petites et moyennes entreprises agricoles	Homme	96521955
Abalak	Tabalak	Zali Garba	Associations/faitières agricoles	Femme	99066555	Tillabéri	Tillabéri	Souley Magawata	Petites entreprises agricoles	Homme	97252899
Abalak	Tabalak	Boubacar Mamane	Autres à préciser	Homme	89253543	Torodi	Torodi	Maimouna Adamou	Petites entreprises agricoles	Femme	97268222
Abalak	Tabalak	Zeinabou Adamou	Associations/faitières agricoles	Femme	99008487	Torodi	Torodi	Kadi kindo	Microentreprises agricoles	Femme	96092215
Tahoua	Commune 1 Tahoua	Abdal inboune	Commerçants	Homme	97697715	Torodi	Torodi	Mariama Amadou	Commerçants	Femme	96620327
Tahoua	Commune 1 Tahoua	Moustapha Allhadji Abdou	Commerçants	Homme	96883559	Magaria	Magaria	SABIOU Mamane	Petites et moyennes entreprises agricoles	Homme	88102525
Tahoua	Commune 1 Tahoua	Mahamadou Safiou	Commerçants	Homme	96968510	Magaria	Magaria	Moubarack Issa	Associations/faitières agricoles	Homme	96410131
Tahoua	Commune 2 Tahoua	Idi Zaki	Commerçants	Homme	96567328	Magaria	Magaria	T-shirts Mamane dit Dodo	Associations/faitières agricoles	Homme	96278306
Tahoua	Commune 2 Tahoua	Dahiel Bouda	Associations/faitières agricoles	Femme	98069854	Mirriah	Mirriah	Alkali AbdouRazak	Commerçants	Homme	96299312
Tahoua	Commune 2 Tahoua	Loumsi lambo	Commerçants	Homme	96220035	Zinder	Commune 3 Zinder	Hamissou Ali	Commerçants	Homme	96404356
Tahoua	Commune 2 Tahoua	Hadiza Garba	Associations/faitières agricoles	Femme	96318141	Zinder	Commune 1 Zinder	Elh Hamissou Harouna	Commerçants	Homme	96973919
Balleyara	Tagazar	Abdoulaye Ali	Commerçants	Homme	96484362	Zinder	Commune 1 Zinder	Abdou Salamou Na Kakalé	Commerçants	Homme	96994725
Balleyara	Tagazar	Abdoulaye Ahamed	Commerçants	Homme	97196104	Zinder	Commune 1 Zinder	Hadjia Arwa Halidou	Petites entreprises agricoles	Femme	96882173
Filingue	Imanan	Abdou Garba	Petites entreprises agricoles	Homme	90354372	Zinder	Commune 1 Zinder	Elh Bachir Moussa	Associations/faitières agricoles	Homme	96996688
Filingue	Imanan	Ahamed Oumar	Commerçants	Homme	90551081	Zinder	Commune 1 Zinder	Ibrahim Souley	Autres à préciser	Homme	97868486
Filingue	Imanan	Assouman Garba	Commerçants	Homme	96471805	Zinder	Commune 1 Zinder	Ibrahim Moussa	Commerçants	Homme	96894042
Filingue	Imanan	Amankay issa	Petites entreprises agricoles	Homme	96997158	Zinder	Commune 1 Zinder	Aminatou Olivier	Autres à préciser	Femme	89696974
Kollo	Hamadalle	Abdou Oumara GREMA	Microentreprises agricoles	Homme	84943747	Zinder	Commune 2 Zinder	Fassouma Manzo	Associations/faitières agricoles	Femme	91104034
Kollo	Hamadalle	Ali Noma Dogari	Petites entreprises agricoles	Homme	90263420	Zinder	Commune 2 Zinder	Sanoussi Wilson	Commerçants	Homme	96198060
Kollo	Hamadalle	Oumourou Dandaoura	Commerçants	Homme	96012114	Zinder	Commune 2 Zinder	Elh Boukari Hachimou	Commerçants	Homme	84440732
Kollo	Hamadalle	Maimouna kinassa	Petites entreprises agricoles	Femme	96345566	Zinder	Commune 2 Zinder	Elh Inoussa Maï waké	Associations/faitières agricoles	Homme	96870975
Kollo	Kollo	Mariama Hamidou	Petites entreprises agricoles	Femme	89376224	Zinder	Commune 2 Zinder	Elh Noura Abba	Associations/faitières agricoles	Homme	96871492
Oualam	Oualam	Ismaïel Almoustapha	Petites et moyennes entreprises agricoles	Homme	96114112	Zinder	Commune 2 Zinder	Amadou Ibrahim	Autres à préciser	Homme	97877552
Oualam	Simiri	Abdou djibo	Petites et moyennes entreprises agricoles	Homme	96768404	Zinder	Commune 2 Zinder	Elh Ibrahim Sani	Commerçants	Homme	96697016
Say	Say	Issa Tankari	Commerçants	Homme	96689545	Zinder	Commune 2 Zinder	Elh Maman Malan Issa	Commerçants	Homme	96890944
Say	Say	Garba Tankari	Commerçants	Homme	96089210	Zinder	Commune 3 Zinder	Elh Ali Hachimou	Autres à préciser	Homme	96975050
Say	Say	Elhadje Allou Manman	Microentreprises agricoles	Homme	96113084	Zinder	Commune 3 Zinder	Mamane Moutari	Microentreprises agricoles	Homme	96874915
Say	Say	Elhadj sambo	Commerçants	Homme	88737479	Zinder	Commune 3 Zinder	Elh Aboubacar Saley Sali	Commerçants	Homme	97874179
Say	Say	Boubé koura	Commerçants	Homme	94330012	Zinder	Commune 3 Zinder	Ousseini Saley Sali	Commerçants	Homme	96529780
Say	Say	Amina saadou	Commerçants	Femme	99976734	Zinder	Commune 4 Zinder	Elh Ali Abdourahamane	Petites et moyennes entreprises agricoles	Homme	96344012
Tera	Tera	Marima Moussa	Petites et moyennes entreprises agricoles	Femme	98620730	Zinder	Commune 4 Zinder	Mahamadou Idi	Microentreprises agricoles	Homme	96441212
Tera	Tera	Boukari dit André	Petites et moyennes entreprises agricoles	Homme	96470075	Zinder	Commune 4 Zinder	Mme Maïmouna Garba Zadi	Petites entreprises agricoles	Femme	89357558
Tera	Tera	Aissatou Hassan	Petites entreprises agricoles	Femme	97694768	Zinder	Commune 4 Zinder	Ibrahim Mamane	Autres à préciser	Homme	80335972
Tera	Tera	Adamou seydou	Commerçants	Homme	96272714	Zinder	Commune 4 Zinder	Abdousalam Malan Moussa	Autres à préciser	Homme	96261780
						Zinder	Commune 4 Zinder	Abdourahmane Sanda	Autres à préciser	Homme	96596695
						Zinder	Commune 4 Zinder	Ali Abdourahamane	Autres à préciser	Homme	96344012

CONTACTS

VARCANDO LIMITED

Email: **info@varcando.com**

Phone: **+ 44 (0) 777 54 33 403**

www.varcando.com

