

# LE MARCHÉ DE LA FINANCE DIGITALE AU NIGER

## BÂTIR UN ÉCOSYSTÈME FAVORABLE À L'EXPANSION DU DIGITAL

par **Dominique Tagba**, Consultant en Finance Digitale  
Bery Kandji, Consultante en Communication et Gestion de Connaissances



### UN MARCHÉ NAISSANT

Le Niger compte parmi les pays les moins avancés au monde avec un [indice de développement humain \(IDH\) de 0,364 en 2018](#). Pays enclavé, le Niger est couvert à plus de 80% par le désert avec plus de 83% de la population vivant en milieu rural. Le secteur primaire reste le poumon de l'économie (50% du PIB), avec l'agriculture comme fer de lance. Pourtant les sols arables sont rares, et il existe très peu d'opportunités économiques et de sources de financement pour dynamiser le secteur agricole qui constitue le plus gros employeur (plus de 85% de la population). De fait, le pays est marqué par un [taux de pauvreté très élevé \(45,1% en 2014\)](#). Dans un tel contexte, les populations surtout celles en milieu rural, restent attirées par l'exode et l'immigration.

Les enjeux de l'inclusion financière ne sont pas forcément bien compris par tous les acteurs clés du marché. La majorité des services financiers proposés restent encore difficiles d'accès en termes de coûts, de compréhension, d'adéquation avec les besoins, de disponibilité et de conditions de souscriptions. Le gouvernement a lancé une nouvelle stratégie nationale d'inclusion financière fin 2018, portée par le Ministère des Finances et qui pourrait contribuer à accélérer l'inclusion financière.

Les opérateurs de téléphonie mobile sont les plus actifs sur le marché avec leurs solutions de mobile money. Ils font toutefois face à des contraintes importantes en matière d'investissement, de mise en œuvre d'innovations adaptées aux besoins réels du marché, de qualité de service et surtout de disponibilité et

d'accessibilité de leurs points de vente. Du côté des banques, la banque panafricaine ECOBANK se positionne à l'avant-garde de la digitalisation avec une solution de mobile banking couplée à de l'agency banking pour démocratiser l'accès à ses services.

De manière générale, les initiatives pour l'adoption et l'utilisation régulière des services financiers numériques sont très limitées. A cela, s'ajoute la relative pression fiscale sur le secteur privé qui freine dans une certaine mesure les initiatives d'amélioration de la qualité de services. Du point de vue de la demande, la rareté des points de service aussi bien en milieu urbain que rural, l'inadéquation de l'offre de services à la demande du marché, et l'insuffisance de campagnes d'éducatives et de sensibilisation aggravent le manque d'intérêt des populations pour les SFN.

### UN CONTEXTE RÉGLEMENTAIRE FAVORABLE

À l'image des pays membres de l'UEMOA, la réglementation des services financiers au Niger, relève principalement des dispositions de la Banque Centrale des États de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO). L'État a néanmoins mis en place, des organismes de contrôle et de régulation pour garantir un secteur financier sain, dynamique et respectueux des principes et normes prudentiels et des obligations réglementaires.

Les politiques en matière de protection des clients sont assez récentes, et portent pour le moment sur la protection des données à caractère personnel. Des dispositions en matière de standards de qualité de services et de lutte contre des abus éventuels des fournisseurs de services font défaut. Le cadre légal et institutionnel actuel limite les possibilités d'éclosion de Fintechs.

La réglementation en matière de KYC pour accéder à des services financiers restent encore rigides, alors que le manque de documents officiels d'identité est un vrai challenge au plan national. Il faut néanmoins souligner les efforts de la BCEAO pour consentir la possibilité pour une personne sans document officiel d'identité, d'ouvrir un compte électronique. Mais la réflexion doit s'autoriser sur les opportunités de la biométrie et du digital pour pouvoir adresser le problème de l'identification dans le pays.

La nouvelle stratégie nationale d'inclusion financière comporte, entre autres objectifs, l'adaptation de la réglementation pour contribuer à l'inclusion financière. Cependant les conditions et l'approche stratégique pour l'atteinte de ces objectifs ne sont pas très clairs.

### FAITS ET CHIFFRES

#### FOURNISSEURS DE SERVICES FINANCIERS NIGER



#### Population totale en 2018 :



#### Taux de pénétration du mobile<sup>3</sup> :



#### Taux d'inclusion financière<sup>4</sup> :



#### Comptes de monnaie électronique (2017)<sup>5</sup> :



<sup>1</sup> dont 3 disposent d'une offre Mobile Money  
<sup>2</sup> <https://data.worldbank.org/country/niger?view=chart>  
<sup>3</sup> <https://www.arcep.ne/publications.php?sid=26>  
<sup>4</sup> Findex 2018, <https://data.worldbank.org/country/niger?view=chart>  
<sup>5</sup> [https://www.bceao.int/sites/default/files/2019-04/Rapport%20SFM\\_2017\\_NET.pdf](https://www.bceao.int/sites/default/files/2019-04/Rapport%20SFM_2017_NET.pdf)

Pour plus d'informations, contactez :

Sabine Mensah,  
 Conseiller Technique UNCDF-MM4P  
 ✉ [sabine.mensah@uncdf.org](mailto:sabine.mensah@uncdf.org)

## DES INFRASTRUCTURES A AMELIORER

Du point de vue des infrastructures, le pays accuse un retard technologique important. Le taux de pénétration du mobile est de l'ordre de 45%, et la 2G ne couvre qu'environ 60% du territoire contre 10% pour la 3G. ; la 4G lancé au cours du second trimestre 2019 par AIRTEL est encore à ses balbutiements. Cela rend difficile la pénétration des SFN. D'autre part, le mauvais état du réseau routier à l'intérieur du pays, le manque d'infrastructures adéquates et l'insécurité, contribuent à décourager le développement d'activités économiques et l'extension d'agents en milieu rural.

## DES FOURNISSEURS A ENGAGER DAVANTAGE

Les banques offrent des services classiques, très peu adaptés aux besoins des populations vulnérables. Seul Ecobank a lancé son application mobile Ecobank Xpress, se positionnant ainsi à l'avant-garde du digital dans le secteur bancaire au Niger. Les institutions de microfinance font face à des défis importants en matière de structuration de leur organisation, de mise en place de systèmes fiables et informatisés de contrôle, de gestion et de reporting, et en matière d'accès au financement. De fait, le digital n'est pour le moment pas inscrit comme une priorité dans leurs agendas de développement. Les opérateurs télécoms, peinent à transformer efficacement leurs clients en utilisateurs réguliers du service mobile money. [Sur les 9 millions de clients GSM, seuls 323 000 étaient utilisateurs actifs de mobile money en 2017.](#)

## UN RESEAU DE DISTRIBUTION QUASI INEXISTANT EN MILIEU RURAL

L'absence de points services, plus prononcée en milieu rural, constitue l'un des principaux freins à l'adoption des services financiers numériques, le mobile money en particulier. L'inaccessibilité des localités rurales, la faible densité moyenne des populations (17 habitants/km<sup>2</sup>) et le niveau accentué de pauvreté et de vulnérabilité en milieu rural, restent des défis pour les rares agents installés dont le niveau d'activité reste très faible et donc peu rentable. Le recours à des agents mobiles, à la faveur des jours de marchés, d'événements importants ou de programmes spécifiques de développement rural, se présente comme l'alternative pour desservir les localités rurales éloignées en attendant un développement du marché. D'où la nécessité de construire un écosystème de paiement efficace qui stimulera de nouvelles opportunités économiques et viendra enrichir les possibilités d'usages offertes aux clients. Le problème existe également en milieu urbain où trouver un agent mobile money relève parfois d'un parcours de combattant. Et lorsqu'on en trouve le problème de liquidité peut se poser. La disponibilité des points, leur visibilité et leur capacité à servir les clients restent donc les principaux défis. De plus, un faible nombre de commerces de biens et services acceptent les paiements via mobile money, limitant davantage les possibilités d'usage pour les clients.



### DES CLIENTS QUI IGNORENT LES OPPORTUNITES DU DIGITAL

Au Niger, peu de clients connaissent les SFN. En 2017, le pays comptait seulement 323 000 d'utilisateurs actifs de mobile money sur les 2 200 000 enregistrés, avec un faible volume de transactions électroniques (2% des transactions en montant, réalisées dans les pays de l'UEMOA). Les clients sont livrés à eux-mêmes. Il n'existe pas d'organisation pour la promotion, la défense et la protection de leurs droits. L'accès à l'assistance en ligne des opérateurs de téléphonie mobile est facturé, alors qu'il y a très peu de points services disponibles à proximité. Le service est quasiment subi, sans véritable alternative. La stratégie nationale de finance inclusive qui énonce des chantiers importants dans le sens de la valorisation du client et de ses besoins, n'est pas encore mise en œuvre faute de moyens.

La mission de l'UNCDF est d'accélérer le développement de services digitaux innovants qui permettent aux populations vulnérables d'être plus productives et d'être incluse dans le développement économique. L'UNCDF y contribue en fournissant aux acteurs du secteur, un soutien financier, technique, institutionnel et réglementaire. **Ainsi l'intervention de l'UNCDF au Niger est axée sur trois piliers :**



**le renforcement des capacités** des parties prenantes de la finance digitale,



**le soutien aux initiatives privées et publiques** pour la numérisation des services financiers et la protection des clients,



**la promotion d'une réglementation et de politiques efficaces** et adéquates pour favoriser une adoption rapide du numérique.



### LA STRATEGIE DE UNCDF POUR LE NIGER

**Le digital permet de créer les conditions d'une croissance économique inclusive. Les services digitaux offrent la possibilité :**



**d'améliorer la productivité agricole en facilitant l'accès à l'information sur les techniques agricoles efficaces**, aux données météorologiques et en permettant le partage des expériences et l'optimisation des processus dans différentes chaînes de valeur ;



**de structurer le secteur informel, accroître les recettes fiscales et faciliter la collecte de données macroéconomiques précises** et fiables et pour mieux orienter les initiatives de développement ;



**de favoriser des innovations dans le domaine des services financiers** et de développer le commerce électronique ;



**de faciliter l'amélioration du niveau et de la qualité du système éducatif**, et même de favoriser une meilleure pénétration des services de santé et réduire les coûts relatifs ;



**de construire une identité financière pour les populations à faibles revenus** que les fournisseurs de services financiers peuvent utiliser pour concevoir des produits appropriés et améliorer ainsi l'inclusion financière.

L'objectif ultime est d'aider le Niger à construire une économie numérique prospère et inclusive, de façon progressive et réaliste. Les facteurs sociaux, notamment le faible taux d'alphabétisme, nécessitent d'inscrire l'éducation financière comme un prérequis, afin de faciliter l'adoption rapide des services financiers numériques.

Un premier partenariat est déjà mis en œuvre avec le Programme Alimentaire Mondial (PAM) au Niger, pour digitaliser les transferts sociaux des bénéficiaires du PAM. Cette initiative répond à l'intérêt du PAM de construire les conditions pour la résilience de ses bénéficiaires.

En outre l'UNCDF va accompagner la mise en œuvre d'une plateforme de réflexion et d'échanges qui connecte les fournisseurs aux besoins des clients, pour une meilleure compréhension des opportunités, un renforcement des politiques de protection des usagers et pour stimuler l'innovation digitale.

