



Rapport de l'Enquête Annuelle
des Fournisseurs de Services
Financiers Numériques 2017

UNCDF MM4P | Bénin



À propos de l'Agence d'Investissement des Nations Unies (UNCDF)

UNCDF facilite l'accès aux capitaux publics et privés par les populations les plus démunies dans les 47 pays les moins avancés du monde (PMA). Dans le cadre de son mandat de fourniture de capitaux et d'instruments d'investissement, UNCDF offre des modèles de financement du « last mile » permettant de débloquer les ressources publiques et privées, notamment au niveau national, de réduire la pauvreté et d'encourager le développement économique local.

UNCDF s'appuie sur deux modèles de financement : l'inclusion financière, axée sur l'épargne, qui permet aux individus, aux ménages et aux petites entreprises de participer davantage à l'économie locale, en mettant à leur disposition les outils dont ils ont besoin pour sortir de la pauvreté et gérer leur situation financière ; et les investissements localisés – grâce à la décentralisation fiscale, au financement municipal novateur et au financement structuré de projets –, qui contribuent au financement public et privé sous-tendant la croissance économique locale et le développement durable.



À propos de Mobile Money for the Poor (MM4P)

MM4P est un programme lancé par UNCDF en partenariat avec l'Agence Suédoise de Développement International (Sida), le Département Australien des Affaires étrangères et du Commerce (DFAT), la Fondation Bill & Melinda Gates et la Fondation MasterCard. Le programme fournit un soutien aux services financiers numériques (SFN) dans un groupe sélectionné de pays les moins avancés (PMA) pour démontrer comment la bonne combinaison de soutien financier, technique et politique peut construire un écosystème de SFN solide qui atteint les personnes à faibles revenus dans ces PMA. MM4P est actuellement engagé dans huit pays: le Bénin, la République Démocratique Populaire du Lao, le Malawi, le Népal, la Sierra Leone, le Sénégal, l'Ouganda et la Zambie, chacun offrant des opportunités et des défis uniques.

Le Programme MM4P a été lancé au Bénin en octobre 2015. Le programme est financé par la Fondation MasterCard et vise à accroître l'utilisation active¹ de SFN au sein de la population adulte, de 2% en 2014 à plus de 30% d'ici 2019. En appliquant une théorie du changement, dans le cadre de l'approche «faire fonctionner les marchés au bénéfice des pauvres», le programme cherche à travailler avec tous les fournisseurs de SFN, les organismes de réglementation et le gouvernement pour réaliser ce mandat.



L'équipe de projet MM4P

Pour élaborer cette enquête annuelle auprès des prestataires, nous avons collecté des données, évalué les facteurs d'incitations des prestataires dans le contexte des SFN béninois et étudié les perspectives des parties prenantes locales. Le contenu de ce rapport est basé sur des informations recueillies au cours du mois d'avril 2017 et représente les données pour la période de décembre 2015 à décembre 2016. Les membres de l'équipe de projet suivants ont rédigé le rapport :



¹ 90 derniers jours

Table des matières



5	Glossaire
7	Avant-propos
8	Introduction
9	Etat de l'industrie des services financiers numériques
9	Contexte: Services Financiers Numériques au Bénin
9	Enquête: Contexte et Méthodologie
11	Contexte: le Bénin en bref
13	Résultats
14	Fournisseurs
15	Comptes clients
19	Agents
21	Marchants
22	Gestion des Services Financiers Numériques : performance, stratégie, et défis
23	Conclusion
26	Remerciements

Liste des figures et tableau

14	Figure I: SFN opérant au Bénin
14	Figure II: Les Services Financiers proposés dans le marché béninois
15	Figure III: Taux de Croissance Base clientèle
16	Figure IV: Taux d'activité de la clientèle
17	Figure V: Statistiques BCEAO, August 2017
17	Figure VI: Statistiques BCEAO, August 2017
18	Figure VII: Produits fournis par le SFN
19	Figure VIII: Produits SFN, Statistiques BCEAO, Août 2017
20	Figure IX: Taux de croissance de la base des agents
20	Figure X: Clients actifs par agent
21	Figure XI: Taux de croissance de transactions faites par agents par mois
22	Figure XII: Taux de croissance de marchants
22	Figure XIII: Indicateurs performance, stratégies et défis

Termes	Définition
Compte client actif	Un compte client actif est un compte avec lequel au moins une transaction a été effectuée au cours des 90 derniers jours. Une transaction comprend l'encaissement, le transfert de personne à personne (P2P), le paiement de factures et / ou le rechargement de temps d'appel. Une demande de solde, une réinitialisation du code ou d'autres transactions qui n'impliquent pas le mouvement de la valeur ne sont pas considérées dans cette définition.
Agent	Un agent peut être un agent propriétaire (un agent géré et marqué exclusivement par un déploiement) ou un agent tiers. Dans de nombreux cas, un agent enregistre également de nouveaux clients. Dans le cas de l'argent mobile, un point de vente d'agent est un lieu où une ou plusieurs caisses émises par un fournisseur sont utilisées pour effectuer des transactions pour des clients. Les caisses d'agents sont des « lignes » émises par le fournisseur, qui peuvent être des cartes SIM ou des machines sur le lieu de vente, autorisées et utilisées pour faciliter les transactions d'argent mobile. Un point de vente peut exploiter des caisses émises par plusieurs fournisseurs; ce type est généralement appelé sortie partagée ou non exclusive. Un point de vente d'agent actif est un point de vente où l'un des caissiers est utilisé pour faciliter au moins une transaction au cours des 30 derniers jours. La plus importante des transactions effectuées dans un point de vente d'agent est l'encaissement (c'est-à-dire le chargement de la valeur dans le système d'argent mobile, puis sa conversion).
Paiement de factures	Ces transactions sont le paiement de factures à l'aide de services financiers numériques, qu'elles proviennent d'un compte ou qu'elles aient été effectuées au guichet.
Paiement de masse	Les paiements de masse sont des transactions effectuées d'un compte vers plusieurs comptes ou de plusieurs comptes dans un compte. Le premier cas de figure, tels que les paiements de salaires ou les transferts gouvernementaux, peuvent se terminer dans un compte ou au guichet. Le deuxième cas de figure est une situation où plusieurs clients paient pour les services publics, tout comme des collections d'une organisation provenant de plusieurs payeurs.
Transactions Cash-in	Ces transactions comprennent les transferts d'un client à un agent. C'est le processus par lequel un client fait créditer son compte d'argent mobile en donnant en contrepartie de l'argent en espèces. Il est généralement effectué via un agent, qui prend l'argent et crédite le compte d'argent mobile du client avec la même valeur de monnaie électronique.
Transactions Cash-out	Ces transactions comprennent les transferts d'un agent à un client. C'est le processus par lequel un client déduit de l'argent de son compte d'argent mobile. Il est généralement effectué par l'intermédiaire d'un agent, qui donne au client de l'argent espèce en échange d'un transfert de monnaie électronique à partir du compte d'argent mobile du client.
Taux d'activité du client	Le taux d'activité du client est la part des comptes enregistrés activement utilisés (c'est-à-dire, au moins une transaction au cours des 90 derniers jours).
Services financiers numériques (SFN)	SFN fait référence à une gamme de services financiers formels accessibles via des canaux numériques, tels que le « Mobile Money », les agents bancaires, les guichets automatiques et les cartes de débit, par opposition aux services financiers traditionnels accessibles via des visites physiques au point de vente.
Inclusion financière	L'inclusion financière est l'état final de l'objectif de tous les citoyens éligibles ayant accès et utilisant une gamme de services financiers abordables et appropriés. Ces services peuvent être des produits / services financiers formels fournis par une institution financière formelle (institutions financières bancaires et / ou non bancaires liées par des règles juridiquement reconnues) ou des produits / services financiers informels non réglementés et opérant sans gouvernance juridique reconnue (par exemple, les banques villageoises ou les fonds de développement villageois).

Termes	Définition
Produits de première génération	Ces produits sont des SFN de base, tels que les transferts de personne à personne, les achats de temps d'appel, les paiements de factures (services publics) et les transactions d'encaissement.
Envois de fonds internationaux	Les envois de fonds internationaux peuvent se référer au nombre total de transferts de fonds transfrontaliers pour les envois de fonds entrants ou sortants. Les envois de fonds internationaux peuvent également faire référence aux transferts transfrontaliers de fonds d'une personne à une autre. Ces transactions peuvent être des transferts d'argent mobiles directs ou peuvent être effectuées par des intermédiaires tels les opérateurs de transfert d'argent au guichet.
Know-your-customer (KYC)	Les institutions financières et les fournisseurs de services financiers réglementés sont tenus par la réglementation de faire preuve de diligence raisonnable pour identifier leurs clients. Le terme KYC fait référence à ces exigences et / ou à la réglementation qui régit ces activités. Le Groupe d'action financière recommande une approche de la diligence raisonnable fondée sur les risques pour la lutte contre le blanchiment d'argent et la lutte contre le financement du terrorisme. En raison de l'absence de documents d'identité officiels sur certains marchés, des solutions telles que l'établissement de niveaux KYC et l'ajustement de la documentation KYC acceptable peuvent aider les fournisseurs d'argent mobile à faciliter l'adoption par les clients et à accroître l'inclusion financière.
Paiements marchands	Ces transactions sont des mouvements de valeur d'un client à un commerçant pour payer des biens ou des services au point de vente.
Opérateur d'argent mobile	Un opérateur d'argent mobile est une société qui a une licence émise par la banque centrale pour fournir des services financiers via des appareils mobiles.
Over-the-counter transactions (OTC)	Ces transactions comprennent les transferts d'argent ou les paiements de factures effectués au guichet sans compte enregistré. Certains services d'argent mobile (par exemple, les paiements de factures) sont principalement offerts en vente libre. Dans de tels cas, un agent d'argent mobile effectue la transaction au nom du client, qui n'a pas besoin d'avoir un compte d'argent mobile pour utiliser le service.
Transferts de personne à personne (P2P)	Ces transactions proviennent d'un compte client SFN et vont au profit d'un autre compte client SFN.
Clients enregistrés	Les clients enregistrés sont le nombre cumulé de clients qui se sont inscrits à un service au moins, qu'ils soient actifs ou non.
Transaction	Une transaction comprend l'encaissement, le transfert P2P, le paiement de factures et / ou le rechargement de temps d'appel. Une transaction n'inclut aucun autre type d'activité qui n'implique pas le mouvement de valeur (par exemple, demande de solde).



Avant-propos

En fin 2016, plus d'un demi-milliard d'utilisateurs à travers le monde avait souscrit à un porte-monnaie électronique. En Afrique subsaharienne, ce chiffre était de 277 millions soit plus d'un Africain sur quatre. Le potentiel des Services Financiers Numériques SFN comme levier d'inclusion financière n'est plus à démontrer. En effet, en amenant la banque dans le téléphone mobile, les SFN permettent de transcender les infrastructures matériels pour atteindre les clients le plus près possible, notamment dans leur poche. Pour des millions de clients, les SFN leur offrent leur première interaction avec des services financiers formels, avec les avantages en termes de sécurisation de l'argent en espèces, de facilité de transfert et de paiement instantanés à coûts abordables et en gains de temps. Des exemples comme le Kenya ou encore la Tanzanie illustrent bien l'idée fort répandue que l'Afrique est en marche vers M-Dorado, le paradis des services financiers numériques. Est-ce vraiment le cas pour l'ensemble du continent? Le Kenya, la Tanzanie, l'Ouganda ou encore le Zimbabwe seraient-ils des exceptions sur un continent encore loin d'avoir pleinement réalisé l'intégration des services financiers numériques dans son économie.

Le programme MM4P de UNCDF vise à accroître l'utilisation active des SFN au sein de la population adulte, avec l'objectif pour le Bénin de passer de 2% en 2014 à 30% d'ici 2019. Pour mieux réaliser nos objectifs, il était nécessaire de faire un état des lieux de la pénétration des SFN et de comprendre les perspectives des fournisseurs de services. C'est ainsi que nous avons mené la présente étude pour mieux appréhender l'état du secteur financier numérique au Bénin. L'objectif de cette enquête est d'évaluer la performance des institutions et l'efficacité du programme UNCDF-MM4P, d'identifier les besoins de soutien du secteur, et de mesurer l'évolution du marché des services financiers numériques au niveau du pays.

Cette étude apporte des enseignements fort utiles qui peuvent aider le Bénin à réussir sa migration numérique pour améliorer l'inclusion financière de sa population. Pour autant ces enseignements ne seront utiles que s'ils sont pris en compte dans les débats en cours sur l'accélération de l'inclusion financière. De même nous espérons que les recommandations formulées dans le présent rapport – notamment en ce qui concerne les partenariats pour développer des SFN de seconde génération – seront reçues favorablement par les acteurs d'un secteur qui indéniablement peut catalyser le développement de l'Afrique en général et du Bénin plus particulièrement.

Nous remercions les partenaires qui ont bien voulu contribuer à ce rapport. Nous espérons pouvoir recueillir les contributions d'un plus grand nombre de partenaires lors des prochaines enquêtes annuelles. Enfin nos sincères félicitations à l'équipe de projet pour la qualité du travail effectué.



Sabine Mensah

Spécialiste Technique Régionale – MM4P
Agence d'Investissement des Nations Unies (UNCDF)



1

Introduction

Etat de l'industrie des services financiers numériques

Globalement, des progrès significatifs ont été réalisés au cours de la dernière décennie en ce qui concerne les services financiers numériques (SFN). Les fournisseurs ont changé la façon dont les services financiers sont délivrés, et il y a eu un effet transformateur sur la vie de millions de personnes. Dans 92 pays à travers le monde, les SFN ont contribué aux efforts d'inclusion financière, donnant aux populations l'accès aux transactions numériques sécurisées et transparentes et les outils dont ils ont besoin pour mieux gérer leur vie financière. Ils ont également favorisé la percée d'autres services financiers, tels que l'assurance, l'épargne et le crédit.

L'impact des SFN va au-delà des transactions et des comptes. Sur le plan individuel, ils ont insufflé un sentiment de sécurité et d'autonomisation à la vie des populations. Au niveau des ménages, les SFN ont contribué à donner aux familles un moyen de résister aux chocs financiers.

Contexte: Services Financiers Numériques au Bénin²

Le Bénin est considéré comme un marché émergent en ce qui concerne les services financiers numériques, mais cela pourrait changer. Le marché se caractérise par une prédominance de services de première génération (transfert d'argent, e-top-up). Cependant on note une percée de la monnaie électronique, notamment chez les opérateurs de téléphonie mobile qui investissent le secteur, allant jusqu'à développer des filiales autonomes pour gérer leurs activités de « Mobile Money ». Cela a créé une nouvelle dynamique au sein des autres acteurs, notamment le secteur bancaire qui s'intéresse de plus en plus au SFN et qui commence à développer des solutions propres.

On note également une augmentation significative de l'utilisation des clients et de l'activité des agents. Selon la dernière mise à jour du tableau de bord interactif de Mix Market sur les points d'accès SFN au Bénin en 2016 (selon les données de 2015³), les points d'accès à la monnaie électronique ont augmenté de 118 %. À l'exception du Couffo, qui n'a connu aucune croissance, tous les départements ont connu une augmentation de 50 % (le Mono) à 250 % (l'Atlantique). Selon ces mêmes données, l'Atlantique possède 2 000 points d'accès de plus, alors que le Littoral en a 1 900 de plus. L'Atlantique est passé de 7,93 à 24,48 points de service pour 10 000 habitants au cours de 2016. Et, en ce qui concerne les réseaux de distribution, le nombre de points d'accès des agents a augmenté dans tout le pays de près de 7 000, pour la même période.

Alors que le nombre de points d'accès d'autres prestataires de services financiers a légèrement progressé (institutions de microfinance, banques et bureaux de poste confondus ont ajouté 138 points d'accès) le développement de la monnaie électronique a vu le nombre moyen de points passer de 6 à 13 points de service pour 10 000 personnes.

Enquête: Contexte et Méthodologie

Chaque année, UNCDF-MM4P mène une enquête parmi les fournisseurs de services financiers numériques. L'objectif de cette enquête est d'évaluer la performance des institutions et l'efficacité du programme UNCDF-MM4P, d'identifier les besoins de soutien du secteur, et de mesurer l'évolution du marché des services financiers numériques au niveau des pays.

² <http://www.uncdf.org/article/2531/monnaie-electronique-developpe-benin>

³ <http://finclusionlab.org/fr/country/benin/analytics>

Ce rapport présente les résultats et l'analyse de données pour le Bénin.

L'enquête a été élaborée par l'équipe UNCDF-MM4P et menée auprès de fournisseurs de services financiers numériques, à savoir les opérateurs de téléphonie mobile, les banques et les opérateurs tiers au Bénin. L'enquête comprend des questions quantitatives et qualitatives. Les données quantitatives ont été recueillies sur les indicateurs suivants :

- Nombre de comptes clients - inscrits et actifs (90 jours) ;
- Types de services proposés ;
- Nombre d'agents actifs (30 jours) ;
- Volume des transactions chez les agents ;
- Commissions versées aux agents ;
- Nombre de marchands enregistrés et actifs

Des informations qualitatives ont été collectées sur les performances des institutions interrogées, les principaux défis rencontrés et le niveau d'engagement des fournisseurs avec le programme UNCDF-MM4P.

Les participants ont été de la confidentialité de leurs réponses conformément à la politique en matière de divulgation de l'information du PNUD⁴. UNCDF a également signé des accords de non-divulgence avec tous les participants à l'enquête. À ce titre, toutes les données présentées dans ce rapport ont été agrégées et restent anonymes.

Au premier trimestre de 2017, le questionnaire a été partagé avec huit fournisseurs de services financiers sur le marché, dont cinq ont répondu. Toutes les données mentionnées dans ce rapport sont auto-déclarées.

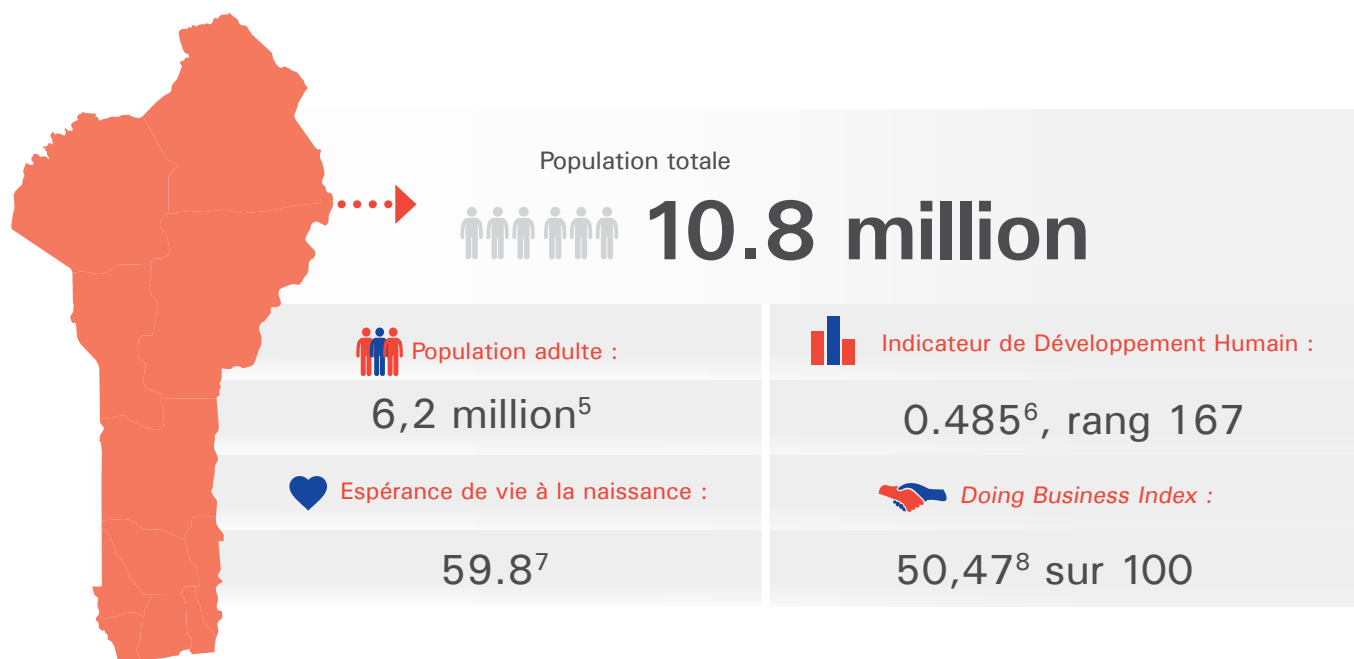
⁴ http://www.undp.org/content/undp/fr/home/operations/transparency/information_disclosurepolicy.html

Contexte:

2



Le Bénin en bref



⁵ UN World Population Prospect, 2016

⁶ Human Development Report, PNUD, 2016

⁷ Human Development Report, PNUD, 2016

⁸ Banque Mondiale, DB 2018 Distance de la Frontière (DDF). Le score de la distance de la frontière permet de montrer la distance de chaque économie par rapport à une « frontière » qui représente la meilleure performance observée à travers l'ensemble des économies couvertes par le projet *Doing Business* depuis 2005. La distance de la frontière d'une économie est calculée sur une échelle de 0 à 100, où 0 représente la performance la plus basse et 100 représente la « frontière ».

Résultats

3



Fournisseurs

En mars 2017, quatre (4) fournisseurs de services financiers numériques opèrent au Bénin, incluant:

Figure I

SFN opérant au Bénin

Type de fournisseur	Institution
Opérateurs de réseaux mobiles (OSM)	Moov Bénin MTN Mobile Money SA
Institution de Microfinance	Asmab
Banque Commerciales	Ecobank

Au moment de l'enquête annuelle, les services financiers suivants étaient proposés sur le marché :

Figure II

Les Services Financiers proposés sur le marché béninois⁹

Type de fournisseur	Produits
Opérateurs de téléphonie mobiles et fixes	• Transferts nationaux entre particuliers (P2P) • Encaissement (Cash-In) • Retrait de cash (Cash-out) • Achat de crédit téléphonique • Transferts de fonds internationaux • Paiement marchands • Paiement de factures • Transferts de bon d'achat • Paiement de masse (salaire)
Banques Commerciales	• Transferts nationaux entre particuliers (P2P) • Encaissement (Cash-In) • Retrait de cash (Cash-out) • Transferts de fonds internationaux • Bank-to-wallet and wallet-to-bank account service (push pull) • Paiement marchands
Institution de Microfinance	• Transferts nationaux entre particuliers (P2P) ; • Encaissement (Cash-In) • Retrait de cash (Cash-out) • Epargne (autre que compte mobile money) • Achat de crédit téléphonique • Service de remboursement de prêts • Paiement marchands

⁹ Au moment de l'enquête annuelle

Pendant la période de décembre 2015 à mars 2017, il n'y a pas eu de changements significatifs dans l'offre de services financiers numériques. Le marché béninois est fortement dominé par les produits de première génération : transferts nationaux entre particuliers (P2P) ; encaissement (Cash-In) et retrait de cash (Cash-out) ; achat de crédit téléphonique et paiement de factures.

Des partenariats sont enregistrés entre opérateurs de réseau mobile et fixe avec :

- Opérateurs de réseau mobile (ex. transferts internationaux) ;
- Opérateurs de transfert d'argent (ex. transfert d'argent international) ;
- Fournisseurs des services (ex. services offerts aux populations rurales) ;
- Organisations Internationales (ex. pay as you go lamp) ;
- Agrégateur de paiements (en projet) ;
- ONG (ex. paiement des salaires ou primes aux familles) ;
- Détaillants (ex. distribution des produits et services)

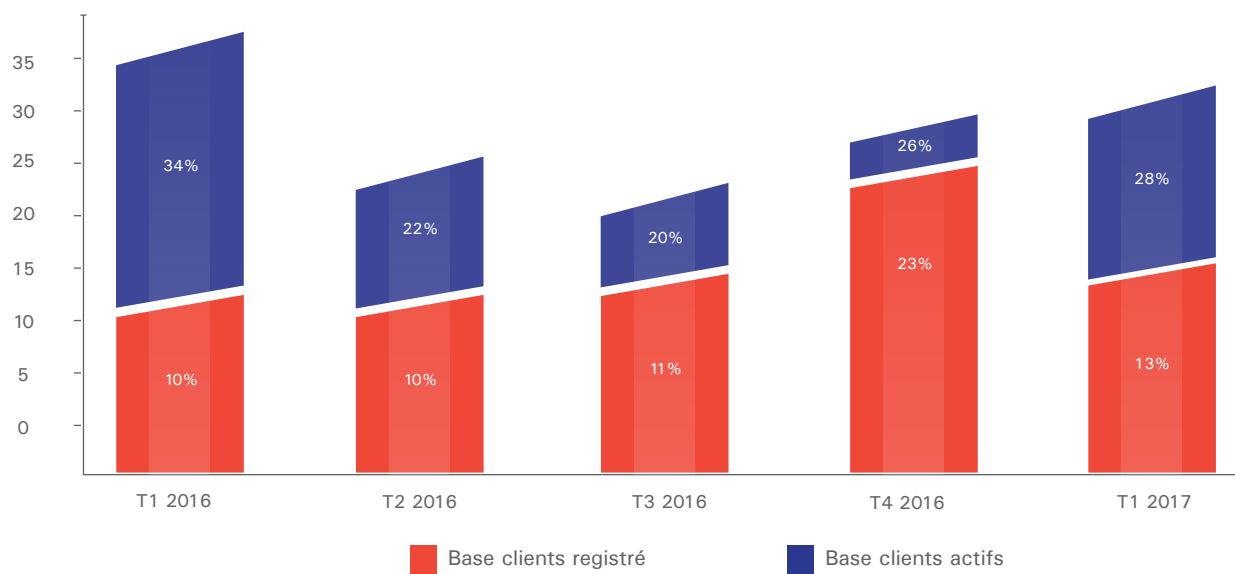
Comptes clients

Pendant la période de l'enquête, entre décembre 2015 et mars 2017, le nombre de comptes enregistrés a augmenté de 85 % et le nombre de compte actifs¹⁰ sur les 90 jours a augmenté trois fois de plus (218%).

Le graphique ci-après montre que pendant tous les trimestres, les comptes actifs connaissent des taux de croissance plus élevés que les comptes enregistrés. Par conséquent, comme montré dans la figure IV, le taux d'activité de la clientèle augmente progressivement pendant le période de l'enquête. La croissance des comptes enregistrés est plutôt stable, à l'exception du sommet du quatrième trimestre 2016.

Figure III

Taux de Croissance Base clientèle

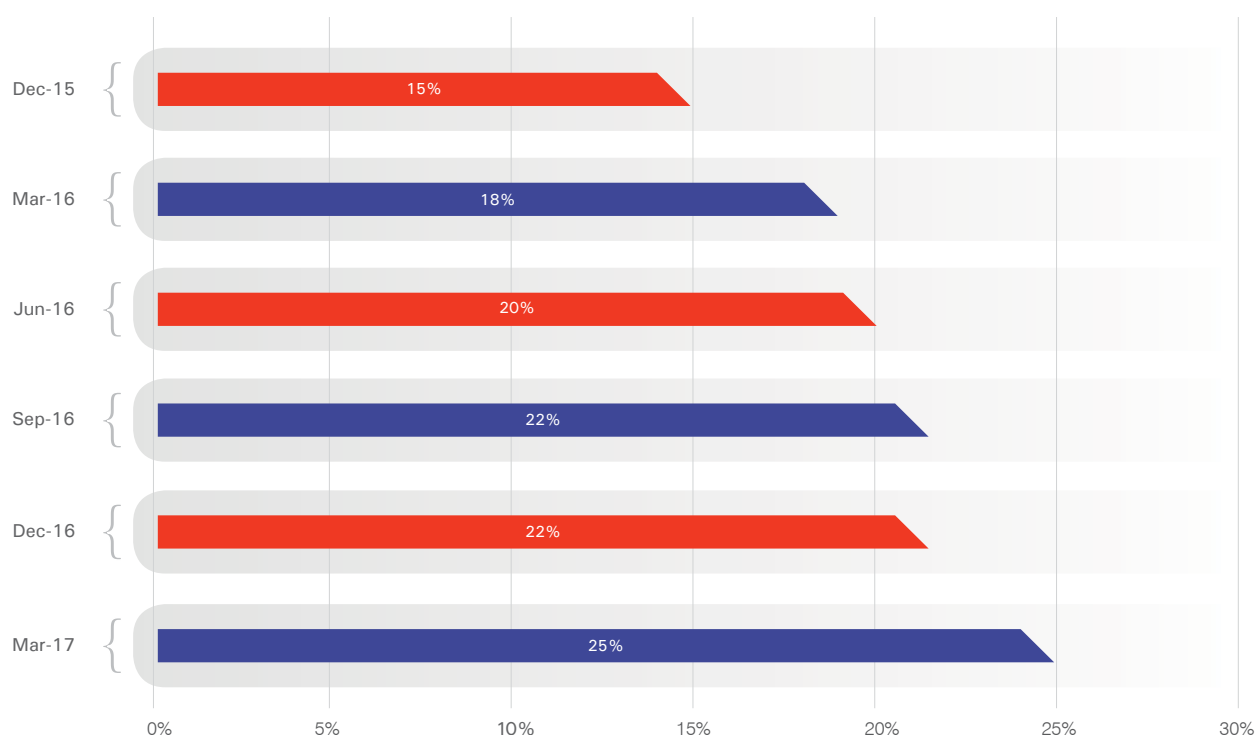


¹⁰ Comptes clients actifs : nombre de comptes clients ayant réalisé au moins un transfert P2P, paiement de facture, paiement de masse, encaissement, retrait ou achat de crédit téléphonique au cours des 90 derniers jours. Les opérations sans mouvement de fonds ne signifient pas qu'un compte client est actif et ne doivent par conséquent pas être pris en compte (consultation du solde, le changement de code secret, etc.)

Le taux d'activité de la clientèle montre la partie des comptes enregistrés qui sont activement utilisés, c'est-à-dire au moins une transaction est réalisée au cours de 90 derniers jours sur ces comptes. La figure ci-dessous montre que le taux d'activité a progressivement augmenté au cours de chaque trimestre. La clientèle atteint son plus haut niveau d'activité en mars 2017, avec 25% de comptes actifs sur le total de comptes enregistrés.

Figure IV

Taux d'activité de la clientèle



La croissance de la base clientèle active se reflète également dans l'augmentation du pourcentage d'adultes disposant d'un compte SFN actif. En décembre 2015, selon les données de l'enquête, 6% des adultes béninois avaient un compte SFN actif, ce pourcentage est passé à 19% en mars 2017.

Selon les statistiques données par la **BCEAO** en aout 2017, entre 2014 et 2016, le nombre de comptes enregistrés a augmenté de 297% et le nombre de comptes actifs de 623%. Les statistiques sont en ligne avec les informations fournis par les fournisseurs des services numériques : le taux d'activité de la clientèle est passé de 15% en 2015 à 22% en 2016. La croissance du taux d'activité est plombée par l'augmentation vertigineuse du nombre de comptes auto-enregistrés et qui généralement demeurent inactifs. En réalité, le nombre d'utilisateurs actifs a plus que doublé.

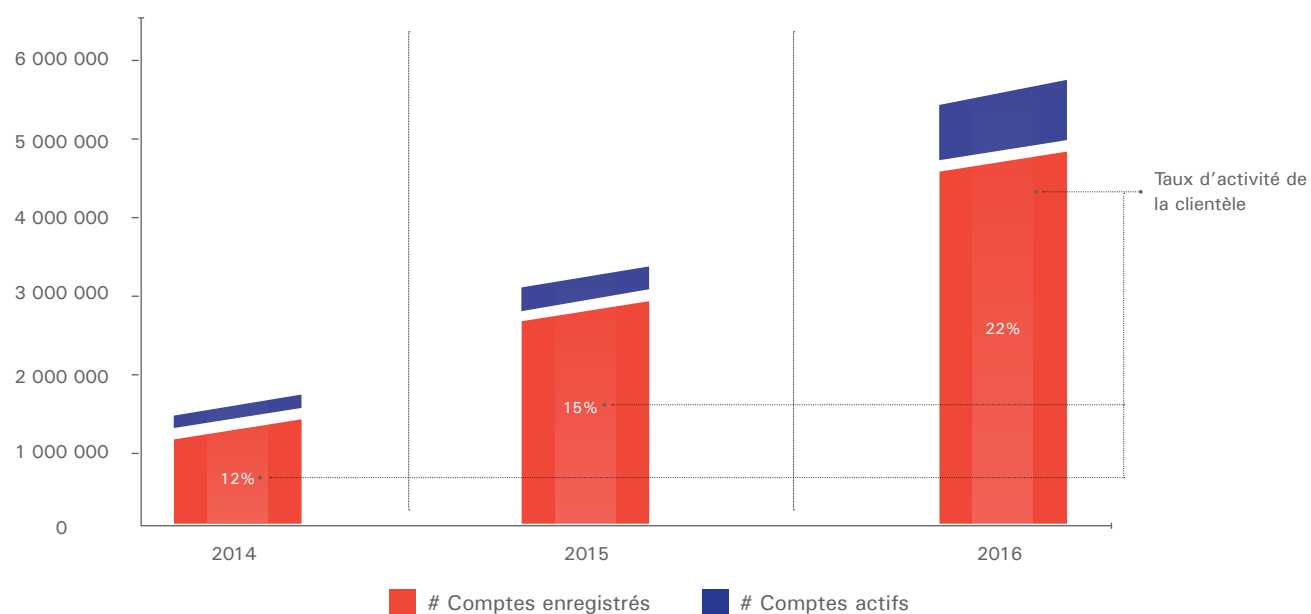
Figure V

Statistiques BCEAO, Août 2017

Type de fournisseur	2014	2015	2016
#Comptes enregistrés	1 097 021	2 536 528	4 357 574
#Comptes actifs	134 766	393 912	974 293
Taux d'activité de la clientèle	12%	15%	22%

Figure VI

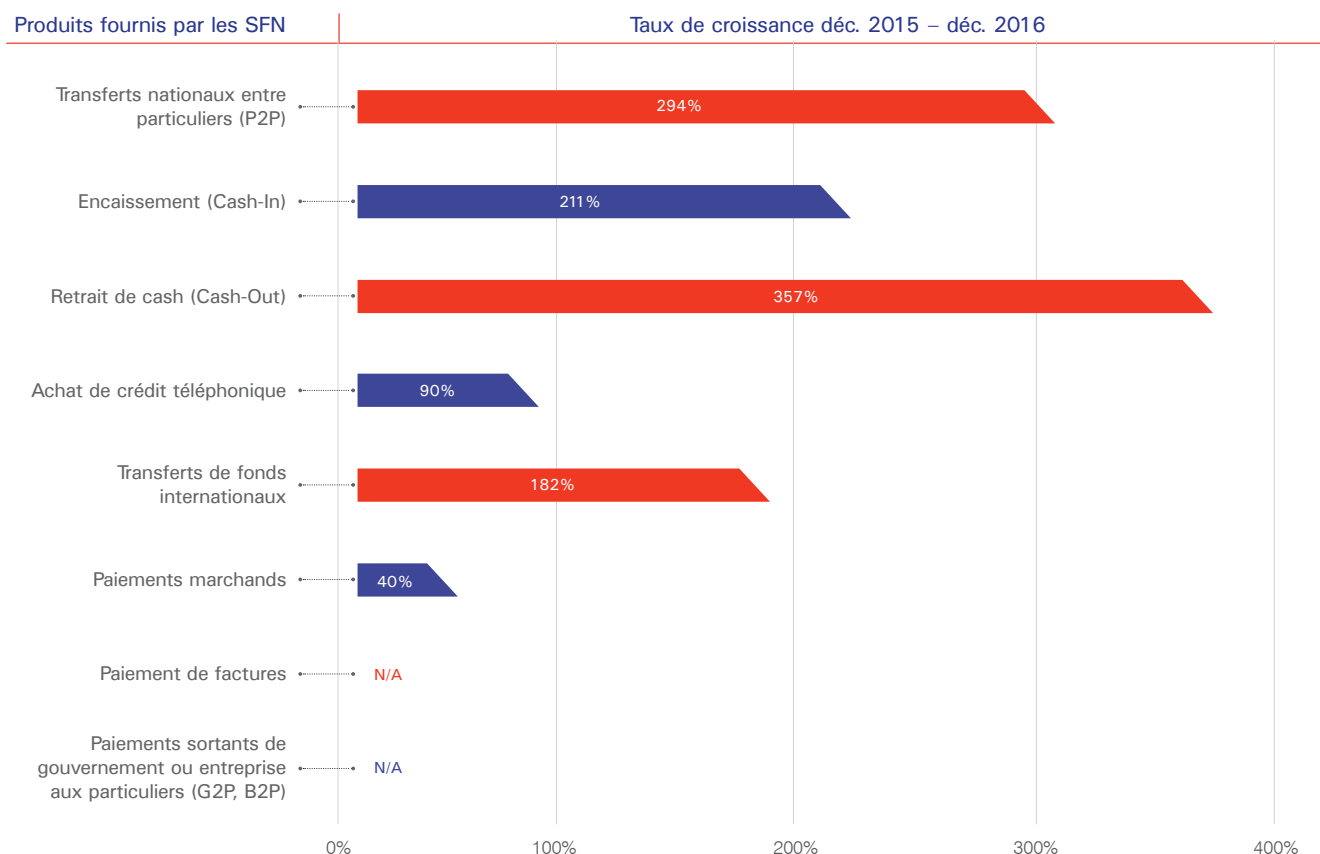
Statistiques BCEAO, Août 2017



L'enquête annuelle des fournisseurs de services financiers numériques de 2017 vise également à fournir des informations sur la façon dont les clients utilisent les SFN. Le tableau suivant montre, les taux de croissance annuelle du nombre de clients actifs qui utilisent les produits offerts par les fournisseurs de SFN. La catégorie qui a connu une plus forte augmentation était le retrait de cash (Cash-Out), par contre on enregistre une valeur négative des paiements marchands.

Figure VII

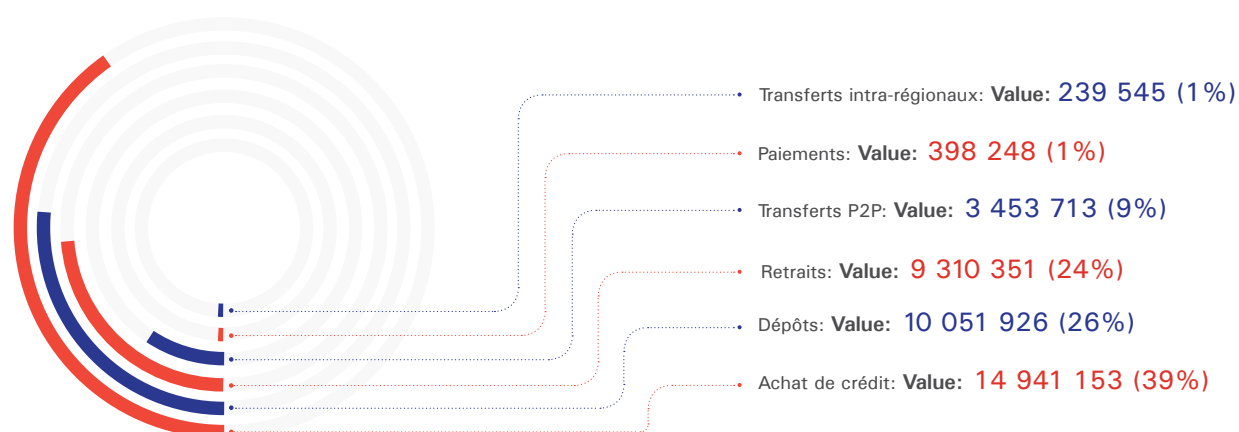
Produits offerts par les fournisseurs de SFN



Le graphique ci-après montre les pourcentages d'utilisation des produits SFN selon la BCEAO: en termes de volume, crédit téléphonique, retrait de cash (Cash-Out) et encaissement (Cash-In) sont les produits les plus populaires des transactions de portefeuille électronique (39%, 24% et 26% respectivement).

Figure VIII

Produits SFN, Statistiques BCEAO, Août 2017

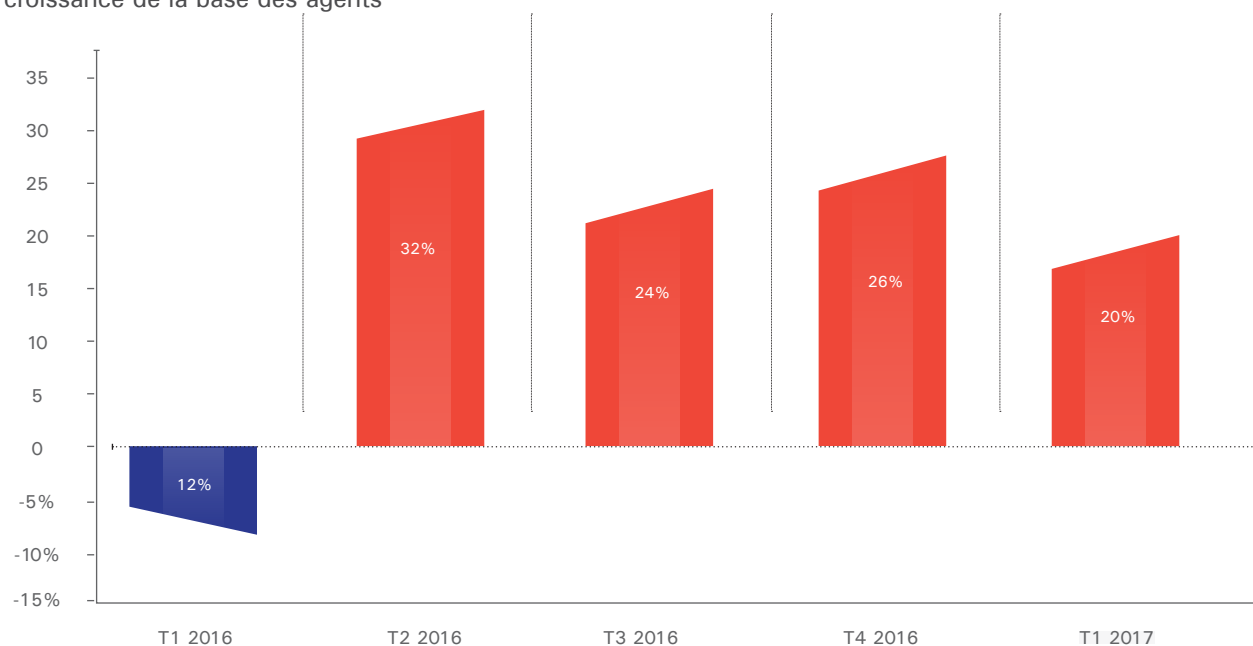


Agents

Pendant la période de décembre 2015 à décembre 2016, le taux de croissance annuel de la base des agents était de 81 %. La figure IX montre le taux de croissance de la base des agents par trimestre. La plus forte augmentation a eu lieu au deuxième trimestre 2016 (+32%), alors qu'au cours du premier trimestre 2016, la croissance de la base des agents était négative (-12%).

Figure IX

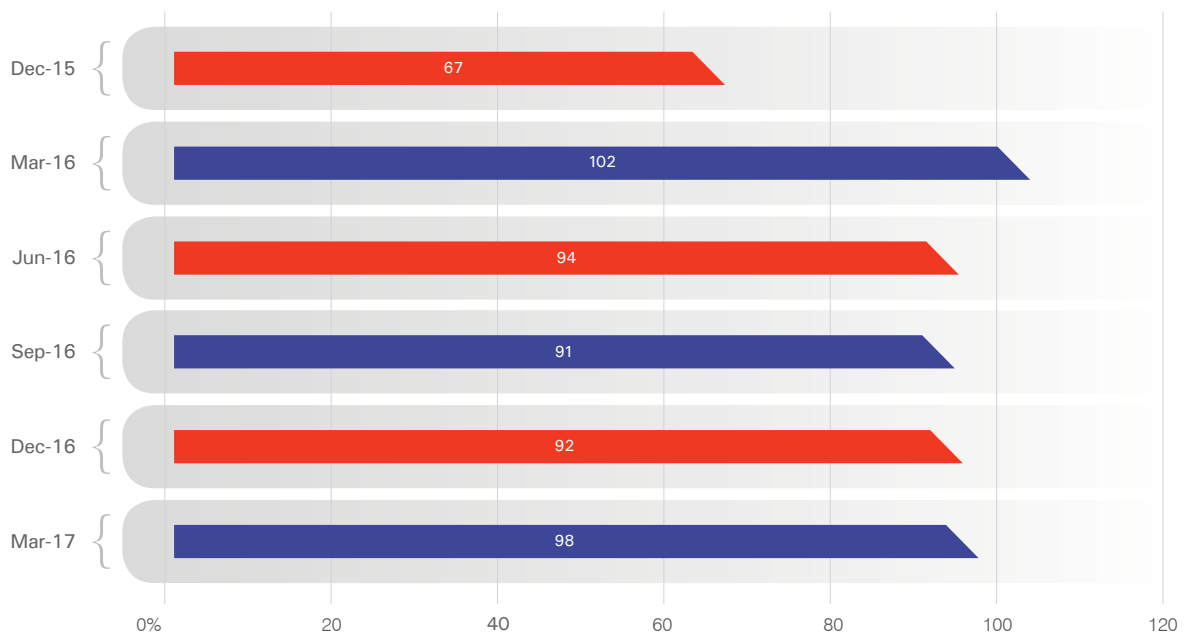
Taux de croissance de la base des agents



Le graphique ci-après montre le nombre de clients actifs par agent par mois. Le nombre de clients actifs par agent le plus élevé est enregistré en mars 2016 (102), alors que l'année précédente – décembre 2015 – c'était de 67. Cela s'explique par l'extension du réseau d'agents qui va plus vite que l'acquisition des clients.

Figure X

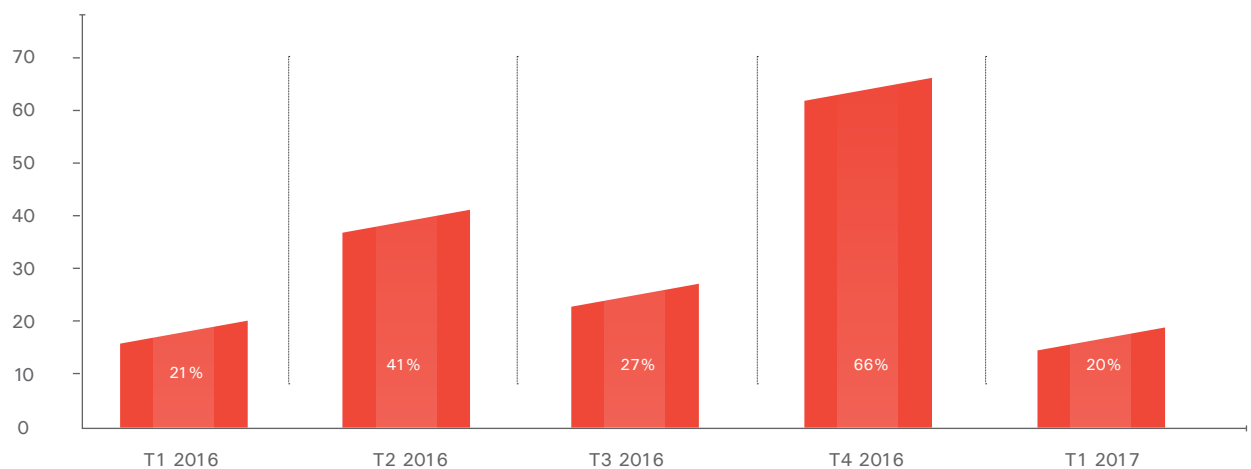
Clients actifs par agent



Par rapport au nombre de transactions faites par agent par mois, le graphique ci-après montre le taux de croissance par trimestre. Le plus haut niveau est atteint dans le T4 de 2016 (+ 66%). Pendant la période de l'enquête, le nombre de transactions faites par agent par mois a augmenté de 332%. En effet, dans la même période, le nombre d'agents actifs a plus que doublé (+ 116%) et le nombre de clients actifs par agent actif a augmenté de 47 points de pourcentage.

Figure XI

Taux de croissance de transactions faites par agents par mois

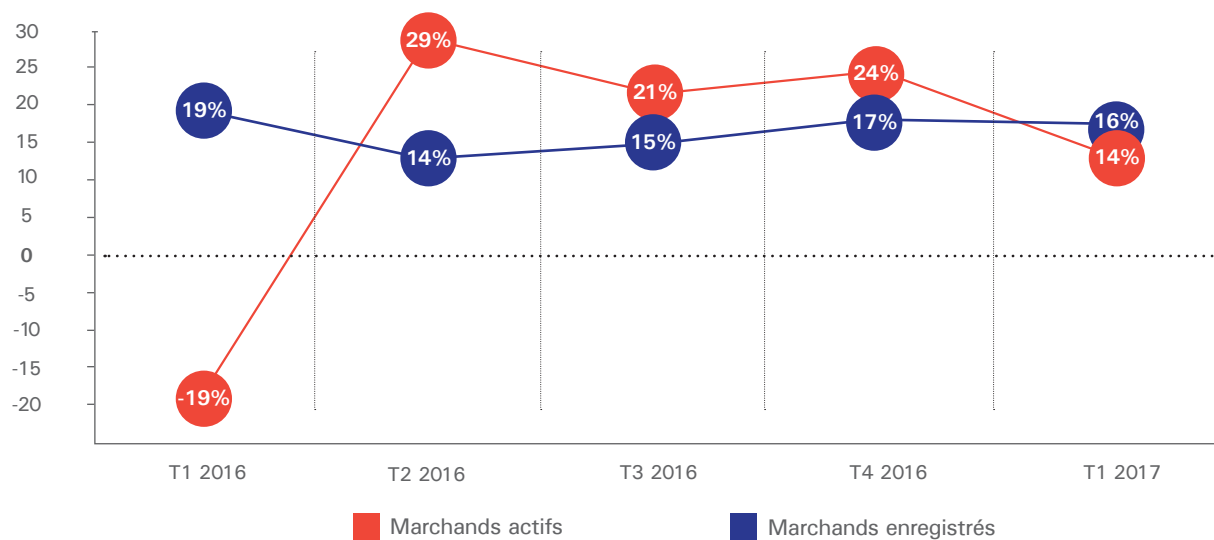


Marchands (points de paiement / accepteur de paiement mobile)

Le graphique ci-après montre le taux de croissance des marchands par trimestre. A l'exception du premier trimestre 2016 (-19%), les marchands actifs montrent des taux de croissance plus élevés que les marchands enregistrés. En effet, entre mars 2016 et mars 2017, on enregistre + 121 % d'augmentation du nombre de marchands actifs et + 78 % de marchands enregistrés.

Figure XII

Taux de croissance de marchands



Gestion des Services Financiers Numériques : performance, stratégie, et défis

Par rapport au niveau d'investissement dans le secteur de services financiers numériques, la majorité des fournisseurs de services financiers consultés confirment avoir augmenté le niveau d'investissement en 2016 par rapport à 2015. Ils confirment aussi cette tendance positive par rapport aux investissements de 2017. L'analyse des investissements prend aussi en considération les ressources humaines employées spécifiquement dans le département des SFN. Le nombre de personnes qui travaillent pour le département des services financiers numériques en 2016 par rapport à 2015 a dans l'ensemble augmenté de 50%.

Le tableau suivant contient des informations sur des indicateurs spécifiques par rapport à la performance, aux stratégies et aux défis rencontrés par les SFN.

Figure XIII

Indicateurs performance, stratégies et défis

Indicateurs	Résultats
Défis dans le développement ou l'amélioration des services pour les populations mal desservies	• La gestion de la fraude surtout par la protection du code pin • Une gestion efficace des réclamations clients efficaces • Les barrières réglementaires • Mise en place d'un réseau de distribution large et de qualité • Mise en place d'un modèle de business compétitif • Défi technologique • L'éducation financière
Défis dans le développement ou l'amélioration des services	• Développement du crédit et de l'épargne destiné aux populations mal desservies • La mise en place de partenariats viables entre opérateurs telco et institutions financières pour offrir des services de de micro épargne, micro crédit, micro assurance, etc. • Rendre les services d'autres fournisseurs non telco disponibles via USSD
Obstacles réglementaires principaux	• Les taux d'usure sur le crédit (incluant le crédit via mobile) • Restrictions sur les envois de fonds internationaux • Absence d'orientation sur l'interopérabilité • Exigences d'identification des clients onéreuses (KYC) • Limites de transaction / solde trop faibles
Priorités Stratégiques de l'Institution	• Dématérialiser tous les comptes • E-Banking • Transfert d'argent P2P (domestique et international) • Amélioration du parcours client • Renforcement du réseau de distribution • Développer l'écosystème en implémentant des solutions pour faciliter les paiements en point de vente et en ligne • Développer des partenariats avec le gouvernement pour la collecte des paiements au bénéfice de l'Etat • Renforcer les capacités des acteurs du channel par des formations sur la conformité, la lutte contre le blanchiment d'argent • Mise en place de l'agency banking • Intégration de la plateforme avec celle des Opérateurs de Téléphonie Mobile (OTM) • Formation du personnel impliqué dans la finance digitale • Réaliser les dépôts et les retraits depuis wallet • Distribuer les produits des tiers dans les guichets en qualité d'agent prestataire • Réaliser le SMS Banking
Indicateurs clés de performance	• Le taux d'activité (nombre de clients et d'agents actifs) • Rentabilité du service proposé • Réduction des coûts opérationnels • Taux de satisfaction des clients • Acquisition clients et agents

Conclusion

4



Le programme MM4P au Bénin

Le programme MM4P a été lancé par l'Agence d'Investissement des Nations (UNCDF), en partenariat avec la Fondation MasterCard, pour soutenir le développement de la finance digitale, rendre les services financiers accessibles aux personnes à faibles revenus et ainsi contribuer à l'inclusion financière mentionnée dans les ODD (Objectifs de développement durable).

Durant les deux premières années, notre programme, à travers son approche écosystémique, a réussi à fédérer les principaux acteurs SFN au sein d'un groupe de travail pour échanger sur les opportunités, défis et challenges du secteur. Nous avons également commandité une série d'études sur les comportements et besoins des clients, les facteurs d'adoption des services financiers, pour permettre aux acteurs du marché de pouvoir développer des services adaptés aux besoins de leurs clients. Nous continuons à renforcer les capacités de ces mêmes acteurs à travers des formations, des voyages d'études pour partager l'expérience d'autres acteurs, d'autres pays.

Ci-dessous quelques témoignages reçus des participants à l'enquête :

- « Les employés de notre organisation ont bénéficié de formations organisées par MM4P et qui leur ont permis de mieux comprendre les services financiers digitaux, leur conception, leur fonction. Ces formations ont contribué à améliorer l'offre, la promotion et la rentabilité des services »
- « Notre personnel a participé à plusieurs ateliers et séminaires organisés par l'UNCDF qui ont permis de renforcer leurs capacités et d'avoir une meilleure connaissance de la finance digitale »
- « Les idées innovantes qui découlent des divers ateliers et le projet sur le renforcement du réseau de distribution dont Moov a bénéficié ont permis de mettre en place des actions pour renforcer le réseau de distribution et la définition d'offres pour induire un changement de comportement de nos abonnés notamment sur le P2P »
- « L'exploration d'approches orientées client nous a permis de mieux appréhender les aspirations de nos clients et de tenir compte de leurs attentes dans le développement de services innovants »

Pour atteindre notre objectif au Bénin, il nous faut être force de proposition auprès des clients, avec des produits innovants et conformes à leurs besoins et attentes. Il ne s'agit plus d'offrir des services basiques comme le transfert d'argent ou le retrait, mais d'aller au-delà. En effet Le secteur de la finance digitale est en grande progression dans le monde. Et dans les pays précurseurs, on parle maintenant de produits de seconde génération comme le crédit digital, l'épargne et la micro-assurance mobile. Et on note des innovations comme des applications transformatives pour faciliter l'accès à des services de base liés à des secteurs clés tels l'agriculture, l'énergie, l'éducation, la santé qui sont des leviers pour accélérer l'inclusion financière.

Dans la continuité de notre objectif de développer l'écosystème de la finance digitale et accompagner les acteurs à offrir des services adaptés aux besoins des populations, nous mettrons l'accent en 2018 sur le renforcement de capacité, l'assistance technique et des subventions aux diverses parties prenantes en faveur :

- du développement de produits financiers numérique de seconde génération ;
- de la sensibilisation et l'éducation des populations vulnérables;
- de l'adoption des SFN par les jeunes, les femmes et les populations rurales ;
- de la digitalisation des chaînes de valeurs telles l'agriculture et l'énergie

Le programme MM4P ne ménagera pas ses efforts pour accompagner les acteurs publics et privés pour développer l'écosystème et favoriser l'adoption des services financiers numériques au bénéfice de l'inclusion financière au Bénin.

Clause de non-responsabilité:

Ce rapport est basé sur les données recueillies dans le cadre de l'Enquête annuelle auprès des prestataires de services financiers numériques de 2016 et de l'analyse interne effectuée par l'équipe UNCDF-MM4P.

Données de l'Enquête

Les données de l'enquête sont auto-déclarées et n'ont pas été vérifiées par UNCDF-MM4P; Cependant, les données sont minutieusement vérifiées et comparées à d'autres références et sources de données.

Confidentialité

Les données publiées dans ce rapport ont été présentées de manière à protéger la confidentialité de chaque fournisseur. Toutes les références spécifiques dans ce rapport ont été présentées avec l'approbation des prestataires.

Limites

Toutes les données de ce rapport sont auto-déclarées et, dans certains cas, les fournisseurs ont soumis des données partielles. Aucun des fournisseurs ayant participé à l'enquête ne disposait de données ventilées par sexe ou par milieu rural / urbain, ce qui limitait le niveau d'analyse pouvant être complété avec les données. Bien que ce rapport soit basé uniquement sur les données soumises par cinq (5) fournisseurs de SFN, UNCDFs'attend à ce qu'un plus grand nombre de fournisseurs soient représentés dans le rapport 2017.



Remerciements

L'équipe de l'UNCDF-MM4P aimerait remercier les entreprises suivantes pour avoir répondu favorablement à l'Enquête Annuelle MM4P des Fournisseurs de Services Financiers Numériques 2017:

- Moov Bénin
- Alidé
- MTN Mobile Money SA
- La Poste Bénin
- Ecobank Bénin

