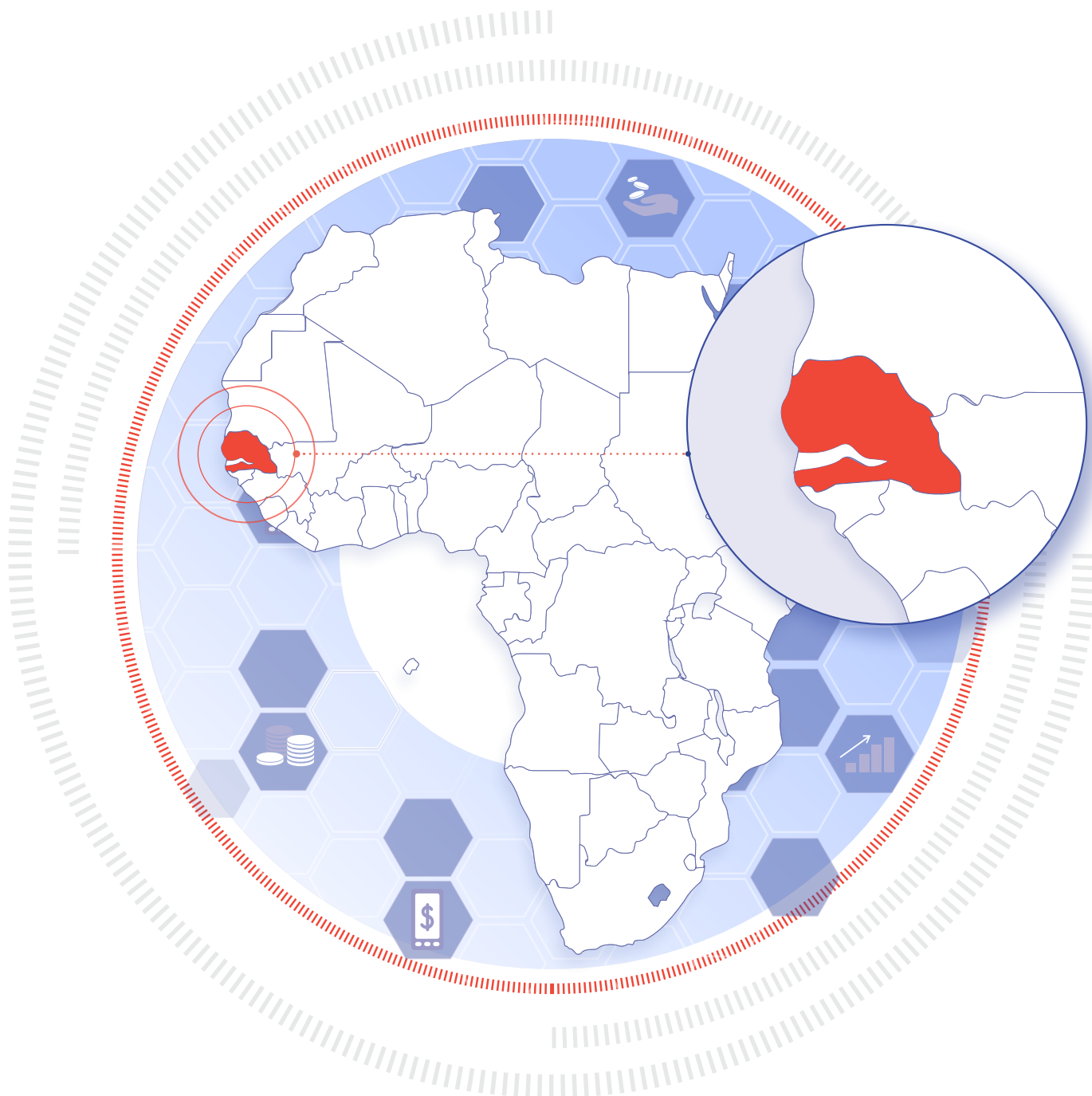




Résultats de l'Enquête Annuelle des Fournisseurs de Services Financiers Numériques 2017



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)

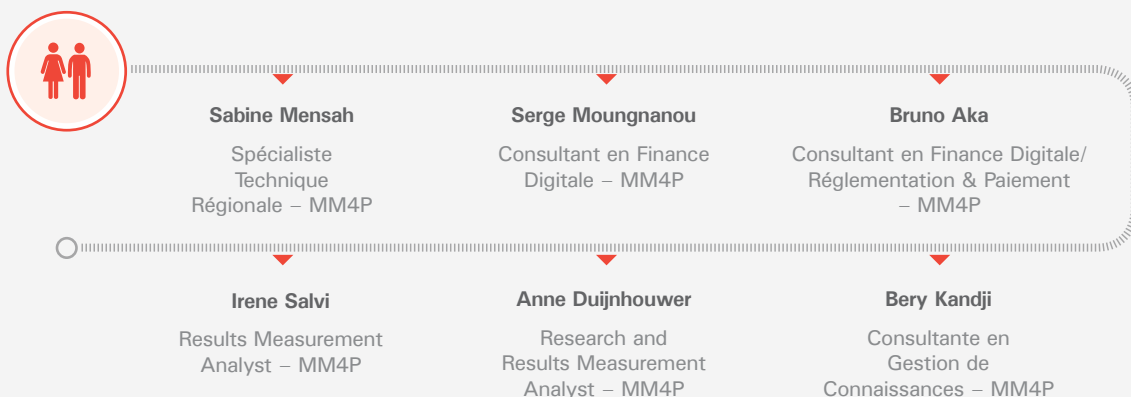
MM4P est un programme lancé par UNCDF en partenariat avec l'Agence Suédoise de Développement International (Sida), le Département Australien des Affaires étrangères et du Commerce (DFAT), la Fondation Bill & Melinda Gates et la Fondation MasterCard. MM4P fournit un soutien aux services financiers numériques (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 SFN solide qui atteint les personnes à faible revenu dans les PMA. MM4P est actuellement engagé dans huit pays: le Bénin, la République Démocratique Populaire Lao, le Malawi, le Népal, la Sierra Leone, le Sénégal, l'Ouganda et la Zambie, chacun offrant des opportunités et des défis uniques.

Au Sénégal, MM4P a lancé son programme en avril 2015. Le programme est financé par la Fondation MasterCard et vise à accroître l'utilisation active¹ des SFN au sein de la population adulte, de 13% en 2014 à 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 travaille avec tous les fournisseurs de SFN, les organismes de réglementation et le gouvernement pour atteindre cet objectif.



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 sénégalais 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 de matières

5	Glossaire
7	Avant-propos
8	Introduction
8	Etat de l'industrie des services financiers numériques
8	Contexte: Services Financiers Numériques au Sénégal
8	Enquête: Contexte et Méthodologie
11	Sénégal en bref
12	Résultats
14	Les Fournisseurs
17	Les Comptes clients
18	Les statistiques de la BCEAO au Sénégal
18	Les Agents
20	Les Gestion des Services Financiers Numériques: performance, stratégie, et défis
22	Opportunités et perspectives
24	Conclusion: Le programme MM4P au Sénégal
26	Remerciements



Liste des figures et tableau

14	Figure I: SFN opérant au Sénégal
16	Figure II: Les Services Financiers proposés sur le marché sénégalais au moment de l'enquête annuelle
17	Figure III: Taux de Croissance Base clientèle
18	Figure IV: Taux d'activité de la clientèle
18	Figure V: Produits fournis par le SFN
19	Figure VI: Statistiques BCEAO, August 2017
19	Figure VII: Produits SFN, Statistiques BCEAO, August 2017
20	Figure VIII: Taux de croissance de la base des agents
20	Figure IX: Clients actifs par agent
21	Figure X: Indicateurs performance, stratégies et défis

Glossaire

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 pour la définition de compte client actif.
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 la monnaie électronique, 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).
Paievements 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.
Paievement 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. Ils sont appelés des paiements «un à plusieurs». Le deuxième cas de figure ou plusieurs clients paient pour les services publics, ou comme des collections d'une organisation provenant de plusieurs payeurs. Ils sont appelés des paiements «plusieurs à un».
Transactions Cash-in	Ces transactions comprennent les transferts d'un client à un agent. C'est le processus par lequel un client crédite son compte d'argent mobile avec de l'argent. 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 en échange d'un transfert de monnaie électronique à partir du compte de monnaie électrique 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 « Mobile money », les agences 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 l'accès et l'utilisation, par tous les citoyens éligibles d'une gamme de services financiers est 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).

Glossaire

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 de monnaie électronique 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 de monnaie électronique 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 de monnaie électronique 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 de monnaie électronique pour utiliser le service.
Transferts de personne à personne (P2P)	Ces transactions proviennent d'un compte client SFN et au profit d'un autre compte client SFN.
Clients enregistrés	Les clients enregistrés représentent le nombre cumulé de clients qui se sont inscrits à un service, 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 portemonnaie mobile. 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 physiques pour atteindre les clients le plus près possible, notamment dans leur poche. Pour des millions de clients, les SFN offrent leur première interaction avec des services financiers formels, avec les avantages qu'offre le portemonnaie électronique en terme de sécurisation du cash, de facilité de transfert et de paiement instantanés à coûts abordables et en gain 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 lancé au Sénégal en avril 2015, est financé par la Fondation MasterCard. Le programme vise à accroître l'utilisation active des SFN au sein de la population adulte au Sénégal. Pour mieux réaliser nos objectifs, il était nécessaire de faire un état des lieux de la pénétration des SFN, de comprendre les perspectives des fournisseurs de services. C'est ainsi que nous avons mené la présente étude pour comprendre l'état du marché des SFN au Sénégal. L'objectif de cette enquête était donc 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 forts utiles qui peuvent aider le Sénégal à réussir sa migration numérique pour améliorer l'inclusion financière d'un maximum de Sénégalaises et de Sénégalais. 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 du secteur qui indéniablement peuvent catalyser le développement de l'Afrique en général et du Sénégal 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.



Sabine Mensah

Spécialiste Technique Régionale – MM4P

Agence d'Investissement des Nations Unies (UNCDF)

The background of the slide features a blurred photograph of people wearing traditional African clothing with vibrant, colorful patterns. A semi-transparent blue hexagonal overlay is positioned in the center of the image.

1.

Introduction

1. Etat 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 SFN ont changé la façon dont les services financiers sont fournis, 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, les SFN 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.

2. Contexte: Services Financiers Numériques au Sénégal

Membre de l'Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine (UEMOA), le Sénégal se caractérise par un secteur financier largement dominé par le système bancaire. On compte 25 banques pour 2 établissements de monnaie électronique. Entre 2010 et 2015, le pays a connu une évolution croissante de la monnaie électronique. En effet, selon la BCEAO, le pays a connu une évolution croissante de son taux de bancarisation strict, qui a atteint près de 17% à la fin 2015².

Cependant, on a noté à la même période une rapide adoption de la monnaie électronique. En à peine 5 ans, le nombre de détenteurs actifs de comptes de monnaie électronique a rattrapé le nombre de comptes bancaires au Sénégal.

Le potentiel économique des services financiers digitaux n'est plus à démontrer. Avec une réglementation ouverte qui permet à d'autres types d'institutions financières non bancaires de fournir des services financiers, et un marché de masse ne bénéficiant toujours pas de services financiers adaptés, de nouveaux types d'acteurs apparaissent et tracent leur chemin dans l'univers de la finance digitale. Et l'énorme appétit dont font preuve les populations envers ces nouveaux produits impose une nouvelle dynamique sur le marché: celle de l'innovation.

3. Enquête: contexte et méthodologie

Chaque année, UNCDF-MM4P mène une enquête auprès des fournisseurs des 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 BCEAO, Enquête sur l'inclusion financière 2016 (ce chiffre inclut les personnes possédant un compte bancaire en leur nom propre. Il ne prend pas en considération l'utilisation de services financiers digitaux sans compte)

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

L'enquête a été élaborée par l'équipe UNCDF-MM4P et menée auprès de fournisseurs des services financiers numériques, y compris les opérateurs de téléphonie mobile, les banques et les opérateurs tiers au Sénégal. 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 assurés de la confidentialité de leurs réponses, conformément à la politique en matière de divulgation de l'information du PNUD³. 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 2017, le questionnaire a été partagé avec les 31 fournisseurs de SFN sur le marché, dont neuf ont répondu. Ces neuf fournisseurs représentent la plus grande part de marché du secteur. Toutes les données mentionnées dans ce rapport sont auto-déclarées.

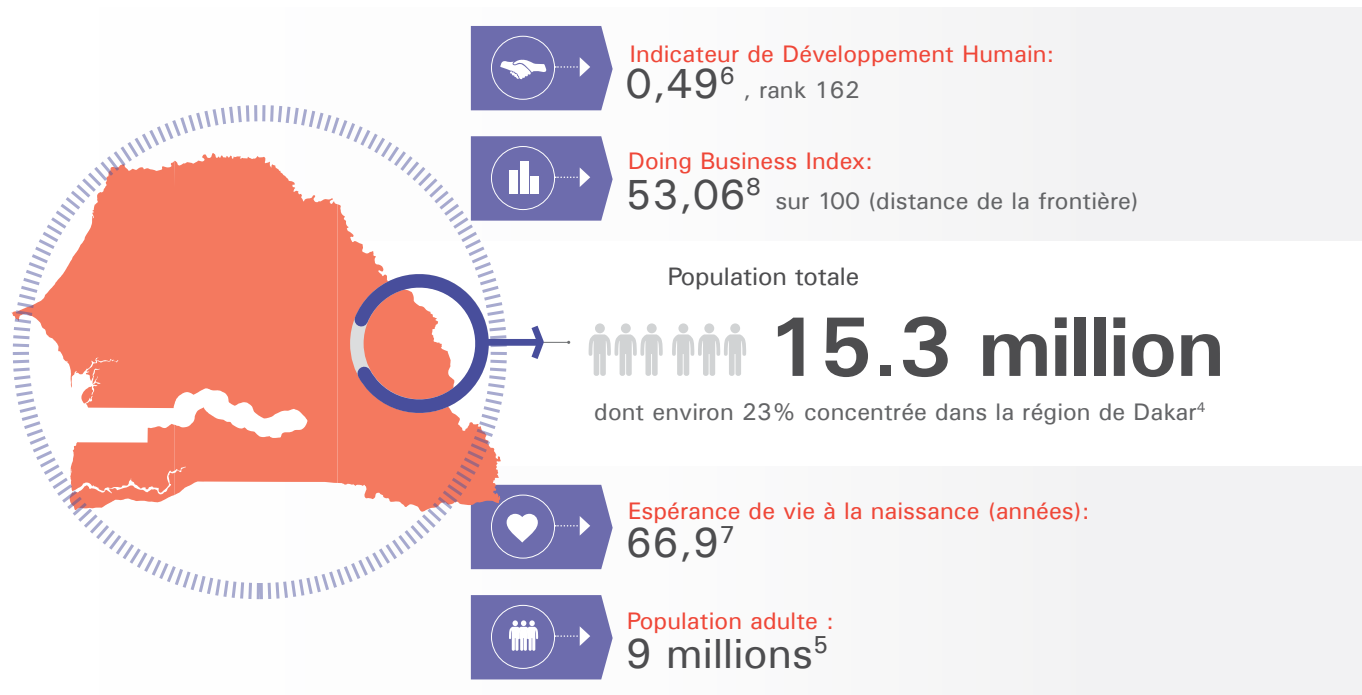
³ http://www.undp.org/content/undp/fr/home/operations/transparency/information_disclosurepolicy.html

A woman wearing a vibrant, patterned headwrap and a matching colorful garment is looking down at a book. The book is open, showing text in French. The background is a lush, green outdoor setting with foliage and a wooden crate. A large blue hexagonal graphic is overlaid on the right side of the image, containing the text 'Sénégal en bref' and a large number '2.' inside a circular design.

Sénégal en bref

2.

1. Sénégal en bref



⁴ UN World Population Prospect, 2016

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.

1. Fournisseurs

En mars 2017, 31 fournisseurs de services financiers numériques opéraient, incluant:

Figure I
SFN opérant au Sénégal

Type de fournisseur	Institution
Opérateurs de Téléphonie Mobile (OTM) Banques Commerciales	• Orange • Tigo • Expresso • Banque Internationale pour le Commerce et l'Industrie au Sénégal (BICIS) • Bank of Africa Senegal (BOA) • Banque Atlantique-Sénégal (BA-SA) • Banque de Dakar (BDK) • Banque de l'Habitat du Sénégal (BHS) • Banque des Institutions Mutualistes d'Afrique de l'Ouest (BIMAO) • Banque Islamique du Sénégal (BIS) • Banque Nationale pour le Développement Economique (BNDE) • Banque Régionale de Marchés (BRM) • Banque Sahelo-Saharienne pour l'Investissement et le Commerce (BSIC) • BGFI Bank (BGFI) • Caisse Nationale de Crédit Agricole du Sénégal (CNCAS) • Compagnie Bancaire de l'Afrique Occidentale (CBAO) • Citibank Sénégal • Coris Bank Sénégal • Crédit du Sénégal (CDS) • Credit International Sénégal (CI-SA) • Diamond Bank • Ecobank Senegal • First Nigerian Bank Senegal (FNB) • International Commercial Bank - Sénégal • Société Générale de Banque au Sénégal (SGBS) • United Bank of Africa Senegal (UBA) • Orabank
Intermédiaire des opérations bancaires	• SAIF Manko (SGBS) • La Colombe Group (BSIC)
Compagnies de transfert d'argent	• CSI (W@ri) • Joni Joni • Money Express • Wizall Money • Zuulu Services Financiers
Agrégateurs des agents	• ATPS Proximo • INTOUCH SA • GSIE • PAYDUNYA • SUDPAY

Type de fournisseur	Institution
Assurances	• AMSA Assurances • CNAAS • Africaine d'Assurance • AIBA ASSURANCES • Alfa Assurances • ALLIANZ • AMSA Assurance • ASCOMA. • Askia Assurances • CNAAS • A.S.S. • Assurance des Travailleurs du Sénégal • ASSURLAND • AXA ASSURANCES • BISSAI ASSURANCES • CNART Assurance • COLINA SENEGAL • NSIA • HORIZONS ASSURANCES • SONAC • ZENITH ASSURANCES etc.
Services Postaux financiers	• Poste
Institutions de Microfinance	• Crédit Mutuel du Senegal (CMS) • UIMCEC • CAURIE Microfinance • MICROCRED • PAMECAS • ACEP

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

Figure II

Les Services Financiers proposés dans le marché sénégalais au moment de l'enquête annuelle

Type de fournisseur	Produits
Opérateurs de Téléphonie Mobiles	• Transferts nationaux entre particuliers (P2P) • Encaissement (Cash-In) • Retrait de cash (Cash-out) • Achat de crédit téléphonique • Transferts de fonds internationaux • Service push-pull entre compte bancaires et wallet • Paiements marchands • Paiement de factures • Transferts de bons d'achat • Paiement de masse (gouvernement à personne) G2P et B2P (entreprise à personne)
Services Bancaires en ligne	• Encaissement (Cash-In) • Retrait de cash (Cash-out) • Epargne • Collecte mobile et gestion de groupes sur le terrain (épargne, crédit)
Fournisseurs tiers de services	• Transferts nationaux entre particuliers (P2P) • Encaissement (Cash-In) • Retrait de cash (Cash-out) • Achat de crédit téléphonique • Paiement de factures • Assurance, y compris la micro-assurance • Paiements marchands • Transferts de bons d'achat • Transferts de fonds internationaux • Paiement de masse (gouvernement à personne) G2P et B2P (entreprise à personne) • Autre paiement de masse (G2P, B2G, B2P)

Pendant la période décembre 2015 – mars 2017, il n'y a pas eu de changements significatifs dans l'offre de services financiers. Deux services sont offerts en plus en mars 2017: les paiements marchands et les transferts de bons d'achat. Le marché Sénégalais 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 téléphonie mobile et:

- Fournisseurs de services financiers pour la distribution des produits et services (ex. Bank to wallet);
- Agrégateurs de paiement (ex. paiement internet);
- Gouvernement (ex. bourses familiales);
- Entreprises (ex. paiement des salaires);
- Agrégateurs d'agents (ex. distribution des produits et services);
- Détaillants (ex. distribution des produits et services)

Et entre agrégateurs d'agents et:

- Opérateur de transfert d'argent (distribution)
- Détaillants (distribution)
- Agrégateurs d'agents (distribution)

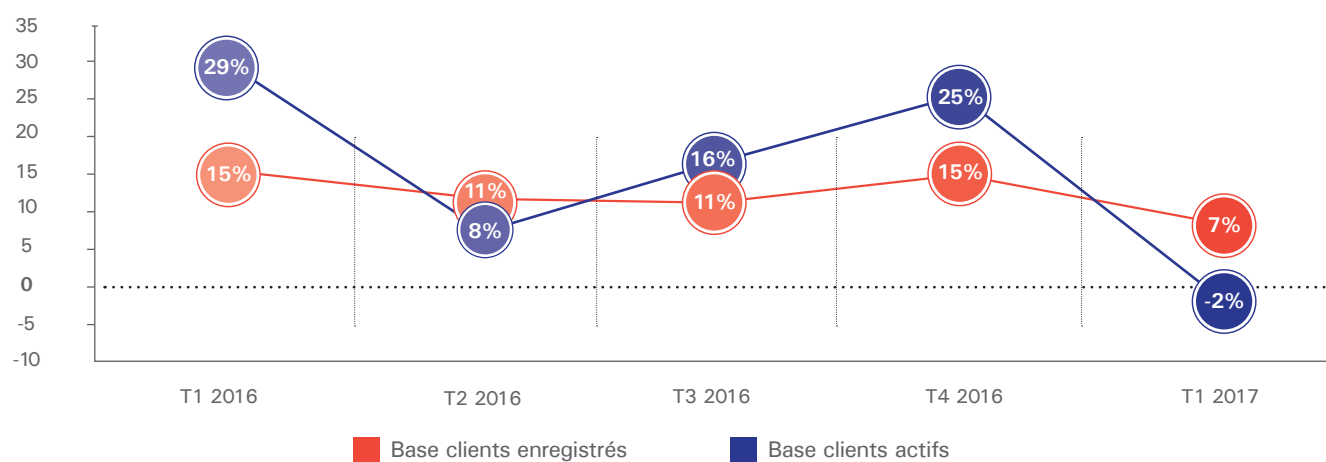
2. Comptes clients

Comptes enregistrés: entre décembre 2015 et mars 2017, le nombre de comptes enregistrés a augmenté de 74% et le nombre de comptes effectivement actifs sur les 90 jours (non cumulables)⁹ a presque doublé: + 99%. Le taux annuel de croissance (déc. 2015/déc. 2016) de comptes enregistrés était de 63% et de compte effectivement actifs de 103%.

Le graphique ci-après montre que **le taux de croissance trimestriel** de la base de clientèle enregistrée est plus stable que le taux de croissance trimestriel de la base clientèle active. Tous les trimestres ont enregistré une augmentation de la base clientèle active à l'exception du premier trimestre 2017 (-2%). La plus forte augmentation de la base clientèle active a eu lieu au premier trimestre (+ 29%), après quoi le deuxième trimestre a affiché une croissance plus lente (8%).

Figure III

Taux de Croissance Base clientèle

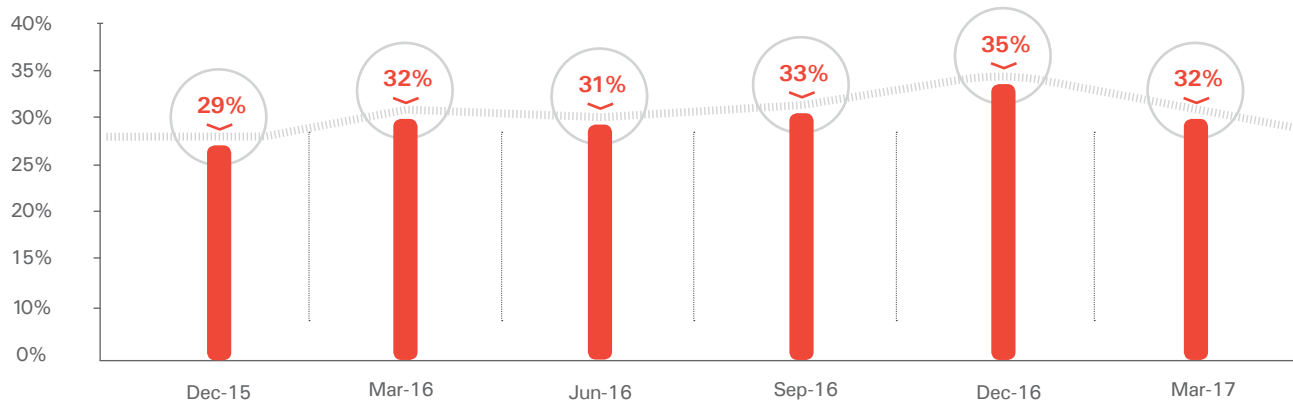


Le taux d'activité de la clientèle montre la partie des comptes enregistrés qui sont activement utilisés, c'est-à-dire au moins une transaction au cours des 90 derniers jours. La figure ci-dessous montre que le taux d'activité est relativement stable. La clientèle atteint son plus haut niveau d'activité en décembre 2016, avec 35% de comptes actifs sur le total de comptes enregistrés.

⁹ Comptes clients actifs : nombre de comptes clients ayant réalisés 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.)

Figure IV

Taux d'activité de la clientèle

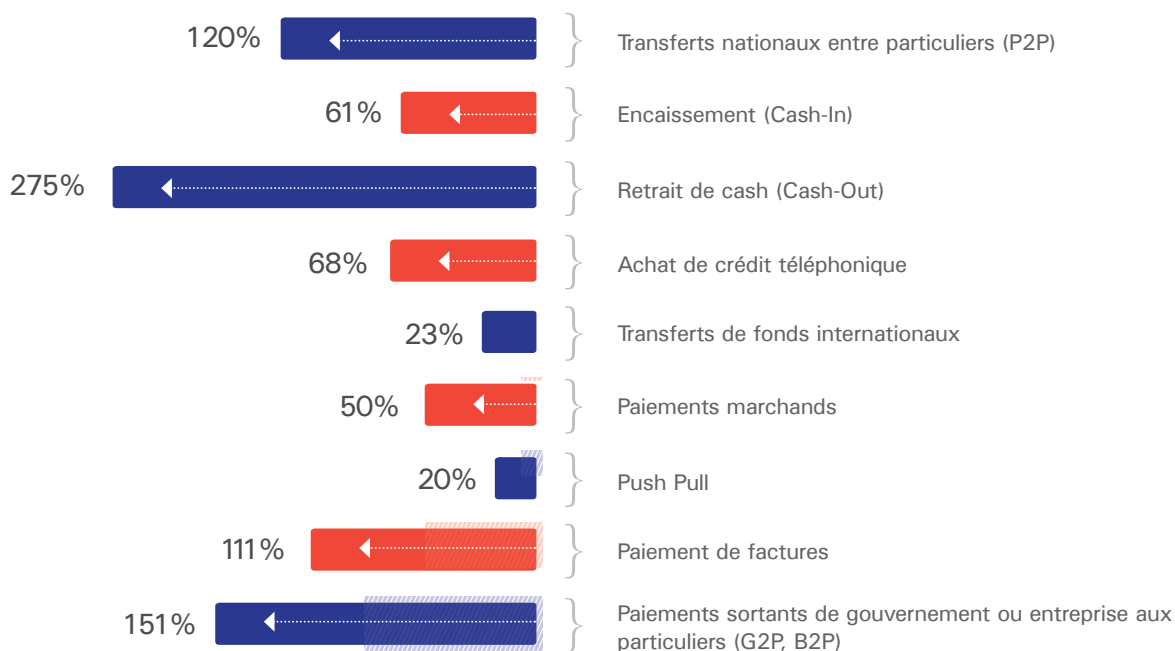


Le **taux de croissance de la base clientèle active** se reflète également dans l'augmentation du pourcentage d'adultes disposant d'un compte SFN actif. En décembre 2015, selon les données de l'enquête, 11% des adultes sénégalais avaient un compte SFN actif, ce taux est passé à 22% en décembre 2016. Le taux de croissance montre de bonnes opportunités pour capitaliser sur les paiements de masse, les transferts P2P et les paiements de factures.

Cette l'enquête annuelle vise également à fournir des informations sur la façon dont les clients utilisent les SFN. Le tableau suivant montre, les taux de croissance annuels du nombre de clients actifs qui utilise les produits offerts par les SFN. La catégorie qui a connu une plus forte augmentation était le retrait de cash (Cash-Out). En termes absolus, les produits les plus populaires sont l'achat de crédit téléphonique et l'encaissement.

Figure V

Produits fournis par le SFN



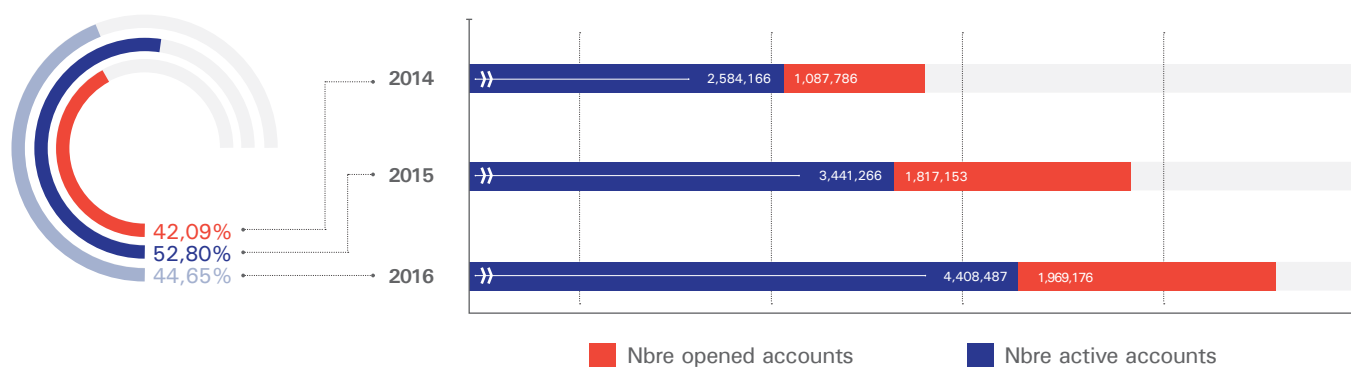
3. Les statistiques de la BCEAO au Sénégal

De 2014 à 2016, le nombre total de comptes de monnaie électronique ainsi que le nombre de comptes actifs ont augmenté régulièrement. Selon les statistiques données par la BCEAO en août 2017 – voir la figure VI - Durant cette période, le nombre de comptes enregistrés a augmenté de 71% et le nombre de comptes actifs de 81%. Les statistiques sont en ligne avec les informations fournies par les fournisseurs des services numériques. Par contre, le taux d'activité de la clientèle a baissé de 8 points de pourcentage. Il est passé de 52,8% en 2015 à 44,65% en 2016.

Figure VI

Statistiques BCEAO, Août 2017

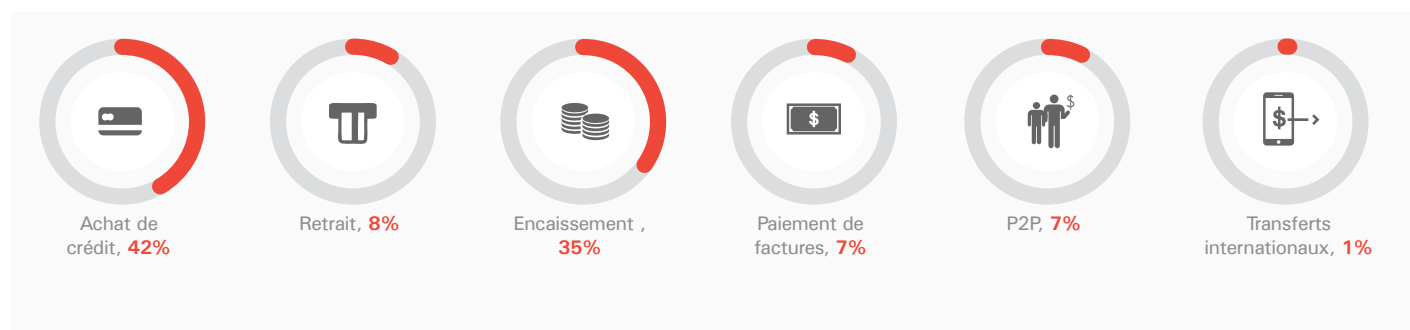
Taux d'activité de la clientèle



Le graphique ci-après montre les pourcentages d'utilisation des produits SFN : en termes de volume, les achats de temps d'appel et les dépôts en espèces sont les plus populaires des transactions de portefeuille électronique (42% et 35% respectivement).

Figure VII

Produits SFN, Statistiques BCEAO, Août 2017

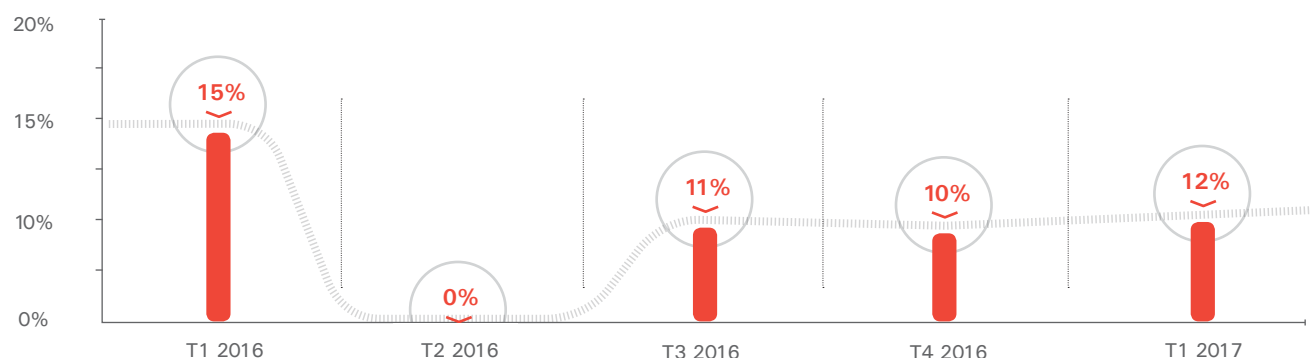


4. Agents

Pendant la période décembre 2015 – décembre 2016, le taux de croissance annuel de la base des agents était de 41%. La figure 3 montre le taux de croissance de la base des agents par trimestre. La plus forte augmentation a eu lieu au premier trimestre (+15%), alors qu'au cours du deuxième trimestre 2016, la base des agents n'a pas varié).

Figure VIII

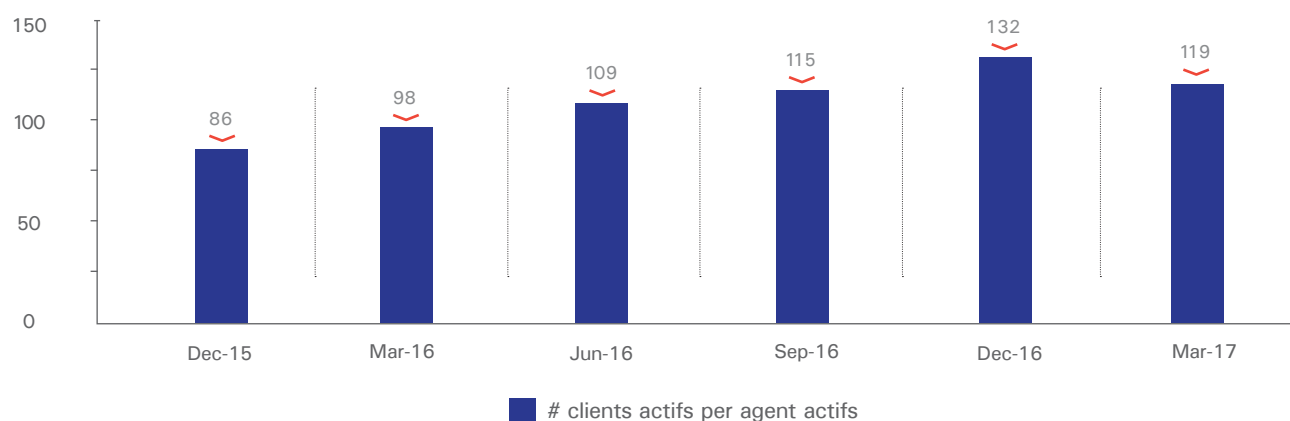
Taux de croissance de la base des agents



Le graphique ci-après montre le nombre de clients actifs par agent par mois. Le nombre de clients actifs par agent plus élevé est enregistré en décembre 2016 (132), alors que l'année précédente – décembre 2015 – c'était de 86.

Figure IX

Clients actifs par agent



5. 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 consultés confirme 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 prennent aussi en considération les ressources humaines employées spécifiquement dans le département de SFN.

Le tableau suivant contient des informations sur des indicateurs spécifiques par rapport à la performance, aux stratégies et aux défis rencontrés par les SFN qui ont répondu à l'enquête.

Figure X

Indicateurs performance, stratégies et défis

Indicateurs	Résultats
Défis dans le développement ou l'amélioration des services pour les populations mal desservies	• Faible éducation des clients aux services financiers mobiles • Disponibilité de produit (réseau et liquidité) • Sensibilisations • Conformité • La connectivité à l'internet • La proximité, gestion de la relation avec les agents dans ces zones • Manque de partenaires pour accélérer la couverture de ces populations • Insuffisance des points de vente actifs
Défis dans le développement ou l'amélioration des services	• Manque d'interopérabilité entre les autres fournisseurs de services financiers • Conformité • Rentabilité • Faible éducation des clients • Développement du réseau d'agents • Lancement de nouveaux produits • Ressources limitées • Sécuriser les transactions • Réduction des charges liées aux opérations de terrain • Contraintes réglementaires, administratives et fiscales • Déploiement de l'offre dans la sous-région • Faible éducation des masses sur les services financiers • Modèle de pricing inadéquat pour le client
Obstacles réglementaires principaux	• Restrictions sur les envois de fonds internationaux • Exigence de conformité • Taxes sur les frais d'opération des transactions mobile money • Exigences d'identification des clients onéreuses (KYC) • Taxe sur les frais • Limite des transactions
Priorités stratégiques de l'institution	• Paiement de factures • Conformité • Expansion/développement du business • Transfert d'argent • Paiements électroniques de masse • Densifier le réseau des agents • Définition model d'affaires et économique • Renforcement de la formation et sensibilisation du personnel à la finance digitale • Couverture du pays • Renforcement de la plateforme technique • Amélioration de l'accessibilité aux services
Indicateurs clés de performance	• Pénétration • Revenu moyen par utilisateur • Taux d'activités / nombre de clients • Nombre de transactions • Valeur paniers moyens • Chiffre d'affaires & bénéfice avant intérêts, impôts sur le revenu, frais financiers et amortissement • Volume • Visibilité • Revenus • Clients actifs uniques • Usage répété • Nombre d'agents recrutés et formés, rentables

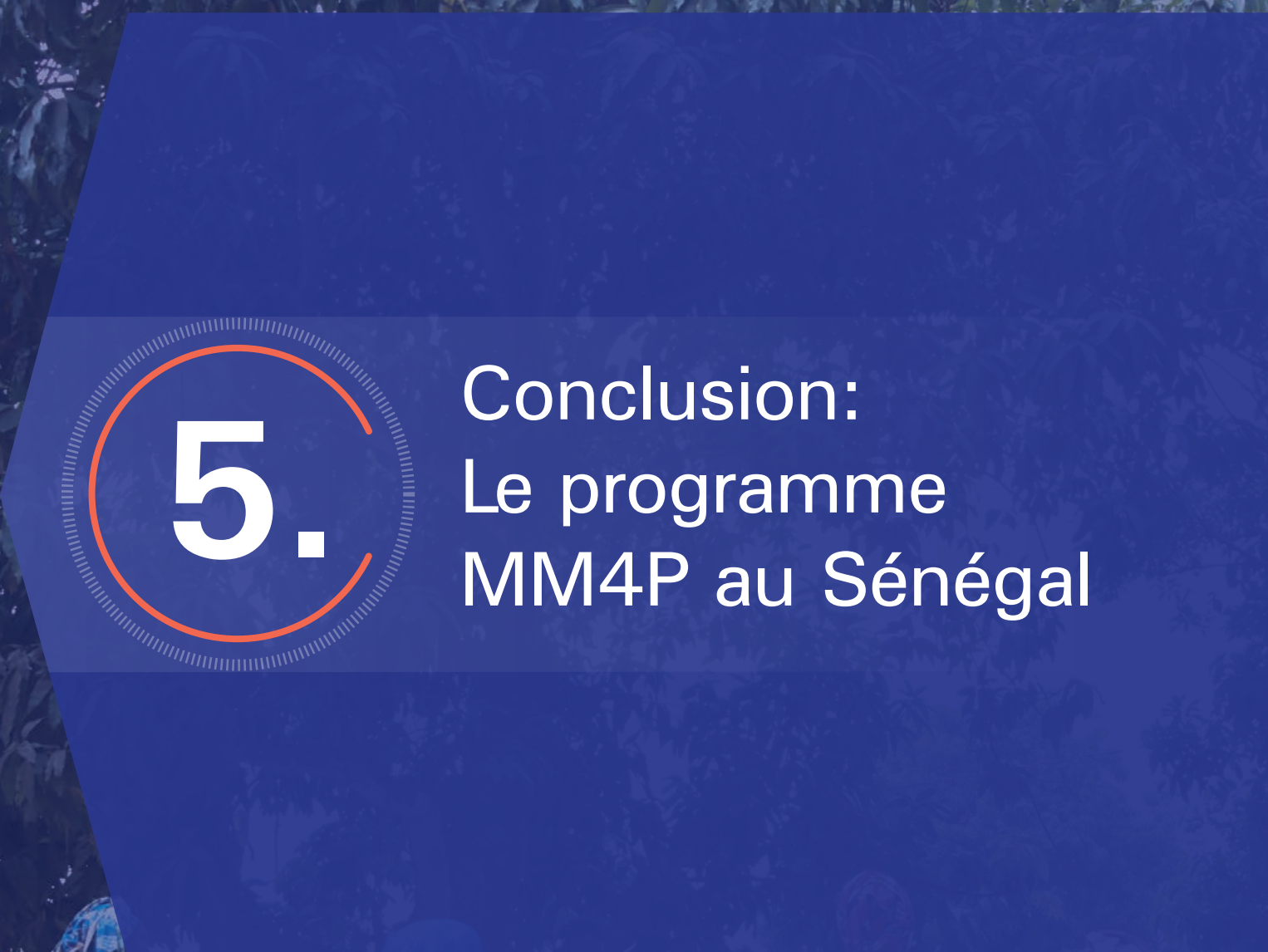


4.

Opportunités et perspectives

Besoins d'appui exprimés par les fournisseurs interrogés, sur la base de l'analyse des besoins:

- Amélioration de la collecte des données - ventilation par sexe et répartition urbaine/rurale de la clientèle;
- Identification de clients;
- Conformité, sensibilisation et éducation aux services financiers mobiles pour les populations mal desservies (rurales, femmes, financièrement exclus);
- Appui sous forme de séminaires et des statistiques et études des comportements financiers;
- Renforcement du réseau d'agents ayant des liquidités suffisantes;
- Lancement de nouveaux produits;
- Interopérabilité avec les autres fournisseurs de services financiers;
- Aider dans la mise en place de business cases;
- Analyse qualitative et quantitative de données;
- Etude de marché;
- Gestion de service à la clientèle;
- Evaluation d'un marché pour un produit;
- Développement de l'offre des SFN, notamment dans les zones semi-urbaines et rurales en tenant compte des femmes et des jeunes;
- Ateliers-formation sur les modèles de distribution;
- Amélioration de la capillarité



5.

Conclusion: Le programme MM4P au Sénégal



Le programme MM4P a été lancé pour soutenir le développement de la finance digitale, rendre les services financiers accessibles aux personnes à faibles revenus et ainsi de contribuer à l'inclusion financière mentionnée dans les ODD (Objectifs de développement durable).

Durant les deux premières années, notre programme, à travers son approche écosystème, 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.

Pour atteindre notre objectif de 30% de sénégalais utilisant activement les SFN, 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. L'innovation est le maître mot, et donne naissance à des applications transformatrices pour faciliter l'accès à des services de base liés à des secteurs clés tels l'agriculture, l'énergie, l'éducation, la santé, des leviers pour accélérer l'inclusion financière.

Dans la continuité de notre objectif de développer l'écosystème de la finance digitale et d'accompagner les acteurs pour offrir des services adaptés aux besoins des populations, le programme MM4P mettra 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 numériques de seconde génération;
- de la sensibilisation et l'éducation des populations vulnérable aux SFN;
- de l'adoption des SFN par les jeunes, les femmes, les PME 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 Sénégal.

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 indépendamment par UNCDF-MM4P; Cependant, les données ont été 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 seulement été présentées avec l'approbation des fournisseurs de divulguer des informations de performance clés agrégées.

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 neuf fournisseurs de SFN, ces derniers représentent la plus grosse part de marché du secteur des SFN au Sénégal.

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:

- ACEP
- ATPS Proximo
- Caurie Microfinance
- Crédit Mutuel du Senegal (CMS)
- Ecobank Sénégal
- Intouch SA
- Orange Money
- TigoCash
- Wizall Money

Novembre 2017
Copyright © UNCDF
Tous les droits sont réservés

Les opinions exprimées dans cette publication sont celles des auteurs et ne représentent pas nécessairement celles des Nations Unies, y compris UNCDF, ou de leurs États membres.

Les désignations employées et la présentation du matériel sur la carte (les cartes) et le (s) graphique (s) contenus dans cette publication n'impliquent pas l'expression d'une quelconque opinion de la part du Secrétariat de la Nations Unies ou l'UNCDF concernant le statut juridique de tout pays, territoire, ville ou zone ou son Autorités, ou concernant la délimitation de ses frontières ou de ses frontières.