

Étude sur la demande de services d'envoi de fonds de la diaspora dans les pays francophones d'Afrique de l'Ouest : le cas de la Côte d'Ivoire, du Mali et du Sénégal

Rapport final

Octobre 2020

MSC
MicroSave Consulting

mastercard
foundation

Sigles et abréviations

| | |
|------|---|
| APD | Aide publique au développement |
| IDE | Investissement direct étranger |
| FIDA | Fonds international de développement agricole |
| FG | Focus Group (Groupe de discussion) |
| G2P | Gouvernement à personne |
| IMF | Institution de microfinance |
| KYC | Know Your Customer (Connaissance du client) |
| MEN | Ministère de l'Éducation nationale |
| OAM | Opérateur d'argent mobile |
| ORM | Opérateur de réseau mobile |
| OTC | Over-The-Counter (Services au guichet ou assistés par un agent) |
| PIB | Produit intérieur brut |
| PSF | Prestataire de services financiers |
| SFD | Services financiers digitaux |
| STA | Société de transfert d'argent |
| SVI | Serveur vocal interactif |

Analyse de la demande de services d'envoi de fonds

Résumé

Les pays d'Afrique de l'Ouest offrent la possibilité de créer des services de paiement en espèces liés à des services à valeur ajoutée axés sur la demande :

- Les migrants qui ont investi dans leur pays d'origine ont besoin d'un soutien à la fois financier et non financier. Accroître les efforts de sensibilisation et de renforcement des compétences financières aidera les migrants à comprendre dans quels produits eux et leurs familles ont intérêt à investir, ce qui peut conduire à renforcer les systèmes financiers à la fois dans les pays d'origine et dans les pays d'accueil.
- Le marché offre l'opportunité de créer des services de cash à compte liés à des services à valeur ajoutée axés sur la demande, tels que le paiement de factures ou la constitution d'actifs par le biais de partenariats, en particulier dans les zones rurales qui reçoivent une grande partie des envois de fonds.
- Les membres de la diaspora aux revenus plus élevés recherchent des prêts à la création d'entreprise et des prêts immobiliers ou fonciers dans la perspective d'un retour dans leur pays d'origine. Les produits existants ne répondent pas à ces aspirations.
- Les membres de la diaspora installés à long-terme à l'étranger cherchent à financer les besoins de santé préventifs, d'investissements dans le capital humain, comme l'éducation, la formation ou le renforcement des compétences, et de financement de l'entrepreneuriat. Les messages de marketing pour ces types de services doivent être affinés afin d'en accroître l'utilisation.
- Le faible niveau de compétences financières et numériques constitue un obstacle, cependant les applications mobiles et les solutions de communication vocales permettent de le réduire. Un soutien est nécessaire pour faciliter le processus d'adhésion afin de stimuler l'utilisation des services numériques.

Sommaire du rapport

01

Éclairages sur le parcours client

02

Envois de fonds des migrants et inclusion financière

03

Besoins et aspirations financières des migrants

04

Besoins et aspirations financières des familles

05

Répondre aux besoins financiers

06

Prototypes

07

Annexe

Analyse de la demande de services d'envoi de fonds sur les marchés d'Afrique de l'Ouest



Objectifs de recherche

En partenariat avec la Fondation Mastercard, MSC a conçu et conduit une étude en Côte d'Ivoire, en France, au Mali et au Sénégal. Les objectifs de cette étude étaient les suivants :

- aider les prestataires de SFN à identifier les facteurs de succès et les contraintes dans l'utilisation des services formels d'envoi de fonds ;
- fournir des recommandations stratégiques et opérationnelles à même d'aider les prestataires de SFN à développer des produits et services utilisant les flux de fonds des migrants ;
- fournir des informations sur les opportunités de produits et de services digitaux d'envoi de fonds sur les principaux marchés de l'Union économique et monétaire ouest-africaine (UEMOA) ;
- développer des prototypes de services financiers digitaux adaptés aux besoins des expéditeurs et destinataires d'envois de fonds de la diaspora.



Profil et habitudes financières des expéditeurs

1. Données démographiques
2. Utilisation de la technologie mobile
3. Niveau de revenus (individu, ménage), dépenses, décisions financières
4. Modalités d'envoi de fonds

Connaissance, perceptions et confiance dans les services financiers

1. Services financiers formels et informels
2. Prestataires de services financiers
3. Caractéristiques des produits

Usages et préférences en matière de services financiers

1. Possession de compte et typologie
2. Epargne, crédit et assurance
3. Espèces, monnaie électronique et services financiers digitaux
4. Parcours client



Usages et préférences en matière de services financiers

1. Possession de compte et typologie
2. Epargne, crédit et assurance
3. Espèces, monnaie électronique et SFN
4. Utilisation des fonds reçus
5. Parcours client

Connaissance, perceptions et confiance dans les services financiers

1. Services financiers formels et informels
2. Prestataires de services financiers
3. Caractéristiques des produits

Profil et habitudes financières des destinataires

1. Données démographiques
2. Utilisation de la technologie mobile
3. Niveau de revenus (individu, ménage), dépenses, décisions financières
4. Modalités de réception d'argent



7. Analyse de l'offre de marché

(FinTechs, OAM, STA)

8. Lacunes et opportunités

1. Besoins financiers
2. Motivations



Développement de prototypes



1. Proposition de valeur
2. Motivations

Pratiques de paiement signalées par les couloirs

Bien qu'ils possèdent des smartphones, les expéditeurs de notre étude ont préféré les agents en raison de leur facilité d'utilisation

 >  Moneygram, Orange Money

 >  Orange Money, Western Union, Moneygram

 >  Tap Tap Send, Western Union, Ria, MoneyGram, informelle, Orange Money, Wari

 >  Orange Money, informal, Wari

 >  Orange Money, informal, Wari

▼

**"Des authentications plus simples encourageraient des gens comme moi, il y a trop d'étapes, trop de questions et ce n'est pas toujours facile",
expéditeur ivoirien en France**



Le coût et la localisation de l'agent, tant du côté de l'expéditeur que du destinataire, influencent le choix du corridor de paiement.

Observations et principaux obstacles

L'éducation financière doit être liée à tous les domaines d'opportunité, en s'adaptant à l'évolution du client

| Domaine d'opportunité | Observations | Recommandations stratégiques |
|-----------------------|--------------|------------------------------|
|-----------------------|--------------|------------------------------|

| | | |
|--|--|--|
| Marketing et service à la clientèle | <ul style="list-style-type: none">• Les nouveaux utilisateurs sont largement influencés par les autres migrants et les associations de migrants par le biais de la preuve sociale• La valeur de la parole est une source d'information essentielle pour la découverte des produits• La loyauté est limitée en raison de la sensibilité des migrants aux prix• Les messages doivent cibler les différents besoins des migrants, qui évoluent en fonction du nombre d'années écoulées depuis la migration• Des améliorations ont été apportées sur certaines plateformes pour résoudre les problèmes de transparence lorsqu'un paiement est en cours, mais ces améliorations restent invisibles pour de nombreux migrants• Les campagnes ne mettent pas l'accent sur le soutien de la famille et de la communauté, qui sont au cœur de la culture | <ul style="list-style-type: none">• Renforcer les activités de marketing indirect au sein des associations de migrants dans les lieux d'envoi et de réception afin de sensibiliser et de favoriser le bouche-à-oreille• Mettre en œuvre une stratégie de marketing relationnel forte pour cultiver des relations avec les clients qui conduiront à une satisfaction et une fidélité à la marque sur le long terme• Recruter des migrants pour collecter des fonds, faire de la vente croisée et éduquer les autres migrants pour des couloirs de paiement spécifiques• Concevoir des stratégies régionales ou spécifiques au marché dans le contexte d'une approche globale plus large qui reconnaît les besoins, le caractère et l'évolution uniques de l'espace de paiement dans chaque marché ou segment |
| Expérience de l'utilisateur | <p>Expéditeur :</p> <ul style="list-style-type: none">• Vitesse et perception que ce canal assure que le transfert sera livré• Le manque de confiance dans les institutions financières ou la crainte de celles-ci empêche les utilisateurs de mener à bien la procédure d'enregistrement, qui nécessite la validation des documents par la banque pour le KYC• Les expéditeurs craignent les services en ligne ou ont peur que leurs données soient partagées, ou font les deux, en particulier lorsque des documents personnels doivent être téléchargés <p>Destinataire :</p> <ul style="list-style-type: none">• Si la liquidité est un problème avec un agent local, les récepteurs recommandent des solutions alternatives pour les futurs transferts, comme d'autres fournisseurs formels ou informels | <ul style="list-style-type: none">• Mettre en place des interfaces utilisateur bien conçues qui offrent une expérience positive en termes de transparence, de commodité, de prix et de rapidité, avec des vidéos accessibles via les réseaux sociaux• Concevoir des mécanismes spécifiques pour améliorer l'accessibilité des services numériques qui utilisent les médias sociaux, les messages vocaux et les vidéos• Mettre en œuvre des outils de transparence pour dissiper les craintes que les fonds aient été versés, tels que le suivi virtuel ou les mises à jour de confirmation |
| Offre de produits | <ul style="list-style-type: none">• Les destinataires recherchent des services qui apportent une valeur ajoutée et leur font gagner du temps, comme les factures récurrentes• Les besoins du produit en question évoluent avec le temps dans le pays d'accueil et sont influencés à la fois par les besoins propres du destinataire et par ses relations avec sa famille ou sa communauté dans son pays d'origine• La construction d'un logement est un objectif commun pour les expéditeurs mais quelques services peuvent permettre de faire des économies à terme• Certains marchés ont montré une demande de produits de transfert de fonds à des fins spécifiques, mais ceux-ci doivent être commercialisés avec soin, en tirant les leçons des produits et services qui ont échoué dans ce domaine | <ul style="list-style-type: none">• Développer des solutions intégrées à prix compétitif qui rationalisent le processus• Redéfinir les processus et les propositions de valeur• Construire des alliances stratégiques innovantes, en explorant des partenaires non traditionnels et des modèles de partenariat pour les paiements de bout en bout• Cibler activement les flux de paiement liés à la santé, à l'assurance et à l'éducation |

Sommaire



01

Éclairages sur le parcours client



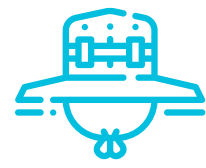
02

Envois de fonds des migrants et inclusion financière



03

Besoins et aspirations financières des migrants



04

Besoins et aspirations financières des familles



05

Répondre aux besoins financiers



06

Prototypes



07

Annexe

Sommaire



01

Éclairages sur le parcours client



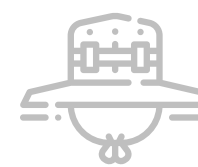
02

Envois de fonds des migrants et inclusion financière



03

Besoins et aspirations financières des migrants



04

Besoins et aspirations financières des familles



05

Répondre aux besoins financiers



06

Prototypes



07

Annexe

Les envois de fonds sont sur le point de devenir la source majeure de financement extérieur des pays ouest-africains

En 2018, les travailleurs migrants et leurs familles en Côte d'Ivoire, au Mali et au Sénégal représentaient un secteur de 3,7 milliards USD¹.

La majeure partie des envois de fonds proviennent de France, où les diasporas ivoiriennes, maliennes et sénégalaises représentent deux-tiers des populations francophones ouest-africaines. Les Maliens représentent l'une des populations d'immigrés intra-régionaux les plus importantes au Sénégal et en Côte d'Ivoire.

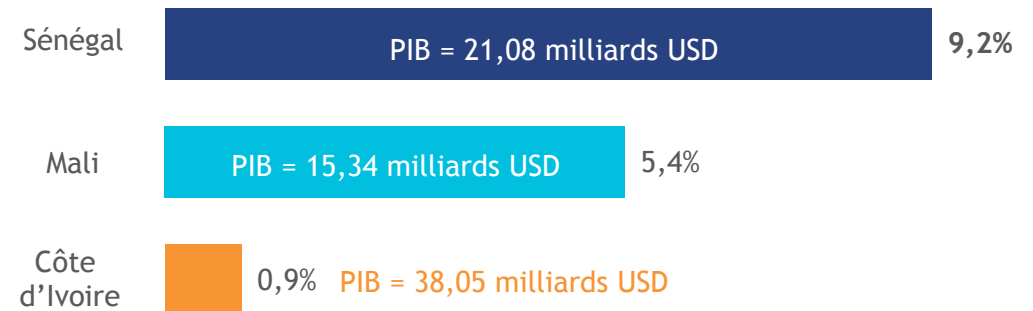


Les envois de fonds depuis la France vers la Côte d'Ivoire, le Mali et le Sénégal représentaient près de 1 milliard USD en 2017.²

Les envois de fonds depuis la Côte d'Ivoire et le Sénégal vers le Mali représentaient un marché de 290 millions USD en 2017.³

Au Mali, en 2017, les envois de fonds depuis la France (250 millions USD) dépassaient les flux financiers d'APD⁴ et les IDE⁵. Ils représentaient 47% du total des flux financiers entrants.

Part des envois de fonds dans le PIB des économies d'Afrique de l'Ouest, 2017 (%)⁶



A travers l'éducation financière et l'offre de services financiers à un coût abordable, l'inclusion financière des populations jusque là exclues favorise l'investissement des envois de fonds dans des activités productives. En retour, cela bénéficie au développement durable des communautés récipiendaires des fonds. Selon les estimations du FIDA, entre 20% et 30% des envois de fonds peuvent être utilisés à des fins d'épargne et d'investissement.⁷

1. [World Bank Remittances Data \(2018\)](#) 2. [World Bank Remittance Matrix \(2017\)](#) 3 Ibid. 4 [Official Development Assistance \(ODA\) flows for DAC and non-DAC members, 2016-2017](#) 5. [UNCTAD FDI inward stock, by region and economy, 1990-2018](#) 6. [World Bank GDP \(2017\)](#) 7. [The Use of Remittances and Financial Inclusion, GPFI \(2015\)](#)

Comparaison des offres de services des entreprises utilisées par les participants à l'étude

| Société | Partenaires | Points de service | Services offerts |
|---|--|---|--|
|  | Côte d'Ivoire : 17 institutions financières, La Post Mali : 11 institutions financières Sénégal : 15 institutions financières, La Poste | Côte d'Ivoire : 1 800 Mali : 900 Sénégal : 3 000 | Transferts de personnes et d'entreprises, services de paie, services de marché, couverture, cartes prépayées |
|  | Côte d'Ivoire: 12 institutions financières, La Poste Mali : 15 institutions financières Sénégal : 11 institutions financières | Côte d'Ivoire : 520 Mali : 398 <u>Sénégal</u> : 936 | Transferts personnels, cartes prépayées |
|  | Côte d'Ivoire :9 institutions financières, Orange Bank 60 301 distributeurs Mali : 9 institutions financières 52 600 distributeurs Sénégal :8 banques, 2 000 marchands actifs | Côte d'Ivoire : 132 000 Mali : 102 000 Sénégal : 40 000 | Virements personnels, paiement de factures, achat de crédit de communication, compte de recharge, P2P (personne à personne) |
|  | Côte d'Ivoire : 4 institutions financières Mali : 4 institutions financières Sénégal : 4 institutions financières | Côte d'Ivoire : 20 Mali : 20 Sénégal : 20 | Transferts personnels, recevant uniquement en Côte d'Ivoire, au Mali et au Sénégal |
|  | Côte d'Ivoire : 3 partenaires commerciaux Mali : 1 partenaire commercial Sénégal : 1 partenaire commercial | Côte d'Ivoire : partenariat avec MTN, MOOV, Orange Mali : Partenariat avec Wari Sénégal : Partenariat avec Wari, Wizall et Orange | Transferts personnels, recevant uniquement en Côte d'Ivoire, au Mali et au Sénégal |
|  | Côte d'Ivoire : 4 institutions financières, 27 partenaires commerciaux Sénégal : 4 institutions financières, 8 partenaires commerciaux | Côte d'Ivoire : 363 Sénégal : 496 | Transferts personnels, achat de temps d'antenne, paiement de factures, carte prépayée |
|  | Côte d'Ivoire : 10 institutions financières, 5 partenaires commerciaux Mali : 7 institutions financières, 11 partenaires commerciaux Sénégal : 12 institutions financières, 50 partenaires commerciaux | Côte d'Ivoire : pas disponible sur leur site web Mali : pas disponible sur leur site web Sénégal : 3 468 | Virements personnels, paiement de factures, achats de temps d'antenne, dépôts bancaires, compte de recharge, carte prépayée, carte virtuelle, USSD (uniquement au Sénégal) |

Sources: site webs des fournisseurs, Orange

Malgré les innovations des sociétés de transfert de fonds, l'adoption de services à valeur ajoutée reste limitée

Les clients sont principalement attirés par les services qui sont peu coûteux et qui impliquent un minimum de tracas



LES DÉFIS

- Manque de sensibilisation de nombreux consommateurs aux services à valeur ajoutée
- Le coût des appareils haut de gamme et riches en fonctionnalités dépasse le pouvoir d'achat de la plupart des utilisateurs
- Absence de comptes bancaires chez plusieurs consommateurs
- Manque de capacité technique (données) pour évaluer les destinataires des transferts de fonds
- Les partenariats exclusifs dans les pays réduisent les options pour l'expéditeur et le destinataire
- Comprendre le dossier commercial des institutions financières pour travailler avec les destinataires des transferts de fonds
- Absence de politiques et de réglementations cohérentes en équilibre avec les initiatives du secteur privé



SOLUTIONS POSSIBLES

- Promouvoir la culture numérique parmi les migrants travaillant avec le gouvernement ou les ONG
- Améliorer l'assistance à la clientèle
- Développer les lieux de paiement au-delà des banques et en utilisant les détaillants et les banques non financières
- Inciter les bénéficiaires à utiliser les services financiers formels
- Permettre l'accès aux données pour aboutir à des environnements réglementaires proportionnés
- Un effort concerté des décideurs politiques et du secteur privé pour développer des solutions sur mesure

Des envois de fonds aux services financiers : le parcours client

Les prestataires de services d'envoi de fonds, leurs réseaux et plateformes peuvent constituer une porte d'accès aux services financiers pour les personnes les plus vulnérables.



DESTINATAIRE

Radio, flyers, télévision, réseaux sociaux

Radio, télévision, bouche-à-oreille, réseaux sociaux

Famille, conseillers informels, actions d'éducation financière

IMF, transactions financières (G2P, paiement salaire) requérant un compte

Employé bancaire, service de banque en ligne, agent mobile

Bouche-à-oreille, réseaux sociaux (voix), réseaux communautaires, famille et amis

CYCLE

Connaissance

Information

Conseil

Adhésion

Service et transaction

Partage



EXPÉDITEUR

Réseaux sociaux, associations de membres de la diaspora, forums de discussion en ligne

WhatsApp, applications mobiles, groupes en ligne de membres de la diaspora

Centre d'appel, associations de la diaspora, forums d'utilisation des produits, sites web, agents OTC

Adhésion sur place, via application mobile ou site web

Carte de paiement, application mobile, plateforme en ligne, carte de fidélité, centre d'appel

Réseaux sociaux, associations de la diaspora, bouche-à-oreille, famille et amis

Malgré des investissements importants dans les services digitaux, l'utilisation des canaux numériques reste faible parmi les expéditeurs et les destinataires

PRINCIPAUX OBSTACLES À L'ADOPTION DES SERVICES DIGITAUX

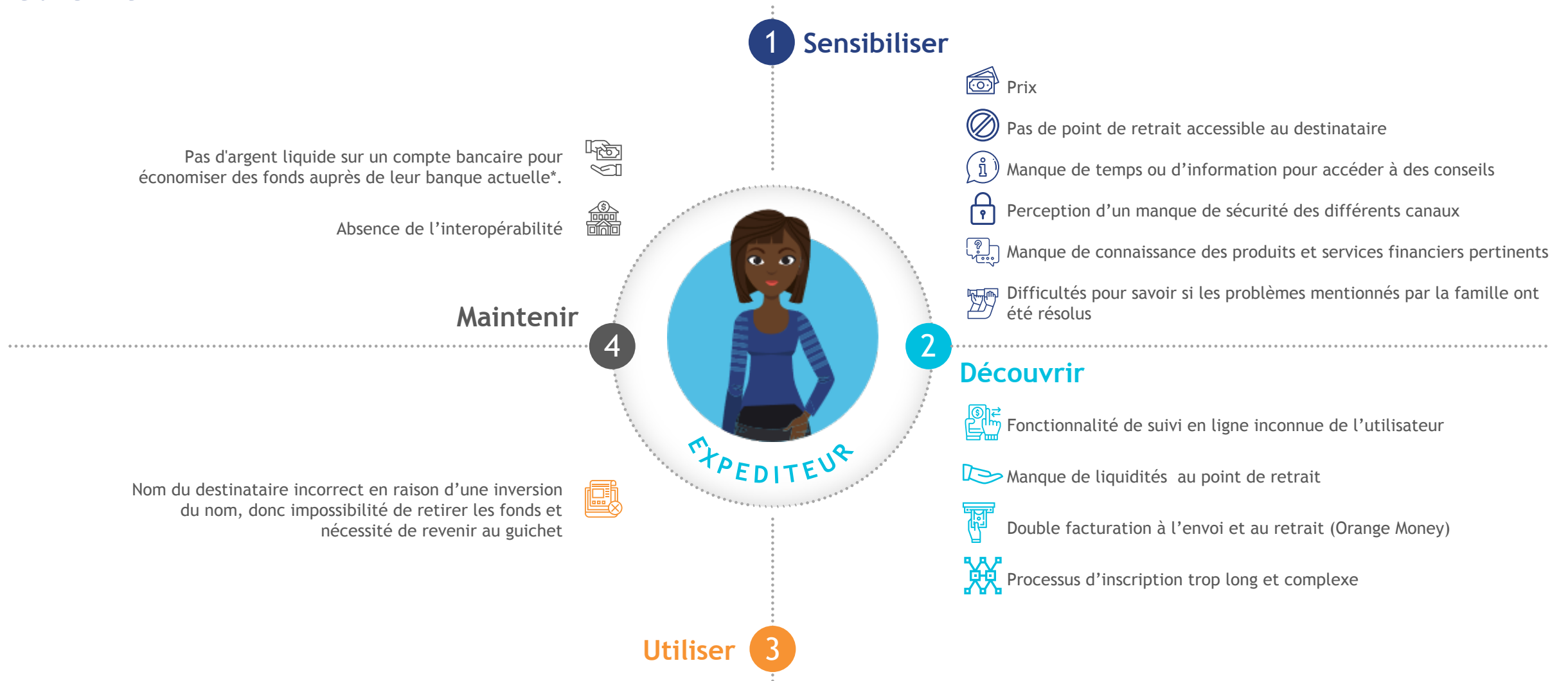


Parmi les migrants interrogés en France dans le cadre de notre étude, seuls 15,5 % ont utilisé des canaux numériques, tels que l'application mobile, l'argent mobile ou le virement bancaire. La plus forte utilisation a été observée dans la diaspora sénégalaise.

Pour les migrants maliens qui vivent à Dakar et à Abidjan, plus des deux tiers de notre échantillon ont envoyé des fonds via l'argent mobile, en raison de l'accessibilité du service dans les régions éloignées du Mali.

Les migrants étant sensibles au prix, il est nécessaire de souligner l'avantage de l'utilisation de ce canal en termes de coût.

Difficultés rencontrées par le client expéditeur dans le parcours client



* Ces types de services existent dans plusieurs corridors. Cependant, les migrants interrogés n'en avaient guère conscience.

Les services OTC sont perçus comme rapides et faciles, l'absence de mesures KYC électroniques crée une charge plus importante du côté du destinataire

Les expéditeurs doivent faire contrôler leur pièce d'identité, ce qui allonge la durée de la procédure d'inscription

EXEMPLE POUR UN EXPÉDITEUR VIA WESTERN UNION ONLINE AU SÉNÉGAL

EXPÉDITEUR



S'inscrire en ligne



Après avoir soumis les documents en ligne, rendez-vous dans une banque pour valider les documents pour le processus KYC



RECEVEUR



Retournez sur le site en ligne pour soumettre les coordonnées du destinataire pour l'envoi des fonds

EXEMPLE POUR UN EXPÉDITEUR VIA MY WARI ONLINE AU SÉNÉGAL

EXPÉDITEUR



Remplir un formulaire chez un agent Wari, sur un site web ou sur une application pour télécharger une pièce d'identité avec photo et valider par SMS



Charger le compte via un agent, un virement bancaire ou une carte de crédit et remplir un formulaire qui confirme le mot de passe unique



RECEVEUR



Le destinataire recevra un code par SMS pour récupérer les fonds auprès d'un agent Wari



Le temps et le coût sont des facteurs clés dans le processus de sélection et les alternatives sont perçues comme étant plus faciles. Les fournisseurs doivent envisager des moyens de soulager les points douloureux des clients par le :

Simplification des procédures d'ouverture de compte : limiter les étapes d'enregistrement et les exigences de l'e-KYC. Voir [Trulioo](#)

Création des solutions à guichet unique pour recevoir un salaire et offrir des services de crédit, d'épargne, de cartes prépayées et de transfert d'argent à moindre coût. Voir [Rewire](#)

Des mécanismes spécifiques sont nécessaires pour aider les utilisateurs à adopter et à utiliser les envois de fonds et les services à valeur ajoutée

Les technologies interactives de reconnaissance vocale qui peuvent aider à surmonter les difficultés liées à l'illettrisme et l'intégration d'une touche humaine sont nécessaires pour susciter la confiance

Solutions potentielles



SVI
conversationnel



Service
client
vidéo



Promotions via
WhatsApp et
Facebook



Transparence de
la transaction de
bout en bout



Meilleure
connaissance de
l'option de suivi
des transactions
de bout en bout



Contenus vidéo
montrant des
utilisateurs
réels



Les fournisseurs doivent garder à l'esprit que du côté des destinataires, les téléphones mobiles basiques restent prédominants

- Le simple fait de déclarer que le transfert sera sécurisé ou montrer le cryptage SSL n'est pas suffisant.
- Il peut être utile d'ajouter une icône ou un bref texte dans la zone de paiement attestant que toutes les transactions sont sécurisées.
- Les systèmes de recours dédiés aux clients doivent être facilement compréhensibles et accessibles.
- Créer des contenus vidéo qui mettent en scène les utilisateurs et leur parcours client.

Le comportement des expéditeurs n'est pas en ligne avec les prix des OAM et des STA

À moins que le transfert ne soit fait en ligne, les frais sont plus élevés via Western Union que via Orange Money, malgré les frais à l'envoi et au retrait appliqués par Orange. Sur les couloirs intra-régionaux, Orange Money applique des frais à la fois à l'expéditeur et au destinataire.

| Couloir | Frais de transfert pour un envoi de 100 EUR via Orange Money ¹ | Frais de transfert pour un envoi de 100 EUR via Western Union en utilisant l'OTC ² | Frais de transfert pour un envoi de 100 EUR en ligne via Western Union ³ |
|-----------------------------------|--|---|---|
| France vers Côte d'Ivoire et Mali | <ul style="list-style-type: none">Frais d'envoi : 2,7%Frais de retrait : 1,9%Frais totaux : 4,6% | <ul style="list-style-type: none">Frais totaux : 10,0% | <ul style="list-style-type: none">Frais totaux : 4,9% |
| Côte d'Ivoire vers Mali | <ul style="list-style-type: none">Frais d'envoi : 4,6%Frais de retrait : 5,3%Frais totaux : 9,9% | <ul style="list-style-type: none">Frais totaux : 4,6% | <ul style="list-style-type: none">Frais totaux : 1,8% |
| Sénégal vers Mali | <ul style="list-style-type: none">Frais d'envoi : 4,6%Frais de retrait : 5,3%Frais totaux : 9,9% | <ul style="list-style-type: none">Frais totaux : 4,6% | <ul style="list-style-type: none">Frais totaux : 1,8% |

Pour les transferts internationaux dans les trois pays, les expéditeurs interrogés ont préféré Western Union malgré ses coûts de transaction élevés par rapport à Orange Money. Pour les transferts intra-régionaux, Orange Money était le canal préféré malgré ses frais de transfert plus élevés par rapport à Western Union.

Que pensent les expéditeurs des transferts internationaux ?



“Avec Orange, ce n'est pas nécessairement moins cher, parce que vous payez des frais à l'envoi et au retrait. Western Union me convient. J'envoie de gros montants, ils ne sont pas cher quand je me rends en agence pour payer.”
“J'ai pris l'habitude d'utiliser Western Union, ils ont un réseau d'agences très dense, ce qui est très pratique pour moi.”

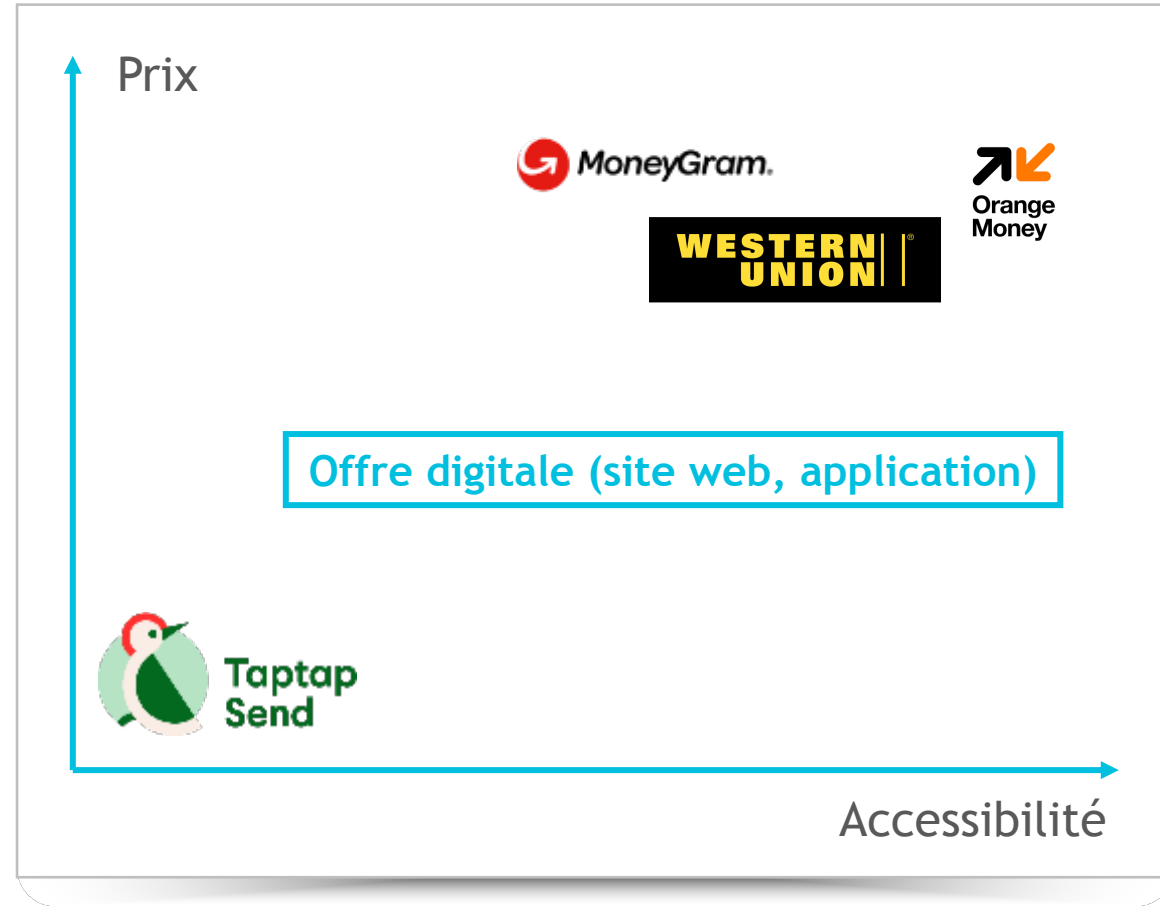
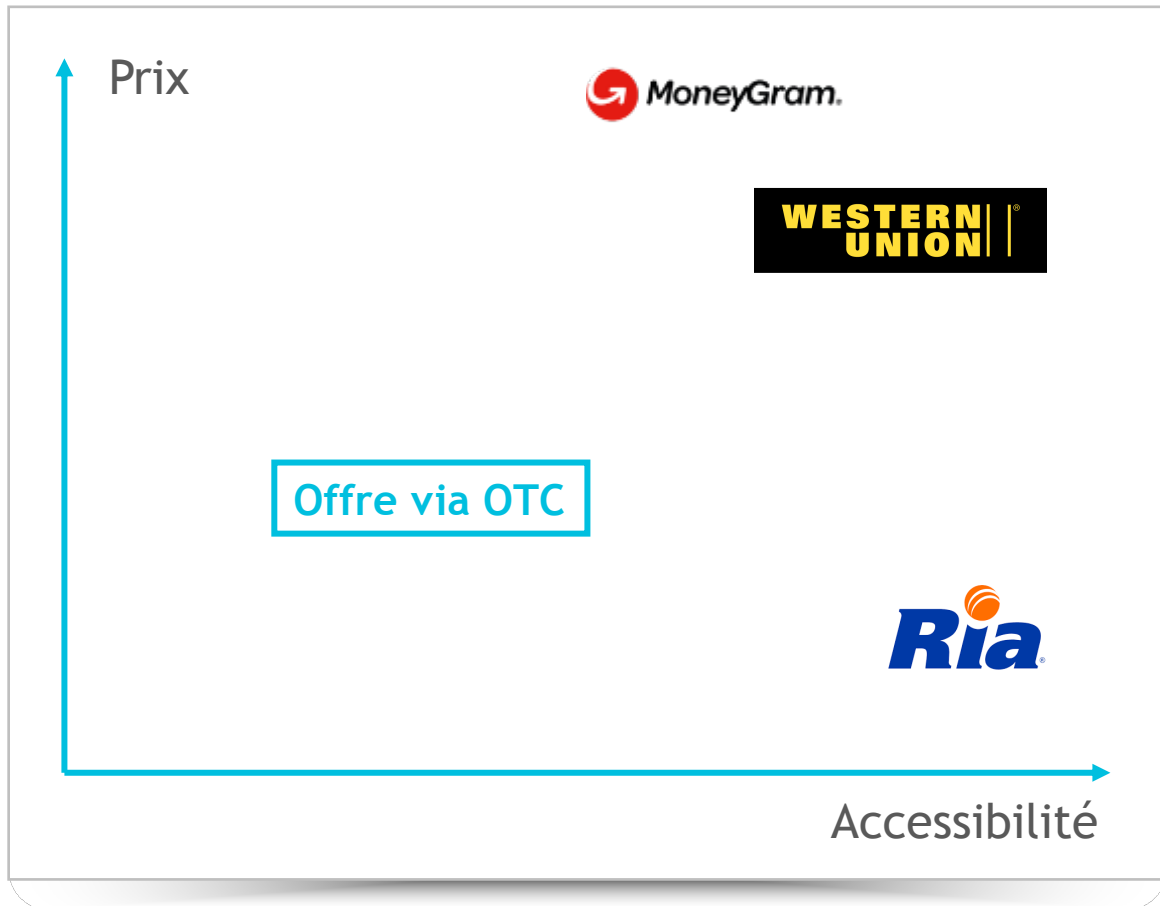
Que pensent les expéditeurs des transferts intra-régionaux ?



“Orange Money est un service accessible, facile d'usage et rapide, dès lors que vous avez de l'argent sur votre compte, vous pouvez réaliser la transaction tout seul. Cependant, les coûts de transfert vers le Mali sont très élevés. Si un nouveau service, tout aussi accessible et moins cher est créé, je serai le premier à l'adopter.”

1. Sites web Orange Money dans les pays respectifs ; Deux d'agents à Paris, Dakar, et Abidjan 3. Westernunion.com

Les FinTechs sont plus accessibles en termes de prix, bien que leur accès soit encore limité à une clientèle d'expéditeurs connectés et éduqués



Les pratiques informelles sont toujours courantes au Mali, ce qui montre que les prestataires ne répondent pas encore aux besoins financiers

55% des envois de fonds sont informels¹--l'accessibilité, la commodité et l'abordabilité sont les principaux moteurs, mais l'informalité est également alimentée par les liens communautaires et sociaux

L'expéditeur utilise les canaux informels pour pouvoir :

- Transférer discrètement des montants importants et contourner les plafonds de transfert des PSF
- Remettre l'argent directement au bénéficiaire et lui éviter d'avoir à se déplacer
- Accéder à divers services financiers informels dans le pays d'origine



“Quand j’ai construit ma maison, j’ai envoyé des montants importants, jusqu’à 11 000 USD, à travers le réseau de foyers de travailleurs maliens.”

“Je préfère confier mon argent à l’épicier du village. C’est pratique pour moi et pour lui. Tout le monde lui fait confiance et ça évite les problèmes de sécurité dans la maison. Il m’avance même de l’argent pour la famille quand j’en ai besoin. Je lui envoie aussi souvent de l’argent pendant deux ou trois mois, et il le garde en sécurité chez lui.”

“Le service que j’apprécie le plus pour transférer de l’argent est Sama transport, car je travaille dans le même quartier.”

1. Survey on remittances in Mali, BCEAO (2012)

Qu’est-ce que les PSF peuvent apprendre des pratiques informelles ?



L’épicier-banquier est une figure clé de la communauté qui offre :

- Tenue des comptes et suivi des dépenses
- Dépôt et retrait d’espèces
- Avance d’espèces
- Achats
- Garde de l’épargne sans possibilité de retrait immédiat

Proposition de valeur : services financiers personnalisés, sur site et fiables



Les compagnies de transport régional jouent un rôle important dans le quotidien des Maliens, en raison de la géographie et de la structure économique du pays. Ces compagnies offrent des transferts de fonds sécurisés à travers un système de réservation.

Proposition de valeur : service de transfert rapide, accessible et abordable

Difficultés rencontrées par le client destinataire dans le parcours client



Les prestataires doivent renforcer le soutien à leurs agents par :

- Mise en œuvre d'une analyse prédictive des données pour informer les agents sur la demande future et les aider à gérer leurs liquidités, associée à un service de rééquilibrage - voir [GSMA /MSC | Distribution 2.0: The future of mobile money agent](#) et la solution [PesaKit](#)
- Une formation améliorée et régulière dont une grande partie peut être dispensée sur appareil mobile - voir [GSMA/MSC | Distribution 2.0: The future of mobile money agent](#)
- Un suivi régulier des agents avec des solutions automatisées, par ex. SMS demandant aux agents de se réapprovisionner quand ils atteignent un certain seuil de trésorerie et d'envoyer des captures d'écran et photos de leurs points de vente pour le rééquilibrage physique - voir [GSMA/MSC | Distribution 2.0: The future of mobile money agent](#)
- Des alliances stratégiques avec les prêteurs pour améliorer la gestion des liquidités des agents - voir [FINCA: Easing Access to Liquidity for Mobile Money Agents](#)
- L'optimisation du service à la clientèle basé sur les centres d'appel, notamment par des mesures comme la création d'une ligne dédiée aux agents - voir [Service à la clientèle via les centres d'appels](#)
- Evaluer le coût potentiel d'établir des agents (fixes ou itinérants) dans ces régions et, si rentable, mettre en place des mini-agences mobiles offrant des services de remise des envois de fonds en début de mois par des agents équipés de tablettes se déplaçant de village en village - voir [Prime Bank, Bank on Wheels service](#)
- Offrir des prêts de fonds de roulement pour transformer les petits commerçants en points de retrait pour les envois de fonds, et pour éviter les problèmes de liquidités, créer une solution financière permettant aux destinataires d'acheter directement des produits chez le commerçant - voir [Tounkaranke-Code](#)

Sommaire



01

Éclairages sur le parcours client



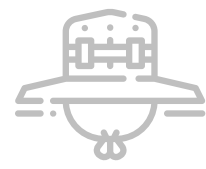
02

Envois de fonds des migrants et inclusion financière



03

Besoins et aspirations financières des migrants



04

Besoins et aspirations financières des familles



05

Répondre aux besoins financiers



06

Prototypes



07

Annexe

Les envois de fonds comme source d'investissement

Les expéditeurs souhaitent aider leurs proches dans leur pays d'origine, investir dans l'immobilier et les opportunités d'affaires, participer au développement local de leur communauté et créer des entreprises sociales et durables.

Construction de maison et acquisition de foncier

- Investir dans un projet de construction de maison
- Constituer une épargne de long-terme pour un investissement immobilier
- Accéder à un crédit dans le pays d'accueil ou d'origine pour financer un investissement immobilier

Devenir entrepreneur/euse dans leur pays d'origine

- Créer son entreprise
- Investir dans l'entreprise familiale pour un retour sur investissement
- Investir dans une entreprise lucrative dans leur pays d'origine



Investir dans le développement local de leur communauté et dans leur pays d'origine plus généralement

- Investir dans des projets de développement communautaire, par exemple en versant une cotisation annuelle à des associations de la diaspora
- Contribuer aux besoins d'investissement de leur communauté

Investir en faveur de l'autonomie financière de leurs proches

- Apporter un soutien financier à leurs proches au moment du lancement de leur activité économique
- Fournir un crédit à un proche pour l'aider dans le financement de son entreprise

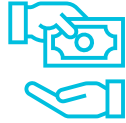
Les besoins des destinataires en services financiers et non financiers augmentent une fois les besoins primaires satisfaits

Les expéditeurs souhaitent contribuer à améliorer le bien-être de leurs proches - l'éducation financière est nécessaire à la fois pour les expéditeurs et les destinataires



CAPITAL MATÉRIEL

“J’ai envoyé pendant plusieurs mois de l’argent à mon frère parce que je souhaitais acheter un terrain. Mon frère effectuait les paiements pour moi, car les transferts bancaires sont trop chers.”



PAIEMENT DE FACTURES (électricité, eau, Internet, TV satellite)

“Quand l’argent arrive, je paie mes factures, en moyenne 25,5 USD tous les 2 mois, et je fais quelques courses au supermarché avec l’argent qu’il reste pour le mois.”



CAPITAL HUMAIN : ÉDUCATION

“La dernière fois, j’ai utilisé l’argent reçu pour payer la rentrée scolaire des enfants.”



Investir dans la SANTÉ peut potentiellement conduire à améliorer la productivité

“Je reçois 170 USD par mois de la part de ma soeur pour les soins médicaux de ma mère suite à un AVC il y a quelques mois.”
“Ma mère a une tension artérielle très élevée, pour son traitement mon frère m’envoie chaque mois 29,7 USD”

Les ménages bénéficiaires d’envois de fonds tendent à épargner davantage que les ménages non bénéficiaires une fois leurs besoins élémentaires satisfaits.

Environ **57%** des destinataires épargnent une part de l’argent reçu, mais seuls **23%** le font auprès d’institutions financières.¹

1. [The Use of Remittances and Financial Inclusion, GPF \(2015\)](#)

Sommaire



01

Éclairages sur le parcours client



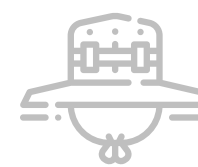
02

Envois de fonds des migrants et inclusion financière



03

Besoins et aspirations financières des migrants



04

Besoins et aspirations financières des familles



05

Répondre aux besoins financiers



06

Prototypes



07

Annexe

Personae d'expéditeurs



L'épargnant informel

Tous canaux selon le prix

Cet expéditeur régulier recherche les canaux les plus abordables. Bien que bancarisé dans son pays d'accueil, l'épargnant informel utilise des canaux informels pour envoyer et gérer de l'argent dans son pays d'origine afin de payer des factures et d'épargner dans la perspective d'un investissement ou de la construction d'une maison. Il est un migrant économique qui prévoit de rentrer chez lui après avoir atteint ses objectifs financiers.



Le contributeur communautaire

Privilégie le contact humain

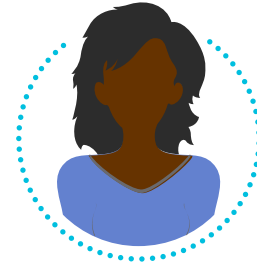
En raison du faible niveau d'alphabétisation et d'éducation financière, le contributeur communautaire a besoin d'un soutien humain pour utiliser les services digitaux, mais utilisateur régulier des applications vocales. Contribue à un fonds de soutien pour aider son village tout en économisant pour construire une maison. Il est un migrant temporaire résidant depuis moins de 3 ans dans le pays d'accueil.



Le féru d'espèces

Chasseur de bonnes affaires

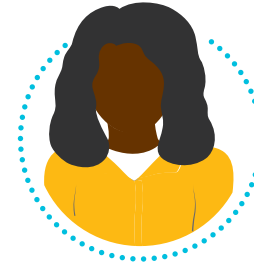
Il est un expéditeur régulier qui utilise des paiements digitaux pour les factures mais continue à utiliser des services informels pour bénéficier de frais réduits sur les transactions de montant important. Comme le contributeur communautaire, il épargne pour des objectifs à long terme. Le féru d'espèces est un migrant économique qui passe 5 à 10 ans dans le pays d'accueil.



L'investisseuse en capital humain

Tournée vers la famille, fidèle aux produits

Méfiante vis-à-vis des achats en ligne, l'investisseuse en capital humain envoie régulièrement de l'argent pour couvrir les besoins de santé et d'éducation. Elle apprécie les programmes de fidélisation et ne cherche pas d'alternative aux canaux de transfert d'argent, sauf si cela est plus facile pour le destinataire. L'investisseuse en capital humain passe plus de 10 ans dans le pays d'accueil.



L'entrepreneuse responsable

Orientée business et tech

Bancarisée dans son pays d'origine et dans son pays d'accueil, cette migrante économique instruite cherche des conseils et opportunités d'investissement au profit du bien-être des familles des entrepreneurs sociaux et de leurs propres objectifs entrepreneuriaux. L'entrepreneuse responsable est attirée par les services ciblant la diaspora.



Le stratège jongleur

Orienté tech, primo-adoptant

Possédant plusieurs comptes bancaires, le stratège jongleur adopte rapidement des outils qui lui permettent de gagner du temps et qui sont faciles à utiliser. En raison des plafonds applicables aux transactions, il utilise plusieurs outils et canaux pour contourner le problème, ce qui rend difficile l'établissement d'un historique de crédit.



Ousmane

| | |
|----------------------------|--|
| Âge | 36 ans |
| Situation matrimoniale | Marié |
| Milieu de vie | Urbain |
| Education | Aucune mais sait lire, écrire |
| Profession | Responsable Gare routière |
| Revenus mensuels | 250 USD |
| Moyen(s) de transfert | Informel, OAM OTC et STA OTC |
| Montant mensuel des envois | 43 - 110 USD |
| Bénéficiaires des envois | Épouse, parents, frères/sœurs et famille étendue |
| Statut de migration | Depuis 5 ans au Sénégal |



L'épargnant informel

Objectifs d'envoi et utilisation des fonds

- Ousmane envoie de l'argent à sa famille à travers l'épicier du village pour financer la rénovation de la maison familiale.
- Il utilise à la fois des services de transfert formels et informels. Il envoie séparément de l'argent pour se constituer une épargne au Mali.
- Il épargne de l'argent pour l'investir dans une entreprise ou une future maison et dans un projet de **développement communautaire** au Mali.
- Il fait des heures supplémentaires qui lui permettent d'envoyer plus d'argent si nécessaire et pour les fêtes religieuses.

Connaissance, perceptions et confiance dans les services financiers

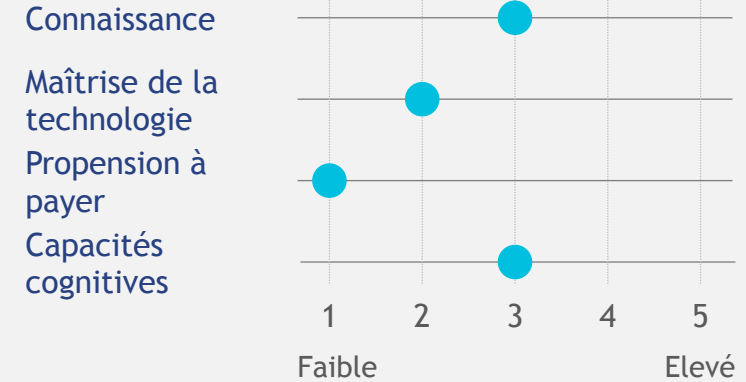
- Ousmane connaît les PSF mais ne les utilise pas, car leurs produits ne sont pas adaptés à ses besoins ; il utilise Orange Money et Wari occasionnellement et utilise des solutions informelles car elles peuvent être plus **abordables**.
- Il a une excellente compréhension des frais de transaction, des modes opératoires et de la procédure de réception/retrait des fonds. Il est très sensible au prix.
- Il a confiance en ses proches et sa communauté pour gérer ses finances au Mali.

Usages et préférences en matière de services financiers

- Ousmane a un compte bancaire au Sénégal avec une carte de paiement et utilise le paiement en ligne exclusivement pour acheter ses billets d'avion pour rentrer au Mali chaque année.
- Il n'est pas particulièrement fidèle à un prestataire d'envoi de fonds car son choix est orienté par le **coût** de transaction.
- Il fait appel à l'épicier qui habite près de sa maison au Mali pour gérer son argent via Orange Money. L'épicier joue le rôle de conseiller financier.



QUEL EST SON PROFIL SFN*?



*SFN entendu ici comme services financiers numériques.



“Ma femme ne sait pas gérer de grosses sommes d'argent, donc j'envoie 150 USD par mois pour les dépenses du foyer à l'épicier du village en qui j'ai confiance et il lui verse 5 USD par jour, et garde le reste sur son compte Orange Money”

“Je ne comprends pas pourquoi Orange Money applique des frais sur mes retraits d'épargne –2 USD pour 42 USD de retrait”



Djibril

| | |
|----------------------------|------------------------|
| Âge | 33 ans |
| Situation matrimoniale | Marié |
| Milieu de vie | Urbain |
| Education | Collège |
| Profession | Ouvrier de maintenance |
| Revenus mensuels | 900 USD |
| Moyen(s) de transfert | STA OTC |
| Montant mensuel des envois | 330 USD |
| Bénéficiaires des envois | Épouse, village |
| Statut de migration | Depuis 2 ans en France |



Le contributeur communautaire

Objectifs d'envoi et utilisation des fonds

- Djibril cotise 111 USD dans un fonds communautaire aux côtés de membres de son village d'origine en France pour un projet de **développement communautaire**, qui sont envoyés à une association de la diaspora.
- Il prévoit de construire une nouvelle maison pour sa famille et envoie des avances dans la perspective de la construction lorsqu'il est en mesure de le faire.
- Il utilise les **messages vocaux** sur des applications de réseaux sociaux, mais a souvent besoin de l'assistance d'un proche pour comprendre l'utilisation d'une nouvelle application mobile.

Connaissance, perceptions et confiance dans les services financiers

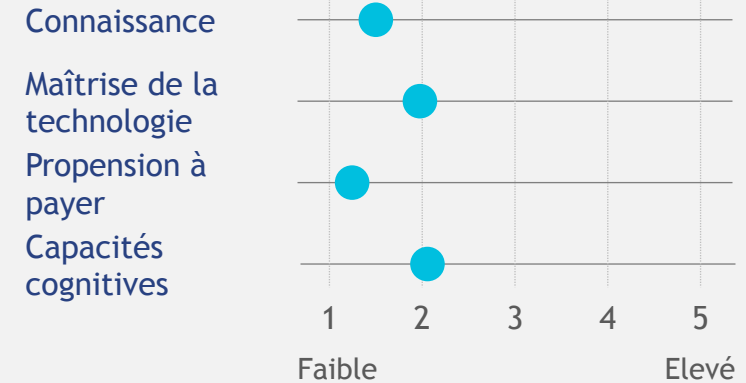
- Il connaît les STA traditionnelles, reconnaît la marque d'Orange Money et sait que son usage est très répandu dans son pays d'origine.
- Il ne connaît pas les offres de services de transfert digitaux et les nouvelles offres de services financiers des FinTechs.
- Pour lui, le prix est le principal critère orientant le choix du service.
- Il était non bancarisé avant d'émigrer, et a par conséquent besoin d'**éducation financière**.

Usages et préférences en matière de services financiers

- Il dispose d'un compte bancaire dans son pays d'accueil et l'utilise pour recevoir et retirer son salaire tous les mois.
- Il préfère réaliser ses transactions en espèces en raison de la simplicité du processus et du **contact humain**.
- **Le prix, la qualité réseau et l'accessibilité** sont des critères déterminants dans son choix de produit d'envoi de fonds.



QUEL EST SON PROFIL SFN*?



*SFN entendu ici comme services financiers numériques



“Dans tous les cas, il faut de la solidarité, autrement rien ne fonctionne. Au village, les familles dont un des membres vit à l'étranger ont de quoi vivre, se nourrir et se soigner. Si nous pouvons contribuer à améliorer leur quotidien, nous ne devons pas hésiter. Tout le monde y gagne.”



Ibrahim

| | |
|----------------------------|---|
| Âge | 32 ans |
| Situation matrimoniale | Marié |
| Milieu de vie | Urbain |
| Education | Lycée |
| Profession | Détaillant de tissus |
| Revenus mensuels | 675 USD |
| Moyen(s) de transfert | Application mobile d'OAM, service informel |
| Montant mensuel des envois | 168 USD |
| Bénéficiaires des envois | Famille, frères/sœurs |
| Statut de migration | Plus de 5 ans au Sénégal, projette de rentrer au Mali |



Le féru d'espèces

Objectifs d'envoi et utilisation des fonds

- Ibrahim utilise ses propres ressources pour financer les dépenses d'éducation de ses enfants au Mali en envoyant 10 USD par mois.
- Il envoie de l'argent pour les fêtes religieuses (ramadan, Tabaski, Korité).
- Il cotise à un fond communautaire pour le financement des célébrations de mariage de son village, et investit dans des projets de **développement communautaire**.
- Il envoie de l'argent pour des urgences.
- Il épargne de manière informelle chez lui à Dakar pour construire une future maison au Mali.

Connaissance, perceptions et confiance dans les services financiers

- Il préfère Orange Money pour la **rapidité** et la **confidentialité** de ses envois mais utilise aussi les services informels pour leur moindre coût et à cause de la double facturation d'Orange Money.
- Il a contracté des prêts auprès d'IMF pour des amis au Mali en utilisant un terrain dont il est propriétaire comme garantie financière pour des montants allant jusqu'à 3 700 USD et les a remboursés en deux ans.

Usages et préférences en matière de services financiers

- Il ne dispose pas de compte bancaire, mais d'un compte mobile via lequel il achète du crédit de communication, paye ses factures d'électricité, et épargne.
- Il fait appel à un épicier au Mali qui a l'habitude de voyager entre le Sénégal et le Mali pour envoyer des sommes d'argent de plus de 60 USD en raison des frais de transaction. Sa famille récupère l'argent auprès de cette épicerie.



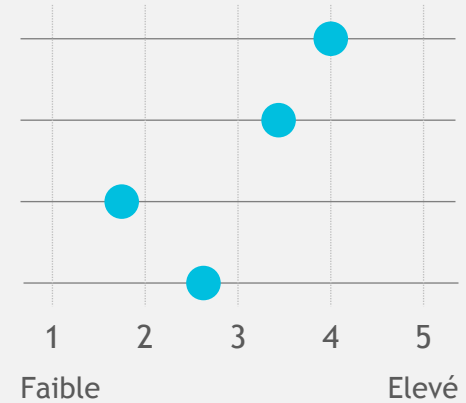
QUEL EST SON PROFIL SFN*?

Connaissance

Maîtrise de la technologie

Propension à payer

Capacités cognitives



*SFN entendu ici comme services financiers numériques



“Mon épouse est ma conseillère financière. Je lui confie mon épargne et elle la conserve à la maison car nous ne disposons pas de compte bancaire. Nous les Maliens avons cette habitude d'accumuler une épargne de manière informelle, c'est notre culture. J'ai réussi à épargner 840 USD et projette d'atteindre les 5 000 USD pour construire une maison au Mali et pouvoir y rentrer m'installer définitivement.”



Rachel

| | |
|----------------------------|---|
| Âge | 50 ans |
| Situation matrimoniale | Divorcée |
| Milieu de vie | Urbain |
| Education | Lycée |
| Profession | Assistance scolaire à temps partiel |
| Revenus mensuels | 1 500 USD |
| Moyen(s) de transfert | STA OTC, app d'OAM |
| Montant mensuel des envois | 73 - 180 USD |
| Bénéficiaires des envois | Parents, frères/sœurs et famille élargie +10 ans, ne planifie pas un retour dans son pays d'origine |
| Statut de migration | |



L'investisseuse en capital humain

Objectifs d'envoi et utilisation des fonds

- Rachel est **très attachée à sa famille**. Elle paie les frais universitaires de son neveu une fois par an, et couvre les dépenses de santé (fluctuantes) de sa mère en Côte d'Ivoire, en parallèle de ses dépenses alimentaires et de son loyer.
- Elle envoie de l'argent tous les deux mois en raison d'une diminution de son salaire mensuel.
- Elle paie 85 USD par mois pour fournir une assurance santé à sa mère.

Connaissance, perceptions et confiance dans les services financiers

- Rachel utilise principalement Western Union et son service d'envoi différé de 24-48 heures afin de réduire ses frais d'envoi. Elle envoie parfois de l'argent via Orange Money sur le compte de sa sœur, car il est plus facile pour elle de le retirer au sein d'une boutique Orange Money, qui offre un **contact humain** et une assistance aux transactions.
- Rachel apprécie la **sécurité** dans les transactions financières.
- Son adoption des produits financiers est guidée par ses besoins financiers et la **facilité d'utilisation**.

Usages et préférences en matière de services financiers

- Rachel utilise Western Union par habitude et en raison de son programme de fidélité et du système de recours en cas de problème technique, même si elle connaît des services de transfert moins chers.
- Elle dispose de comptes bancaires dans son pays d'accueil et d'origine, en parallèle d'un compte mobile en France qu'elle n'utilise que rarement.
- Elle a recours à des modes de paiements en ligne, pour l'achat de billets d'avion ou d'articles de e-commerce. Pourtant, elle réalise ses envois de fonds en agence, car elle valorise la **commodité** et la **proximité** dans le choix de son produit de transfert.



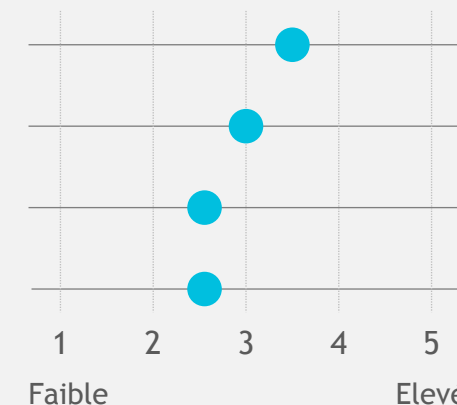
QUEL EST SON PROFIL SFN*?

Connaissance

Maîtrise de la technologie

Propension à payer

Capacités cognitives



*SFN entendu ici comme services financiers numériques.



“Par précaution, je préfère me rendre en agence. Il y a trop de possibilités de piratage de ma carte de crédit en ligne. Je ne fais pas confiance aux sites web d'achat en ligne sauf s'ils disposent de l'icône cadenas qui est rassurante. Je n'ai pas encore pu passer le cap avec les sites de transfert en ligne. Je n'ai encore jamais essayé, et je ne l'envisage pas vraiment.”



Safiétou

| | |
|----------------------------|---|
| Âge | 48 ans |
| Situation matrimoniale | Mariée |
| Milieu de vie | Urbain |
| Education | Université |
| Profession | Chargée de communication |
| Revenus mensuels | 2 400 - 2 900 USD |
| Moyen(s) de transfert | App mobile STA |
| Montant mensuel des envois | 330 - 840 USD |
| Bénéficiaires des envois | Parents, frères/sœurs |
| Statut de migration | Depuis plus de 10 ans en France, projette de rentrer au Sénégal à terme |



L'entrepreneuse responsable

Objectifs d'envoi et utilisation des fonds

- ▼ Safiétou est très **dévouée à sa famille**, elle envoie des fonds pour financer la construction d'une maison pour ses parents au Sénégal et est à la recherche d'opportunités d'investissement dans de l'immobilier locatif dont les revenus aideraient sa famille.
- ▼ Elle soutient ses frères et sœurs dans leurs initiatives entrepreneuriales avec des **investissements financiers** et du **conseil en gestion d'entreprise**.
- ▼ Elle souhaite créer une **entreprise de technologie** à fort impact social et environnemental au Sénégal, mais elle manque de conseils, de fonds et de réseau pour le faire.

Connaissance, perceptions et confiance dans les services financiers

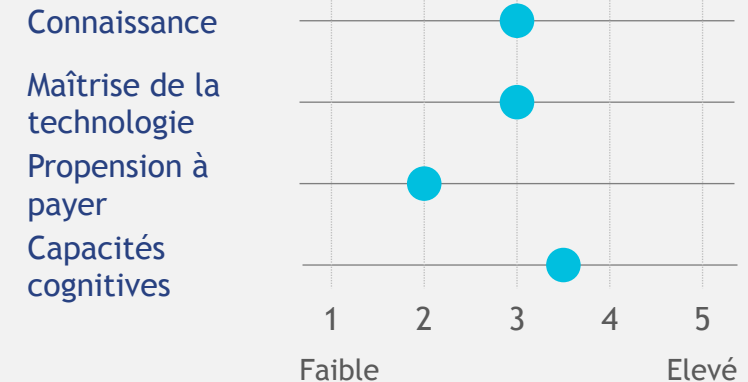
- ▼ Elle connaît les STA traditionnelles et leurs produits digitaux (App mobile Western Union)
- ▼ Elle choisit ses produits financiers en fonction du rapport qualité-prix
- ▼ Elle a une **aversion au risque** dans l'utilisation des services financiers digitaux en raison de la perception de fraudes répétées, elle ne pense pas que l'identification à deux facteurs ni l'icône du cadenas offrent une réelle sécurité.

Usages et préférences en matière de services financiers

- ▼ Elle a un compte bancaire dans son pays d'accueil et d'origine, et un compte mobile au Sénégal.
- ▼ Elle utilise un éventail de services financiers digitaux, comme les applications mobiles et le e-commerce. Elle valorise la **proximité, la rapidité et le prix** dans le choix du service d'envoi de fonds. Elle recourt parfois aux virements bancaires pour éviter d'atteindre le plafond de sa carte de crédit.
- ▼ Elle est intéressée par les produits financiers ciblant la diaspora.
- ▼ Elle est à la recherche d'un accompagnement à la fois financier et non financier pour ses investissements locaux.



QUEL EST SON PROFIL SFN*?



*SFN entendu ici comme services financiers numériques



“Je souhaiterais créer une entreprise de commercialisation d'énergie renouvelable au Sénégal. Le produit serait couplé à une solution digitale, un système de gestion de la consommation d'énergie, et permettrait de répondre aux besoins d'énergie des ménages et de réduire les inégalités d'accès.”



Mohamadou

| | |
|----------------------------|--|
| Âge | 30 ans |
| Situation matrimoniale | Marié |
| Milieu de vie | Urbain |
| Education | Université |
| Profession | Entrepreneur |
| Revenus mensuels | 3 000 USD |
| Moyen(s) de transfert | FinTech, App STA |
| Montant mensuel des envois | 6 600 USD |
| Bénéficiaires des envois | Épouse, frères/sœurs, et partenaires commerciaux |
| Statut de migration | Depuis plus de 4 ans en France |



Le stratège jongleur

Objectifs d'envoi et utilisation des fonds

- Mohamadou s'intéresse aux dernières innovations financières qui sont rapides, facile à comprendre et à utiliser.
- Il envoie toutes les semaines des sommes importantes au Sénégal, car il gère plusieurs commerces entre la France et le Sénégal. Il est constamment confronté aux plafonds de transactions, et a besoin d'un **outil de gestion financière** pour avoir une meilleure vision d'ensemble de ses transactions.
- Il investit dans de l'immobilier et dans des opportunités commerciales à la fois pour lui et ses proches.
- Il utilise plusieurs services de STA et de banques auprès desquelles il emprunte, ce qui est sous-optimal et l'empêche de bâtir un historique de crédit. Il rembourse ses emprunts avec des fonds qui viennent du Sénégal.

Connaissance, perceptions et confiance dans les services financiers

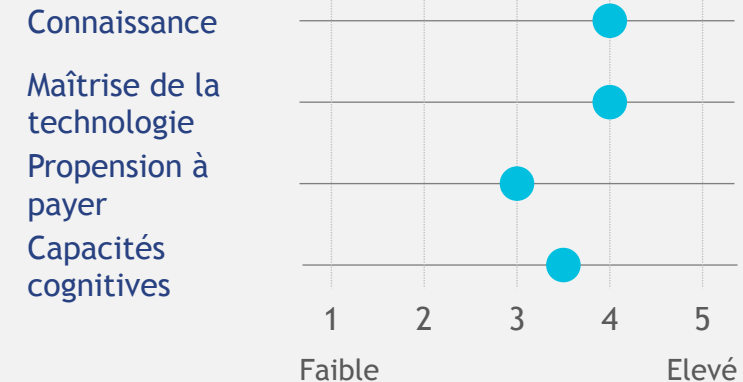
- Il a une connaissance approfondie des PSF, y compris des STA traditionnelles et émergentes.
- Il a une excellente compréhension des frais de transaction, des modes opératoires, des procédures de réception des fonds et de gestion du risque.

Usages et préférences en matière de services financiers

- Il utilise une variété de SFD dans ses transactions financières, telles que les applications mobiles, les néo-banques, le e-commerce. Il valorise la rapidité, la facilité d'utilisation, et l'accessibilité des produits qu'il utilise en toute autonomie. Il a quatre comptes bancaires au Sénégal et deux comptes en France.
- Sa stratégie d'**évitement du risque** requiert l'utilisation de cartes électroniques temporaires pour ses transactions en ligne, afin d'éviter les fraudes. Il valorise l'option de double authentification pour une sécurité accrue.
- Il a une **préférence nationale** pour les produits et services créés par des Sénégalais.
- Il épargne une partie des bénéfices qu'il tire de ses activités commerciales au Sénégal.



QUEL EST SON PROFIL SFN*?

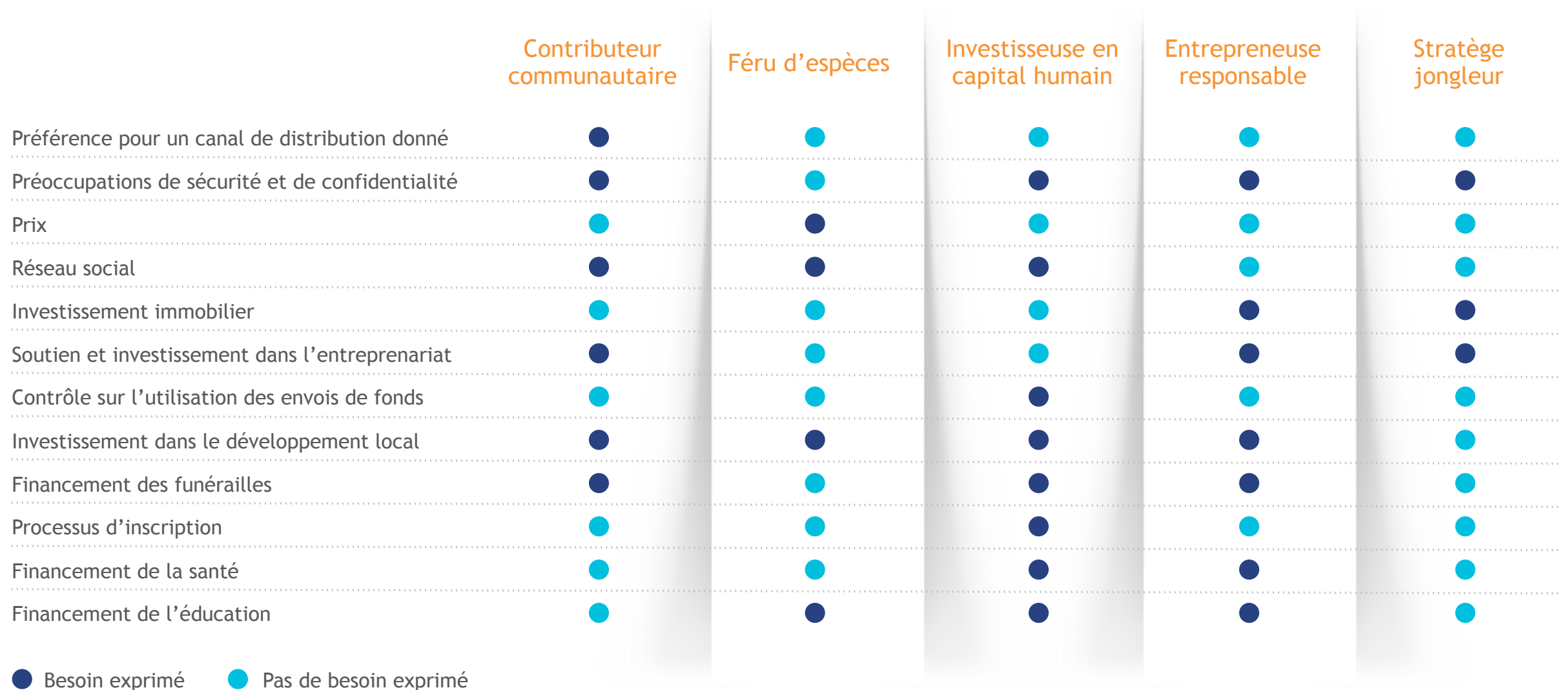


*SFN entendu ici comme services financiers numériques



“Je dois chaque mois envoyer de l'argent à Dakar pour payer les charges liées à mes activités commerciales. J'envoie plus de 1 660 USD par semaine. J'atteins très vite mon plafond de transactions, ce qui est très contraignant.”

L'intérêt des persona d'expéditeurs pour les produits et services financiers est lié à l'envoi de fonds



Où se situent les personnes dans le parcours client vers l'inclusion financière formelle ?

Le besoin d'éducation financière concerne l'ensemble du continuum de personnes et évolue avec les besoins des clients, d'autant plus que les expéditeurs de fonds guident également le comportement financier de leur famille dans leur pays d'origine

Créer des produits financiers pour chaque étape du cycle

Fonds d'épargne communautaire, comptes d'épargne dans le pays d'origine, assurance vie

Épargne-logement, hypothèques, obligations, assurance autre que l'assurance vie

Crédit aux entreprises, hypothèques, crédit digital, obligations et assurance digitales

CYCLE DE L'EXPÉDITEUR

Connaissance

Information

Conseil

Adhésion

Service et transaction

Partage



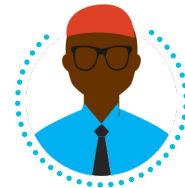
Épargnant informel



Contributeur communautaire



Féru d'espèces



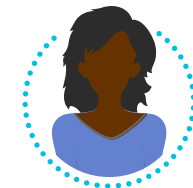
Stratège jongleur



Entrepreneuse responsable



Investisseuse en capital humain



Sommaire



01

Éclairages sur le parcours client



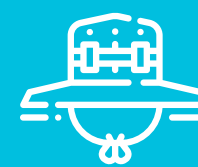
02

Envois de fonds des migrants et inclusion financière



03

Besoins et aspirations financières des migrants



04

Besoins et aspirations financières des familles



05

Répondre aux besoins financiers



06

Prototypes



07

Annexe

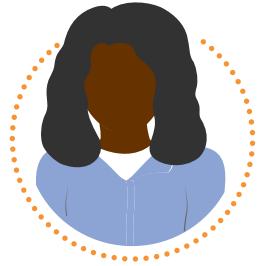
Personae de destinataires



Le chasseur de valeur

Habile avec les solutions mobiles, ouvert à l'innovation

Fortement influencé par les promotions, le chasseur de valeur s'intéresse aux offres intégrées axées sur les besoins fondamentaux, mais n'aime pas les processus lourds et les tarifs peu clairs. Il se méfie des institutions financières.



L'aspirant à la stabilité financière

Utilisateur informel en raison de la proximité

L'aspirant à la stabilité financière est titulaire d'un compte auprès d'une institution financière et d'un fournisseur d'argent mobile, l'aspirant à la stabilité financière investit dans des services qui assurent la sécurité de sa famille et de son entreprise. L'accès est généralement la principale contrainte à l'adoption de services à valeur ajoutée.



La femme active

Le temps c'est de l'argent

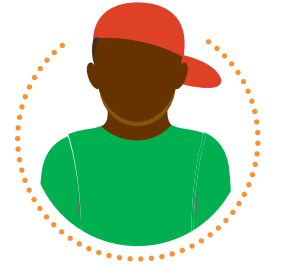
Très consciente des possibilités offertes par les multiples canaux de communication, la femme active cherche des solutions qui lui permettent d'économiser du temps et de l'argent afin d'utiliser les fonds reçus de manière productive.



L'influenceuse discrète

Utilisatrice régulière omniprésente

Malgré un faible niveau d'éducation et de connaissances financières, si cette bénéficiaire d'envois de fonds réguliers rencontre des difficultés d'accès, elle incitera l'expéditeur à rechercher des canaux alternatifs. L'influenceuse discrète regarde des vidéos et utilise des fonctionnalités vocales sur son appareil mobile.



Le messenger digital

Orienté tech, promoteur

Né avec le numérique, le messenger digital interagit avec les autres et leur fournit des conseils sur l'utilisation des services. Il gère l'argent et emprunte régulièrement par des moyens informels.



Alex

Âge 45 ans

Situation matrimoniale Marié

Ménage 8 membres

Milieu de vie Rural

Education Lycée

Profession Agriculteur

Revenus mensuels 85 USD

Moyen(s) de transfert STA en agence

Montant mensuel des envois 100 USD

Expéditeur des fonds Frères / Sœurs



Le chasseur de valeur

Objectifs d'envoi et utilisation des fonds

- Alex a charge de famille et prend en particulier en charge les frais de santé et les frais d'obsèques de ses aînés. Il a contracté une assurance-vie mais n'en comprend pas le fonctionnement.
- Il est très préoccupé par la **sécurité** de ses transactions et de ses transferts de fonds en raison du risque de vol.
- Il conserve l'argent sur son compte mobile lorsqu'il voyage pour réduire les risques.

Connaissance, perceptions et confiance dans les services financiers

- Il connaît les STA et les OAM ainsi que leurs services. Il leur fait confiance mais a une **compréhension** limitée des produits de nano-crédit et de micro-épargne des ORM.
- Il connaît les institutions et les services financiers traditionnels, mais en a une opinion négative en raison des frais de gestion de compte et des lourdes procédures administratives qu'il ne comprend pas.

Usages et préférences en matière de services financiers

- Il a une utilisation presque complète des services financiers mobiles, tels que le paiement de factures, le dépôt/retrait d'argent et l'achat de crédit téléphonique. Il attache de l'importance à la **sécurité**, l'**accès** et la **rapidité**. Son comportement est fortement influencé par les **promotions** pour payer les factures.
- Il est réticent à utiliser les services financiers traditionnels car il a eu une mauvaise expérience de diminution de son épargne en raison des frais de gestion de compte.
- Il est prêt à adopter des services financiers digitaux sophistiqués, tels que l'achat en ligne ou le crédit digital, mais il ne dispose pas d'un niveau d'**éducation financière** suffisant pour devenir un utilisateur régulier et solvable.
- Il recherche des services d'envoi de fonds à valeur ajoutée qui renforceront le lien de **confiance** avec l'expéditeur des fonds, et réduiront également sa charge financière mensuelle, à savoir les frais de scolarité, les dépenses de santé et le paiement de factures.



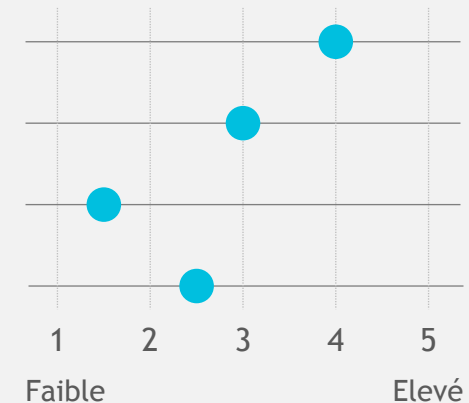
QUEL EST SON PROFIL SFN*?

Connaissance

Maîtrise de la technologie

Propension à payer

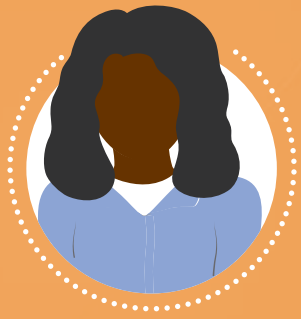
Capacités cognitives



*SFN entendu ici comme services financiers numériques.



"Mon fils étudie à Abidjan, généralement je lui donne de l'argent pour payer ses frais de scolarité, mais il peut l'utiliser à d'autres fins. Quand je demande à mon frère en France de m'envoyer de l'argent pour payer les frais de scolarité, il a tendance à douter de moi et peut se mettre en colère. S'il pouvait les payer lui-même à distance, cela résoudrait tous nos problèmes".



Sandrine

| | |
|----------------------------|--------------------|
| Âge | 45 ans |
| Situation matrimoniale | Mariée |
| Ménage | 6 membres |
| Milieu de vie | Rural |
| Education | Collège |
| Profession | Vendeuse ambulante |
| Revenus mensuels | 50 USD |
| Moyen(s) de transfert | STA en agence |
| Montant mensuel des envois | 84 USD |
| Expéditeur des fonds | Sœurs / Frères |



La femme active

Objectifs d'envoi et utilisation des fonds

- Sandrine possède sa propre entreprise et sait comment la gérer. Elle n'a pas le soutien financier nécessaire pour développer son entreprise, bien qu'elle cherche des options de crédit.
- Elle est intelligente et sait quel produit financier répond à ses besoins, ou comment faire face à ses difficultés financières.
- Les envois de fonds lui permettent de nourrir sa famille, payer les soins de santé et les dépenses de sa mère, ainsi que les frais de scolarité de ses enfants.

Connaissance, perceptions et confiance dans les services financiers

- Sandrine s'informe sur les différents services financiers à travers la télévision et la radio.
- Elle connaît bien les STA traditionnelles.
- Elle connaît les services d'envoi de fonds des OAM. Elle les apprécie car ils lui permettent de gagner du temps et sont plus accessibles que les STA. Toutefois, elle a une **compréhension** et une **connaissance** limitées des produits de crédit ou d'épargne des OAM.
- Elle connaît les institutions financières traditionnelles, mais ne leur fait pas **confiance**. Elle pense qu'elles sont trop chères et trompeuses avec des frais cachés.

Usages et préférences en matière de services financiers

- Sandrine a une utilisation presque complète des services mobiles, tels que le paiement de factures, le dépôt/retrait d'espèces et l'achat de crédit téléphonique. Elle reçoit les paiements de ses clients sur son compte mobile. Elle est influencée par les **promotions** et procède à des achats uniquement lorsque des promotions sont proposées.
- Elle constitue une petite épargne quotidienne qu'elle réinvestit dans son entreprise.
- Elle adopterait un produit financier digital qui lui permettrait de **gagner du temps**, par ex. pour le paiement des frais de scolarité et de factures. Toutefois, elle n'utiliserait pas de services d'achat en ligne.
- Elle préférerait que ses proches vivant à l'étranger puissent payer directement ses dépenses de santé, ses frais de scolarité, ses fournitures et ses factures.



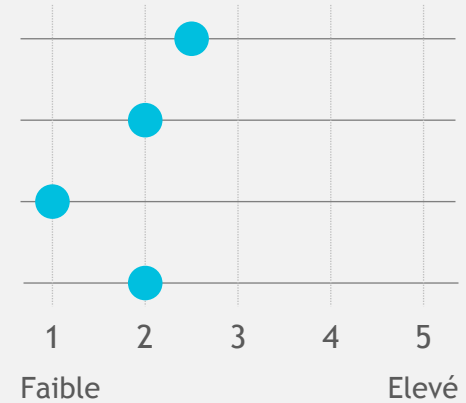
QUEL EST SON PROFIL SFN*?

Connaissance

Maîtrise de la technologie

Propension à payer

Capacités cognitives



*SFN entendu ici comme services financiers numériques



"Les banques et les IMF offrent des prêts aux femmes. Orange Money et MTN doivent également le faire. Nous avons des comptes de mobile money, où nous déposons notre argent et les OAM le font fructifier. En retour, cet argent doit nous aider dans notre activité".



Djimé

| | |
|----------------------------|----------------------------------|
| Âge | 42 ans |
| Situation matrimoniale | Polygame |
| Ménage | Plus de 15 membres |
| Milieu de vie | Rural |
| Education | Collège |
| Profession | Agriculteur et éleveur de bétail |
| Revenus mensuels | 170 USD |
| Moyen(s) de transfert | Le moins cher disponible |
| Montant mensuel des envois | 135-250 USD |
| Expéditeur des fonds | Frère, enfants |



L'aspirant à la stabilité financière

Objectifs d'envoi et utilisation des fonds

- Djimé utilise l'argent envoyé pour couvrir les dépenses alimentaires quotidiennes de sa famille, ainsi que les frais de santé et d'éducation de ses jeunes enfants.
- Il travaille la terre et vend ses récoltes au Mali et au Sénégal. Il investit une partie de ses bénéfices dans le bétail, qu'il perçoit comme un bien productif et un moyen de lisser ses revenus qu'il peut vendre en cas d'urgence.
- Il appartient à une association de producteurs qui l'aide à comprendre où obtenir les meilleurs prix et trouver des acheteurs.
- Il est flexible et fait crédit à ses clients. Cependant, il n'a pas les liquidités nécessaires pour acheter des intrants agricoles, tels que des semences et des engrais, et dépend donc des envois de fonds de son frère. Il a besoin d'un crédit **abordable** et **accessible**, disponible à un point de retrait/dépôt près de chez lui.

Connaissance, perceptions et confiance dans les services financiers

- Il connaît les produits financiers, tels que le crédit, l'épargne et l'assurance, et reconnaît leur valeur pour développer son entreprise et se protéger contre les risques liés à la maladie et aux pertes financières.
- Il est ouvert à l'utilisation des services financiers digitaux s'il existe des points d'accès à proximité de chez lui.

Usages et préférences en matière de services financiers

- Il possède un compte auprès d'une IMF et un compte mobile et a contracté une assurance contre les accidents du travail auprès d'une IMF.
- Il reçoit des fonds principalement par l'intermédiaire des OAM et de services de transport informels.
- Il est un utilisateur régulier des services mobiles, tels que le dépôt/retrait d'argent et l'achat de crédit téléphonique.
- Il a du mal à accéder rapidement aux fonds, à cause de la distance qui le sépare des points d'accès. Il apprécie la **proximité**, la **fiabilité** et la **flexibilité**.
- Il épargne et emprunte de l'argent par le biais du système hebdomadaire de tontine et de son compte à l'IMF.



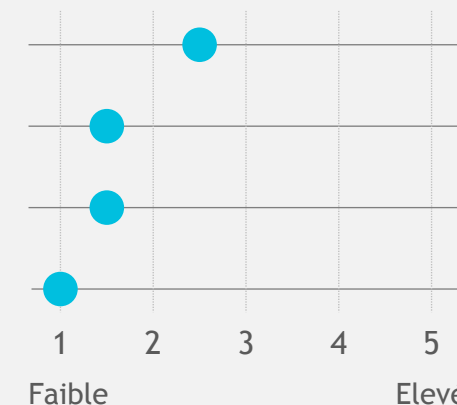
QUEL EST SON PROFIL SFN*?

Connaissance

Maîtrise de la technologie

Propension à payer

Capacités cognitives



*SFN entendu ici comme services financiers numériques.



"Les envois de fonds sont essentiels pour moi, je les utilise pour payer mes engrais et, quand je suis malade, mes soins de santé. Sinon, ma seule option est de vendre un de mes bœufs".



Maramé

| | |
|----------------------------|--------------------------------------|
| Âge | 45 ans |
| Situation matrimoniale | Polygame |
| Ménage | Plus de 10 membres |
| Milieu de vie | Rural |
| Education | Illettrée |
| Profession | Travailleuse indépendante informelle |
| Revenus mensuels | 50 USD |
| Moyen(s) de transfert | Accessible et le moins cher |
| Montant mensuel des envois | 250-400 USD |
| Expéditeur des fonds | Mari |



L'influenceuse discrète

Objectifs d'envoi et utilisation des fonds

- Le mari de Maramé lui envoie tous les mois de l'argent pour couvrir les dépenses du ménage. Elle n'a aucune autonomie financière, sauf pour son petit commerce de détail. Elle s'efforce de développer son activité, mais manque d'accès au crédit et à l'**éducation financière** pour le faire.
- Elle possède un smartphone et parvient à l'utiliser pour communiquer via WhatsApp et Facebook. Elle utilise les messages **vocaux** avec ses proches, regarde des vidéos sur YouTube et écoute du contenu radio.
- Elle utilise Wari pour payer ses factures, car il y a souvent des problèmes de liquidités dans son village.

Connaissance, perceptions et confiance dans les services financiers

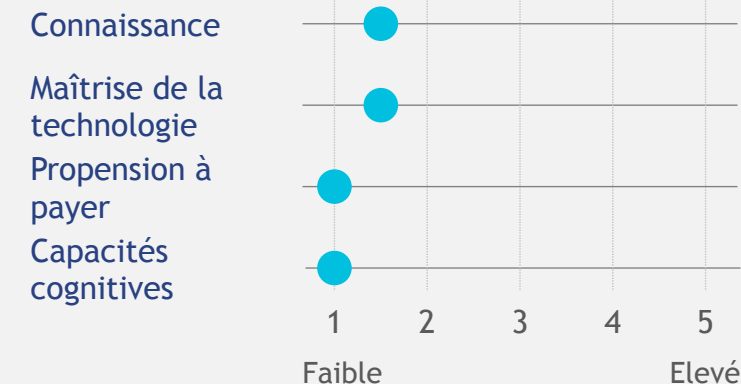
- Elle connaît toutes les catégories de fournisseurs financiers et possède même un compte mobile. Pourtant, elle a une faible **compréhension** de leurs services. Elle a une faible **culture numérique** et a perdu son code d'accès après avoir ouvert son compte, elle ne l'a donc jamais utilisé. Elle ne voit pas l'intérêt de ce service et n'a donc jamais essayé de récupérer son code.
- Elle n'a pas de perception négative des PSF et ne se méfie pas non plus d'eux.

Usages et préférences en matière de services financiers

- Les STA et les services de paiement de factures au guichet sont ses seuls accès aux services financiers, bien qu'il y ait des IMF dans son village.
- L'**accessibilité** des STA représente son principal problème. Elle change d'opérateur chaque fois qu'elle est confrontée à une panne de réseau et à des problèmes de liquidités. Elle parcourt souvent 10 km pour se rendre dans une STA dans la ville la plus proche.
- Elle préfère le service OTC car il lui permet de réaliser des **économies en termes de coût et de temps**.



QUEL EST SON PROFIL SFN*?



*SFN entendu ici comme services financiers numériques



"Seul Western Union est présent dans le village, au niveau du Crédit Mutuel du Sénégal. Parfois, vous allez retirer de l'argent et ils vous disent qu'ils n'en ont pas. Le manque de liquidités est très fréquent dans le village, en plus des coupures d'électricité et des problèmes de connexion. Il faut alors aller à Louga, et payer le transport".



Abdou

| | |
|----------------------------|-------------------------|
| Âge | 25 ans |
| Situation matrimoniale | Célibataire |
| Ménage | Moins de 8 membres |
| Milieu de vie | Rural |
| Education | Lycée |
| Profession | Travailleur indépendant |
| Revenus mensuels | 100 USD |
| Moyen(s) de transfert | Le moins cher |
| Montant mensuel des envois | 250-340 USD |
| Expéditeur des fonds | Frères / Sœurs |



Le messenger digital

Objectifs d'envoi et utilisation des fonds

- Abdou est étudiant. Il est responsable de la réception des envois de fonds et des transactions financières digitales de sa famille.
- Il est hyper-**connecté**, possède un ordinateur portable et un smartphone et en fait une utilisation avancée. Il est toujours curieux et impatient de tester de nouveaux services en ligne, comme l'e-commerce.
- Il vit chez ses parents. Ses parents prennent toutes les décisions concernant le ménage. Bien qu'il soit responsable de la distribution des fonds, il n'est pas décisionnaire.
- C'est un **entrepreneur** qui a créé un commerce en ligne pendant ses études.

Connaissance, perceptions et confiance dans les services financiers

- Abdou a confiance dans les STA et les OAM et est au courant des cas de fraude avec les OAM.
- Sa perception des institutions financières traditionnelles et des IMF est négative, sous l'influence de ses parents qui considèrent leurs taux d'intérêt élevés et le risque associé au strict délai de remboursement trop important.
- Il a un rôle de conseiller, sensibilise son entourage aux produits et services digitaux et leur explique comment les utiliser.

Usages et préférences en matière de services financiers

- Pour Abdou, le service d'envoi de fonds choisi par l'expéditeur doit être le plus accessible et le moins cher.
- Il a une utilisation exhaustive des services financiers mobiles, il effectue des dépôts, retraits d'espèces, achète du crédit téléphonique et constitue une petite épargne sur son compte. Son utilisation des services mobiles est fortement influencée par les **promotions** ou offres spéciales.
- Il considère les services des OAM comme **pratiques** et **sécurisés**, qui lui permettent d'être plus économe.
- Il emprunte de l'argent de manière informelle, via ses parents, ses fournisseurs, des commerçants ou des amis, pour l'investir dans ses activités commerciales, car les institutions financières, telles que les IMF et les banques, manquent de **flexibilité** dans le remboursement des prêts.



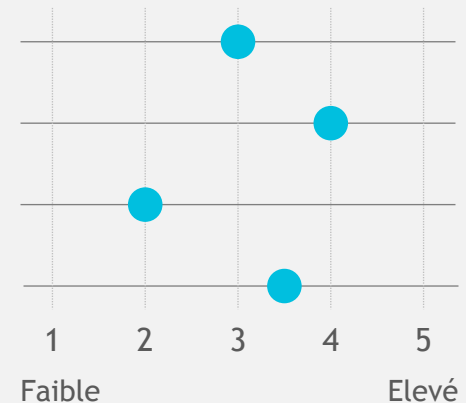
QUEL EST SON PROFIL SFN*?

Connaissance

Maîtrise de la technologie

Propension à payer

Capacités cognitives

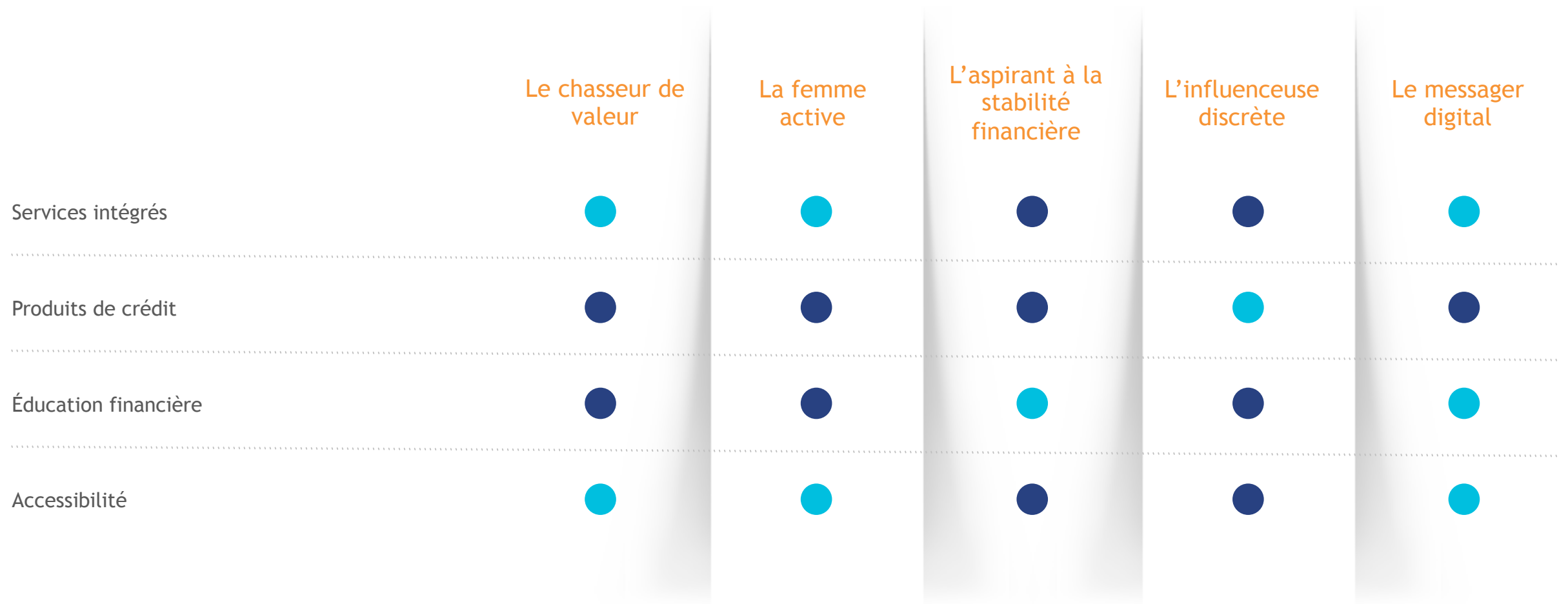


*SFN entendu ici comme services financiers numériques



"Chaque mois, mon frère aîné m'envoie 337 USD via Ria pour les dépenses du ménage. Il me dit quoi acheter avec cet argent. Je fais tous les achats qu'il me demande de faire et je donne le reste de l'argent à mon père".

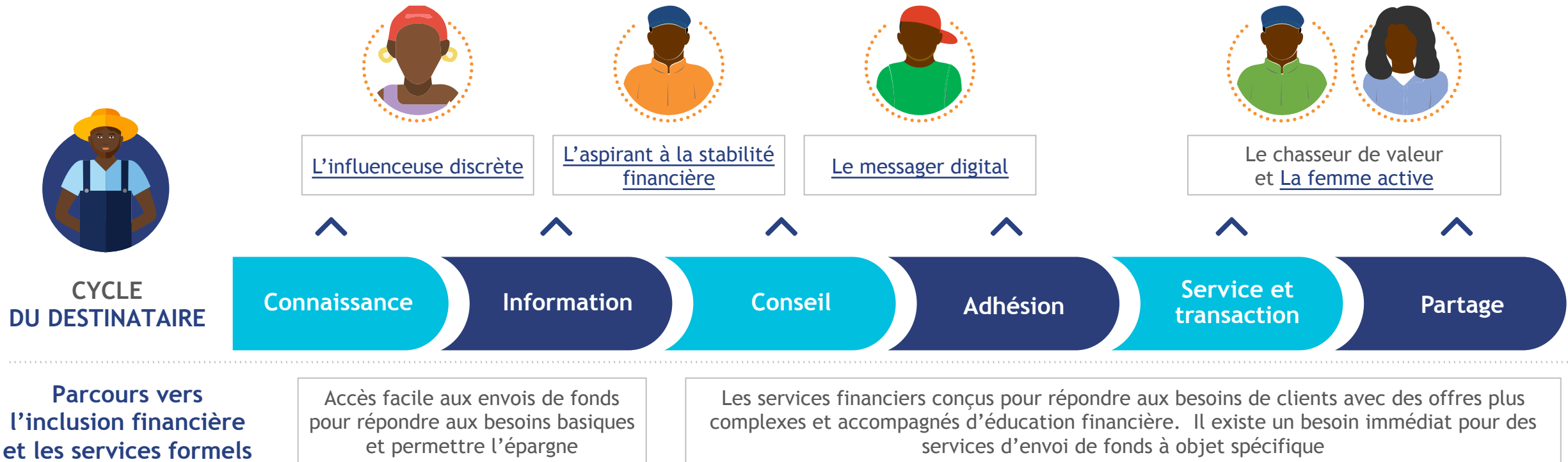
Intérêt et besoins des personae de destinataires pour les produits et services financiers liés à la réception de fonds



● Besoin exprimé ● Pas de besoin exprimé

Où se situent les personnes dans le parcours client vers l'inclusion financière formelle ?

L'éducation financière est nécessaire pour chaque personne pour permettre aux destinataires de comprendre quels sont les produits conçus pour répondre à leurs besoins et de prendre des décisions éclairées.



Sommaire



01

Éclairages sur le parcours client



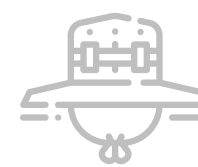
02

Envois de fonds des migrants et inclusion financière



03

Besoins et aspirations financières des migrants



04

Besoins et aspirations financières des familles



05

Répondre aux besoins financiers



06

Prototypes



07

Annexe



Recommandations EXPÉDITEURS



Soutien à l'entrepreneuriat et investissement

ANALYSE DE LA DEMANDE

Certains expéditeurs envisagent de créer une entreprise ou d'investir dans une entreprise prometteuse dans leur pays d'origine. Dans le même temps, certains financent les projets d'entreprise de leurs frères/sœurs pour les aider à acquérir leur indépendance financière.

Ils utilisent des canaux multiples, ce qui les empêche de se constituer de véritables antécédents de crédit. **(Le contributeur communautaire, L'entrepreneuse responsable, Le stratège jongleur)**



Investissement immobilier

Les expéditeurs de fonds à revenus moyens et élevés cherchent à investir dans des biens immobiliers de qualité et durables. En outre, ils recherchent des sociétés fiables pour superviser le processus d'investissement, de la recherche d'un bien immobilier aux travaux de construction et à l'entretien. **(L'entrepreneur responsable, Le stratège jongleur)**

RECOMMANDATIONS

- Les prestataires devraient établir des partenariats avec des programmes d'accélérateurs dédiés à la diaspora pour aider les expéditeurs qui créent une entreprise dans leur pays d'origine (voir [Entrepreneuriat de la diaspora](#)). Ils pourraient établir ces partenariats en fournissant des données sur les habitudes d'envoi de fonds qui compléteraient les données alternatives pour faciliter l'accès au crédit.
- Les prestataires de services financiers pourraient s'associer à des FinTechs qui repèrent les MPME à la recherche de financements pour aider les expéditeurs de fonds qui souhaitent investir dans des entreprises prometteuses. Voir [Babyloan Mali](#) et [M&A FinTech](#).
- Pour financer les projets des membres de la famille, les prestataires pourraient établir des partenariats avec les FinTechs qui offrent de l'éducation numérique aux PME et des services de notation de crédit aux entrepreneurs pour leur permettre d'accéder à des prêts (voir [Mosabi](#)). Le prêt peut couvrir le coût du conseil entrepreneurial via l'app mobile.
- Les prestataires de services financiers devraient offrir des prêts combinés à des services à valeur ajoutée en s'associant à des plateformes en ligne qui proposent des investissements immobiliers (voir [Wizodia](#)). L'expéditeur pourrait alors payer à travers un seul versement le remboursement de son prêt et le prestataire de services.
- Les prestataires de services financiers devraient envisager d'offrir des [obligations de la diaspora](#) pour financer les investissements immobiliers afin de promouvoir l'emploi et la croissance économique dans les communautés d'origine.
- Les expéditeurs devraient pouvoir accéder à des outils en ligne pour effectuer des calculs comme les remboursements de prêts, les taux d'intérêts cumulés et les taux de change.

*En bleu figurent les personae qui illustrent l'analyse.

Les PSF doivent chercher des opportunités de partenariat avec des entités qui répondent aux besoins des clients

Gestion de projets immobiliers en Afrique depuis l'étranger

- L'application Wizodia soutient les diasporas africaines dans leurs projets de construction ou construction immobilière.



- Wizodia permet aux utilisateurs de suivre en ligne et temps réel les travaux liés à leurs projets de construction. L'entreprise s'appuie pour cela sur son réseau d'experts locaux du BTP qui assurent la coordination des travaux. Les services recouvrent l'obtention du permis de construire, l'étude de faisabilité, l'acquisition du terrain, l'ouverture du chantier, etc.
- Les plateformes digitales d'intermédiation immobilière peuvent offrir des services aux migrants et aux "repats", qui sont des cadres africains formés ou travaillant à l'étranger qui souhaitent retourner vivre en Afrique et veulent commencer ou terminer la construction d'une maison avant leur retour.
- Wizodia opère en Côte d'Ivoire, au Cameroun, au Togo et au Bénin.

Possibilités d'investissement immobilier spécifique pour la diaspora par l'achat d'obligations

La Banque de l'Habitat du Sénégal (BHS) au Sénégal s'est associée à la Bourse régionale des valeurs mobilières pour **émettre des obligations qui ciblent la diaspora sénégalaise**. L'objectif est de financer le secteur du logement, l'un des besoins les plus souvent exprimés par les membres de la diaspora qui souhaitent acquérir un logement dans leur pays d'origine.

La levée de fonds a pour objectif de financer :

- la promotion des projets de logement déjà réalisés
- le financement d'investissements immobiliers prévus dans des zones géographiques prioritaires, telles que les centres urbains de Diamniadio et du Lac Rose

D'une valeur unitaire de 16,8 USD, les obligations ont une échéance de cinq ans et offrent un taux de rendement attractif de 6,25%, avec un retour sur capital à partir de la troisième année.

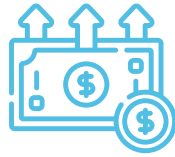
Financement participatif pour soutenir l'entrepreneuriat

Babyloan est une plateforme de financement participatif basée en France qui prête de l'argent aux microentreprises au Mali. Le montant minimum du prêt est de 11 USD et le remboursement se fait sur une base mensuelle.

B A B Y L O A N
MALI



Recommandations EXPÉDITEURS



Contrôle sur les dépenses



Financement du développement local

ANALYSE DE LA DEMANDE

L'objectif des expéditeurs est d'améliorer le bien-être de leurs proches en veillant à ce que le budget soit alloué aux bonnes dépenses. **(L'investisseuse en capital humain)**

La communication sur ce type de service doit être adaptée aux besoins locaux, car il peut être interprété comme l'expression d'une autorité trop « patriarcale ».

De nombreux expéditeurs financent des infrastructures de base dans leurs villages d'origine (accès à l'eau potable, électricité, routes, centres de soins et écoles). Certains d'entre eux cherchent à investir dans des projets à impact social. Ils épargnent en groupe pendant plus d'un an avant de verser l'argent. **(Le féru d'espèces, L'investisseuse en capital humain, L'entrepreneuse responsable)**

RECOMMANDATIONS

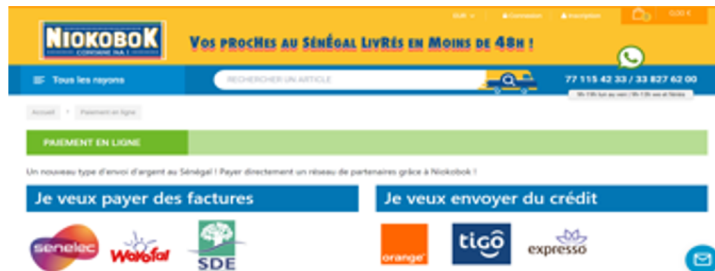
- Les PSF devraient offrir la possibilité aux expéditeurs d'acheter des biens qui correspondent aux besoins de leurs proches, de payer leurs factures à distance (voir [Niokobok](#)) et les frais de scolarité (voir [Partenariat public-privé pour le paiement des frais scolaires](#) en Côte d'Ivoire).
- Les PSF pourrait créer un compte épargne rémunéré avec une période de gel d'un an en favorisant les partenariats avec les associations de la diaspora pour permettre à l'expéditeur de fonds d'affecter une partie de son envoi à un projet de développement local choisi (voir [Tounkaranke code](#)) et avec les plateformes de crowdfunding pour financer des projets à impact social (voir [Fiatope](#)) ou transactions en bitcoin (voir [Afbite](#)).

*En bleu figurent les personnes qui illustrent l'analyse.

Exemples de services d'investissement pour les expéditeurs

Achat et livraison de produits alimentaires et paiement à distance des factures du ménage

- Start-up sénégalaise fondée en 2012, [Niokobok](#) est un site de commerce électronique qui propose à la diaspora sénégalaise d'acheter en ligne des biens, des appareils électroménagers, du matériel high-tech, des matériaux de construction, mais aussi de l'option de payer les factures de leurs proches.



- Les expéditeurs peuvent acheter du crédit téléphonique, recharger un compteur d'électricité et payer les factures d'électricité et d'eau par carte de crédit directement depuis le site web de Niokobok.

Financement de projets communautaires

[Tounkaranke-code](#) est basé au Mali et cible spécifiquement la diaspora malienne en Europe et en Amérique du Nord.

En partenariat avec une banque et un OAM, Tounkaranke-code propose :

- envois de fonds internationaux
- conseil en investissement
- achat de marchandises dans un magasin de proximité
- 1% de chaque achat sert à financer des projets de développement communautaire locaux, tels qu'une infrastructure routière - exemples d'achat :
 - achat de crédit téléphonique, connexion Internet, paiement de factures, paiement de primes d'assurance, paiement de matériaux de construction

Un autre objectif du Tounkaranke-code est de renforcer la relation entre les migrants et leur communauté et de développer des moyens de communication pour tenir les migrants informés des réalisations et de l'impact des projets communautaires.



Investir à distance dans des projets à impact social et des PME

[Fiatope](#) est une plateforme de financement participatif basée en France pour les diasporas africains qui cherchent à soutenir des projets à impact social en Afrique. La plateforme propose un service de paiement en ligne via mobile pour des projets au Mali et au Cameroun.





Recommandations EXPÉDITEURS



Financement des obsèques

ANALYSE DE LA DEMANDE

En Côte d'Ivoire, les funérailles représentent une charge financière importante pour les destinataires, ce qui les oblige à emprunter de l'argent de manière informelle et à s'endetter. Il existe des assurances vie abordables, mais les bénéficiaires ne connaissent pas les services ou n'en comprennent pas les conditions. **(Le féru d'espèces, L'investisseuse en capital humain, L'entrepreneuse responsable)**

RECOMMANDATIONS

- Les PSF devraient commercialiser des produits d'assurance vie à l'intention des expéditeurs en utilisant des images et des vidéos simples expliquant les termes et conditions des produits et offrant des options de paiement à distance à l'intention des membres de la famille du migrant. Voir [Etude de cas en Côte d'Ivoire](#) et [produits de micro-assurance vie](#) et diapositives suivantes.

En bleu figurent les personnes qui illustrent l'analyse.

En Côte d'Ivoire, les funérailles représentent une charge financière pour les populations rurales à faibles revenus

Les destinataires d'envois de fonds gagnent moins de 100 USD par mois. Ils doivent compter sur la solidarité communautaire, les emprunts informels et les envois de fonds de leurs proches pour couvrir les coûts élevés des funérailles de membres de la famille, qui se situent entre 420 et 840 USD.

OBSERVATIONS

- Les Ivoiriens à faibles revenus n'ont pas la capacité de comprendre les termes des produits d'assurance. Ils ne trouvent pas utiles les compagnies d'assurance et les banques commerciales, car ils estiment qu'elles ne sont pas assez réactives face à l'urgence de leurs besoins financiers.
- Les Ivoiriens en milieu rural ont tendance à contracter des prêts informels auprès d'amis et de commerçants, et comptent sur le soutien financier des membres de leur famille.
- Leurs proches à l'étranger peuvent envoyer jusqu'à 500 USD pour couvrir les frais d'obsèques.

- Des produits d'assurance vie abordables distribués par des IMF ou impliquant des OAM ont été déployés en Côte d'Ivoire. Voir [Étude de cas sur les produits d'assurance vie en Côte d'Ivoire](#).
- Pourtant, les populations rurales ne connaissent pas ces produits, ont une perception négative des compagnies d'assurance et comprennent mal les termes et conditions des contrats.



"Je n'ai pas un niveau d'éducation suffisant pour comprendre le fonctionnement des assurances. Même si je le fais, je sais qu'il y aura toujours un problème pour la faire fonctionner, comme c'est le cas avec les banques".



"Personnellement, je n'ai pas assez de revenus. Si j'ai un décès dans ma famille, nous contribuerons tous un peu pour couvrir les frais. Même ceux qui sont en France, en Europe, tout le monde envoie un peu".



"En cas de décès dans la famille, ma tante envoie 340 à 500 USD pour couvrir les frais"

Les institutions financières, les OAM, les compagnies d'assurance proposent des produits d'assurance vie accessibles aux populations rurales en Côte d'Ivoire

Cependant, les PSF doivent simplifier les procédures et la communication, et ouvrir la possibilité de paiement à distance par les proches à l'étranger.

YAKO-OBSÈQUES

- Avantages en nature : retrait et conservation du corps, transport du cercueil pris en charge à partir de 169 USD, 500 USD, et jusqu'à 842 USD
- Avantages en capital : 50 USD, 169 USD ou 842 USD selon l'option souscrite



«Nous avons des personnes âgées à notre charge. Compte tenu de nos faibles revenus, nous avons décidé de souscrire une assurance Yako-Obsèques. Demain, si l'un de nos parents décède, nous bénéficierons d'une aide financière. »

Destinataire à Daloa, Côte d'Ivoire, octobre 2019

IFO PAR NSIA

- Paiement d'une prime de 421 USD en cas de décès du souscripteur ou de l'assuré
- Service offert aux clients MTN Mobile Money
- Contribution mensuelle à partir de 0,70 USD

Moi-même, je grandis pas, je petit pas, voilà encore obsèques du vieux à organiser ?
Tout ça, ça me fait gnannnnn !

Avec Ifo, cotise 1000 FCFA par mois et reçois jusqu'à 250 000 FCFA en cas de décès d'un proche.

Souscris à Ifo en tapant *133*128 # via le réseau MTN

Voir aussi les produits de [BOKAMIN Obsèques](#) et [COOPEC Solidarité](#).



Recommandations EXPÉDITEURS



Financement de la santé

Les destinataires comptent à 100% sur l'argent envoyé par les proches à l'étranger pour couvrir les dépenses de santé des membres de la famille. Les personnes âgées ont besoin de soins préventifs et d'une couverture médicale pour la prise en charge de maladies chroniques. Les coûts liés aux soins de santé fluctuent selon les mois. (L'investisseuse en capital humain, L'entrepreneuse responsable)



Financement de l'éducation

Les populations rurales maliennes et ivoiriennes accordent une grande importance à l'éducation. Les migrants investissent ou souhaitent investir dans le capital humain de leurs proches. Les expéditeurs comme leurs proches accueillent favorablement la possibilité de paiement des frais de scolarité à distance pour gagner du temps et éviter les envois de fonds. Cela permet de s'assurer que les fonds sont utilisés à bon escient. (L'investisseuse en capital humain, L'entrepreneuse sociale, Le féru d'espèces)

ANALYSE DE LA DEMANDE

RECOMMANDATIONS

- Les prestataires devraient offrir des services à valeur ajoutée, tels que des produits d'assurance maladie avec des services de prise en charge complète du malade, payables par les proches à l'étranger ou par virement automatique depuis leur compte courant. Voir la solution pour la diaspora [Susu](#) et le système de tickets prépayés [Djoba-Cash](#).
- Développer des partenariats public-privé entre les gouvernements, les OAM, les STA et les FinTechs. Ces partenariats permettront la mobilisation des envois de fonds des diasporas pour financer les réformes de sécurité sociale, comme la couverture santé universelle. Voir l'exemple de [SUNU-CMU](#) au Sénégal.
- Créer ou étendre aux STA les partenariats public-privé entre les ministères de l'éducation et les OAM afin de créer des solutions de paiement depuis l'étranger des frais de scolarité, des fournitures et des uniformes. Une telle mesure pourrait inclure un rapport sur l'assiduité de l'élève et ses résultats scolaires. Voir le [Concept 1](#) pour plus de détails.
- Offrir un produit de crédit pour financer la scolarité privée de proches dans le pays d'origine. Voir [Educate](#) pour plus de détails.

*En bleu figurent les personnes qui illustrent l'analyse.

Les envois de fonds comme assurance sociale

En tant qu'apports financiers réguliers, les envois de fonds peuvent améliorer la capacité de résistance des ménages aux chocs extérieurs et compenser la volatilité et la saisonnalité des revenus.



- Les schémas de dépenses des ménages qui reçoivent de l'argent à fréquence régulière diffèrent de ceux des autres ménages pour lesquels les envois sont ponctuels.



- Les femmes ont tendance à conserver une partie de l'argent reçu pour des dépenses imprévues, de santé par exemple.



1. Amuedo-Dorantes, C. (2014). The good and the bad in remittance flows. *IZA World of Labor*



OPPORTUNITÉS POUR LA MICRO-ASSURANCE

La principale attente des bénéficiaires d'envois de fonds consiste à sécuriser leur consommation de base et la stabiliser. Le potentiel des envois de fonds en matière de contribution au bien-être des bénéficiaires augmente lorsqu'ils sont une source de revenus complémentaire et non la seule ou la principale.¹

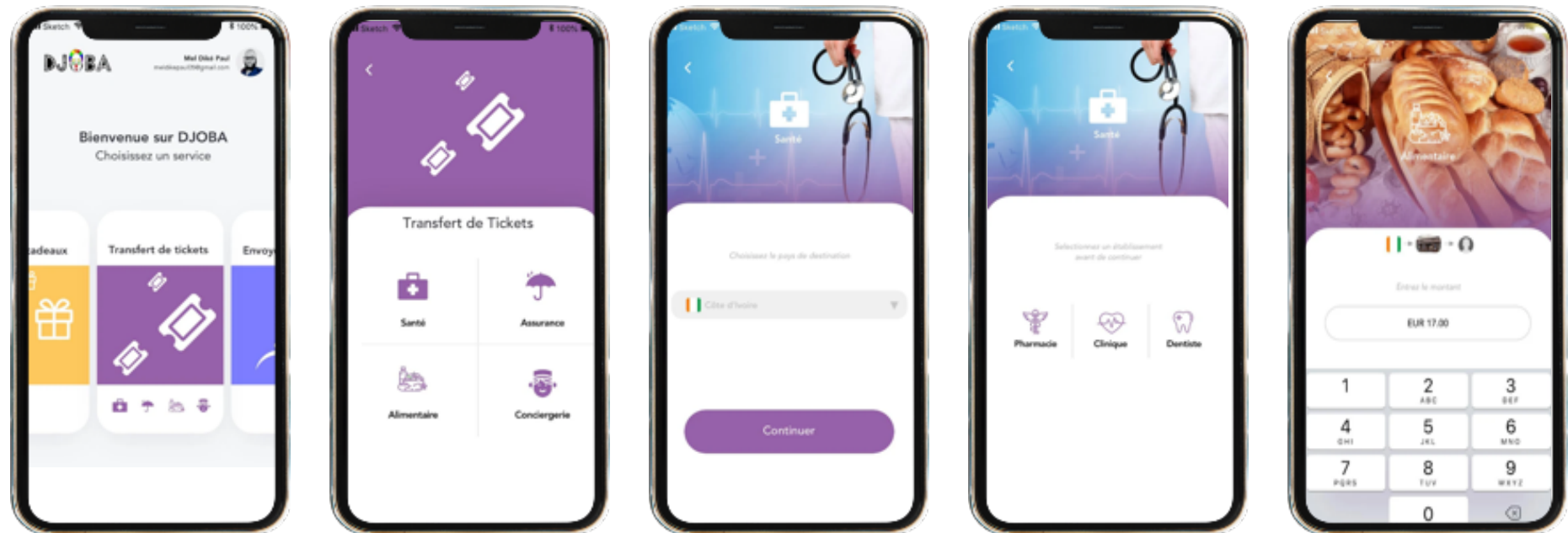
Les expéditeurs envoient de l'argent pour couvrir les dépenses de santé et aussi pour acheter une couverture d'assurance pour leurs proches. Pour les ménages à faibles revenus qui dépendent fortement des envois de fonds, l'assurance peut être un moyen de couvrir les incapacités de paiement dues à la maladie ou la perte de revenu de l'expéditeur.

Les services de coupons prépayés ont évolué pour répondre aux besoins financiers récurrents et urgents des familles, mais ils doivent encore faire leurs preuves

Ces types de service n'ont pas encore fait ses preuves en raison de l'absence de modèle économique viable et du faible recours aux achats en ligne dans les pays destinataires.

Il est encore trop tôt pour juger leur approche, mais le service de Djoba est en particulier orienté vers les besoins de santé.

- Djoba s'agit d'un système de coupons que le destinataire peut utiliser instantanément pour les dépenses alimentaires et de soins de santé, l'achat de crédit de communication ou d'une assurance jusqu'à 1 100 USD.
- En Côte d'Ivoire, grâce à un réseau national de partenaires, les familles de la diaspora peuvent utiliser les coupons auprès plus de **1 500 partenaires de santé**, comme les cliniques privées et les pharmacies, et **160 supermarchés**.



SuSu offre des services de santé complets et de qualité pour les familles des diasporas en Afrique de l'Ouest

Solution proposée à la diaspora pour investir dans la santé des familles dans les pays d'origine



Fondé en France par un membre de la diaspora, [SuSu](#) offre des soins de santé de qualité comprenant les services suivants :

- livraison à domicile de médicaments afin de lutter contre les contrefaçons
- prise en charge des maladies chroniques
- traitement médical
- soins de santé préventifs

Les membres de la diaspora souscrivent en ligne à un régime d'assurance maladie pour leurs parents, et SuSu gère le parcours de soins des bénéficiaires de A à Z.

SuSu opère en Côte d'Ivoire depuis 2019.

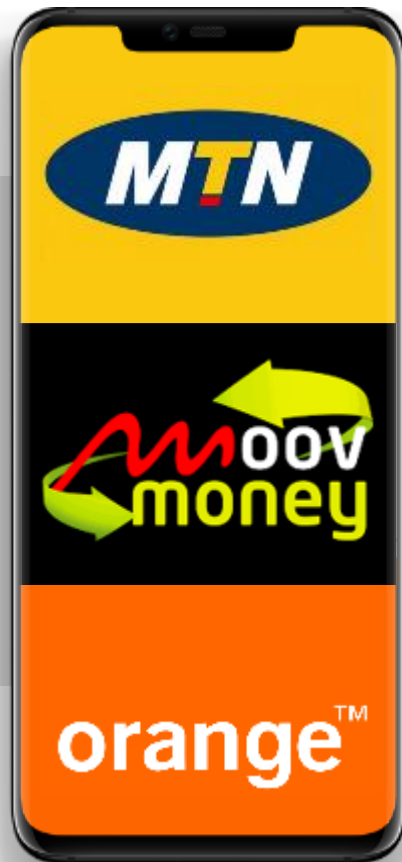


Développer les solutions de paiement digital P2G pour les expéditeurs de la diaspora

En Côte d'Ivoire, le paiement des frais de scolarité dans l'enseignement secondaire se fait désormais par voie digitale, grâce à un partenariat public-privé réussi entre les OAM et le ministère de l'Éducation nationale.



Augmentation des volumes de transactions pour les OAM



Facteurs de réussite

- Investissement du MEN dans les plateformes et les compétences digitales
- Collaboration forte entre les OAM pour offrir une solution de paiement universelle et accessible avec une expérience utilisateur optimisée
- Modèle économique attractif et durable pour toutes les parties



MEN



Transparence accrue



Réduction des coûts et des risques



Le paiement des frais de scolarité a été digitalisé pour **1,5 million** de collégiens, soit **99%** d'entre eux

Les FinTechs innovantes ont amélioré l'accès au financement du bien-être et du capital humain

SympliFi, une FinTech basée au Royaume-Uni a lancé une plateforme pour permettre à la diaspora de faciliter l'accès de ses proches à des services financiers pérennes pour financer l'entrepreneuriat, l'éducation ou les soins de santé, et épargner.



Financial Solutions Beyond Remittances

- La plateforme numérique de SympliFi permet de relier la diaspora à une institution financière locale dans le pays d'origine afin de faciliter l'accès au crédit pour les MPME et aux prêts éducatifs.

SympliFi est présent au Zimbabwe, au Nigéria et en Tanzanie



- Plutôt que d'envoyer de l'argent et avoir à payer des frais de transfert, l'expéditeur peut se porter garant ou co-garant du prêt d'un proche dans le pays d'origine
- Processus 100% en ligne : le migrant et le bénéficiaire dans le pays d'origine peuvent réaliser l'intégralité du processus sur un smartphone
- Construire un historique de crédit : le bénéficiaire peut commencer à se constituer un historique de crédit utile
- Partenariat avec Educate, une institution financière spécialisée dans l'éducation basée au Zimbabwe, qui permet à la diaspora en Grande Bretagne d'aider ses proches à accéder à des prêts éducatifs
- SympliFi prévoit de développer des produits d'assurance maladie, d'épargne et d'investissement



Recommandations EXPÉDITEURS



Éducation financière

ANALYSE DE LA DEMANDE

L'éducation financière est nécessaire à tous les stades de la migration pour permettre aux expéditeurs de comprendre les produits et services financiers disponibles et d'apprendre à faire le meilleur choix. Ils conseillent ensuite à leur tour leurs familles sur les services financiers les plus appropriés à leurs besoins financiers. Cela contribue à renforcer les systèmes financiers des pays d'origine et d'accueil. (L'épargnant informel, Le contributeur communautaire, L'investisseuse en capital humain, L'entrepreneuse responsable, Le stratège jongleur)

RECOMMANDATIONS

- Établir des partenariats avec des entités qui peuvent fournir des outils via de multiples canaux pour améliorer l'apprentissage.
- Les clients ont besoin d'une éducation financière numérique pour apprendre à utiliser les produits et services en toute sécurité. Les prestataires doivent adapter les campagnes de communication sur les questions de sécurité et de confidentialité des données et les étendre aux consommateurs non enregistrés. Ils doivent informer les clients des moyens de recours dont ils disposent et du processus de règlement des litiges.
- Les migrants doivent donner leur consentement éclairé à l'utilisation de leurs données. Le consentement doit être fondé sur la connaissance de l'objet de la collecte des données, de l'utilisation qui en sera faite et des personnes ou organisations à qui elles seront communiquées.

*En bleu figurent les personnes qui illustrent l'analyse.

Opportunités de partenariat pour le renforcement des capacités des PME

Education financière numérique pour les PME

- [Mosabi](#) est une FinTech basée aux États-Unis qui opère au Mexique, en Inde et au Sénégal. Elle permet aux populations peu ou pas servies des marchés émergents de bénéficier d'un apprentissage en ligne axé sur la gestion d'entreprise par le biais de leur téléphone.
- En partenariat avec une banque et une IMF, Mosabi fournit des données alternatives basées sur les comportements d'apprentissage des entrepreneurs pour améliorer leur notation de crédit.



Programme d'incubation pour les entrepreneurs de la diaspora

- [Diaspora Entrepreneurship](#) est un incubateur créé au Mali et conçu pour les diasporas malienne, sénégalaise, ivoirienne et burkinabé.
- En partenariat avec des banques et des incubateurs, Diaspora Entrepreneurship gère un programme d'incubation de trois semaines pour les membres de la diaspora âgés de 18 à 45 ans et désireux de développer des solutions innovantes dans leur pays d'origine. À l'issue de la phase d'incubation, le gagnant reçoit un financement (jusqu'à 243 000 USD) garanti par les banques.





Recommandations DESTINATAIRES



Produits de crédit



Éducation financière

ANALYSE DE LA DEMANDE

Les bénéficiaires en milieu rural utilisent principalement des services financiers informels pour épargner ou emprunter de l'argent en raison de la flexibilité des conditions de remboursement et de la proximité physique pour le remboursement.

Le manque de compréhension des frais se traduit par une perception négative des banques. Les résidents ivoiriens à faibles revenus ont plus confiance dans les OAM que dans les banques. (**Le chasseur de valeur, L'aspirant à la stabilité financière, La femme active, Le messenger digital**)

Au Sénégal, les défauts de remboursement des femmes en milieu rural s'expliquent par leur faible niveau d'éducation financière et leur manque de compétences en gestion financière et gestion d'entreprise. (**L'influenceuse discrète**)

En Côte d'Ivoire, les femmes et les hommes à faibles revenus ne comprennent pas les termes et conditions de leurs comptes, ce qui conduit à un manque de confiance dans la compréhension des termes des produits de crédit, d'épargne et d'assurance formels. (**Le chasseur de valeur**)

RECOMMANDATIONS

- Les PSF doivent mettre en place un suivi des envois de fonds afin de les inclure dans la notation de crédit et les décisions d'octroi, et proposer aux micro-entrepreneurs des prêts d'investissement basés sur les envois de fonds. voir [Apoyo Integral](#) au Salvador et [Koibanx](#).
- Les prestataires pourraient établir des partenariats avec des plateformes de réseaux sociaux pour offrir des services financiers (P2P et groupes d'épargne par ex.). Voir [Sama Money](#), [Wari](#) et [CassavaFintech](#).
- Établir des partenariats avec les plateformes P2P à faible coût pour permettre le transfert depuis un compte bancaire. Voir [Transferwise](#), [CurrencyFair](#) et [Azimo](#).

- Renforcer les capacités des travailleurs peu instruits et informels en matière de calcul, de gestion et de numérique (voir [Mosabi](#)). Fournir de nouvelles formes de contenu numérique conçues pour être plus accessibles aux travailleurs migrants (bandes dessinées, vidéos, podcasts, alertes d'information ou feuillets radio) nécessitant une bande passante limitée
- Intégrer les plateformes à d'autres moyens de diffusion de l'information, tels que les programmes des radios commerciales et communautaires
- Mettre en place une plateforme chatbot accessible sur tout appareil mobile offrant un contenu éducatif interactif et des ambassadeurs de la marque dans les villages ruraux, tels que des jeunes semi-urbains familiers du numérique pour dispenser une formation sur l'utilisation des produits (voir [Arifu](#)).

*En bleu figurent les personnes qui illustrent l'analyse.

Connecter les flux d'envois de fonds au système de notation de crédit utilisé par les OAM pour fournir des microcrédits et des produits de micro-épargne

En 2018, MTN Mobile Money Services a lancé MoMo Kash en Côte d'Ivoire, en partenariat avec Bridge Bank. Il s'agit d'un produit digital de microcrédit et de micro-épargne instantanés, mais il est peu connu dans les zones rurales. Ce type de service accompagné d'éducation financière et de campagnes marketing hors media peut constituer une étape vers les services financiers formels.

CONDITIONS D'ACCÈS

1. Avoir une carte SIM MTN
2. Avoir un compte MoMo actif (plus de six mois)
3. KYC et utilisation active au cours des six derniers mois



- Le montant du **microcrédit** varie de **3 à 168 USD** sur 30 jours avec un taux d'intérêt de 1,25%
 - Le coût de mise en place varie de 0,40 USD à 5 USD
 - Remboursement flexible sur 60 jours à compter du décaissement du prêt
- **La micro-épargne commence à partir de 0,80 USD** et produit des intérêts allant jusqu'à 7%, payés chaque trimestre
- À ce jour, ce partenariat a fourni 9,05 millions d'USD de prêts

Tableau : MoMo Kash - Taux d'intérêt sur l'épargne

| Min. | Max. | Taux d'intérêt annuel |
|-----------|-----------|-----------------------|
| 0,80 USD | 101 USD | 3,5% |
| 102 USD | 506 USD | 4% |
| 507 USD | 842 USD | 4,5% |
| 843 USD | 3 370 USD | 5% |
| 3 371 USD | Illimité | 7% |

Sommaire



01

Éclairages sur le parcours client



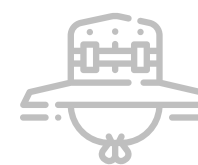
02

Envois de fonds des migrants et inclusion financière



03

Besoins et aspirations financières des migrants



04

Besoins et aspirations financières des familles



05

Répondre aux besoins financiers



06

Prototypes



07

Annexe

Concept 1 : Bouquet de services autour des envois de fonds

Regroupement des services pour l'investissement dans le capital humain



OBSERVATIONS CLÉS

- Les femmes migrantes ont plus tendance à envoyer des fonds spécifiquement destinés aux besoins élémentaires, à l'éducation et à la santé.
- Les frais de santé continuent d'augmenter à mesure que les populations vivent plus longtemps.
- Les femmes migrantes envoient souvent des montants moins élevés mais plus fréquents, et sont confrontées à des frais d'envoi plus élevés.
- Les services de « cash to goods » (des biens au lieu de **cash**) pour l'achat de produits ciblés échouent souvent en raison de leur modèle économique et de la nature implicitement autoritaire du service.



QUESTIONS

- Comment pourrions-nous concevoir un produit qui permette l'investissement dans le capital humain sur une base régulière et efficace ?
- Comment pourrions-nous renforcer les liens de confiance entre l'expéditeur de fonds et le destinataire ?
- Comment pourrions-nous concevoir un canal adapté aux habitudes des expéditeurs ?



CONCEPT

- Regrouper des services clés par le biais d'un service de paiement digital multicanal : Internet, App et OTC pour payer les frais de santé, les frais de scolarité à prix réduit grâce au regroupement (**commodité, facilité d'utilisation**)
- Envoi des rapports de suivi des performances des étudiants et de suivi médical à l'expéditeur de fonds (**dévouement à la famille**)
- Les paiements peuvent être effectués à l'avance ou regroupés pour réduire les coûts de transaction (**prix**)

L'investisseuse en capital humain



La femme active

Concept 2 : Outil d'exploration de données

Analyser les données transactionnelles des clients de STA pour concevoir de meilleurs produits et services



OBSERVATIONS CLÉS

- Les institutions financières ont des partenariats existants avec les STA, mais ne connaissent pas vraiment les clients qui envoient ou reçoivent des fonds.
- Les migrants économiques cherchent à construire un avenir dans leur pays d'origine, pour eux-mêmes et leur famille, par l'achat d'un terrain, la construction d'une maison ou l'investissement dans des activités commerciales.
- Les membres de la famille qui n'émigrent pas et qui créent leur propre petite entreprise dans leur pays d'origine ont besoin d'un soutien financier et non financier pour passer à l'échelle supérieure - mais ils manquent des compétences nécessaires.



QUESTIONS

- Comment pourrions-nous exploiter les données sur les envois de fonds pour orienter la conception de meilleurs produits et services pour les expéditeurs et destinataires ?
- Comment pourrions-nous interagir avec les clients pour leur fournir des services personnalisés qu'ils vont trouver utiles ?



CONCEPT

- L'objectif de l'outil est d'aider les banques ayant des partenariats avec les STA à analyser les données afin de mieux cibler les besoins des clients pour le développement de produits (**compréhension, accessibilité, outil de gestion financière**)
- L'outil analyse les comportements financiers des expéditeurs et des destinataires, tels que la fréquence, le montant, le couloir et les bénéficiaires, à travers les canaux de distribution (**outil de gestion financière**)
- Cet outil permettra de créer des incitations pour encourager l'épargne, par ex. une loterie au lieu des intérêts pour les dépôts minimums sur la base d'un pourcentage de chaque envoi, ou proposer un prêt en fonds de roulement basé sur la fréquence ou le volume des envois - en les liant à des activités d'éducation financière et en gestion d'entreprise (**éducation financière**)

Le stratège jongleur



L'influenceuse discrète

Concept 3 : Fonds digital pour l'entrepreneuriat des jeunes

Fonds entrepreneurial d'accès au crédit pour favoriser le développement des entreprises des jeunes en exploitant les nouvelles technologies



OBSERVATIONS CLÉS

- Les jeunes ont l'esprit entrepreneurial mais un accès limité au capital.
- Ils sont souvent doués pour le numérique et recourent à des outils digitaux pour améliorer leurs connaissances.
- Ils savent comment recevoir des envois de fonds.



QUESTIONS

- Comment pourrions-nous concevoir un produit qui prépare mieux les jeunes à l'entrepreneuriat et leur facilite l'accès éventuel au crédit ?
- Comment pourrions-nous utiliser les fonds reçus par le destinataire pour faciliter l'accès aux produits financiers ?



CONCEPT

- Les fonds sont destinés aux membres de la diaspora orientés tech qui souhaitent soutenir la création d'emplois et l'autonomisation des jeunes dans leur pays d'origine (**conseil en gestion d'entreprise, investissement dans des entreprises de technologie**)
- Le fonds consiste en une garantie de prêt adaptée aux besoins de financement des jeunes qui doivent en contrepartie suivre un cours d'éducation financière et de gestion d'entreprise sur leur smartphone, qui leur permet d'accumuler des badges numériques de certification à la fin de chaque module (**connecté, entrepreneur, flexibilité**)
- Les badges peuvent être utilisés comme des points pour accéder au crédit. Les personnes ayant obtenu un score élevé peuvent bénéficier d'un accompagnement virtuel par un mentor issu de la diaspora pour (**conseil en gestion d'entreprise**)

L'entrepreneuse responsable



Le messenger digital

Sommaire



01

Éclairages sur le parcours client



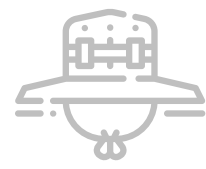
02

Envois de fonds des migrants et inclusion financière



03

Besoins et aspirations financières des migrants



04

Besoins et aspirations financières des familles



05

Répondre aux besoins financiers



06

Prototypes

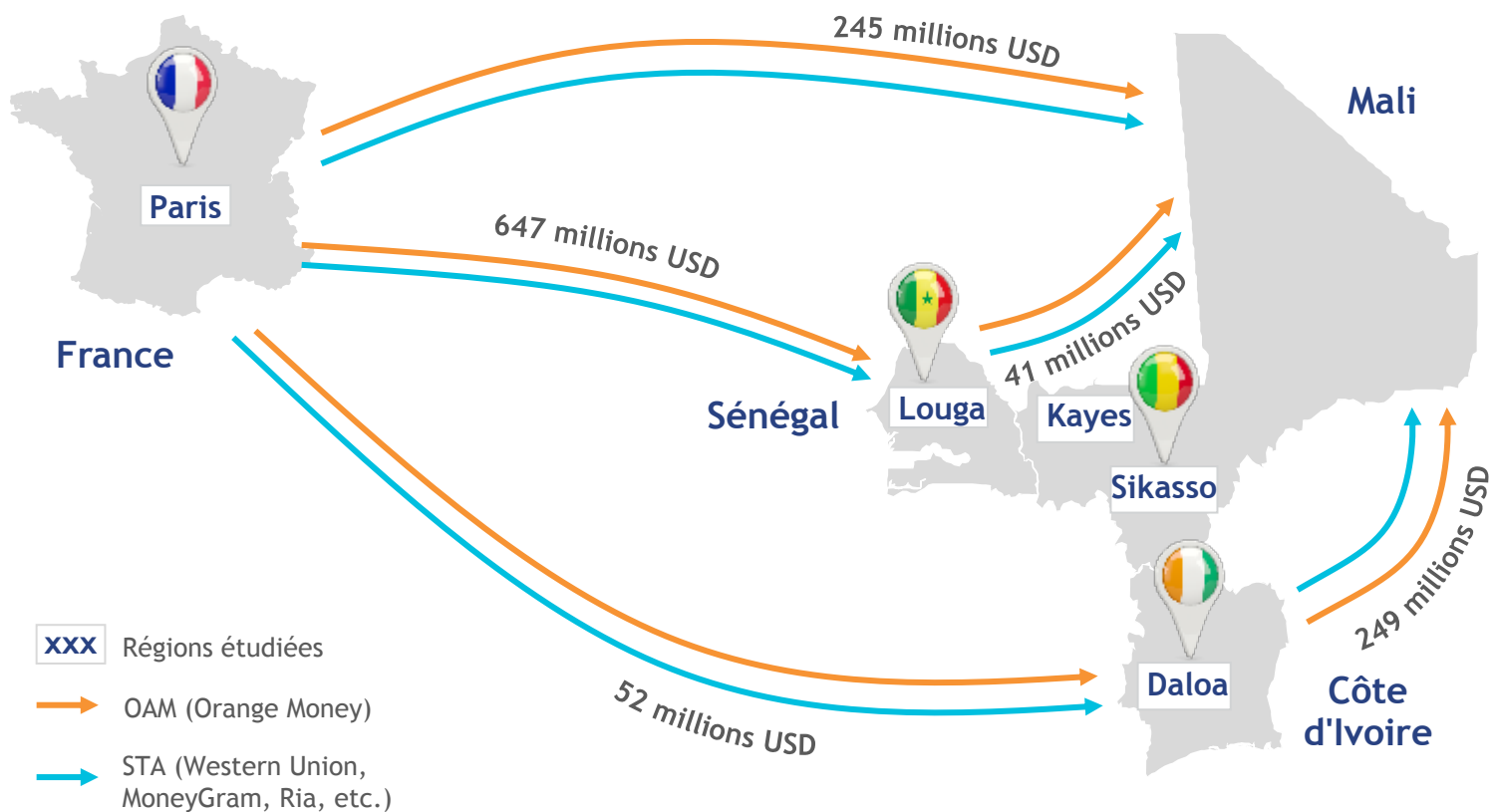


07

Annexe

Couloirs de transfert d'argent étudiés

La majorité des envois de fonds proviennent de France, excepté au Mali où les envois de fonds proviennent majoritairement de Côte d'Ivoire, suivie par la France. Au Sénégal et au Mali, les envois de fonds représentent une part importante des sources de financement extérieur.



Les FinTechs, telles que Wari, Taptap Send, Worldremit, et Wave, entre autres, sont présentes sur au moins un des couloirs étudiés.

Paris

Paris concentre la part la plus importante de travailleurs migrants parmi les trois pays d'origine ciblés.

Louga

Louga est la troisième plus grande population rurale du pays et la quatrième région en termes de flux entrants d'envois de fonds, représentant 11,9% du total des transferts entrants au Sénégal. 30% de la population rurale de Louga dépend de ces transferts.¹

Daloa

Daloa, chef-lieu de la région du Sassandra-Marahoué, est la deuxième ville (après Abidjan) d'où proviennent les migrants de retour.²

Kayes

Kayes et Sikasso sont les deux régions avec la proportion la plus importante d'émigrés internationaux : 27,5% de la population de Kayes a émigré, dont 60,3% en France.³

Sikasso

La migration internationale depuis Sikasso concerne 22,6% de la population, dont 45,3% vers la Côte d'Ivoire.³

1. FIDA (2015), Cartographie et zones de migrations et des entreprises rurales soutenues par les Sénégalais 2. OIM (2017), Profiling Report of Ivorian Migrants 3. IRD (2014) Le Mali contemporain, Migrations et transferts : un état des lieux

Méthodologie de recherche

Outils de recherche et taille des échantillons par couloir

| Couloir | Expéditeurs | | Destinataires de fonds | |
|------------------------|--|-----------------------|--|--|
| | Entretiens individuels | | Groupes de discussion (FG) | |
| | Outils de recherche | | Outils de recherche | |
| France - Sénégal | Paris : 15 entretiens individuels avec des migrants sénégalais | Louga (Sénégal) | <ul style="list-style-type: none">➤ Deux FG avec des femmes âgées de +30 ans➤ Deux FG avec des hommes âgés de +30 ans➤ Deux FG mixtes avec des participants de moins de 30 ans | |
| France - Côte d'Ivoire | Paris : 15 entretiens individuels avec des migrants ivoiriens | Daloa (Côte d'Ivoire) | <ul style="list-style-type: none">➤ Un FG avec des femmes âgées de +30 ans➤ Un FG avec des hommes âgés de +30 ans➤ Un FG mixte avec des participants de moins de 30 ans | |
| France - Mali | Paris : 15 entretiens individuels avec des migrants maliens | Kayes (Mali) | <ul style="list-style-type: none">➤ Un FG avec des femmes (sept participantes) de plus de 30 ans➤ Un FG avec des hommes (neuf participants) de plus de 30 ans➤ Deux FG mixtes avec des participants de moins de 30 ans | |
| Côte d'Ivoire - Mali | Abidjan : 15 entretiens individuels avec des migrants maliens | Sikasso (Mali) | <ul style="list-style-type: none">➤ Un FG avec des femmes âgées de +30 ans➤ Un FG avec des hommes âgés de +30 ans➤ Un FG mixte avec des participants de +30 ans➤ Un FG mixte avec des participants de moins de 30 ans | |
| Sénégal - Mali | Dakar : 15 entretiens individuels avec des migrants maliens | | | |

MSC, un expertise locale en inclusion économique, sociale et financière reconnue au plan international



Société internationale de conseil en inclusion financière, sociale et économique forte de **+ de 20** ans d'expérience



Plus de **180** collaborateurs dans **11** bureaux à travers le monde



Des projets dans **~65** pays en développement

Notre impact à ce jour

+550
clients

>850
publications

A soutenu le développement de services G2P digitaux utilisés par **+875 millions** de personnes

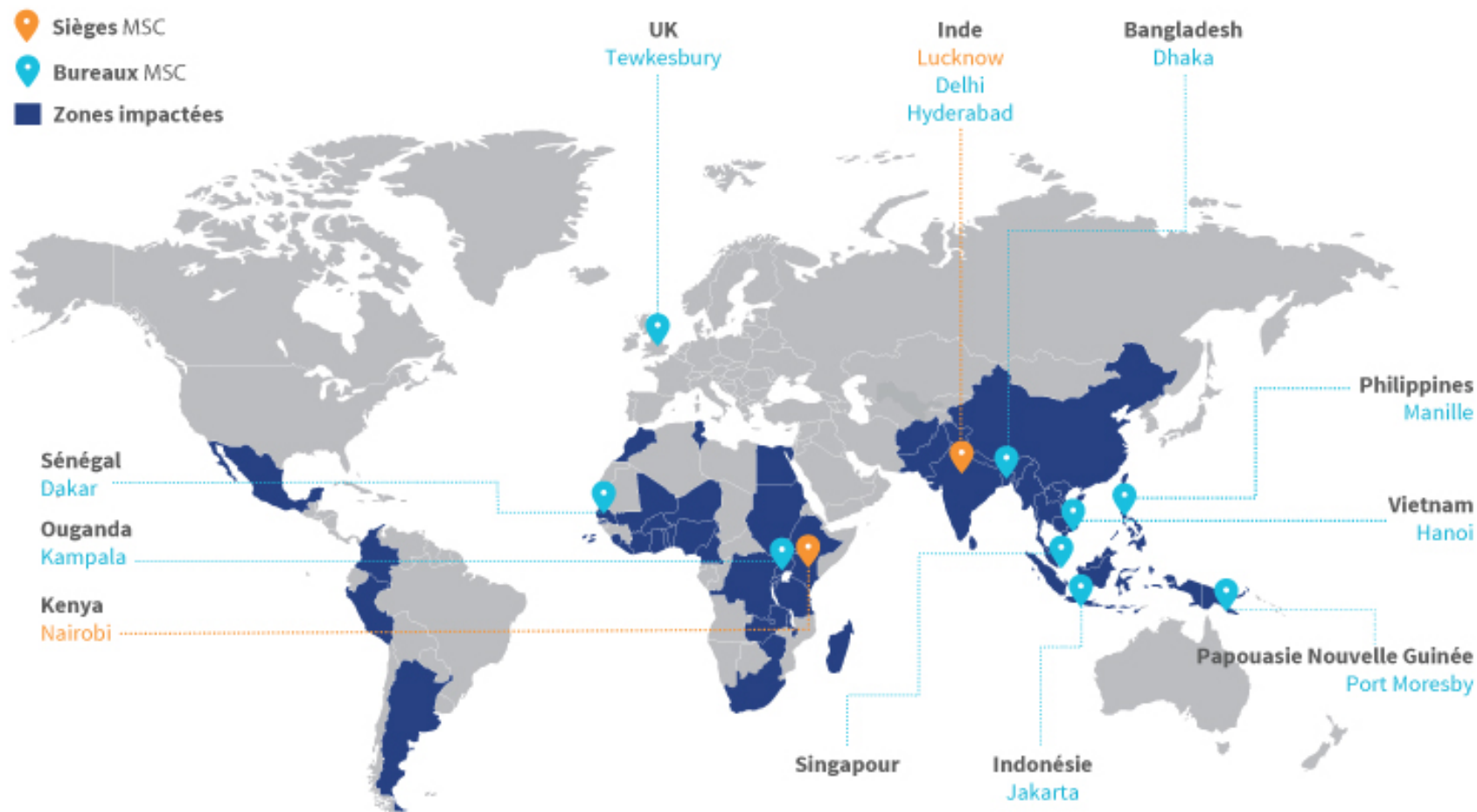
A mis en œuvre **>850 projets de services financiers digitaux**

A développé **+275 produits fin.** et canaux fin. utilisés par **+55 millions de personnes**

A formé **+9 000** spécialistes de l'inclusion financière dans le monde

Quelques-uns de nos partenaires et clients





Plaquette institutionnelle MicroSave | Contactez nous à info@microsave.net

Siège social en Asie

28/35, Rez-de-chaussée, Princeton Business Park,
16 Ashok Marg, Lucknow, Uttar Pradesh, Inde 226001
Tel : +91-522-228-8783 | Fax : +91-522-406-3773 | Email: manoj@microsave.net

Bureau de Dakar

2e Etage, Immeuble Mountacka B. MBACKE,
12 Avenue Birago Diop, Point E, Dakar, Sénégal
Tel : +221 33 864 67 65 | Email : info@reseauhelix.com

