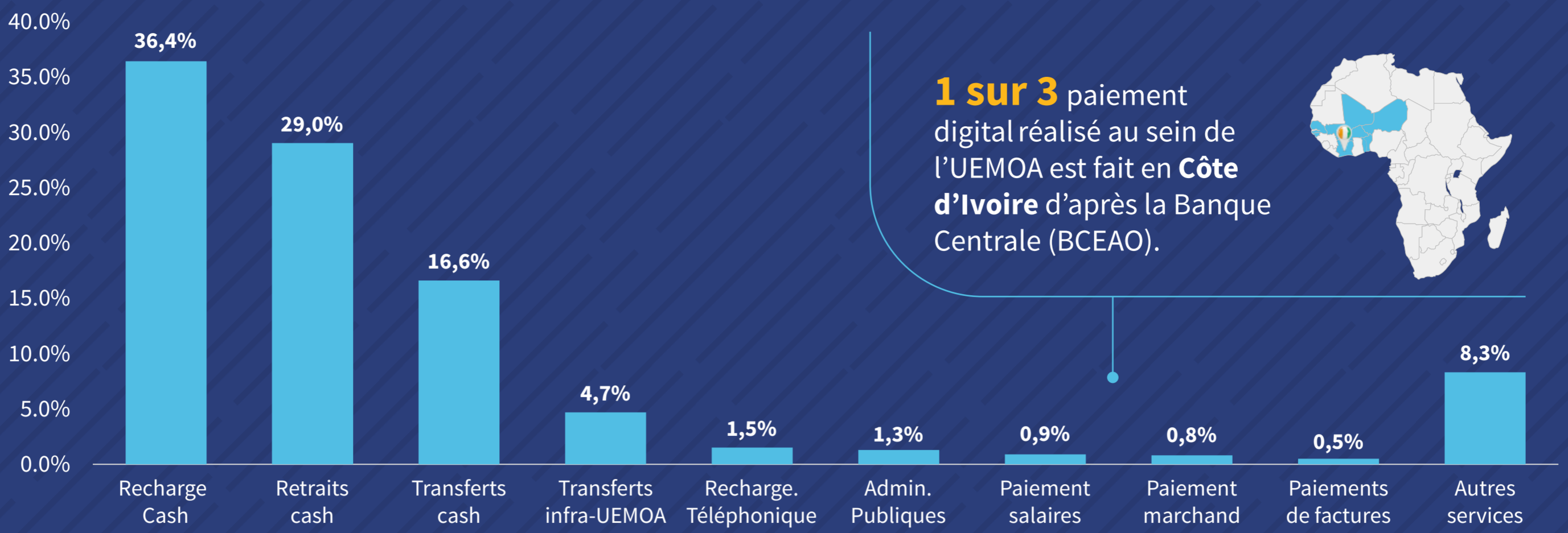


## UNE OPPORTUNITÉ



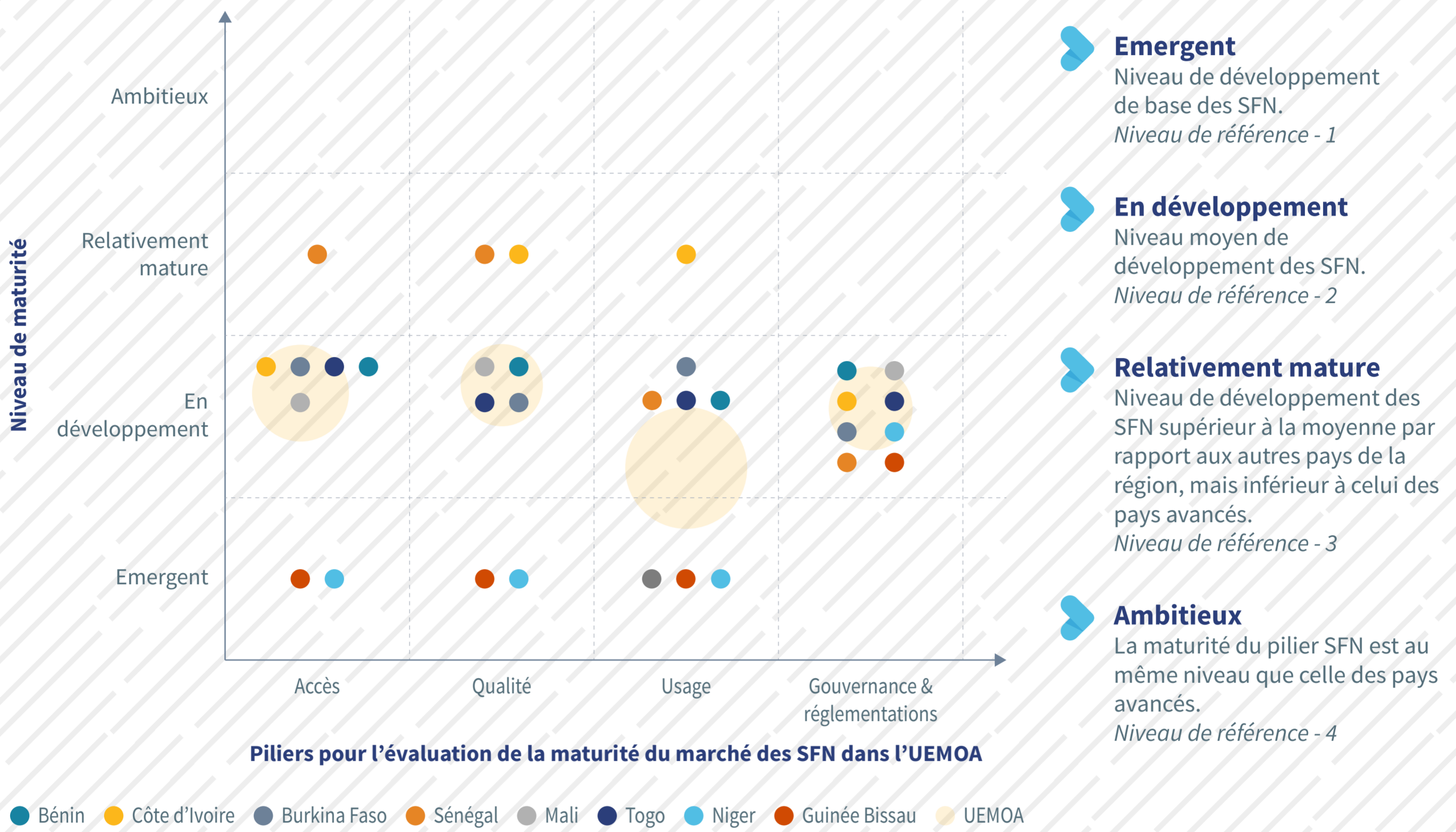
**1 sur 3** paiement digital réalisé au sein de l'UEMOA est fait en Côte d'Ivoire d'après la Banque Centrale (BCEAO).



Source: Secrétariat Général de la Commission Bancaire de l'UEMOA, 2020

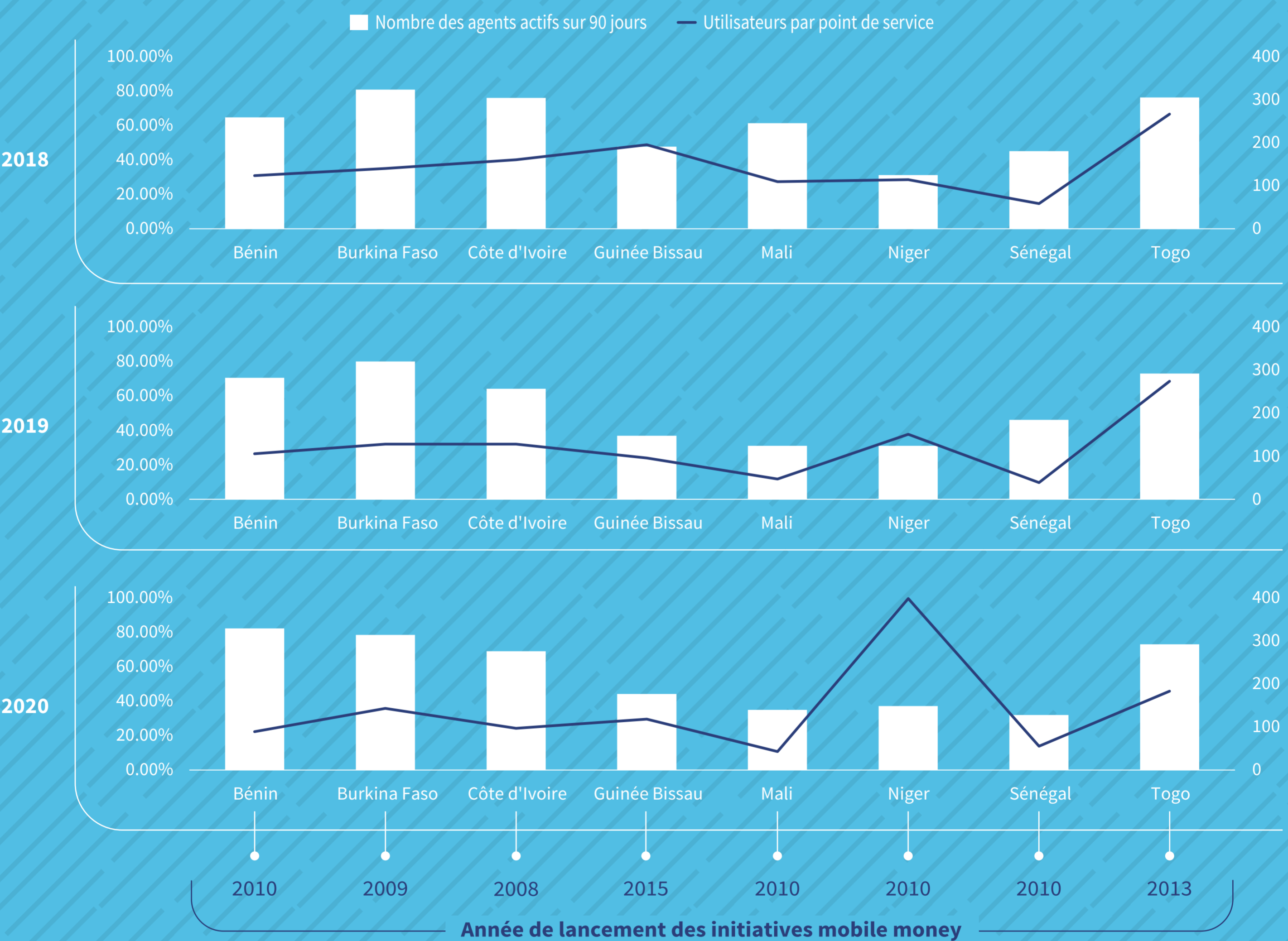
## L'INTEROPÉRABILITÉ RÉGIONALE CRÉE LA BASE

La maturité des SFN en matière d'interopérabilité a été évaluée sur la base des quatre piliers que sont l'accès, la qualité, l'usage et la gouvernance et les réglementations relatives au SFN dans la région. Le diagramme ci-dessous représente la maturité du marché de la zone et des pays de l'UEMOA sur la base du cadre défini.



Source: MFW4A, 2020

## L'ÉVOLUTION DES POINTS DE SERVICE



Source: BCEAO, 2020

## 8 BONNES PRATIQUES POUR LES PAIEMENTS NUMÉRIQUES RESPONSABLES

- Traiter les clients de manière équitable** pour faire confiance aux processus de paiements numériques.
- Assurer la sécurité des fonds des clients** en particulier ceux qui étaient exclus ou avec un accès limité au système financier.
- Assurer la transparence des produits pour les clients** en particulier lorsque ces informations ne sont disponibles que par voie électronique, par exemple via le téléphone portable.
- Concevoir des produits adaptés aux besoins et aux capacités des clients** et notamment des femmes, lors de la conception des services de paiements numériques accroît l'utilisation de ces services et réduit le nombre de problèmes et de réclamations.
- Favoriser l'accès et l'utilisation des services par l'interopérabilité** afin que les clients de différents systèmes puissent faire des paiements entre eux et que les agents puissent faire des paiements entre eux. Ceci est particulièrement important pour les clients vivant dans des zones rurales reculées.
- En tant que prestataire de services, assumer la responsabilité des actes de tous les intervenants de la chaîne de valeur** Les clients sont plus susceptibles d'avoir confiance en les moyens de paiement numériques et de les utiliser.
- Protéger les données des clients** devient primordial vu le volume, la vitesse d'utilisation et la diversité des données employées pour le marketing et les systèmes de crédit, tout en sachant que l'utilisation des données des clients peut élargir la gamme des produits auxquels ces derniers peuvent avoir accès.
- Offrir des moyens de recours aux clients** pour qu'ils puissent déposer des réclamations au sujet de leurs paiements numériques. Cette démarche est nécessaire tout d'abord pour les réclamations ayant trait aux nouveaux produits, peu connus et délivrés par des canaux innovants, et pour les clients en situation d'isolement géographique dont les contacts directs avec les prestataires peuvent être limités, voire inexistantes.

Source: BTCA