

**ASSILASSIME**  
Solidarité  
TOGO

Rendre les services  
financiers accessibles  
aux populations à faible  
revenu grâce à  
l'éducation financière et  
l'autonomisation

Togo

Octobre 2023



**SCBF**  **MSC**   
Innovating Financial Inclusion

# Acronymes

AGIR	Action et Gestion Des Insuffisances Et Initiatives Rurales
AMC	Aides Médicales et Charité
APSPD	Association Professionnelle des Systèmes Financiers Décentralisés du Togo
AS	Assilassime Solidarité
Assilassime	Main dans la main
B2W/W2B	Bank-to-wallet/Wallet-to-bank
CRIPS TOGO	Centre de Recherches et d'Informations Pour la Santé au Togo
OSC	Organisations de la Société Civile
SFD	Services Financiers Digitaux
EdM	Entrepreneurs du monde
EVT	Espoir Vie - Togo
FSPs ou FSF	Fournisseurs de Services Financiers
VIH/SIDA	Virus de l'Immunodéficience Humaine/Syndrome d'Immunodéficience Acquise
AGR	Activités Génératrices de Revenus
IMF	Institution de Microfinance
ONG	Organisation Non Gouvernementale
PASCI	Programme d'Appui aux organisations de la société civile de lutte contre le VIH
PVVIH	Personne Vivant avec le VIH/SIDA
IST	Infections Sexuellement Transmissibles

# Résumé exécutif (1)



La SCBF (Swiss Capacity Building Facility) fournit une assistance technique à ses partenaires du secteur financier afin de leur permettre d'acquérir l'expertise nécessaire pour développer des produits financiers centrés sur le client.

Grâce au soutien de la SCBF, l'institution de microfinance ASSILASSIME Solidarité a développé son projet d'élargissement de ses services numériques (B2W/W2B et SMS Banking) et de numérisation du processus de crédit.

Le projet vise à étendre les services d'ASSILASSIME dans le pays et à faciliter l'accès de ses clients à leurs comptes, aux services disponibles et à l'éducation financière grâce à des moyens technologiques.

La SCBF a requis cette étude pour comprendre l'impact du projet sur l'accès et l'utilisation des services par les clients cibles, et comment cela a influencé leurs conditions de vie, ainsi que l'impact sur l'atteinte des objectifs institutionnels.

Cette étude présente l'influence de la digitalisation sur l'amélioration de l'inclusion financière, de l'expérience client des populations à faibles revenus et de l'efficacité opérationnelle des institutions financières. Elle présente également les défis et les impacts de la mise en œuvre des services B2W et W2B, de la digitalisation des processus d'épargne et de prêt, et de l'éducation financière digitale. L'étude inclut les résultats du projet, des témoignages de femmes bénéficiaires et les leçons tirées du projet.

# Résumé exécutif (2)



## Quelques chiffres

En juin 2023 à la fin du projet, les principales réalisations sont les suivantes:

- **10 agences et 1 point de service** ont été connectés (6 avec la fibre optique et **5 par faisceaux hertziens**), et ont permis **16 565** transactions dans des zones rurales et urbaines.
- **3 774 clients** utilisent les services B2W/W2B.
- **39 020 SMS** ont été envoyés aux clients grâce au service de SMS Banking.
- **1 659 clients** ont épargné grâce aux services W2B et ont suivi une formation sur les services financiers numériques.
- **49 913 demandes de crédit** ont été introduites chez les agents mobiles pour une valeur totale de 9,879 milliards de francs CFA.
- **1 806 transactions de dépôt** ont été effectués pour une valeur totale de 110,16 millions de francs CFA.



## Principales leçons tirées

- L'étude de marché et la connaissance des avis des clients pour l'adaptation des produits et services en développement sont des étapes essentielles avant le lancement de tout projet de digitalisation, afin de s'assurer que les besoins des clients cibles sont bien compris et pleinement pris en compte.
- La planification est un aspect critique dans un processus de développement de services financiers numériques tels que le B2W/W2B, le SMS Banking ou la numérisation des processus de crédit et d'épargne.
- Combiner des services de formation en éducation financière à l'offre de services financiers augmente la capacité des populations à faibles revenus à améliorer leur gestion financière et à prendre de meilleures décisions.
- S'engager dans la transformation numérique implique de se tenir régulièrement informé des changements et innovations technologiques, des évolutions du secteur et des besoins des clients. La prise en compte régulière des retours des clients et une bonne analyse des données peuvent aider à améliorer et à ajuster les stratégies commerciales favorisant ainsi une croissance à long terme.
- L'éducation financière digitale peut toucher de nombreuses personnes grâce à l'utilisation des plateformes numériques. Un minimum de niveau d'alphabétisation et des compétences numériques sont essentiels pour utiliser les services financiers.
- Octroyer des crédits en groupe contribue à la réduction du risque de non-remboursement, car les membres se motivent mutuellement et encouragent la discipline et la ponctualité dans les paiements.

# Résumé exécutif (3)



## Défis

Trois principaux types de défis ont été relevés :

### Défis liés à la mise en œuvre du projet :

- Retard dans la livraison de la solution B2W/W2B.
- Manque de ressources humaines qualifiées.
- Difficulté à recruter des utilisateurs pour les services digitalisés.

### Défis liés au travail sur le terrain des agents mobiles :

- Problèmes de connexion et de disponibilité du réseau pour les agents mobiles.
- Processus de vérification des dépôts par les agents mobiles sur le terrain trop long.
- Risque accru d'insécurité et de fraude pour les agents mobiles.

### Défis liés à l'adoption et à l'utilisation des services numériques par les clients :

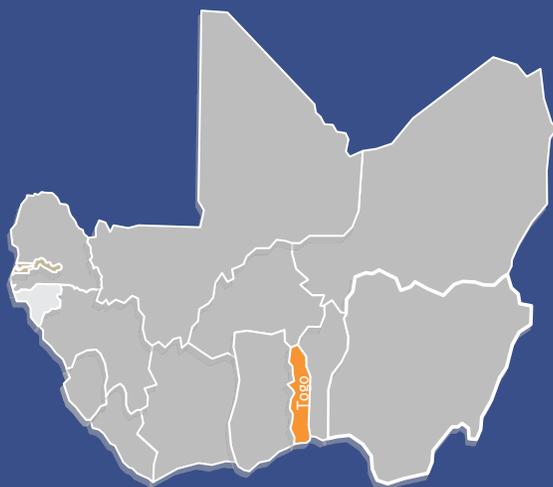
- Analphabétisme numérique.
- Insuffisance de communication sur les services.
- Insuffisance de confiance des clients au système numérique développé.
- Acceptation difficile des frais de service perçus comme étant trop élevés.



## Recommandations de MSC

- ASSILASSIME pourrait exploiter les données historiques qu'elle possède sur ses clients et développer des crédits digitaux accessibles en libre-service (via téléphone).
- ASSILASSIME doit renforcer la promotion de ses services auprès des groupes communautaires et fournir des explications détaillées aux clients sur leurs objections. Des supports de communication imagés pourraient également être utilisés lors de tournées de présentation.
- ASSILASSIME devrait également renforcer la qualité de travail des agents mobiles sur le terrain en effectuant de temps en temps des enquêtes surprises, des contrôles non-signalés à l'avance, etc. Ils devraient également travailler à résoudre les problèmes de réseau susceptibles d'empêcher la réussite des transactions B2W/W2B afin d'éviter une perte de confiance de la part des clients.
- Il est important de maintenir une régularité de communication sur les radios locales et une continuité de formation des clients aux services financiers numériques pendant les réunions de groupe afin de renforcer leurs capacités à mieux en comprendre les caractéristiques et normes d'utilisation, surtout pour les services B2W/W2B développés par ASSILASSIME.
- La gestion de la liquidité des agents mobiles doit faire l'objet d'une planification et d'une gestion impeccables afin de renforcer leur sécurité sur le terrain et améliorer leur productivité. Il est nécessaire de mettre en place des services de mobile money et des partenariats ayant des points de relais d'équilibrage de la trésorerie.
- ASSILASSIME gagnerait à inclure l'impression des reçus comme une étape du processus de collecte de fonds sur le terrain pour remplacer les contrôles physiques des carnets.

# Table des matières



- 01 Introduction
- 02 Cadre institutionnel
- 03 Objectifs du projet
- 04 Solution implémentée
- 05 Résultats
- 06 Défis
- 07 Leçons tirées
- 08 Conclusion

# Introduction

Les services financiers numériques ont un impact positif sur les populations à faibles revenus grâce à l'accès à des services financiers adaptés et à un coût abordable.

ASSILASSIME Solidarité est une institution de microfinance qui propose ses services à des clients à faibles revenus, en particulier des femmes. L'institution a mis en œuvre des solutions numériques pour fournir des services financiers aux ménages à faibles revenus, même dans les zones reculées. Conscient de l'importance de la digitalisation, ASSILASSIME a souhaité étendre ses services à ses clients, où qu'ils se trouvent dans le pays. L'ambition d'ASSILASSIME était d'atteindre un plus grand nombre de personnes, en améliorant leur expérience client et en leur fournissant des services financiers sécurisés, accessibles et flexibles, combinés à une éducation financière.

## SCBF - Swiss Capacity Building Facility

SCBF est une structure publique-privée innovante qui améliore la finance inclusive pour les clients à faibles revenus dans les contextes émergents, en particulier les femmes, les petits exploitants agricoles et les MPME. SCBF aide les partenaires du secteur financier à accéder à l'expertise nécessaire pour développer, adapter et étendre des solutions innovantes afin de relever les défis auxquels ces populations sont confrontées.

Pour atteindre cet objectif, SCBF fournit une assistance technique aux fournisseurs de services financiers afin qu'ils puissent accéder à l'expertise nécessaire pour développer des produits financiers centrés sur le client. Ce projet\* visait à améliorer les conditions de vie des personnes à faibles revenus en développant les services financiers digitaux par le biais du mobile money et en fournissant une éducation financière.

## Assilassime - Partenaires pour la mise en œuvre

ASSILASSIME est une institution de microfinance sociale qui vise à autonomiser les populations à faibles revenus, incluant les personnes atteintes du VIH, les personnes handicapées et les veuves.

Elle leur propose des services financiers tels que le crédit et l'épargne pour les aider à démarrer ou améliorer leurs activités génératrices de revenus.

ASSILASSIME opère autant dans les zones urbaines que rurales du Togo, et compte plus de dix agences dans tout le pays.

Pour accéder à ses services, les clientes doivent suivre des formations et des séances de conseil sur la gestion efficace et durable de leur entreprise.

\* Ce projet a bénéficié d'une assistance financière conjointe entre SCBF, ADA et la Fondation Grameen Crédit Agricole

# Pourquoi une étude sur les projets digitaux d'ASSILASSIME ?

La digitalisation des produits et services financiers peut être un bon moyen pour les populations à faibles revenus de leur fournir un accès sûr et flexible. Cependant, le manque d'éducation financière reste un défi.

Comment la digitalisation des processus peut-elle améliorer l'efficacité, la flexibilité, la commodité, la sécurité et l'accessibilité des services pour les consommateurs à faibles revenus ?

Pour répondre à la question centrale sur l'avantage de la digitalisation des processus, nous avons élaboré des questions intermédiaires ci-dessous:



Pour mener à bien cette étude, MSC a conduit une étude qualitative :

- **Quatre groupes de discussion** pour un total de 31 participants, dont 71 % de femmes, parmi lesquelles 42 % vivaient dans des zones rurales.
  - **Trois entretiens avec des informateurs clés**, des femmes travaillant dans le commerce de détail et l'agriculture.
- **Un groupe de discussion** avec quatre membres du personnel et un entretien avec le Directeur Général.

Cette étude est basée sur une approche qualitative, donc non statistique. Aussi, l'échantillon ci-dessus ne contribue qu'à mieux comprendre les services numériques déployés au cours du projet et à explorer les expériences et les perspectives des parties prenantes du projet.

# Méthodologie Amenovi de ASSILASSIME

La méthodologie Amenovi est une approche qui permet aux populations à faibles revenus d'accéder aux services financiers formels grâce à quatre grands principes :



## Appartenance à un groupe

Le groupe fait partie des fondements de la mission d'ASSILASSIME. L'adhésion à un groupe est obligatoire pour tout nouveau client.

Au sein des groupes, les membres sont formés aux cinq piliers de la méthodologie Amenovi. Chaque membre est tenu de respecter les cinq piliers suivants:

- Respect mutuel : maintenir le respect envers chaque membre du groupe.
- Ponctualité : être à l'heure aux réunions du groupe.
- Entraide : en partageant son expérience, et en donnant des conseils au sein du groupe.
- Remboursement régulier des prêts : aucune retard de paiement n'est accepté.
- Création progressive d'une garantie financière pour les prêts futurs.



## Épargne progressive pour les emprunts futurs

Les clients sont invités à constituer progressivement de l'épargne en épargnant une petite partie de leurs revenus qui servira à garantir leurs demandes de prêt à venir, et ce dès le premier crédit reçu.



## Renforcement continu des capacités via des formations régulières

Tous les membres du groupe s'engagent à appliquer quotidiennement les cinq piliers de la méthodologie Amenovi et reçoivent des formations de renforcement des capacités complémentaires. Cela les aide à acquérir les compétences nécessaires pour gérer leurs prêts et éviter de s'endetter trop lourdement, mais aussi améliorer la gestion de leur activité, leurs conditions de vie et leur santé. Ils apprennent également à répondre aux exigences en matière de garanties financières pour accéder au crédit sans emprunter d'argent supplémentaire auprès de sources informelles. Ils peuvent ainsi gérer leurs prêts de manière plus responsable et plus sûre.



## Responsabilité individuelle en cas de retard de paiement

Le prêt Amenovi est un crédit de groupe à responsabilité individuelle dont le remboursement se fait lors d'une réunion de groupe. Le crédit est accordé à l'individu (selon un montant et une durée propres et adaptés aux besoins de son activité et de sa capacité de remboursement).

En cas de retard de paiement, seule la responsabilité financière du bénéficiaire du crédit est engagée. Cependant, les autres membres sont encouragés à le relancer et l'encadrer jusqu'à ce qu'il régularise sa situation.

# La naissance et les partenariats d'ASSILASSIME

Depuis sa création, ASSILASSIME Solidarité a développé 28 partenariats avec des associations et organisations de lutte contre le VIH qui s'engagent à soutenir les populations à faibles revenus dans le pays.

## ENTREPRENEURS DU MONDE

Association française créée en 1998 pour aider les populations à faibles revenus à améliorer leurs conditions de vie dans les pays en développement, présente dans 11 pays. Elle soutient le développement d'entreprises et l'accès à des produits ayant un fort impact sanitaire, économique et écologique. L'association tente de mettre chacun de ses bénéficiaires en situation de réussite et d'amélioration financière et sociale à travers des programmes et des partenariats locaux autour de trois axes : la microfinance sociale, l'entrepreneuriat social et l'appui à la création de très petites entreprises.

Au Togo, Entrepreneurs du Monde a fondé l'institution de microfinance ASSILASSIME Solidarité, initialement sous forme d'incubation, et continue d'accompagner sa croissance.

## PACSI

Un programme conjoint de renforcement des capacités des Organisations de la Société Civile (OSC) au Togo a été mis en place en septembre 2009 par les Nations Unies à la demande des Organisations de la Société Civile et du Gouvernement du Togo. Il vise à aider les OSC qui luttent contre le VIH en renforçant leurs compétences techniques et opérationnelles et en leur assurant davantage de financements. Sa mission couvre les domaines suivants : (1) fournir aux OSC des formations sur le militantisme, le leadership, la gestion des programmes et des finances, et d'autres compétences liées aux services de base qu'elles offrent ; (2) améliorer l'accès et la qualité des services de prévention et de soins du VIH pour les populations à faibles revenus ; (3) collecter et distribuer des fonds aux OSC sur la base de critères transparents et établis, et sur la performance de chaque OSC en termes de gestion des ressources et de prestation de services dans le cadre de la lutte contre le VIH.

## ONG AGIR

Organisation togolaise spécialisée dans le développement par la mobilisation sociale et la participation communautaire.

AGIR vise à promouvoir la santé et l'éducation pour toutes les communautés à faibles revenus. AGIR utilise la formation, l'appui technique et le partage d'expériences pour promouvoir le bien-être des enfants, des femmes et de l'environnement.

## ONG AMC

ONG à but non lucratif et apolitique qui travaille avec des populations à faibles revenus sans distinction de race, de religion, d'ethnie, etc.

Elle vise à contribuer à la création de conditions de vie saines, à l'équité entre les sexes et à l'accès aux droits fondamentaux de la population togolaise.

Ses activités comprennent le dépistage, les discussions de groupe, la maternité, le militantisme et les droits de l'homme, la prévention et la sensibilisation, les soins médicaux et la prise en charge psychosociale.

## Le Centre de Recherches et d'Informations Pour la Santé au TOGO (CRIPS-TOGO)

Officiellement ONG en août 2013 (No.700/PR/MPDAT/2013), le centre contribue à l'amélioration de l'état de santé des populations à faibles revenus par la réduction de la pauvreté. Il lutte contre les IST/VIH/SIDA, les maladies opportunistes, le diabète et l'hypertension artérielle.

Il assiste également les orphelins, les veuves et les veufs infectés par le VIH, assure l'accès des populations à faibles revenus aux soins de santé primaires, promeut la santé reproductive des femmes, identifie et agit sur les déterminants de la santé qui sont à l'origine des problèmes de santé.

## Association EVT

Une association de personnes vivant avec le VIH (PVVIH) a été créée en 1995 pour le projet "Ambassadeurs de l'espoir" lors de la mission du Coordinateur pour l'Afrique de l'Ouest du Réseau RAP+ (Réseau Africain des Personnes Vivant avec le VIH) et du Vice-Président de RAP+, grâce à l'appui du projet régional du PNUD basé à Dakar. L'association a pris son statut juridique d'association sans but lucratif le 13 mars 2000 et est devenue par la suite une organisation non gouvernementale (ONG) d'utilité publique et un centre médico-social (CMS). Cette association est née pour redonner de l'espoir et soutenir les personnes vivant avec le VIH.

Sources: Data collected on the field, interviews, and [Assilassime report](#).

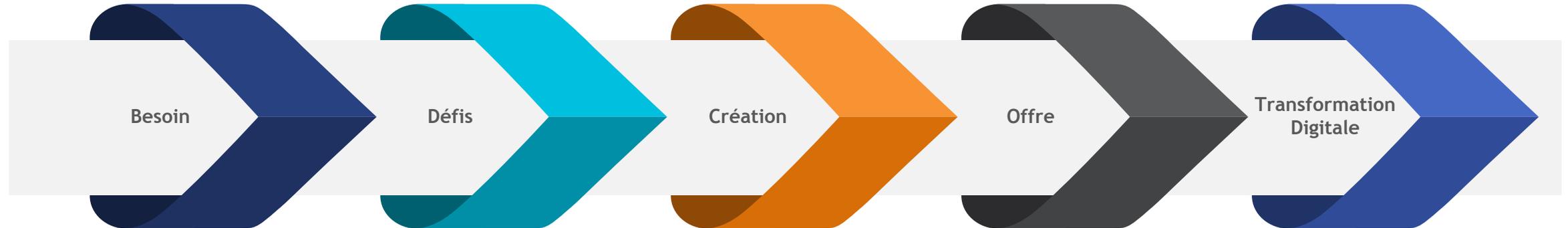
# Historique de ASSILASSIME Solidarité

## De la volonté d'être une interface de soutien entre les PVVIH et les associations de soins, à la création

En 2012, l'ONG Entrepreneurs du Monde (EdM) a souhaité s'implanter au Togo et a commencé à étudier le marché. Les principaux besoins recensés étaient tous liés à l'autonomisation économique des Personnes Vivant avec le VIH (PVVIH). Compte tenu de son caractère social, EdM avait besoin d'un partenariat avec une institution financière pour soutenir la création ou le développement d'activités génératrices de revenus pour les PVVIH.

Un premier partenariat avec une IMF existante a échoué en raison des liens étroits que EdM entretient avec la communauté. EdM a décidé de lancer sa propre initiative et a piloté un projet d'octroi de petits prêts et de formations des PVVIH sur les questions économiques et sociales en juin 2012, puis a étendu ses services aux personnes handicapées et aux femmes veuves au Togo en 2013 - 2014. En 2015, elle a obtenu l'accord formel pour opérer en tant qu'institution de microfinance sociale appelée ASSILASSIME Solidarité, ce qui signifie « main dans la main », suivi d'une autorisation de Collecte d'Epargne en 2019. La méthodologie Amenovi sert de base aux services.

En 2020, ASSILASSIME Solidarité a lancé un ambitieux projet de digitalisation qui comprend l'interconnexion de toutes les agences, la digitalisation du processus de prêt, les services bancaires par SMS et les services B2W/W2B, ainsi que l'éducation financière autour des produits et services digitaux.



Pour être une interface de soutien pertinente pour les personnes vivant avec le VIH et les aider à se prendre en charge financièrement, EdM devait relever des défis majeurs tels que :

- Le manque de services financiers spécialisés pour soutenir les entreprises des PVVIH.
- La rareté des partenaires financiers potentiels parmi les institutions financières existantes pour soutenir les besoins financiers des PVVIH.
- Le manque de connaissances financières des personnes vivant avec le VIH.
- Le manque d'assistance sociale pour les personnes à faible revenu et de réinsertion sociale pour les mères célibataires avec enfants.

ASSILASSIME Solidarité :

- **Objet** : Fournir des services de microfinance sociale adéquats pour contribuer à l'amélioration des conditions de vie, de l'accès au financement et des activités génératrices de revenus des populations à faibles revenus.
- **Cible** : Groupes à faibles revenus tels que les personnes vivant avec le VIH/SIDA, les personnes handicapées, principalement les femmes, les mères célibataires, les travailleuses du sexe et d'autres personnes à faibles revenus.
- **Services** : Services financiers, y compris l'octroi de microcrédits, et services non financiers, principalement des formations sur des sujets économiques, sociaux, sanitaires, environnementaux et agricoles à des bénéficiaires organisés en groupes de 25 à 40 personnes dans le même quartier ou dans un rayon de 2 km.
- **Objectif principal** : Microfinance sociale, soutien aux micro et petites entreprises, accès à l'énergie avec des produits et services respectueux de l'environnement, entrepreneuriat agricole.

# ASSILASSIME Solidarité, une microfinance sociale et digitale du Togo



Siège social d'ASSILASSIME Solidarité : Situé à Lomé. L'équipe de direction comprend 1 comité de gestion (comptabilité, RH, audit interne) et 1 comité de coordination (direction d'agence et autres collaborateurs opérationnels).

Au 31 Mai, 2023



## PROFIL

Création 2012, statut juridique 2015

**Clients: 105,458** (90% femmes)

**Points de service** : 11 branches

**Zones du réseau** : 3 agences en milieu rural (Amlamé, Anié, Atakpamé) et 9 en milieu urbain, dont Lomé.

**Prêts**: Prêts individuels et prêts de groupe

**Epargnes**: dépôts à terme, épargne quotidienne

**Dépôts en cours** : 91,604

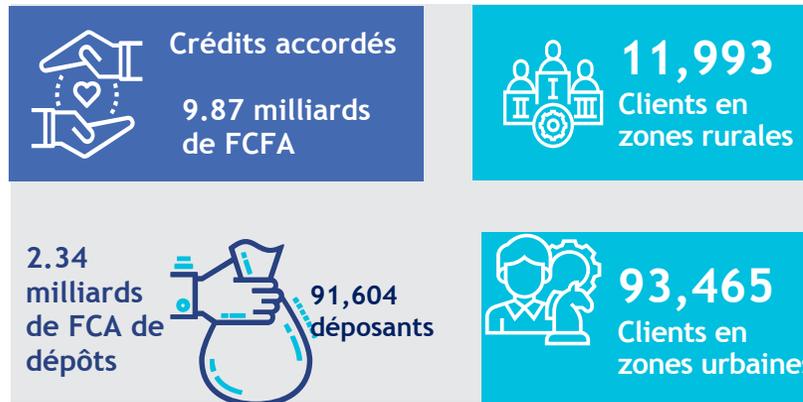
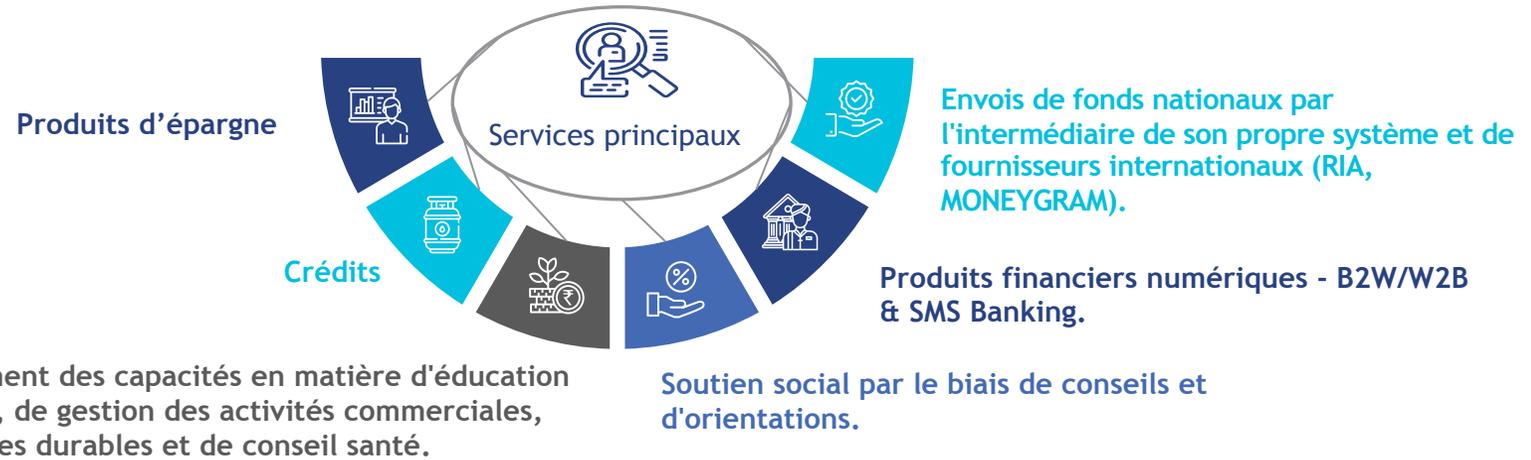
**Prêts en cours** : 26,604

**PAR 30**: 5.93

**Femmes avec un prêt actif** : 90%

**Prêt actif en zone rurale** : 24%

**Prêts Agribusiness**: 10% du volume de prêts



Au Togo, ASSILASSIME se positionne comme l'une des institutions leader dans le secteur de la microfinance grâce à l'effet combiné de sa méthodologie Amenovi, de son offre diversifiée de produits de crédit et d'épargne adaptés aux besoins de sa clientèle cible, et de ses efforts de digitalisation pour moderniser ses services et les rendre plus accessibles à ses clients (services B2W/W2B, SMS Banking, processus d'épargne et de crédit digitalisés, digitalisation de l'évaluation sociale du client). Ses principaux concurrents, tels que COFINA, WAGES et Millenium, disposent également d'une offre de services digitalisée qui elle, s'articule essentiellement autour des services B2W/W2B et SMS Banking.

Sources: data collected on the field, [Assilassime](#)

# Offre de services financiers

L'offre est une combinaison de produits de crédit et d'épargne fournis par le biais de canaux digitaux



## Produits et services d'épargne

### Comptes d'épargne

- Rémunération : 3,5 % d'intérêts par an
- Solde minimum : 1 000 FCFA

### Comptes de dépôts à terme

- Rémunération : 3,5 % à 5 % d'intérêts par an, en fonction du montant et de la durée.
- Capital minimum : 100 000 F CFA

	6 - 12 mois	1 - 3 ans
100,000-500,000	3.5%	4.5%
> 500,000	4.5%	5%

### Services financiers digitaux

- Services bancaires par SMS, services B2W/W2B, épargne quotidienne via des agents mobiles.
- Les services B2W/W2B prennent en charge le coût des services bancaires par SMS, et sont disponibles chez les agents.
- Les agents collectent également l'épargne quotidienne qui coûte 200 F CFA par mois.
- Les frais vont de 25 à 300 F CFA par transaction, selon le montant pour le B2W et le double pour le W2B.



## Conditions d'accès de ASSILASSIME

### Accès à travers un groupe

- Rejoindre un groupe dans le quartier et s'engager à respecter ses règles
- Acheter un livret d'épargne (2 000 F CFA)

### Accès individuel

- Fournir 2 photos d'identité et une pièce d'identité
- Effectuer un dépôt d'ouverture d'un minimum de 5 000 F CFA sur le compte.



## Crédit

### Conditions de prêts

- Frais de gestion du prêt : 1,45% du montant demandé.
- Dépôt de garantie : 0 F CFA pour le 1er prêt puis 20 % du montant demandé pour les prêts suivants. Ce dépôt doit être constitué progressivement au cours du remboursement du prêt précédent.
- Aucune garantie de groupe n'est exigée.
- Co-emprunteur requis pour le prêt individuel et le crédit jeune entrepreneur.
- Aucune assurance-vie n'est payée pour les prêts de groupe ; une assurance est exigée pour les prêts individuels et les prêts aux jeunes entrepreneurs.

	Intérêt	Durée	Montants (FCFA)	Autres détails
Crédit coup de pouce	0% d'intérêt	Min: 3 mois Max: 6 mois	Min: 5,000 Max: 20,000	Prêt exceptionnel réservé aux plus pauvres pour les préparer aux prêts Amenovi..
Prêts Amenovi & Miwoe	Amenovi & Agri : 18% Miwoe : 12 %.	Min: 3 mois Max: 18 mois	Min: 25,000 Max: 3,000,000	Les prêts Miwoe sont destinés à l'énergie (panneaux solaires par exemple).
Prêts Agri stock et prêts Agri invest	Tous les intérêts sont décroissants	Min: 3 mois Max: 24 mois		Un expert agri s'engage à aider les bénéficiaires de prêts agri-investissement.
Crédit Mavo (prêt individuel)	18% intérêt décroissant	Min: 3 mois Max: 18 mois	Min: 500,000 Max: 5,000,000	Destiné aux personnes ayant bénéficié d'au moins 5 prêts de groupe. Pour la gestion de la croissance. Garant et assurance décès-invalidité exigés.
Prêts Jeunes Entrepreneurs	16% intérêt décroissant			Destiné aux MPME qui exercent des activités durables. Mise à disposition d'incubateur. Un garant et une assurance décès et invalidité sont exigés.

Sources: données de terrain, [Assilassime report](#).

# Services non financiers

L'éducation financière et l'assistance sociale sont les principaux services complémentaires fournis aux clients du crédit et de l'épargne.

La vision d'ASSILASSIME Solidarité s'articule autour de deux grands services qui lui permettent d'apporter un soutien durable et adapté à ses bénéficiaires et de remplir ainsi sa mission sociale :

- Des services de formation adaptés aux besoins et demandes des bénéficiaires sur l'éducation financière, la formation sociale, environnementale et sanitaire.
- Une assistance sociale aux populations à faibles revenus.



Renforcement de capacités



## Education Financière

Les modules de base de ASSILASSIME :

Dans le cadre de la méthodologie Amenovi, une première formation est dispensée à chaque nouveau membre du groupe pendant 3 mois dans une agence. Elle inclut les cinq piliers que chaque membre doit maîtriser et respecter :

- Module 1 : La méthodologie Amenovi

Cinq autres modules sont dispensés tout au long de l'année en fonction des besoins des membres :

- Régularité de l'épargne.
- Rôle et responsabilité des membres des bureaux des groupes.
- Accès et gestion d'un fonds de prêt.
- Calendrier de remboursement du contrat de prêt.
- Droits et devoirs du bénéficiaire.

Avec la digitalisation, de nouveaux modules ont été ajoutés :

- Gestion B2W et W2B.
- Gestion du portefeuille électronique.
- Gestion de l'épargne.



## Formation au sens des affaires

- Gestion des stocks.
- Estimation des prix d'achat et de vente.
- Gestion de la trésorerie.
- Relations avec les clients.
- Augmentation des bénéfices, compréhension de la concurrence.
- Diversification des produits et des canaux de distribution.
- Prévention du surendettement.
- Anticiper les risques et gérer le remboursement des manquements, etc..



## Formation sociale, environnementale et sanitaire

Quelques exemples de modules :

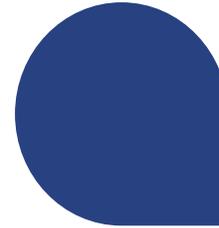
- Prévention de la malaria.
- Travail des enfants.
- VIH et IST.
- Importance des documents d'état civil.

# Quel problème le projet résout-il ?

Pour se conformer à sa mission et continuer à fournir des services financiers à ses clients, ASSILASSIME Solidarité a opté pour la transformation digitale globale de ses services afin de faciliter l'accès et l'utilisation de ses services.



Les principaux défis ayant conduit au déploiement du projet sont les suivants :



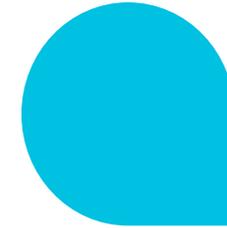
## Défis liés à l'expansion des activités

La croissance et la diversification du portefeuille ont fait naître le besoin d'optimiser les méthodes de travail de l'institution. Des canaux différents semblaient être la meilleure solution pour servir les clients avec des solutions diverses. La transformation digitale de l'institution semblait la solution adaptée.



## Services pour les clients à distance

La crise du COVID-19 a empêché les clients d'accéder aux services financiers et de les utiliser correctement en raison d'instructions sanitaires et a entraîné de multiples difficultés, telles que la baisse des revenus au niveau de l'institution. En outre, les demandes fréquentes et croissantes des clients concernant l'utilisation et l'accès à distance aux services financiers ont poussé l'institution à rechercher des solutions flexibles.



## Besoins liés à la concurrence

L'institution devait moderniser son approche et son offre en proposant ses services à distance pour rester compétitive et répondre aux demandes de flexibilité de ses clients.

# Objectifs clés du projet

Le projet visait à digitaliser les processus de crédit et d'épargne, à mettre en œuvre des services de mobile money et à permettre la gestion des clients sur le terrain par des agents.

Le projet s'est déroulé sur deux ans en cinq étapes clés :

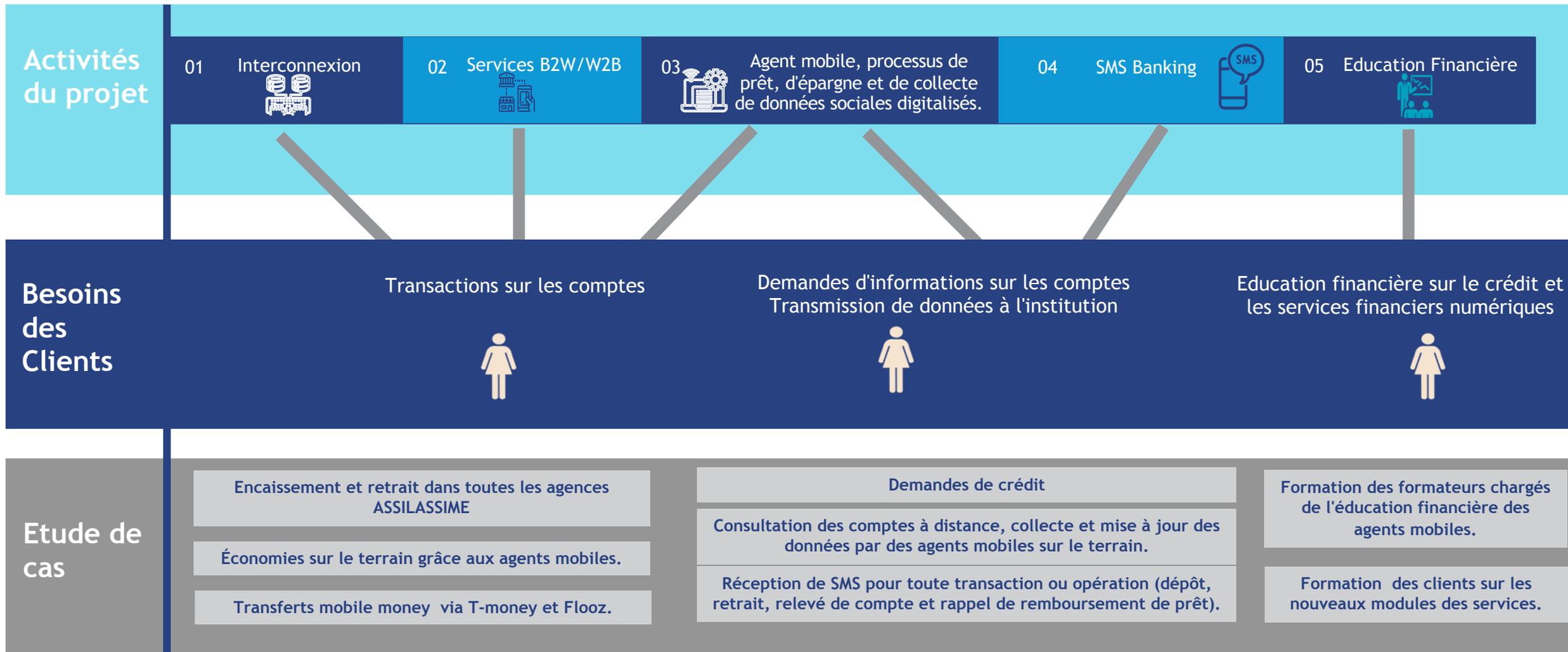


Les objectifs suivants ont été assignés au projet :



# Cas d'utilisations développées par le projet

Le projet vise à aider les clients à accéder à distance à leurs comptes et aux produits et services de l'institution.



# Expérience des clients avec les process digitalisés et les agents mobiles

## PREMIER CONTACT

Début



Un client demande un service, généralement un prêt.

- Les nouveaux clients peuvent se rendre directement dans une agence ou être orientés vers un agent par d'autres clients.
- Ils seront aidés différemment en fonction de leur localisation.



## INTEGRATION D'UN GROUPE

- Si le client se trouve dans une zone déjà couverte par ASSILASSIME, il est orienté vers l'agent mobile affecté à sa zone, et il doit passer par une période d'immersion dans le groupe.
- Si le client se trouve dans une nouvelle zone, il lui est conseillé de former un groupe avec d'autres personnes (20-25 personnes maximum) et un agent leur est assigné pour superviser les activités du groupe.



## PARTICIPATION A LA FORMATION AMENOVİ

- Les nouveaux clients qui réussissent l'étape d'immersion sont présentés à l'agent qui couvre la zone, et invités à une session de formation sur la méthodologie Amenovi dans l'agence la plus proche. Ils doivent assister à la formation toutes les deux semaines pendant trois mois s'ils rejoignent un groupe existant, sinon ils bénéficient des services de formation des agents mobiles pour les nouvelles zones.

## PREMIER PRÊT

- Après avoir suivi la formation, le nouveau membre peut demander un prêt. Un comité se réunit et prend sa décision sur la base d'une analyse de l'activité du client, de ses conditions de vie et du respect des principes d'Amenovi.
- Il se verra généralement accorder le prêt Amenovi, un prêt d'amorçage.
- Toutes les informations enregistrées numériquement via l'agent mobile et enregistrées en temps réel dans le cloud.



## LA GESTION DES PRÊTS ET L'ACCÈS À D'AUTRES SERVICES

- Le prêt est destiné à des activités génératrices de revenus. Quel que soit l'objet du prêt, les principes de la méthodologie Amenovi s'appliquent. Les clients sont ensuite invités à participer régulièrement aux réunions de groupe et aux sessions de formation (tous les 28 du mois).



## LA GESTION DES CLIENTS ET L'ACCÈS À D'AUTRES SERVICES FINANCIERS ET NON FINANCIERS

- Les agents sont responsables de la création et de la mise à jour des données des clients dans le système. Il s'agit également de fournir un accès pour les demandes de prêt, les abonnements GASSI-ASSI, l'orientation vers des conseillers pour des questions agricoles ou sociales, ainsi que le suivi d'autres formations pertinentes prévues pour le renforcement des capacités des clients.

## IMPACT CLIENT ESCOMPTÉ

- Améliorer la culture financière.
- Accéder à son compte et effectuer des transactions à distance en toute simplicité.
- Acquérir des connaissances en matière de gestion d'entreprise, d'agriculture, d'entrepreneuriat, de santé et de développement durable.
- Adopter de meilleures habitudes sociales.
- Bénéficier de l'expérience de leurs homologues.

# Quatre objectifs principaux ont été atteints

Le niveau d'activité sur la plateforme GASSI-ASSI a été inférieur aux prévisions.

**110%**

agences  
interconnectées

ASSILASSIME a réussi à interconnecter 11 agences, dont 3 dans des zones rurales, en utilisant la fibre optique pour 6 d'entre elles et les faisceaux Hertziens pour 5 d'entre elles.

**533%**

de réalisation  
des transactions  
via agences  
interconnectées

À la fin du projet, en mai 2023, 16 565 transactions avaient été enregistrées par les agences interconnectées, dont 448 dans les zones rurales (taux de réalisation de 224 %).

**195%**

Nombre d'abonnés  
SMS Banking via les  
agents mobiles

Les agents mobiles ont permis la transmission de 39 020 SMS aux clients à fin mai 2023. Par ailleurs, plus de 49 913 prêts ont été demandés par l'intermédiaire des agents mobiles pour une valeur estimée à 9,879 milliards de F CFA. 1 806 dépôts ont également été effectués pour un montant de 110,16 millions de FCFA.

**146%**

Participations  
(présence) aux  
sessions  
d'éducation  
financière

L'institution a développé cinq modules dans trois langues dont deux langues locales (Ewe et Kabyè) et le français, et les a partagés via des canaux digitaux tels que la télévision, la radio et les agents mobiles. Cependant, la plupart des participants ont reçu la formation dans les agences plutôt que sur le terrain en raison du manque de communication entre les agents mobiles. En mai 2023, 70 765 clients avaient suivi une formation sur l'éducation financière digitale, et il y avait 443 715 participants à la session mensuelle régulière sur l'éducation financière générale.

**37.7%**

utilisateurs  
B2W/W2B inscrits et  
actifs sur la  
plateforme

Cet objectif n'a pas été atteint en raison d'une mauvaise communication entre les agents mobiles et les clients. La plateforme B2W/W2B n'empêche pas automatiquement les clients de retirer tout leur argent à tout moment s'ils le souhaitent. Cette situation a conduit plusieurs clients à ne pas respecter leurs échéances de remboursement, ce qui a entraîné des pertes de commissions pour les agents qui leur avaient été attribués et qui ont commencé à éviter de promouvoir le service. Par conséquent, au lieu d'être conseillés et formés sur les services par les agents mobiles, certains clients ont été généralement embarqués par les caissiers des agences qui n'ont parfois pas réussi à expliquer aux clients la nécessité de garder suffisamment d'argent sur leurs comptes pour faciliter le remboursement mensuel de leurs prêts.

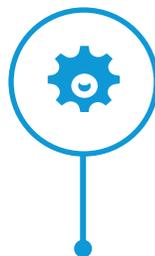
# Impact du projet pour l'institution

La digitalisation a positionné ASSILASSIME comme leader et a permis d'améliorer ses performances.

L'amélioration des services d'ASSILASSIME a permis d'augmenter la collecte de l'épargne et l'octroi des crédits à ses clients. Plus de 91 000 clients (+283,5 % par rapport à 2020) ont utilisé les agents mobiles pour effectuer des dépôts, et environ 29 % ont obtenu des prêts par l'intermédiaire d'agents mobiles. La plupart des nouveaux prêts et des prêts renouvelés sont désormais accordés via les agents mobiles. Le projet a également enregistré 443 715 participations à des sessions d'éducation financière, dont 70 765 à des sessions sur des modules digitalisés. Le projet a aussi eu de l'impact sur les aspects suivants:

## Amélioration de l'expérience client et réduction des risques

La digitalisation a rendu les processus plus transparents et aide les clients à mieux gérer leurs comptes. Les activités des agents sont plus sécurisées, car les outils numériques permettent d'éviter les fraudes et les détournements de fonds. La confiance des clients s'est également accrue grâce aux transactions en temps réel.



## Services accessibles à de nouvelles cibles

Avec la digitalisation, permettant notamment d'offrir des services B2W/W2B, ASSILASSIME a étendu sa couverture nationale (de 9 à 11 agences). En outre, de nouvelles cibles ont été atteintes, en particulier dans les zones rurales, grâce à la dématérialisation de l'accès aux services.

## Renforcement de la disponibilité des services

Grâce aux services B2W/W2B, les clients peuvent accéder à leurs comptes 24h/24 et 7j/7. Les clients peuvent effectuer des transactions dans n'importe quelle agence ASSILASSIME, indépendamment de leur localisation (rurale ou urbaine) et de leur agence d'origine.



## Meilleure efficacité opérationnelle

Le taux d'erreur dans le traitement et la collecte des données financières sur le terrain a nettement diminué. Les processus ont été simplifiés et rendus faciles à transmettre, à appliquer et à suivre. Enfin, le temps passé avec les clients a également diminué d'au moins 40 %, en particulier pour les opérations suivantes : enregistrement du client, ouverture de compte, demande de prêt, décaissement ou remboursement.

# Avantages des clients depuis le projet de digitalisation (1)

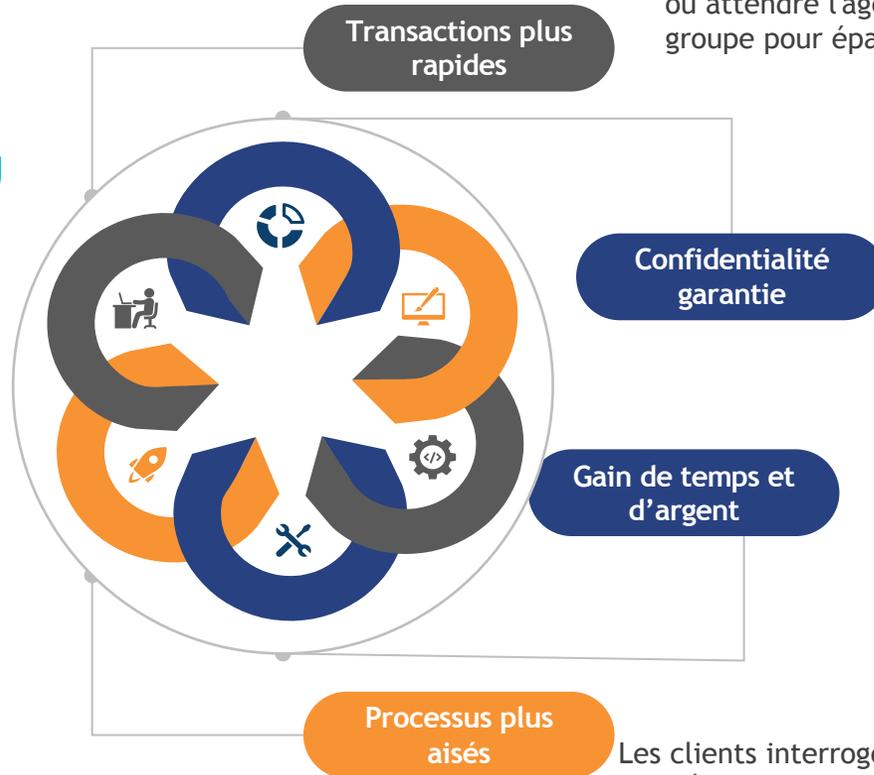
La possibilité d'effectuer des transactions et d'accéder à des informations sur les comptes à distance a apporté une réelle valeur ajoutée aux clients.

“ Avec les services B2W/W2B je peux sécuriser mon argent après mes ventes en le transférant depuis mon portefeuille mobile vers mon compte ASSILASSIME avant de rentrer chez moi. Je peux ainsi limiter les agressions et les pertes potentielles. ”

Dominique à Zanguéra.

“ Uniquement grâce à mon abonnement aux services B2W/W2B, je reçois des notifications par SMS pour chaque opération effectuée sur mon compte, que ce soit en agence ou par l'agent. Les messages donnent le détail de la transaction et l'état du compte, sauf pour le remboursement d'un prêt. Cependant, j'apprécie beaucoup d'avoir toutes ces informations sans avoir besoin de me rendre dans une agence. ”

Kokou, vendeur de vêtements à Agoe.



Les clients trouvent qu'il est plus facile d'épargner car ils n'ont pas besoin de se rendre dans une agence. Ils peuvent utiliser les transferts B2W/W2B ou attendre l'agent mobile sur leur lieu de travail ou lors d'une réunion de groupe pour épargner.

Les clients apprécient la confidentialité et la sécurité de leurs interactions avec les agents. Ces derniers les rencontrent dans les lieux qu'ils préfèrent, où personne d'autre ne peut les voir. Il en est de même pour les services B2W/W2B, qui permettent aux clients de transférer de l'argent entre leurs comptes bancaires et leurs portefeuilles mobiles en toute quiétude et confidentialité.

En travaillant avec les agents mobiles, les clients réduisent les dépenses de transport vers l'agence car ils n'ont plus besoin de s'y rendre régulièrement. Ils peuvent bénéficier des services à l'endroit qui leur convient le mieux. Cela leur permet également de gagner du temps et de se concentrer davantage sur leurs activités.

Les clients interrogés ont apprécié la flexibilité de l'épargne et de la demande de prêt par l'intermédiaire de l'agent mobile. Ils apprécient le fait qu'il n'est pas nécessaire de se rendre dans une agence pour obtenir un prêt ou effectuer un dépôt, ce qui leur permet de gagner du temps et de s'épargner des tracas (y compris une insécurité potentielle).

“ J'ai connu les services B2W/W2B (GASSI-ASSI) quand je suis allé à l'agence pour retirer l'argent de mon dernier prêt. L'agent m'a demandé si je connaissais ces services. J'ai répondu par la négative. Il m'a alors inscrit et m'a formé à l'aide d'une série de vidéos diffusées sur la télévision de l'agence. Depuis, je peux utiliser les services et effectuer mes dépôts sans problème. ”

Dede, tailleur à Agoe.

# Avantages des clients depuis le projet de digitalisation (2)

Le travail des agents mobiles sur le terrain et la formation ont eu un impact positif sur la vie des clients..



## Amélioration du niveau de vie

- Création de richesses grâce à l'expansion des activités génératrices de revenus.
- Amélioration des rendements agricoles grâce aux prêts obtenus.
- Réduction de la précarité grâce à l'épargne quotidienne.
- Amélioration du pouvoir d'achat et de la capacité à contribuer aux dépenses familiales, telles que le paiement des frais de scolarité et de la pension alimentaire.



## Amélioration de la culture financière et de la discipline financière personnelle

Capacité à gérer séparément le revenu personnel et le chiffre d'affaires de l'entreprise.

- Amélioration de la prise de décision et des choix financiers.
- Capacité à déterminer le niveau de prêt nécessaire en fonction de la capacité de l'entreprise.



Mon rêve était de créer une entreprise d'élevage de porcs et de les élever. Grâce au prêt que j'ai reçu d'ASSILASSIME, à la formation mensuelle et aux conseils d'autres femmes de mon groupe qui exerçaient déjà cette activité, j'ai pu sécuriser ma vie. De femme au foyer en difficulté, je suis devenue une épouse respectée. Je peux également contribuer aux dépenses du foyer et soutenir mon mari. De plus, je n'ai pas besoin de me rendre à l'agence à chaque fois pour faire mes dépôts et préparer mon prochain prêt. L'agent vient régulièrement à nos réunions de groupe pour collecter notre argent. Je lui fais confiance. Assilassime m'a trouvé et a changé ma vie.

Ablavi, d'Anie (une zone rurale du Togo)



# Talpe, la vendeuse de charbon à la pointe de la digitalisation



Talpe a grandi dans une famille d'agriculteurs au Togo, où elle a dû quitter l'école très tôt et vendre des denrées alimentaires pour aider sa famille à survivre. À l'âge adulte, elle s'est lancée dans le commerce du charbon de bois et est devenue cliente d'Assilassime il y a cinq ans. Avec l'aide de Assilassime leur aide, elle a développé son activité et est devenue grossiste en charbon de bois. Elle a également créé une autre entreprise et construit une nouvelle maison pour sa famille. Elle a continué à financer l'éducation de ses enfants et est devenue un modèle et un mentor pour les autres femmes de sa communauté. Son travail acharné et sa persévérance ont porté leurs fruits et elle a atteint l'indépendance financière et une renommée sociale la reconnaissance sociale.

Elle a déjà contracté cinq crédits auprès d'Assilassime. Le premier crédit était de 150 000 F CFA, et l'actuel crédit qu'elle doit rembourser en 1 an atteint 1 million. Elle utilise les services de mobile money (T-money et Flooz). Elle participe à des réunions de groupe tous les 28 du mois, où elle fait des économies régulières et peut envoyer et retirer de l'argent facilement grâce aux services de B2W et W2B d'Assilassime. Elle peut également consulter le solde de son compte en temps réel. Elle dispose d'un réseau personnel de clients et de bonnes compétences en matière de gestion de trésorerie et de marketing. Elle n'a pas besoin de fermer son entreprise pour se rendre à l'agence pour effectuer des transactions, car elle peut le faire par l'intermédiaire de Gassi-Assi (B2W/W2B).

Cependant, elle est également confrontée à des défis tels que la difficulté d'accéder à des prêts via son portefeuille mobile et l'instabilité du réseau, entraînant parfois certains échecs de transactions B2W/W2B.

*"J'ai acquis des compétences en matière de gestion des stocks, de promotion des produits et de fidélisation des clients. J'ai fait de l'épargne une habitude et une priorité pour mon entreprise, et malgré l'augmentation du coût des produits, mon entreprise a évolué. Je suis partie de rien et j'ai réussi à m'imposer dans ma communauté."*

# Yawavi, l'agricultrice engagée et ambitieuse



Yawavi a rejoint ASSILASSIME après avoir entendu le témoignage de sa voisine. Elle avait besoin d'un prêt pour démarrer une nouvelle activité parce qu'elle avait des problèmes de logement et que les affaires de son mari étaient en difficulté. Après avoir contacté ASSILASSIME, elle et un groupe d'autres femmes ont été formées aux cinq piliers d'ASSILASSIME pendant trois mois. Après la formation, elle a obtenu un prêt de 50 000 F CFA, remboursable en six mois, qu'elle a investi dans le commerce du soja. La formation qu'elle a reçue l'a aidé à gérer les risques de son activité.

*"J'ai décidé d'investir tout l'argent dans la culture du soja. J'ai divisé les 50 000 F CFA entre cinq producteurs de soja pour limiter le risque de non livraison des marchandises."*

Pendant la durée du prêt, elle a continué à bénéficier des conseils et des formations d'Assilassime en mettant en pratique ce qu'elle apprenait. Elle a eu la chance de recevoir tous les sacs de soja qu'elle avait commandés aux agriculteurs et les a vendus au prix de 30 000 F CFA chacun.

*"Je suis restée concentrée et j'ai gagné 150 000 F CFA à partir de 50 000 F CFA. Cela m'a permis de rembourser la totalité du prêt en seulement quatre mois. J'étais déterminée à réussir."*

Elle a obtenu un nouveau crédit et a pu épargner plus régulièrement grâce au service Gassi-Assi. Elle a pu développer son activité et augmenter ses stocks. Aujourd'hui, elle peut subvenir aux besoins de ses enfants, notamment payer leurs frais de scolarité et leurs frais médicaux, et subvenir aux besoins de sa famille.

*"ASSILASSIME est un véritable partenaire. Ils vous soutiennent dans les moments difficiles. Ils offrent une formation et des conseils pour vous aider à surmonter les difficultés. Mais ce n'est pas tout. Vous comprenez que vous pouvez partir de rien pour arriver à la réussite. Il faut croire en soi et en ses capacités".*

# Principaux défis (1)

## Mise en évidence des problèmes liés à la mise en œuvre du projet

Défis

### Retard de livraison de la solution B2W/W2B.

ASSILASSIME a engagé un prestataire technique pour développer un module pour le système bancaire central qui permettrait d'offrir des services B2W/W2B. Cependant, le prestataire n'a pas réussi à fournir la solution de manière efficace, même après six mois de travail.

### Manque de personnel qualifié

Lorsque le projet a démarré, ASSILASSIME ne disposait pas de toutes les ressources humaines techniques nécessaires pour l'exécuter efficacement (en termes de gestion de projet, de contrôle de la qualité, de gestion des risques, etc.)

### Difficulté à recruter des utilisateurs pour les services digitaux.

ASSILASSIME n'avait pas mené d'étude de marché appropriée pour comprendre en amont les besoins de ses clients avant d'entamer le processus de digitalisation. L'institution a eu des difficultés à faire vendre ses services à ses clients, en raison des arguments de vente limités.

1

2

3

Solutions

Pour résoudre ce problème et poursuivre son parcours de digitalisation, ASSILASSIME a engagé un autre développeur pour finaliser les travaux. Par contre, le premier prestataire qui n'avait pas pu finaliser le processus B2W/B2W s'est chargé de mettre au point une API pour faciliter le développement de la nouvelle solution et la communication avec le système bancaire central dont il était le fournisseur.

ASSILASSIME a recruté des consultants externes pour gérer le projet.

Pour attirer plus d'utilisateurs vers ses services, ASSILASSIME a utilisé des canaux digitaux pour conduire les sessions d'éducation financière, et expliquer les avantages et les caractéristiques de ses produits. La promotion a été faite par ses employés, dont la tâche était d'informer et d'encourager les clients à utiliser les services. Une communication similaire a également été fournie aux clients qui se rendaient dans les agences de l'institution.

# Principaux défis (2)

## Mise en évidence des problèmes des agents mobiles sur le terrain

Défis

**Problèmes de réseau pour les agents mobiles qui collectent les cotisations des groupes.**

Dans certaines régions du pays, notamment dans les zones rurales, le réseau et les infrastructures électriques sont limités et rendent ainsi le travail des agents mobiles difficiles lors des collectes pendant les réunions de groupe sur le terrain.

**Longue procédure de vérification des dépôts par téléphone portable.**

Les agents mobiles devaient vérifier le registre d'épargne du groupe avant d'enregistrer les dépôts de fonds, et s'assurer de la conformité entre le registre du groupe et les données de l'application.

**Risque accru d'insécurité et de fraude pour les agents mobiles.**

Les agents mobiles transportent de l'argent liquide pendant leur travail sur le terrain. Le risque de perte suite à un vol ou d'une agression, ou même un détournement par ledit agent, est élevé.

4

5

6

Solutions

ASSILASSIME a fourni une option dans l'application qui permettait de traiter les transactions de dépôt hors ligne. Les transactions sont enregistrées et synchronisées plus tard, lorsque les agents se rendent à l'agence ou lorsqu'ils ont accès à Internet.

Aucune solution n'a été trouvée pendant le projet

ASSILASSIME a demandé à ses agents mobiles de déposer les fonds collectés dans l'agence BOA la plus proche lorsqu'ils atteignaient une certaine limite au cours de leurs visites quotidiennes sur le terrain.

# Principaux défis (3)

## Problèmes liés à l'adoption et à l'utilisation du numérique.

Défis

### Analphabétisation numérique

Certains clients, en particulier dans les zones rurales, ont des difficultés à utiliser le code USSD et les services B2W/W2B. Ils ne comprennent pas leur fonctionnement et éprouvent des difficultés à utiliser l'application. Cette situation les décourage d'utiliser régulièrement l'application.

7

### Manque de communication sur les services.

Certains clients ont déclaré qu'ils ne connaissaient pas les services B2W/W2B parce que les agents mobiles ne voulaient pas les informer de l'existence de ces services. En effet, ces services présentaient une faille qui permettait aux clients de vider leurs comptes par le biais des services B2W/W2B. Certains n'ont pas gardé suffisamment d'argent sur leurs comptes pour payer leurs échéances et sont devenus des clients en retard. Cela a eu un impact négatif sur les performances des agents mobiles.

8

### Perte de confiance dans le digital.

Les clients sont souvent confrontés à des problèmes de réseau qui les empêchent d'utiliser les services B2W/W2B. Cette situation leur fait craindre d'utiliser le service. Ils pensent qu'ils pourraient perdre leur argent en cas de défaillance de connexion ou devenir de mauvais clients parce qu'ils ne respectent pas la date de remboursement..

9

### Non acceptation du coût des services.

Certains clients se sont plaints d'avoir dû payer deux fois pour accéder à leur argent. Ils devaient payer des frais pour retirer l'argent de leur compte ASSILASSIME vers leur portefeuille mobile et d'autres frais pour obtenir l'argent en espèces à partir de leur portefeuille mobile.

10

Solutions

À la fin du projet, ASSILASSIME était encore en train de trouver les bonnes solutions pour relever ces défis.

# Leçons tirées (1)



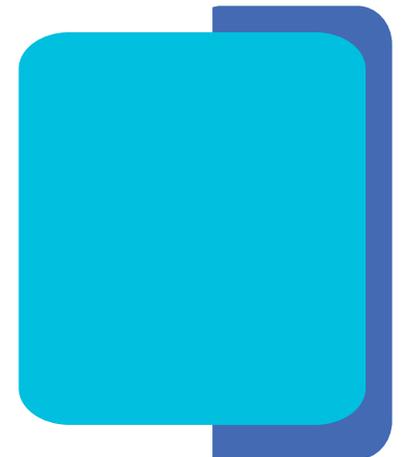
## Importance de l'étude de marché

L'étude de marché et la connaissance des avis des clients pour l'adaptation des produits et services en développement sont des étapes essentielles avant le lancement de tout projet de digitalisation. Elles peuvent contribuer à créer des expériences personnalisées et un excellent service à la clientèle, facteurs clés de la réussite du développement des services financiers. La digitalisation des services financiers nécessite une compréhension approfondie et une prise en compte des besoins des clients.



## Transfert de compétences

L'institution bénéficiaire peut utiliser des ressources externes pour former ses équipes internes aux compétences requises pour le projet. Pour cela, il est stratégique d'affecter des équipes internes dès le début.



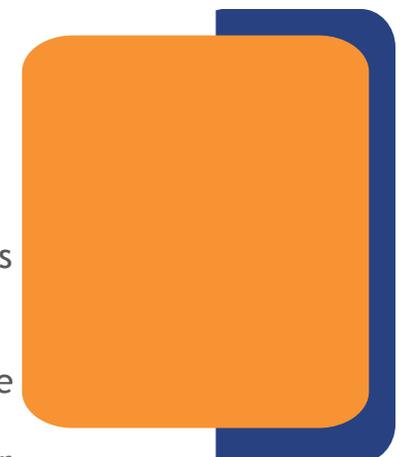
## Planification de l'évolution

La planification de l'évolution des services est importante pour le développement de services financiers numériques tels que B2W/W2B, le SMS Banking, les processus de prêt et d'épargne digitalisés. Cela permet d'anticiper l'infrastructure, les systèmes et les processus nécessaires pour soutenir la croissance sans problèmes majeurs. Il est également indispensable d'acquérir une technologie adaptée au volume de la demande et flexible pour intégrer les changements du marché.



## Connaissance continue du marché

Lorsque l'on est engagé dans la digitalisation, il est essentiel de rester à jour avec les changements technologiques, les évolutions du secteur et les besoins des clients. Un retour d'information régulier de la part des clients et l'analyse des données peuvent aider à améliorer et à ajuster les stratégies pour une croissance à long terme.



# Leçons tirées (2)



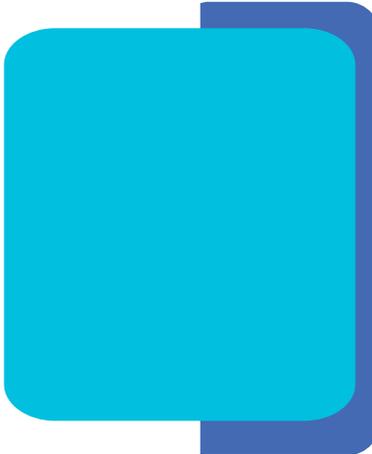
## Accords de partenariats bien conçus

Les partenariats avec d'autres entreprises peuvent être bénéfiques au développement du B2W et du W2B. Ils permettent de partager les ressources et l'expertise afin de créer des solutions innovantes. Toutefois, les spécifications, les responsabilités et les avantages de chaque partenaire doivent être clairement définis avant de commencer.



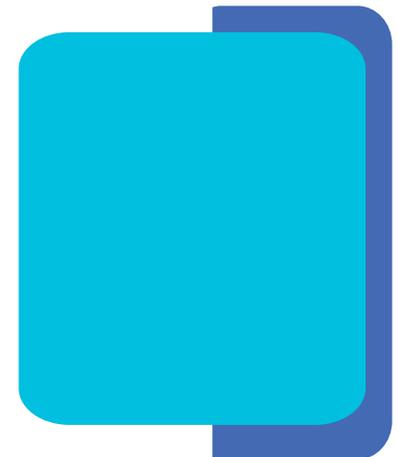
## Les canaux digitaux pour l'éducation financière

L'éducation financière digitale peut permettre d'atteindre un grand nombre de personnes. L'alphabétisation et les compétences digitales sont cruciales pour utiliser les services financiers.



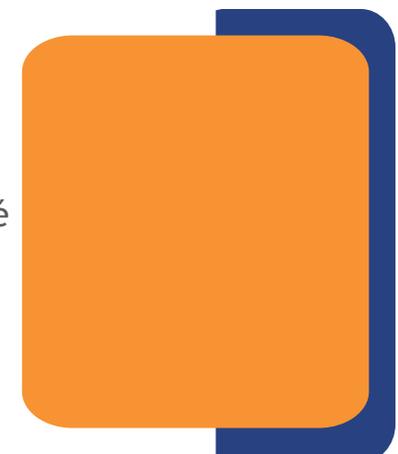
## L'éducation financière améliore la gestion des prêts

L'offre de prêts et de services financiers combinée à une formation à l'éducation financière augmente la capacité des personnes à faibles revenus à améliorer la gestion de leurs prêts et à prendre de meilleures décisions financières.



## Avantage des prêts en groupe

Les prêts de groupe contribuent à réduire le risque de non solvabilité ou de non-remboursement, car les membres se motivent mutuellement et encouragent la discipline et le respect des délais de paiement.



# Principales conclusions

## Importance des études de marché et de la recherche continue.

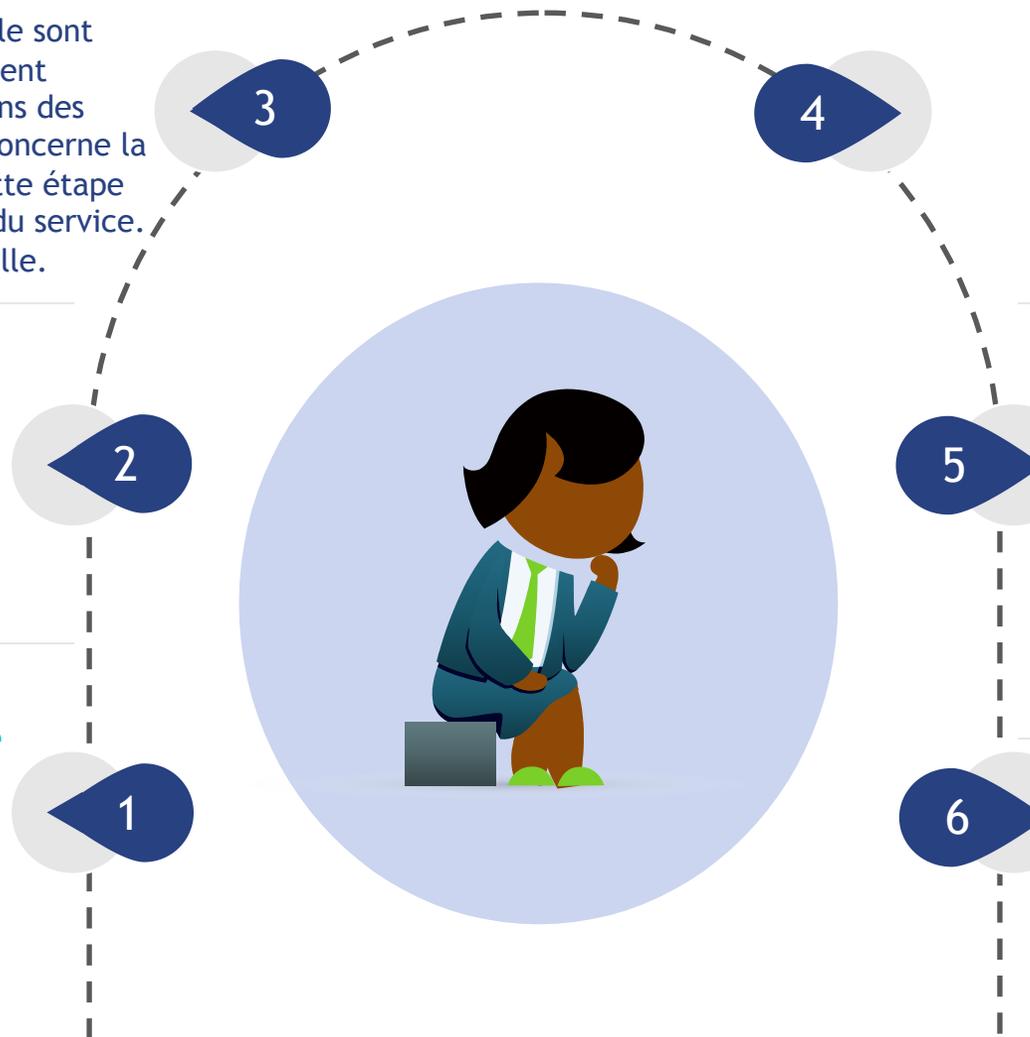
L'étude de marché et l'évaluation institutionnelle sont essentielles avant de lancer un projet. Elles aident l'institution à identifier avec précision les besoins des clients et à y répondre, notamment en ce qui concerne la digitalisation des services financiers. Sauter cette étape pourrait avoir un impact négatif sur l'adoption du service. En outre, l'amélioration continue reste essentielle.

## La digitalisation permet d'élargir les cibles.

La digitalisation des processus et des produits facilite la proximité entre l'institution et les clients. Cela permet d'atteindre un plus grand nombre de populations à faibles revenus.

## L'éducation financière permet aux populations défavorisées de se prendre en charge.

Les modules d'éducation financière aident les clients ASSILASSIME à mieux comprendre les services financiers, à reprendre le contrôle de leurs décisions financières et à mieux planifier leurs finances pour éviter de nombreuses incertitudes.



## L'influence des autres contribue à façonner le comportement financier.

Permettre aux clients d'apprendre à gérer le crédit et à acquérir une discipline au sein du groupe est bénéfique pour ASSILASSIME et ses clients. En effet les clients apprennent davantage de leurs collègues et tirent plus facilement parti de leurs conseils et des leçons tirées de leur expérience.

## La digitalisation peut améliorer la réputation et le positionnement de l'institution.

La digitalisation des processus et des produits d'épargne et de crédit a permis de favoriser le renforcement de la confiance des clients en l'institution. La facilité d'utilisation et le niveau de sécurité (en particulier vis-à-vis des risques physiques) encouragent les clients à rester fidèles et à émettre des témoignages positifs.

## Continuer à se former en permanence.

Des formations de remises à niveau sont nécessaires pour aider les clients à construire leur culture financière et à respecter leurs objectifs.

# Recommandations de MSC pour l'amélioration des performances

Rubriques	Details
Prêts innovants	ASSILASSIME pourrait exploiter l'historique des données de ses clients et développer pour eux des prêts digitalisés accessibles en libre-service.
Promouvoir les services	De nombreux bénéficiaires ont des difficultés avec les processus B2W et W2B en raison de leur analphabétisation numérique. ASSILASSIME doit les former à ces processus et fournir des contenus numériques en langues locales, tels que des vidéos et des audios. Par exemple, ASSILASSIME peut utiliser des écrans de télévision dans ses agences. ASSILASSIME doit également promouvoir davantage ses services sur les radios locales et lors de réunions de groupe.
Coût des services B2W/W2B	Certains clients ont déclaré que les services B2W/W2B étaient trop chers pour eux. Ils doivent payer des frais pour les services B2W et W2B et pour les retraits d'espèces auprès de n'importe quel agent T-money et Floopz. Il est nécessaire d'expliquer aux clients pourquoi ils doivent payer pour ces services afin d'éviter les frustrations.
Communication	Le manque de communication sur les nouveaux services se fait de plus en plus sentir, en particulier dans les régions rurales. Il serait important de promouvoir ces services dans les groupes communautaires et de fournir des explications détaillées aux clients. Des supports de communication imagés à utiliser lors des tournées de présentation régulières pourraient également être utilisés. ASSILASSIME devrait également contrôler le travail des agents mobiles sur le terrain en faisant des enquêtes mystères occasionnelle auprès des clients et des vérifications impromptues. Ils devraient également s'attaquer aux problèmes de réseau susceptibles d'empêcher la réussite des transactions B2W/W2B afin d'éviter les déceptions de la part des clients en engageant des discussions avec les opérateurs mobiles concernés pour évaluer la possibilité d'une amélioration de connectivité dans les zones couvertes; mais aussi en encourageant les clients à effectuer des paiements en avance pour éviter les impayés dus aux soucis de connexion de dernière minute.
Identification des clients lors des réunions de groupe	Lors de la collecte d'argent pendant les réunions de groupe, il est difficile pour les agents de savoir la somme contribué par chaque membre du groupe. La mise en place de cartes NFC pourrait permettre d'identifier facilement les individus ce qui rendrait les collectes plus efficaces.
Gestion des espèces par les agents	Il est essentiel de planifier et de développer un plan de gestion des espèces pour les agents mobiles sur le terrain afin d'accroître leur sécurité et d'améliorer leur productivité. Il est nécessaire de mettre en place des services de mobile money et des super agents partenaires (points d'encaissement de liquidités).
Optimisation du processus de collecte sur le terrain	Malgré la digitalisation du processus, les agents mobiles passent encore beaucoup de temps sur le terrain lors des réunions de groupe en raison de la double vérification qu'ils effectuent (vérification des groupes et des livrets de leurs membres et enregistrement en ligne des dépôts). Il pourrait être plus efficace d'annuler les contrôles physiques des livrets. De même, l'ajout d'une étape d'impression à la fin du processus pourrait remplacer les anciens contrôles.

# Membres et partenaires de la SCBF

La SCBF a co-financé des projets dans 50 pays

L'inclusion financière conduit à une plus grande autonomisation économique et a un impact direct sur de nombreux Objectifs de Développement Durable (ODD), tels que l'égalité des sexes, la bonne santé et l'action climatique. Depuis le lancement des ODD en 2016, les projets d'inclusion financière de la SCBF ont contribué à 12 des 17 ODD.

Partenaires stratégiques	<p><b>188</b> Projets financés</p>	<p><b>19.8 Millions CHF</b> Subventions investies dans des projets par la SCBF et des partenaires stratégiques</p>
	<p><b>132</b> Partenaires du secteur financier soutenus</p>	<p><b>60</b> Prestataires d'assistance technique</p>
	 <p>Schweizerische Eidgenossenschaft Confédération suisse Confederazione Svizzera Confederaziun svizra</p> <p>Swiss Agency for Development and Cooperation SDC</p>	 <p>برنامج الخليج العربي للتنمية - أجفند</p>  <p>Swiss Re Foundation</p>

## Members



Source: SCBF

