

## CÔTE D'IVOIRE RÉSUMÉ ANALYTIQUE

# Stimuler la numérisation des paiements marchands : des clients aux fournisseurs



NOVEMBRE 2021



Ministère de l'Economie  
et des Finances



## Auteurs

Caroline Tioman, Patrice Brou et Alan Beugré, Agence de Promotion de l'Inclusion Financière de Côte d'Ivoire.

Jean Pascal Mvondo et Sonia Annoussamy, Better Than Cash Alliance.

Ce Guide d'Orientation a été réalisé dans le cadre de la mise en œuvre de la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière de l'Etat de Côte d'Ivoire par l'Agence de Promotion de l'Inclusion Financière (APIF-CI) et les équipes de la coalition onusienne l'Alliance Better Than Cash.

Elle a bénéficié de la contribution active du **Policy Accelerator de UNCDF**, des entreprises du secteur privé et des prestataires de services financiers numériques. Elle identifie les barrières au développement du paiement marchand (ou commerçant) et les initiatives publiques et / ou privées lancées par les différents acteurs de l'écosystème. Les données auxquelles il est fait référence dans le présent guide ont été transmises par les entreprises participantes.

L'analyse et les recommandations de cette recherche s'appuient sur les principes de l'ONU pour le développement d'écosystèmes responsables pour les paiements numériques de Better Than Cash Alliance.

Photo de couverture : © Vystekimages

## AVANT-PROPOS



Développer un écosystème favorisant l'usage du numérique et permettant de réduire le numéraire en circulation est une nécessité pour atteindre les objectifs de l'inclusion financière des populations y compris celles exclues du système financier classique.

Les solutions de paiement électronique chez les petits marchands ont la particularité d'accélérer l'inclusion financière à travers la diversification de l'offre des services financiers. Celles-ci favorisent le développement de solutions financières conçues pour les consommateurs et les Petites et Moyennes Entreprises (PME). En outre, le bon usage des systèmes et moyens de paiements par l'ensemble des acteurs de l'écosystème tend à faciliter les transactions et à assurer leur sécurisation.

Même si les paiements numériques semblent être un canal privilégié, seule une minorité, soit moins de 20 % des marchands en Côte d'Ivoire l'utilisent fréquemment lors de leurs transactions.

Ce constat révèle l'existence de barrières structurelles qui ralentissent la mise à l'échelle de l'adoption des paiements numériques aussi bien par les individus que par les PME et généralement les acteurs du secteur informel.

Malgré les progrès récents enregistrés en Côte d'Ivoire avec plus de 1,4 milliard de FCFA de paiements électroniques en valeur en 2019, représentant 87 % des paiements marchands mobiles de l'UEMOA, de nombreux défis restent à être relevés sur le plan national par les secteurs public et privé.

Conscient de l'ampleur de ces défis, le Gouvernement ivoirien a inscrit la promotion du développement et de l'utilisation des produits et services financiers numériques au nombre de ses actions prioritaires au titre de l'année 2021. Cette volonté est d'ailleurs affirmée à travers le plan d'actions de la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière 2019-2024 qui cible un taux de pénétration de la finance numérique de 60 % en 2024 contre 40 % en 2017.

S'inscrivant dans la vision du Gouvernement et conformément à son mandat, l'Agence de Promotion de l'Inclusion Financière de Côte d'Ivoire (APIF-CI) a initié l'élaboration de ce guide d'orientation en vue de l'adoption des paiements électroniques chez les petits marchands.

Ce guide d'orientation est le résultat d'un processus participatif caractérisé par plusieurs entretiens conduits auprès d'acteurs nationaux et internationaux impliqués dans le domaine des paiements numériques.

Je voudrais remercier l'Alliance Better Than Cash pour son appui constant à l'exécution du plan d'actions national sur la finance numérique et particulièrement pour la réalisation de ce guide d'orientation. Je remercie également toutes les parties prenantes ayant contribué, à quelque niveau que ce soit, à son enrichissement.

Notre engagement à œuvrer à la mise en œuvre des orientations en faveur de la promotion des paiements électroniques chez les marchands en Côte d'Ivoire reste entier.

**Par conséquent, j'invite tous les acteurs à s'approprier ce guide qui est désormais le cadre de référence devant permettre ensemble de relever chacun des défis identifiés.**

**ADAMA COULIBALY**

Ministre de l'Economie et des Finances

**Les femmes commerçantes jouent un rôle moteur dans l'économie ivoirienne. En effet, près de 87 % de l'activité économique est généré dans l'informel. Or plus de 6 activités de commerce sur 10 sont tenues par une femme.**<sup>1</sup>

Le développement des paiements marchands offre une opportunité de renforcer l'autonomisation financière et la contribution économique des femmes. Cela permet aussi bien de répondre aux objectifs du Plan National de Développement 2021-2025 (PND<sup>2</sup>) du pays<sup>3</sup> et à l'amélioration des Objectifs de Développement Durable<sup>4</sup> (ODD).

Les **commerçants sont les points de contact quotidien des populations**. Ils deviennent ainsi des **chaînon critiques dans l'adoption des paiements digitaux**. Les petits commerçants ont tendance à servir les clients qui sont eux-mêmes exclus ou mal servis financièrement. Ils deviennent ainsi les moteurs de l'inclusion financière.

**La Côte d'Ivoire a fait des progrès significatifs ces dernières années. D'après la Banque Centrale (BCEAO), au regard des acteurs de l'offre, le taux d'inclusion financière du pays atteint les 78 %<sup>5</sup> en 2019 et il est porté par l'adoption du mobile money.**

Il y a une réelle opportunité de continuer à stimuler l'accès aux services financiers formels pour certains segments de la populations en particulier : les femmes, les jeunes, les TPE et PME ainsi que les acteurs de l'informel, du monde rural et du secteur agricole.

Les résultats observés peuvent continuer à s'améliorer eu égard à l'attitude volontariste du Gouvernement ivoirien **qui a été le premier pays de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africain (UEMOA) à adopter la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière (SNIF 2019-2024) en mai 2019 et à créer une agence dédiée pour son opérationnalisation**. L'objectif du pays est clair : booster davantage une inclusion financière responsable et qui bénéficie à tous les segments de la population : hommes, femmes, jeunes ainsi qu'à tous les secteurs prioritaires. La coordination de cette stratégie et sa déclinaison sont assurées par l'Agence de Promotion de l'Inclusion Financière de Côte d'Ivoire (APIF-CI).

Dans le cadre de l'exercice de son mandat, l'Agence de Promotion de l'Inclusion Financière a été appuyée par l'Alliance Better Than Cash dans la mise en œuvre de la feuille de route d'inclusion financière nationale et en particulier sur la priorité n°2.1, portant sur la promotion des paiements numériques des commerçants.

---

**36 % des marchands** font face à un problème technique lors d'un paiement marchand par carte

MICROSAVE, 2018





---

**6 commerces sur 10 sont tenus par des femmes.** Elles sont principalement actives dans le secteur informel qui représente **87 % de l'économie ivoirienne.** Leur inclusion financière renforcerait leur contribution à la relance économique.

MINEFI, 2017

---

**> 30 % des paiements digitaux de l'UEMOA en valeur sont faits en Côte d'Ivoire**

BCEAO, 2019

Les paiements marchands via mobile money s'établissent à 13 % en valeur là où ceux effectués par carte sont à 8 %.<sup>6</sup> La majorité des transactions est principalement assurée par **les réseaux de marchands structurés qui génèrent de gros volumes d'opérations et qui disposent de la trésorerie, de la documentation légale et des connaissances** pour bénéficier pleinement de ce type de service. Si l'inclusion des grands commerçants est effective, il faut encore **l'étendre aux PME et petits marchands**, qui utilisent fortement les espèces et qui méconnaissent le service.

D'après l'étude qualitative menée par Microsave en 2018, les données de la présente recherche, les petits marchands ivoiriens reconnaissent la **sécurité** et la **commodité des paiements digitaux**.

Au rang des principales barrières les marchands évoquent : les **procédures d'enregistrement complexes**.

**Ensuite du point de vue des technologies d'acceptance**, les marchands soulignent : le **coût d'acquisition et de location des TPE, les commissions**. Ces difficultés sont aggravées par **les problèmes de connectivité, le manque de suivi après-vente et l'absence d'interopérabilité**. Cela a aussi comme effet **de désinciter la clientèle à payer de manière digitale chez les petits commerçants**.

Dans ce contexte, ces difficultés ont un retentissement fort sur les niveaux des marges des commerçants dans les activités d'affaires. En effet outre l'enjeu sur les marges, cela pourrait également entraîner **des tensions de trésorerie**. De plus, la capacité de pouvoir rapidement convertir son argent digital en espèce **sans payer de forte commission ou sans subir le manque de liquidité des agents** est essentielle dans un contexte où les fournisseurs de ces petits commerçants sont, pour la plupart, eux aussi issus du secteur informel, et n'acceptent pas systématiquement le paiement digital. **Une approche inclusive qui prenne en compte toute la chaîne de valeur : du client, au petit commerçant jusqu'au fournisseur est indispensable pour stimuler l'adoption des paiements digitaux**.

Plusieurs initiatives du marché ont été relevées démontrant l'intérêt des Fournisseurs de Services Financiers<sup>7</sup> pour les petits marchands. Par exemple, **l'avènement du QR code** devrait contribuer à faciliter l'expérience client et marchand, **les offres d'agrégation cartes** et **mobile money** ainsi que **le projet d'interopérabilité régionale de la Banque Centrale** devraient répondre à une partie des frustrations.

Ce Guide d'Orientation formule des recommandations à destination du secteur public et des fournisseurs de services financiers en particulier.

---

**Le dynamisme du secteur privé en marche : 72 % des initiatives** identifiées sur le marché pour faire face à ces défis sont portées par le secteur privé avec le leadership conjoint du secteur public

SOURCE : DONNÉES DE L'ÉTUDE

---

**Point de vigilance :** Les commissions appliquées sur les paiements digitaux peuvent **varier de 0.5 % à 3 %** et les délais de compensation peuvent atteindre **3 semaines de traitement**

SOURCE : DONNÉES DE L'ÉTUDE

A titre d'exemple, le Guide d'Orientation recommande une **segmentation plus fine des commerçants par les fournisseurs de services financiers**, qui permettrait de déployer une proposition de valeur en lien avec ses réalités. L'offre actuelle étant générique pour l'ensemble des marchands, les PME et petits marchands ne voient pas de réponse concrète à leurs problématiques de documentation légale, de gestion opérationnelle, de rétention client et d'accès aux financements. Cette approche segmentée suppose par exemple de repenser **l'identification (les exigences de KYC) des PME, TPE micro-marchands** pour qu'elles puissent bénéficier de l'écosystème financier, tout en limitant les risques et en les accompagnant vers la formalisation. **Par ailleurs, en prenant en compte que les femmes sont deux fois plus présentes que les hommes dans les activités de commerce (32 % de femmes vs 14 % d'hommes<sup>8</sup>)**, une **approche par le genre** serait d'autant plus impactante que le développement du paiement marchand chez des commerçantes aurait un impact significatif sur l'usage des paiements digitaux par les femmes en général.<sup>9</sup>

Comme autre exemple, le Guide d'Orientation recommande la mise en place d'une **révision concertée de la structure tarifaire par le gouvernement et les fournisseurs de services financiers** pour la rendre plus attractive, et moins inspirée par le modèle classique de carte. Des **incitations** pourraient être mises en œuvre par le secteur public afin d'amorcer l'adoption. Sur ce marché en pleine mutation, les acteurs publics et privés auront chacun leur partition à jouer et gagneront à travailler en collaboration pour répondre à ces enjeux.

Afin de renforcer ses recommandations, le Guide d'Orientation confronte également les problématiques ivoiriennes aux expériences et bonnes pratiques du marché à l'international, afin de proposer des pistes pour le secteur public et les fournisseurs de services financiers en vue de développer les paiements marchands responsables auprès des PME et TPE.

**Du point de vue des sources de données**, ce Guide d'Orientation s'appuie sur une série d'entretiens menés avec les représentants clés du secteur public ainsi que les acteurs privés de l'écosystème de paiements en Côte d'Ivoire. Il exploite aussi les travaux de collecte de données pilotés par d'autres institutions comme le CGAP ou encore Microsave<sup>10</sup> représentant ensemble plus 348 commerçants interviewés. Cela a permis de dresser les barrières à l'adoption du paiement marchand en analysant les besoins et les points de frustrations des clients et des marchands.

---

**52 % des barrières à l'adoption des paiements digitaux** par les petits marchands concernent les technologies d'acceptance et les niveaux de formalisation requis pour satisfaire aux exigences réglementaires



**Fort intérêt pour l'adoption : 86 % des commerçants citent la gestion de la monnaie comme le principal problème du cash**

MICROSAVE, 2018

Dans une perspective chaîne de valeur, **les flux marchands étudiés portent sur les transactions P2B (personne à entreprise) et B2B (entreprise à entreprise). Notons que le P2P (personne à personne) est aussi utilisé pour des paiements marchands informels.** Les paiements on-line n'ont pas été abordés dans cette étude.

Les barrières et initiatives identifiées dans le cadre de ce Guide d'Orientation ont été classifiées **selon le référentiel identifié par le Financial Inclusion Global Initiative<sup>11</sup>** (FIGI), permettant ainsi à l'Agence de Promotion de l'Inclusion Financière de Côte d'Ivoire (APIF-CI) et à la communauté des experts en Finance Inclusive de s'approprier plus rapidement les concepts et d'identifier les exemples à l'international qui pourraient inspirer les modèles à mettre en place en Côte d'Ivoire.

**Classification FIGI des 6 barrières structurelles à l'adoption du paiement marchand :**

<b>INTITULÉ DE LA BARRIÈRE</b>	<b>EXPLICATION</b>
<b>Proposition de Valeur Marchande</b>	Proposition de valeur inadéquate pour les commerçants, notamment liée à une conception inadéquate des produits
<b>Faiblesse des modèles de cartes traditionnels</b>	Faiblesse des modèles de cartes traditionnels et modèles économiques peu / pas rentables et peu / pas attrayants
<b>Demande Client</b>	Demande Client faible / insuffisante
<b>Distribution</b>	Modèles de distribution inefficients pour atteindre des marchands en zones complexes / difficiles d'accès
<b>Infrastructure technologique et environnement réglementaire</b>	Infrastructure technologique, environnement réglementaire insuffisant pour développer les paiements électroniques
<b>Formalisation des entreprises</b>	Réticence des commerçants à se formaliser

# BARRIERES A L'ADOPTION DES PAIEMENTS MARCHANDS EN COTE D'IVOIRE

### Une demande faible



- » **Le cash reste le principal mode de paiement des commerçants**  
Facilité d'utilisation, commodité, moins cher
- » **Méconnaissance et manque d'intérêt des clients pour le service.**<sup>12</sup>



**59 % des clients** déclarent ne pas connaître ou ne pas savoir comment utiliser un paiement marchand.

**47 % des clients** ne voient pas de raison d'utiliser le service.



- » **Manque de confiance**  
Les clients ne font pas confiance aux points marchands, lorsqu'ils ne font pas partis d'un réseau structuré.<sup>13</sup>

### Un modèle tarifaire peu attractif



- » **Un modèle d'acceptance carte non adapté pour les PME**  
Un modèle « perdant - perdant »
- » **Une proposition tarifaire peu attractive sur le mobile money**  
Mais moins cher que l'acceptance carte



## KYC non adaptés aux petits commerçants

- » **Des KYC non adaptés à la réalité des PME et TPE**  
Une documentation lourde à réunir, inexistante avec une réticence à se formaliser

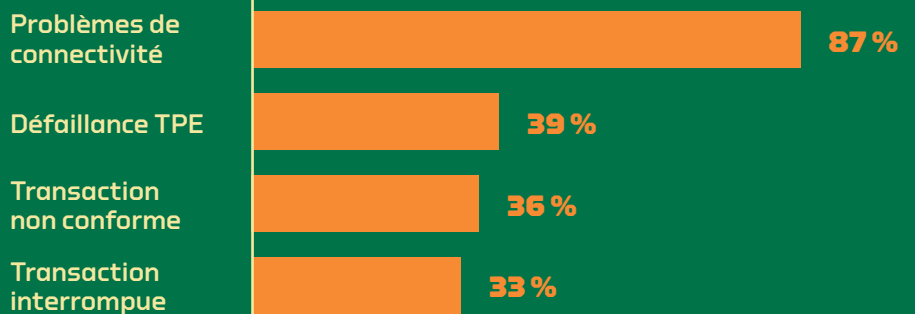


## Une proposition de valeur qui ne convainc pas les marchands à abandonner le cash

- » **Offre « unique »**  
Pas de spécificités développées pour les différentes catégories de marchands, aux besoins différents
- » **Faible valeur ajoutée des services de paiements marchands pour les PME / TPE**  
La proposition actuelle n'incite pas les marchands qui ont des attentes au-delà du simple paiement marchand à abandonner le cash
- » **Des problèmes de trésorerie liés aux délais de compensation longs et aux problèmes de liquidité pour convertir le mobile money en cash**
- » **L'absence d'interopérabilité qui limite les usages et qui freine l'adoption**  
Plusieurs technologies et des parcours clients différents : TPE, NFC, QR Code, App de paiement, Tag...
- » **Des pertes de revenus directement issues de problèmes techniques des outils d'acceptance cartes<sup>14</sup>**

### 36 % des marchands

font souvent face à des problèmes techniques lorsqu'ils effectuent un paiement marchand. Parmi les problèmes rencontrés :



# RECOMMANDATIONS POUR LE DEVELOPPEMENT DES PAIEMENTS MARCHANDS RESPONSABLES EN COTE D'IVOIRE



## Stimuler la demande : S'appuyer sur les marchands comme moteurs de l'inclusion financière

### SECTEUR PUBLIC

- » Développer la demande en accélérant l'adoption des paiements digitaux - l'Etat pourrait envisager l'adoption d'un décret sur la numérisation des paiements gouvernementaux, la révision de la loi n°2004-15 du 4 juin 2004 réduisant le montant de référence fixé à 100 000 FCFA
- » Renforcer la sensibilisation en intégrant la dimension des paiements marchands dans le PNEF
- » Développer des incitations à l'usage des paiements digitaux côté clients et marchands en collaboration avec l'ensemble des acteurs de l'écosystème

### SECTEUR PRIVÉ

- » Renforcer le rôle des marchands dans la sensibilisation des clients
- » Cibler les femmes commerçantes pour développer l'usage des paiements électroniques et l'adoption par les femmes
- » Développer des canaux d'acquisition spécifiques, particulièrement en zone rurale
- » Renforcer la proposition de valeur pour les clients



## Développer la proposition de valeur et un produit plus robuste pour répondre aux problèmes de chaque typologie de marchands et renforcer la confiance

### SECTEUR PUBLIC

- » Encourager les groupes de travail entre les acteurs du secteur (FSP, microfinance, agrégateurs, Fintech) afin de favoriser les partenariats et la construction d'offres pertinentes pour répondre aux frustrations des marchands
- » Encourager la participation des acteurs Fintech dans les initiatives gouvernementales  
Ex : Associer l'initiative de la Carte commerçant à de larges outils d'acceptance : cartes, mobile money, agrégateurs

### SECTEUR PRIVÉ

- » Rendre le produit de paiement marchand plus robuste en termes de fiabilité, de délai de compensation et d'accès au cash, d'interopérabilité, de règlement de litige afin de renforcer la confiance  
Améliorer l'expérience client pour développer l'usage
- » Développer une approche par segmentation de clients, permettant d'identifier les cibles de marchands de manière plus fine, et de prioriser les services à valeur à mettre en place
- » Investir sur le développement de services à valeur en dehors du paiement strict : outils de marketing et de rétention client (promotions, cash back,...) ; outils d'efficacité opérationnelle (suivi des ventes, inventaire,...) et aides aux financements (avances de fonds, crédits, prêts,...)



## Rendre le modèle de tarification plus attractif

### SECTEUR PUBLIC

- » La BCEAO pourrait étudier des pistes pour dynamiser le modèle économique du paiement marchand, en réunissant les acteurs du marché afin d'évaluer l'impact de la mise en place d'initiatives comme le plafonnement et les subventions des commissions. Ces analyses devront être menées avec l'ensemble des parties prenantes pour assurer l'équilibre financier du secteur et s'engager dans une réforme à impact durable.

### SECTEUR PRIVÉ

- » La segmentation des marchands permettrait la mise en place d'une structure dynamique des commissions, définie en fonction de la typologie du marchand et de son stade de maturité dans l'usage des paiements digitaux. Un système par palier, par volume ou encore par lot de transactions pourrait être étudié.



## Analyser l'opportunité de mettre en place des KYC spécifiques aux marchands afin de développer l'inclusion des PME, et micro - TPE

### SECTEUR PUBLIC

- » Cette approche permettrait un traitement équitable de tous les commerçants et leur donnerait accès au système financier formel. Elle pourrait être envisagée dans le cadre de l'instruction 008-05-2015 régissant les conditions et modalités d'exercice des activités des émetteurs de monnaie électronique dans l'UEMOA, qui ne prévoit pas le statut de commerçant à part entière.
- » Une analyse de risques permettrait de fixer le niveau de documentation requis et les seuils de transactions adaptés pour cette cible de commerçants.

## Remerciements

**Les auteurs souhaitent remercier les représentants du Gouvernement ivoirien** en particulier Adama COULIBALY, Ministre de l'Economie et des Finances.

**L'équipe technique de l'Agence de Promotion de l'Inclusion Financière de Côte d'Ivoire (APIF-CI) et Better Than Cash Alliance :** Nassif Adebayo TOUKOUROU, Théophile OKOUBI, Marie-Xavier KOUASSI. **Les membres du Groupe de Travail pour la Finance Digitale :** Lassina KONATE (Ministère de l'Economie Numérique), Ghislain LAGARDE (Poste de Côte d'Ivoire), Hadjaratou BAMBA (ART-CI), Kassoum COULIBALY (CARE), Lanciné COULIBALY (Orange CI), Ibrahim DIOUF (APSPD-CI), Baguia EL ALLASANE (UNPD), Hugues FRINDE (Banque Centrale - BCEAO), Laurent KOFFI (MTN), Gertrude Kone KOUASSI (UNETEL), Edouard KOUHON (FACACI), Alain LOUKOU (Allan Corp), Albert N'GUESSAN (MOOV), Christelle NIAMIEN (Ministère des Finances), Albert OUATTARA TCHANSSONGOU (Ministère de l'Agriculture), Salifou OUEDRAOGO (Primature), Alex SEA (Africa Fintech), Jean-Serge SEKE ESSO (Comité de Concertation Etat Secteur Privé), Tatiana Maryse TANOE ALLOUA (Direction des Etablissements de Crédit et des Finances Extérieures), Yao Gérard KOUADIO (BICICI).

**Les représentants du secteur privé :** Mahamoudy BOUNY (ANSUT), Ibrahim DIOUF (APSPD), Jean Tolla KONAN (Ecobank), Luc KPENOU (GIM UEMOA), Franck TANO (GreenPay), Jean-Louis LECOSSON & Jean-Charles KOUAKOU (In Touch), Carlos PAUQUAOU (Moov Money), Nadine Ebelle KOTTO (MQash), Laurent KOUASSI (MTN Mobile Money), Marbel Dorca ABEHI (Yup CI), Kandis CAMARA & Karidja BAMBA (VISA), Cynthia SAAB & Issam CHLEUH (MasterCard).

**Les auteurs remercient aussi les contributions techniques de :** Karim DIA (UNCDF Policy Accelerator), Peter MCCONAGHY (UNSGSA), Pia TAYAG (UNSGSA), Maimouna GUEYE (Banque Mondiale), Bruno AKA (Banque Africaine de Développement), Elisabeth BERTHE (Microsave), Corinne RIQUET (CGAP), Meritxell MARTINEZ (IFC), Marjolaine CHAINTREAU, Camilo TELLEZ & Ruth GOODWIN-GROEN (BTCA). **Sans oublier l'appui de :** Elvis EDIMO (BTCA), Angela CORBALAN (BTCA), Tidhar WALD (BTCA), Elizabeth MANG (BTCA).

### L'Agence de Promotion de l'Inclusion Financière de Côte d'Ivoire (APIF-CI)

L'APIF-CI est une agence d'exécution dotée d'une autonomie financière, ayant pour tutelle technique le Ministère de l'Economie et des Finances et pour tutelle financière le Ministère du Budget et du Portefeuille de l'Etat. Le mandat de l'APIF-CI est d'assurer la promotion de l'inclusion financière en Côte d'Ivoire.

### Better Than Cash Alliance

La Better Than Cash Alliance, ou l'Alliance, est une coalition des Nations Unies qui rassemble Etats, entreprises et organisations internationales. Son objectif est de favoriser l'atteinte des Objectifs de Développement Durable par le levier de la numérisation des paiements. L'Alliance collabore avec les institutions internationales et de développement et agit en particulier comme partenaire officiel de mise en œuvre des actions du Partenariat Global pour l'Inclusion Financière du G20.



## **Au sujet de l'Agence de Promotion de l'Inclusion Financière de Côte d'Ivoire (APIF-CI)**

L'APIF-CI est une agence d'exécution dotée d'une autonomie financière, ayant pour tutelle technique le Ministère de l'Economie et des Finances et pour tutelle financière le Ministère du Budget et du Portefeuille de l'Etat. Le mandat de l'APIF est d'assurer la promotion de l'inclusion financière en Côte d'Ivoire.

