



Photo pour CGAP de Mwangi Kirubi

# Risques pour les Utilisateurs du Crédit Digital en Côte d'Ivoire - Résultats de l'Enquête Nationale

Juin 2023



# REMERCIEMENTS

L'équipe de recherche était composée des personnes suivantes :  
CGAP: Corinne Riquet-Bamba, Eric Duflos et Juan Carlos Izaguirre  
Horus Development Finance: Juliette David et Ekaterina Diakonova  
OQSF-CI : Mamadou Moussa et Bintou Sanogo

Les auteurs voudraient remercier les équipes des prestataires de services financiers numériques de Côte d'Ivoire qui ont directement contribué à ces travaux de recherche. Il s'agit de Bridge Microfinance, MTN MFS, Orange Bank, et Orange money. Ils sont également reconnaissants aux organisations et personnes suivantes pour leur appui et contribution: Sa Majesté la Reine Máxima des Pays-Bas en sa qualité d'Avocate spéciale du Secrétaire général des Nations Unies pour la finance inclusive pour le développement, Pia Tayag et Peter McConaghy (UNSGSA), Sophie Sirtaine (CGAP), Anna Wallace (Fondation Bill et Melinda Gates), Patrice Brou (APIF-CI).

## CONSULTATIVE GROUP TO ASSIST THE POOR

1818 H Street NW, MSN F3K-306  
Washington DC 20433  
Internet: [www.cgap.org](http://www.cgap.org)  
Email: [cgap@worldbank.org](mailto:cgap@worldbank.org)  
Telephone: +1 202 473 9594  
© CGAP/World Bank, 2022.



## DROITS ET PERMISSIONS

Ce travail est disponible sous la licence publique internationale Creative Commons Attribution 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). Sous la licence Creative Commons Attribution, vous êtes libre de copier, distribuer, transmettre et adapter cette œuvre, y compris à des fins commerciales, dans les conditions suivantes :

**Attribution**—Citer le travail comme suit : CGAP et HORUS Development Finance. 2022. « Côte d'Ivoire : Résultats et risques pour les utilisateurs du crédit digital », Rapport. Washington, D.C. : CGAP.

**Traductions**—Si vous créez une traduction de ce travail, ajoutez la clause de non-responsabilité suivante avec l'attribution : Cette traduction n'a pas été créée par le CGAP/la Banque mondiale et ne doit pas être considérée comme une traduction officielle. Le CGAP/Banque mondiale décline toute responsabilité en cas de contenu ou d'erreur dans cette traduction.

**Adaptations**—Si vous créez une adaptation de ce travail, veuillez ajouter la clause de non-responsabilité suivante avec l'attribution : Il s'agit d'une adaptation d'un travail original par le CGAP/Banque mondiale. Les points de vue et opinions exprimés dans l'adaptation relèvent de la seule responsabilité de l'auteur ou des auteurs de l'adaptation et ne sont pas approuvés par le CGAP/la Banque mondiale.

Toutes les questions sur les droits et les licences doivent être adressées à : CGAP Publications, 1818 H Street NW, MSN F3K-306, Washington, DC 20433 USA;  
e-mail: [cgap@worldbank.org](mailto:cgap@worldbank.org)

# Sommaire

<b>1. Résumé Exécutif en Anglais.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Contexte et Méthodologie de l'Etude.....</b>	<b>11</b>
<b>3. Résumé Exécutif en Français.....</b>	<b>15</b>
<b>4. Analyse des Résultats et Risques Liés à l'Utilisation du Crédit Digital.....</b>	<b>19</b>

## 2. Executive Summary



# Background of the study in Côte d'Ivoire <sup>(1/2)</sup>

This study is part of the activities of the **Laboratory for the Protection of Consumers of Digital Financial Services in the West African Economic and Monetary Union (WAEMU)** launched by CGAP in 2021, whose **objective is to accompany local actors in building a responsible ecosystem for digital financial services (DFS) at the national and regional level.** To operate responsibly, the digital finance ecosystem requires at least three conditions we call the three Cs: ecosystem players' approaches are **customer-centric**, they have the **Capacity to** promote a responsible approach, and collaborations that help protect and bring value to customers.

## The Lab aims to:

- Guide regional regulators, supervisors, consumer associations, and relevant national bodies, such as the observatories of the quality of financial services and agencies in charge of promoting financial inclusion, to analyze the risks of DFS to support the development of appropriate regulatory and supervisory frameworks
- Support providers to embed a customer-centric culture in all stages of their digital product life cycle (including suitability and relevance, fairness and respect, and choice)
- Facilitate dialogue between regulators, supervisors, providers, and consumers on responsible DFS.

# Background of the study in Côte d'Ivoire <sup>(2/2)</sup>

This study in Côte d'Ivoire had three components:

1. A survey on the risks faced by users of digital financial services
2. An analysis of the mechanisms for collecting and processing complaints and complaint data
3. A survey on the results and risks of digital credit.

This report covers part 3 of the study. The results of the risk survey and complaints analysis are the subject of [a separate report](#). The study was carried out for CGAP in the first half of 2022 by Horus Development Finance.

# Objectives and methodology

**Objectives: Analyze the impacts and risks associated with the use of digital credit and the opportunities for improving consumer protection.**

## Definitions

### Digital credit

- 100% Automated
- Instant
- Accessible entirely by phone

### 2 main offers available in Côte d'Ivoire

- MomoKash (Bridge MF / MTN MFS)
- Orange Tik Tak (Orange Bank (OBA) / Orange Money)
- Amounts: 2,000 to 250,000 FCFA (\$3.3 to 410)\*.
- Short duration (30 days in most cases)

Other digital credit offers are available in Côte d'Ivoire, notably from the MFIs BAOBAB and ADVANS. However, these offers are targeted the existing customers of these MFIs and deployed on a limited scale compared with the two offers proposed by the financial institutions partnering the Mobile Money providers.

## Survey methodology

### Quantitative survey conducted by phone by KANTAR, May 2022

Sample of 1,099 people who have used digital credit at least once in the last 12 months, representative of digital credit users from the two main providers.

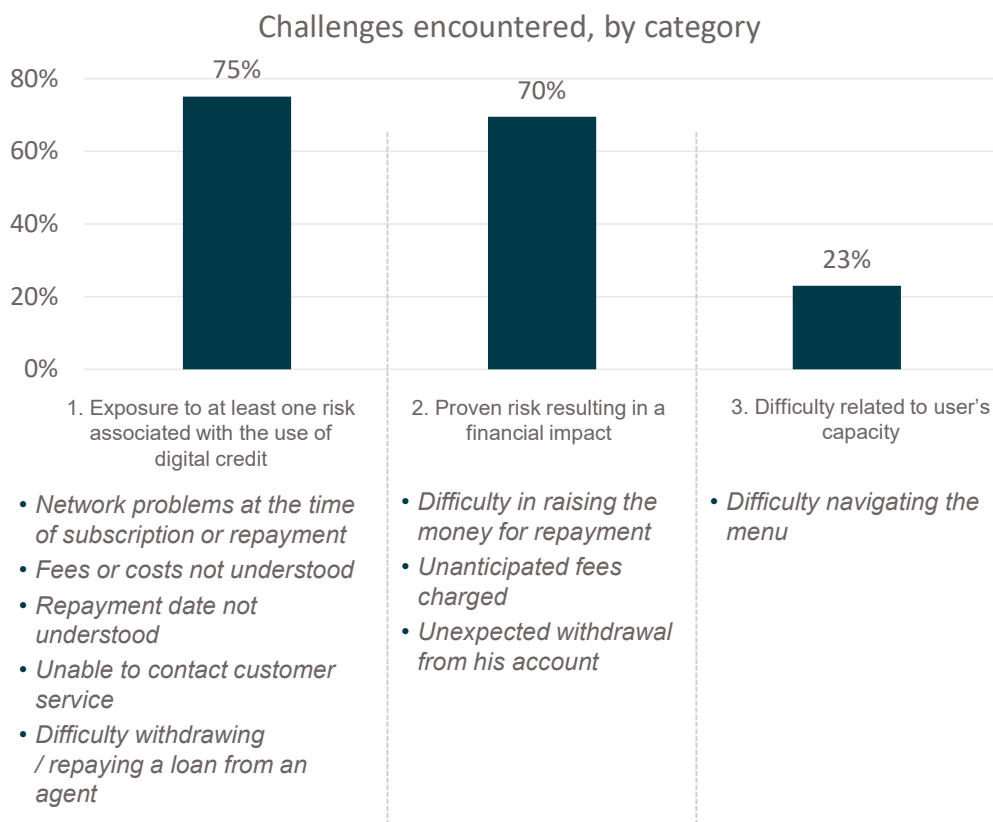
- The sample was drawn up on the basis of customer lists provided by Bridge MF and OBA, representative of their customer base.
- The representativeness takes into account (i) gender, (ii) loan amounts, (iii) the proportion of loans in default.
- Women account for 27% of digital credit users.

Given the margin of error for this type of survey, we considered any difference of 6.0% or less between two compared data to be insignificant. It should be noted that the percentages have been rounded up to the nearest decimal in this report.

# Executive Summary

## Challenges faced<sup>(1)</sup> by users of digital credit, by category

While a large majority (89%) have experienced at least one challenge, 70% were exposed to at least one risk resulting in a financial impact.



Challenges related to the use of digital credits can be classified into **3 categories**:

- exposure to a risk that could affect the smooth use of the digital credit,
- proven risk with a financial impact for the user, and
- difficulty related to the capacities of the users themselves.

**75% of digital credit users have been exposed to at least one risk that could prevent a smooth digital credit lifecycle.**

**70% have experienced at least one risk that has had a financial impact**, primarily through difficulty in getting the money to pay back (49% of total users).

**23% experienced difficulties related to their capacities.**

**Women are exposed to all the risks associated with a financial impact in similar proportions than men (74%, vs. 68% of men). Users in rural areas are less exposed to these difficulties but are exposed to difficulties linked to their abilities in a slightly higher proportion than users in Abidjan (27% vs 21% in Abidjan).**



# Executive Summary



## Profile of digital credit users in Côte d'Ivoire

**Digital credit users are mostly men (73%) and live in urban areas (91%).** They are 38 years old on average and 42% have a secondary. The majority of digital credit users are entrepreneurs (41%) and employees (36%). 40% have already borrowed from relatives but only 16% from banks and 7% from MFIs.

**Compared to Mobile Money users,** among digital credit users there are **fewer women (27%, vs. 44% for MM), more capital city residents, Abidjan (53% vs 44% for Mobile Money), and more educated people.**

### Frequency of use

**51% have taken out 2 to 5 digital credits** (last 12 months), and 20% more than 5! And 22% have taken out digital credits with 2 different providers.

**Only 5% have taken out 2 digital loans at the same time,** due to the small amount (42%), or to a new need (32%).

And only 8% have taken out a digital loan while having a loan from a bank or MFI.

### Motivations

The top three reasons for taking out a digital loan:

- 1. To meet occasional household needs (29%)**
- 2. For the activity / business / farm (23%)**
3. Just to try (15%).

### Advantages & Disadvantages

The digital credit experience is **79% positive** (23% of which rate it "very good").

**Advantages:** speed (72%), ease of use (32%), "no need to go to a branch" (15%).

**Disadvantages:** interest rate (18%), short term (17%), and collection practices (19%).

### Difficulties encountered

**49% had difficulty raising the money to repay.** 35% encountered a network problem when subscribing or paying out.

**34% and 31% had difficulty understanding the repayment date or fee.**

### Reimbursement

**33% used their savings to repay.** **78% have already repaid late:** not planned well enough (19%), forgotten (19%).

Consequences: many SMS and calls (54%) and expenses (22%).

14% have had multiple loans at one time and have not been able to pay them all back.

### Recourse

**Only 6% of users contacted the provider with a question or complaint,** mainly at a branch or call center. **29% of digital credit users were unable to reach customer service when they needed to.**

For 64% of those who were able to contact customer service, the problem has been resolved.

(1): FCFA: Franc de la Communauté Financière Africaine. One US dollar was equivalent to 608.528 FCFA in May 2022.

# Executive Summary - Focus on Women



## Profile of women digital credit users in Côte d'Ivoire

**Women represent 27% of digital credit users**, a figure that is much lower than the 44% of women among mobile money users. Female users of digital credit are more concentrated in the capital, Abidjan, than male users, (63% are in Abidjan, vs. 49% of men). **More women than men are entrepreneurs** (53%, vs. 37% of men), and earn less than 60,000 CFA francs (approx. \$98) per month. They **borrowed less than men from relatives** (34% vs. 42%), a bank (11% vs. 18%), but in similar proportion with an MFI (6% vs. 8%). Their **resilience** (ability to raise a given amount of money in 3 days) is **much lower** (48% vs 65% for men).

### Frequency of use

**The difference between men and women is not very significant in terms of the number of digital loans taken out in the last 12 months.**

But only 15% of women have ever taken digital credits with two different providers (vs. 25% of men).

### Motivations

**Women have taken digital loans more often for their business** (34% vs. 19% for men), and less for occasional household needs (23% vs. 31% for men).

### Advantages & Disadvantages

**The difference between men and women is not significant on the positive evaluation of a digital credit.**

**Advantages:** speed (74%), ease of use (37%, vs. 30% of men), "no need to go to an agency" (at 17% vs. 14% of men).

**Disadvantages:** insignificant difference (but more women cited none).

### Difficulties encountered

Women are overall exposed to bad experiences in **similar proportions** than men: **difficulty in raising money** (54% vs. 48% of men), **misunderstanding of costs and fees** (37% vs. 33% of men).

**The same goes for understanding the date of repayment** (28% vs. 33% of men), and women had no more difficulty navigating the menu.

### Reimbursement

**Women have similar proportions of late repayments to men** (75% vs. 79% of men).

The same applies to the lack of planning (15% of women vs. 20% of men), and just as many said they had forgotten to repay (19%).

Unexpected medical expenses also explain the delay in close proportions (14% of women vs. 8% of men).

### Recourse

**The difference between men and women is not very significant when it comes to the difficulty of contacting customer service.**

Four percent of women (vs. 7% of men) have contacted customer service, an agent or the police for a digital credit issue.

### 3. Contexte et Méthodologie de l'Etude



# Contexte de l'Etude en Côte d'Ivoire (1/2)

La présente étude s'inscrit dans le contexte des activités du **Laboratoire pour la Protection des Consommateurs de Services Financiers Numériques dans l'Union Economique et Monétaire de l'Afrique de l'Ouest (UEMOA)** lancé par le CGAP en 2021 dont **l'objectif est d'accompagner les acteurs locaux à bâtir un écosystème responsable pour les services financiers numériques (SFN) au niveau national et régional.** Pour fonctionner de manière responsable, l'écosystème de la finance numérique nécessite au moins trois conditions que nous appelons les trois C : les approches des acteurs de l'écosystème sont centrées sur le **Client**, ils ont la **Capacité** de promouvoir une approche responsable, et des collaborations qui contribuent à protéger et apporter de la valeur aux clients.

## Le Laboratoire vise à :

- Guider les régulateurs régionaux, les superviseurs, les associations de consommateurs et les organismes nationaux concernés, tels que les Observatoires de la qualité des services financiers et les agences en charge de la promotion de l'inclusion financière, à analyser les risques des SFN pour soutenir le développement de cadres réglementaires et de surveillance adaptés
- Soutenir les prestataires pour intégrer une culture centrée sur le client à toutes les étapes du cycle de vie de leurs produits numériques (y compris l'adéquation et la pertinence, l'équité et le respect, et le choix)
- Faciliter le dialogue entre les régulateurs, les superviseurs, les prestataires et les consommateurs sur les SFN responsables.

# Contexte de l'Etude en Côte d'Ivoire (2/2)

Cette étude en Côte d'Ivoire comportait trois volets :

1. Une enquête sur les risques liés à l'utilisation des services financiers numériques
2. Une Analyse des mécanismes de collecte et de traitement des plaintes et des données sur les plaintes
3. Une enquête sur les résultats et les risques liés au crédit digital

Le présent rapport porte sur le volet 3 de l'étude. Les résultats de l'enquête sur les risques et l'analyse des plaintes font l'objet [d'un rapport distinct](#). L'étude a été réalisée pour le CGAP, au cours du premier semestre 2022, par Horus Development Finance.

# Objectifs et Méthodologie

**Objectifs : Analyser les impacts et les risques liés à l'utilisation du crédit digital et les opportunités pour améliorer la protection des consommateurs**

## Définitions

### Crédit digital

- 100% Automatique
- Instantané
- Accessible entièrement via le téléphone

### 2 principales offres disponibles en Côte d'Ivoire

- MomoKash (Bridge MF / MTN MFS)
- Orange Tik Tak (Orange Bank (OBA) / Orange Money)
- Montants : 2 000 à 250 000 FCFA (\$3,3 à 410)\*
- Durée courte (30 jours dans la majorité des cas)

D'autres offres de crédit digital sont disponibles en Côte d'Ivoire, notamment proposées par les IMF BAOBAB et ADVANS. Il s'agit néanmoins d'offres ciblées sur les clients existants de ces IMF, et déployées à une échelle limitée au regard de celles des deux offres proposées par les institutions financières partenaires des prestataires de Mobile Money.

## Méthodologie de l'enquête

**Enquête quantitative réalisée par téléphone, par l'institut KANTAR, Mai 2022**

Echantillon de 1 099 personnes ayant utilisé le crédit digital au moins une fois dans les 12 derniers mois, représentatif des utilisateurs de crédits digitaux des deux fournisseurs principaux.

- L'échantillon a été constitué sur la base de listes de clients fournies par Bridge MF et OBA, représentatifs de leur clientèle.
- La représentativité prend en compte, (i) le genre; (ii) les montants de prêts, (iii) la proportion des crédits en impayé.
- Ainsi, les femmes représentent 27% des utilisateurs du crédit digital.

Compte tenu de la marge d'erreur pour ce type d'enquête, nous avons considéré que tout écart inférieur ou égal à 6.0% entre deux données comparées n'était pas significatif. Il est à noter que les pourcentages ont été arrondis à la décimale la plus proche dans ce rapport.

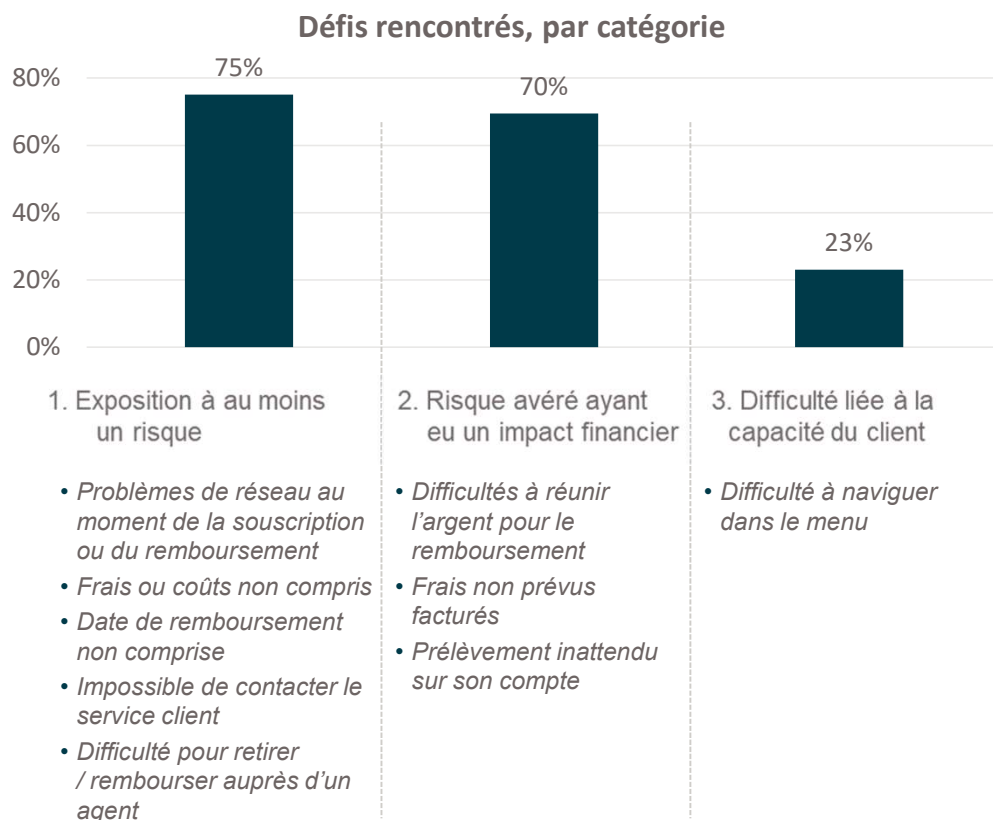
# 1. Résumé Exécutif



# Résumé Exécutif

## Défis rencontrés<sup>(1)</sup> dans l'utilisation du crédit digital, par catégorie

Si une grande majorité (89%) des utilisateurs ont rencontré au moins un défi, 70% été exposés à au moins un risque ayant eu un impact financier.



Les défis liés à l'utilisation des crédits digitaux peuvent être classés en 3 catégories : (i) exposition à un risque pouvant affecter le bon déroulement de l'utilisation du crédit digital, (ii) risque avéré ayant eu un impact financier pour l'utilisateur, et (iii) difficulté liée aux capacités des utilisateurs eux-mêmes.

**75% des utilisateurs du crédit digital ont été exposés à au moins un risque** qui a empêché le bon déroulement du cycle de vie du crédit digital.

**70% ont été exposés à au moins un risque ayant eu un impact financier**, avant tout à travers la difficulté à réunir l'argent pour rembourser (49% du total des utilisateurs).

**23% ont connu des difficultés liées à leurs capacités.**

**Les femmes** sont exposées à l'ensemble des risques associés à un impact financier **dans des proportions proches de celles des hommes**, (74%, vs 68% des hommes). Les utilisateurs en zone rurale sont moins exposés à ces difficultés mais **exposés aux difficultés liées à leurs capacités dans une proportion légèrement supérieure aux utilisateurs d'Abidjan** (27% vs 21% à Abidjan).



# Résumé Exécutif



## Profil des utilisateurs du crédit digital en Côte d'Ivoire

**Les utilisateurs de crédit digital sont majoritairement des hommes (73%) et vivent en milieu urbain (91%).** Ils ont 38 ans en moyenne et 42% ont fait des études après le secondaire. La majorité des utilisateurs de crédit digital sont entrepreneurs (41%) et employés (36%). 40% ont déjà emprunté auprès de proches mais uniquement 16% auprès de banques et 7% d'IMF. **En comparaison avec les utilisateurs du Mobile Money**, parmi les utilisateurs des crédits digitaux il y a **moins de femmes** (27%, vs 44% pour le MM), **plus de résidents de la capitale, Abidjan**, (53% vs 44% pour Mobile Money), et **plus de personnes éduquées**.

### Fréquence d'utilisation

**51% ont contracté 2 à 5 crédits digitaux** (12 derniers mois), et 20% plus de 5. 22% ont contracté des crédits digitaux auprès de 2 fournisseurs différents.

**Seuls 5% ont contracté 2 crédits digitaux en même temps**, dû à la faiblesse du montant (42%), ou à un nouveau besoin (32%).

Et seuls 8% ont contracté un crédit digital tout en ayant un prêt d'une banque ou d'une IMF.

### Motivations

Les trois principales raisons pour avoir contracté un crédit digital :

- 1. Pour répondre à des besoins ponctuels du ménage (29%)**
- 2. Pour l'activité / l'entreprise / la ferme (23%)**
3. Juste pour essayer (15%).

### Avantages & Inconvénients

L'expérience des crédits digitaux est **positive à 79%** (dont 23% qui la jugent « très bien »).

**Avantages** : rapidité (72%), facilité d'utilisation (32%), « pas besoin d'aller en agence » (15%).

**Inconvénients** : taux d'intérêt (18%), courte durée (17%), et pratiques de recouvrement (19%).

### Défis rencontrés

**49% ont eu des difficultés pour réunir l'argent** pour rembourser.

35% ont rencontré un problème de réseau pour souscrire ou rembourser.

**34% et 31% ont eu du mal à comprendre** la date de remboursement ou les frais.

### Remboursement

**33% ont utilisé leur épargne** pour rembourser.

**78% ont déjà remboursé en retard : principales raisons évoquées** : oubli du prêt (19%), mauvaise planification (19%) et difficultés dans l'activité (13%).

Conséquences : nombreux SMS et appels (54%) et frais (22%).

14% ont déjà eu plusieurs prêts en même temps et n'ont pas été en mesure de tout rembourser.

### Recours

**Seuls 6% ont contacté le fournisseur pour une question ou plainte**, principalement en agence, ou en centres d'appels. **29% des utilisateurs du crédit digital n'ont pas réussi à joindre le service client alors qu'ils en avaient besoin.**

Pour 64% de ceux qui ont pu joindre le service client, le problème a été résolu.

(1): FCFA: Franc de la Communauté Financière Africaine. Un dollar US dollar était équivalent à 609 FCFA en mai 2022.

# Résumé Exécutif – Focus sur les femmes



## Profil des utilisatrices du crédit digital en Côte d'Ivoire

**Les femmes représentent 27% des utilisateurs de crédit digital**, chiffre bien inférieur au 44% de femmes parmi les utilisateurs de Mobile Money. Les femmes utilisatrices de crédits digitaux **sont plus concentrées dans la capitale, Abidjan, que les hommes utilisateurs** (63% sont à Abidjan, vs 49% des hommes). Elles sont **plus nombreuses que les hommes à être entrepreneurs** (53%, vs 37% des hommes), et à gagner moins de 60 000 FCFA (approx. \$98) par mois. Elles ont **moins emprunté** que les hommes auprès des proches (34% vs 42%), une banque (11% vs 18%), mais dans des proportions similaires avec une IMF (6% vs 8%). Leur résilience (capacité à réunir une somme donnée en 3j) est bien plus faible (48% vs 65% pour les hommes).

### Fréquence d'utilisation

**La différence entre les hommes et les femmes est peu significative sur le nombre de crédits digitaux contractés au cours des 12 derniers mois.**

Mais seules 15% des femmes ont déjà contracté un crédit digital auprès de deux fournisseurs différents (vs 25% des hommes).

### Motivations

**Les femmes ont contracté un crédit digital plus souvent pour leur activité** (34% vs 19% pour les hommes), et moins pour les besoins ponctuels du ménage (23% vs 31% pour les hommes).

### Avantages & Inconvénients

**La différence entre les hommes et les femmes est peu significative sur l'évaluation positive d'un crédit digital.**

**Avantages** : la rapidité (71% vs 69% des hommes) la facilité d'utilisation (37% vs 30% des hommes), « pas besoin d'aller en agence » (17% vs 14% des hommes).

**Inconvénients** : peu de différence mais les femmes sont plus nombreuses à n'en citer aucun.

### Défis rencontrés

Les femmes sont globalement exposées aux mauvaises expériences dans des proportions similaires à celles des hommes: **difficulté à réunir l'argent** (54% vs 48% des hommes), **incompréhension des coûts et des frais** (37% vs 33% des hommes).

**Il en est de même pour la compréhension de la date** du remboursement (28% vs 33% des hommes), et elles n'ont pas plus de difficulté à naviguer dans les menus.

### Remboursement

Les femmes ont des retards de remboursement dans des proportions similaires aux hommes (75% vs 79% des hommes).

Il en est de même pour le manque de planification (15% des femmes vs 20% des hommes), et elles sont autant à avoir oublié (19%). Les frais médicaux imprévus expliquent aussi le retard dans des proportions proches (14% des femmes vs 8% des hommes).

### Recours

**La différence entre les hommes et les femmes est peu significative sur la difficulté à joindre le service client.**

Les femmes sont 4% à avoir contacté (vs 7% des hommes) un service client, un agent ou la police pour une question liée au crédit digital.

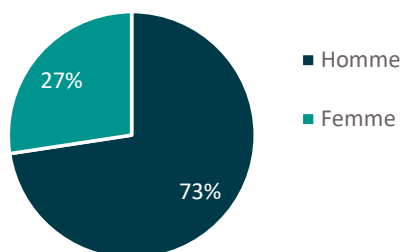
## 4. Analyse des Résultats et des Risques liés à l'Utilisation du Crédit Digital



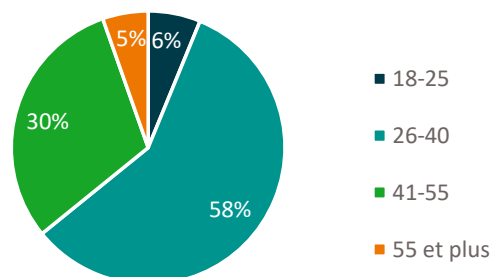
# Profil des répondants

Les utilisateurs de crédit digital sont majoritairement des hommes vivant en zone urbaine. Ils ont 38 ans en moyenne et sont plutôt éduqués (42% ont fait des études après le secondaire).

Genre



Age



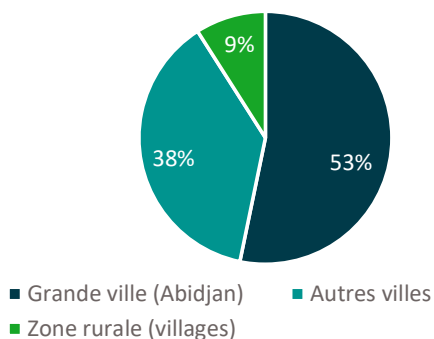
73% sont des hommes. 91% vivent en zone urbaine. Ils ont 38 ans en moyenne.

15% ont terminé le secondaire et 42% ont fait des études après le secondaire.

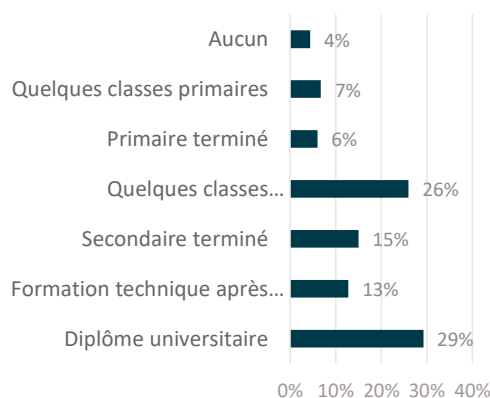
41% sont entrepreneurs, 36% sont employés, et 8% sont agriculteurs.

75% ont un smartphone, 99% sont propriétaires de leur téléphone et 13% le partagent.

Lieu d'habitation



Niveau d'éducation



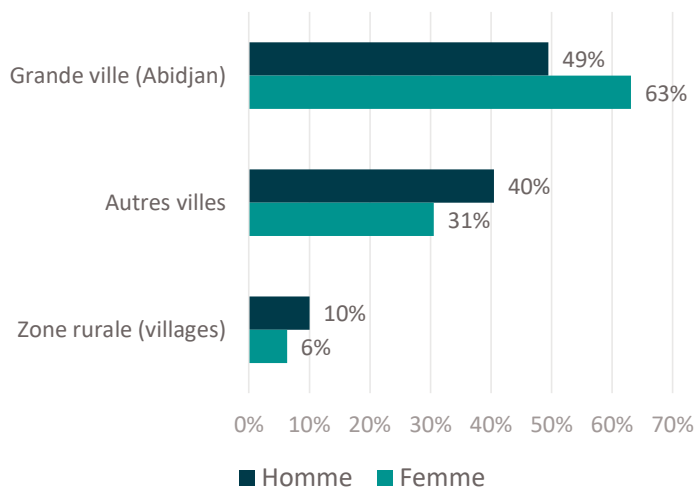
En comparaison avec les utilisateurs de Mobile Money :

- Les emprunteurs digitaux sont **moins souvent des femmes** (27% vs 44%),
- Les utilisateurs sont plus répartis vers les âges moyens : en quasi-totalité les emprunteurs ont entre 26 et 55 ans,
- Les utilisateurs sont encore plus urbains et la plupart résident à Abidjan (53% vs 44%),
- Ils sont plus éduqués (seuls 11% n'ont pas terminé le primaire, vs 21% pour le Mobile Money).

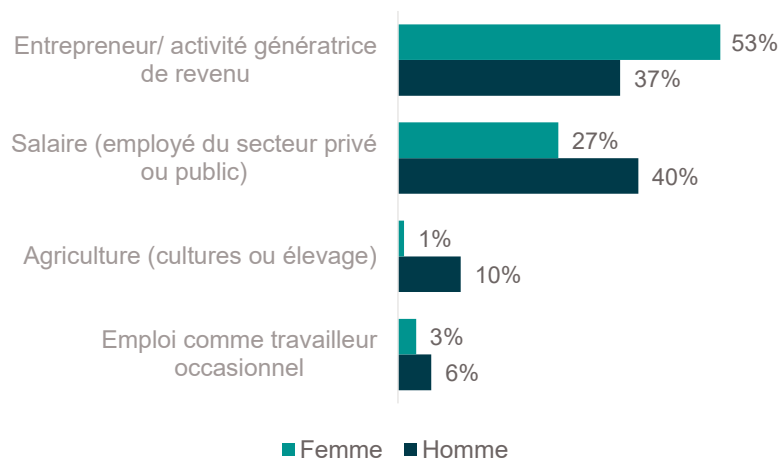
# Profil des répondants : focus sur les femmes

Les femmes utilisatrices de crédits digitaux semblent être plus urbaines que les utilisateurs hommes. Cependant, elles sont moins éduquées et ont des revenus plus faibles.

Lieu, par genre



Source de revenus, par genre

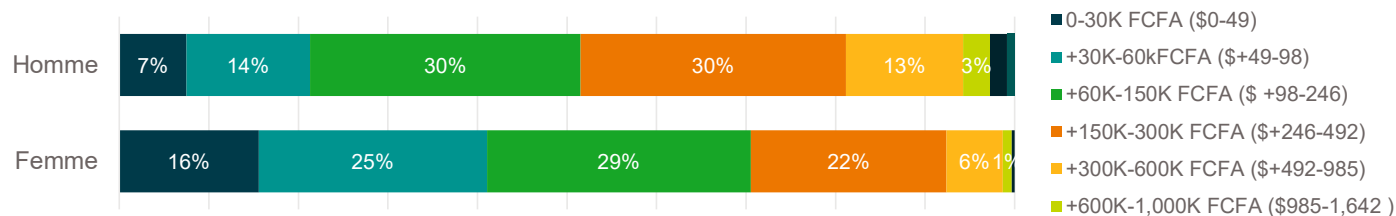


Les femmes sont **sur-représentées à Abidjan** (63%, vs 49% pour les hommes), et **sous-représentées dans les niveaux d'éducation du supérieur ou secondaire**.

Elles sont plus nombreuses à être **entrepreneurs** (53%, vs 37% des hommes).

Elles sont plus présentes dans les tranches inférieures des revenus mensuels (70% ont un revenu mensuel inférieur ou égal à 150K FCFA (\$246) vs 51% des hommes).

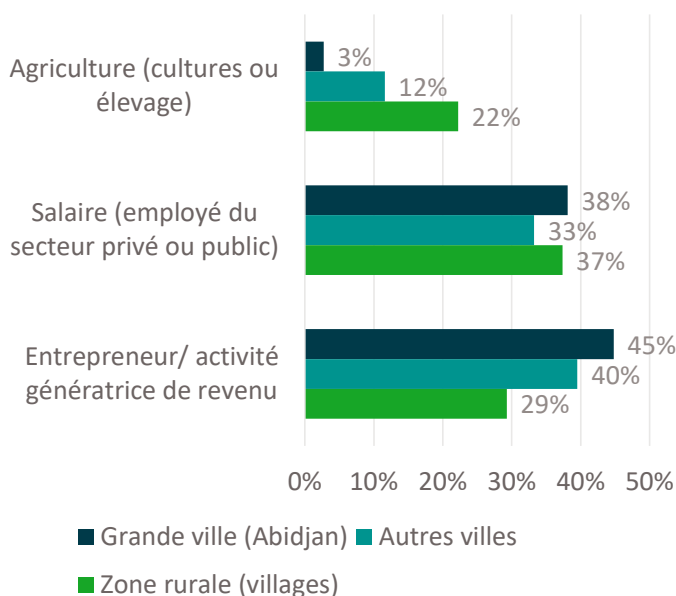
Revenu mensuel des utilisateurs du crédit digital (n= 997)



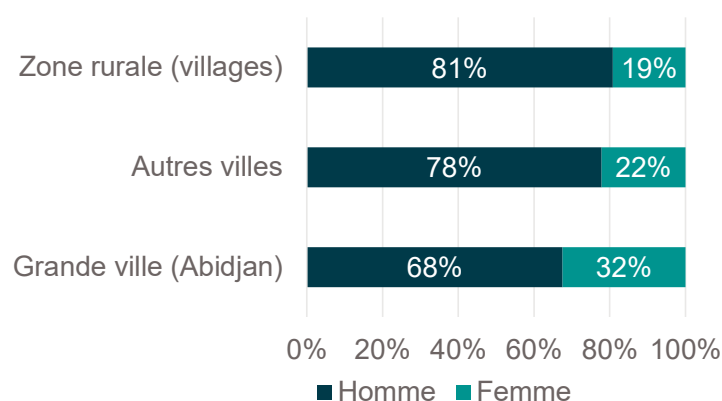
# Profil des répondants : focus sur la population rurale

Les utilisateurs de crédit digital en zone rurale (9%) travaillent plus dans l'agriculture que les urbains. Ils sont à plus grande majorité des hommes. Leur niveau d'éducation est plus bas, et leurs revenus également.

Source principale de revenu, par lieu



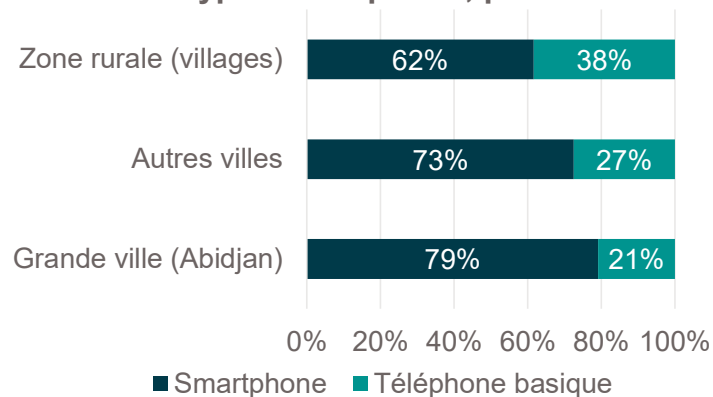
Genre, par lieu



En zone rurale, l'importance de l'agriculture est plus élevée : 22% des utilisateurs du crédit digital en zone rurale tirent leurs revenus de l'agriculture, vs 3% à Abidjan et 12% dans les autres villes. En revanche, l'entrepreneuriat est moins représenté.

Ces utilisateurs ont une moyenne d'âge similaire à ceux du milieu urbain (40 ans vs 38 ans pour les zones urbaines), et 81% sont des hommes (vs 68% à Abidjan et 78% dans les autres villes).

Type de téléphone, par lieu



Leur niveau d'éducation est plus bas : ils sont 30% à être allés au-delà du secondaire, vs 47% pour ceux résidant à Abidjan et 39% pour les autres villes.

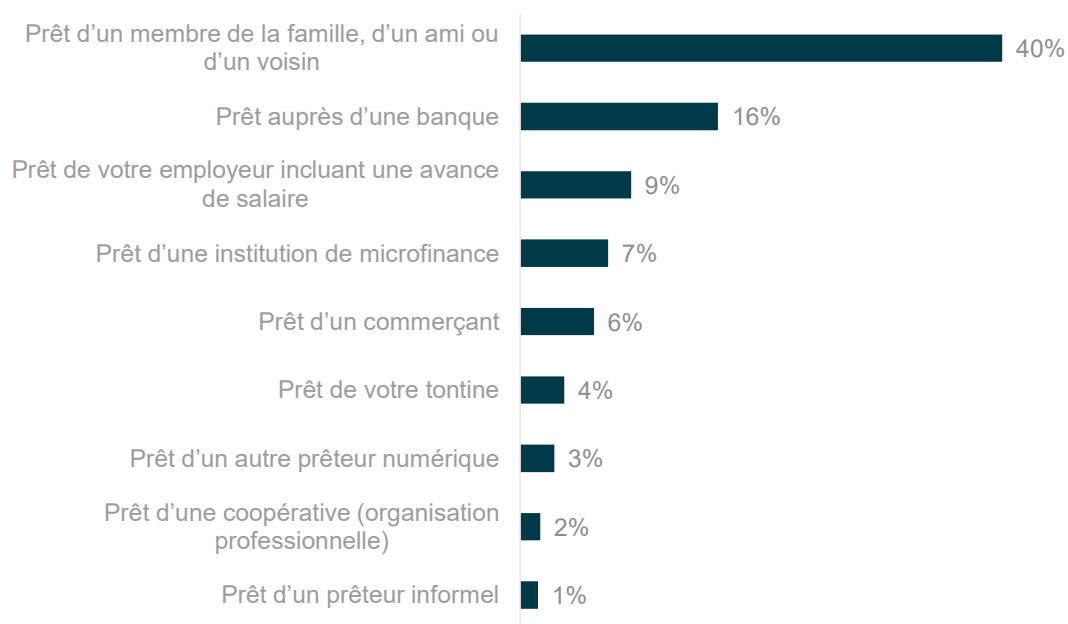
Ils sont plus nombreux à se situer dans la tranche de revenus inférieure : 16% gagnent moins de 30 000 FCFA (approx. \$49) vs 8% pour les utilisateurs urbains.

Ils utilisent plus les téléphones basiques : 38% en zone rurale vs 21% à Abidjan et 27% dans les autres villes.

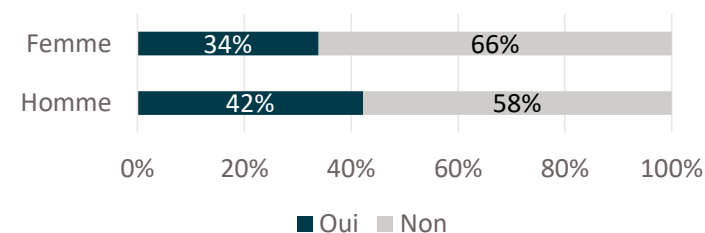
# Profil des répondants : utilisation de prêts non digitaux

Si 40% ont déjà emprunté auprès des proches, les emprunteurs digitaux sont généralement (78%) des primo-emprunteurs formels : seulement 16% d'entre eux ont déjà emprunté auprès d'une banque. Les femmes ont moins emprunté que les hommes.

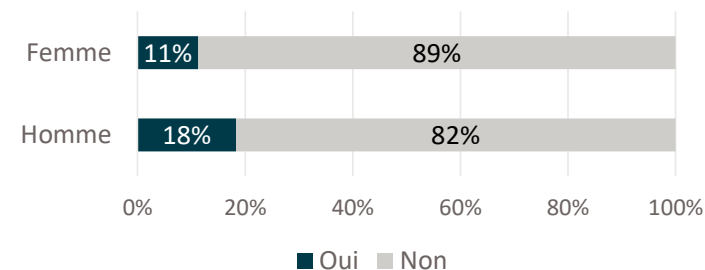
Déjà contracté un prêt auprès d'un fournisseur de prêts non digitaux



Déjà eu prêt famille/ami/voisin, par genre



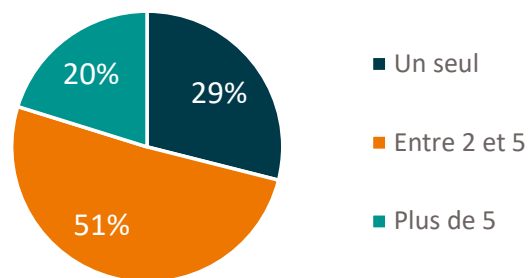
Déjà contracté un prêt banque, par genre



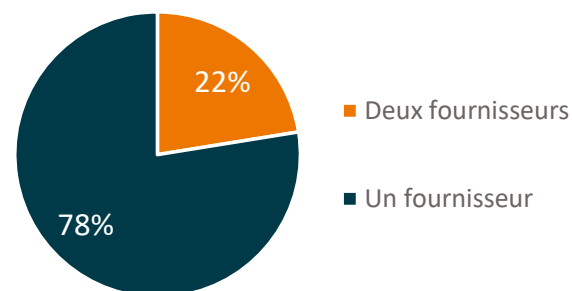
# Fréquence d'utilisation des crédits digitaux

L'utilisation du crédit digital est en général répétée, une grande majorité de répondants ont emprunté plus de deux fois au cours des 12 derniers mois.

Crédits digitaux sur 12 mois



Nombre de fournisseurs de crédit digital

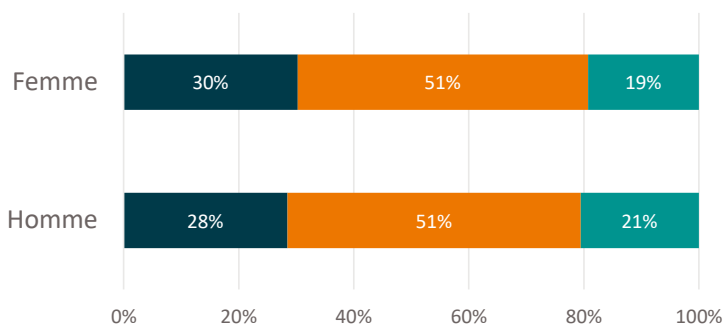


**71% ont contracté au moins 2 prêts sur les 12 derniers mois et 20% en ont contracté plus de 5.**

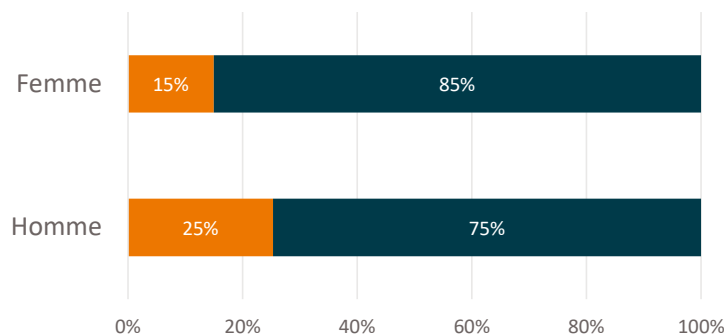
**Il n'y a pas de différence significative par genre :** les femmes empruntent à une fréquence similaire aux hommes. De même, entre les résidents ruraux et urbains.

**22% ont déjà contracté des crédits digitaux auprès de deux fournisseurs différents.** Les hommes sont plus nombreux dans ce cas (25% vs 15% des femmes).

Crédits digitaux sur 12 mois, par genre



Nombre de fournisseurs de crédit digital, par genre

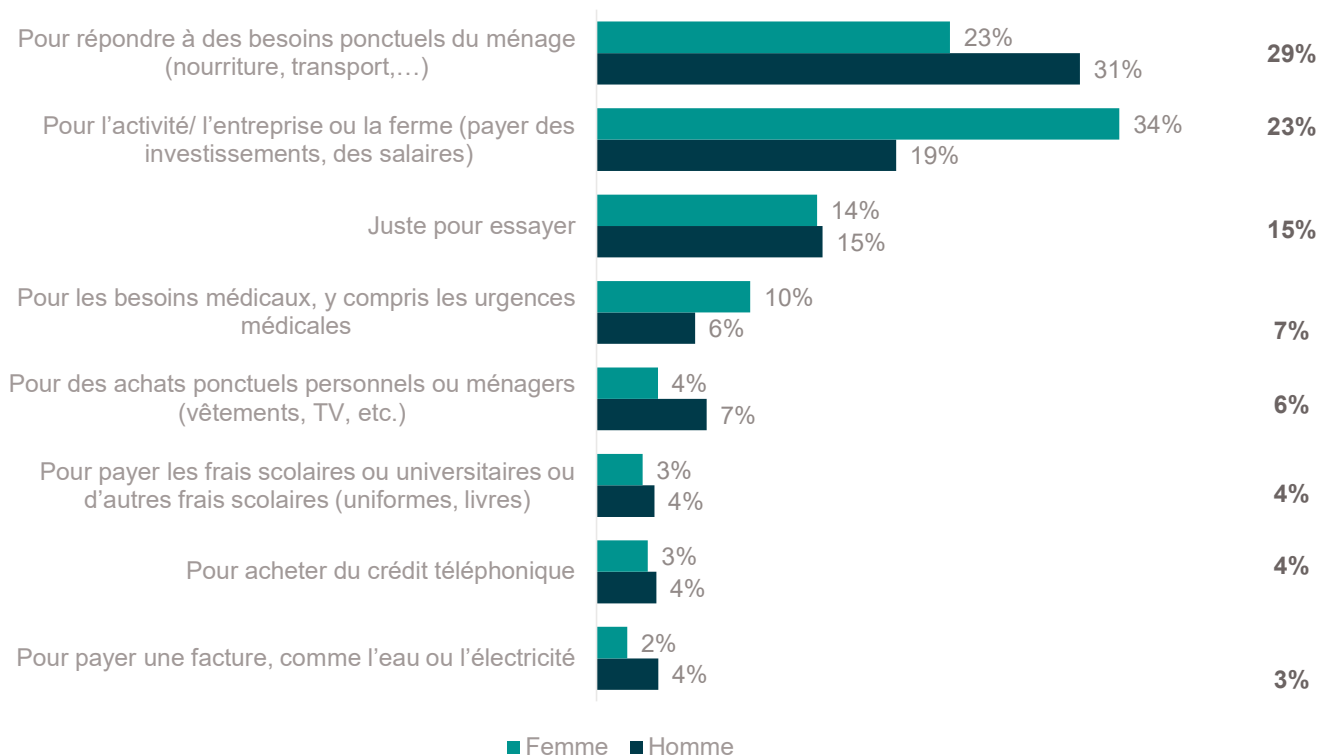




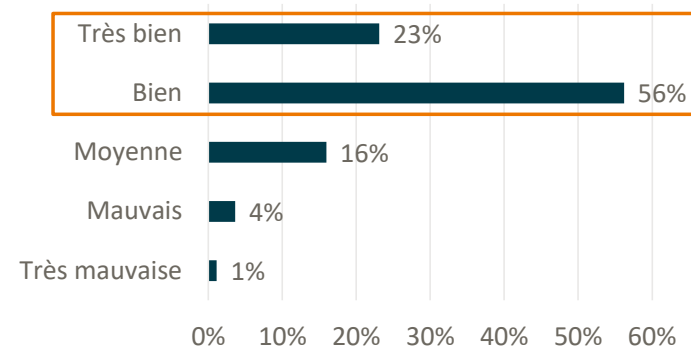
# Raisons d'utilisation du crédit digital & appréciation

Les 3 raisons les plus citées pour avoir contracté un crédit digital sont les besoins ponctuels du ménage (29%), l'activité (22%) et « juste pour essayer » (15%). L'expérience est positive pour 79%.

Raisons principales pour contracter un crédit digital



Appréciation globale du crédit digital

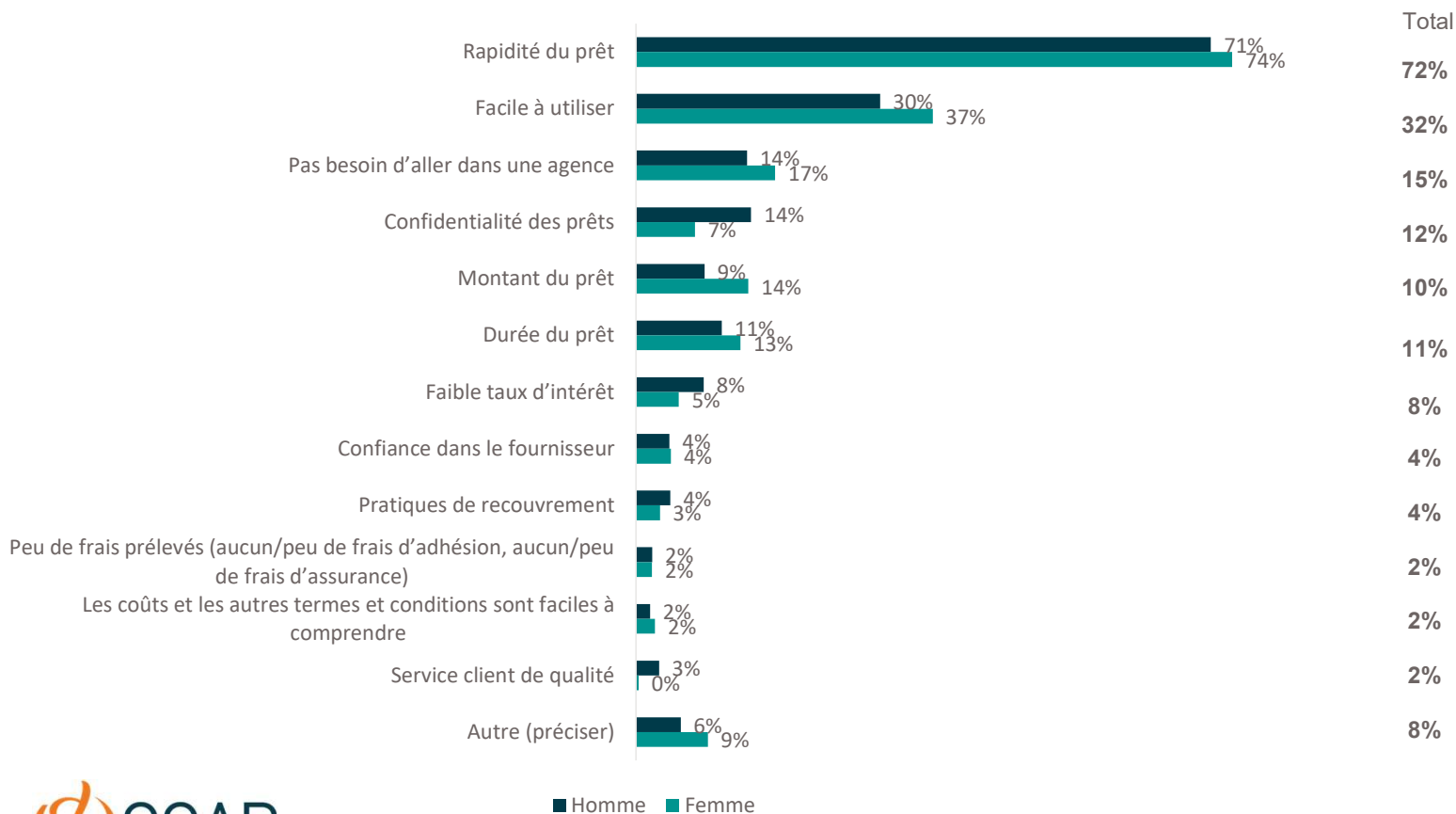


**Les femmes ont contracté un crédit digital plus souvent pour leur activité (34% vs 19% des hommes), les hommes plus souvent pour des besoins ponctuels du ménage (31% vs 23% des femmes). Les utilisateurs en zone rurale contractent le crédit digital avant tout pour leur activité (29% vs 21% pour les utilisateurs urbains), et ils sont plus nombreux à l'utiliser pour les besoins médicaux (15% vs 6% pour Abidjan et 7% pour les autres villes).**

# Principaux avantages d'un crédit digital

La rapidité est de loin le premier avantage du crédit digital, cité par 72% des utilisateurs, et de façon similaire entre les hommes et les femmes.

Avantages du crédit digital, par genre



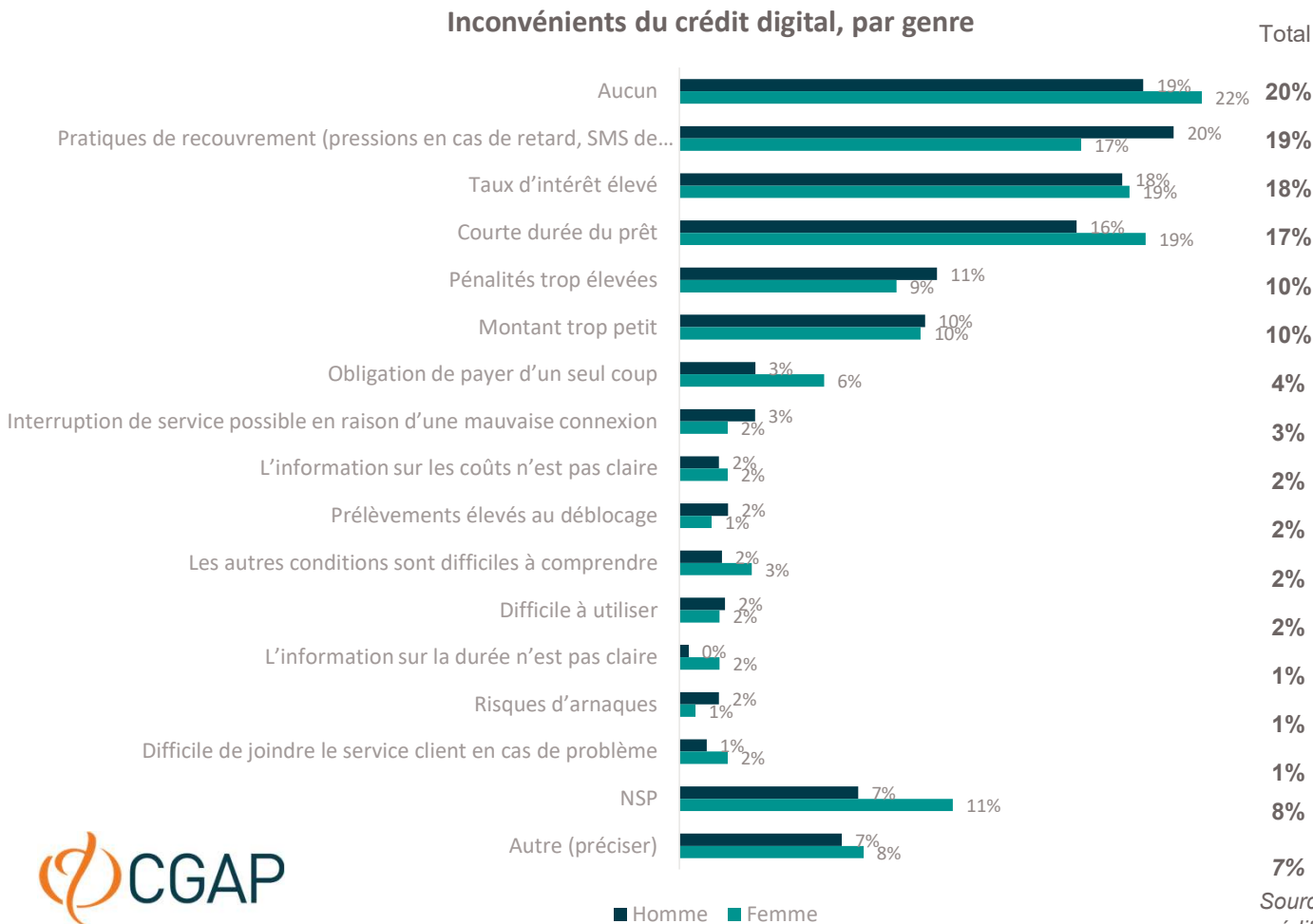
**Les hommes et les femmes citent la rapidité** loin devant d'autres avantages, **de même pour les résidents ruraux et urbains** dans des proportions similaires.

**Les femmes mentionnent la facilité d'utilisation dans une plus grande proportion** (37%, vs 30% d'hommes). D'autres avantages sont perçus de manière similaire par les femmes et les hommes : **le fait de ne pas avoir besoin d'aller en agence** (à 17% vs 14% pour les hommes), et les montants (14% vs 9% pour les hommes).

**Les hommes sont plus nombreux à apprécier la confidentialité** des crédits digitaux (14% vs 7% pour les femmes).

# Principaux inconvénients d'un crédit digital

Les inconvénients les plus cités, par les hommes et par les femmes, sont les pratiques de recouvrement (19%, 26% pour les ruraux), les taux d'intérêt (18%) et la courte durée du crédit digital (17%).



Il n'y a pas de différence significative entre les hommes et les femmes quant aux inconvénients d'un crédit digital.

**Les pratiques de recouvrement, jugées agressives, représentent l'inconvénient le plus cité**, devant le taux d'intérêt jugé élevé et la durée jugée trop courte. D'après les entretiens de groupe préparatoires, il semble que les relances répétées par téléphone et SMS sont jugées agressives, ce qui pourrait aussi traduire une compréhension préalable insuffisante des engagements de remboursement à l'échéance.

Le manque de confiance, ou les difficultés à comprendre sont peu cités spontanément par les utilisateurs.

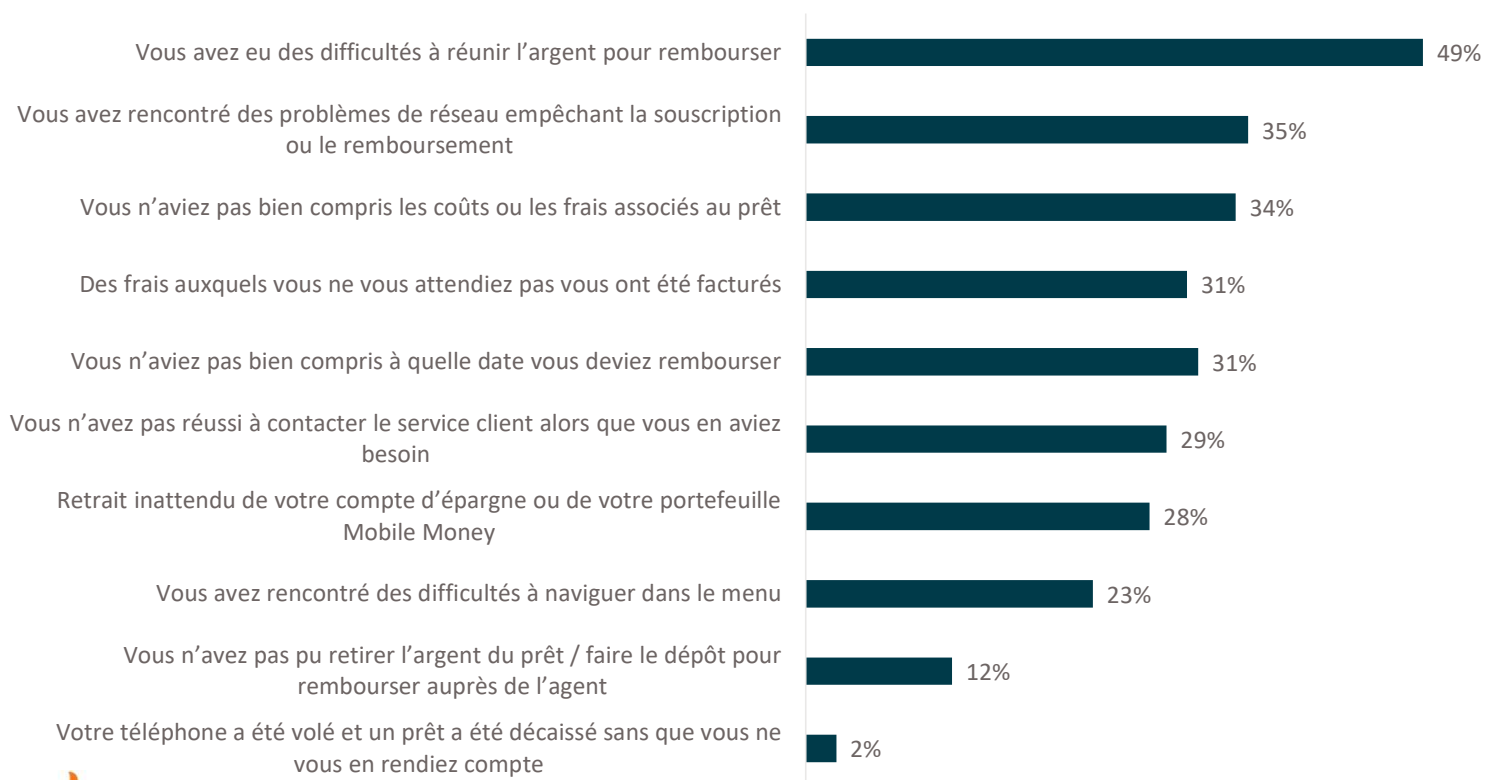
**Seuls 20% ne voient pas d'inconvénient au crédit digital** et encore 8% ne savent pas en citer.

Source : Enquête CGAP sur les risques liés à l'utilisation des crédits digitaux en Côte d'Ivoire (n=1099), 2022

# Défis vécus avec un crédit digital

La moitié des répondants a déjà eu des difficultés pour réunir l'argent pour rembourser, et les problèmes de compréhension préalable des conditions du crédit digital sont fréquentes.

Défis vécus avec un crédit digital



Seulement 11% des utilisateurs n'ont rencontré aucun défi.

35% ont rencontré un problème de réseau pour souscrire ou rembourser.

34% affirment n'avoir pas bien compris les coûts / frais. De fait 31%, soit près d'un tiers, se sont vu appliquer des frais auxquels ils ne s'attendaient pas. Par ailleurs, 31% n'avaient pas bien compris la date de remboursement.

Si l'information est intégrée au parcours client, il semble que ce mode de communication ne soit pas suffisant pour assurer une bonne compréhension.

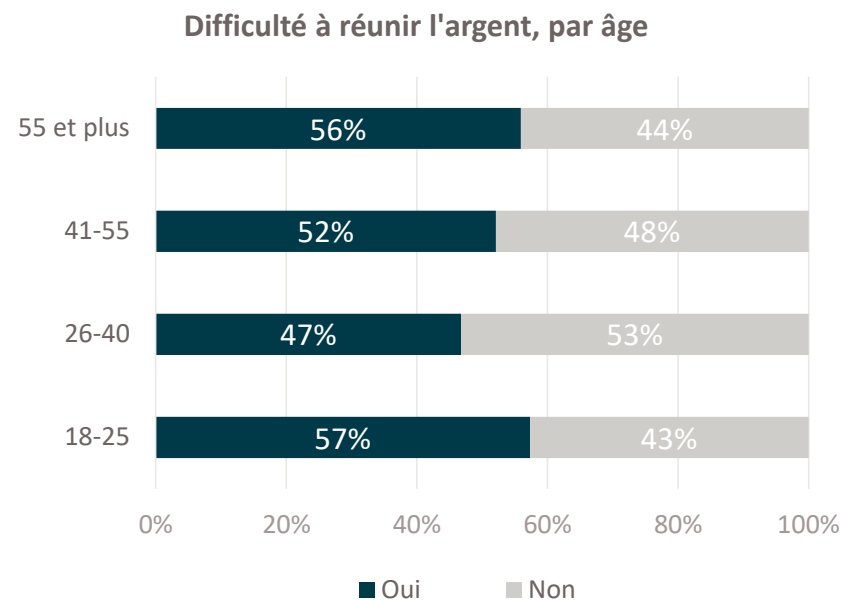
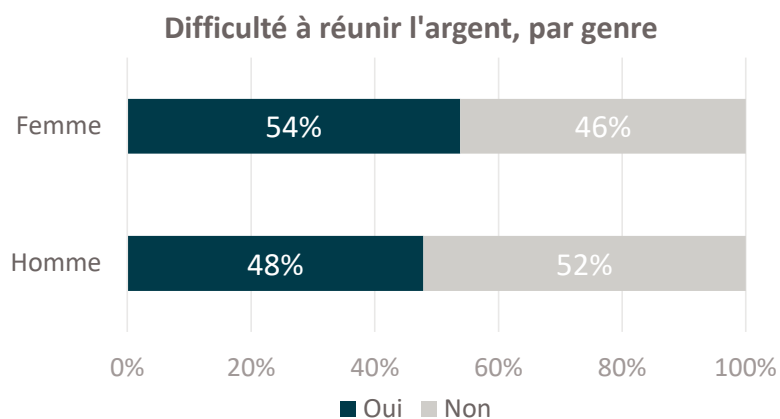
29% n'ont pas réussi à joindre le service client alors qu'ils en avaient besoin.

28% ont vécu un prélèvement inattendu.

23% ont rencontré des difficultés à naviguer dans le menu.

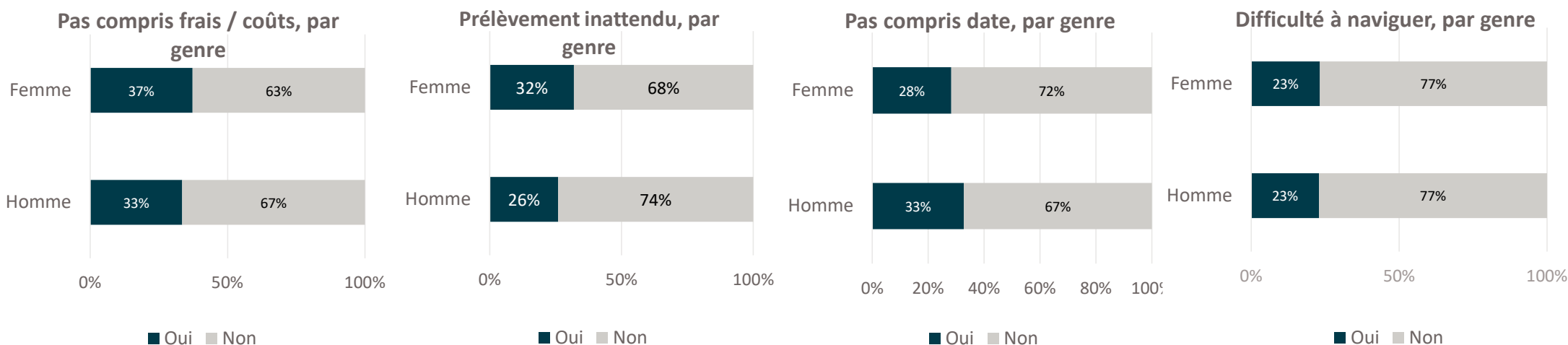
# Défis vécus avec un crédit digital : réunir l'argent

Les jeunes de 18-25 ans et les personnes âgées de 55 ans rencontrent plus de difficultés à réunir l'argent pour rembourser que la tranche d'âge 26-40 ans. Les femmes et les hommes font face à cette difficulté dans des proportions similaires (54% vs 48%).



# Défis vécus avec un crédit digital : compréhension

Il n'y a pas de différences très significatives entre les hommes et les femmes dans la compréhension des termes et conditions du crédit digital. 32% des femmes ont subi des prélèvements de frais auxquels elles ne s'attendaient pas vs 26% pour les hommes. Les femmes et les hommes ont des difficultés similaires de compréhension de la date de remboursement (28% vs 33%), et ont les mêmes difficultés à naviguer dans le menu.

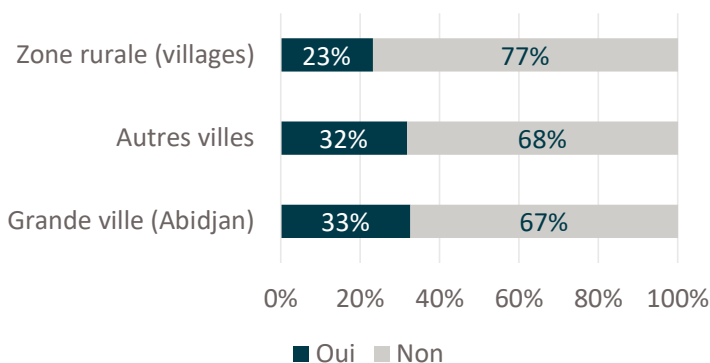


Rappel : par rapport aux utilisatrices de Mobile Money en général, les utilisatrices de crédits digitaux sont moins nombreuses, plus jeunes, plus urbaines et plus éduquées.

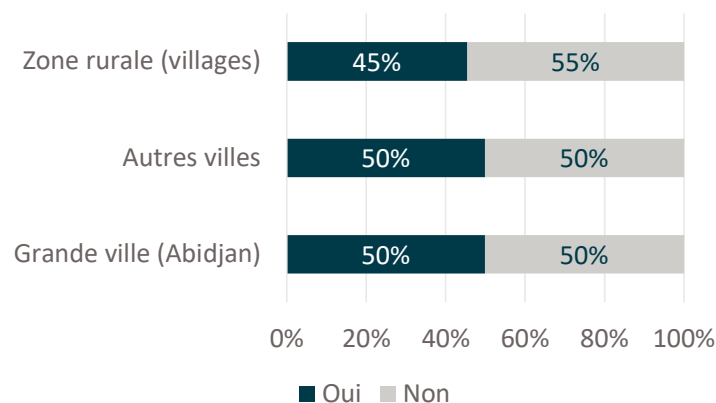
# Défis vécus avec un crédit digital, rural vs urbain

Les utilisateurs en zone rurale (9%) semblent avoir moins de difficulté à comprendre la date de remboursement, mais ils ont plus de difficulté à naviguer dans le menu. Ils font face dans des proportions similaires aux urbains à la difficulté de réunir l'argent pour rembourser.

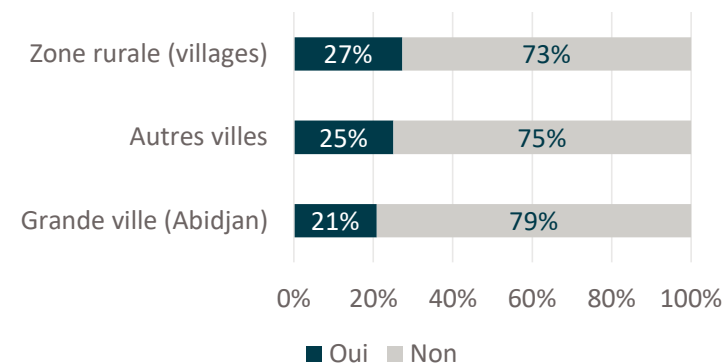
Pas compris la date de remb., urbain vs rural



Difficulté à réunir l'argent, urbain vs rural



Difficulté à naviguer dans menu, urbain vs rural



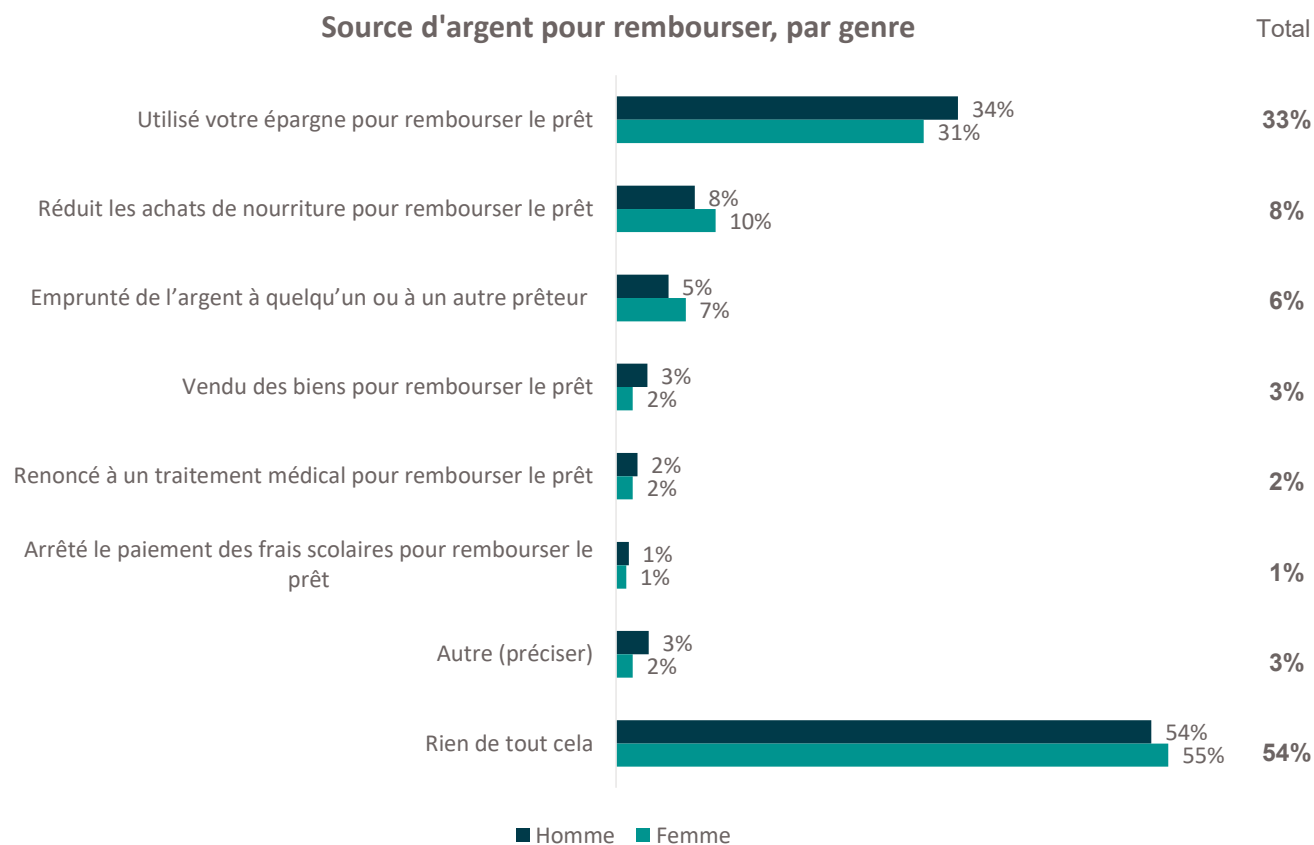
Parmi les utilisateurs du crédit digital en zone rurale, **23% déclarent ne pas avoir compris la date de remboursement** (vs 33% à Abidjan).

**45% déclarent avoir eu des difficultés à réunir l'argent pour rembourser, soit une proportion similaire aux urbains (50%).**

Les différences vis-à-vis des urbains sont peu significatives concernant les autres difficultés avec le crédit digital (y compris la difficulté à comprendre les frais / coûts, la facturation inattendue de frais, difficulté à contacter le service client, et les problèmes de réseau).

# Source d'argent pour rembourser le crédit digital

**33% ont utilisé leur épargne pour rembourser leur crédit digital. Seuls 54% n'ont pas eu recours à des sources d'argent pouvant affecter leur santé financière ou leurs conditions de vie.**



**S'agissant des ressources utilisées pour le remboursement pouvant affecter la santé financière des utilisateurs ou leurs conditions de vie :**

**Un tiers des répondants ont dû utiliser leur épargne pour rembourser un crédit digital.**

**8% ont réduit leurs achats de nourriture.**

**6% ont emprunté, auprès des proches dans 83% des cas.**

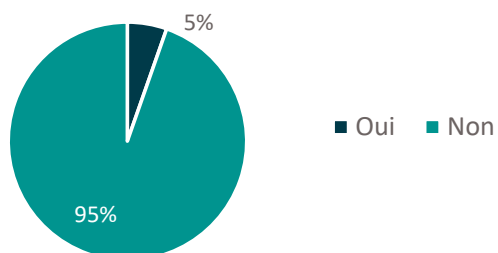
**Il n'y a pas de différence entre les utilisateurs urbains et ruraux.**



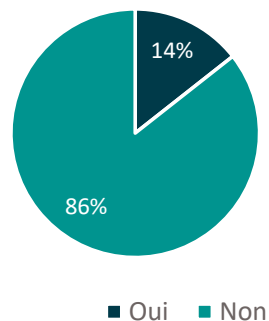
# Crédit digital contracté en même temps qu'un autre crédit

Les crédits digitaux sont rarement contractés en même temps qu'un autre crédit formel. Mais 14% des emprunteurs digitaux ont déjà dû rembourser plusieurs prêts en même temps, formels ou informels, sans être en mesure de tous les honorer.

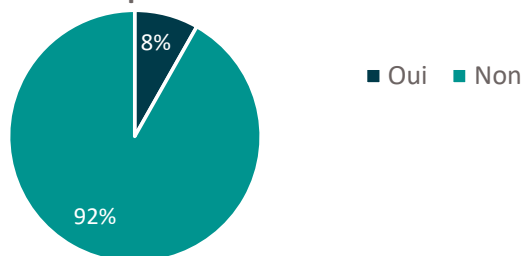
2 crédits digitaux chez 2 fournisseurs en même temps



Plusieurs prêts en même temps, difficulté à tous les rembourser



Crédit digital en même temps qu'un prêt banque ou IMF



Seuls 5% des répondants disent avoir contracté 2 crédits digitaux en même temps.

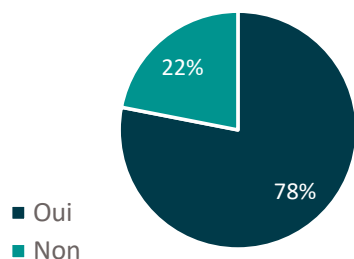
Seuls 8% des répondants ont contracté un crédit digital en ayant en même temps un prêt dans une banque ou IMF.

Cependant, **14% ont déjà dû rembourser plusieurs prêts en même temps et ont eu des difficultés pour le faire dans des proportions similaires quel que soit le lieu de résidence** (12% à Abidjan, 17% autres villes et 15% en zone rurale). Les autres prêts contractés le sont principalement **auprès des proches** (40% ont déjà emprunté auprès des proches).

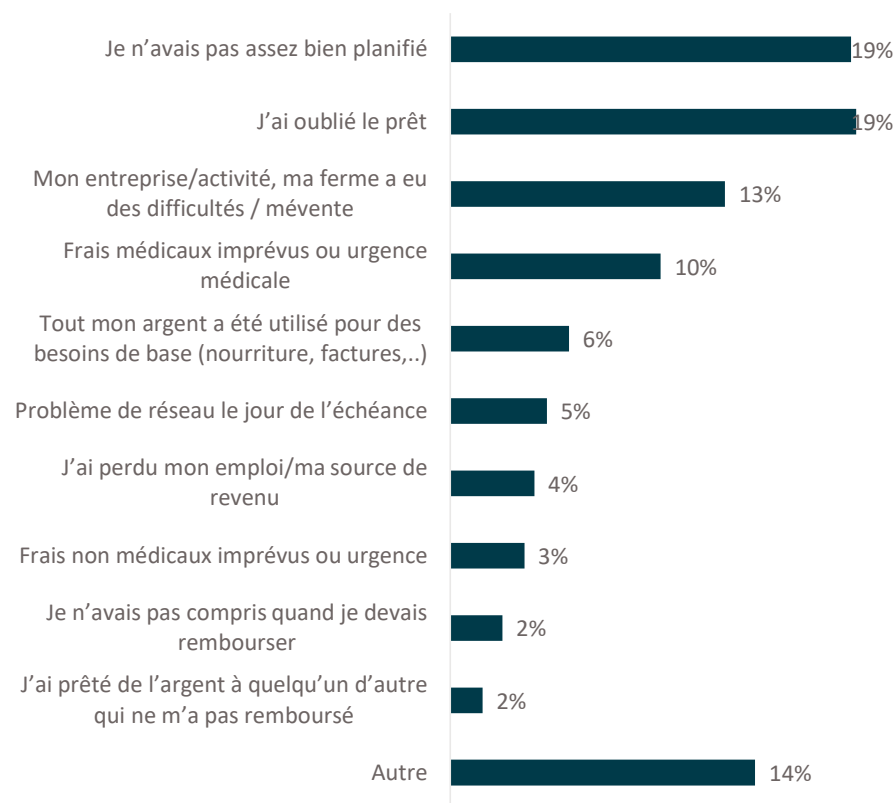
# Retards de remboursement du crédit digital

La grande majorité des emprunteurs déclarent avoir déjà été en retard pour rembourser leur crédit digital (78%), principalement en raison de négligences (oubli ou manque de planification).

Remboursé crédit digital en retard



Retard de remboursement : raison principale



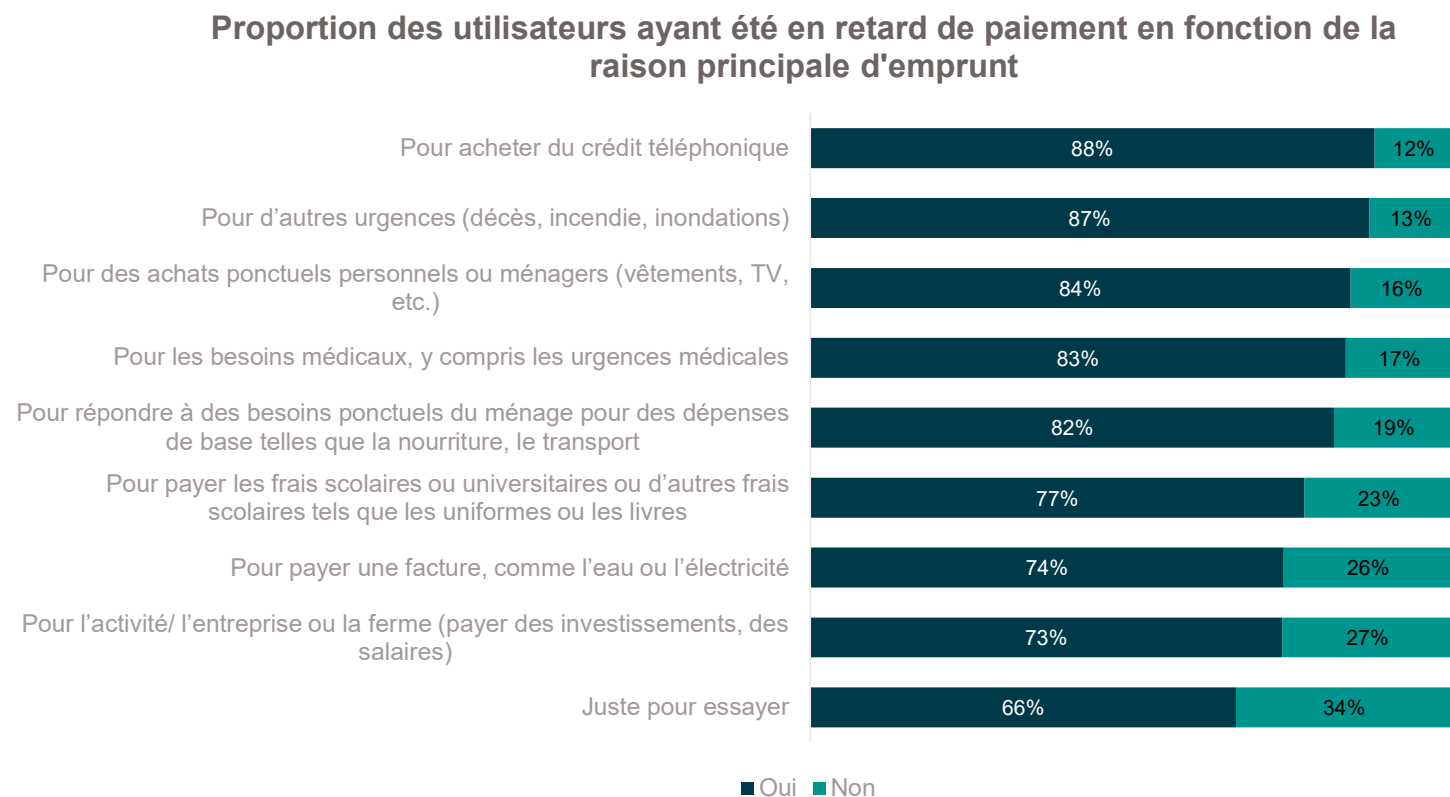
Les hommes et les femmes ont eu un retard de remboursement dans des proportions similaires (79% vs 75%). Il en est de même pour les emprunteurs ruraux et urbains (76% vs 79% à Abidjan et 77% autres villes).

Les retardataires ont oublié le prêt (19%) ou n'ont pas bien planifié (19%), et 13 % ont rencontré des difficultés dans leur activité. On peut supposer un manque d'information sur les dates de remboursements, bien que les incompréhensions sur les dates et montants de remboursement soient peu citées.

Les raisons à ces retards sont similaires chez les femmes et les hommes : 15% des femmes et 20% des hommes ont affirmé n'avoir pas assez planifié, ils ont oublié dans les mêmes proportions, et les frais médicaux imprévus justifient le retard pour 14% des femmes et 8% des hommes.

# Retards de remboursement du crédit digital

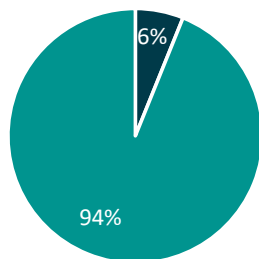
Les retards varient selon l'utilisation du crédit digital, les retards sont plus fréquents lorsqu'il s'agit de prêts pour du crédit téléphonique (88%) ou des urgences (87 et 83%) que lorsqu'il s'agit de financer l'activité (73%).



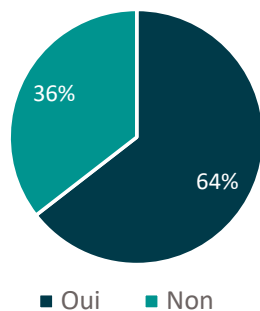
# Contact pour question, préoccupation, plainte

Malgré les nombreuses difficultés citées, seuls 6% des emprunteurs ont déjà contacté un service client, un agent ou la police pour une question, une préoccupation ou une plainte liée au crédit digital.

Déjà contacté service client, agent, police pour question, préoccupation ou plainte

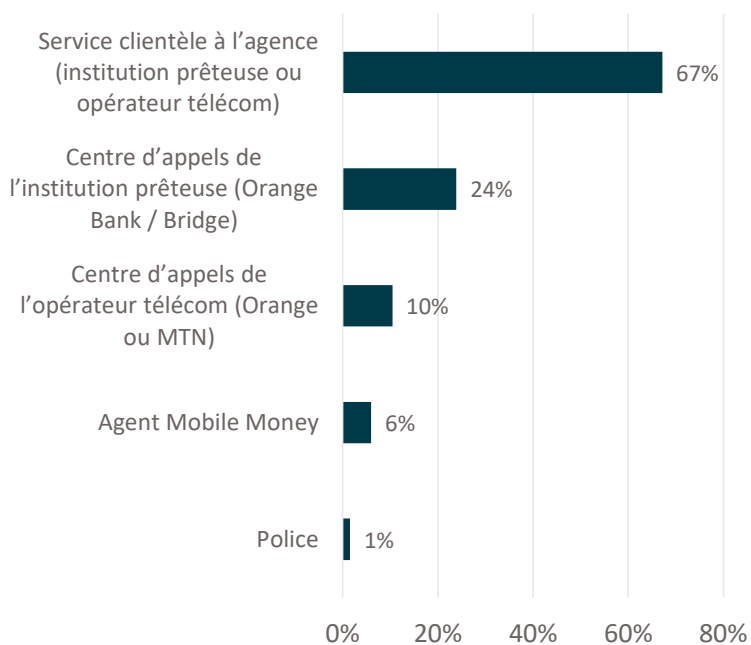


Problème résolu à la convenance par le centre d'appels / service client



■ Oui ■ Non

Contact en cas de difficulté



Les femmes et les hommes contactent un service en cas de difficulté dans des proportions similaires (4% vs 7%). Il n'y a pas de différence entre les urbains et les ruraux.

Pour rappel, 29% des utilisateurs de crédits digitaux avaient déclaré avoir rencontré la difficulté de ne pas réussir à joindre le service client alors qu'ils en auraient eu besoin.

Lorsqu'un contact est pris, l'utilisateur se tourne principalement vers le **service clientèle dans les agences (67%), suivi par les centres d'appels.**

**64% des problèmes ont été résolus à la convenance des clients.**

Pour plus d'information, merci de contacter :  
Éric Duflos ([eduflos@worldbank.org](mailto:eduflos@worldbank.org)) ou  
Corinne Riquet-Bamba ([corinne.riquet.cgap@gmail.com](mailto:corinne.riquet.cgap@gmail.com))

Vous pouvez aussi visiter :

[www.cgap.org/topics/collections/consumer-protection](http://www.cgap.org/topics/collections/consumer-protection)

[www.findevgateway.org/fr/themes/protection-du-consommateur](http://www.findevgateway.org/fr/themes/protection-du-consommateur)



BILL & MELINDA  
GATES foundation

