

WEBINAIRE FINDEV

Transformation digitale de la microfinance : leçons d'institutions africaines

JEUDI 9 MARS 2023

15H GMT (heure Abidjan, Dakar) / 16H GMT+1
(heure Porto Novo, Kinshasa, Paris)



Jeudi 9 mars 2023

15h GMT (heure Abidjan, Dakar)
16h GMT+1 (heure Kinshasa, Paris)

RAPPELS TECHNIQUES



Il s'agit d'une diffusion audio. Vos microphones resteront muets.



Vous avez des questions ?
Posez-les dans le tchat à tout moment pendant le webinaire.



Durée : 1h15



L'enregistrement du webinaire
vous sera envoyé par mail.

PANÉLISTES



Sibia Ngayihembako
FINCA



Razack Dimon Challa
RENACA



Marène Sene
Baobab

PROGRAMME

15:00 GMT

Introduction et rappels techniques

15:05 GMT

Sibia Ngayihembako – FINCA

15:20 GMT

Razack Dimon Challa - RENACA

15:35 GMT

Marème Sene - Baobab

15:50 GMT

Questions & réponses

16:15 GMT

Conclusion



Crédit photo : Arete / Mamadou Diop /
World Bank

La transformation digitale de FINCA en République Démocratique du Congo

Sibia Ngayihembako – FINCA





Transformation digitale de la microfinance : leçons d'institutions africaines

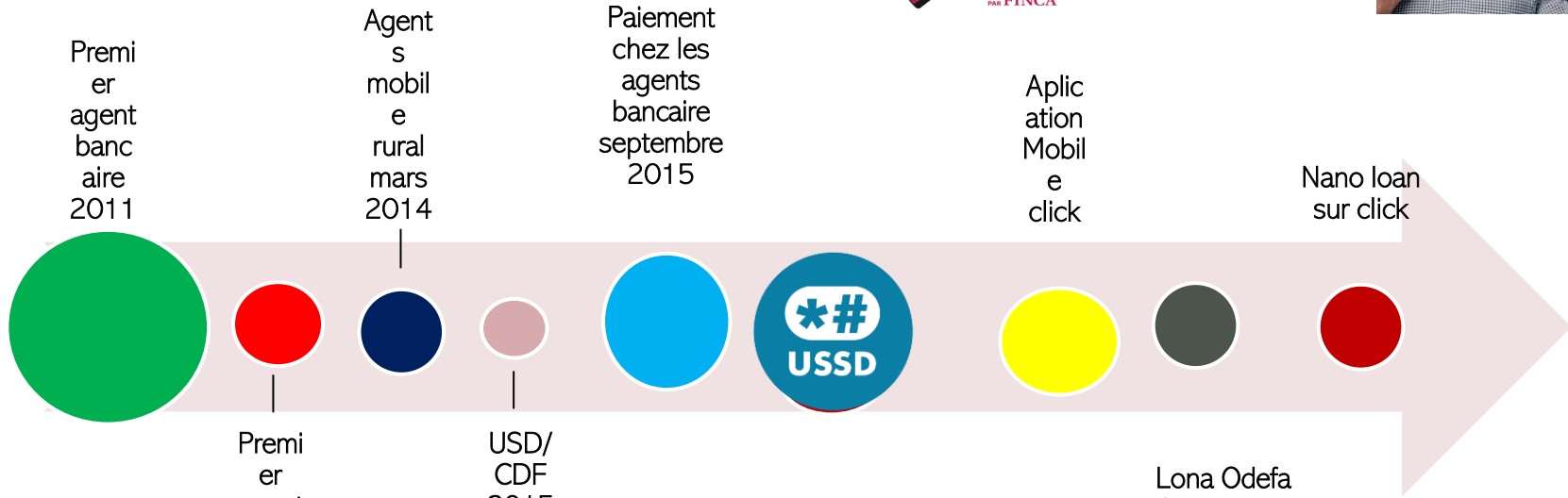
09 Mars 2023

Sibia Ngayihembako – HBS FINCA



FINCA[®] | Impact
Finance

FINCA transformation digitale



Premier agent bancaire 2011

Agents mobile rural mars 2014

Paiement chez les agents bancaire septembre 2015

Application Mobile click

Nano loan sur click

Premier agents Master decembre 2013

USD/CDF 2015

Lona Odefa (nano Loan avec Mpesa-Vodacash)



Objectifs de la transformation digitale

- Proximité avec le clients (la microfinance est vraiment plus relationnelle. Nous nous rapprochons du client et le servons dans sa communauté)
- Réduction des coûts de transaction pour les clients
- Facilité d'accès aux services financiers
- Accès du client à davantage de canaux pour mieux gérer ses finances
- Réduction du temps passé à la banque pour continuer à faire ce qu'il doit faire
- Pérenniser l'institution en réduisant les coûts opérationnels
- Promouvoir l'inclusion financière

La clef de la transformation digitale

Le client au
centre de la
transformation
Digitale



Expériences

Facteurs ayant favorisé le succès

- Un engagement ferme de l'institution
- Une communication constante et claire à tous les agents sur le parcours digital et ses bénéfices
- Une collaboration étroite avec la banque centrale du Congo, qui a été un levier non négligeable pour la réussite
- Rester à l'écoute du client et résoudre leurs problèmes
- La formation constante des clients.

Facteurs qui ont constitué un défi

- Le manque infrastructure
- La couverture inadéquate des réseaux de télécommunication
- Le manque d'un écosystème mature

Les canaux de distribution des services FINCA



Agence



Agent bancaire



Application mobile



USSD



Internet banking (à venir)



Perspectives



- Continuer à écouter les clients, ainsi que leurs besoins
- Partenariats pour construire l'écosystème qui permettrait aux clients de mieux gérer leurs finances
- Rendre les processus encore plus efficaces pour que les clients disposent de plus de temps et que chaque interaction soit la plus rapide possible tout en garantissant la sécurité, la fiabilité et l'accessibilité.



Crédit photo : CGAP Photo (Temilade Adelaja via Communication for Development Ltd)

La finance digitale pour mieux remplir la mission sociale du RENACA

Razack Dimon Challa - RENACA





EXPERIENCE DU RENACA

**La finance digitale pour mieux
remplir la mission sociale du
RENACA**

SOMMAIRE

- 1 **Présentation de RENACA**
- 2 **Stratégie digitale de RENACA**
- 3 **Résultats et impacts**
- 4 **Difficultés rencontrées**
- 5 **Leçons tirées**



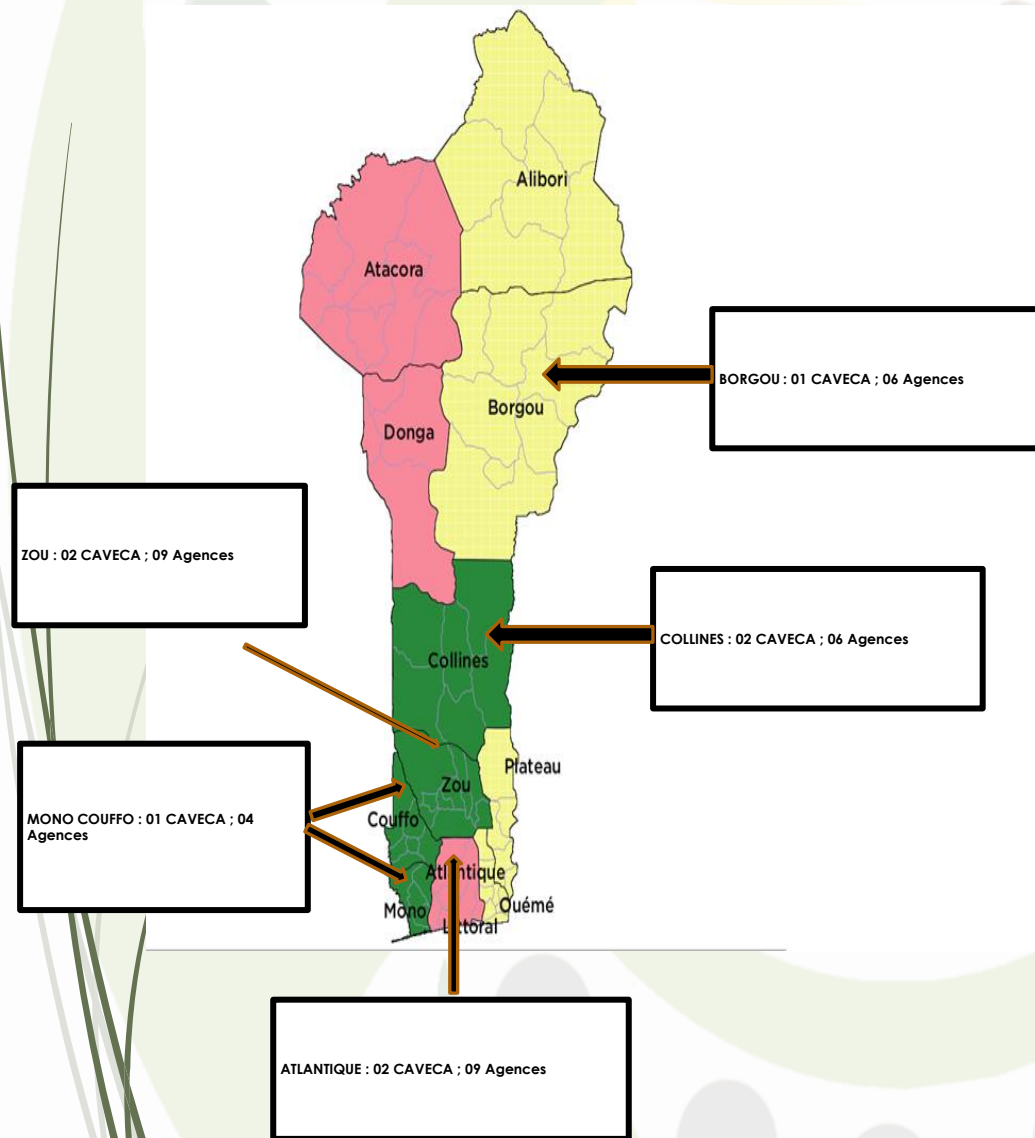


Présentation de RENACA

RENACA : Réseau National des Caisses villageoises d'Épargne et de Crédit Autogérées

- ❑ Créé officiellement en 2005 et agréé sous le N°Z.07.0026.A. du 04 Février 2008
- ❑ Réseau à 2 niveaux : les CAVECA et la Faîtière
- ❑ 34 agences structurées en 8 CAVECA, toutes agréées
- ❑ 70% des agences installées en milieu rural avec des activités classiques d'un SFD
- ❑ Réseau sous article 44 de la loi N°2012-14 du 21 mars 2012

Zones couvertes



Quelques données au 31/12/2022

Effectif du personnel
309 dont 135 femmes

Clientèle
226 105 dont 55% de femme

Encours de l'épargne
8,6 milliards de FCFA

Encours de crédit
15,3 milliards de FCFA

Taux PAR 90j: 4%

POURQUOI LA FINANCE DIGITALE ?

✧ Réponse à une attente majeure de la clientèle

✧ Souci de l'amélioration de l'inclusion financière, notamment en milieu rural

✧ Amélioration de la qualité et de la disponibilité des informations financières et sociales

✧ Amélioration de la gouvernance

✧ Réduction des dépenses d'extension physique des points de service et des coûts de transactions aux clients



STRATÉGIE DIGITALE DU RENACA

Projet structuré en trois grandes phases :

✧ Digitalisation des opérations terrain, dont la Tontine Mobile

✧ Mise en place du Bank to Wallet et Wallet to Bank

✧ Mise en place d'un réseau d'agents tiers



PRÉREQUIS

- Interconnexion des sites
- Centralisation des bases et virtualisation
- Acquisition des équipements (Serveurs, TPE)
- Acquisition de plateforme mobile
- Renforcement du dispositif sécuritaire
- Amélioration de la connexion internet au siège (souscription à la Fibre Optique)
- Acquisition des TPE (POS, Tablettes, etc.)
- Etc.

RÉSULTATS ET IMPACTS

1. Clients et agents satisfaits (à plus de 95% suite à l'évaluation) de l'introduction des TPE
2. Opérations rapides et sécurisées : 30 secondes en mode online dans les conditions optimales de connectivité et 15 secondes en mode offline.
3. Réduction des coûts opérationnels et des erreurs, dans le traitement des données
4. Augmentation du nombre de clients, du montant des dépôts, des commissions, etc.
5. Gain de temps pendant les transactions
6. Parfaite maîtrise du fonctionnement des TPE par les agents avec une grande agilité dans l'utilisation



BÉNÉFICES POUR LES CLIENTS

- ❖ Gammes de produits variés et adaptés aux besoins de la clientèle
- ❖ Gain de temps et donc plus d'opportunités d'affaires
- ❖ Réduction des coûts de déplacement et des délais d'attente (coûts de transaction)
- ❖ Sécurité des opérations
- ❖ Amélioration des niveaux de revenu



PRINCIPALES CLÉS DE RÉUSSITE

**Motivation
du
personnel**

**Réalisation
d'un pilote**

**Capacité
technique**

**Engagement
des
dirigeants**

**Capacité
opérationnelle**

**Capacité
financière**

DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

- ◆ Non réactivité de certains prestataires techniques par rapport aux sollicitations
 - ❖ Lenteur de la connexion et lourdeur de la base de données au départ
 - ❖ Difficulté dans le choix des options technologiques (interconnexion et fusion)
- ◆ Coûts additionnels importants
 - ◆ Insuffisance des ressources financières
 - ◆ Partenariat très délicat et difficile avec les OTM
 - ❖ Connexion internet non disponible en zone rurale pour faciliter les transactions en temps réel
 - ◆ Instabilité énergétique par endroit





ENSEIGNEMENTS

- ❖ Le déploiement d'un projet de finance numérique peut prendre plus de temps que prévu.
- ❖ Il est indispensable d'avoir l'appui de la direction générale et des administrateurs
- ❖ Les choix des options technologiques sont déterminants dans la réussite du projet
- ❖ Les ressources financières allouées au projet doivent être importantes



ENSEIGNEMENTS

- ❖ Tout projet de finance numérique doit avoir pour finalité la satisfaction des clients
- ❖ Il est primordial que les membres de l'équipe projet soient disponibles et engagés
- ❖ Il est souhaitable de se faire accompagner par des partenaires de qualité et expérimentés
- ❖ Il faut obligatoirement réaliser le pilote sur plusieurs agences



Nos Partenaires



Nos contacts



<http://www.renacabenin.org>



+229 21 60 33 05 / 95 71 79 50



renaca@renacabenin.org



02 BP 687 Bohicon(Bénin)





Crédit photo :CGAP Photo (Temilade Adelaja via Communication for Development Ltd.)

Retour d'expérience de Baobab

Marème Sene - Baobab



Webinaire FinDev

L'aventure digitale de Baobab

09 Mars 2023



Sommaire

01

Présentation du
groupe Baobab

02

Pourquoi aller sur
le digital?

03

Etapes de mise en
oeuvre

04

Impacts

05

Lecons tirees



Présentation groupe Baobab



01

Un Groupe....

+1,000 points de présence dans 7 pays africains & en Chine...

Filiales Afrique

Burkina Faso
Côte d'Ivoire
Madagascar
Mali
Nigeria
RDC
Sénégal

Baobab Holding



Depuis
2005

de Microcred à Baobab

Baobab China

- Baobab Nanchong
- Baobab Sichuan



Nos atouts

“Le partenaire des petites entreprises”

- **Baobab est une entreprise de confiance, établie de longue date**
- **Acteur clé sur les multiples marchés où nous opérons**
- **Une forte présence locale et bonne réputation**
- **Impact positif sur la vie des gens**
- **Une offre diversifiée au-delà des prêts**
- **Des capacités technologiques en constante évolution pour améliorer l'efficacité et l'expérience client**
- **Une équipe engagée qui se sent concernée par la mission**



Ce que nous faisons en Afrique...

Nos Produits et Services



CRÉDIT BAOBAB

- Crédits Nano, Micro et PME
- Crédits agricoles
- Crédits de groupe



ÉPARGNE BAOBAB

- Comptes courants
- Comptes d'épargne
- Plans d'épargne
- Dépôts à terme



PAIEMENT BAOBAB

- Réseau Correspondants
- Application mobile
- USSD



ASSURANCE BAOBAB

- Assurance-vie

Nos canaux de distribution



192
AGENCES



875
POINTS BAOBAB



1
application
mobile

AVEC DES SERVICES DE
PAIEMENTS ET TRANSFERTS

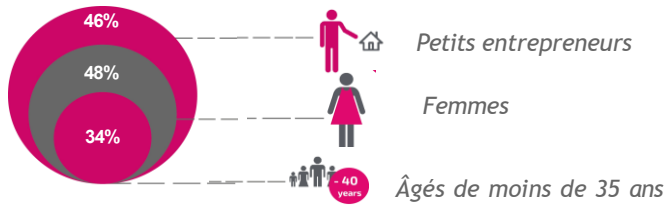


Nos chiffres au 31.12 en Afrique*



470 000

ACTIVE
CLIENTS



3 700

COLLABORATEURS

44 % DE GESTIONNAIRES DE PORTEFEUILLE

42 % DE FEMMES

RESULTAT NET* **24 708*** Millions €



585* Millions €

D'ENCOURS DE CRÉDIT



146* Millions €

D'ENCOURS D'ÉPARGNE



671* Millions €*

TOTAL ACTIF NET

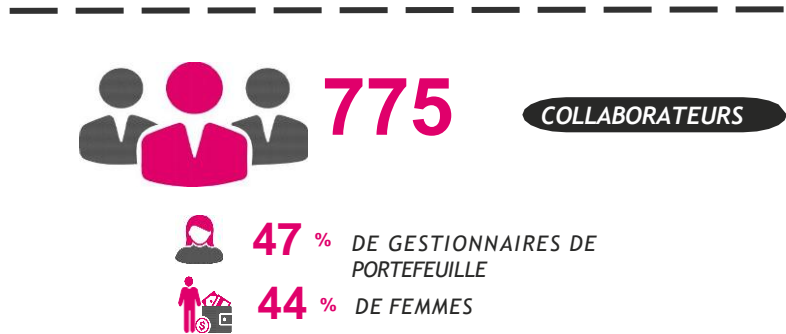
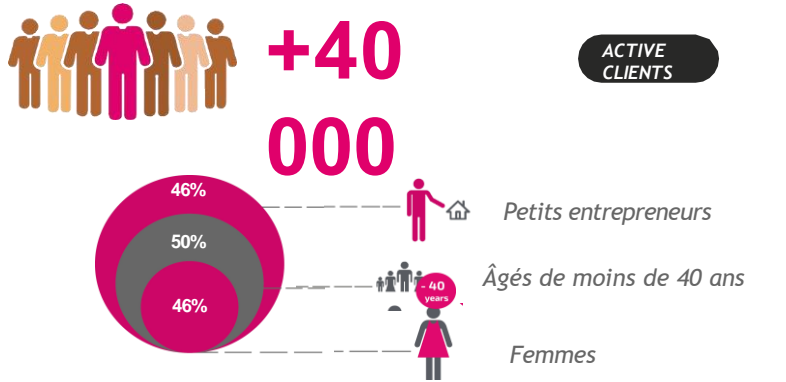


2,2 %

DE PORTEFEUILLE À RISQUE À 30 JOURS



Chiffres au 31.12 de Baobab Côte d'Ivoire*



RESULTAT NET* **6*** Milliards FCFA



120* Mds FCFA
D'ENCOURS DE CRÉDIT



59* Mds FCFA
D'ENCOURS D'ÉPARGNE



121* Mds FCFA*
TOTAL ACTIF NET



2,52 %
DE PORTEFEUILLE À RISQUE À 30 JOURS



Pourquoi aller sur le digital?



02

Objectifs de la stratégie de digitalisation

“Le digital au service du business pour le renforcer, nous rendre efficient afin de mieux servir notre clientèle”

- Assurer l'expansion de l'institution tout en limitant les coûts opérationnels
- Rendre les produits financiers Baobab accessibles à une plus grande partie de la population et notamment les zones rurales
- Soutenir les transactions numériques et l'utilisation des canaux numériques pour réduire la part des transactions dans les succursales à moins de 50 % dans un avenir proche
- Gagner en efficacité et concentrer le personnel Baobab sur des tâches à forte valeur ajoutée



Pourquoi changer de nom?

Parce que les besoins et les rêves de nos clients évoluent, notre identité se transforme pour refléter cette évolution



Etapes de mise en oeuvre

03



Etapes de mise en oeuvre

La mise en place du projet a nécessité les étapes suivantes

1. Une redéfinition de la stratégie globale de l'institution
2. La présentation des projets aux autorités de tutelles/régulateur pour obtenir leurs avais
3. L'acquisition d'une plateforme informatique pour supporter les nouveaux canaux de distribution
4. Le renforcement des capacités des équipes informatiques en charge du support aux filiales
5. La mise en place au niveau des filiales de nouveaux départements/services/profils dédiés à la mise en place et gestion des canaux alternatifs: définition de procédures, recrutement, formation, support,...
6. La mise à jour la cartographie des risques et des processus d'audit, contrôle et de prévention des fraudes
7. La mise en place d'un centre relation client : call center, mesure de la satisfaction client, campagnes d'acquisition terrain, etc..
8. La mobilisation de ressources et d'experts sur la définition de nouveaux produits adaptés (consultants, assistance technique de la holding, etc...)
9. Le renforcement des actions marketing autour du digital



Coûts d'investissements

Toutes ces actions ont évidemment nécessité un gros investissement financier et humain dont il faut tenir compte

Baobab a ainsi obtenu des subventions de bailleurs tels que MasterCardFoundation, IFC, UNCDF lui permettant de réaliser les gros investissements de départ : RH et informatique mais également de pouvoir bénéficier de l'assistance technique nécessaire afin de pouvoir déployer ces programmes.



Résultats



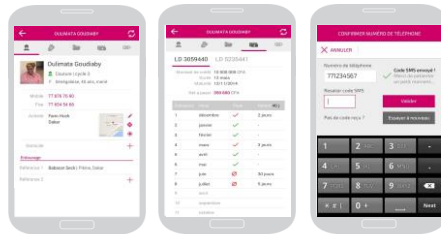
04

Digitalisation des processus et des produits/services (1/2)

Une nouvelle expérience
d'**ouverture de compte**
sans tracas, sans papier,
KYC simplifié, utilisation
de la biométrie



Une automatisation
crédits: une application mobile et
Web permettant aux gestionnaires
de traiter les demandes de prêt
avec moins de papier et de
recueillir des informations sur le
terrain.



Une plateforme
web et mobile
soutenir notre réseau
d'agents Baobab: des points
de service qui permettent aux
clients de déposer, retirer et
transférer de l'argent à proximité



Des renouvellement de
prêts automatisés:
processus entièrement
automatisé permettant aux
meilleurs clients de recevoir leur
argent immédiatement



Digitalisation des processus et des produits/services (2/2)

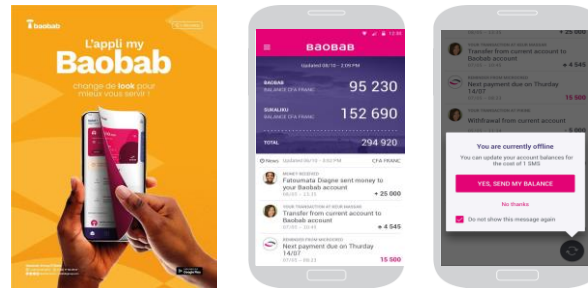
Nous développons des solutions adaptées pour digitaliser nos processus et simplifier la vie de nos clients

Taka Loan : Une nouvelle expérience de nano-crédit

entièrement automatisée qui permet au client d'accéder instantanément à un nano-prêt



Une application mobile pour smartphone pour les clients Baobab



Des services de paiements:

Bank-to-Wallet, paiement de factures, recharge de crédit, transferts, et autres intégrations de paiements tiers pour permettre à nos clients d'utiliser leurs comptes sur une variété de canaux



Vue globale sur les KPIs digitaux à date (Afrique)

Burkina Faso
Côte d'Ivoire
Madagascar
Mali
Nigeria
RDC
Sénégal

Application mobile

6,13% MAU/CA

27 682 MAU

MAU = Monthly Active User:
Nombre d'utilisateurs Actifs/mois

Transactions digitales

13% sur total
transactions du réseau

Agency banking

37% sur total
transactions du réseau

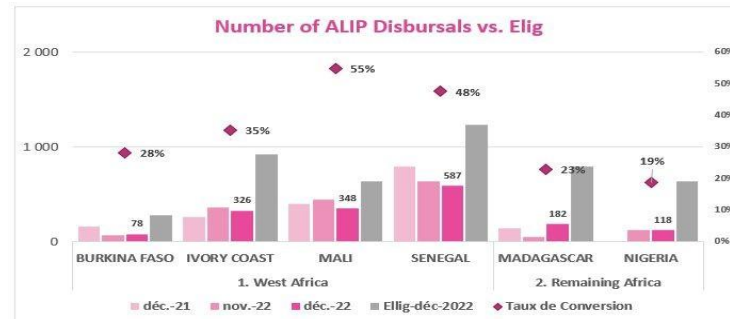
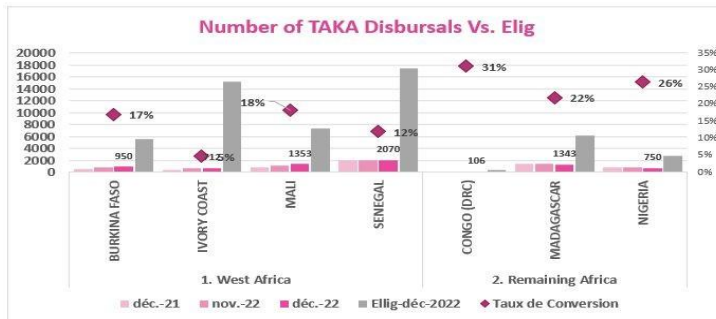
201,8k transactions



Crédits digitaux

35% de nos crédits sont digitaux à fin décembre 2022 avec une bonne maîtrise de la qualité

- ALIP / Renouvellement automatique (1.5% PAR 30 vs. 2.2% sur portefeuille global Afrique).
- TAKA / Nano crédit (2.9% de PAR 30 vs. 2.2% sur portefeuille global Afrique)

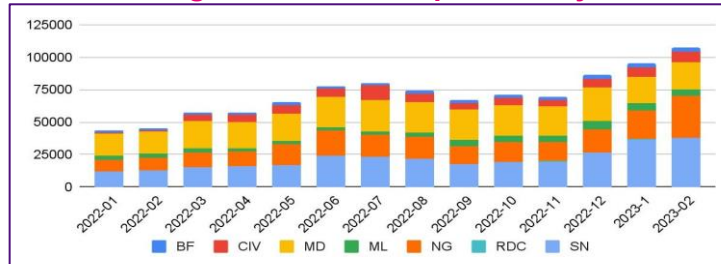


Transactions digitales

Près de **87.000 transactions digitales uniques** réalisées en 2022 pour un objectif fixé à 100.000 transactions...

...passant de **6 à 10%** du total des transactions du réseau.

Number of digital transactions per country



Bien que l'objectif 2022 ne soit pas entièrement atteint, nous avons une forte croissance des transactions digitales en 2022 grâce à la livraison de nouvelles fonctionnalités (ex : intégrations de mobile money).

La croissance des transactions numériques est 4 fois supérieure à celle des agences



Objectifs 2023
~ 150 millions de transactions digitales



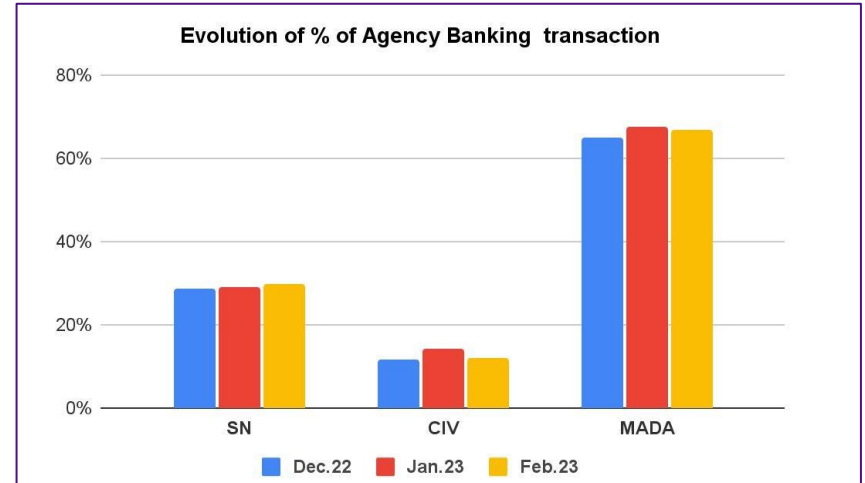
Réseau Agency Banking (Senegal, Madagascar, CIV)

1,3 millions de transactions ont été réalisées dans le réseau correspondants pour un volume de 186 millions d'Euro sur les 3 pays

37% transactions Agency vs Total

L'objectif en fin 2023 est de 56%

Pays	Objectif 2023	Réalisation à date	% d'atteinte des objectifs
SN	48%	30%	61%
CIV	26%	13%	51%
MADA	85%	68%	80%
RDC	50%	0%	0%
Total	56%	37%	66%



875 Points de vente actifs

Countries	Point actifs
SN	371
CIV	144
MADA	360
RDC	#N/A
Total	875



Application My Baobab

Montant Total des transactions

186€ Millions

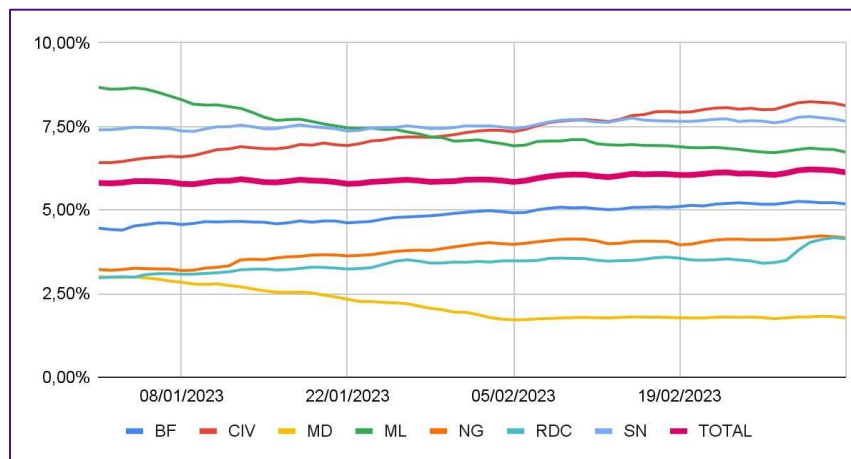
Volume Moyen Mensuel

17€ Millions

	Actual	Target
Pays	MAU	MAU
BF	1 509	6 549
CIV	6 891	22 059
MD*	1 046	14 382
ML	2 479	5 889
NG	2 739	19 039
RDC	598	4 038
SN	12 420	38 134
TOTAL	27 682	110 090

Démarrage très positif des 3 projets Mobile money livrés avec des volumes déjà prometteurs en décembre :

- Wave Baobab Senegal : 4.3k
- MVola Baobab Madagascar : 1.3k (*2 vs Nov)
- B2W / W2B Baobab Burkina Faso: 669



Lecons tirées



05

Facteurs clefs de succès

1. STRATEGIE CLAIRE ET PARTAGÉE/VALIDÉE AVEC LE TOP MANAGEMENT
2. RECOURS À DES EXPERTS & DE L'ASSISTANCE TECHNIQUE ASSISTANCE POUR LE RENFORCEMENT DES CAPACITÉS
3. IMPLICATION DU RISQUE ET DE L'AUDIT POUR ACTUALISER LA CARTOGRAPHIE DES RISQUES ET METTRE À JOUR LES MATRICES DE CONTRÔLE
4. INFRASTRUCTURE IT: RENFORCER LES COMPÉTENCES DES ÉQUIPES EN CHARGE DE L'IT / INVESTISSEMENT DANS UNE PLATEFORME ROBUSTE POUVANT SUPPORTER DES ÉVOLUTIONS FUTURES
5. CHANGE MANAGEMENT : renforcement des compétences, recrutement de nouveaux profils, mise en place de nouveaux services dédiés,...
6. SENSIBILISATION CLIENT À TRAVERS DES CAMPAGNES MARKETING, UN REBRANDING, UNE COMMUNICATION ADAPTÉE
7. LA QUALITÉ AU COEUR DES ACTIONS : MISE EN PLACE D'UN CENTRE RELATION CLIENT À DISTANCE, RENFORCEMENT DU DISPOSITIF DE SUIVI DES REMONTÉES DES UTILISATEURS
8. ET SURTOUT: SÉCURISER LES FONDS NÉCESSAIRES POUR SUPPORTER CETTE STRATEGIE (Sécurisation du budget requis: subventions, augmentation du capital....)



Questions?



Merci

Contact

Marème SENE
msene@baobabgroup.com



Libérez votre potentiel
baobabgroup.com

QUESTIONS & RÉPONSES



Sibia Ngayihembako
FINCA



Razack Dimon Challa
RENACA



Marène Sene
Baobab

Pour poser vos questions, utilisez le tchat Zoom

ET APRÈS ?

1

Nous vous enverrons un e-mail lorsque l'enregistrement du webinaire et la présentation PDF seront disponibles sur Portail FinDev.

2

Pour en savoir plus sur la transformation digitale de la microfinance, visitez [notre page thématique dédiée](#).

3

Pour plus de ressources sur la finance inclusive, visitez notre site www.portailfindev.org. Vous souhaitez proposer du contenu ? Contactez-nous : contact@portailfindev.org

Merci !

www.portailfindev.org



[@Portail_FinDev](https://twitter.com/Portail_FinDev)



[Portail FinDev](https://www.linkedin.com/company/portail-findev)