



Photo de Daniella Van Leggelo-Padilla

LES RISQUES DE LA FINANCE NUMÉRIQUE POUR LES CONSOMMATEURS : Étude nationale au Sénégal

Juin 2023



Clause de non-responsabilité

Ce travail a été commandé par le CGAP et financé en tout ou en partie par le CGAP dans le cadre de son projet “Protecting Vulnerable Customers”. Contrairement aux publications officielles du CGAP, les points de vue et conclusions exprimées sont ceux des auteurs et peuvent ou non refléter le point de vue du personnel du CGAP.

REMERCIEMENTS

L'équipe de recherche était composée des personnes suivantes.

CGAP : Corinne Riquet-Bamba, Eric Duflos, Juan Carlos Izaguirre et Antoine Navarro.

OQSF-SN: Papa Cissé, Alphonse D. Thiakane, Habib Ndao et Aliou Diop

IPA : Romuald E. Kouadio Anago, Bechir Ouedraogo, Brian Mwesigwa, William Blackmon et Rafe Mazer.

Les auteurs tiennent à remercier les équipes des prestataires de services financiers numériques du Sénégal qui ont contribué à cette recherche. Il s'agit notamment d'Orange Money, Wave, Mobile Cash SA, Expresso e-money et Wizall.

Nous remercions également nos collègues du CGAP, Gerhard Coetzee, Barbara Scola et Max Mattern, pour leurs commentaires et leurs conseils lors de la finalisation de ce travail. Nous remercions également Lamis Daoud et Rebecca Radix pour leur soutien à la rédaction et à la production.

À PROPOS DE CETTE ÉTUDE

CONTEXTE ET OBJECTIFS

Contexte : Cette étude s'inscrit dans le cadre des activités du **Lab. de l'UEMOA pour la protection des consommateurs de services financiers numériques.**

Le Lab est un projet qui appuie les acteurs locaux pour construire un écosystème responsable pour les services financiers numériques (SFN) au niveau national et régional.

Objectifs de l'étude : Comprendre l'utilisation des SFN par les utilisateurs du mobile money, leurs expériences, les difficultés rencontrées et les possibilités d'amélioration de la protection des consommateurs.

Le CGAP s'est associé à l'Observatoire de la qualité des services financiers (OQSF-SN) qui a mené l'enquête en collaboration avec Innovations for Poverty Action (IPA).

DÉFINITIONS

Mobile money

- Un service transactionnel basé sur le mobile qui peut être transféré électroniquement en utilisant les réseaux mobiles.

Services financiers numériques (SFN)

- La prestation de services financiers par le biais d'un canal numérique (généralement mobile, cartes ou Internet) et l'utilisation d'agents de détail. Dans le cas de cette étude, l'utilisation des SFN concerne les utilisateurs du mobile money.
- Les SFN comprennent : les transferts, l'achat de crédit téléphonique, le paiement de factures, le paiement marchand, le transfert vers un compte bancaire ou un compte d'IMF, l'épargne, le crédit, l'assurance.

MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

Enquête quantitative réalisée par téléphone par l'OQSF-SN, sept. - oct. 2022

Échantillon de 1 517 utilisateurs du mobile money sélectionnés de manière aléatoire et identifiés au travers d'enquêtes antérieures menées par l'OQSF.

L'échantillon a été constitué à partir des répondants des enquêtes précédentes menées par l'OQSF-SN auprès des utilisateurs de SFN et pondéré par des données démographiques clés (âge, sexe, éducation et urbanité) afin de correspondre à la distribution des utilisateurs sénégalais du mobile money basée sur les données Findex 2021.

- Dans ce rapport, nous avons considéré qu'une différence inférieure ou égale à 5,0 % entre deux données n'est pas significative.



Philippe Lissac, 2011 Photo CGAP

TABLE DES MATIÈRES

1. Résumé exécutif.....	7
2. Introduction et contexte.....	13
3. Modèles d'utilisation des services financiers numériques.....	18
4. Analyse des risques liés à l'utilisation des services financiers numériques (SFN)	22
5. Comparaison entre le Sénégal et la Côte d'Ivoire.....	33
6. Annexe	38



Photo credit: Vincent Tremeau / World Bank

1. RÉSUMÉ EXÉCUTIF



RÉSUMÉ EXÉCUTIF

PROFIL DES UTILISATEURS DE SFN

Les utilisateurs de comptes de mobile money de notre échantillon sont majoritairement jeunes (âge moyen de 35 ans), vivent en ville (62%), sont des hommes (55%), et 60% gagnent 150 000 CFA ou moins par mois (environ 250\$). La majorité est soit diplômée de l'école primaire (45%), soit sans éducation formelle (21%).

UTILISATION DES SFN

98% des personnes interrogées ont utilisé les SFN au moins une fois au cours des 30 derniers jours.

La plupart des utilisateurs ont plusieurs comptes - 75 % d'entre eux utilisent deux comptes ou plus régulièrement chaque mois.

86% des utilisateurs utilisent un smartphone, tandis que l'utilisation de l'USSD⁽¹⁾ est de 68%. **39% des utilisateurs partagent leur téléphone avec d'autres personnes.**

87 % des personnes interrogées considèrent que les transactions numériques sont sûres et qu'elles ne perdront pas d'argent. 86 % estiment que leurs données sont en sécurité chez le prestataire.

TYPES DE SFN UTILISÉS

Les trois principales utilisations mensuelles sont les dépôts et les retraits (95% ensemble), la réception d'argent sur le compte de mobile money (90%), l'envoi d'argent à partir du compte de mobile money (89%), toutefois les paiements marchand et de factures sont effectués par plus d'un tiers des utilisateurs.

L'utilisation de produits plus sophistiqués, tels que le crédit numérique, l'assurance et la banque mobile, reste faible, ce qui est compréhensible, étant donné que ces produits n'en sont qu'à leurs débuts sur le marché sénégalais.

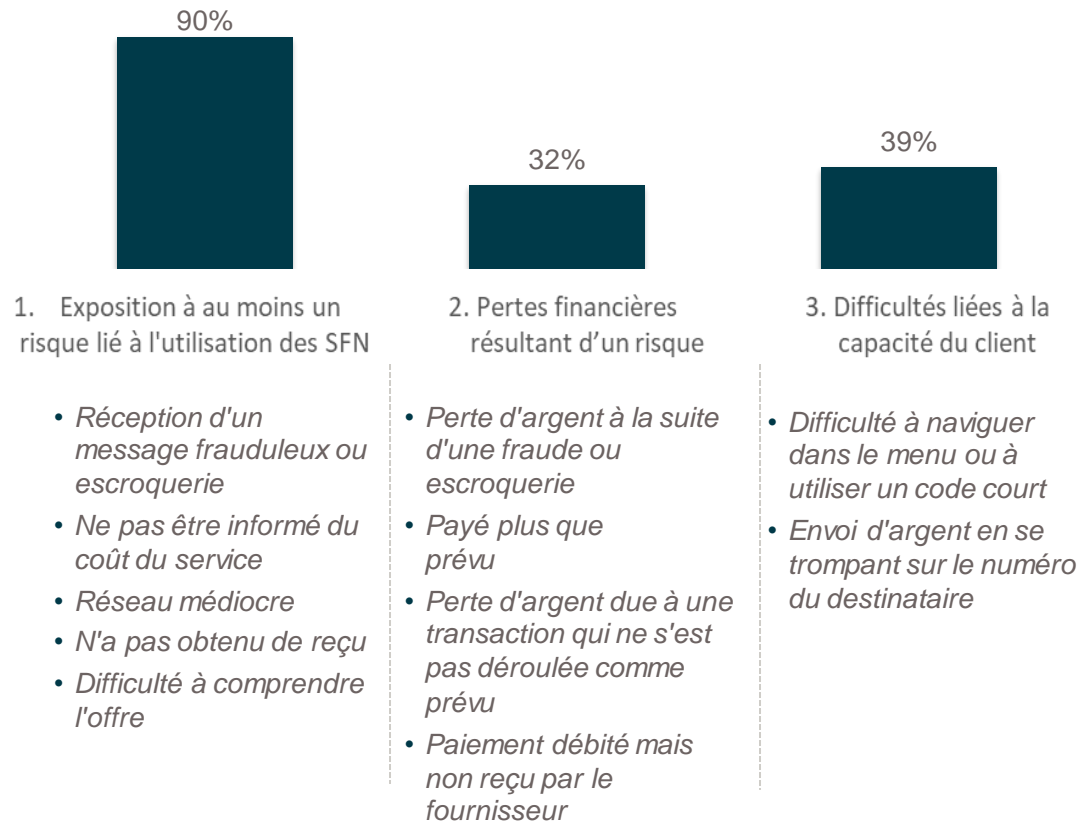
(1) : USSD (Unstructured Supplementary Service Data) est un protocole du système mondial de communications mobiles (GSM) qui est utilisé pour envoyer des messages sous forme de texte.

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Défis rencontrés⁽¹⁾ par les utilisateurs de SFN, par catégorie

95 % des utilisateurs ont rencontré au moins un défi et 90 % ont été exposés à au moins un risque lié à l'utilisation des services financiers numériques (SFN). 32 % ont perdu de l'argent et 39 % ont été confrontés à des difficultés liées à leurs capacités limitées.

Types de défis rencontrés



Les défis liés à l'utilisation des SFN peuvent être classés en **trois catégories** :

- (i) l'exposition à au moins un risque lié aux SFN pour le consommateur (l'utilisateur a rencontré au moins un problème qui engendre un risque lorsqu'il utilise les SFN) ;
- (ii) les pertes financières résultant d'un risque ; et,
- (iii) les difficultés liées aux capacités des utilisateurs eux-mêmes.

La majorité des utilisateurs de SFN (**90%**) ont été exposés à au moins un risque associé à l'utilisation des SFN (un mauvais réseau est le plus cité, à 44%, suivi de près par les tentatives de fraude à 43%). Les hommes et les femmes sont exposés de manière similaire à au moins un risque (91% pour les hommes contre 90% pour les femmes).

32 % ont déclaré avoir perdu de l'argent, soit en réagissant à un message frauduleux, soit en payant plus que prévu, soit en raison d'un dysfonctionnement au cours de la transaction. Les hommes sont légèrement plus susceptibles de perdre de l'argent (35% pour les hommes contre 28% pour les femmes).

39% ont des difficultés liées à leurs capacités : Les hommes et les femmes ont des difficultés liées à leurs propres capacités dans des proportions similaires (40% pour les hommes contre 36% pour les femmes).

(1) : Dans ce rapport, le terme "défis" fait référence, le cas échéant, à l'exposition des personnes interrogées à un risque, aux pertes d'argent ou aux difficultés dues à leur manque de capacités.



RÉSUMÉ EXÉCUTIF

DÉFIS POSÉS PAR LES SFN

95 % des utilisateurs ont rencontré au moins un défi. Plus de la moitié des utilisateurs (55%) n'ont pas été informés des coûts de transaction avant d'effectuer une transaction.

Les tentatives de fraude et d'escroquerie constituent un défi important pour les utilisateurs (43%). Environ 8 % ont perdu de l'argent à la suite de tentatives d'escroquerie. Parmi les autres types de problèmes, citons le paiement de frais supplémentaires (15 %), **l'échec des transactions en raison d'un mauvais réseau (44 %)**, l'envoi d'argent à un mauvais numéro (34 %) et la perte d'argent parce qu'une transaction ne s'est pas déroulée comme prévu (15 %).

FOCUS SUR LES AGENTS : AIDE

Les agents sont une source importante de soutien pour les utilisateurs de SFN au Sénégal. 16% des personnes interrogées déclarent avoir besoin d'aide avec les SFN. Parmi eux, 54% trouvent de l'aide auprès des agents.

En outre, même ceux qui disent ne pas avoir besoin d'aide reçoivent une assistance de la part des agents. 57 % de tous les utilisateurs reçoivent de l'aide de la part des agents. Les **agents aident les utilisateurs à comprendre les services (30%), effectuent des transactions en leur nom (24%) et les mettent en garde contre la fraude (18%).**

FOCUS SUR LES AGENTS : DÉFIS

La plupart des utilisateurs (86%) ont rencontré des difficultés avec les agents, en particulier des transactions qui ont échoué en raison d'une insuffisance de fonds (44% des utilisateurs) ou de problèmes de réseau (37%).

Bien que moins fréquent, 19 % des utilisateurs signalent des frais excessifs facturés par les agents lors de la réalisation de transactions. 10 % des utilisateurs déclarent que les agents leur ont manqué de respect lors d'une visite récente.

RECOURS

Sur les 95 % d'utilisateurs qui ont rencontré au moins un défi, seuls 47 % ont contacté le fournisseur ou l'agent.

Le manque de connaissances sur la manière de contacter et sur la personne à contacter semble être la raison pour laquelle les utilisateurs s'adressent à des agents plutôt que de contacter directement les prestataires. Sur les 17% qui n'ont contacté que l'agent, 21% ne savaient pas quel prestataire contacter et 15% ne savaient pas comment les contacter.

91% des utilisateurs qui se sont plaints auprès d'un agent ont vu leur problème résolu par l'agent, 86% des utilisateurs qui se sont plaints auprès du prestataire ont obtenu réparation.



RÉSUMÉ EXÉCUTIF – SITUATION SELON LE GENRE

PROFIL DES UTILISATEURS DES SFN (VENTILÉS PAR SEXE)

Les femmes représentent 45% des utilisateurs de SFN de notre échantillon, sont légèrement plus âgées que les hommes (29% ont plus de 45 ans contre 21% des hommes), et ont un niveau d'éducation supérieur dans une proportion similaire à celle des hommes (17% contre 21% des hommes). Près de 50 % des femmes gagnent 60 000 CFA par mois (environ 100 \$) ou moins, contre 24 % des hommes.

UTILISATION DES SFN

Les femmes de l'échantillon sont plus susceptibles d'utiliser un seul compte (29% vs. 22% pour les hommes), tandis que les hommes et les femmes utilisent deux comptes dans des proportions similaires (72% pour les hommes vs. 67% pour les femmes).

20 % des femmes disent avoir besoin d'aide avec les SFN contre 13 % des hommes, ce qui indique qu'il existe des écarts entre les sexes en matière de connaissances numériques et de produits, qu'il pourrait être nécessaire de combler pour accroître l'adoption et l'utilisation.

TYPES DE SFN UTILISÉS

Les femmes et les hommes ont généralement des niveaux d'utilisation similaires des différents types de transactions, bien que les femmes achètent du crédit téléphonique/pass internet (57% contre 67% des hommes) et effectuent des paiements de factures (31% contre 41% des hommes) à un taux nettement inférieur à celui des hommes.

DÉFIS POSÉS PAR LES SFN

95 % des femmes et des hommes ont connu au moins un défi avec les SFN.

Ils ont été confrontés dans une proportion similaire au paiement de frais supplémentaires pour les transactions (12% vs. 17% des hommes) et ont éprouvé les mêmes difficultés avec les numéros courts (10 % des femmes vs. 8% des hommes). Les femmes ont été confrontées à un peu moins d'escroqueries que les hommes (40% contre 45% des hommes). Les femmes sont plus susceptibles de ne pas être informées du coût de la transaction (59% contre 51% des hommes).

FOCUS SUR LES AGENTS : AIDE

Les femmes ont reçu un peu moins d'aide de la part d'un agent (60 % des hommes contre 54 % des femmes).

À l'exception de la mise en contact avec le prestataire, de la résolution des problèmes de données et de la compréhension des coûts, les femmes reçoivent moins d'aide de la part des agents dans toutes les autres catégories d'aide.

Plus de 90 % des femmes et des hommes n'ont pas de préférence quant au sexe de leur agent.

FOCUS SUR LES AGENTS : DÉFIS

Dans des proportions similaires, les femmes et les hommes ont connu au moins un défi avec un agent (86% contre 89%).

De manière surprenante, les hommes sont légèrement plus susceptibles que les femmes de se voir facturer des frais supplémentaires par les agents (23 % contre 15 %), mais ils déclarent ne pas être traités avec respect dans des proportions similaires (11 % contre 9 %).

RECOURS

Il n'y a pas de différence dans la proportion de femmes et d'hommes qui cherchent à obtenir réparation auprès d'un agent ou de leur prestataire (47% des femmes contre 48% des hommes).

Les femmes voient leurs problèmes résolus dans une proportion similaire à celles des hommes lorsqu'elles contactent les prestataires (86 %) et les femmes et les hommes ont des taux de résolution similaires avec les agents (94 % des femmes contre 89 % des hommes).

COMPARAISON AVEC LA CÔTE D'IVOIRE

Au cours du premier semestre 2022, le CGAP a mené une [enquête similaire en Côte d'Ivoire](#), permettant d'établir des comparaisons :

PROFIL DES UTILISATEURS DE SFN : En Côte d'Ivoire et au Sénégal, les profils sont similaires : il s'agit principalement d'hommes (56% contre 55% au Sénégal) et la majorité d'entre eux sont des citadins (85% contre 62% au Sénégal).

UTILISATION DES SFN : En Côte d'Ivoire, l'utilisation de comptes multiples est plus répandue qu'au Sénégal ; 82% des utilisateurs en Côte d'Ivoire utilisent au moins 2 comptes contre 75% au Sénégal. De plus, 31% utilisent 3 comptes et 11% 4 comptes en Côte d'Ivoire alors qu'ils sont respectivement 4% et 1% au Sénégal.

DÉFIS AVEC LES SFN : Les utilisateurs au Sénégal sont beaucoup plus susceptibles de ne pas être informés des coûts de la transaction (55% contre 33% en Côte d'Ivoire) et de recevoir des tentatives d'escroquerie (43% contre 28% en Côte d'Ivoire), tandis que les utilisateurs en Côte d'Ivoire sont plus susceptibles de faire face à des difficultés à comprendre les produits/services, des difficultés avec le code court, et des pertes d'argent en raison de la fraude.

AGENT : Il existe des différences substantielles entre la Côte d'Ivoire et le Sénégal en termes d'aide apportée par les agents aux répondants dans toutes les catégories sélectionnées. Les agents en Côte d'Ivoire sont beaucoup plus susceptibles de mettre en garde les utilisateurs contre la fraude (60% contre 18% au Sénégal), de fournir une aide pour la compréhension des coûts (45% contre 9% au Sénégal), et d'effectuer des transactions au nom des répondants.



Photo credit: Natalie Brown

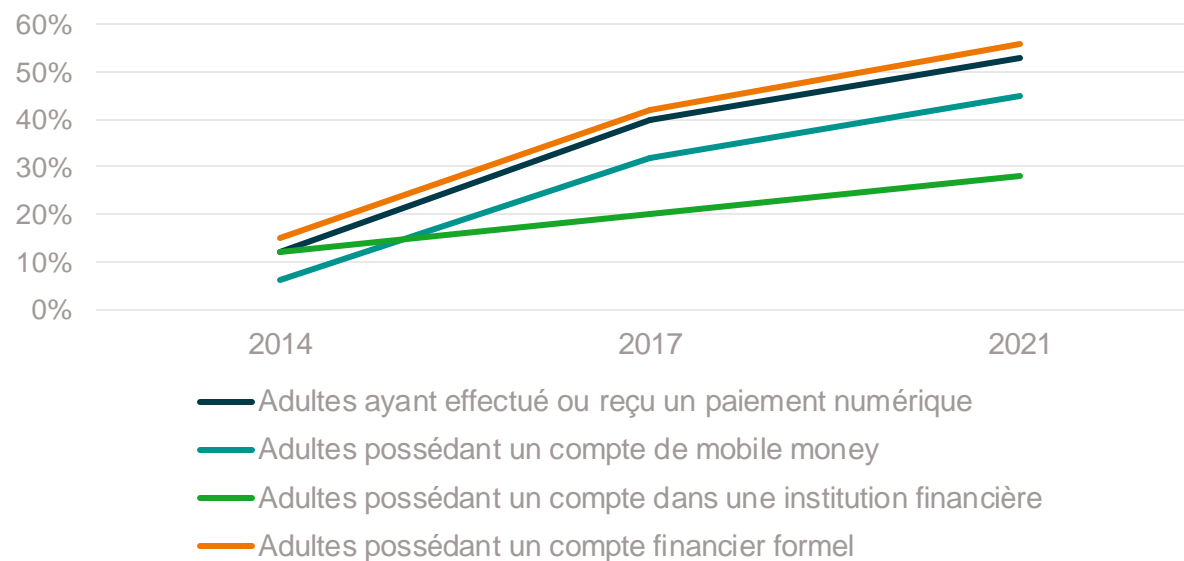
2. INTRODUCTION ET CONTEXTE

INTRODUCTION

La proportion d'adultes au Sénégal disposant d'un compte financier formel est passée de 15 % en 2014 à 56 % en 2021, en partie grâce à l'expansion des services de mobile money.¹

Entre 2014 et 2021, le pourcentage d'adultes (de plus de 15 ans) au Sénégal disposant d'un compte de mobile money est passé de 6% à 45%, et la proportion d'adultes ayant effectué ou reçu un paiement numérique est passée de 12% à 53%.²

Le mobile money favorise l'inclusion financière au Sénégal



Source : Global Findex 2021

Si les services financiers numériques (SFN) ont largement contribué à accroître l'inclusion financière, ils ont en même temps exacerbé les risques existants pour les consommateurs et continuent d'en introduire de nouveaux qu'il convient de comprendre et de traiter.

Afin de comprendre l'utilisation des SFN parmi les utilisateurs sénégalais du mobile money, leurs expériences, les défis rencontrés et les opportunités d'amélioration de la protection des consommateurs, le CGAP a mené une enquête téléphonique représentative auprès des utilisateurs du mobile money sur les risques associés à l'utilisation des SFN, dont les principaux résultats sont présentés dans ce rapport.

CONTEXTE DE L'ETUDE AU SENEGAL (1/2)

Cette étude s'inscrit dans le cadre des activités du **Laboratoire pour la protection des consommateurs de services financiers numériques dans l'Union économique et monétaire ouest-africaine (UEMOA)** lancé par le CGAP en 2021, avec pour **objectif d'aider les acteurs locaux à construire 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 doit remplir au moins trois conditions, appelées 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 les **collaborations** permettent de protéger et d'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 chargées de promouvoir l'inclusion financière, à analyser les risques des SFN afin de soutenir le développement de cadres réglementaires et de surveillance adaptés
- Aider les prestataires à 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 la collaboration entre les régulateurs, les superviseurs, les prestataires et les consommateurs sur les SFN responsables.

CONTEXTE DE L'ETUDE AU SENEGAL (2/2)

Après la Côte d'Ivoire, le **Sénégal** est le deuxième pays de la région où le **CGAP** a mené une **enquête sur les risques liés à l'utilisation des services financiers numériques** afin de comprendre les expériences des utilisateurs, les défis rencontrés et les possibilités d'amélioration de la protection des consommateurs.

Le CGAP s'est associé à l'Observatoire de la qualité des services financiers (OQSF-SN) qui a mené l'enquête en septembre-octobre 2022 en collaboration avec Innovations for Poverty Action (IPA).

RÔLE ET RESPONSABILITÉS DE L'OQSF

Au Sénégal, l'OQSF est l'organisme chargé de la protection des utilisateurs de services financiers et opère depuis 2009. Ses missions sont les suivantes :

- Suivi proactif de la conduite du marché;
- Formulation de recommandations sur les services financiers ;
- Promotion de l'inclusion financière ;
- Information, formation et éducation financière des utilisateurs de services financiers ;
- Médiation financière.

En 2021, en plus des banques, des IMF et des compagnies d'assurance, l'OQSF a élargi son mandat aux sociétés émettrices de monnaie électronique, à la bourse et aux FinTech.





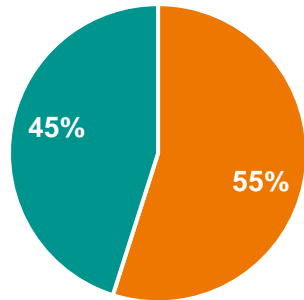
Photo credit: Vincent Tremeau / World Bank

3. MODÈLES D'UTILISATION DES SERVICES FINANCIERS NUMÉRIQUES

PROFIL DES RÉPONDANTS

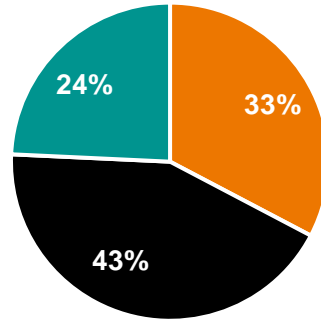
Au Sénégal, les utilisateurs de SFN sont plus souvent des hommes que des femmes (55 % contre 45 %). Comme dans beaucoup d'autres marchés des SFN, les utilisateurs sont majoritairement jeunes et vivent dans des zones urbaines

Genre



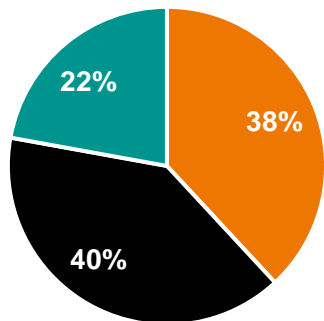
■ Homme ■ Femme

Âge



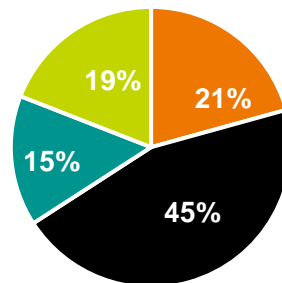
■ 18 à 24 ■ 25 à 44 ■ Plus de 44

Lieu de résidence



■ Rural ■ Autres localités ■ Dakar

Éducation



■ Aucune ■ Primaire
■ Secondaire ■ Supérieur

Les utilisateurs ont en moyenne 35 ans.

50 % se sont identifiés comme entrepreneurs, 20 % comme salariés, 12 % n'ont aucune source de revenus, 6 % sont impliqués dans l'agriculture et le reste dans d'autres formes de travail.

35 % gagnent moins de 30 000 CFA par mois (environ 50 \$) et 60 % gagnent moins de 150 000 CFA par mois (environ 250 \$).

45 % des personnes interrogées étaient diplômées de l'enseignement primaire, tandis que 21 % n'avaient pas suivi d'enseignement formel.

Sur les 97 % d'utilisateurs de SFN qui possèdent un téléphone, 86 % ont un smartphone. 39 % partagent leur téléphone avec un autre membre de leur foyer, ce qui expose les utilisateurs à des risques potentiels supplémentaires. Les femmes sont plus susceptibles de partager leur téléphone que les hommes (44 % des femmes contre 36 % des hommes).

L'UTILISATION ACTIVE DES COMPTES DE MOBILE MONEY

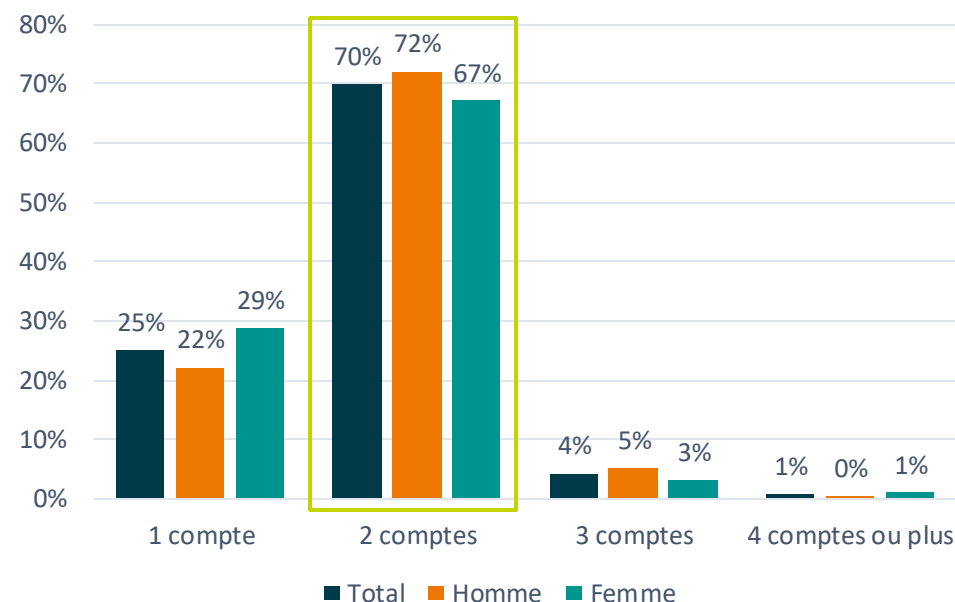
Parmi les utilisateurs de SFN de l'échantillon, 98% ont utilisé les SFN au moins une fois au cours du mois écoulé et la majorité (75%) utilise activement au moins deux comptes, les hommes étant plus susceptibles d'utiliser plusieurs comptes.

98 % des répondants ont utilisé les SFN au moins une fois au cours du mois écoulé, sans différence selon le sexe ou la localisation (rurale ou urbaine).

87 % considèrent que les transactions numériques sont sûres et qu'ils ne perdront pas d'argent. 86 % estiment que leurs données sont en sécurité avec le prestataire. Les consommateurs restent optimistes quant à la sécurité des SFN malgré les pertes monétaires subies (86 % de ceux qui ont subi des pertes monétaires ont déclaré qu'ils continuaient à penser que leurs transactions étaient sûres).

75% utilisent actuellement des comptes de mobile money auprès d'au moins deux prestataires différents. Les femmes sont plus susceptibles d'utiliser un seul compte (29 % contre 22 % des hommes), mais les femmes et les hommes utilisent deux comptes dans des proportions similaires (72 % des hommes contre 67 % des femmes).

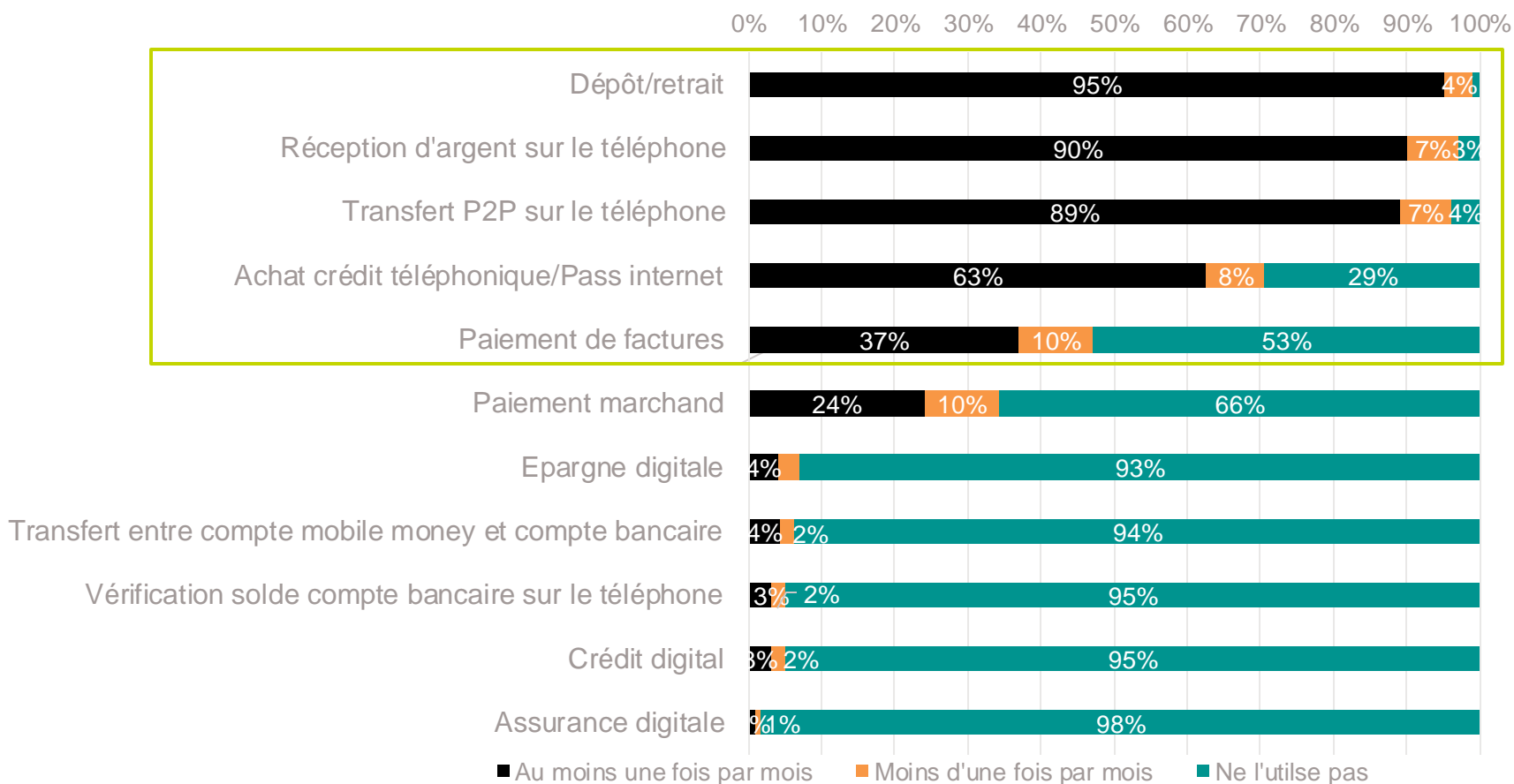
Nombre de comptes de mobile money utilisés au cours du dernier mois (parmi les utilisateurs actifs)



FRÉQUENCE D'UTILISATION DES SFN, PAR TYPE DE SERVICE

Les transactions liées aux transferts de personne à personne sont, sans surprise, les principaux cas d'utilisation. Alors que le paiement de factures et les achats chez les commerçants sont utilisés par plus d'un tiers des répondants, les nouveaux produits numériques comme l'assurance, le crédit et l'épargne sont encore très peu utilisés par les utilisateurs des SFN.

Utilisation de services sur les téléphones portables⁽¹⁾



Les SFN de deuxième génération sont rarement utilisés. Par exemple, seuls **2 % utilisent l'assurance digitale, 5 % le crédit digital et 7 % l'épargne digitale.**

74% utilisent des applications mobiles et 68% utilisent l'USSD. L'utilisation de l'USSD est plus répandue chez les personnes âgées de 25 ans et plus (73%) que chez celles âgées de moins de 25 ans (60%).

43% utilisent un code QR sur une carte avec un agent et dans des proportions similaires chez les femmes et les hommes, les utilisateurs ruraux et urbains.

Dans l'ensemble, **l'utilisation des SFN n'est pas significativement différente dans les zones rurales et urbaines.** La seule différence substantielle est que les utilisateurs de Dakar utilisent davantage le paiement marchand que les utilisateurs des autres localités.

(1) : Les utilisations ventilées par sexe et par niveau de revenu figurent dans les annexes.

Source : Enquête du CGAP sur les risques liés à l'utilisation des SFN au Sénégal (n=1517), 2022, p2p signifie de personne à personne.

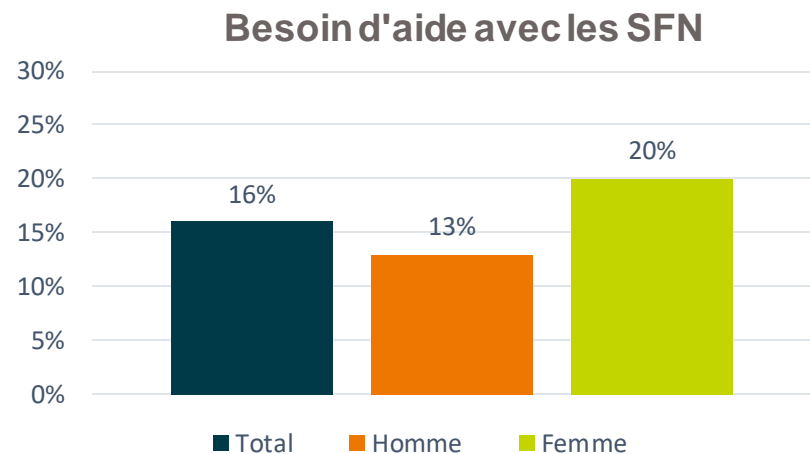


Photo credit: Jon Snyder

4. ANALYSE DES RISQUES LIÉS À L'UTILISATION DES SERVICES FINANCIERS NUMÉRIQUES

BESOIN D'ASSISTANCE POUR L'UTILISATION DES SFN

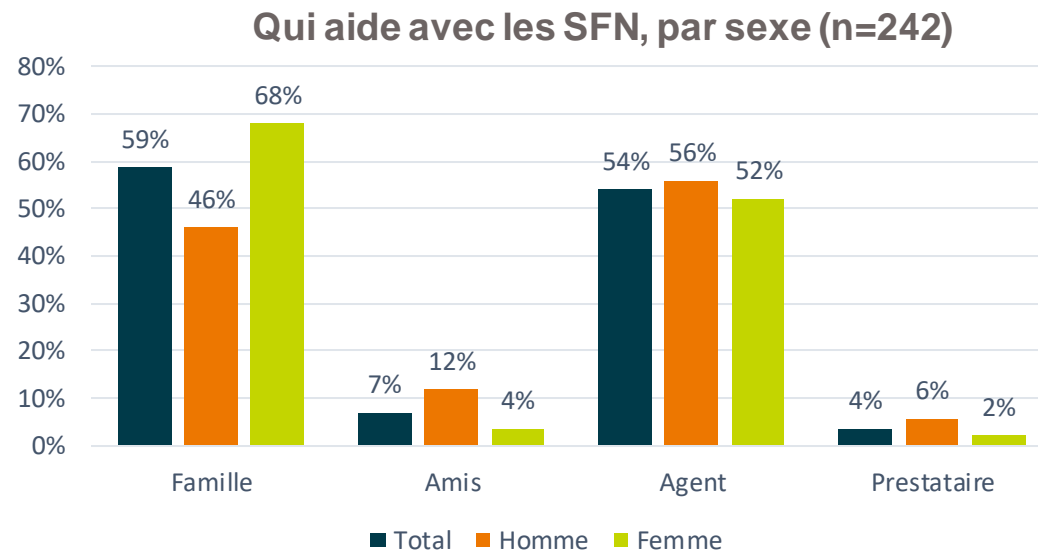
Une grande partie des utilisateurs n'a pas besoin d'aide pour utiliser les SFN, toutefois les femmes sont plus susceptibles d'avoir besoin d'aide que les hommes (20 % contre 13 %), et les utilisateurs moins instruits ont besoin d'une aide nettement plus importante. L'aide apportée aux utilisateurs de SFN est principalement fournie par des membres de la famille ou des agents de SFN.



Les femmes ont besoin de plus d'aide que les hommes pour l'utilisation des SFN (20% contre 13% pour les hommes). De même, les utilisateurs de SFN du milieu rural et des autres villes ont davantage besoin d'aide (19% et 17%) que ceux vivant à Dakar (9%).

Les utilisateurs qui n'ont pas d'éducation formelle sont nettement plus susceptibles d'avoir besoin d'aide (38% contre 14% du niveau primaire, 9% du niveau secondaire et 2% du niveau supérieur).

Les personnes âgées de plus de 44 ans ont davantage besoin d'aide (30 %) que les autres groupes d'âge (9 % pour les 18-24 ans et 13 % pour les 25-44 ans). Dépendre de l'aide d'autres personnes peut nuire à l'utilisation et augmenter l'exposition à la fraude et au vol pour ces segments de consommateurs.

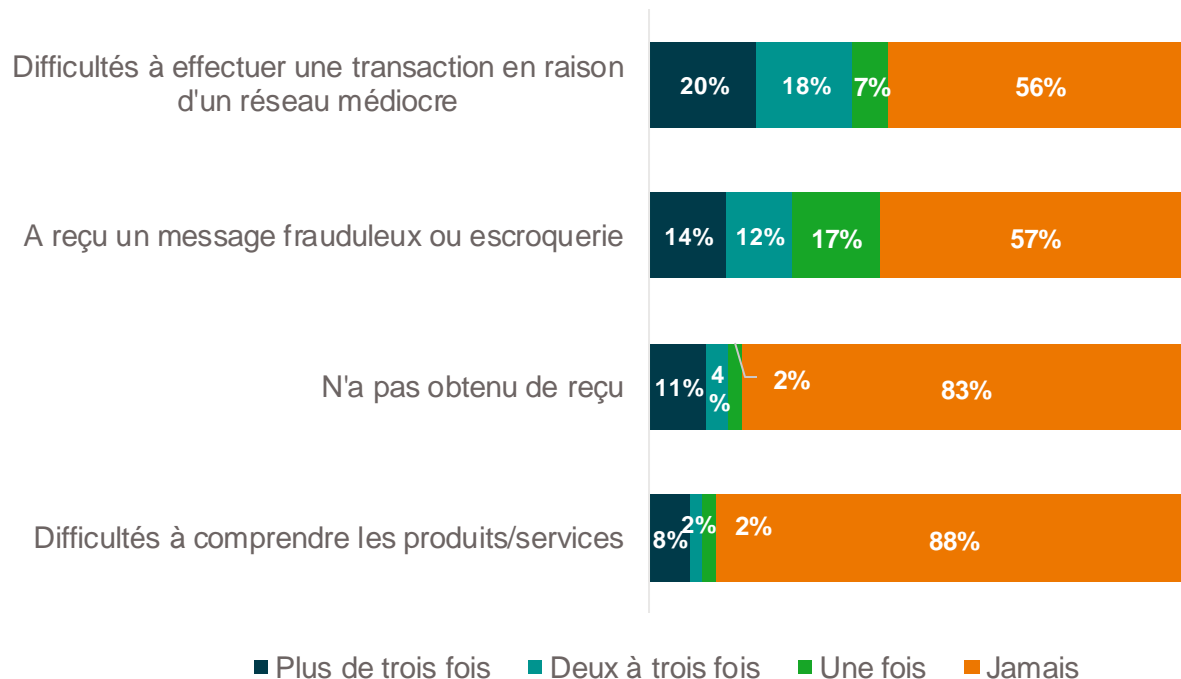


Les répondants affirmant avoir besoin d'aide (n=242) obtiennent l'aide dont ils ont besoin auprès de membres de leur famille (59%) et d'agents (54%). Les femmes sont plus susceptibles de s'appuyer sur les membres de la famille que les hommes et s'appuient sur les agents ou le prestataire pour obtenir de l'aide dans une proportion similaire.

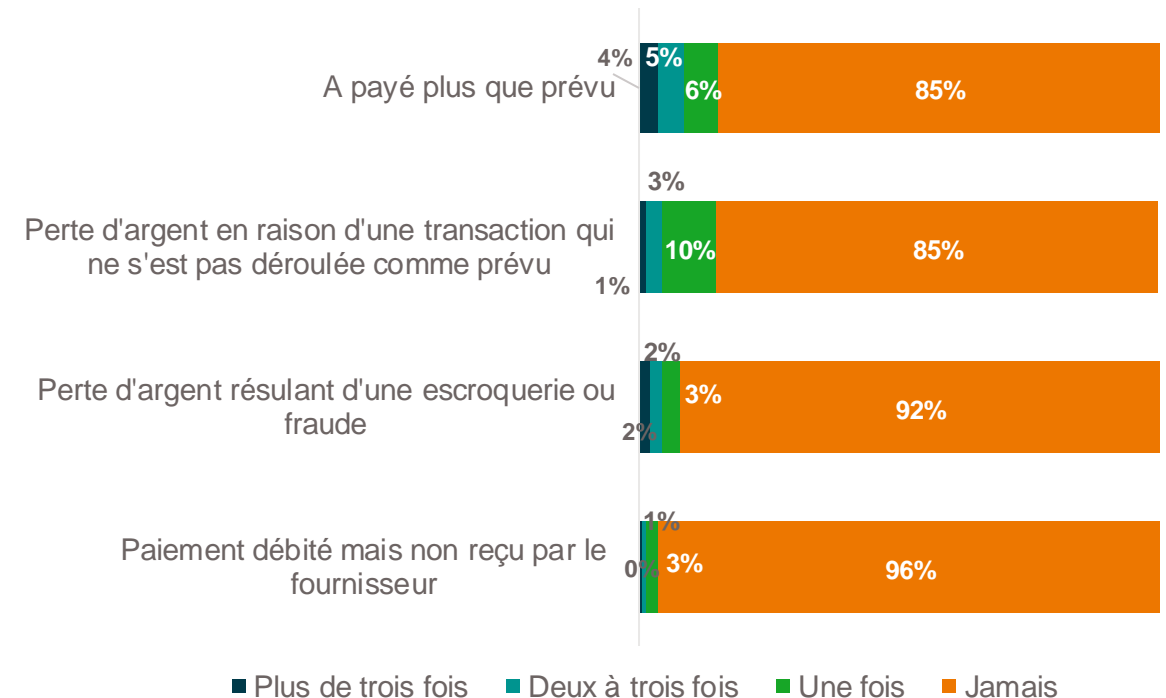
DÉFIS RENCONTRÉS DANS L'UTILISATION DES SFN AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS (1/2)

95 % des utilisateurs de SFN ont rencontré au moins un défi avec les SFN au cours des 12 derniers mois. La **transparence des coûts est une préoccupation majeure, 55% des consommateurs n'étant pas informés du coût d'un service avant la transaction**. De plus, comme dans d'autres marchés des SFN, les tentatives d'escroquerie étaient un problème courant au Sénégal, avec 43% des utilisateurs ciblés. Environ 8 % des personnes interrogées ont perdu de l'argent à cause d'escroqueries. Dans l'ensemble, 32% ont perdu de l'argent résultant d'un risque.

1. Exposition à au moins un risque lié à l'utilisation des SFN



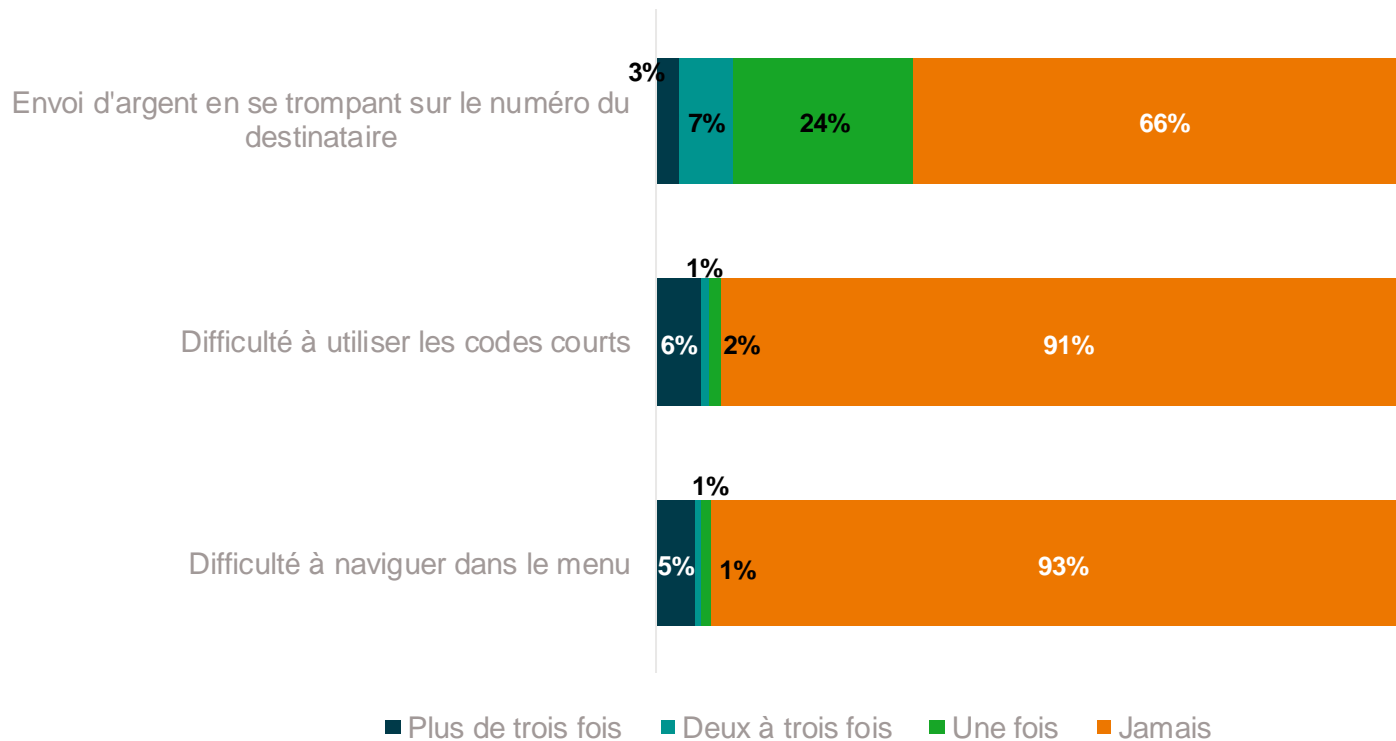
2. Pertes financières résultant d'un risque



DÉFIS RENCONTRÉS DANS L'UTILISATION DES SFN AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS (2/2)

39% des utilisateurs de SFN ont rencontré des difficultés liées à leurs capacités

3. Difficultés liées à la capacité du client



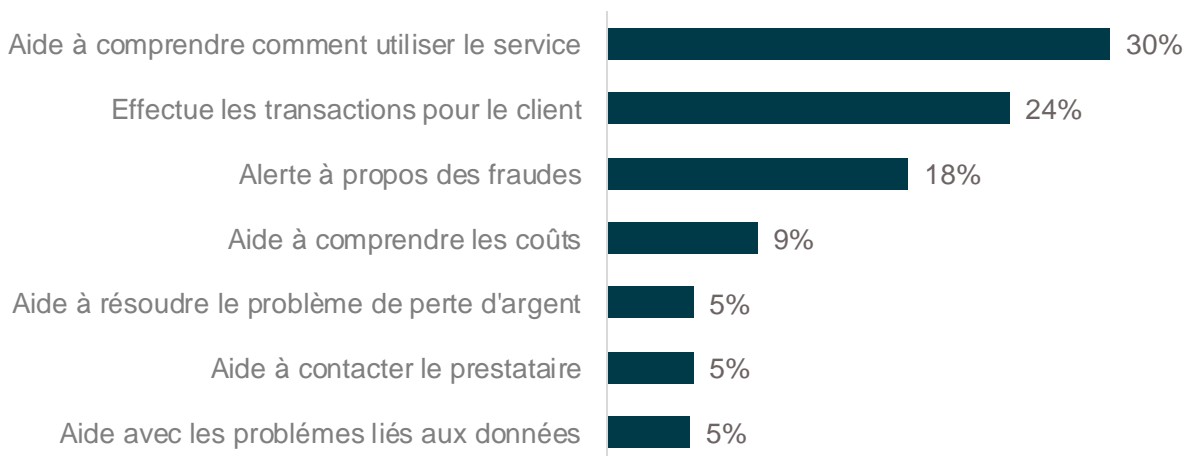
Il n'y a pas de différence significative dans les difficultés rencontrées selon le sexe, bien que les femmes soient un peu moins confrontées aux escroqueries que les hommes (40 % contre 45 % pour les hommes). Les femmes sont plus susceptibles de ne pas être informées du coût de la transaction (59 % contre 51 % des hommes).

Il n'y a pas de différences substantielles dans les difficultés signalées par les répondants en fonction de leur lieu de résidence. Cependant, les personnes interrogées en milieu rural signalent davantage de difficultés avec les numéros courts (11% contre 5% à Dakar) et de difficultés à comprendre les produits et services (15% contre 9% à Dakar).

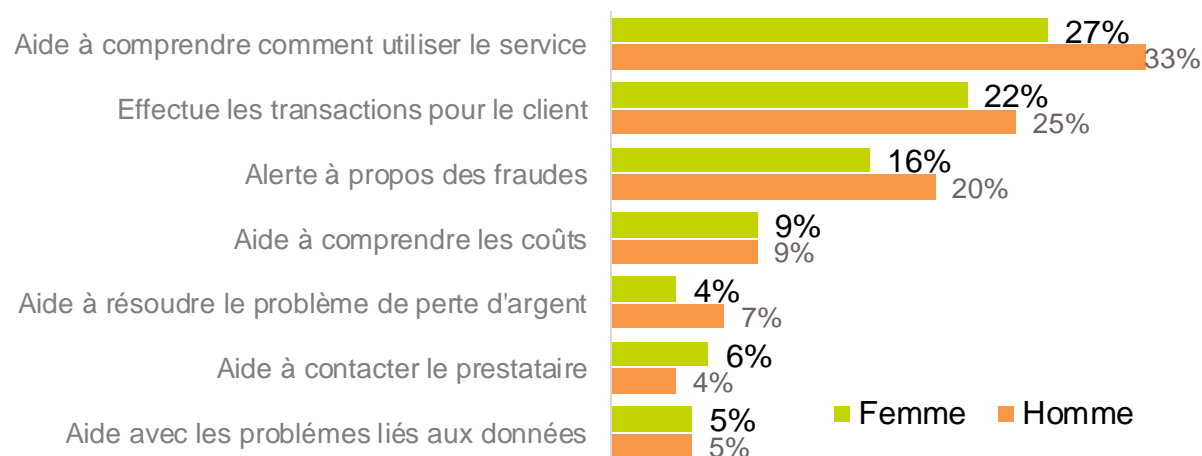
AIDE REÇUE DE L'AGENT

Les agents aident souvent les utilisateurs de SFN à comprendre comment utiliser les services, effectuent des transactions en leur nom et les avertissent des tentatives de fraude et d'escroquerie. Au Sénégal, les agents semblent jouer un rôle clé dans la manière dont les consommateurs interagissent avec les SFN.

Aide de l'agent



Aide de l'agent, par sexe



Les agents jouent un rôle essentiel dans l'accompagnement des clients en raison de leur proximité

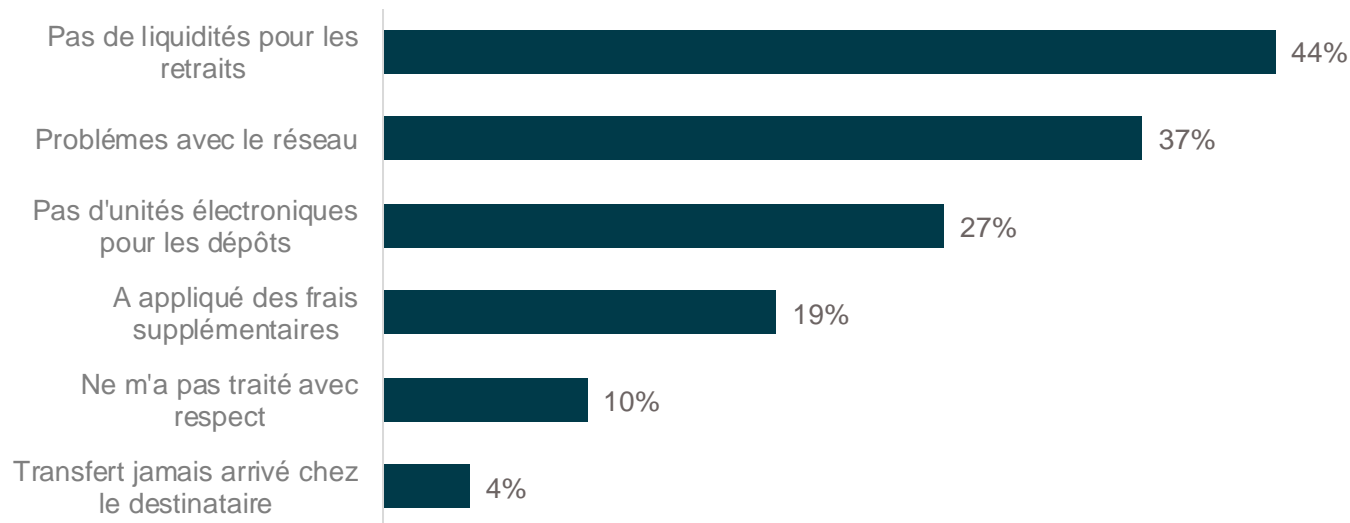
57% des utilisateurs ont reçu au moins une forme d'assistance de la part d'un agent. 60 % des hommes déclarent avoir reçu une assistance de la part d'un agent, contre 54 % des femmes. Pourtant, seuls 16 % des utilisateurs déclarent avoir demandé de l'aide. Nous pensons que cet écart est dû aux différences dans la formulation des questions et au fait que les utilisateurs ne considèrent pas cette assistance comme une aide en soi, mais plutôt comme un service rendu.

Les agents aident les utilisateurs à comprendre les services (30 %), à effectuer des transactions en leur nom (24 %) et à les mettre en garde contre la fraude (18 %). Les hommes sont plus susceptibles d'obtenir davantage d'aide de la part des agents pour comprendre comment utiliser le service (33 % contre 27 % pour les femmes). Pour tous les autres types d'aide, il n'y a pas de différence significative entre les femmes et les hommes.

DÉFIS RENCONTRÉS AVEC LES AGENTS

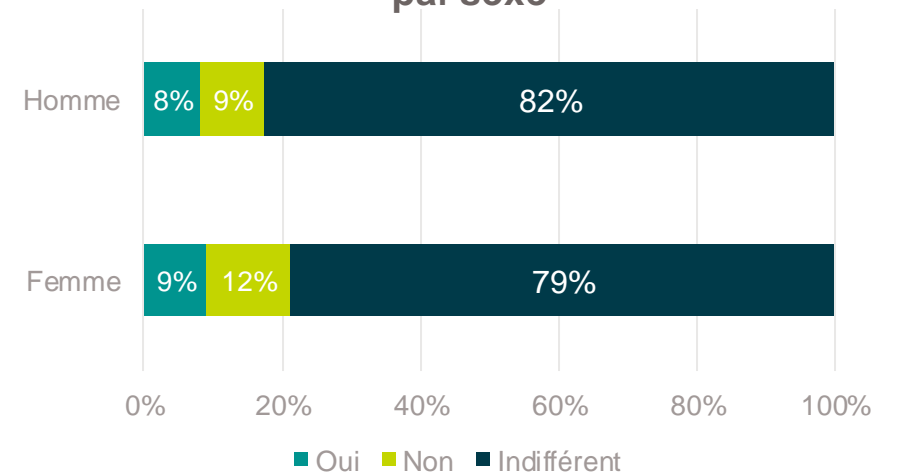
Malgré le rôle important des agents, environ 86% des utilisateurs ont rencontré au moins un défi avec eux au cours des 12 derniers mois. L'insuffisance de liquidités (44 % des utilisateurs), les problèmes de réseau empêchant la transaction (37 %) et le manque d'unités électroniques (27 %) sont les principaux problèmes rencontrés. En outre, 19 % des utilisateurs ont déclaré que les agents leur avaient facturé des frais supplémentaires pour une transaction, et 10 % ont estimé que les agents ne les avaient pas traités avec respect.

Défis avec les agents



Les hommes et les femmes ont connu au moins un problème avec un agent dans une proportion similaire (89% des hommes contre 86% des femmes).

Préférence pour un agent du même sexe, par sexe

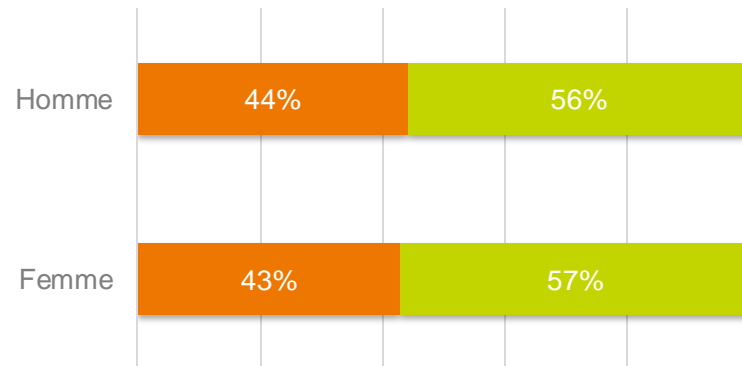


Plus de 90 % des femmes et des hommes n'ont pas de préférence pour le sexe de leur agent. Ceux qui ont exprimé une préférence sont plus susceptibles de ne pas préférer un agent du même sexe.

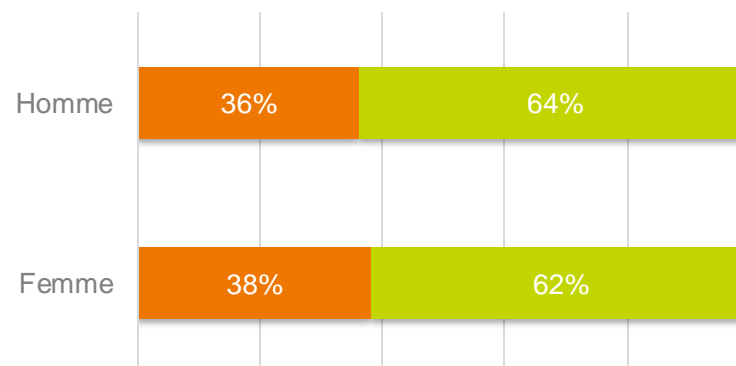
DÉFIS RENCONTRÉS AVEC LES AGENTS, PAR SEXE

Dans l'ensemble, les différences entre les sexes sont minimales en ce qui concerne les cinq principaux défis rencontrés avec les agents, bien que les hommes de l'échantillon soient légèrement plus enclins à signaler que des frais supplémentaires leur sont facturés.

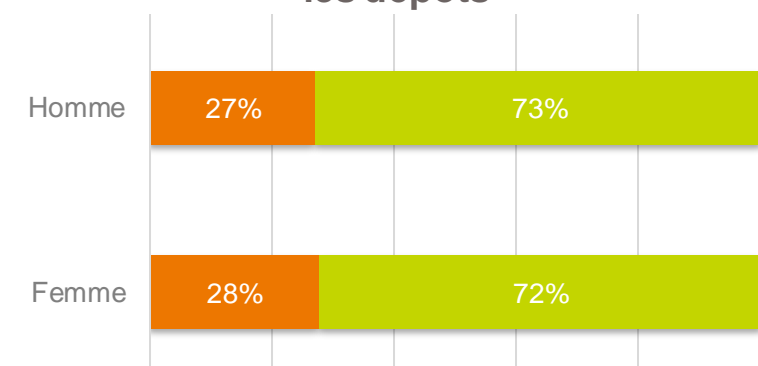
Pas de liquidités pour les retraits



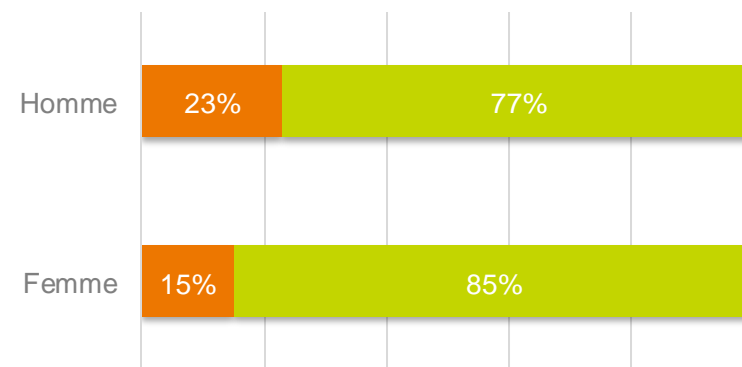
Problèmes de réseau



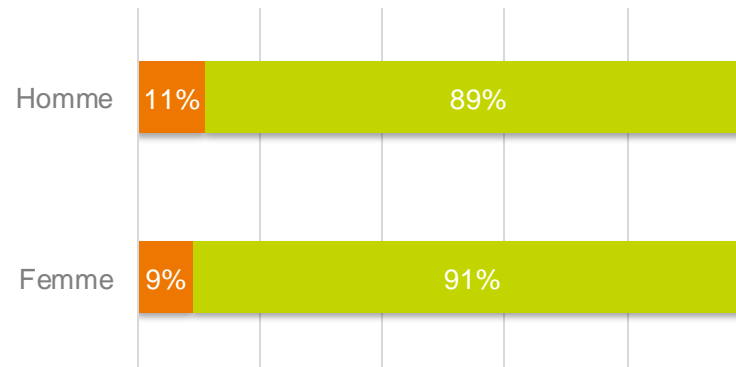
Pas d'unités électroniques pour les dépôts



Frais supplémentaires



Ne pas être traité avec respect

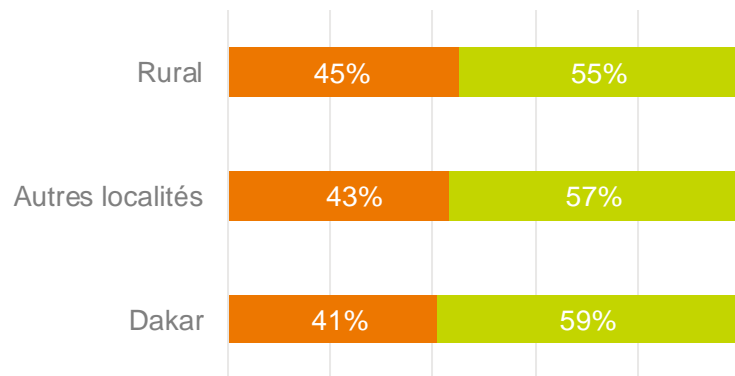


Oui Non

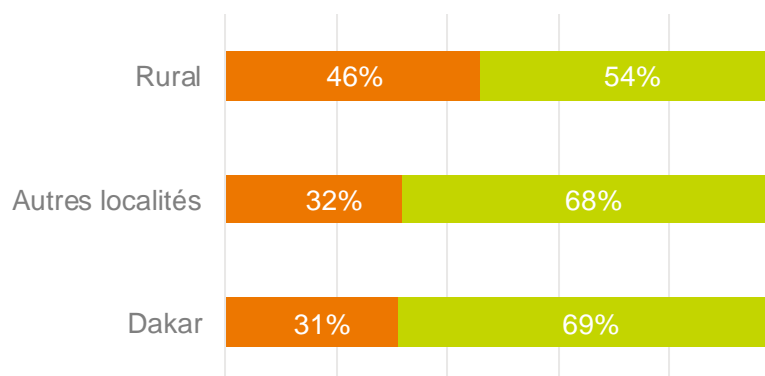
DÉFIS RENCONTRÉS AVEC LES AGENTS, RURAL VS. URBAIN

Les utilisateurs ruraux de l'échantillon sont environ quinze points de pourcentage plus susceptibles d'être confrontés à des problèmes de réseau et, comme pour les utilisateurs de Dakar, le manque d'unités électroniques pour les dépôts est un problème légèrement plus courant que pour les utilisateurs des autres villes.

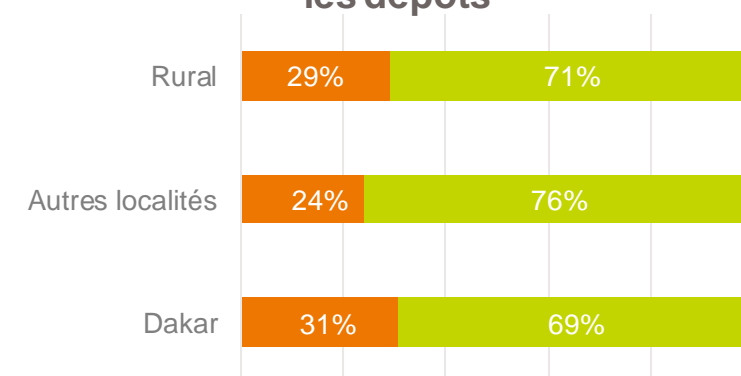
Pas de liquidités pour les retraits



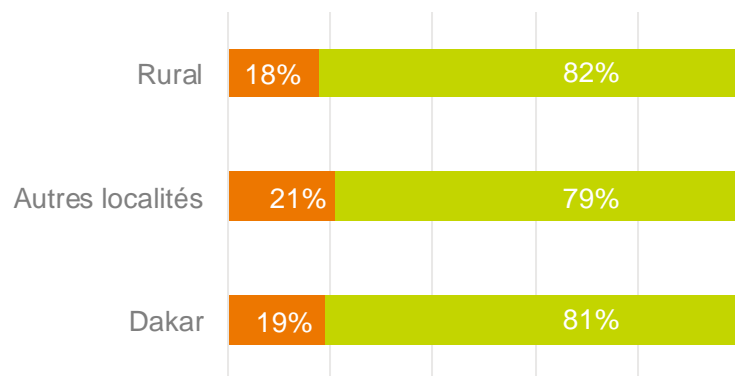
Problèmes de réseau



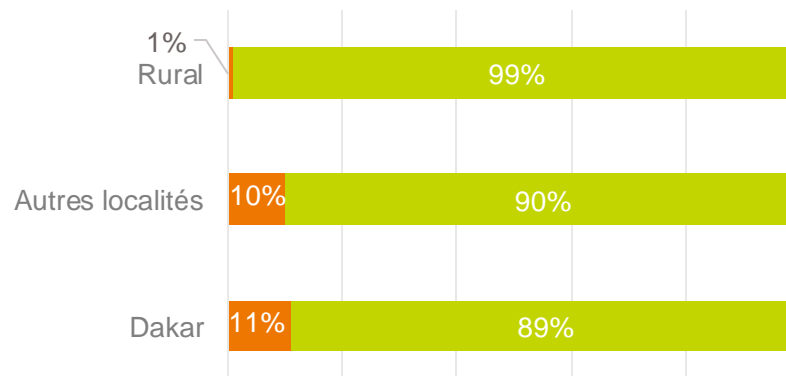
Pas d'unités électroniques pour les dépôts



Frais supplémentaires



Ne pas être traité avec respect



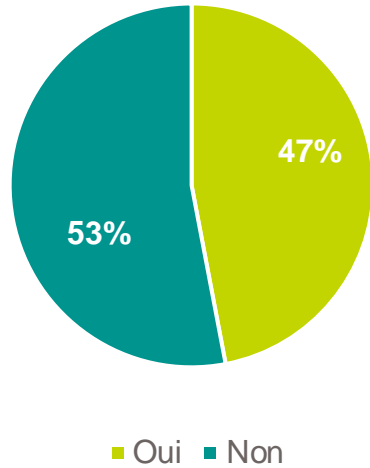
■ Oui ■ Non

Les utilisateurs des zones urbaines sont plus susceptibles de ne pas être traités avec respect que les utilisateurs des zones rurales.

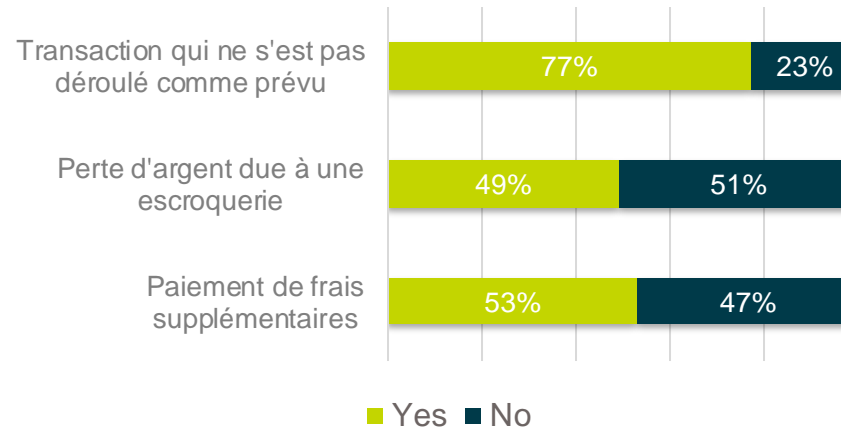
CONTACTER LES AGENTS ET LES PRESTATAIRES POUR OBTENIR RÉPARATION

Les canaux de réclamation formels sont sous-utilisés par les utilisateurs de SFN. Sur les 95 % d'utilisateurs qui ont rencontré une difficulté, seule la moitié (47 %) a contacté un prestataire ou un agent pour résoudre leur problème. Cela inclut certains cas où les utilisateurs ont perdu de l'argent en raison du problème. Le manque de connaissances sur la manière de contacter et sur les personnes à contacter semble être le principal obstacle à l'utilisation des canaux de réclamation.

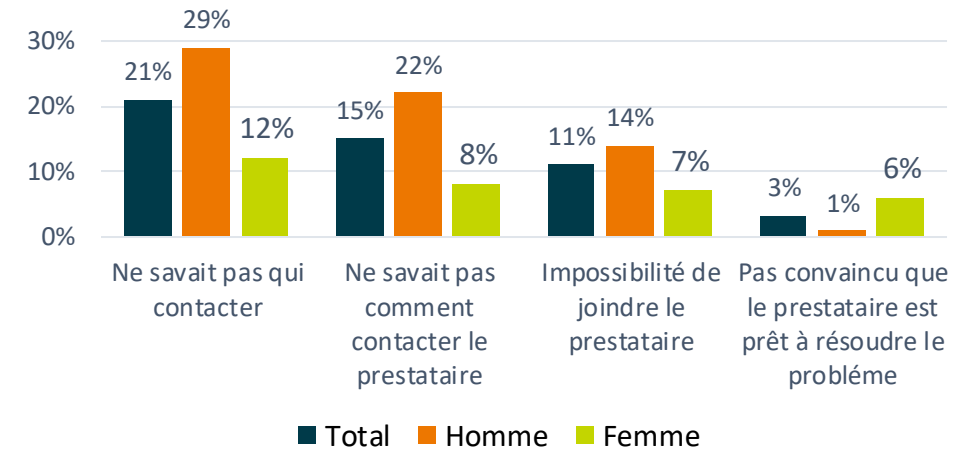
Contact avec le prestataire ou l'agent pour obtenir réparation



Contact avec le prestataire ou l'agent, pour des défis qui entraînent une perte d'argent



Raisons de contacter l'agent plutôt que le prestataire en cas de difficultés (plusieurs réponses possibles) (n=216)



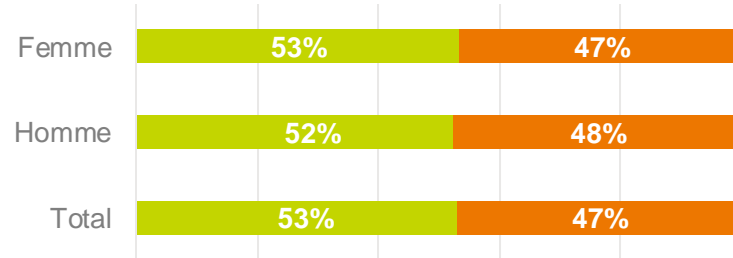
Seuls 47 % de ceux qui ont rencontré un problème ont contacté le prestataire ou l'agent. Les consommateurs dont la transaction s'est mal déroulée sont plus susceptibles de contacter un prestataire ou un agent (77 %) que les autres consommateurs qui ont rencontré un problème impliquant une perte d'argent (53 % de ceux qui ont payé des frais supplémentaires, 49 % de ceux qui ont perdu de l'argent à cause d'une escroquerie). Parmi les répondants qui n'ont pas contacté un agent ou un prestataire, moins de 1 % ont contacté une organisation tierce.

Parmi les 17% qui ont contacté un agent et non le prestataire, 21% ne savaient pas quel prestataire contacter (29% des hommes contre 12% des femmes) et 15% ne savaient pas comment contacter le prestataire (22% des hommes contre 8% des femmes).

PROFIL DES CONSOMMATEURS NE DEMANDANT PAS RÉPARATION

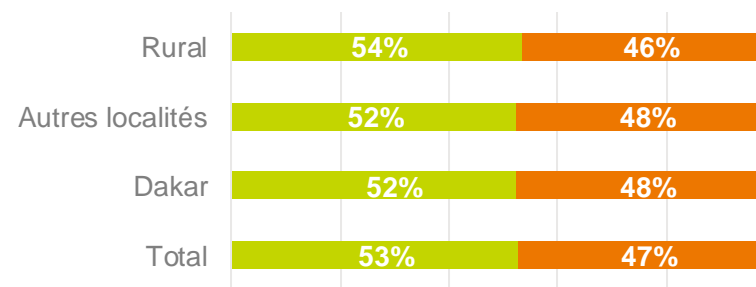
La décision de demander réparation reste largement cohérente dans tous les segments démographiques de consommateurs, bien que les consommateurs moins éduqués, les plus jeunes et les consommateurs à faible revenu déclarent demander réparation dans une moindre proportion que leurs homologues.

Genre



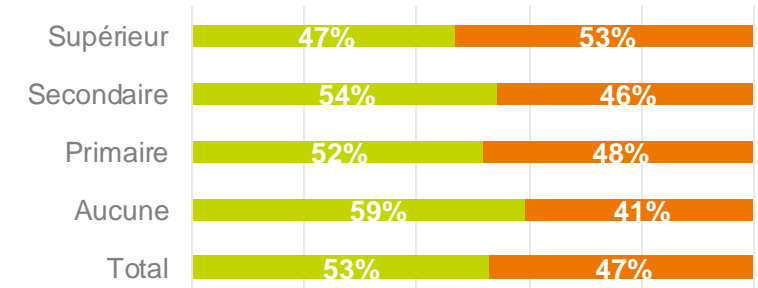
■ N'a pas demandé réparation
■ A demandé réparation

Lieu de résidence



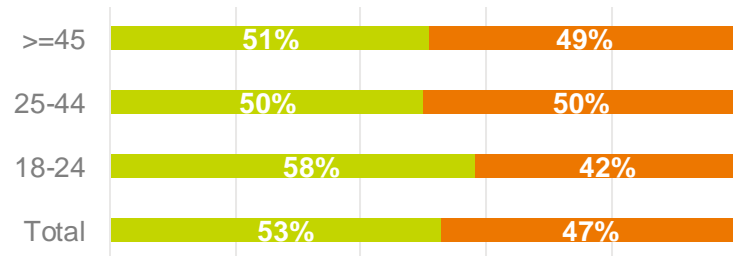
■ N'a pas demandé réparation
■ A demandé réparation

Éducation



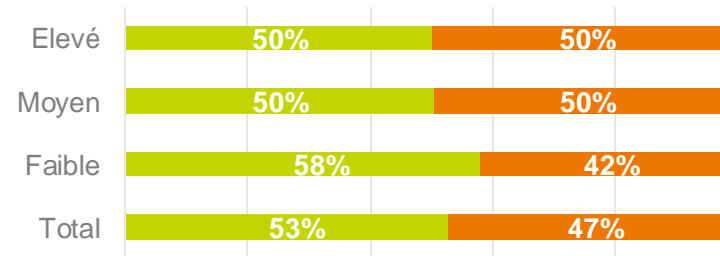
■ N'a pas demandé réparation
■ A demandé réparation

Tranche d'âge



■ N'a pas demandé réparation
■ A demandé réparation

Niveau de revenu

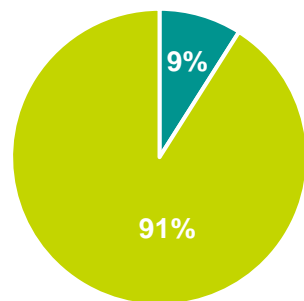


■ N'a pas demandé réparation
■ A demandé réparation

RÉSOLUTION LORSQUE LES AGENTS ET LES PRESTATAIRES SONT CONTACTÉS POUR OBTENIR RÉPARATION

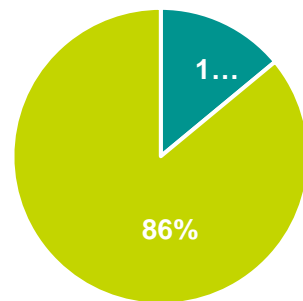
Lorsque les utilisateurs ont contacté un agent ou un prestataire, le problème soumis a été résolu dans la plupart des cas (91 % s'il a été soumis auprès d'un agent et 86% s'il a été soumis auprès du prestataire).

Problème résolu avec les agents
(n=216)



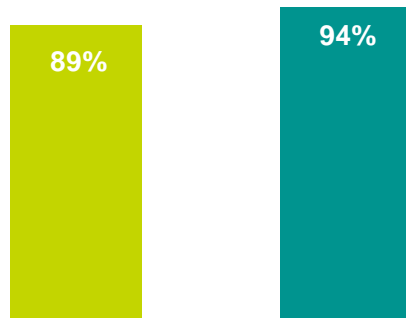
■ Non ■ Oui

Problème résolu avec le prestataire
(n=437)



■ Non ■ Oui

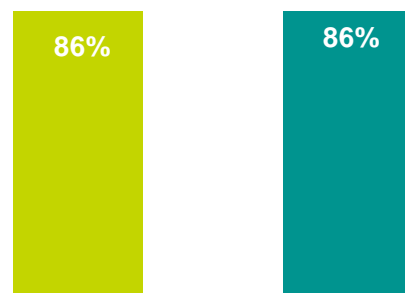
Taux de résolution avec les agents
par sexe



Homme

Femme

Taux de résolution avec les
prestataires par sexe



Homme

Femme

La plupart des problèmes ont été résolus par les agents et les prestataires lorsqu'ils ont été contactés. Les femmes voient leurs problèmes résolus dans les mêmes proportions que les hommes lorsqu'elles contactent les prestataires (86% pour les deux) et dans des proportions similaires lorsqu'elles contactent des agents (94% pour les femmes contre 89% pour les hommes).

Un petit nombre de personnes (30) ont contacté à la fois les agents et les prestataires pour obtenir une solution. Le taux de résolution dans ce cas était de 83%.

Dans les cas où un problème n'a pas été résolu par un prestataire, **seulement 1 % des utilisateurs ont demandé réparation auprès d'une organisation tierce (telle qu'une organisation de consommateurs ou l'OQSF).**



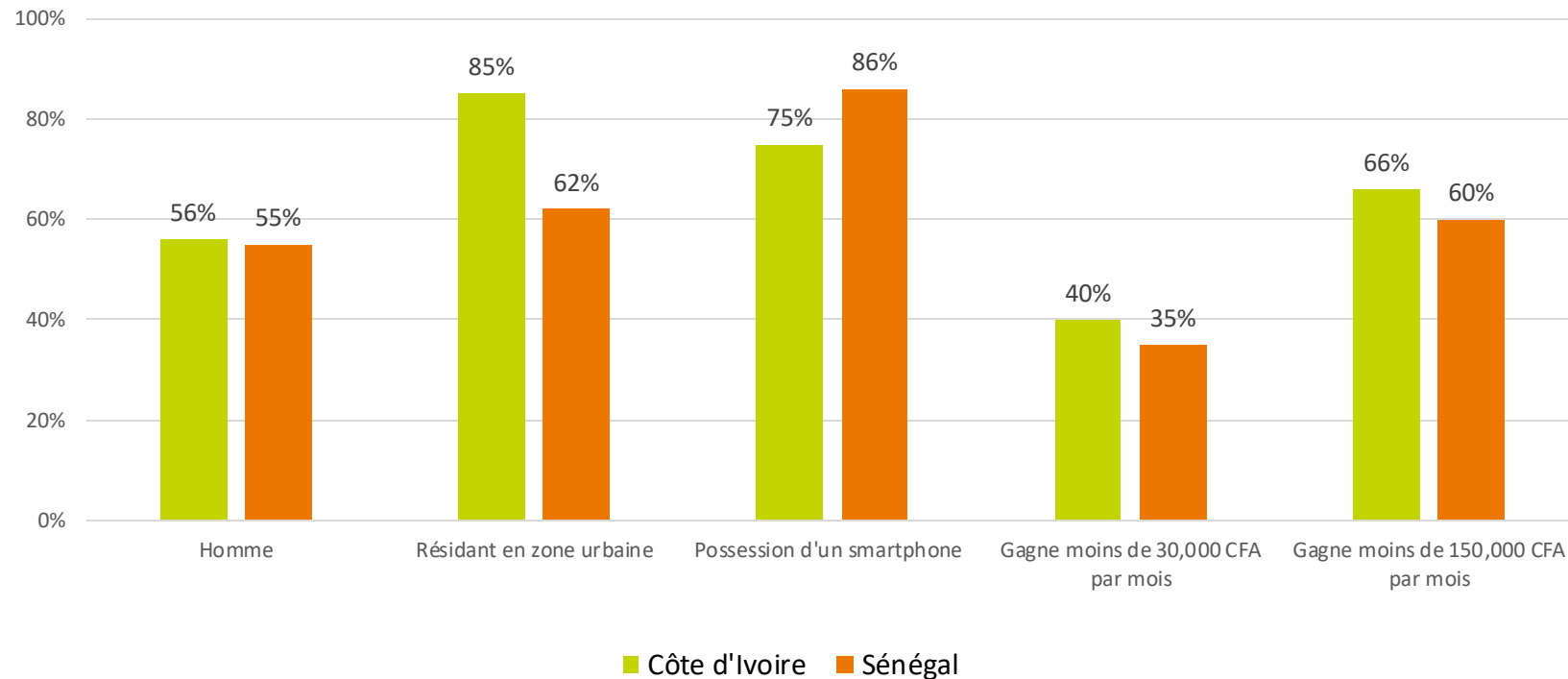
Photo credit: Mamadou Diop

5. COMPARAISON ENTRE LE SENEGAL ET LA CÔTE D'IVOIRE

COMPARAISON AVEC LA CÔTE D'IVOIRE : PROFIL DES RÉPONDANTS

Si l'on compare les caractéristiques des répondants à une enquête similaire menée en Côte d'Ivoire au cours du premier semestre 2022, on constate que **le profil des utilisateurs de SFN ayant répondu aux deux enquêtes est similaire.**

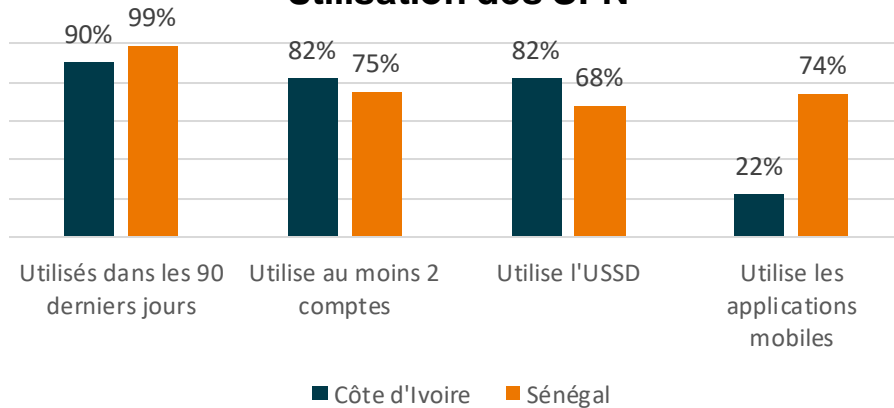
Caractéristiques de l'échantillon, Sénégal vs Côte d'Ivoire



COMPARAISON AVEC LA CÔTE D'IVOIRE : UTILISATION DES SFN

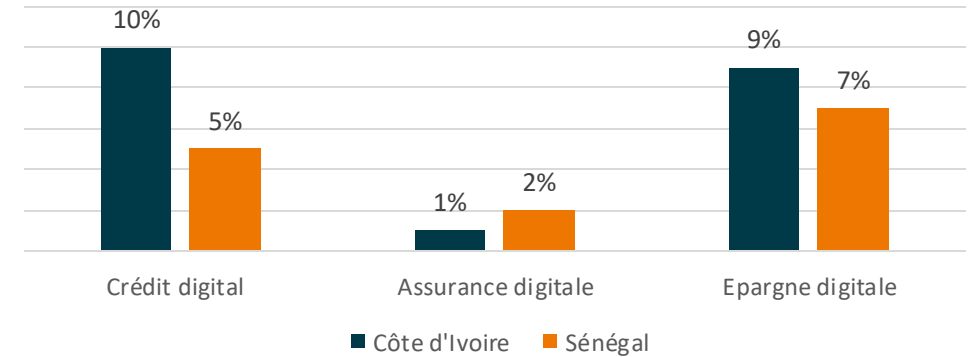
En Côte d'Ivoire, l'utilisation de comptes multiples est plus répandue qu'au Sénégal ; 82% des utilisateurs en Côte d'Ivoire utilisent au moins 2 comptes contre 75% au Sénégal. De plus, 31% utilisent 3 comptes et 11% 4 comptes en Côte d'Ivoire alors qu'ils sont respectivement 4% et 1% au Sénégal.

Utilisation des SFN

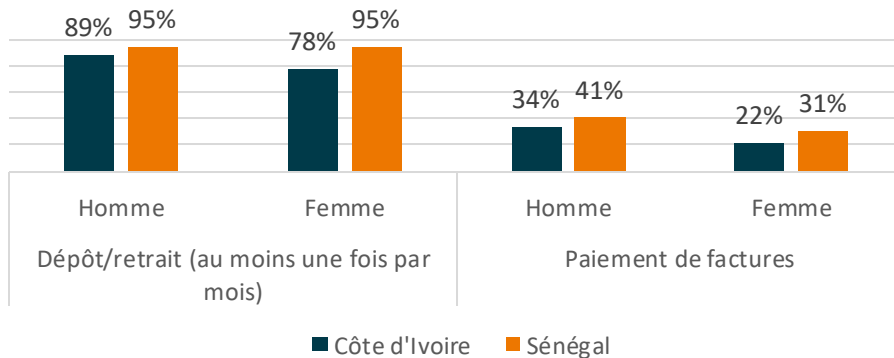


L'utilisation des services de nouvelle génération tels que le crédit numérique, l'assurance et l'épargne est faible dans les deux échantillons, mais l'adoption du crédit numérique est légèrement plus élevée parmi les utilisateurs de l'échantillon de Côte d'Ivoire. Il convient de noter que ces services sont plus récents au Sénégal.

Utilisation d'un service de nouvelle génération

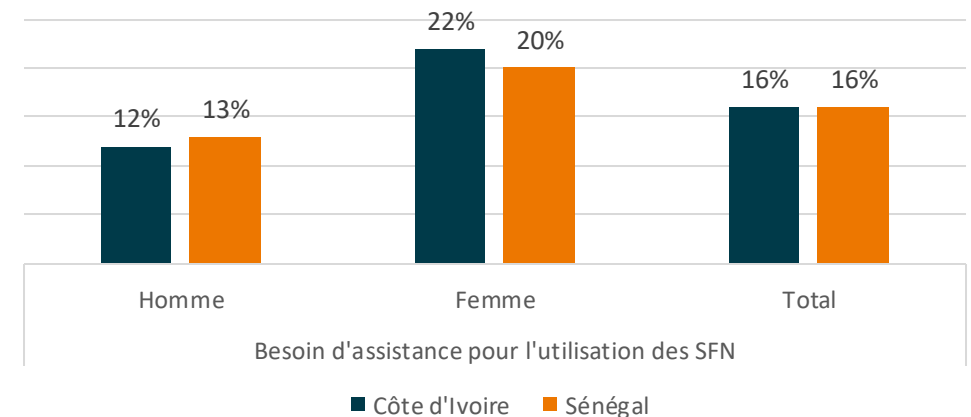


Écart entre les hommes et les femmes dans l'utilisation des services



Les personnes interrogées dans l'échantillon du Sénégal utilisent plus fréquemment les SFN. De même, lorsqu'ils sont ventilés par sexe, les hommes et les femmes de l'échantillon du Sénégal effectuent des dépôts, des retraits et des paiements de factures plus fréquemment que les utilisateurs de l'échantillon de la Côte d'Ivoire.

Besoin d'assistance avec les SFN

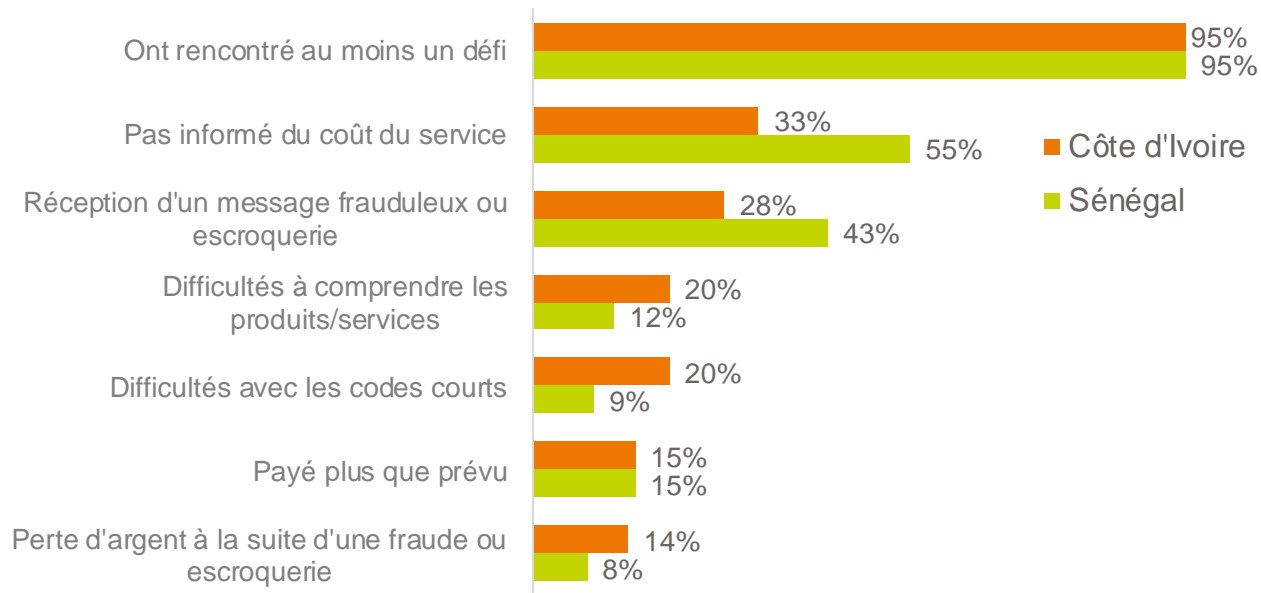


Aucune différence n'est observée en ce qui concerne le besoin d'assistance.

COMPARAISON AVEC LA CÔTE D'IVOIRE : DÉFIS POSÉS PAR LES SFN

Les utilisateurs sénégalais sont nettement plus susceptibles de ne pas être informés des coûts de la transaction et de faire l'objet de tentatives d'escroquerie, tandis que les utilisateurs ivoiriens sont plus susceptibles d'éprouver des difficultés à comprendre les produits/services, des difficultés avec le code court et des pertes d'argent dues à l'escroquerie.

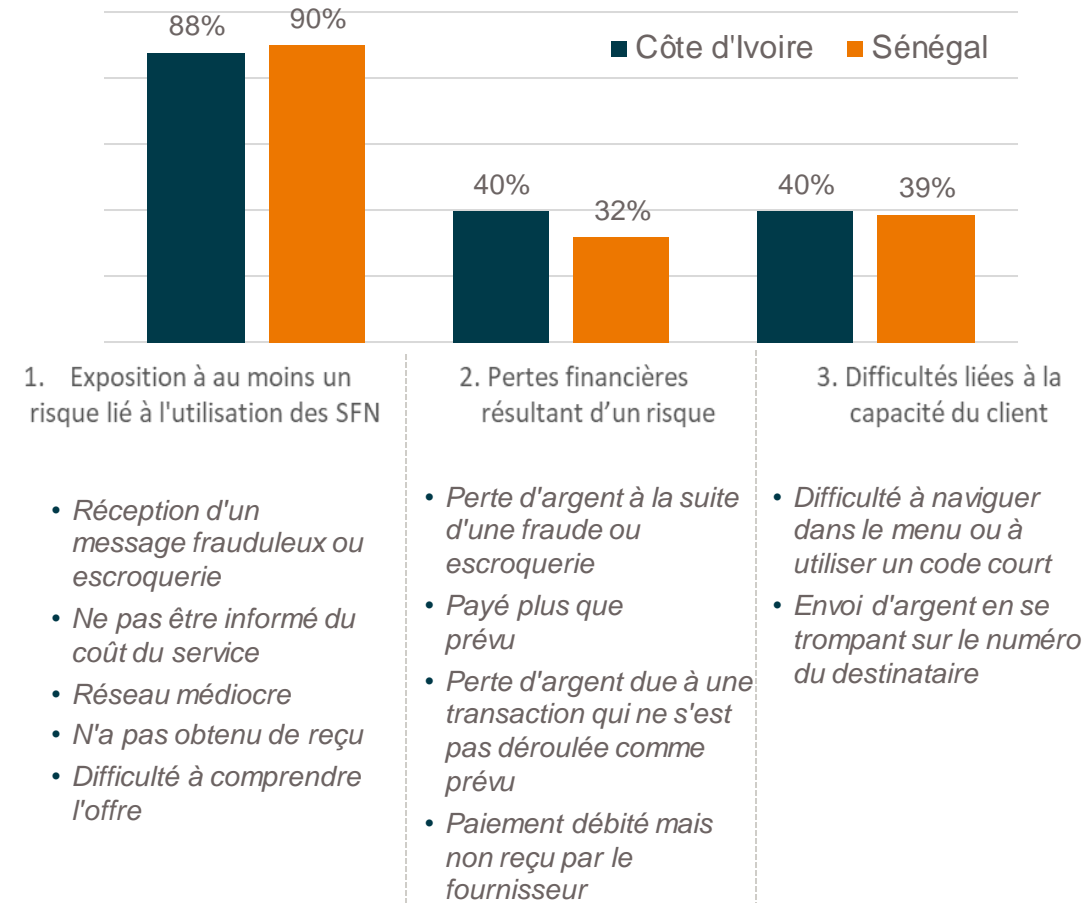
Les défis des SFN



Les personnes interrogées au Sénégal sont exposées aux risques liés aux SFN dans des proportions similaires à celles de la Côte d'Ivoire, bien que les utilisateurs ivoiriens soient légèrement plus susceptibles d'être confrontés à des risques entraînant une perte d'argent.

Dans les deux pays, environ 40 % des utilisateurs ont rencontré des difficultés liées à leurs capacités.

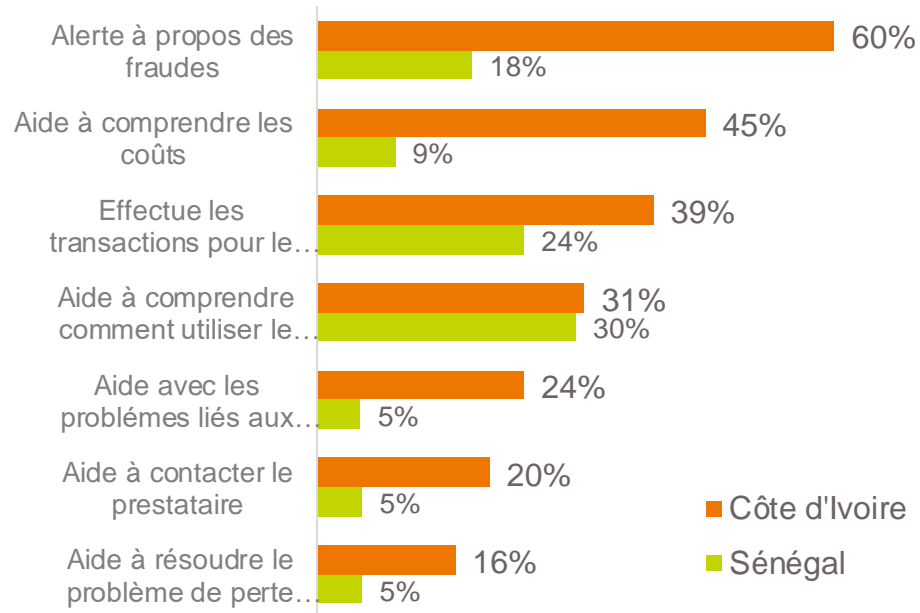
Type de défis rencontrés



COMPARAISON AVEC LA CÔTE D'IVOIRE : DÉFIS POSÉS PAR LES SFN

Il existe des différences substantielles entre la Côte d'Ivoire et le Sénégal en termes d'aide apportée par les agents aux personnes interrogées dans toutes les catégories sélectionnées. Les agents de Côte d'Ivoire sont beaucoup plus susceptibles de mettre en garde les utilisateurs contre la fraude, de fournir une aide pour la compréhension des coûts et d'effectuer des transactions au nom des personnes interrogées. Les agents du Sénégal aident les utilisateurs dans des proportions similaires pour comprendre comment utiliser un service.

Aide des agents

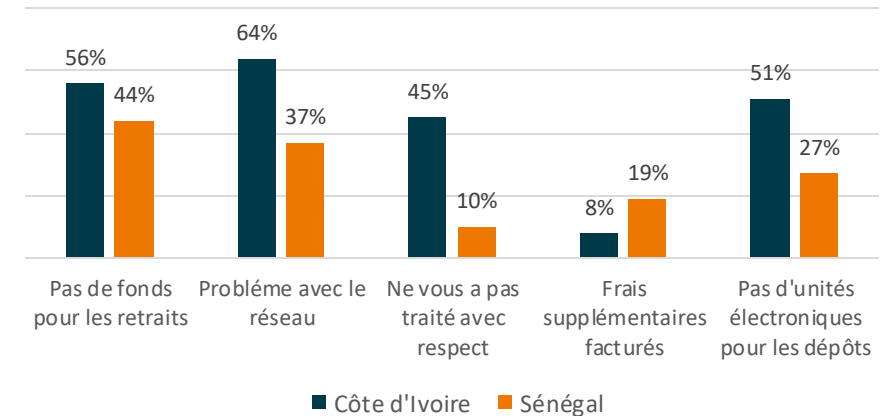


Les personnes interrogées au Sénégal rencontrent moins de difficultés avec les agents dans les catégories sélectionnées, par rapport aux personnes interrogées en Côte d'Ivoire qui sont plus susceptibles d'être confrontées à des problèmes de réseau, au manque d'unités électroniques et à de fortes incidences du manque de respect. Cependant, les utilisateurs au Sénégal sont beaucoup plus susceptibles d'être confrontés à des frais supplémentaires de la part des agents qu'en Côte d'Ivoire.

Les utilisateurs de l'échantillon du Sénégal sont également plus susceptibles de demander réparation en utilisant les canaux formels que ceux de la Côte d'Ivoire.

Les répondants de l'échantillon du Sénégal ont davantage résolu leurs problèmes lorsqu'ils ont cherché à obtenir réparation par des voies formelles.

Défis avec les agents



Contacteur le fournisseur ou l'agent et obtenir réparation auprès du fournisseur

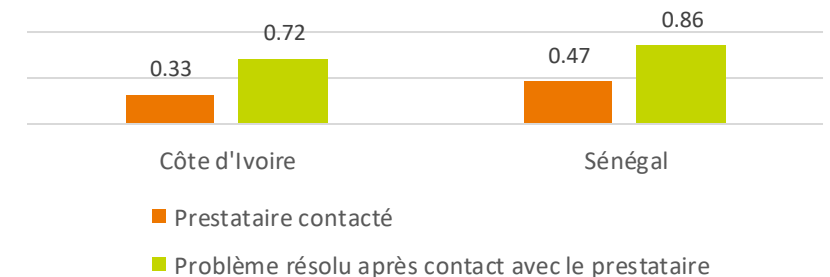




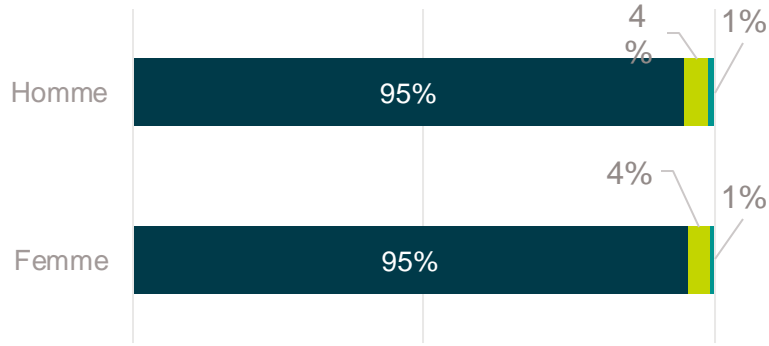
Photo credit: Vincent Tremeau / World Bank

6. ANNEXE

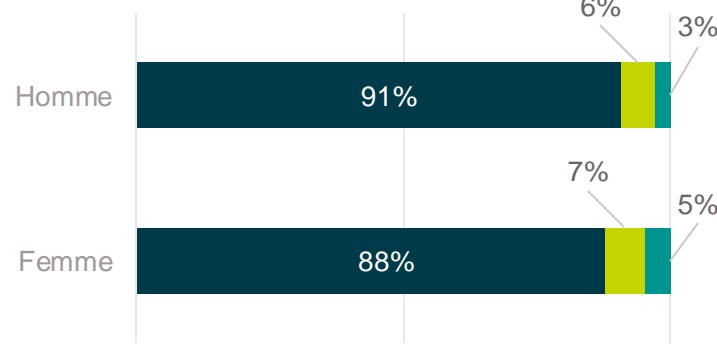
UTILISATION DES DIFFÉRENTS TYPES DE SFN, PAR SEXE

Les femmes et les hommes ont généralement des niveaux d'utilisation similaires pour tous les types de transactions, bien que les femmes achètent du crédit téléphonique/pass Internet et effectuent des paiements de factures à un taux inférieur à celui des hommes.

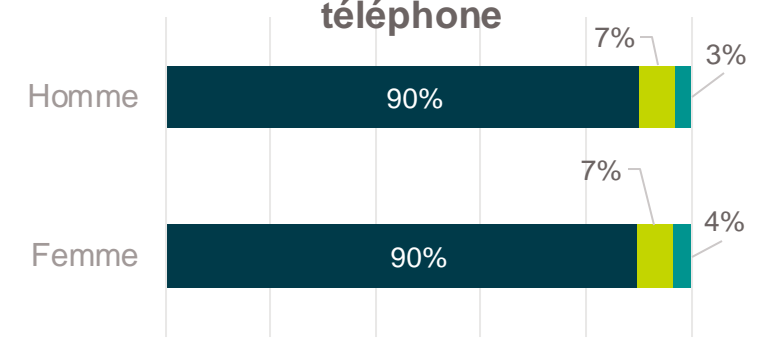
Dépôts / Retraits



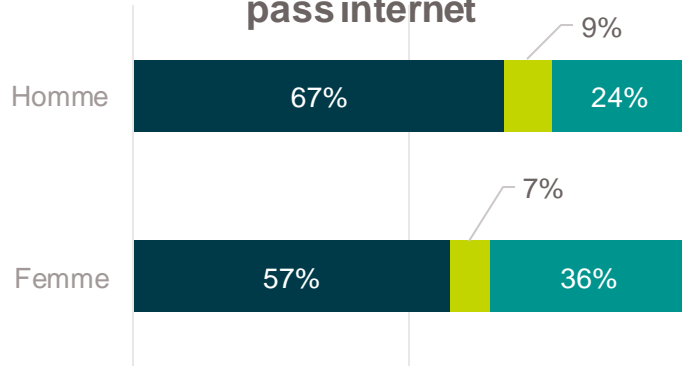
Transfert P2P par téléphone



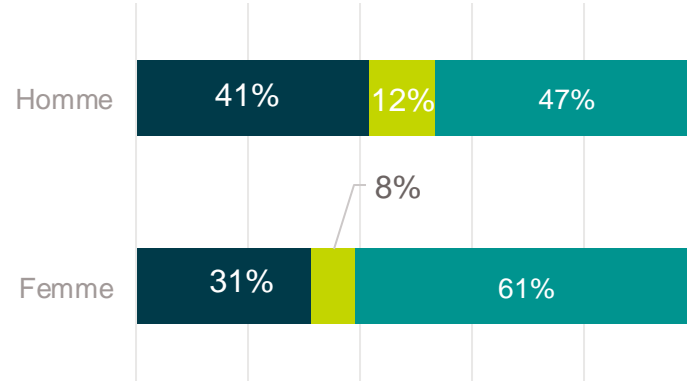
Réception de fonds sur le téléphone



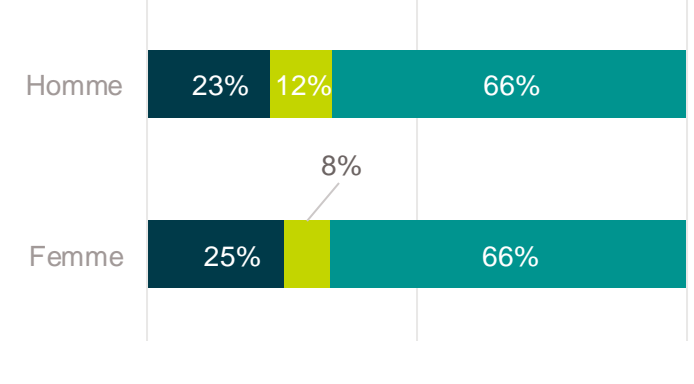
Achat de crédit téléphonique ou de pass internet



Paiement de factures



Paiement marchand

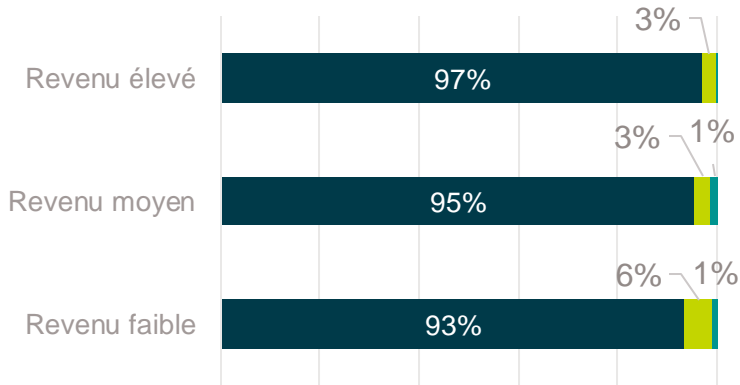


■ Une fois par mois ■ Moins d'une fois par mois ■ Ne l'utilise pas

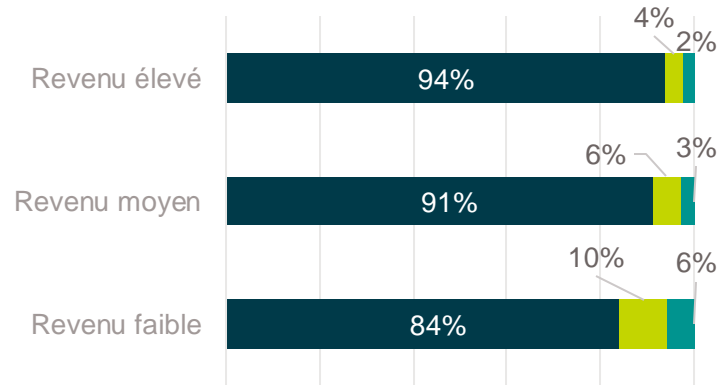
UTILISATION DES DIFFÉRENTS TYPES DE SFN, PAR NIVEAU DE REVENU

Les personnes à faible revenu de l'échantillon sont moins susceptibles d'utiliser les SFN pour tous les types de transactions, mais la différence entre les groupes de revenus est la plus importante pour les achats de crédit téléphonique, les paiements de factures et les achats chez les commerçants.

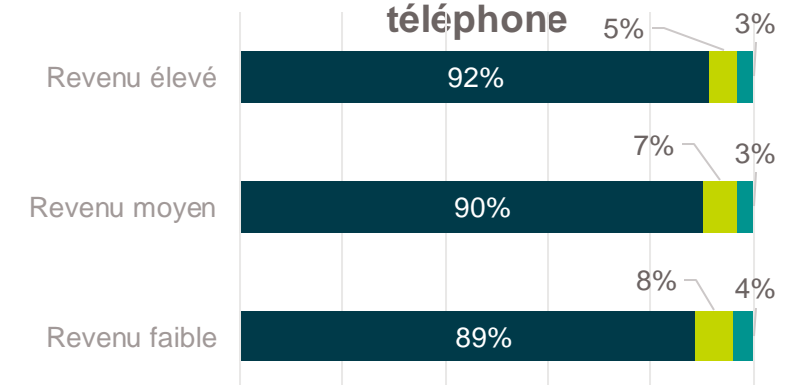
Dépôts / Retraits



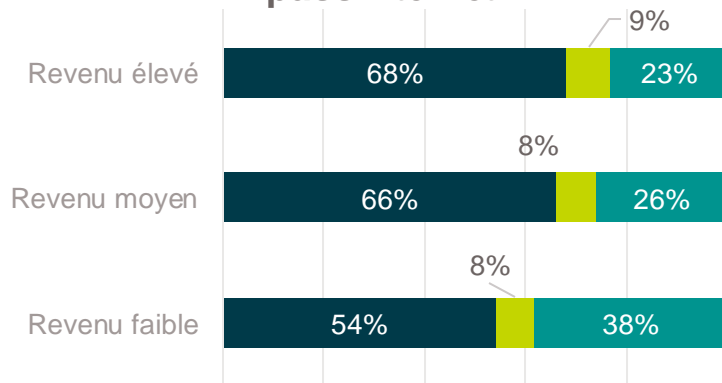
Transfert P2P par téléphone



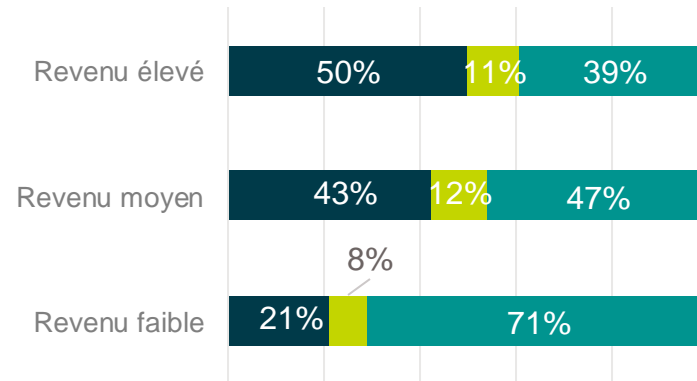
Réception de fonds sur le téléphone



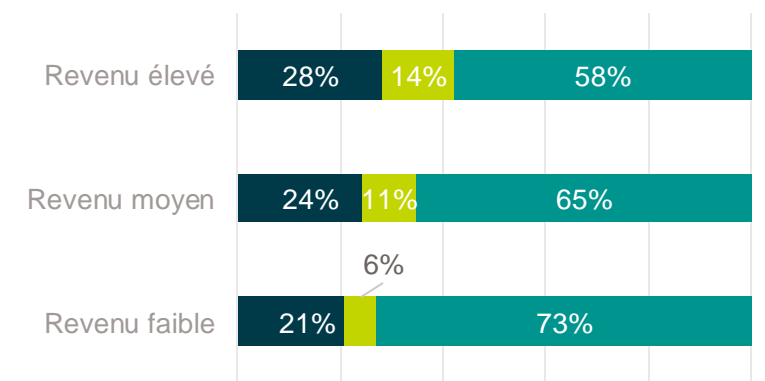
Achat de crédit téléphonique ou de pass internet



Paiement de factures



Paiement marchand



■ Une fois par mois ■ Moins d'une fois par mois ■ Ne l'utilise pas

Catégories de revenus : faible = 0-150 000 FCFA (0 - environ ; 250 \$), moyen = 150 001-300 000 FCFA (environ 251 - 500 \$), élevé = 300 000 + FCFA (environ 500 \$+)

Source : Enquête du CGAP sur les risques liés à l'utilisation des SFN au Sénégal (n=1517), 2022



Photo pour CGAP de Mamadou Diop

Pour plus d'informations, veuillez contacter

Éric Duflos (eduflos@worldbank.org) ou

Corinne Riquet-Bamba (corinne.riquet.cgap@gmail.com)

Vous pouvez également visiter les sites :

www.cgap.org/topics/collections/consumer-protection

www.findevgateway.org/fr/themes/protection-du-consommateur