

Degg

Plan de lancement pour une couche de preuve business dans le secteur informel au Senegal

These centrale: les activites informelles d'Afrique de l'Ouest ne sont pas impossibles a verifier. Leur preuve est dispersee.

| | |
|---------------------|---|
| Document | Plan d'action complet + blueprint du pilote |
| Premier marche | Dakar, Senegal |
| Experience marchand | Voix, photo, agent terrain, carte/sticker, QR |
| Contrainte business | Pas de revenu d'interet, pas de modele de pret riba, pas d'exploitation abusive des donnees |
| Date | 2026-06-28 |

1. Decision executive

Construire Deggal d'abord comme une operation de verification assistee. Le premier produit n'est pas une application, pas une marketplace, pas un SaaS pour les marchands, et pas un business de pret. Le produit est une preuve verifiee qu'un commerce informel existe, fonctionne, achete, vend et peut inspirer confiance a des partenaires.

Pitch en une phrase: Deggal transforme les notes vocales WhatsApp, les photos, les recus mobile money, les references fournisseurs et la confiance du marche en passeports business verifies.

Ce que cela veut dire en pratique

- Le marchand ne remplit pas de formulaires, ne gere pas de compte, ne lit pas de tableau de bord et n'installe pas de nouvelle application.
- Les agents terrain collectent les preuves par entretien oral, photos, notes vocales, references et observation de l'activite.
- Les partenaires paient pour acceder a des dossiers verifies, des campagnes de verification terrain et un onboarding fiable.
- La technologie se construit en coulisses seulement apres preuve de la demande.

2. Base de recherche

La recherche soutient une opportunité de couche de preuve, pas une application générique de plus. L'informalité est l'état normal de l'économie ouest-africaine, et les systèmes existants demandent souvent des documents formels que les marchands n'ont pas.

| Signal | Pourquoi c'est important pour Degg | Source |
|--|--|-----------------|
| 91,6% d'emploi informel estime en Afrique de l'Ouest | Le marché adressable est l'économie principale, pas une niche. | UNECA |
| 85% d'emploi informel en Afrique subsaharienne | L'expansion régionale peut réutiliser la même logique opérationnelle. | OIT |
| Plus de 2 000 milliards USD traités par mobile money en 2025 | Les traces digitales existent déjà mais ne sont pas organisées en preuve business. | GSMA |
| Le KYC demande souvent des documents impossibles pour l'informel | Degg peut créer un pont avant la formalisation complète. | CGAP |
| 56% des entreprises informelles ne voient aucun bénéfice à s'enregistrer | La preuve doit débloquer des avantages réels: fournisseurs, équipements, programmes. | Banque mondiale |

3. Carte des douleurs

| Acteur | Douleur aujourd'hui | Ce que Degg apporte |
|------------------|---|--|
| Marchand | Ne peut pas prouver son activité, sa fiabilité ou son historique. | Passeport business simple et preuve prête pour partenaires. |
| Fournisseur | Difficile d'identifier des petits revendeurs fiables à coût bas. | Liste de marchands vérifiés par catégorie, zone et niveau de preuve. |
| Association | Fichiers membres et cotisations souvent dispersés. | Preuve membre digitalisée et dossier terrain actualisable. |
| ONG/programme | Vérification bénéficiaire lente, bruyante et exposée à la fraude. | Profils contrôlés terrain avec preuves et QR auditable. |
| Équipement/asset | Difficile de savoir qui opère vraiment avant de placer un équipement. | Preuve d'activité réelle, localisation, références et historique. |
| Paiement | Onboarding marchand coûteux; le KYC ne colle pas à l'informel. | Vérification par niveau de risque et support d'activation. |

4. Positionnement retenu

Le nom retenu est Deggai. Le positionnement est simple: Deggai aide les commerçants informels sérieux à prouver que leur activité est réelle, sans application compliquée et sans modèle de prêt.

| | |
|-----------------|---|
| Element | Version de travail |
| Nom | Deggai |
| Phrase simple | Deggai aide les commerçants sérieux à prouver que leur activité est réelle. |
| Phrase terrain | Votre activité est réelle; Deggai aide à le prouver. |
| Phrase marchand | Deggai aide les gens à faire confiance à ton commerce. |

5. Experience marchand

L'expérience doit être aussi simple que l'acceptation QR de Wave: le marchand parle, montre, reçoit et scanne. Toute la complexité Deggai reste chez les agents, le back-office et les partenaires.

| Action du marchand | Exemple | Action Deggai |
|--------------------|--|--|
| Parler | Note vocale: J'ai reçu 5 sacs de riz aujourd'hui. | L'agent marque un événement de stock. |
| Montrer | Photo de boutique, stock, reçu ou paiement Wave/Orange. | Le back-office attache la preuve au profil. |
| Recevoir | Carte/sticker Deggai avec QR et niveau couleur. | Le marchand peut prouver sans lire un long document. |
| Confirmer | Oui/non par voix quand un partenaire demande une vérification. | Le consentement et la mise à jour sont notés. |
| Scanner/montrer QR | Le partenaire scanne la carte Deggai. | Le partenaire voit un profil léger vérifié. |

6. Produit de verification

| Niveau | Nom | Seuil de preuve | Utilisation |
|--------|-----------------|---|--|
| 1 | Commerce existe | Identite, lieu, categorie, photo du stand/boutique, telephone. | Preuve de base et association. |
| 2 | Commerce actif | Niveau 1 + preuve stock/recu/mobile money/fournisseur sur 30 jours. | Fournisseurs, programmes, partenaires. |
| 3 | Commerce fiable | Niveau 2 + activite repete, references, pas d'alerte ouverte. | Partenaires plus exigeants, equipement, acheteurs formels. |

Ne pas appeler cela un score de credit. C'est un niveau de preuve. Il ne doit pas promettre pret, rendement ou eligibilite financiere.

7. Outils du MVP

| Besoin | Outil maintenant | Pourquoi |
|------------------|--|--|
| Intake/support | WhatsApp Business | Voix d'abord, familier, pas de nouvelle app. |
| Collecte terrain | KoboToolbox / Google Forms / Airtable | Agents structurent la preuve sans logiciel custom. |
| Preuve paiement | Screenshots/recus Wave, Orange Money, Free Money | Preuve avec consentement avant toute API. |
| Back-office | Google Sheets / Excel | Iteration rapide, controle qualite transparent. |
| Passeport | PDF + carte/sticker QR | Preuve lisible par partenaire; objet physique simple. |
| QR automatique | PDF Cartes_QR_Exemples + feuille QR_Processus | Le back-office genere des QR depuis ID/URL apres consentement. |
| Vue partenaire | Page profil plus tard | Construire apres confirmation des besoins partenaires. |

8. Plan 30 jours investor-ready

Le but du premier mois n'est pas de paraître grand. Le but est de prouver une cadence terrain defendable: volume, qualite des dossiers, demande partenaire et debut de revenu.

Hypotheses de capacite

Duree utile

Hypothese: 22 jours ouvrables environ sur 30 jours

Justification: Lundi-vendredi; garder une marge pour pluie, autorisations, reprise de dossiers et controle qualite.

Equipe minimum

Hypothese: 3 agents terrain + 1 responsable/back-office

Justification: 2 agents suffisent pour tester, mais pas pour produire un dossier investisseur fort en 30 jours.

Cadence agent

Hypothese: 4-6 verifications completes par agent/jour apres la premiere semaine

Justification: La semaine 1 sert a former, corriger scripts et obtenir autorisations; la cadence monte ensuite.

Capacite cible

Hypothese: Base 200 verifies; cible 250; stretch 300

Justification: 3 agents x 5 verifications x 17 jours productifs = 255, avec 5 jours de formation/rattrapage.

Partenaires

Hypothese: 20-30 rencontres utiles en 30 jours

Justification: Un responsable doit gerer les partenaires; les agents terrain remontent seulement les pistes.

Qualite

Hypothese: Chaque profil verifie a consentement, photo lieu, categorie, telephone, audio/note et niveau de preuve.

Justification: Mieux vaut 220 dossiers propres que 350 profils inutilisables.

9. Objectifs des 30 jours

Marchands approches

Cible: 700-900

Pourquoi: Volume brut pour obtenir 200-300 profils propres sans forcer les refus.

Marchands verifiés

Cible: Base 200 / cible 250 / stretch 300

Pourquoi: Objectif investisseur 30 jours: prouver vitesse + qualité, pas seulement volume.

Profils partageables

Cible: 160-240

Pourquoi: Certains marchands seront bloqués par consentement, doublon ou preuve faible.

Preuves collectées

Cible: 1 000-1 800

Pourquoi: 4-6 preuves par marchand vérifié.

Partenaires rencontrés

Cible: 20-30

Pourquoi: Grossistes, associations, microfinance, équipement, programmes, paiement.

Partenaires chauds

Cible: 3-5

Pourquoi: Ont un besoin clair, acceptent le prix/pilote, veulent une liste ou un accès.

Partenaire payant/LOI

Cible: 1

Pourquoi: Paiement, bon de commande, LOI forte ou pilote signé.

Revenus encaisses

Cible: 300 000-1 500 000 FCFA

Pourquoi: Pas obligatoire, mais change fortement le pitch pre-seed.

10. Execution semaine par semaine

Semaine 1

Focus: Installation et preuve de terrain

Actions: Former agents, choisir 2 zones, verifier 30-40 marchands, rencontrer 5-7 partenaires.

Porte de sortie: Scripts, consentement, audio, QR et back-office fonctionnent.

Semaine 2

Focus: Cadence commerciale

Actions: Atteindre 90-110 verifies cumules, 400-600 preuves, 10-15 partenaires rencontres.

Porte de sortie: Chaque agent atteint 4-5 verifications propres/jour.

Semaine 3

Focus: Conversion partenaires

Actions: Atteindre 160-190 verifies cumules, 2-3 partenaires chauds, premier rapport partenaire.

Porte de sortie: Un partenaire demande une liste precise, un prix ou un pilote.

Semaine 4

Focus: Dossier investisseur

Actions: Atteindre 220-260 verifies, 20-30 partenaires rencontres, 3-5 chauds, 1 LOI/paiement vise.

Porte de sortie: Rapport 30 jours, accès partenaire teste et data room prete.

Jours 29-30

Focus: Nettoyage et pitch

Actions: Nettoyer doublons, verifier consentements, fermer le pipeline chaud, preparer deck et chiffres.

Porte de sortie: Pack investisseur pre-seed defendable.

Cadence quotidienne

| Role | Volume | Sortie | Controle |
|---------------------|----------------------------------|-----------------------------------|---|
| Agent terrain | 12-18 conversations courtes/jour | 4-6 verifications completes/jour | Photos, audio, consentement, fiche complete. |
| Back-office | 15-25 dossiers controles/jour | QR/profil partageable sous 24-48h | Controle doublons, champs autorises, journal partage. |
| Responsable terrain | 1-2 partenaires/jour cible | 5-8 rencontres utiles/semaine | Pipeline, devis, acces partenaire, paiements. |

11. Business model en FCFA

| Revenu | Prix pilote | Qui paie |
|--------------------------|---|---|
| Verification de base | 2 000-6 000 FCFA / marchand | Partenaire, association ou programme |
| Verification approfondie | 9 000-18 000 FCFA / marchand | Fournisseur, equipement, ONG, corporate |
| Inscription partenaire | 10 000-30 000 FCFA / partenaire inscrit | Grossiste, fournisseur, mutuelle, association |
| Abonnement partenaire | 60 000-300 000 FCFA / mois pour fournisseurs locaux | Fournisseur/distributeur |
| Setup campagne | 300 000-900 000 FCFA | ONG, corporate, programme public/privé |
| Renouvellement passeport | 600-2 000 FCFA / marchand tous les 3-6 mois | Marchand, partenaire ou association |
| Frais d'activation | 3 000-10 000 FCFA / marchand active | Partenaire qui recoit le marchand verifie |

Important: éviter le revenu d'interet. Si le stock ou l'equipement arrive plus tard, utiliser commerce reel, location, consignation, precommandes ou structures ethique/halal revues correctement.

12. Strategie vente partenaires

- 1 Commencer avec associations et leaders de marche pour reduire la friction de confiance.
- 2 Pitcher d'abord les fournisseurs et programmes qui cherchent des marchands fiables, pas les investisseurs.
- 3 Demander aussi aux marchands quels partenaires ils veulent rassurer: fournisseurs, associations, programmes, equipement, acheteurs.
- 4 Demander aux partenaires quels types de marchands ils veulent trouver: categorie, marche, volume, niveau de preuve.
- 5 Utiliser les 30 premiers passeports comme preuve d'execution.
- 6 Vendre une campagne payante: 50-100 marchands, QR passeports, rapport de preuve, dashboard.
- 7 Pitcher les investisseurs seulement apres demande partenaire et preuve terrain visibles.

La strategie est mixte: partir avec une pre-liste de partenaires credibles, puis laisser les marchands et les partenaires corriger la liste. Si 20 marchands citent le meme fournisseur, ce fournisseur devient prioritaire meme s'il n'etait pas dans la liste de depart.

| Priorite | Cible | Pourquoi |
|----------|----------------------------------|--|
| 1 | Associations/leaders marche | Autorisation terrain, confiance locale, premiers marchands serieux. |
| 2 | Fournisseurs cites par marchands | Douleur directe: ils veulent savoir qui est fiable. |
| 3 | ADEPME, CCIAD, ANPEJ, DER/FJ | Besoin possible de dossiers propres pour programmes et accompagnement. |
| 4 | Wave/Orange/PayDunya/InTouch | Paiement et preuves digitales plus tard, apres traction terrain. |

13. Processus audio et QR

| Etape | Operation terrain/back-office |
|--------------------|---|
| Consentement audio | L'agent demande une permission claire avant d'enregistrer. Refus = aucune audio, mais la visite peut continuer. |
| Audio court | 1-3 minutes: activite, produits, fournisseurs, partenaire souhaite, preuve montree, consentement. |
| Nom du fichier | DGL-0001_2026-07-01_entretien1.m4a pour relier l'audio au bon dossier. |
| Digitalisation | Le back-office ecoute, resume les faits, attache les preuves et marque les alertes. |
| Creation QR | Apres verification, le back-office cree une URL ou ID Deggai, genere le QR, puis prepare carte/sticker. |
| Controle marchand | Le marchand scanne ou voit la carte avant partage; champs prives restent caches. |

14. Equipe et pitch developpeur

| Role | Responsabilite initiale |
|---------------------|--|
| Fondateur/operateur | Acces marche, pitch partenaires, qualite terrain, histoire investisseur. |
| Responsable terrain | Formation agents, consentement, qualite de la preuve. |
| Developpeur | Prototype QR, base preuves, admin dashboard, securite donnees. |
| Designer | Cartes, stickers, passeport PDF, mini deck partenaire. |
| Conseiller | Vie privee, droit local, revue ethique/haram-risk. |

Pitch developpeur: nous ne demandons pas aux marchands d'utiliser un logiciel complique. Nous construisons le back-office et la couche partenaire d'un reseau de verification assiste par agents.

15. Fraude, vie privée et risque haram

- Obtenir un consentement clair avant de stocker ou partager des preuves.
- Ne jamais demander PIN, mot de passe, code privé ou accès complet mobile money.
- Afficher source et date de preuve; ne pas surestimer l'éligibilité d'un marchand.
- Séparer les faits vérifiés des hypothèses et des décisions partenaires.
- Éviter alcool, jeux d'argent, catégories trompeuses ou prédatrices.
- Ne pas vendre largement les données personnelles; vendre un service de vérification contrôlé.
- Révérer avant toute décision partenaire à enjeu élevé.

16. Jalons investisseurs

| Etape | Preuve attendue |
|----------------|--|
| Pre-pilote | Thèse claire, entretiens marché, accès association, prototype passeport. |
| Premier signal | 50-100 marchands vérifiés, preuves, rapport terrain, entretiens partenaires. |
| Prêt pre-seed | 200-300 marchands vérifiés en 30 jours, 20-30 partenaires rencontrés, 3-5 chauds, 1 paiement/LOI visé. |
| Seed plus tard | 500+ marchands vérifiés, partenaires payants répétés, économie agents prouvée, dashboard partenaire. |

17. Accès partenaires payants

Le partenaire ne doit pas recevoir le classeur complet ni les preuves brutes. Il reçoit une vue filtrée, limitée dans le temps, partagée à une adresse email nommée et journalisée.

Rapport ponctuel

Contenu: PDF + fichier filtre pour une campagne précise.

Durée: 7 à 14 jours

Vue partenaire: Une liste fermée de marchands avec champs autorisés.

Prix indicatif: 50 000-150 000 FCFA

Usage: Premier test fournisseur ou association.

Campagne vérifiée

Contenu: Dossier partage Drive limité + rapport + journal des preuves autorisées.

Durée: 30 jours

Vue partenaire: 50-100 marchands d'une zone/catégorie.

Prix indicatif: 300 000-900 000 FCFA

Usage: Partenaire qui paie un pilote.

Acces mensuel

Contenu: Google Sheet filtre ou Airtable Interface lecture seule, mis a jour chaque semaine.

Duree: 30 jours renouvelables

Vue partenaire: Marchands autorises pendant l'abonnement.

Prix indicatif: 60 000-300 000 FCFA/mois

Usage: Fournisseur qui veut suivre un pipeline.

Dossier premium

Contenu: Export personnalise + verification terrain supplementaire.

Duree: Selon contrat

Vue partenaire: Profils approfondis avec consentement specifique.

Prix indicatif: Prix sur devis

Usage: Equipement, ONG, banque, microfinance ou acheteur formel.

18. Cas marchand + partenaire

Dans les marches, certains grossistes ou ateliers seront a la fois marchands et partenaires. Deggall doit les inscrire deux fois dans le systeme: un profil marchand pour leur propre passeport, et un profil partenaire pour leurs acces ou campagnes.

Grossiste du marche

Situation: Il vend lui-meme et fournit d'autres marchands.

Role marchand: Passeport Deggall pour prouver son propre commerce.

Role partenaire: Compte partenaire pour trouver/recruter des revendeurs verifies.

Regle: Deux IDs separes: ID_Commerçant pour son profil, ID_Partenaire pour ses acces.

Boutique demi-gros

Situation: Elle achete en gros, revend au detail et revend aussi a de petits vendeurs.

Role marchand: Preuves stock, anciennete, recus, fournisseurs et zone.

Role partenaire: Campagne revendeurs fiables par categorie ou quartier.

Regle: Ne jamais lui donner acces aux concurrents sans consentement explicite des marchands.

Atelier producteur

Situation: Il fabrique ou transforme, puis vend aux clients et a d'autres revendeurs.

Role marchand: Passeport artisan/producteur avec photos atelier et travaux finis.

Role partenaire: Shortlist de revendeurs ou acheteurs potentiels.

Regle: Verifier capacite reelle avant de le vendre comme fournisseur.

Leader de marche marchand

Situation: Il est marchand mais joue aussi un role d'introduction locale.

Role marchand: Passeport business personnel si voulu.

Role partenaire: Partenaire d'accès terrain ou association si le role est clair.

Regle: Eviter conflit d'interet: noter son influence et ses limites.

Appendice A - Pistes partenaires Senegal/Dakar

Ces pistes ne remplacent pas la validation terrain. Les agents doivent confirmer les bons responsables localement et noter qui peut autoriser une visite, introduire des marchands ou payer un pilote.

UNACOIS / sections commerçants

Categorie: Association commerçants

Pourquoi prioritaire: Accès à réseaux marchands et validation par leaders de marche.

Première approche: Identifier responsable Dakar sur le terrain; proposer 30 profils vérifiés.

Pilote possible: Vérification membres et passeports Deggal.

Source: Recherche web + terrain

Statut: A vérifier

PASI / collectifs de vendeurs de rue cités par WIEGO

Categorie: Collectif informel

Pourquoi prioritaire: Accès possible aux vendeurs informels organisés; noms exacts à confirmer localement.

Première approche: Demander aux agents qui représentent les vendeurs ambulants dans la zone choisie.

Pilote possible: Pilote marchands ambulants avec consentement audio et QR.

Source: <https://www.wiego.org/>

Statut: A vérifier terrain

SYMAD / syndicats vendeurs ambulants Dakar

Categorie: Collectif informel

Pourquoi prioritaire: Piste terrain pour marchands sans boutique fixe, souvent exclus des dossiers classiques.

Première approche: Identifier le responsable actif via les vendeurs et confirmer avant tout pitch.

Pilote possible: Liste de 20 vendeurs ambulants vérifiés.

Source: <https://www.wiego.org/>

Statut: A vérifier terrain

RASI / reseaux secteur informel

Categorie: Collectif informel

Pourquoi prioritaire: Peut aider a comprendre les besoins des travailleurs informels hors marche classique.

Premiere approche: Verifier existence active, responsable et zone avant de l'inscrire comme partenaire.

Pilote possible: Cartographie besoins et premieres introductions.

Source: <https://www.wiego.org/>

Statut: A verifier terrain

CCIAD - Chambre de Commerce de Dakar

Categorie: Chambre consulaire

Pourquoi prioritaire: Accompagnement, information et assistance aux entreprises privees.

Premiere approche: Demander qui gere les petits commercants et porteurs de projets.

Pilote possible: Rapport pilote + profils verificables.

Source: <https://cciad.sn/nos-missions/>

Statut: Source officielle

ADEPME Senegal

Categorie: Agence PME

Pourquoi prioritaire: Accompagnement, formation, réseautage et acces marche pour PME.

Premiere approche: Presenter Deggal comme couche de preuve terrain pour tres petits acteurs.

Pilote possible: Qualification de beneficiaires ou pre-diagnostic.

Source: <https://adepme.sn/>

Statut: Source officielle

DER/FJ

Categorie: Entrepreneuriat femmes/jeunes

Pourquoi prioritaire: Programmes femmes et jeunes; besoin possible de dossiers terrain propres.

Premiere approche: Ne pas pitcher de pret; proposer verification et suivi de beneficiaires.

Pilote possible: Dossier de preuve pour beneficiaires.

Source: <https://www.der.sn/la-der-fj/>

Statut: Source officielle

ANPEJ

Categorie: Emploi jeunes / ambulants

Pourquoi prioritaire: Mission liee aux jeunes et a l'insertion professionnelle des marchands ambulants.

Premiere approche: Demander si Deggal peut aider a identifier et suivre des marchands ambulants serieux.

Pilote possible: Verification marchands ambulants et formation terrain.

Source: <https://anpej.sn/accueil/missions-et-strategies-de-lanpej/>

Statut: Source officielle

Chambre de Metiers de Dakar

Categorie: Artisanat

Pourquoi prioritaire: Piste pour ateliers, couturiers, menuisiers, mecaniciens et artisans.

Premiere approche: Verifier contact local; tester 20 artisans avec photos atelier et references.

Pilote possible: Passeport artisan verifie.

Source: <https://www.cmddakar.com/>

Statut: A verifier terrain

FONGIP - fonds islamique et accompagnement

Categorie: Garantie / finance ethique

Pourquoi prioritaire: Piste uniquement si le besoin est verification/accompagnement, pas riba.

Premiere approche: Demander besoin de preuve pour dossiers et orienter finance islamique si necessaire.

Pilote possible: Verification pre-dossier sans vendre de credit.

Source: <https://www.fongip.sn/>

Statut: Source officielle

PAMECAS

Categorie: Microfinance

Pourquoi prioritaire: Acteur microfinance important pour epargne, credit petit commerce et activites generatrices de revenus.

Premiere approche: Demander si un dossier Deggal peut reduire le temps de pre-verification des petits marchands.

Pilote possible: Pre-verification de dossiers marchands, sans promesse de financement.

Source: <https://pamecas.sn/>

Statut: Source officielle

ACEP Senegal

Categorie: Microfinance

Pourquoi prioritaire: Piste pour PME, entrepreneurs et petits acteurs economiques.

Premiere approche: Demander quelles preuves terrain manquent souvent dans les dossiers de petits commercants.

Pilote possible: Dossier preuve marchand pour etude partenaire.

Source: <https://www.acepsenegal.com/>

Statut: Source officielle

Credit Mutuel du Senegal

Categorie: Microfinance

Pourquoi prioritaire: Institution de microfinance proche des entrepreneurs, professionnels et groupements.

Premiere approche: Demander si Deggal peut aider a preparer des dossiers plus propres avant rendez-vous agence.

Pilote possible: Dossier de preuve et orientation agence, sans promesse.

Source: <https://www.cms.sn/>

Statut: Source officielle

Wave Business

Categorie: Mobile money

Pourquoi prioritaire: Les recus et APIs peuvent devenir des preuves d'activite avec consentement.

Premiere approche: Au debut: collecter recus/screenshots; plus tard: partenariat API.

Pilote possible: Reconciliation paiement et preuve marchand.

Source: <https://docs.wave.com/business>

Statut: Source officielle

Orange Money / Sonatel

Categorie: Mobile money

Pourquoi prioritaire: API marchande possible; les recus Orange Money peuvent alimenter le dossier.

Premiere approche: Commencer avec preuves consenties; API seulement apres traction.

Pilote possible: Preuve paiement et onboarding marchand.

Source: <https://developer.orange.com/apis/om-webpay>

Statut: Source officielle

PayDunya

Categorie: Paiement agrege

Pourquoi prioritaire: Liens de paiement et solutions multi-canaux pour partenaires digitaux.

Premiere approche: Tester seulement quand des partenaires veulent collecter/recevoir paiements.

Pilote possible: Paiement pilote ou lien de paiement.

Source: <https://paydunya.com/>

Statut: Source officielle

InTouch Group

Categorie: Paiement agrege

Pourquoi prioritaire: Solution panafricaine de paiement et services digitaux.

Premiere approche: Explorer apres 100 profils si un partenaire demande integration paiement.

Pilote possible: Paiement partenaire et distribution digitale.

Source: <https://www.intouchgroup.net/en/solution-de-paiement>

Statut: Source officielle

Sandaga / Petersen

Categorie: Zone marche

Pourquoi prioritaire: Forte densite commerciale; bon test pour categories mixtes.

Premiere approche: Demander au chef de marche, delegue ou association: qui peut autoriser les visites?

Pilote possible: 30 marchands verifies sur une allee precise.

Source: Terrain

Statut: A verifier terrain

HLM / textiles

Categorie: Zone marche

Pourquoi prioritaire: Segment textile et habillement facile a comprendre pour fournisseurs.

Premiere approche: Demander quels grossistes exigent le plus de confiance ou documents.

Pilote possible: Passeports textile/couture.

Source: Terrain

Statut: A verifier terrain

Tilene / Kermel / Colobane

Categorie: Zone marche

Pourquoi prioritaire: Zones utiles pour alimentation, detail, occasions et petits grossistes.

Premiere approche: Choisir une zone, pas tout faire en meme temps; identifier leader local.

Pilote possible: Pilote par categorie.

Source: Terrain

Statut: A verifier terrain

Grossistes cites par les marchands

Categorie: Fournisseurs

Pourquoi prioritaire: Les meilleurs partenaires seront souvent ceux que les marchands citent eux-memes.

Premiere approche: Chaque entretien marchand doit demander: quel fournisseur voulez-vous rassurer?

Pilote possible: Campagne revendeurs fiables.

Source: Terrain

Statut: A decouvrir

Grossistes alimentation: riz, huile, sucre, boissons

Categorie: Fournisseurs

Pourquoi prioritaire: La rotation stock est visible et facile a prouver; besoin concret de revendeurs fiables.

Premiere approche: Noter les 5 grossistes cites le plus souvent pendant les 10 premiers entretiens.

Pilote possible: 50 revendeurs verifées par categorie.

Source: Terrain

Statut: A decouvrir

Grossistes textile / accessoires HLM

Categorie: Fournisseurs

Pourquoi prioritaire: Segment concentre; preuve visuelle forte avec stock, modele, atelier, reference.

Premiere approche: Demander aux marchands textile qui refuse de travailler sans preuve ou historique.

Pilote possible: 20 profils textile/couture verifées.

Source: Terrain

Statut: A decouvrir

Fournisseurs frigos, vitrines, balances, machines

Categorie: Equipement

Pourquoi prioritaire: Ils doivent savoir qui exploite vraiment un commerce avant de placer du materiel.

Premiere approche: Chercher les vendeurs d'equipement cites par restaurants, boutiques et ateliers.

Pilote possible: Verification pre-installation sans pret a interet.

Source: Terrain

Statut: A decouvrir

Assureurs ou takaful a identifier localement

Categorie: Assurance / takaful

Pourquoi prioritaire: Une preuve d'activite et de lieu peut aider a concevoir micro-assurance ou takaful simple.

Premiere approche: Ne pas commencer par ce segment; le garder apres 100 profils et revue halal/juridique.

Pilote possible: Exploration protection stock/equipement, pas credit.

Source: Terrain

Statut: A decouvrir

Appendice B - Notes sources

UNECA - Profil socioeconomique de l'Afrique de l'Ouest 2025

L'emploi informel estime en 2025 est de 91,6% en Afrique de l'Ouest, contre 85,2% pour l'Afrique.

<https://papersmart.uneca.org/download/5504>

OIT - Economie informelle en Afrique

Pres de 83% de l'emploi en Afrique et 85% en Afrique subsaharienne est informel.

<https://www.ilo.org/meetings-and-events/informal-economy-africa-which-way-forward-making-policy-responsive>

IFC - Marche MSME au Nigeria

Le deficit de financement MSME au Nigeria est estime autour de 13 000 milliards NGN / 32,2 milliards USD; la base MSME informelle est massive.

<https://www.ifc.org/en/insights-reports/2022/market-bite-nigeria-innovation-offers-key-to-the-broader-msme-finance-market>

GSMA - State of the Industry Report on Mobile Money 2026

Le mobile money a traite plus de 2 000 milliards USD en 2025; les paiements marchands ont atteint 155 milliards USD.

<https://www.gsma.com/sotir/>

CGAP - Pourquoi les marchands continuent d'utiliser le cash

Le KYC marchand demande souvent registre commercial, identifiant fiscal et justificatif d'adresse que beaucoup de marchands informels n'ont pas.

<https://www.cgap.org/blog/why-merchants-still-choose-cash-in-sub-saharan-africa>

CGAP - Servir durablement les micro-marchands

Les micro-marchands ont besoin de services utiles au-dela de l'acceptation de paiement; QR/USDD reduisent le cout d'acquisition.

<https://www.cgap.org/blog/how-providers-can-serve-micro-merchants-sustainably>

Banque mondiale - Voix des entreprises informelles

56% des entreprises informelles sondées disent ne pas voir de bénéfice à l'enregistrement; la preuve doit créer un avantage immédiat.

<https://blogs.worldbank.org/en/developmenttalk/can-you-hear-us-voices-informal-businesses>

Wave Business API

Wave propose des APIs de paiement business, mais le pilote doit commencer avec des recus/screenshots collectés avec consentement.

<https://docs.wave.com/business>

Orange Money Web Payment API

Orange Money propose des APIs marchandes; l'accès partenaire peut venir une fois le workflow manuel prouvé.

<https://developer.orange.com/apis/om-webpay>

CCIAD - Chambre de Commerce de Dakar

La CCIAD accompagne les entreprises privées par l'assistance, la formation et l'information économique.

<https://cciad.sn/nos-missions/>

ADEPME Senegal

L'ADEPME accompagne les porteurs d'idées et dirigeants de PME avec conseils, formation, réseautage et accès marché.

<https://adepme.sn/>

DER/FJ Senegal

La DER/FJ promeut l'auto-emploi et l'entrepreneuriat des femmes et des jeunes; Deggal peut servir de couche de preuve, pas de prêt.

<https://www.der.sn/la-der-fj/>

ANPEJ Senegal

L'ANPEJ a une mission officielle liée à l'emploi des jeunes et à l'insertion professionnelle des marchands ambulants.

<https://anpej.sn/accueil/missions-et-strategies-de-lanpej/>

Chambre de Metiers de Dakar

La Chambre de Metiers de Dakar est une piste pour artisans et ateliers; les contacts exacts doivent être vérifiés sur le terrain.

<https://www.cmddakar.com/>

FONGIP Senegal

Le FONGIP a des solutions d'accompagnement et un fonds islamique; toute discussion doit exclure la vente de prêt à intérêt.

<https://www.fongip.sn/>

PAMECAS Senegal

PAMECAS propose des produits de credit et d'epargne, dont des credits pour petit commerce, artisanat, outillage et activites generatrices de revenus.

<https://pamecas.sn/>

ACEP Senegal

ACEP Senegal propose des services financiers pour PME et entrepreneurs; piste partenaire a traiter comme institution financee/regulee, pas comme promesse de pret.

<https://www.acepsenegal.com/>

Credit Mutuel du Senegal

Le CMS se presente comme institution de microfinance proche des entrepreneurs, professionnels et groupements.

<https://www.cms.sn/>

BCEAO - institutions de monnaie electronique

La BCEAO liste au Senegal Orange Money, Free Money et Wave parmi les institutions de monnaie electronique.

<https://www.bceao.int/en/content/electronic-money-issuing-institutions-0>

PayDunya

PayDunya propose des solutions de paiement digital et des liens/API utiles plus tard pour les partenaires, pas pour le premier MVP terrain.

<https://paydunya.com/>

InTouch Group

InTouch propose des solutions de paiement et d'agregation de transactions; piste a explorer apres validation terrain.

<https://www.intouchgroup.net/en/solution-de-paiement>

CinetPay

CinetPay propose des liens de paiement et encaissements dans plusieurs marches africains; piste de paiement partenaire plus tard.

<https://cinetpay.com/>

WIEGO - organisations de travailleurs informels a Dakar

WIEGO documente l'organisation de vendeurs de rue et acteurs informels a Dakar; ces collectifs doivent etre confirmes localement avant approche.

<https://www.wiego.org/>