



FORUM SUR LA GOUVERNANCE DE L'INTERNET EN COTE D'IVOIRE — 1ère édition

E-commerce : facteurs de développement

YVES MAO



- **Anatomie du E-commerce**

- ❖ Principales caractéristiques
- ❖ Principaux avantages et inconvénients du E-commerce
- ❖ Principales tendances

- Identification des principaux freins et défis au E-commerce
- Les opportunités du commerce électronique en Côte d'Ivoire
- Axes d'analyse pour l'évaluation des retombées du commerce électronique
- Points de vigilance pour un cadre réglementaire adapté au commerce électronique
- Conclusion et recommandations

Principales caractéristiques d'un site de E-Commerce

Attention aux « raccourcis »

- « Vendre sur Internet » est différent de « vendre grâce à internet »
 - ❖ En effet, le but premier des internautes est d'effectuer des actes « d'avant-vente » sur Internet, pour les concrétiser par la suite dans des magasins « bien réels »
- « Vendre sur Internet » est différent de « vendre sur son site internet »
 - ❖ Les ventes (transactions électroniques) peuvent être effectuées via des plateformes électroniques dédiées (eBay, Amazon, Pixmania, etc.) ou des plateformes en mode SaaS (Bobex, Power Boutique, etc.)
- « Vendre sur Internet » est différent de « encaisser en ligne »
- « Vendre sur Internet » est différent de « vendre uniquement aux Particuliers »

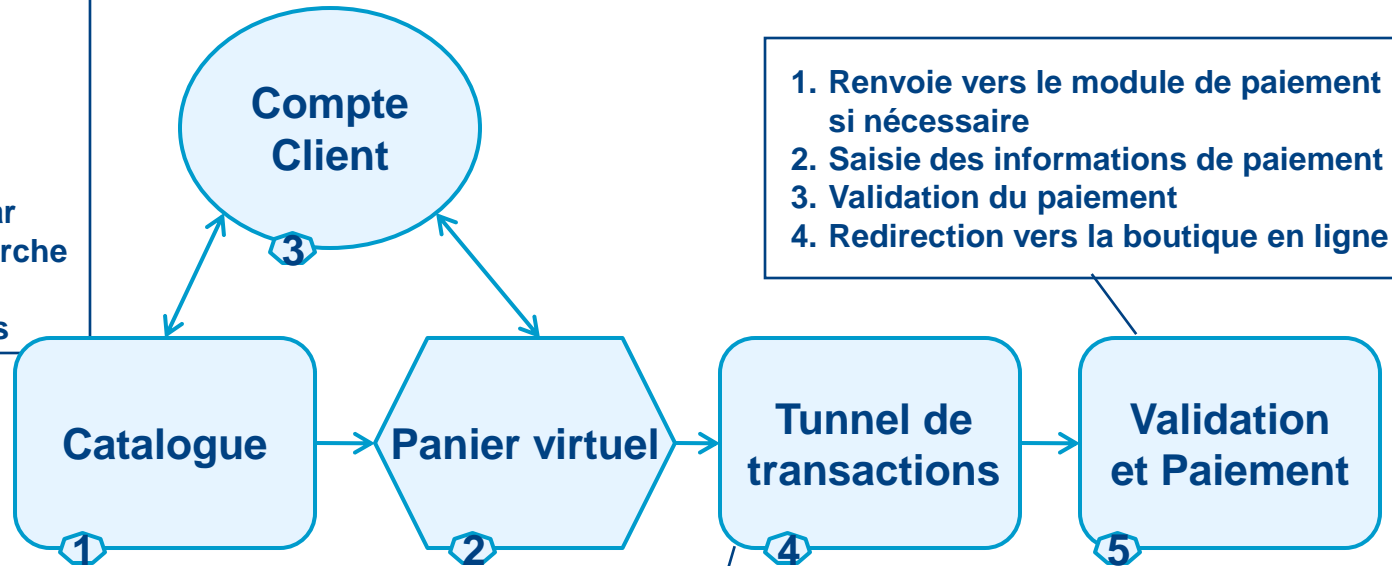
Principales fonctionnalités

- Disposer d'un catalogue en ligne d'articles ou de services
- Proposer un Panier d'achat virtuel
- Offrir la possibilité d'un règlement en ligne (CB, paypal), mais également en mode offline (chèque, virement)
- Permettre une relation « client » dématérialisée via un certain nombre d'outils:
 - ❖ Emails transactionnels
 - ❖ Newsletter
 - ❖ Offres promotionnels (coupons virtuels, etc.)
 - ❖ Outils de fidélisation, etc.

L'E-commerce recouvre l'ensemble des transactions électroniques (B2B, B2C, C2C, etc.) permettant d'effectuer des échanges commerciaux entre acteurs. Ces transactions intègrent aussi bien celles issues de l'Internet mobile (m-banking, etc.) que celles liées à la vente en ligne de produits et de services classiques

Synoptique type d'un site de E-commerce

- Comparateur d'articles
- Liste d'achat
- Newsletter
- Ventes incitatives, ventes croisées, etc.
- Navigation par catégorie, par recherche simple, par recherche avancée, par filtre, etc.
- Listes et détails des articles



1. Renvoi vers le module de paiement si nécessaire
2. Saisie des informations de paiement
3. Validation du paiement
4. Redirection vers la boutique en ligne

1. Identification
2. Intégration avec des outils de backoffice (pour vérifier la disponibilités des articles)
3. Saisie de l'adresse de facturation
4. Saisie de l'adresse de livraison
5. Choix du mode de livraison
6. Choix du mode de paiement
7. Récapitulatif de la commande et acceptation des conditions de vente

Principaux avantages et inconvénients du E-commerce

Avantages

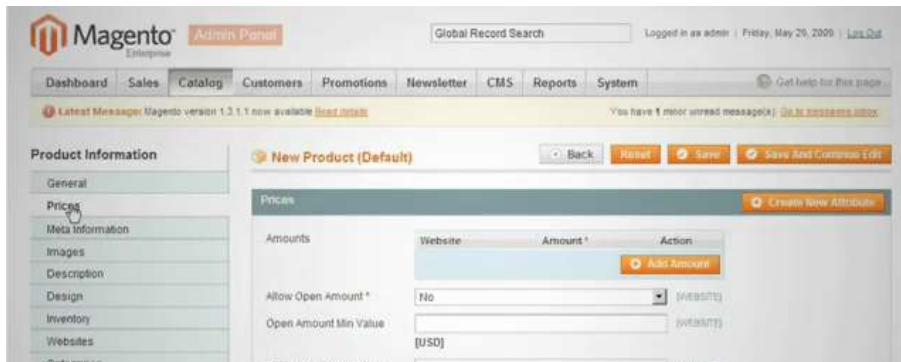
- **Visibilité à « moindre coûts » des biens et services que l'on propose**
- **Réduction du nombre d'intermédiaires entre producteurs et consommateurs**
 - ❖ Les expériences de plateformes d'intermédiation en Afrique commencent à émerger ...
- **Accessible 24h/24, 7j/7**
 - ❖ Suppose des infrastructures de Datacenter (hébergement) éprouvées et disponibles
- **Le marché est potentiellement planétaire**
 - ❖ Quid de la relation « client » et de l'aspect « multilingue »
- **Faible ticket d'investissement et retour d'investissement potentiellement rapide**
- **Pas de contrainte d'espace pour présenter son catalogue (produits et/ou services)**
- **Faible coût de fonctionnement, moins d'intervention humaine**

Inconvénients

- **Coût de livraison**
 - ❖ Quid des aspects logistique (adresse de livraison, transport pour les biens et marchandises physiques, etc.)
- **Coût de mise à jour du site de E-commerce**
 - ❖ Maintenance corrective et évolutive du site web
 - ❖ Nécessite des compétences formées et disponibles
- **Confiance difficile à établir avec le client final**
- **Risque de Fraude plus important**
 - ❖ Surtout si l'on est affublé d'une mauvaise image (cas de la cybercriminalité par exemple)
- **Dans le cadre d'exportation de biens, prendre en compte des contraintes de législation, de langues, de fiscalités et d'habitudes culturelles**
- **Requiert un professionnalisme à tout épreuve du service après-vente**
 - ❖ Une défaillance de ce dernier et c'est l'image du site de E-commerce (donc du producteur du biens) qui est impactée

Ces avantages et inconvénients permettent d'identifier les freins et les défis du E-commerce en Afrique en général, en Côte d'Ivoire en particulier

Principales tendances



Les Solutions open source représentent une alternative crédible pour l'élaboration d'un site de E-commerce

Figure 2: SaaS Application Adoption (Worldwide) – 2008-2010

SaaS Application	YE 2008				YE 2010
	Worldwide	North America	Europe	Asia	Worldwide
Collaboration (Email, WebConf)	1 45.0%	1 44.7%	1 46.4%	1 43.1%	1 66.8%
CRM/SFA	2 36.4%	2 37.4%	2 33.8%	2 39.7%	2 58.9%
Payroll	3 31.2%	3 32.5%	3 32.5%	3 25.9%	3 45.8%
Travel Services	4 28.6%	5 30.1%	5 28.5%	4 25.9%	7 39.7%
HR/Benefits	5 28.3%	4 30.5%	4 28.5%	5 22.4%	4 45.3%
Specialized Verticals	6 22.7%	6 21.9%	6 25.5%	9 18.5%	5 41.7%
Finance /Accounting	7 18.3%	7 16.3%	8 20.7%	8 19.3%	8 39.3%
BI & CPM	8 17.3%	8 14.8%	7 22.0%	11 15.5%	6 40.7%
Procurement & Sourcing	9 16.9%	9 12.8%	9 20.1%	7 20.7%	9 38.9%
ERP/Manufacturing	10 13.2%	11 9.7%	10 14.8%	6 20.7%	12 25.9%
Supply Chain Mgt (SCM)	11 12.5%	10 11.7%	11 12.2%	10 15.8%	10 27.5%
Compliance and Risk Mgt	12 10.4%	12 9.4%	12 10.0%	12 14.3%	11 26.0%

Le SaaS est une composante du Cloud (services d'infrastructures logicielles, matériel et applicatifs accessibles à partir de la toile)

Bien utilisé, le SaaS peut constituer un fantastique accélérateur de mise en place de stratégie d'E-commerce gagnante pour la Côte d'Ivoire

Source: Saugatuck Technology - SaaS Survey Research 2008 (n=418) - % of companies deploying.

Sommaire

- Anatomie du E-commerce
- **Identification des principaux freins et défis au E-commerce**
- Les opportunités du commerce électronique en Côte d'Ivoire
- Axes d'analyse pour l'évaluation des retombées du commerce électronique
- Points de vigilance pour un cadre réglementaire adapté au commerce électronique
- Conclusion et recommandations

Les obstacles et les défis majeurs au E-commerce en Côte d'Ivoire sont multiples (1/2)

Logistique

- Les cyberacheteurs sont de plus en plus exigeants sur les délais de livraison. Le flux logistique doit être maîtrisé : gestion des stocks, réapprovisionnement, gestion du colisage (emballage, tarification, étiquetage et envoi), solution de transport
- **Les ressources humaines nécessaires sont-elles disponibles et formées?**
- **Le cybermarchand (artisan, coopérative agricole, etc.) dispose t-il des moyens nécessaires pour coordonner l'ensemble des acteurs impliqués dans cette chaîne?**

Paie ment

- L'intégration des moyens de paiement restent entier
- Au niveau Cyberacheteurs : micro-paiement via le m-banking, carte de paiement reconnus au niveau international, chèques, etc.
- Au niveau Cybermarchands : module de paiement sécurisé et validé via des plateformes agréées au niveau international de type ATOS, Cyberplus, Paybox, etc.
- **Quid du faible taux de bancarisation des cyberacheteurs? De l'assistance des banques en tant que Tiers de confiance aux cybermarchands?**

Livraison

- **Les futurs Fedex, UPS, DHL et autres Chronopost « Ivoiriens » sont-ils à créer? Des partenariats avec des leaders mondiaux sont-ils envisageables?**
- **Comment garantir la rapidité de livraison et/ou d'expédition en l'absence de plans d'adressage efficaces des quartiers et des villes ?**

Fiscalité vs Cadre réglementaire adéquat

- **Comment faire face à la fiscalité spécifique de chacun des pays? Quid de la fiscalité liée aux transactions électroniques au sein de la zone UEMOA?**
- **Au niveau local, existe-il un cadre réglementaire adéquat au E-commerce (cf. chapitre)?**

Compétence vs Ressources humaines

- **Les ressources permettant de mettre en œuvre les solutions techniques (logiciels et matériel) d'E-commerce (open source ou propriétaire), de prendre en charge les aspects logistique, les modes de paiement, ainsi que la livraison des marchandises, sont-elles disponibles et formées?**

Les obstacles et les défis majeurs au E-commerce en Côte d'Ivoire sont multiples (2/2)

Infrastructure

- La qualité et la disponibilité des infrastructures (Datacenter, télécommunication, transport, etc.) sont des facteurs clés de succès au E-commerce
- Malgré l'arrivée de l'internet haut débit (certes moins cher), force est de constater après un rapide état des lieux que globalement une amélioration de la qualité et la disponibilité des infrastructures semble nécessaire

Fraude vs Cybercriminalité

- Selon une étude récente, 60% des personnes interrogées déclarent craindre l'arnaque en achetant sur internet et qu'elles n'ont pas suffisamment confiance pour donner le numéro de leur carte de crédit.
- Les arnaques à répétition d'une jeunesse créative peuvent nuire à l'image du pays en matière de E-commerce. Parmi les conséquences:
 - ❖ Refus par les sites de E-commerce de certains moyens de paiement présentés par des cyberacheteurs (ivoiriens)
 - ❖ Doute sur la fiabilité par les internautes des moyens de paiement offerts par les cybermarchands ivoirien
- L'utilisation de Tiers de confiance peut-elle contribuer à l'amélioration de cette image?

Coûts des transactions

- Le coût de possession des NTIC en Côte d'Ivoire reste encore relativement élevé :
 - ❖ Pour la majorité des cyberacheteurs (coût d'acquisition du PC, coût de l'accès à l'internet , etc.)
 - ❖ Pour les cybermarchands potentiels (coût d'abonnement aux Datacenters et à un réseau de qualité)
 - ❖ A ces coûts, se rajoutent ceux des commissions bancaires qui peuvent potentiellement impacter le coût global des transactions
 - ❖ A noter que l'utilisation de Tiers de confiance pour sécuriser les transactions électroniques peut contribuer à alourdir le coût des transactions globales

- Anatomie du E-commerce
- Identification des principaux freins et défis au E-commerce
- **Les opportunités du commerce électronique en Côte d'Ivoire**
 - ❖ Quelques cas représentatifs de stratégie e-commerce gagnant
 - ❖ Etat des lieux
 - ❖ Secteurs économiques et sociales impactés et candidats au E-commerce
- Axes d'analyse pour l'évaluation des retombées du commerce électronique
- Points de vigilance pour un cadre réglementaire adapté au commerce électronique
- Conclusion et recommandations

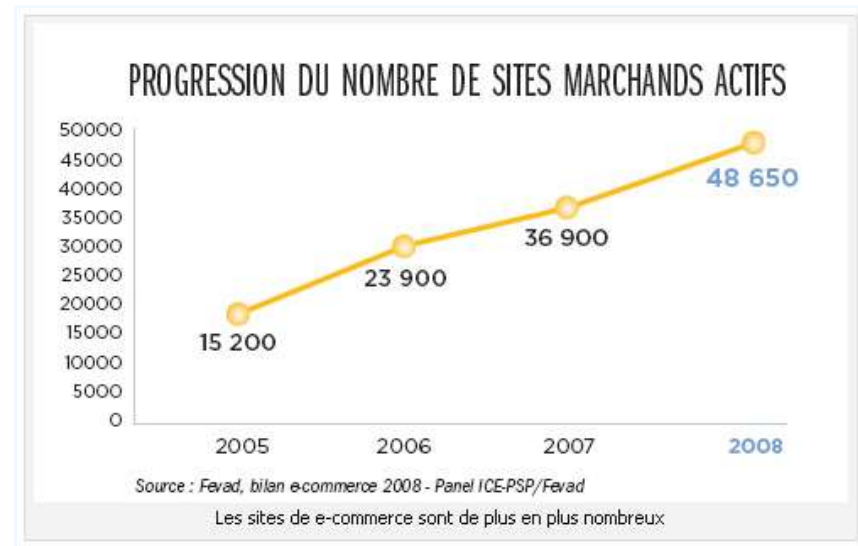
Les transactions électroniques via le E-commerce peuvent influencer de façon significative sur le PIB d'une nation, donc générer de la richesse

• Des succès notoires en Afrique

- ❖ Le système de douane électronique, au Ghana, a permis d'augmenter de 49 % les recettes douanières au cours des 18 premiers mois de son fonctionnement et a ramené de trois semaines à deux jours le temps nécessaire pour le dédouanement
- ❖ Selon le Dr Hamdoun Touré (Tunisie), une augmentation de 10% de la télé densité pour les lignes fixes se traduit par une augmentation d'environ 0,5% du PIB. Une augmentation de 10% du taux de pénétration de la Large bande peut se traduire par une augmentation moyenne de 1,3% du PIB
- ❖ Manobi – Sénégal : Plateforme fournissant des données sur le marché et des services de commerce électronique en ligne ou via SMS aux professionnels du secteur rural et de l'agroalimentaire
- ❖ Mobile Banking- KENYA Système de transfert monétaire sur le téléphone portable M-PESA par Safaricom et Vodafone. 1,6 million d'abonnés (dès la 1^{ère} année)

• En France (selon le FEVAD: Fédération du E-commerce et de la Vente A Distance)

- ❖ Le commerce électronique a progressé de 25% au premier semestre 2009 (26% au premier trimestre et 25% au second trimestre)
- ❖ Le commerce électronique progresse à un rythme 5 fois plus élevé que la consommation

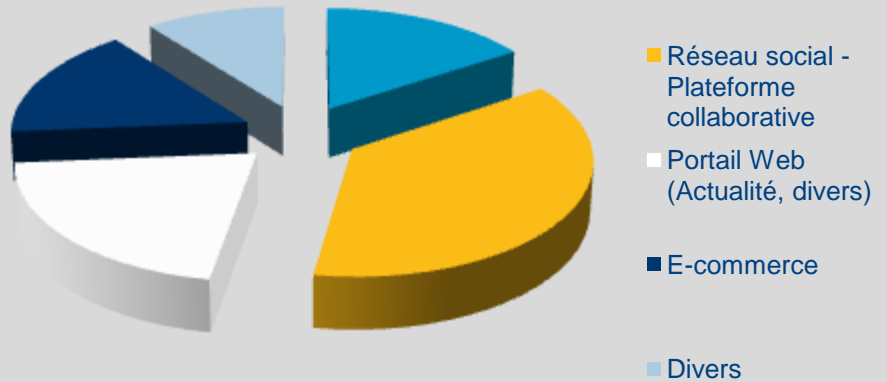


En matière de commerce électronique, le continent africain en général, la Côte d'Ivoire en particulier, demeurent gravement sous-représentés (cf. rapport du CNUCED sur l'économie de l'information en 2009)

Pour les pays développés, comme la France, le E-commerce apparaît comme un facteur de développement indéniable. Il a généré 11,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires et crée près de 80 000 emplois en 2009

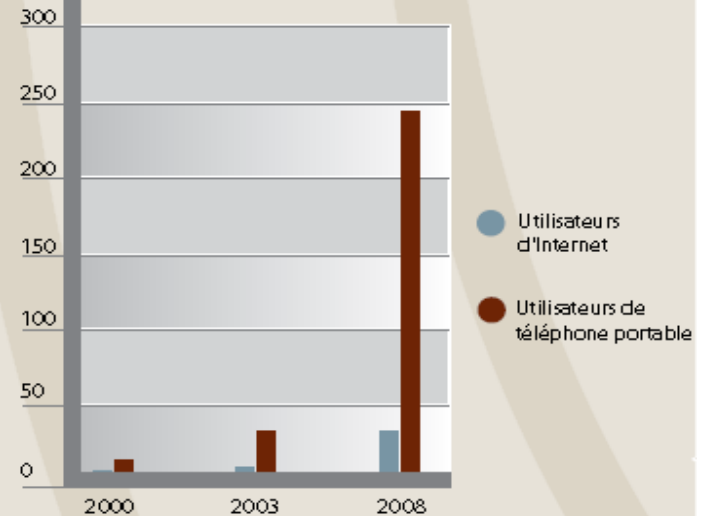
L'état des lieux laisse penser que le développement du E-commerce en Côte d'Ivoire reste d'abord conditionné par une adoption massive par les jeunes (62 % de la population a moins de 25 ans) et par le mobile

Classification des 17 sites web les plus consultés en Côte Ivoire



Source Alexa

Utilisateurs d'Internet et de téléphone portable en Afrique subsaharienne (en millions)



Source : UIT

En matière de commerce électronique, seulement 3 sites sur 17 parmi les plus consultés ont été identifiés

Les transactions électroniques restent dominées par les réseaux sociaux (Facebook, Badoo, etc.)

En Afrique Subsaharienne, la part de du canal Internet, par rapport à celle du mobile, reste négligeable d'un point de vue des transactions électroniques

Dans une perspective, E-business, la Côte d'Ivoire dispose de sérieux atouts qui restent à exploiter



- Les applications innovantes qui favorisent l'amélioration de l'environnement des affaires en contribuant au développement des marchés, en réduisant les coûts et en permettant de surmonter les contraintes traditionnelles en matière d'infrastructures sont des candidats pertinents au commerce électronique
 - ❖ Parmi ces applications: la banque en ligne, les paiements électroniques, l'agriculture électronique, l'administration en ligne (demande de visas, etc.) et l'éducation à distance.
- L'exploitation d'initiatives de commerce électronique orientées vers la diaspora africaine est considéré comme un des segments les plus lucratifs parmi les niches potentielles du E-commerce
 - ❖ Ce segment reste sous exploité
- L'implication des administrations dans le E-commerce par le biais des appels d'offres électroniques est de nature à favoriser l'ensemble des acteurs économiques et sociaux concernés
 - ❖ Ce segment du commerce électronique est l'un de ceux dont le potentiel de croissance est le plus élevé. Il reste paradoxalement très marginal. Il constitue une niche de marché dont l'exploitation dépend principalement de la volonté politique

Encourager la croissance des PME dans le secteur des TIC, leur prêter assistance et les aider, est susceptible de résorber sensiblement le chômage des jeunes (*En Afrique subsaharienne, 3 chômeurs sur 5 sont des jeunes et en moyenne 72 % des jeunes vivent avec moins de 2 dollars par jour*)

Sommaire

- Anatomie du E-commerce
- Identification des principaux freins et défis au E-commerce
- Les opportunités du commerce électronique en Côte d'Ivoire
- **Axes d'analyse pour l'évaluation des retombées du commerce électronique**
- Points de vigilance pour un cadre réglementaire adapté au commerce électronique
- Conclusion et recommandations

Des indicateurs clés pertinents permettront de s'assurer que les atouts du commerce électronique se traduisent bien en avantages sociaux et économiques pour la population

Données générales

- Le *taux de pénétration* du commerce électronique doit désormais se traduire en un élargissement de l'accès et un abaissement du *coût des services* au profit du plus grand nombre
- Nombre et typologie de produits et services proposés pour le E-commerce
- Etc.

Infrastructures

- Nombre de terminaux (mobile, PC, etc.) permettant d'effectuer des transactions en ligne
- Nombre de Datacenters, etc.
- Disponibilité et qualité de la bande passante nécessaires
- Nombre de transactions électroniques relatifs au E-commerce
- Taux de bancarisation généré par le E-commerce
- Etc.

Secteur public

- Gains en efficacité et productivité dans toute la chaîne de production et de distribution (y compris les procédures douanières)
- incidence du commerce électronique sur les recettes douanières
- Etc.

Secteur Privé

- Le nombre d'emploi généré dans les différents secteurs économiques et sociaux impactés
- Le chiffre d'affaire consolidé pour les différentes filières de l'écosystème du E-commerce
- Répartition des services d'E-commerce dans les entreprises du secteur formel
- Nombre d'immatriculation d'entreprises dédiées au E-commerce, etc.

Autres Secteurs

- A définir en fonction des recommandations du forum (santé, éducation, etc.)

Sommaire

- Anatomie du E-commerce
- Identification des principaux freins et défis au E-commerce
- Les opportunités du commerce électronique en Côte d'Ivoire
- Axes d'analyse pour l'évaluation des retombées du commerce électronique
- **Points de vigilance pour un cadre réglementaire adapté au commerce électronique**
 - ❖ Questions clés
 - ❖ Initiatives autour du E-commerce en Afrique
- Conclusion et recommandations

Une adaptation, voir une remise à plat du cadre réglementaire existant doit être envisagé pour intégrer la dématérialisation des flux liés aux transactions électroniques

• Classification du contenu du commerce électronique

- ❖ Faut-il classer les produits numérisés parmi les services (AGCS), parmi les biens (GATT), parmi le Système Harmonisé (SH) de l'OMD, parmi la Classification Centrale des Produits des Nations-Unies (CPC) ou parmi les documents W/120 de l'OMC ? Quelles en seraient les conséquences ?

• Implications fiscales du commerce électronique

- ❖ Quelle pourrait être l'incidence du commerce électronique sur les recettes douanières en Côte d'Ivoire ?
- ❖ Quelle est l'importance des droits de douane sur différents produits vendus par des moyens électroniques ?
- ❖ Quel pourrait être l'effet de la libéralisation sur les recettes ?
- ❖ Comment faudrait-il définir les politiques fiscales qui se rapprochent spécialement aux droits de douane compte tenu du commerce électronique ?

• Gestion des conflits, Compétence et droit applicables

- ❖ Quels sont les mécanismes de résolution des conflits dans le commerce électronique (Difficultés à déterminer la loi applicable, etc.) ?
- ❖ Les mécanismes classiques de résolution des conflits du commerce international ne s'appliquent pas

S'inspirer des initiatives entreprises par les organismes internationaux (GATT, OMC, OMD, etc.) peut constituer un accélérateur permettant d'œuvrer à la mise en place d'un cadre réglementaire adapté au E-Commerce en Côte d'Ivoire

En matière de E-commerce, de nombreuses initiatives existent. Il est nécessaire de les faire converger, puis de les décliner dans le contexte ivoirien

- **Cadre de référence : Africa Information Society Initiative (AISI) + SMSI**
 - ❖ Cadre régional pour le développement des TIC
 - ❖ e-stratégies (Nationales, Locales, Sectorielles, Régionales), etc.
- **Cadre de référence pour les actions de la CEA (Commission Economique des Nations Unies pour l'Afrique) dans le e-commerce**
 - ❖ Développer les cadres juridique et réglementaire, Accélérer la mise en valeur des compétences , Garantir la sécurité des transactions électroniques
- **Cadre régional des TIC pour le NEPAD**
- **SCAN-ICT, observatoire africain permettant de suivre de près la pénétration des TIC en Afrique,**
 - ❖ Indicateurs et points de comparaison Pour suivre l'évolution vers une société de l'information, il faut établir des indicateurs, fixer des points de comparaison et mesurer les progrès réalisés vers l'atteinte des objectifs
- **Etudes nationales avec ePolnet sur les TIC (Réseau Mondial de Ressources en Cyber-Politiques)**
 - ❖ Commerce et croissance économique dans des pays les pays des cinq sous régions du continent : Afrique du Sud, Égypte, Éthiopie, Ghana, Kenya, Sénégal
- **CEDEAO et UEMOA : stratégie sous régionale des TIC**
 - ❖ Cadre légal pour les TIC (incluant l'E-commerce)
- **Appui aux dynamiques d'harmonisation régionale des politiques et marchés de TIC (IUT)**
 - ❖ Programme « Harmonisation des marchés des TIC en Afrique de l'Ouest » mené conjointement par l'Union Internationale des Télécommunications (UIT) et l'Union Européenne (UE). L'objectif de ce projet est d'améliorer l'accès aux TIC dans 15 pays d'Afrique de l'Ouest, en mettant en place un cadre réglementaire qui favorisera l'ouverture des marchés à la concurrence et la fourniture d'une gamme complète de services TIC à des prix abordables
- **Afrinic - Favoriser l'internationalisation de la gouvernance technique de l'Internet**
 - ❖ Réduire la dépendance des fournisseurs d'accès africains à l'égard des sociétés étrangères en ce qui concerne l'attribution des adresses IP
- Etc.

Sommaire

- Anatomie du E-commerce
- Identification des principaux freins et défis au E-commerce
- Les opportunités du commerce électronique en Côte d'Ivoire
- Axes d'analyse pour l'évaluation des retombées du commerce électronique
- Points de vigilance pour un cadre réglementaire adapté au commerce électronique
- **Conclusion et recommandations**

Malgré des défis majeurs à relever, la Côte d'Ivoire dispose de sérieux atouts pour favoriser le développement du E-Commerce, générateur de richesse pour la population



- **Faire l'état des lieux du E-Commerce en Côte d'Ivoire et suivre régulièrement les activités de base associées.**
- **Mettre en place des programmes d'appui bien ciblés qui permettront de relever les défis majeurs identifiés**
 - ❖ **Le développement de la diffusion de la culture numérique par la mise en place d'infrastructures adéquates et par la formation et l'éducation (notamment par la mise à niveau des ressources humaines aussi bien des consommateurs que de producteurs de technologie)**
 - ❖ **La mise en place d'un cadre réglementaire (environnement juridique et institutionnel) adéquat pour le développement du secteur du E-commerce**
 - ❖ **La sensibilisation des futurs cybermarchands aux obligations associées aux différentes actions associées aux E-commerce: contractualisation de la commande client, suivi de la commande (de l'expédition à la livraison), l'intégration d'un droit de rétractation, le remboursement éventuel de la totalité des sommes perçues lorsque ce droit est exercé, etc.**
 - ❖ **L'éclosion et la croissance de PME innovantes dans le secteur des TIC, leur prêter assistance et les aider financièrement. Ces PME auront vocation à couvrir tout le cycle de vie du E-commerce: de la promotion d'un produit, sa mise en ligne, sa livraison en passant par l'intégration et l'adoption des solutions de paiement (m-banking, solution de paiement de type prepaids, etc.)**
- **Mettre au point et améliorer constamment une série d'indicateurs adaptés qui pourront servir à mesurer les activités liées au E-commerce et les progrès accomplis en Côte d'Ivoire et à orienter ainsi, les investissements**