

Note d'orientation

Le commerce électronique peut-il favoriser la croissance des petites et moyennes entreprises en Afrique ?

1. Introduction

Les récents progrès socioéconomiques réalisés en Afrique l'ont été dans le contexte de technologies de l'information et de la communication (TIC) omniprésentes. Le taux de pénétration des abonnements de téléphone mobile a atteint 63 % en 2013 et plus de 16 % de la population utilise maintenant Internet¹. Les décideurs et les partenaires de développement africains comptent beaucoup sur les possibilités offertes par les TIC dans le cadre des efforts déployés par le continent pour réduire la pauvreté généralisée et sur le rôle joué par les petites et moyennes entreprises (PME). Dans ce contexte, au cours des dix dernières années, les pays africains ont accordé beaucoup d'importance à l'élaboration et à la mise en œuvre de politiques et plans nationaux dans le domaine des TIC. Fin 2011, 48 pays disposaient de politiques nationales relatives aux TIC et quatre autres pays en élaboraient une.

Selon la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED), les PME génèrent 60 à 70 % de tous les

emplois dans les pays en développement², et contribuent ainsi à la réduction de la pauvreté. À cet égard, nombre de pays africains ont accordé une grande priorité à la croissance des PME. Le Gouvernement kényan, par exemple, a présenté un plan stratégique de grande envergure, appelé Vision 2030, dans lequel les TIC et les PME ont été identifiées comme étant les moteurs de sa réalisation³. De la même façon, le Gouvernement éthiopien, dans son plan de croissance et de transformation (2010/11-2014/15), a accordé la priorité aux micros-entreprises et aux petites entreprises, ciblant la création d'emplois pour plus de trois millions de personnes à la fin de la période couverte par le plan⁴ et visant à accroître l'accès aux TIC. Le nouveau plan national de la Gambie, Programme de croissance et d'emploi accélérés (PAGE) 2012-2017, porte sur la nécessité d'exploiter les TIC pour promouvoir les échanges et le commerce, et l'importance des PME dans la réalisation de ces objectifs.

1 Union internationale des télécommunications, « Données et chiffres concernant les TIC », Bureau de développement des télécommunications de l'UIT (Genève, 2008). Disponible à l'adresse : www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2013-e.pdf.

2 Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement, « Rapport sur le commerce et le développement » (Genève: Nations Unies, 2001). Disponible à l'adresse : http://unctad.org/en/Docs/ecdr2001overview_en.pdf.

3 Daniel Wanyoike, Elegwa Mukulu et Anthony Waititu, « ICT attributes as determinants of e-commerce adoption by formal small enterprises in urban Kenya », *International Journal of Business and Social Sciences*, vol. 3, no 23, décembre 2012. Disponible à l'adresse : www.ijac.org.uk/images/frontImages/gallery/Vol1no7december2012/6.pdf.

4 Éthiopie, Ministère des finances et du développement économique, Growth and Transformation Plan (GTP) 2010/11-2014/15, Addis-Abeba.

Pourquoi le commerce électronique pour les PME ?

Ces dernières années, le rôle des PME dans le développement économique de l'Afrique a pris de l'importance alors que la transformation économique du continent s'accélérait. Nombre de pays orientent leur développement stratégique vers l'industrialisation à la faveur de la croissance du secteur des PME locales. On ne saurait trop insister sur l'importance des PME dans le développement et la réduction de la pauvreté. Ces entreprises⁵ représentent 99 % de toutes les compagnies dans les pays en développement et jouent un rôle important dans la création d'emplois. Par exemple, la part des PME dans la création d'emplois⁶ en Afrique est de 39 % au Malawi, 38 % au Kenya, 37 % en Zambie, 33 % en Côte d'Ivoire, 32 % en République-Unie de Tanzanie, 21 % en Afrique du Sud, 20 % au Burundi, 19 % au Cameroun et 15 % au Zimbabwe.

Une autre raison importante qui justifie de mettre l'accent sur les PME est que ces dernières ont tendance à s'adapter plus facilement aux technologies que les grandes entreprises. Le processus d'adaptation dans les grandes entreprises est souvent ralenti par la bureaucratie et une hiérarchie plus stricte dans la prise de décision. Lorsque les PME perçoivent les avantages supplémentaires qu'elles peuvent tirer de l'utilisation des TIC, elles sont plus disposées à adapter leurs stratégies⁷. C'est ce que confirment deux études sur la situation du commerce électronique en Gambie et en Éthiopie, menées sous la supervision de la Commission économique pour l'Afrique (CEA). Les deux études montrent que les PME ont conscience du potentiel offert par l'utilisation d'Internet pour le commerce. Par ailleurs, du fait

5 Sveinung Fjose, Leo A Grunfeld et Chris Green, « *SMEs and growth in Sub-Saharan Africa: Identifying SME roles and obstacles in SME growth* ». MENON Business Economic, Menon publication no. 14, 2010. Disponible à l'adresse : www.norfund.no/getfile.php/Documents/Homepage/Reports%20and%20presentations/Studies%20for%20Norfund/SME%20and%20growth%20MENON%20%5BFINAL%5D.pdf.

6 Ibid., p. 5.

7 Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement, Rapport sur l'économie de l'information. Genève: CNUCED, 2004.

de la couverture et de l'utilisation généralisée des téléphones mobiles, le commerce mobile offre maintenant plus de possibilités aux PME, surtout dans les régions rurales⁸. Par exemple, une étude a montré qu'après l'arrivée du réseau mobile dans des communautés éloignées en Ouganda, la part des bananes vendues est passée de 50 à 69 % de la récolte⁹. Créée par TradeNet, Esoko, entreprise ghanéenne, fournit une interface mobile et Web indiquant les prix courants du marché et une plate-forme permettant aux acheteurs et aux vendeurs de faire des offres et d'entrer en contact. À cet égard, une étude récente auprès de petits exploitants agricoles dans le nord du Ghana a révélé que les fermiers avaient enregistré une augmentation de 10 % de leurs revenus après avoir commencé à recevoir d'Esoko les prix du marché sous forme de messages courts (SMS)¹⁰.

D'une manière générale, les ventes électroniques augmentent de plus de 19 % chaque année¹¹. Comparées aux grandes entreprises, les PME représentent une petite part du marché électronique mondial, mais s'adaptent de plus en plus à la révolution technologique grandissante et tirent profit du marché en ligne mondial.

Compte tenu de la nouvelle orientation stratégique de la CEA, qui met l'accent sur des travaux de recherche et d'analyse fondés sur des preuves, la présente note d'orientation a pour objet de mettre en évidence certaines caractéristiques essentiels concernant le rôle

8 Organisation mondiale du commerce, « Commerce électronique, développement et les petites et moyennes entreprises », Note d'information du secrétariat, OMC.

9 Megumi Muto et Takashi Yamano, « The impact of mobile phone coverage expansion on market participation: Panel data evidence from Uganda », *World Development*, vol. 37, numéro 12, (décembre, 2009) p. 1887 à 1896. Disponible à l'adresse : www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0305750X09000965.

10 Naomi Halewood et Priya Surya, « *Mobilizing the agricultural value chain* », *Information and Communications for Development*, chapitre 2 (Banque mondiale, août 2012). Disponible à l'adresse : <http://siteresources.worldbank.org/>

EXTINFORMATION AND COMMUNICATION AND TECHNOLOGIES/ Resources/IC4D-2012-Chapter-2.pdf.

11 Goldman Sachs, *eCommerce expected to accelerate globally in 2014*. New York: The Goldman Sachs Group, Inc., 2013. Disponible à l'adresse : http://boletines.prisadigital.com/Global_ecommerce.pdf.

du commerce électronique dans la croissance des PME en Afrique. Elle fait écho à l'appui récemment apporté par la Commission aux États membres, en particulier l'Éthiopie et la Gambie, dans le domaine de la facilitation du commerce électronique à l'appui de la croissance des PME.

2. Avantages de l'utilisation stratégique du commerce électronique dans les PME

Le commerce électronique¹² s'entend de la vente ou de l'achat de biens et services par des entreprises [entreprise à entreprise (B2B)], des particuliers [entreprise à consommateur (B2C)], des gouvernements (entreprise au gouvernement (B2G)) ou d'autres organisations, au moyen de réseaux informatiques. Il s'appuie sur le commerce traditionnel en y ajoutant la flexibilité et la vitesse offertes par les communications électroniques, ce qui peut faciliter les efforts visant l'amélioration des opérations en permettant de réaliser des économies importantes tout en augmentant la compétitivité et l'efficacité par une redéfinition des pratiques commerciales traditionnelles.

Les PME, tout comme les grandes entreprises, ont tiré avantage de l'adoption du commerce électronique comme l'indiquent différentes études. Ces avantages peuvent se résumer de la façon suivante: des frais de transaction moins élevés ; une réduction des frais de publicité et de promotion ; une communication rapide entre les acheteurs et les vendeurs ; la capacité de toucher de nouveaux clients; un raccourcissement des chaînes d'approvisionnement traditionnels, y compris la minimisation des obstacles liés au

12 « Communément appelé e-commerce, le commerce électronique est l'achat et la vente de produits et services au moyen de systèmes électroniques comme Internet et d'autres réseaux informatiques. Le commerce électronique s'appuie sur des technologies comme le transfert électronique de fonds, la gestion de la chaîne d'approvisionnement, le marketing sur Internet, le traitement des opérations en ligne, l'échange de données électroniques (EDI), les systèmes de gestion des inventaires et les systèmes automatisés de collecte des données. Le commerce électronique moderne utilise en général le World Wide Web au moins une fois dans le cycle de la transaction mais peut utiliser une plus grande variété de technologies, comme le courrier électronique, les appareils mobiles et le téléphone ». Source: *Scientific Research* appel à contributions. Disponible à l'adresse : www.scirp.org/journal/html/OfSpecialIssue.aspx?ID=64&JournalID=103.

transport et la réduction des frais de livraison ; et l'élimination de contraintes liées au temps et à l'espace¹³. C'est ce qu'illustre un sondage réalisé avec l'appui de la CEA auprès d'un échantillon de PME en Éthiopie en 2008, dont les résultats indiquent que 45 % des entreprises interrogées ont placé des commandes pour l'achat de biens et services via Internet. Les répondants étaient d'avis que l'utilisation des TIC pouvait les aider à réduire leurs frais de transaction (93 % des répondants); améliorer la satisfaction des clients (75 %); accélérer les transactions (65 %); et éviter la corruption (43 per cent)¹⁴.

Des recherches empiriques montrent que les petites entreprises qui adoptent le commerce électronique sont plus performantes que celles qui s'y refusent en raison de l'effet catalyseur du commerce électronique sur les performances commerciales¹⁵. Une étude menée dans les années 1990 a révélé que beaucoup de PME de l'Afrique de l'Est, avaient commencé à adopter des TIC comme outil d'intervention favorisant la croissance¹⁶.

3. Problèmes que pose l'adoption du commerce électronique pour les PME

Plusieurs raisons expliquent la lente diffusion du commerce électronique dans les pays en développement, en général, et en Afrique en particulier. Ces obstacles sont de trois types: sociopolitiques (préférence d'ordre juridique

13 Farhad Nejadirani, Masoud Behravesht et Reza Rasouli, « *Developing countries and electronic commerce the case of SMEs* », *World Applied Sciences Journal*, vol. 15, numéro 5(2011), p 756 à 764.

14 Assefa Admassie et Woubalem Taye, « *E-trade and economic growth in Africa: opportunities and challenges* », rapport de recherche présenté à la Division des TIC, science et technologie de la CEA, octobre 2008.

15 Daniel Wnyoike, Elegwa Mukulu et Anthony Waititu, « *ICT attributes as determinants of e-commerce adoption by formal small enterprises in urban Kenya*, *International Journal of Business and Social Sciences*, vol. 3, n°7, (décembre 2012).

16 S. Wolf, « *Determinants and impact of ICT use for African SMEs: Implications for rural South Africa* », document préparé pour le forum annuel 2001 du TIPS (Trade and Industrial Policy Strategies). Disponible à l'adresse: www.tanzaniagateway.org/docs/Determinants_and_Impact_of_ICT_use_for_African_SMEs.pdf.

et humaine), cognitifs (alphabétisation, contenu et langage) et économiques (accès aux TIC et utilisation)¹⁷.

Des études visant à déterminer si les pays du continent étaient prêts à adopter le commerce électronique, y compris des études menées en Éthiopie et en Gambie avec l'appui de la CEA, évoquent en grande partie les mêmes défis à relever en ce qui concerne la croissance du commerce électronique en Afrique, à savoir :

- Une infrastructure de TIC abordable, en particulier Internet et le large bande, est l'un des principaux facteurs influant sur la croissance du commerce électronique. Une étude menée dans 13 pays africains¹⁸ concernant 3 691 PME a révélé que 72 % des PME considéraient en général que l'ordinateur était important alors que seulement 52 % d'entre elles pensaient qu'Internet était important ou très important. Ceci laisse penser que le coût et l'accessibilité sont peut-être pris en compte si l'on compare l'utilisation de l'ordinateur et d'Internet à celle du téléphone mobile, ce dernier étant considéré par 95 % des PME comme étant important ou très important, même si au cours des dernières années, le coût de l'accès a diminué sensiblement suite à l'introduction d'un réseau de câble à fibre optique sous-marin. Selon l'Union internationale des télécommunications (UIT), par exemple, les prix des réseaux fixes à large bande passante sont de loin les moins abordables en Afrique, avec une valeur régionale moyenne de 64,3 % du produit national brut (PNB) par habitant¹⁹. D'autres problèmes à régler ont trait à l'infrastructure, notamment l'électricité, le transport et les routes, et aux transmissions.

- La culture numérique parmi les consommateurs et les entreprises en termes de savoir informatique, les barrières linguistiques, la connaissance des avantages du commerce électronique, le manque de confiance dans les transactions en ligne et le manque de sécurité de ces dernières, y compris l'absence de main-d'œuvre qualifiée dans les entreprises optant pour le commerce électronique, sont courants dans beaucoup de pays. À cet égard, un récent rapport préparé par Symantec Corporation révèle que les PME sont devenues les premières cibles des cybercriminels. D'après le rapport, 31 % des 69 millions d'attaques perpétrées en 2012 dans les 157 pays couverts par l'enquête ont visé des PME, soit une augmentation de 13 % par rapport à l'année précédente où les PME ont représenté 18 % de toutes les attaques²⁰. L'importance de la cyber sécurité et la nécessité d'agir sur le plan politique en Afrique ont aussi été soulignées dans une récente note d'orientation de la CEA²¹.
- Le faible développement des réseaux de prestation et de distribution (transport physique), en Éthiopie et en Gambie, et l'absence d'adresses et de noms de rues ont été évoqués comme posant des problèmes pour la livraison.
- Les systèmes de paiement électronique, les aspects liés à la marque/reconnaissance et les systèmes de repérage, de suivi et d'imposition sont aussi quelques uns des problèmes que posent les transactions en ligne. À cet égard, l'un des principaux obstacles à la mise en œuvre intégrale des plates-formes de commerce électronique dans le cadre du projet financé par la CEA en Éthiopie et en Gambie est l'absence de solutions de paiement électronique dans les pays. C'est aussi l'un des principaux

17 Nir Kshetri, « *Barriers to e-commerce and competitive models in developing countries* », *ScienceDirect, Electronic Commerce Research and Applications*, vol. 6, n° 4 (hiver 2007) p. 443 à 462.

18 Steve Esselaar et autres, « *ICT usage and its impact on profitability of SMEs in 13 African countries* », *The MIT Press*, 2008. Disponible à l'adresse : <http://itidjournal.org/itid/article/viewFile/246/116>.

19 Union internationale des télécommunications, *Mesurer la société de l'information* (Genève : UIT, 2013).

20 Symantec Corporation, *Internet Security Threat Report 2013, 2012 Trends, Volume* (avril, 2013). Disponible à l'adresse : www.symantec.com/content/en/us/enterprise/other_resources/b-istr_main_report_v18_2012_21291018.en-us.pdf.

21 Commission économique pour l'Afrique, « *Addressing the challenges of cyber-security in Africa* ». Note d'orientation (Addis-Abeba, CEA 2013).

défis auxquels font face la plupart des pays africains dans le développement du commerce électronique.

- Les cadres juridiques visant à bâtir la sécurité et la confiance sont deux problèmes communs auxquels se heurtent les consommateurs et les entreprises lorsqu'ils cherchent à faire du commerce électronique leur outil stratégique.

Des environnements juridiques et réglementaires sont essentiels au bon fonctionnement du commerce électronique dans un pays. Il peut s'agir parfois d'une activité transnationale.

4. Questions de politique générale et recommandations

On trouvera dans les sections ci-après une analyse des questions pratiques auxquelles sont confrontées les PME, en particulier, et les entreprises en général, dans le développement et la mise en œuvre du commerce électronique:

4.1 Infrastructure des TIC et accès

L'infrastructure des réseaux et les frais d'accès constituent l'un des problèmes particulièrement importants pour les PME. Les décideurs devraient rendre le commerce électronique plus abordable grâce à un certain nombre de mesures, par exemple en exigeant un suivi régulier, une réglementation, l'introduction de subventions, une concurrence accrue et des services à plusieurs niveaux.

4.2 Politiques générales, cadres juridiques et réglementaires

Les consommateurs et les entreprises en général, et les PME en particulier, doivent pouvoir compter sur un certain degré de confiance dans le cadre de leurs activités. Pour pouvoir se développer avec efficacité, le commerce électronique doit s'accompagner d'un ensemble de politiques générales et de cadres juridiques. Un certain nombre de questions soulevées dans le présent document pourraient facilement être résolues

en prenant des mesures simples destinées à fournir des lignes directrices claires. Parmi les mesures juridiques importantes à mettre en place, on peut citer des lois sur la signature et l'authentification électroniques, les contrats électroniques, la protection du consommateur, la protection de la vie privée et des données, la criminalité informatique et la cybercriminalité, l'imposition et les droits de douane, et les droits sur la propriété intellectuelle.

Solutions de paiement électronique – les pays doivent promouvoir à titre prioritaire les solutions de paiement électronique de façon à favoriser la croissance du commerce électronique grâce à l'établissement d'un cadre politique solide en matière de transactions financières électroniques qui intègre les questions juridiques touchant le commerce électronique dans la réglementation du système bancaire.

4.3 Savoir si l'on est prêt à se lancer dans le commerce électronique

Étant donné que les PME recouvrent un large éventail de micro-entreprises et de petites et moyennes entreprises, il est important d'améliorer le suivi de l'adoption et de l'utilisation du commerce électronique par les PME. À l'échelle nationale, on pourra procéder à une étude pour déterminer si, comment et quand les PME peuvent adopter le commerce électronique pour stimuler la croissance. Les définitions et les mesures du commerce électronique convenues à l'échelle internationale devraient être utilisées comme base de collecte de données comparables à l'échelle internationale aux fins de politique générale.

4.4 Sensibilisation au commerce électronique

Il est nécessaire de confier à des institutions la tâche de fournir des informations sur le commerce électronique, en particulier sur les meilleures pratiques, les cas de réussite, les possibilités et les obstacles liés à l'utilisation du commerce électronique. À cet égard, la stratégie mise en place par la Gambie concernant les PME

est une bonne pratique²²; qui appuie clairement l'utilisation de la technologie, en particulier les TIC par les PME, dans le but, notamment, d'encourager la diffusion de l'information, surtout celle concernant l'amélioration du commerce électronique et de l'entreprise en ligne.

4.5 Stratégies pour le développement des compétences et la formation

Afin de stimuler le recours au commerce électronique par les PME, une plus grande priorité doit être accordée aux besoins des petites sociétés en termes de stratégies de formation et de développement des compétences de la part des ministères compétentes dans le domaine des TIC, dans le cadre de leurs programmes de renforcement des compétences de base en TIC, en utilisation des TIC dans les affaires et en gestion de projets.

4.6 Administration en ligne

Le développement des services gouvernementaux en ligne contribue à accélérer la croissance du commerce électronique, à familiariser les PME avec le commerce électronique et à inciter ces dernières à recourir à cette forme de commerce. Certains services électroniques gouvernementaux destinés aux entreprises, comme l'enregistrement des entreprises, la fiscalité, la mise à disposition d'informations sur la législation et l'administration locale, et les activités relatives à la passation de marchés publics et aux services de consultation peuvent favoriser l'adoption des TIC dans le secteur des affaires en général, et la croissance du commerce électronique par les PME, en particulier.

4.7 Facteurs favorables dans la chaîne d'approvisionnement

Si l'on se réfère aux résultats des études sur le commerce électronique menées en Éthiopie et en Gambie, l'inadéquation de l'infrastructure de communication publique et de transport, y compris le manque de services de distribution

et de services logistiques privés ou publics, constitue un obstacle au développement du commerce électronique. En conséquence, une action politique d'envergure consistera à promouvoir l'amélioration des services de transport, d'emballage et de distribution, y compris l'amélioration de l'infrastructure des communications et des transports. À cet égard, il est essentiel de développer la localisation géographique, comme les noms des rues et les cartes, pour favoriser l'épanouissement du commerce électronique dans de nombreux pays.

4.8 Mécanisme institutionnel et coordination

Enfin, dans les pays où différents organismes gouvernementaux mettent en place des initiatives de commerce électronique à l'intention des PME, il est nécessaire d'établir un mécanisme institutionnel pour coordonner les principaux acteurs afin de prévenir le chevauchement des efforts et de mettre effectivement en œuvre certaines mesures présentées ci-dessus.

5. Conclusion

Le rôle des PME dans le développement économique rapide que l'Afrique connaît actuellement est bien connu. Les TIC sont en train de changer la façon dont les affaires se font aux niveaux local et mondial, et elles devraient aussi modifier profondément la façon dont les affaires se feront à l'avenir. La présente note d'orientation a passé en revue les différentes utilisations possibles du commerce électronique et la façon dont les PME peuvent s'en servir pour leur expansion. Nombre de PME ont tiré avantage des TIC dans leurs activités commerciales quotidiennes, y compris des gains en termes d'amélioration de la productivité.

Faute d'accès à Internet ou en raison des coûts d'accès, nombre de PME ne profitent pas toujours du plein potentiel de cet outil. Par ailleurs, un commerce électronique de haute qualité et fiable nécessite des services

²² The Gambia, *National Policy Micro Small and Medium Enterprise Sector 2013*. Banjul: Gouvernement gambien, 2013.

de télécommunication de pointe, comme des services large bande et large bande mobile à des prix abordables pour les consommateurs. Les gouvernements et les autres partenaires doivent donc tirer parti des possibilités offertes par le nouveau paysage des TIC, en particulier des innovations en matière d'applications mobiles. Les gouvernements doivent s'assurer que les PME tirent profit non seulement de la connexion à Internet mais aussi de toute évolution technologique qui peut augmenter la vitesse de transmission des données et réduire les coûts pour les consommateurs. Par ailleurs, une grande partie de l'appui au commerce électronique consistera à mettre en

place une infrastructure, une réglementation et des politiques efficaces pour permettre au commerce électronique de prospérer. Le rôle du gouvernement et du secteur privé est essentiel en la matière.

Enfin, une masse critique de travailleurs compétents dans le domaine des TIC est nécessaire pour favoriser le développement du commerce électronique et des applications mobiles. À cet égard, les gouvernements peuvent jouer un rôle important en veillant à ce que leur système éducatif permette d'acquérir les connaissances et compétences requises pour bâtir une économie numérique viable.

Cette note d'orientation a été élaborée par M. Abebe Chekol, avec la collaboration de Mme Tsega Belai sous la supervision de M. Kasirim Nwuke, Chef de la Section des nouvelles technologies et de l'innovation/Division des initiatives spéciales.

Contact

Pour obtenir davantage de renseignements sur le programme de la CEA en matière de technologie et d'innovation, veuillez contacter M. Kasirim Nwuke, Chef de la Section des nouvelles technologies et de l'innovation/Division des initiatives spéciales, tél.: +251 (0) 11 544-3375, télécopie: +251 (0) 11 551-0512, courriel: Knwuke@uneca.org.

Commandes

Pour commander des exemplaires de *Le commerce électronique peut-il favoriser la croissance des petites et moyennes entreprises en Afrique?* Note d'orientation n° NTIS/003/2014 de la Commission économique pour l'Afrique:

Veillez contacter:

Publications
Commission économique pour l'Afrique
P.O. Box 3001, Addis-Abeba, Éthiopie
Tél.: +251 11 544-9900
Télécopie: +251 11 551-4416
Courriel: ecainfo@uneca.org
Site Web: www.uneca.org