

African Union

Version 4.0 (7 juillet 2022)

Stratégie de l'Union africaine en matière de commerce électronique

La présente Stratégie a été élaborée dans le cadre d'un projet de coopération plus large intitulé « Facilité d'assistance technique française à l'Union africaine », géré par Expertise France et financé par l'Agence française de développement.



Document présenté au Secrétariat de l'Union africaine et à Expertise France en exécution d'obligations contractuelles

Table des Matières

ABRÉVIATIONS	3
RÉSUMÉ	5
INTRODUCTION	11
LA RAISON D'ÊTRE D'UNE STRATÉGIE DE L'UNION AFRICAINE EN MATIÈRE DE COMMERCE ÉLECTRONIQUE	14
Impulser l'accélération du commerce intra-africain	14
Le commerce électronique offre des avantages considérables pour les petites et moyennes entreprises et pour le programme de développement commercial de l'Afrique	16
LA STRATÉGIE	21
Vision et incidence prévue	21
Aperçu du secteur	22
L'écosystème du commerce électronique : examen analytique et orientations stratégiques	24
Composante 1 : Cadre stratégique pour l'économie numérique	25
Cadre stratégique pour l'économie numérique ; gros plan sur le moratoire relatif aux droits de douane sur les transmissions électroniques	32
Cadre stratégique pour l'économie numérique : gros plan sur l'identité numérique	33
Composante 2 : Places de marché	39
Composante 3 : Technologie financière	48
Composante 4 : Logistique nationale et transfrontalière	56
Composante 5 : Infrastructures des technologies de l'information et des communications	70
Composante 6 : Cadre juridique pour le cyberspace	77
Cadre juridique pour le cyberspace : gros plan sur la gouvernance des données	81
Composante 7 : Entrepreneurat numérique	88
Composante 8 : Environnement commercial pour l'économie numérique	93
Environnement commercial pour l'économie numérique : gros plan sur la fiscalité numérique	96
Composante 9 : Promotion des investissements	101
CONCLUSION	105
PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE	106
ANNEXE	125
TABLES DES ILLUSTRATIONS	129
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES	131

Abréviations

2IPD	Indice intégré pour le développement postal
ACP	Afrique, Caraïbes et Pacifique
ADPIC	Aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce
AFD	Agence française de développement
AFE de l'OMC	Accord sur la facilitation des échanges de l'Organisation mondiale du commerce
API	Interface de programmation d'applications
ATAF	Forum sur l'administration fiscale africaine
BEPS	Érosion de la base d'imposition et transfert de bénéfices
CAE	Communauté d'Afrique de l'Est
CEDEAO	Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest
CEEAC	Communauté économique des États de l'Afrique centrale
CEMAC	Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale
CEN-SAD	Communauté des États sahélo-sahariens
CERT	Équipe d'intervention informatique d'urgence
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement
COMESA	Marché commun de l'Afrique orientale et australe
CUA	Commission de l'Union africaine
DCTP	Développement des compétences techniques et professionnelles
EAPS	Système de paiement d'Afrique de l'Est
ECL	Relation d'entreprise à consommateur en ligne
EF	Expertise France
EFTP	Enseignement et formation techniques et professionnels
FMI	Fonds monétaire international
GSMA	Association du Système mondial de communications mobiles
IGAD	Autorité intergouvernementale pour le développement
ITC	Centre du commerce international
NTFC	Comité national de la facilitation des échanges
PAPSS	Système panafricain de paiement et de règlement
PIB	Produit intérieur brut
PME	Petites et moyennes entreprises
REPSS	Système régional de paiement et de règlement
SAATM	Marché unique du transport aérien africain



Abbreviations

SADC	Communauté de développement de l'Afrique australe
UMA	Union du Maghreb arabe
UPU	Union postale universelle
USAF	Fonds pour l'accès et le service universels
USD	Dollar des États-Unis
ZLECAf	Zone de libre-échange continentale africaine
ZLEN	Zone de libre-échange numérique



Résumé

L'exploitation du potentiel latent du commerce intra-africain est fondamentale pour le succès de la Zone de libre-échange continentale africaine (ZLECAf).

La ZLECAf doit figurer au centre de toutes les discussions sur le commerce africain, y compris les débats sur le commerce électronique. La ZLECAf est dotée d'une portée et d'une ambition remarquables. Présentée comme la plus grande zone de libre-échange au monde, elle vise à intégrer 1,3 milliard de personnes dans 55 pays et représente un produit intérieur brut (PIB) combiné évalué à 3,4 billions de dollars des États-Unis (USD). On estime que d'ici 2035, la production totale du continent sera supérieure de près de 212 milliards d'USD à la base de référence, et que la part des exportations intra-africaines¹ augmentera de 40 % d'ici 2035. Il s'agit là de prévisions ambitieuses, qui nécessiteront des efforts soutenus au niveau des politiques, des institutions et des entreprises.

À mesure que la vision d'un marché continental pour l'Afrique se concrétise, les décideurs politiques se remémorent probablement l'analyse de rentabilisation sous-jacente qui justifie ce marché unique. As the vision of a continental market for Africa materializes, policymakers are likely reminded of the underlying business case that necessitates this single market.

- 1. La croissance inclusive tirée par le commerce ne s'est pas encore concrétisée pour la majorité des pays africains, et l'Afrique demeure un acteur marginal dans le commerce mondial des biens².*

Malgré les progrès réalisés entre 2000 et 2010, la contribution du continent africain au commerce et au PIB mondiaux s'est considérablement affaiblie, oscillant respectivement autour de 2 et 3 % ces dernières années. Bien qu'il représente près de 17 % de la

¹ (World Bank Group, 2020) et la Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique. 2015. « L'industrialisation par le commerce : Rapport économique sur l'Afrique 2015 ». Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique.

² (UNCTAD, 2019)

population mondiale et qu'il soit situé dans l'une des régions les plus riches en ressources de la planète, le continent n'a pas évolué au même rythme que le reste du monde en matière de croissance économique et socio-économique globale. La diversification des exportations est marginale et demeure orientée vers les exportations à faible valeur ajoutée et vers les produits de base. Dans le domaine des services, l'Afrique affiche également des résultats inférieurs au reste du monde, ne représentant que 0,9 % des exportations mondiales de services fournis par voie numérique.

2. Le commerce intra-africain demeure faible, mais présente un potentiel latent considérable.

Il faut savoir que près de 80 à 90 % du commerce de l'Afrique se fait avec le reste du monde, le pourcentage restant concernant le commerce intra-africain. La création d'une zone de libre-échange ou d'unions douanières ne suffira pas à relancer le commerce régional. Il s'avère que les préférences commerciales accordées au niveau des communautés économiques régionales n'ont pas donné les résultats escomptés et souhaités. Par exemple, malgré l'adoption de la zone de libre-échange du Marché commun de l'Afrique orientale et australe (COMESA) en 2000, le commerce intra-COMESA représente 8 % du commerce total, contre 15 % pour l'Afrique, 47 % pour les États-Unis, 61 % pour l'Asie et 67 % pour l'Europe. Cette situation est probablement due au fait que des problèmes structurels profondément ancrés entravent le commerce, notamment des problèmes logistiques ainsi que l'incertitude réglementaire et les faiblesses de l'offre.

L'analyse commerciale révèle que lorsque les pays africains procèdent à des échanges commerciaux entre eux, ces échanges se caractérisent généralement par la combinaison d'une concentration moindre sur les produits extractifs et d'une intensification plus axés sur les produits manufacturés, ce qui suggère qu'ils recherchent des produits significatifs basés sur la demande du marché créée par des lacunes dans des catégories telles que les biens de consommation, plutôt que de faire le commerce des produits extractifs.

3. La fragmentation du marché et le ferme enracinement des pays africains en tant que fournisseurs d'intrants à faible valeur ajoutée, puis en tant que consommateurs de produits finis, nécessitent une action décisive, qui prend la forme de la ZLECAf.

Un marché continental capable de fournir un accès au marché robuste et un environnement commercial rationalisé, comprenant l'élimination progressive de 90 % des lignes tarifaires au cours des 5 à 10 prochaines années (et, à terme, de 7 % des autres lignes, jugées sensibles), est considéré comme la meilleure solution négociée à ce statu

quo. Les entreprises africaines ont besoin d'autres marchés africains pour prospérer et pour développer leurs capacités à fabriquer des produits à plus forte valeur ajoutée, mais elles en sont empêchées par la fragmentation réglementaire actuelle, associée aux défis relatifs à l'environnement commercial, aux infrastructures et aux entreprises. L'harmonisation et la compatibilité des réglementations ainsi que l'accès ouvert au marché, entre autres, devraient offrir aux entreprises africaines des possibilités en ce sens, tout en permettant aux pays de conserver un espace politique national.

Le succès de la ZLECAf est inextricablement lié à la croissance du commerce électronique en Afrique

Le commerce électronique devient progressivement un levier de croissance essentiel pour l'Afrique, et non plus une simple option.

La pandémie de COVID-19 a peut-être accéléré l'inclusion du commerce électronique dans les négociations de la phase 2, mais les décideurs politiques africains ne doutent guère de la nécessité de dynamiser l'introspection politique collective et les négociations sur le sujet, notamment en ce qui concerne les répercussions sur la mise en œuvre de la ZLECAf.

Tout d'abord, il est fort possible que le commerce électronique puisse aider les entreprises africaines, sur le plan organique, à développer des capacités visant : a) à mieux appréhender leurs propres avantages comparatifs, b) à comprendre les possibilités qu'offrent les marchés régionaux pour vendre leurs produits aux consommateurs et à d'autres entreprises, et c) à développer des alliances stratégiques avec d'autres entreprises au-delà des frontières, ce qui, au fil du temps, peut aboutir à l'amélioration de la chaîne de valeur régionale. Il pourrait bien s'agir de la solution au problème qui occupe les gouvernements, les structures déjà établies (communautés économiques régionales) et les partenaires de développement : pourquoi l'intégration régionale globale ne s'est-elle pas développée au même rythme que les ressources et les efforts déployés ?

À moyen et à long terme, l'activité commerciale des entreprises chefs de file et des vagues successives de microentreprises ainsi que de petites et moyennes entreprises peut contribuer à ancrer des réseaux d'entreprises acheteuses et vendeuses qui tirent parti les unes des autres aux fins de l'approvisionnement stratégique. Les entreprises acheteuses peuvent profiter des relations d'approvisionnement pour améliorer leurs compétences et pour progresser dans la chaîne de valeur. Le commerce électronique fonctionnera comme un mécanisme organique permettant de développer les spécialisations et d'approfondir les chaînes de valeur régionale, ce qui contribuera à accroître la valeur ajoutée dans les industries africaines.

Deuxièmement, l'incursion réussie de l'Afrique de l'Est dans le domaine de l'argent mobile s'est désormais étendue à un modèle à plusieurs niveaux, dont une grande variété de modèles ont été conçus pour être « empilés » au-dessus et au-delà des solutions d'argent mobile. L'interopérabilité entre les différentes formes de

paiement, qu'il s'agisse d'argent mobile ou de cartes, devient une réalité tangible. Des solutions telles que Mowali, Mojaloop et le lien entre Orange-MTN/Orange et Mastercard facilitent l'interopérabilité à grande échelle. Certaines réglementations, comme celle du Ghana, permettent une interopérabilité totale entre les solutions de paiement numérique et, grâce à l'émergence de dispositifs d'expérimentation réglementaire (« sandboxing »), de plus en plus d'innovations en matière de technologie financière, dotées d'applications directes de commerce électronique, verront probablement le jour.

Troisièmement, les accords commerciaux régionaux, et même les accords continentaux tels que l'Accord portant création de la Zone de libre-échange continentale africaine, n'entraîneront pas à eux seuls une augmentation des échanges. Comme indiqué précédemment, l'expérience consistant à faire appel aux communautés économiques régionales en Afrique pour stimuler le commerce régional a produit des résultats (au mieux) inégaux. Ces communautés facilitent les conditions du commerce, mais, comme le démontrent les leçons tirées par un grand nombre de communautés économiques régionales, les traités et l'accès au marché ne suffisent pas à eux seuls à accroître les échanges, ni à les rendre significatifs. Le commerce électronique sera peut-être le lubrifiant qui permettra d'accélérer l'engrenage de l'offre et de la demande du commerce intra-africain. Le Mercado libre, en Amérique du Sud, et de nombreuses autres structures similaires en Asie du Sud-Est illustrent la manière dont une place de marché de commerce électronique peut rapprocher l'offre et la demande au niveau continental.

Quatrièmement, l'adoption du commerce électronique contribue aux efforts de développement socio-économique et sectoriel comme Commission de l'Union africaine une autre technologie ne peut le faire. Prenons l'**alphabétisation numérique**, par exemple. Le commerce électronique permettra aux consommateurs d'être plus avertis et de s'intéresser davantage au contenu et aux transactions numériques, ce qui contribuera à la croissance de l'alphabétisation numérique et aura des retombées sur l'ensemble de l'économie numérique. Bien qu'il soit difficile d'estimer quantitativement à quel point les personnes qui absorbent du contenu numérique et participent à des achats en ligne deviendront expertes dans les initiatives de guichet unique et autres mécanismes en ligne pertinents pour le commerce, il semble possible de tirer une conclusion logique en ce sens. L'exemple de l'argent mobile au Kenya montre que si les consommateurs voient la valeur d'un produit, et si ce produit est naturellement conçu en fonction du comportement de l'utilisateur (par exemple, les consommateurs utilisaient déjà le temps de connexion pour envoyer de l'argent à leurs proches, et Safaricom a simplement, mais astucieusement, construit un produit autour de ce cas d'utilisation), l'alphabétisation numérique se développera à partir de la base.

On peut également citer l'exemple du développement des **capacités d'exportation des secteurs productifs** par l'intermédiaire d'initiatives traditionnelles de développement sectoriel, qui se concentrent, du côté de l'offre, sur les questions visant à développer les capacités productives du secteur. Même si l'initiative implique des dimensions liées au marché, l'accent est mis sur des activités relativement conservatrices, telles que les

délégations bidirectionnelles interentreprises, les formations d'entreprises et les mécanismes de soutien aux subventions pour la promotion des exportations, entre autres. En revanche, les petites et moyennes entreprises (PME) sont attirées par la proposition de valeur des places de marché et d'autres plateformes car celles-ci suppriment, purement et simplement, les obstacles qui entravaient leur accès direct à de vastes bases d'acheteurs. Il existe actuellement 631 places de marché sur le continent, qui se concentrent sur les marchés clés que sont le Nigéria, l'Afrique du Sud, le Kenya et l'Afrique du Nord.

L'effet du commerce électronique sur la stimulation de l'entrepreneuriat ne saurait être sous-estimé. L'accès aux marchés facilité par le commerce électronique permet aux entrepreneurs de tester de nouveaux produits et de les commercialiser plus facilement. Il existe de plus en plus d'exemples d'entreprises africaines qui s'essayent aux places de marché, se développent progressivement par l'intermédiaire de celles-ci et connaissent ainsi une croissance importante.

L'attrait des plateformes de commerce social pour la mise en relation entre acheteurs et vendeurs en est un autre exemple. En résumé, il est erroné d'imputer la faible croissance des PME sur les marchés nationaux et internationaux à la faiblesse de leurs capacités. De nombreux éléments montrent que lorsque les marchés sont développés, les entrepreneurs et les services de soutien du secteur privé africains trouvent un moyen, souvent innovant, de s'y faire une place.

Un autre facteur est le rôle que le commerce électronique peut jouer pour **combler le fossé entre les zones rurales et urbaines**. Le commerce électronique peut aider les microentreprises et les PME de l'arrière-pays à faire des affaires avec le reste du pays. Au Bangladesh, par exemple, l'initiative Ek Shop, une place de marché financée par le Gouvernement et par le PNUD, a intégré concrètement des entreprises de toutes tailles ainsi que des entrepreneurs particuliers à la base d'acheteurs nationale.

Cinquièmement, le secteur du commerce électronique, en forte croissance en Afrique, a été stimulé encore davantage par la pandémie. Au-delà de la croissance des places de marché et du secteur informatique, c'est l'ensemble de l'écosystème, de la technologie financière à l'entrepreneuriat numérique, qui est en pleine croissance, bien que celle-ci soit inégale. La bonne nouvelle est qu'une grande partie de la réglementation sur le commerce électronique et sur l'économie numérique n'en est qu'à ses débuts. Cette « page blanche » peut aider les pays à élaborer des réglementations complètes, souples et adaptées, harmonisées avec celles des autres pays africains et, mieux encore, avec celles des principaux marchés internationaux.

La Stratégie évalue l'alignement entre le commerce électronique et les objectifs globaux de la ZLECAf dans de nombreux autres domaines. Dans l'ensemble, il est de plus en plus évident que le commerce intrarégional et le commerce électronique entretiennent une relation symbiotique. La compétitivité commerciale de l'Afrique est directement liée à la mesure dans laquelle l'écosystème du commerce électronique se développe en parallèle.

Le commerce électronique n'est pas une panacée et certains aspects importants sont à prendre en considération

Malgré le potentiel du commerce électronique, la Stratégie a recensé certains défis majeurs, qu'il convient de relever. Parmi les principaux enjeux figurent les suivants :

1. Les décideurs politiques sont confrontés à un « brouillard numérique » qui ralentira certainement l'élaboration des politiques : L'évolution rapide et le dynamisme du commerce électronique, associés aux nuances relativement techniques qui le caractérisent, posent des défis importants aux décideurs politiques, qui ont jusqu'à présent concentré leur énergie sur les mécanismes commerciaux traditionnels et peinent à comprendre et à traiter les questions réglementaires dans un écosystème qui change si rapidement. Pour eux, le commerce électronique est une force relativement nouvelle, bien qu'il présente des avantages considérables. Ils comprennent peut-être les avantages du commerce électronique sur le papier, mais sont certainement moins bien informés des considérations complexes et des meilleures pratiques liées à ce secteur. Les décideurs hésitent à s'engager dans l'élaboration de politiques et dans des négociations sans connaître tout ce qu'impliqueront leurs engagements. Par-dessus tout demeure la crainte de renoncer, au cours des négociations, à une précieuse marge de manœuvre en matière de politique intérieure.

2. Un risque de transfert de la dépendance à l'égard des importations pour les pays moins développés et moins préparés à l'ère électronique : Le diagnostic de l'écosystème a révélé à maintes reprises que le commerce électronique africain ressemble à des îlots d'activité distincts, directement liés à l'état de l'infrastructure Internet et de la croissance économique globale. Il existe un risque réel qu'étant donné la prédominance dont jouissent certains pays en raison de leurs capacités de production et de fabrication, de relations commerciales établies ainsi que des avantages récents qu'ils ont obtenus en tant que précurseurs en matière de commerce électronique, l'établissement d'un marché continental unique et ouvert empêche, dans une certaine mesure, les pays se situant à un niveau inférieur dans le spectre du développement et de la préparation au numérique d'entrer en concurrence sur un pied d'égalité. Ces pays risquent de devenir de simples marchés pour d'autres pays, sans pouvoir être eux-mêmes véritablement compétitifs sur d'autres marchés. Pour ces pays, il sera difficile de s'ouvrir à la promesse de la ZLECAf ainsi qu'au commerce électronique et ils préféreront probablement, du moins en ce qui concerne le commerce électronique, parvenir avant tout à un degré suffisant de préparation à l'ère électronique.

3. Les intérêts nationaux peuvent limiter l'alignement entre les États africains sur certaines questions. Il convient également de garder à l'esprit que, malgré l'émergence d'une vision commune au sein des États membres de l'Union africaine sur le commerce électronique et sur d'autres questions, les États africains se préoccupent avant tout de leurs intérêts

nationaux lors des négociations des accords bilatéraux et régionaux, du protocole sur le commerce électronique et d'autres aspects pertinents liés au commerce électronique. Comme nous l'avons vu, face aux importants écarts de développement entre les différents pays, tant en matière de commerce électronique que de compétitivité commerciale traditionnelle, les décideurs politiques hésitent à aborder concrètement les problématiques liées au commerce électronique.

4. Certains secteurs de l'écosystème sont moins développés que d'autres : c'est notamment le cas du secteur logistique. La logistique nationale et transfrontalière constitue désormais le domaine technique le plus difficile à gérer pour les entreprises de commerce électronique, y compris les plus grandes. Si les entreprises bien établies ont surmonté ces difficultés, dans une certaine mesure, en investissant verticalement pour développer leurs propres capacités logistiques, les entreprises de commerce électronique de plus petite taille ne sont pas capables de fournir des services au-delà d'un rayon de quelques dizaines de kilomètres et demeurent essentiellement locales. L'insuffisance des services de livraison de colis, y compris les services postaux, constitue également un défi. Même dans les cas où les entreprises établissent des partenariats stratégiques avec des sociétés de messagerie professionnelles et internationales, il existe une forte incertitude à la frontière en ce qui concerne les frais et l'estimation des délais de dédouanement, ce qui nuit à la ponctualité des livraisons par les entreprises.

Les retours transfrontaliers sont un aspect connexe qui explique pourquoi la plupart des entreprises de commerce électronique demeurent locales. Les autorités douanières africaines ne disposent tout simplement pas des réglementations et des procédures nécessaires pour faire face aux retours et mettre en œuvre les meilleures pratiques prévues par l'Organisation mondiale des douanes, telles que le rapprochement des transports entrants et sortants et l'octroi d'une exonération de droits et, le cas échéant, de taxes lors de la réimportation dans le pays depuis lequel les marchandises ont été initialement expédiées, entre autres. Si l'on considère qu'en moyenne 30 % de tous les biens vendus au détail par l'intermédiaire du commerce électronique sont des retours, les entreprises de commerce électronique dépendront de la mise en œuvre des meilleures pratiques et du développement d'une structure réglementaire prévisible et harmonisée, de préférence indépendamment du marché africain.

1. Il existe un certain nombre de domaines dans lesquels des négociations menées au sein des enceintes multilatérales et caractérisées par une forte participation africaine sont nécessaires, et ces négociations auront certainement une incidence sur la mise en œuvre de la ZLECAf ainsi que sur la compétitivité du commerce électronique africain. Il s'agit notamment de la fiscalité numérique, de la gouvernance des données (protection des données et flux transfrontalier de données à caractère personnel), du moratoire sur les droits de douane sur les transmissions électroniques transfrontalières et des négociations plus larges

menées au sein de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Ces négociations auront certainement une incidence sur la compétitivité du commerce électronique et il est donc important que les États parties africains participent activement aux processus de définition des règles.

Une stratégie de commerce électronique pour le continent

Pour encourager les décideurs politiques africains à adopter une vision commune du commerce électronique, qui contribue à l'Agenda 2063 ainsi qu'aux progrès sur la voie d'un marché continental commun, il est jugé opportun de définir une stratégie en matière de commerce électronique. La présente Stratégie est pleinement conforme à l'esprit de l'Agenda 2063 de l'Union africaine ainsi qu'à l'écosystème de la Stratégie de transformation numérique, constitué de deux composantes (plateformes numériques et systèmes financiers numériques), de quatre catalyseurs fondateurs (compétences numériques, infrastructure numérique, entrepreneuriat et innovation), d'un cadre réglementaire favorable et de questions transversales (contenu et applications numériques, identité numérique, technologies émergentes, cybersécurité et protection des données à caractère personnel, recherche et développement).

Au niveau continental, les avantages globaux devraient se traduire par les aspects suivants :

- | | |
|--|--|
| <p>1. L'augmentation des flux de commerce électronique générés par les entreprises de commerce électronique et par les places de marché nationales ;</p> | <p>2. Le renforcement du commerce intra-africain (à la fois par l'intermédiaire des entreprises et des places de marché) incluant des produits et des services d'origine africaine</p> |
| <p>3. Un secteur public numérique et collaboratif, répondant aux besoins de l'économie numérique émergente ;</p> | <p>4. Un cadre juridique harmonisé (ou compatible) pour le cyberspace, facilitant l'homogénéité et la prévisibilité pour les entreprises et les investisseurs du commerce électronique</p> |
| <p>5. Une base de consommateurs (particuliers et entreprises) maîtrisant le numérique et les finances et s'intéressant davantage aux services fondés sur les technologies de l'information et des communications ;</p> | <p>6. Des entreprises capables d'introduire sur le marché des cas d'utilisation du commerce électronique innovants ;</p> |
| <p>7. Un accès aux meilleures technologies et pratiques disponibles rendu possible par des modèles d'investissement appropriés, tels que les coentreprises ;</p> | <p>8. Un accès à des compétences pertinentes et de haute qualité ainsi qu'à un soutien à l'entrepreneuriat, lorsque les entreprises en ont besoin ;</p> |

- | | |
|---|---|
| <p>9. Un accès amélioré à des informations commerciales adaptées et exploitables ainsi qu'à un soutien sur le marché</p> | <p>10. Des flux logistiques continus, à l'échelle nationale et à l'échelle transfrontalière, qui renforcent la confiance des consommateurs et les résultats des entreprises</p> |
| <p>11. La réduction de la dépendance à l'égard des importations, au niveau continental, en particulier pour les produits qui peuvent être achetés sur les marchés africains</p> | <p>12. L'accélération du programme d'intégration régionale</p> |

Parmi les différentes composantes techniques, trois devraient notamment être harmonisées en priorité entre les pays africains en vue de concrétiser la vision d'un marché continental unique stimulé par le commerce électronique.

- La facilitation des échanges, en particulier par les règles et les procédures douanières, est importante pour garantir un dédouanement prévisible et rapide des envois d'entreprise à consommateur en ligne, ce qui est essentiel pour permettre aux entreprises d'effectuer leurs livraisons à temps.
- Les paiements transfrontaliers, axés sur la vision d'un système de règlement panafricain permettant les paiements numériques transfrontaliers (d'appareil mobile à appareil mobile, d'appareil mobile aux banques ou par code QR), seront cruciaux pour surmonter la dépendance à l'égard de l'argent liquide ainsi que les problèmes logistiques découlant inévitablement des transferts transfrontaliers d'argent liquide.
- L'harmonisation du cadre juridique pour le cyberspace est indispensable pour permettre aux entreprises de commerce électronique et aux places de marché d'agir dans les juridictions africaines en bénéficiant d'un certain degré de prévisibilité et en étant assurées de pouvoir disposer de mécanismes de recours juridique.

CONCLUSION

Des preuves qualitatives et quantitatives importantes démontrent que le commerce électronique et l'économie numérique au sens large peuvent apporter des avantages considérables au développement économique et socio-économique global de l'Afrique. Une récente étude Google/ IFC³ estime que l'économie liée à Internet peut ajouter jusqu'à 180 milliards d'USD au PIB combiné de l'Afrique d'ici 2025. La connectivité locale, la mobilité croissante et l'influence d'une population urbaine jeune et dynamique sont présentées comme les facteurs clés de cette trajectoire de croissance, qui dépendra de l'ampleur et de la rapidité de la numérisation de secteurs tels que l'agriculture, l'éducation, les services financiers, les soins de santé et les chaînes d'approvisionnement.

De même, d'après une étude d'Accenture, le PIB issu d'Internet de l'Afrique (ou la contribution d'Internet au PIB) représente environ 115 milliards d'USD, soit 4,5 % du PIB

³ (Google, IFC, 2020)

de l'Afrique, en 2020⁴, et atteindra 712 milliards d'USD, soit 8,5 % du PIB du continent, en 2050. Selon ces projections, les contributions d'Internet au PIB en 2020 sont déjà supérieures à la moyenne pour le Nigéria (24,6 %), l'Afrique du Sud (21,6 %), l'Égypte (15,4 %), l'Algérie (9 %), le Maroc (7,8 %) et le Kenya (7,4 %).

Certes, il reste de nombreuses difficultés à surmonter. Il serait déraisonnable de croire que les différents domaines techniques constituant les écosystèmes du commerce électronique se développeront au même rythme au niveau national. En fonction des différentes priorités des décideurs politiques, des obstacles technologiques et financiers et de la dynamique des entreprises et du marché, certains domaines progresseront plus ou moins rapidement. Or, lorsque l'on tient compte de ces différences à l'échelle continentale, on s'aperçoit que le commerce transfrontalier est exposé à des risques qui doivent être traités. Il importe donc que les décideurs politiques, les régulateurs, les négociateurs, les institutions et les entreprises prennent ces différences en considération dans le cadre de leurs activités.

Dans l'ensemble, cependant, le rythme et la trajectoire actuels de la croissance du commerce électronique sur le continent sont prometteurs, si bien que le moment est venu de synchroniser cette croissance avec la mise en œuvre de la ZLECAf.

⁴ Cité dans (Google, IFC, 2020)



Introduction

La présente Stratégie définit une feuille de route à moyen terme pour le développement du secteur du commerce électronique en Afrique. Elle est destinée en premier lieu au secteur privé africain, et notamment aux microentreprises ainsi qu'aux PME exerçant déjà des activités de commerce électronique ou cherchant à participer à celles-ci. Parmi les autres destinataires figurent la **Commission de l'Union africaine**, les États membres de l'Union africaine, les communautés économiques régionales et les partenaires de développement qui soutiennent l'économie numérique florissante de l'Afrique. Les recommandations ne sont pas propres à chaque pays, mais visent plutôt à servir de modèle aux États membres de l'Union africaine.

Lors de l'examen de la Stratégie, il pourra être judicieux de tenir compte des principales caractéristiques suivantes :

1. En tant que document de politique générale visant à aider les principales parties prenantes à planifier et à mettre en œuvre des mesures **tangibles** en faveur de la croissance du commerce électronique à l'échelle du continent, la Stratégie est divisée en deux sections : les analyses et le plan d'action. Un équilibre y est observé pour limiter les analyses aux résultats clés, tout en insistant sur le **développement d'un plan d'action réaliste et réalisable** répondant aux besoins de l'Afrique.
2. L'horizon de cinq ans prévus pour la Stratégie permet d'anticiper assez précisément les évolutions susceptibles d'avoir une incidence sur le commerce électronique en Afrique à court et à moyen terme. Il s'agit d'une démarche appropriée compte tenu des défis que représente la prévision des changements politiques, économiques, sociaux et technologiques au-delà de ce délai, notamment dans le cadre d'un examen au niveau continental.
3. Si les niveaux nationaux de préparation au numérique ne s'améliorent pas, les écarts d'industrialisation ou de développement entre les pays africains pourraient s'accroître, compromettant les efforts déployés à l'échelle du continent pour assurer la croissance du commerce électronique. Pour atténuer ces risques, la Stratégie entend aider à **combler l'écart de maturité entre les pays et leurs**

écosystèmes de commerce électronique, tout en faisant progresser le programme continental de commerce électronique.

4. La portée continentale est résolument maintenue au premier plan : la ZLECAf, la Stratégie de transformation numérique de l'Union africaine et la vision globale de l'Agenda 2063 de l'Union africaine constituent les trois points d'entrée pour la Stratégie. **L'harmonisation et l'interopérabilité sont donc deux thèmes récurrents** dans ce document, qu'il s'agisse de la cyberlégislation, des systèmes de paiement, des processus douaniers ou d'autres domaines techniques.

5. **La Stratégie privilégie les intérêts des pays africains dans l'écosystème du commerce électronique.** Elle présente une optique claire en ce sens. La Stratégie s'abstient toutefois d'adopter une position ouvertement protectionniste, sauf en cas de risques graves et évidents. Ces risques concernent par exemple le domaine controversé de la protection des données, où l'on constate une fragilité importante en matière de protection des données pour les entreprises et les consommateurs africains. L'intention, dans la plupart des cas, est de trouver un juste milieu et de tirer parti des meilleures pratiques internationales qui peuvent être adaptées au contexte africain.

6. La Stratégie reconnaît que le contexte africain diffère sensiblement de celui d'autres régions, et les solutions qu'elle contient sont adaptées au contexte local. Dans les domaines dotés de **bonnes pratiques internationales bien établies** qui peuvent être facilement adaptées à l'Afrique, ces solutions sont également incluses dans la Stratégie.

7. La Stratégie fournit des recommandations fondées sur les **réalités du terrain ainsi que sur les possibilités et les contraintes identifiées** dans l'écosystème africain du commerce électronique. Ces recommandations visent à être aussi spécifiques que possible. Dans les domaines litigieux où des discussions et des négociations particulières sont en cours (dans le cadre d'enceintes nationales, régionales et internationales), la Stratégie fournit des orientations plus générales. Il s'agit par exemple des domaines de la politique des données, de la fiscalité numérique et des négociations sur le commerce électronique menées au sein de l'OMC.

8. La Stratégie fournit un ensemble d'orientations concernant les activités susceptibles d'améliorer l'harmonisation des politiques, la coordination institutionnelle et les capacités des entreprises en matière de commerce électronique. Elle met en évidence les interdépendances et les risques liés à chaque composante de l'écosystème, afin que les décideurs politiques puissent comprendre ce qu'impliquent les faiblesses observées dans ces domaines et se préparer en conséquence.

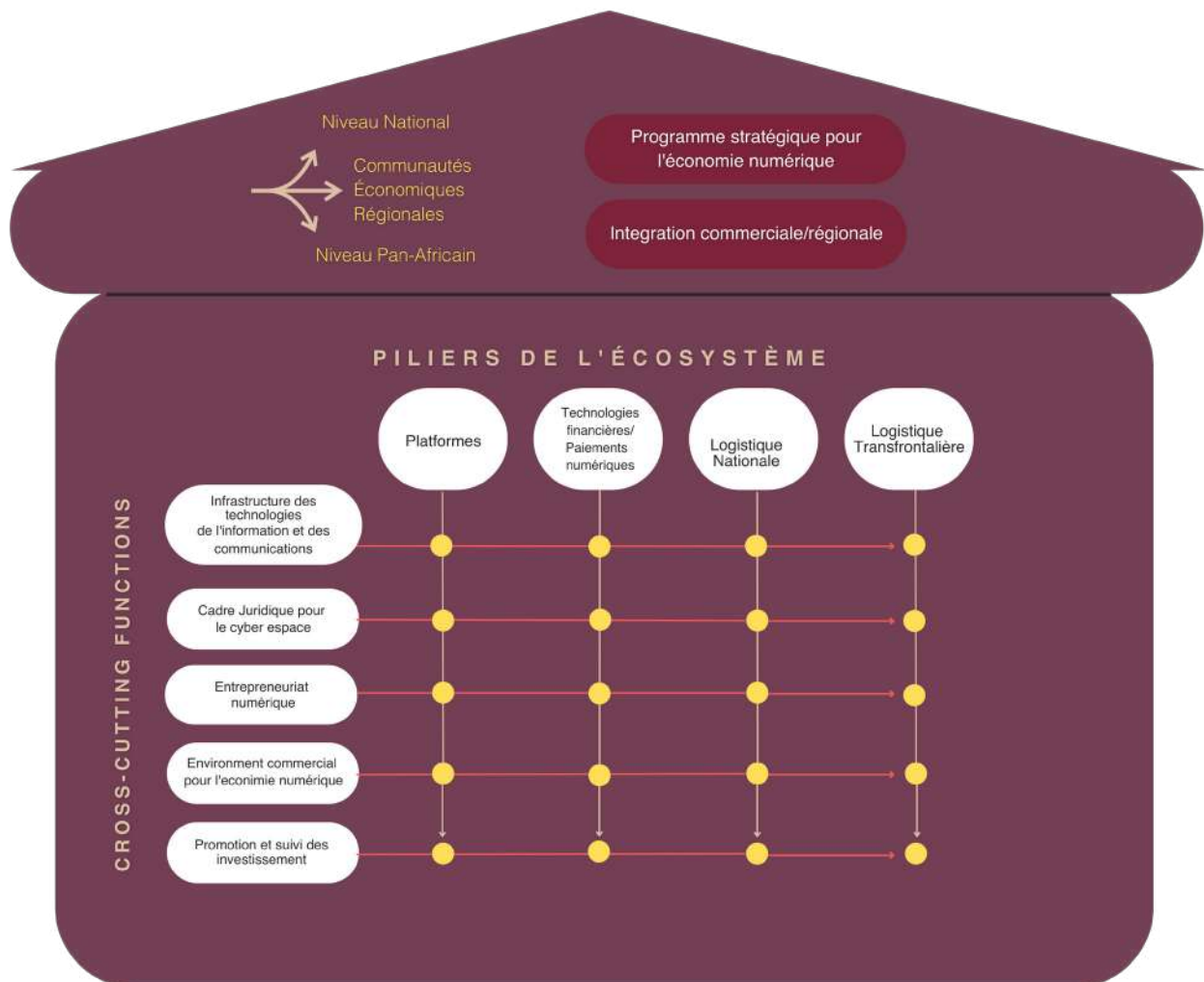
Note méthodologique

Nous avons adopté une approche écosystémique, qui inclut quatre composantes (plateformes, technologie financière et paiements numériques, logistique interne, logistique transfrontalière) et cinq domaines transversaux (infrastructure des technologies de l'information et des communications, cadre juridique pour le cyberspace, entrepreneuriat numérique, environnement commercial pour l'économie numérique, promotion et suivi des investissements).

Chacune des composantes et des fonctions transversales est examinée indépendamment ainsi qu'aux points d'intersection. Par exemple, l'analyse de la fonction d'investissement est menée au regard de la place attribuée aux investissements dans le programme national de développement de l'économie numérique, du type d'investissements réalisés sur les plateformes et de l'ampleur des investissements dans le secteur de la technologie financière ainsi que dans le secteur de la logistique, entre autres. Au-delà des composantes et des fonctions transversales, le **cadre stratégique global pour l'économie numérique** est examiné aux niveaux national (dans la mesure du possible), régional et panafricain.

Les communautés économiques régionales servent de point de référence pour comprendre l'état actuel et les évolutions prévues au sein de leurs membres respectifs. L'analyse est menée au niveau continental, mais inclut des informations recueillies au niveau des communautés économiques régionales et des pays. Au niveau régional, la consultation des communautés économiques régionales vise à permettre de comprendre l'évolution de l'intégration régionale, mais également les nouveaux développements parmi les membres de leur bloc respectif.

Figure 1: Cadre de l'écosystème



Source : Auteur



La Raison D'être D'une Stratégie de L'union Africaine en Matière de Commerce Électronique

IMPULSER L'ACCÉLÉRATION DU COMMERCE INTRA-AFRICAIN

L'exploitation du potentiel latent du commerce intra-africain et l'établissement d'un marché commun sont en plein essor en Afrique.

L'accélération du rythme des négociations panafricaines visant à développer un marché africain unique et libéralisé est principalement motivée par l'Accord portant création de la Zone de libre-échange continentale africaine (ZLECAf). La ZLECAf est dotée d'une portée et d'une ambition remarquables. Présentée comme la plus grande zone de libre-échange au monde une fois mise en œuvre, elle vise à intégrer 1,3 milliard de personnes dans 55 pays et représente un produit intérieur brut (PIB) combiné évalué à 3,4 billions de dollars des États-Unis (USD). On estime que d'ici 2035, la production totale du continent sera supérieure de près de 212 milliards d'USD à la base de référence, et que la part des exportations intra-africaines⁵ augmentera de 40 % (pour dépasser 50 %) d'ici 2035.

En outre, cette croissance devrait avoir, entre autres, les incidences suivantes :

1. Croissance du commerce intra-africain, axé sur l'inclusion des produits et des services d'origine africaine ;
2. Réduction des droits de douane dans tous les domaines, ainsi que des obstacles non tarifaires ;
3. Réalisation d'investissements stratégiques visant à attirer les technologies et les meilleures pratiques vers les pays africains ;
4. Mise à niveau des secteurs nationaux sur la base de leurs avantages comparatifs, et développement d'alliances stratégiques vis-à-vis des chaînes de valeur ;
5. Accélération des activités de démarrage de manière équitable pour les jeunes, les femmes et d'autres communautés ;

⁵ (World Bank Group, 2020) et la Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique. 2015. « L'industrialisation par le commerce : Rapport économique sur l'Afrique 2015 ». Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique.

6. Accroissement global de la compétitivité commerciale, mesurable au moyen de l'augmentation de la contribution de l'Afrique au commerce mondial, ainsi que de la valeur ajoutée dans la composition des exportations.

La vision d'un marché unique est motivée par le constat (et par la preuve empirique) que la croissance inclusive tirée par le commerce ne s'est pas encore concrétisée pour la majorité des pays africains.

À l'heure actuelle, l'Afrique demeure un acteur marginal dans le commerce mondial des biens⁶. Malgré les progrès réalisés entre 2000 et 2010, la contribution du continent africain au commerce et au PIB mondiaux s'est considérablement affaiblie, oscillant respectivement autour de 2 et 3 % ces dernières années, et ce, bien que l'Afrique représente près de 17 % de la population mondiale et soit située dans l'une des régions les plus riches en ressources du monde. La diversification des exportations est marginale et demeure orientée vers les exportations à faible valeur ajoutée et vers les produits de base. Dans l'ensemble, les pays africains sont confrontés à d'importants obstacles en matière de développement de la compétitivité commerciale sur les marges extensives (nouveaux produits vers de nouveaux marchés, nouveaux produits vers des marchés existants, produits existants vers de nouveaux marchés), et se concentrent sur les marges intensives (produits existants vers des marchés existants) – ou, plutôt, ils tentent avec peine de se diversifier à partir de ces marges.

Tableau 1: Taux de croissance – exportations totales de marchandises

	1992-1995	1995-2000	2000-2005	2005-2010	2010-2015	2019
Monde	11	4	11	6	2	-2.8
Économies en développement	14.0	5.8	14.4	9.2	2.7	-3.0
Afrique	5	3	17	9	-5	-3.8
Afrique du Nord	3	5	17	7	-8	-3.2
Afrique subsaharienne	6	2	17	10	-3	-4.0
Afrique de l'Est	13	-1	11	12	3	-3.2
Afrique centrale	1	5	24	12	-6	-14.3
Afrique australe	6	0	13	9	-2	-5.2
Afrique de l'Ouest	4	3	19	9	-5	4.1
Amérique	11	6	6	5	2	-1.7
Asie	13.2	4.4	13.3	8.8	2.7	-3.1

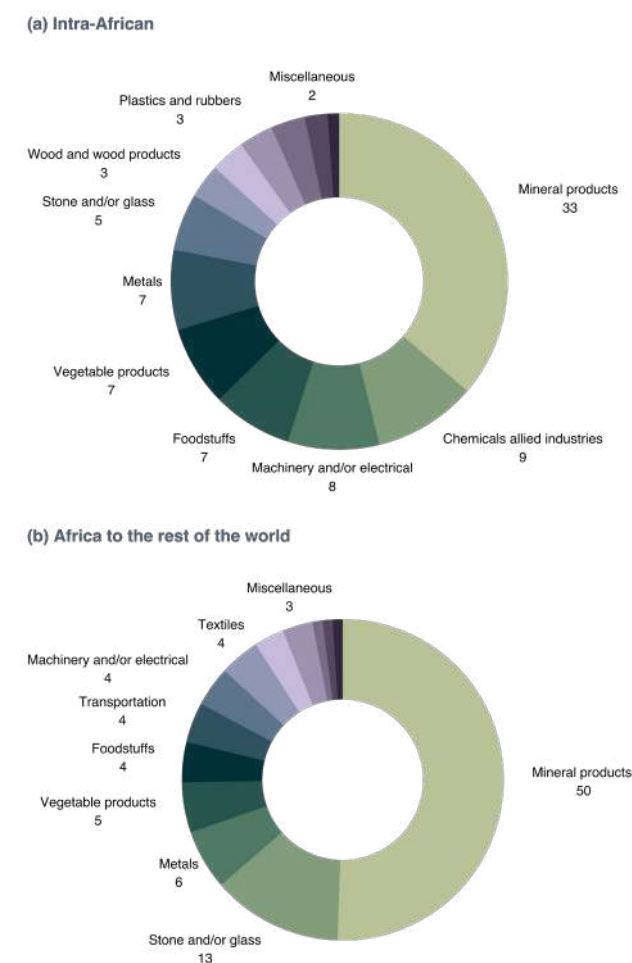
Source : Base de données statistiques de la CNUCED, consultée le 2 novembre 2020.

6 UNCTAD, 2019)

Les décideurs politiques ont compris que le commerce régional est la clé qui permettra de déverrouiller la compétitivité commerciale de l'Afrique. La situation actuelle, qui se caractérise par une forte dépendance à l'égard des marchés extérieurs (89 à 90 % du commerce africain s'est fait avec le reste du monde entre 2010 et 2017) et par des produits de base de faible valeur, particulièrement vulnérables aux chocs des prix et de la demande sur les marchés, n'est pas tenable.

Un examen de l'état actuel du commerce intra-africain et du commerce africain avec le reste du monde révèle des éléments intéressants. Malgré la faible envergure absolue du commerce intra-africain, il semble y avoir une concentration moindre sur les produits extractifs et une intensification plus axée sur les produits manufacturés, ce qui suggère que lorsque les pays africains procèdent à des échanges commerciaux entre eux, ils recherchent des produits significatifs basés sur la demande du marché créée par des lacunes dans des catégories telles que les biens de consommation, plutôt que de faire le commerce des produits extractifs. Ce n'est qu'une indication parmi d'autres que le commerce intra-africain contribue aux efforts de diversification des produits en dehors des industries extractives et des ventes de produits de base. La composition du commerce intra-africain penche notamment vers les produits à plus forte valeur ajoutée, alors que le commerce extrarégional s'oriente vers les produits primaires.

Figure 2: Composition de exportation en Afrique



Source : CNUCED

Il est également prouvé que la création d'une zone de libre-échange ne suffira pas à relancer le commerce régional. Il s'avère que les préférences commerciales accordées au niveau des communautés économiques régionales n'ont pas donné les résultats escomptés et souhaités. Par exemple, malgré l'adoption de la zone de libre-échange du Marché commun de l'Afrique orientale et australe (COMESA) en 2000, le commerce intra-COMESA représente 8 % du commerce total, contre 15 % pour l'Afrique, 47 % pour les États-Unis, 61 % pour l'Asie et 67 % pour l'Europe.

Même dans le domaine du commerce des services, l'Afrique présente des résultats inférieurs au reste du monde.

La part des exportations numériques dans le commerce total des services de la Communauté d'Afrique de l'Est (CAE) est de 18 %, contre 41 % pour l'Asie du Sud-Est. Pour l'Amérique latine, cette part d'élève à 44 % et, pour l'Asie du Sud, à 59 % des services exportés. L'Afrique ne représente que 0,9 % des exportations mondiales de services fournis par voie numérique⁷.

Tableau 2: Exportations numériques

Exportations numériques en 2017	Millions d'USD	% du total des transactions commerciales dans le secteur des services	% du total mondial
Union du Maghreb arabe (UMA)	6 030	25 %	0,2 %
Communauté des États sahélo-sahariens (CEN SAD)	13 400	22 %	0,5 %
Communauté d'Afrique de l'Est (CAE)	2 070	18 %	0,1 %
Communauté économique des États de l'Afrique centrale (CEEAC)	1 160	21 %	0,0 %
Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO)	7 370	43 %	0,3 %
Autorité intergouvernementale pour le développement (IGAD)	2 210	17 %	0,1 %
Communauté de développement de l'Afrique australe (SADC)	6 610	22 %	0,2 %
Marché commun de l'Afrique orientale et australe (COMESA)	5 900	14 %	0,2 %
Afrique	24 760	23 %	0,9 %
Amérique du Sud	37 710	44 %	1,4 %
Afrique subsaharienne	16 980	27 %	0,6 %
Amérique centrale	12 230	21 %	0,4 %
Pays les moins avancés (PMA)	6 720	17 %	0,2 %
Asie du Sud-Est	149 320	41 %	5,5 %
Asie du Sud	129 110	59 %	4,7 %
Source	Base de données de la CNUCED		

Source: (researchICTsolutions, 2020)

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE OFFRE DES AVANTAGES CONSIDÉRABLES POUR LES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES ET POUR LE PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DE L'AFRIQUE

Le commerce électronique est de plus en plus considéré comme un levier de croissance pour le programme de compétitivité commerciale de l'Afrique, aux niveaux continental, régional et national, en raison de la prise de conscience grandissante de la relation symbiotique qu'entretiennent le commerce intrarégional et le commerce électronique. La proposition de valeur du commerce électronique vis-à-vis du développement de la compétitivité commerciale de l'Afrique est renforcée par les avantages suivants que ce commerce peut offrir :

- 1. Le commerce électronique peut déclencher et accélérer des améliorations et des transformations des chaînes de valeur régionale en fonction des avantages comparatifs naturels d'un pays vis-à-vis de certains secteurs ou produits.**

⁷ Voir le tableau connexe. Source (researchICTsolutions, 2020)

L'objectif ultime à long terme de la ZLECAf est d'améliorer le positionnement mondial des produits et des services africains, et il est reconnu que le commerce intra-africain incluant des produits d'origine africaine sera une condition préalable. Grâce au commerce électronique, les entreprises africaines peuvent développer des capacités visant : a) à mieux appréhender leurs propres avantages comparatifs, b) à comprendre les possibilités qu'offrent les marchés régionaux pour vendre leurs produits aux consommateurs et à d'autres entreprises, et c) à développer des alliances stratégiques avec d'autres entreprises au-delà des frontières, ce qui, au fil du temps, peut aboutir à l'amélioration de la chaîne de valeur régionale.

À moyen et à long terme, l'activité commerciale des entreprises chefs de file et des vagues successives de microentreprises ainsi que de PME peut contribuer à ancrer des réseaux d'entreprises acheteuses et vendeuses qui tirent parti les unes des autres aux fins de l'approvisionnement stratégique. Les entreprises acheteuses peuvent profiter des relations d'approvisionnement pour améliorer leurs compétences et pour progresser dans la chaîne de valeur. Le commerce électronique peut fonctionner comme un mécanisme organique permettant de développer les spécialisations et d'approfondir les chaînes de valeur régionale, en augmentant la valeur ajoutée dans les industries africaines.

2. Le commerce électronique améliore la visibilité et le potentiel commercial des PME :

À un niveau élémentaire, les PME hors ligne peuvent améliorer leur visibilité en établissant une présence en ligne, que ce soit par l'intermédiaire de sites Web d'entreprises ou de leur intégration sur des places de marché. Cette dimension de visibilité constitue un enjeu important pour combler l'écart qui sépare les acheteurs et les vendeurs, que ce soit au niveau local, national, régional ou international.

3. Un fort potentiel pour les places de marché :

Les places de marché réduisent les obstacles à l'entrée pour les fournisseurs et pour les acheteurs.

Les places de marché africaines pourraient, à terme, fournir un canal solide pour l'acheminement des biens africains, élargissant une base actuellement limitée. Généralement, les places de marché jouent un rôle important dans le rééquilibrage de l'offre et de la demande au sein des économies en perte de vitesse. Elles contribuent à stimuler l'offre de biens et de services afin de répondre à une demande inexploitée qui, en leur absence, resterait inconnue.

Des études récentes ont examiné le rôle (et le potentiel) des places de marché du commerce électronique dans la promotion du commerce transfrontalier. Elles permettent de conclure que, si les entreprises africaines doivent améliorer la compétitivité et la qualité de leurs produits,

les places de marché leur donnent accès aux marchés réels et à un grand nombre d'acheteurs ; les entreprises ont besoin de faire connaître la marque de leurs produits, et les places de marché le leur permettent. Cet accès au marché incite les entreprises à réaliser les investissements nécessaires et à améliorer leurs capacités en matière d'offre. Étant donné que les entreprises recherchent constamment des voies de croissance, que ce soit sur les marges intensives ou extensives, elles tendent logiquement à rectifier leur propre trajectoire.

L'actuelle pandémie de COVID-19 s'est accompagnée d'un essor du commerce électronique. Le secteur privé et les gouvernements se sont mobilisés sous diverses formes : création de places de marché, services de livraison et accélération de l'intégration des PME, notamment dans des secteurs critiques tels que l'alimentation, les produits d'épicerie et les médicaments. La croissance s'est également étendue au secteur du commerce de détail. Il s'agit d'un phénomène mondial, et les pays africains ont suivi ces tendances au même rythme que les autres.

4. Les entreprises de commerce électronique augmentent l'efficacité des chaînes d'approvisionnement :

Des places de marché telles que Twiga Foods, qui fournit un marché de confiance pour mettre en relation les agriculteurs ruraux et les vendeurs au détail urbains⁸, sont des exemples parfaits de la manière dont les jeunes pousses font correspondre l'offre et la demande, de façon à réduire la dépendance vis-à-vis des intermédiaires et à améliorer l'efficacité. Les initiatives traditionnelles d'amélioration de la chaîne de valeur ne sauraient égaler la puissance du commerce électronique à cet égard.

5. Donner de la consistance aux accords commerciaux régionaux :

Les accords commerciaux régionaux, et même les accords continentaux tels que l'Accord portant création de la Zone de libre-échange continentale africaine, n'entraîneront pas à eux seuls une augmentation des échanges. Ces communautés facilitent les conditions du commerce, mais, comme le démontrent les leçons tirées par un grand nombre de communautés économiques régionales, les traités et l'accès au marché ne suffisent pas à eux seuls à accroître les échanges, ni à les rendre significatifs. Le commerce électronique sera peut-être le lubrifiant qui permettra d'accélérer l'engrenage de l'offre et de la demande du commerce intra-africain. Le Mercado libre, en Amérique du Sud, illustre la manière dont une place de marché de commerce électronique peut rapprocher l'offre et la demande au niveau continental.

6. L'approvisionnement stratégique pour le commerce électronique augmentera les possibilités stratégiques, pour les entreprises africaines, d'acquérir des intrants pour leurs chaînes d'approvisionnement.

L'accès à une large base de fournisseurs potentiels sur les places de marché interentreprises permettra aux PME de

8 (Google, IFC, 2020)

comparer les options et de se procurer des intrants à des conditions rentables. Il s'agit là d'un défi de taille dans un environnement qui n'est pas axé sur le commerce électronique, notamment en Afrique, où les possibilités de commerce infranational n'ont pas été correctement exploitées. La forte dépendance vis-à-vis des importations, même celles qui peuvent techniquement provenir des pays africains, peut être réduite dans une certaine mesure, à moyen et à long terme.

7. **Un écosystème d'appui en pleine expansion :** En créant une véritable demande de services d'appui, le commerce électronique peut, dans les faits, favoriser un écosystème plus large comprenant des fournisseurs de services logistiques, des entreprises de technologie financière, des services de soutien informatique ainsi que des services de marketing et de conseil, entre autres. L'écosystème d'appui est également indispensable à la croissance de l'ensemble du secteur du commerce électronique.
8. **Le commerce électronique peut continuer à stimuler le commerce transfrontalier alors même que la mise en œuvre de la ZLECAf s'accélère.** Les mesures de facilitation du commerce visant à réduire les droits de douane sont au cœur de la ZLECAf, l'Accord correspondant prévoyant la réduction de 97 % des lignes tarifaires, qui représentent 90 % des importations intra-africaines. Il existe une forte concentration : quelques lignes tarifaires représentent la grande majorité des importations. Il est donc fort probable que les réductions tarifaires ne se concrétiseront que progressivement à moyen et à long terme, et les décideurs politiques ainsi que les entreprises seraient bien avisés d'anticiper la persistance des mesures protectionnistes dans le temps et d'en tenir compte (dans leurs stratégies respectives).

La mise en œuvre de la ZLECAf sera probablement inégale, du moins à moyen terme, jusqu'à ce que des avantages concrets commencent à se manifester. Une récente évaluation, effectuée par la Banque mondiale, de la politique et des barrières commerciales dans la Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale (CEMAC) a révélé que d'importantes barrières non tarifaires ainsi que le non-respect par les membres des accords de transit de la CEMAC entravent le commerce intrarégional, en particulier le commerce agricole. Au niveau continental, les changements géopolitiques et les stimuli externes risquent d'entraver la mise en œuvre de la zone de libre-échange.

Le commerce électronique peut jouer un rôle important en préservant la dynamique du commerce transfrontalier. L'amélioration du rapport entre l'offre et la demande parmi les entreprises, qui se développerait grâce au commerce électronique, peut contrebalancer la lenteur des négociations relatives à la ZLECAf. La perspective d'entreprises qui échangent activement et bénéficient équitablement du commerce transfrontalier rend l'intérêt

commercial de soutenir cette croissance au moyen de mécanismes de libre-échange encore plus évident.

9. **Comblent le fossé entre les zones rurales et urbaines :** Le commerce électronique peut aider les microentreprises et les PME de l'arrière-pays à faire des affaires avec le reste du pays. Au Bangladesh, par exemple, l'initiative Ek Shop, une place de marché financée par le Gouvernement et par le PNUD, a intégré concrètement des entreprises de toutes tailles à la base d'acheteurs nationale. La place de marché intègre les paiements, la logistique et d'autres services partagés, mais sa caractéristique la plus innovante réside dans les centres numériques de l'Union qui servent à accompagner et à intégrer les acheteurs et les vendeurs au niveau de la dernière étape. Par ailleurs, il n'existe pas de preuves notables que les entreprises de commerce électronique cannibalisent les commerces de détail, en particulier en Afrique, où le rapport entre le nombre de magasins par habitant et la population est relativement faible.
10. **Le commerce électronique permettra aux consommateurs d'être plus avertis et de s'intéresser davantage au contenu et aux transactions numériques, ce qui contribuera à la croissance de l'alphabétisation numérique et aura des retombées sur l'ensemble de l'économie numérique.** Bien qu'il soit difficile d'estimer quantitativement à quel point les personnes qui absorbent du contenu numérique et participent à des achats en ligne deviendront expertes dans les initiatives de guichet unique et autres mécanismes en ligne pertinents pour le commerce, il semble possible de tirer une conclusion logique en ce sens.
11. **Accélérer les efforts de développement des secteurs :** L'inclusion de dispositions relatives au commerce électronique dans les efforts de développement des secteurs peut produire des résultats considérables. Les efforts traditionnels de développement des secteurs se concentrent largement sur les questions d'offre visant à développer les capacités productives du secteur. Même si l'initiative implique des dimensions liées au marché, l'accent est mis sur des activités relativement conservatrices, telles que les délégations bidirectionnelles interentreprises, les formations d'entreprises et les mécanismes de soutien aux subventions pour la promotion des exportations, entre autres. Les initiatives de soutien liées au commerce électronique sont relativement rares, bien qu'elles permettent actuellement d'étudier les points d'entrée possibles (notamment en matière de soutien aux places de marché et d'intégration des PME hors ligne, entre autres).
12. **Les possibilités offertes par les secteurs d'ancrage du commerce électronique doivent être exploitées :** Un certain nombre de secteurs productifs, dont le tourisme, l'agro-industrie, l'industrie légère, les services professionnels et les services créatifs, entre autres, sont également

des secteurs à forte capacité d'absorption du commerce électronique. En d'autres termes, ces secteurs servent de points d'ancrage naturels au commerce électronique et en sont à la fois les moteurs et les bénéficiaires. Les pays africains ont donc tout intérêt, sur le plan commercial, à utiliser ces secteurs (qui sont à la fois des points d'ancrage du commerce électronique et des secteurs prioritaires nationaux) pour déployer des initiatives pilotes en matière de commerce électronique.

Prudence : malgré le fort potentiel que présente le commerce électronique en ce qui concerne la diversification des exportations et le commerce intra-africain, il ne s'agit pas d'une panacée

Les avantages du commerce électronique pour les microentreprises et les PME africaines ne seront pas automatiques. Pour que la compétitivité commerciale tirée par le commerce électronique puisse devenir une réalité, il convient de tenir compte d'un certain nombre de considérations complexes.

- 1. Le commerce électronique africain ressemble à des îlots d'activité distincts, directement liés à l'état de l'infrastructure Internet et de la croissance économique globale.** Les économies de l'Afrique du Nord, de l'Afrique du Sud, du Kenya, du Nigéria et certaines autres économies tendent à dominer le paysage. Le fossé qui sépare ces pays et les autres est considérable.
- 2. La logistique est l'un des maillons les plus faibles de l'écosystème africain du commerce électronique,** et cette situation est aggravée à de multiples égards en ce qui concerne le commerce électronique transfrontalier. Les facteurs en cause sont d'ordre *infrastructural* (routes permettant un accès rapide aux marchés, emplacement stratégique, accès et rentabilité des installations d'entreposage, adressage physique, etc.), *réglementaire* (harmonisation entre les douanes, seuils de *minimis*, autorisations de transport transfrontalier, etc.) et *commercial* (capacités des entreprises en matière de gestion des stocks, exécution des commandes, accès à la sous-traitance de services professionnels logistiques et d'exécution, fragmentation parmi les prestataires logistiques, etc.). Il reste à la Commission de l'Union africaine à faire pour améliorer la situation, notamment en ce qui concerne les questions de réglementation et les contraintes des entreprises, mais les faiblesses infrastructurelles feront l'objet d'une proposition à moyen et à long terme.
- 3. Un risque de transfert de la dépendance à l'égard des importations pour les pays moins développés et moins préparés à l'ère électronique :** Il existe un risque réel qu'étant donné la prédominance dont jouissent certains pays en raison de leurs capacités de production et de fabrication, de relations commerciales établies ainsi que des avantages récents qu'ils ont obtenus en tant que précurseurs en matière de commerce électronique, l'établissement d'un marché continental unique et ouvert empêche, dans une certaine mesure, les pays se situant à un

niveau inférieur dans le spectre du développement et de la préparation au numérique d'entrer en concurrence sur un pied d'égalité. Ces pays risquent de devenir de simples marchés pour d'autres pays, sans pouvoir être eux-mêmes véritablement compétitifs sur d'autres marchés. Pour ces pays, il sera difficile de s'ouvrir à la promesse de la ZLECAf ainsi qu'au commerce électronique et ils préféreront probablement, du moins en ce qui concerne le commerce électronique, parvenir avant tout à un degré suffisant de préparation à l'ère électronique. Cet aspect a des conséquences importantes pour la Stratégie, dans la mesure où l'un des objectifs stratégiques les plus probables serait d'améliorer les différents niveaux de préparation à l'ère électronique, ou du moins de fournir des voies essentielles de développement de la préparation nationale dans ce domaine.

Si les places de marché sont incontestablement importantes pour permettre aux microentreprises et aux PME d'accéder aux marchés, elles comportent néanmoins des risques, qui ont été reconnus par les décideurs politiques africains. *Premièrement*, les places de marché prospèrent dans un contexte de concurrence et, pour les microentreprises et les PME déjà peu compétitives, le fait de partager des étalages virtuels avec de multiples concurrents pratiquant une différenciation limitée des produits signifie qu'elles risquent d'être noyées dans la masse, à moins qu'elles ne trouvent un moyen de rivaliser uniquement sur les prix (prenant alors des risques vis-à-vis de leurs efforts d'augmentation de la diversification et de la valeur ajoutée de leurs produits). *Deuxièmement*, les places de marché ne contribueront à la croissance de l'Afrique que si elles peuvent promouvoir les produits africains. Les places de marché opérant en Afrique ne doivent pas devenir des marchés satellites pour les produits étrangers, provenant de Chine ou d'ailleurs.

- 4. Les lacunes en matière de connaissances parmi les décideurs politiques entraveront l'harmonisation des réglementations relatives au commerce électronique :** L'évolution rapide et la nature dynamique du commerce électronique, associés aux nuances relativement techniques qui le caractérisent, posent des défis importants aux décideurs politiques, qui ont jusqu'à présent concentré leur énergie sur les mécanismes commerciaux traditionnels et peinent à comprendre et à traiter les questions réglementaires dans un écosystème qui change si rapidement. Pour eux, le commerce électronique est une force relativement nouvelle, bien qu'il présente des avantages considérables. Ils comprennent peut-être les avantages du commerce électronique sur le papier, mais sont certainement moins bien informés des considérations complexes et des meilleures pratiques liées à ce secteur.

Le commerce électronique est un domaine complexe dans la mesure où il implique un large éventail de domaines techniques, tels que la logistique, la technologie financière, la cyberlégalisation, sans oublier les technologies de l'information et des communications. Avant de pouvoir élaborer des politiques, les décideurs et les négociateurs doivent renforcer leurs capacités de manière à pouvoir comprendre l'essence et les

implications de ces domaines ainsi qu'à savoir en quoi et comment le commerce électronique modifiera les modèles et structures existants. Le secteur de la technologie financière évolue particulièrement vite et les politiques sont généralement en retard sur les innovations.

5. La diversification des exportations et la promotion concrète des investissements sont des domaines très complexes, qui nécessitent une gestation à long terme. Il est évidemment difficile d'opérer un changement à court terme, en particulier dans le cas de l'Afrique, où les routes commerciales et les capacités sectorielles sont traditionnellement modelées pour soutenir les secteurs extractifs et les matières premières plutôt que les secteurs productifs.

a. La croissance du commerce électronique dépendra de la diversification des exportations, tout en y contribuant. Pour bénéficier des initiatives de diversification des exportations, les pays devraient progresser considérablement dans la réalisation du programme de diversification par l'intermédiaire des secteurs productifs, en intégrant le commerce électronique dans les initiatives de développement sectoriel lorsque cela est possible. Si le programme de diversification des exportations stagne, la croissance du commerce électronique risque elle aussi de ralentir.

b. L'investissement est un autre domaine de dépendance pour le commerce électronique. Compte tenu du dynamisme du secteur et de la rapidité de l'innovation technologique et axée sur les processus, les pays africains devront consacrer leur attention et leurs ressources à la promotion des investissements dans l'ensemble de l'écosystème du commerce électronique. Il conviendra de veiller à ce que ces investissements aient des retombées positives sur les entreprises africaines et sur l'ensemble de l'écosystème d'appui. Le problème est qu'en général, le climat d'investissement en Afrique tend à être moins dynamique que dans d'autres régions, par exemple dans l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est, où les pays bénéficient d'un solide transfert de technologie par l'intermédiaire d'investisseurs du secteur privé, mais aussi par des canaux d'investissement direct entre gouvernements. Autre difficulté : les priorités gouvernementales en matière d'investissements sont réparties entre tous les pays africains, ce qui entraîne des retards dans l'adaptation du programme d'amélioration des investissements pour l'économie numérique.

6. Les intérêts nationaux peuvent entraver l'alignement entre les États africains sur certaines questions : Il convient également de garder à l'esprit que, malgré l'émergence d'une vision commune au sein des États membres de l'Union africaine sur le commerce électronique et sur d'autres questions, les États africains se préoccupent avant tout de leurs intérêts nationaux lors des négociations des accords bilatéraux et régionaux, du protocole sur le commerce électronique et d'autres aspects pertinents liés au commerce électronique. Comme nous l'avons vu, face aux importants écarts de développement entre les différents pays, tant en matière de commerce électronique que de compétitivité commerciale traditionnelle, les décideurs politiques hésitent à aborder concrètement les problématiques liées au commerce électronique.

Une stratégie de commerce électronique pour l'Afrique, établie sous les auspices de la Commission de l'Union africaine, mais servant de feuille de route applicable et réaliste pour tous les pays africains, est jugée opportune.

Les analyses ci-dessus montrent clairement que le commerce électronique en Afrique bénéficiera nécessairement, directement et indirectement, de la croissance du commerce intra-africain. Le chemin vers la compétitivité sera toutefois semé d'embûches : les possibilités se heurtent à d'immenses obstacles au niveau des politiques, des institutions et des entreprises.

Pour encourager les décideurs politiques africains à adopter une vision commune du commerce électronique, qui contribue à l'Agenda 2063 ainsi qu'aux progrès sur la voie d'un marché continental commun, il est nécessaire d'établir une stratégie de commerce électronique. Une approche stratégique ciblée à court, moyen et long terme s'impose en vue de stimuler la croissance dans l'ensemble de l'écosystème.

La Stratégie

VISION ET INCIDENCE PRÉVUE

La Stratégie est alignée, dans l'esprit et dans les faits, sur les objectifs stratégiques énoncés dans l'Agenda 2063 : L'Afrique que nous voulons, ainsi que dans la Stratégie de transformation numérique pour l'Afrique (2020-2030). La vision suivante a été définie pour le secteur, sur une période de cinq ans :

'Une croissance inclusive et transformatrice tirée par le commerce électronique, "made in Africa'

Cette vision reconnaît le rôle transformateur que le commerce électronique peut jouer dans la trajectoire de développement de l'Afrique, et la contribution qu'il peut apporter à l'ambition affichée dans l'Accord portant création de la Zone de libre-échange continentale africaine. Si les conditions infrastructurelles et réglementaires appropriées sont mises en place, le commerce électronique peut démocratiser le milieu de la compétitivité commerciale, en réduisant les obstacles au commerce pour les PME par l'intermédiaire des places de marché et d'autres types de plateformes. La vision prévoit également que, sur la base de conditions favorables et potentiellement durables, cette croissance prendra racine en Afrique. Grâce à la Stratégie, le commerce intra-africain des produits africains devrait s'intensifier, ce qui améliorera à terme la compétitivité commerciale des pays africains par rapport au reste du monde. L'aspect inclusif est également important, précisant le rôle essentiel que les jeunes et les femmes peuvent jouer dans ce vecteur de croissance.

L'**Agenda 2063** est consacré à la vision panafricaine d'« une Afrique intégrée, prospère et pacifique, dirigée par ses propres citoyens, et représentant une force dynamique sur la scène mondiale ». Il énumère sept aspirations :

1. Une Afrique prospère fondée sur la croissance inclusive et le développement durable ;
2. Un continent intégré, uni sur le plan politique et ancré dans les idéaux du Panafricanisme et la vision de la Renaissance africaine ;

3. Une Afrique de bonne gouvernance, de démocratie, de respect des droits de l'homme, de justice et d'état de droit ;
4. Une Afrique vivant dans la paix et dans la sécurité ;
5. Une Afrique dotée d'une forte identité culturelle, d'un patrimoine commun, et de valeurs et d'éthique partagées ;
6. Une Afrique dont le développement est axé sur les populations, qui s'appuie sur le potentiel de ses populations, notamment celles des femmes et des jeunes, qui se soucie du bien-être des enfants ;
7. Une Afrique qui agit en tant qu'acteur et partenaire fort, uni et influent sur la scène mondiale.

La vision de la **Stratégie de transformation numérique pour l'Afrique** est la suivante : « Une société et une économie numériques intégrées et inclusives en Afrique qui améliorent la qualité de vie des citoyens africains, renforce et permette la diversification et le développement d'un secteur économique existant, et assure l'appropriation continentale, avec l'Afrique comme producteur et pas seulement comme consommateur dans l'économie mondiale ». L'objectif est d'« exploiter les technologies et l'innovation numériques pour transformer les sociétés et les économies africaines afin de promouvoir l'intégration de l'Afrique, de générer une croissance économique inclusive, de stimuler la création d'emplois, d'éliminer la fracture numérique et d'éradiquer la pauvreté pour garantir les avantages de la révolution numérique pour le développement socioéconomique ».

Au niveau continental, les avantages globaux devraient se traduire par les aspects suivants :

- | | |
|--|--|
| <p>1. L'augmentation des flux de commerce électronique générés par les entreprises de commerce électronique et par les places de marché nationales ;</p> | <p>2. Le renforcement du commerce intra-africain (à la fois par l'intermédiaire des entreprises et des places de marché) incluant des produits et des services d'origine africaine</p> |
| <p>3. Un secteur public numérique et collaboratif, répondant aux besoins de l'économie numérique émergente ;</p> | <p>4. Un cadre juridique harmonisé (ou compatible) pour le cyberspace, facilitant l'homogénéité et la prévisibilité pour les entreprises et les investisseurs du commerce électronique</p> |
| <p>5. Une base de consommateurs (particuliers et entreprises) maîtrisant le numérique et les finances et s'intéressant davantage aux services fondés sur les technologies de l'information et des communications ;</p> | <p>6. Des entreprises capables d'introduire sur le marché des cas d'utilisation du commerce électronique innovants ;</p> |

- | | |
|---|---|
| <p>7. Un accès aux meilleures technologies et pratiques disponibles rendu possible par des modèles d'investissement appropriés, tels que les coentreprises ;</p> | <p>8. Un accès à des compétences pertinentes et de haute qualité ainsi qu'à un soutien à l'entrepreneuriat, lorsque les entreprises en ont besoin ;</p> |
| <p>9. Un accès amélioré à des informations commerciales adaptées et exploitables ainsi qu'à un soutien sur le marché</p> | <p>10. Des flux logistiques continus, à l'échelle nationale et à l'échelle transfrontalière, qui renforcent la confiance des consommateurs et les résultats des entreprises</p> |
| <p>11. La réduction de la dépendance à l'égard des importations, au niveau continental, en particulier pour les produits qui peuvent être achetés sur les marchés africains</p> | <p>12. L'accélération du programme d'intégration régionale</p> |

APERÇU DU SECTEUR

1. **La taille du marché africain du commerce électronique (en termes de revenus) devrait atteindre 24,8 milliards d'USD en 2021, soit un taux de croissance annuel de 24,7 %.**⁹ Le marché devrait connaître un taux de croissance annuel composé de 13,3 % entre 2021 et 2025, et atteindra probablement des valeurs correspondant à 40,8 milliards d'USD en 2025¹⁰. Le taux de desserte Internet s'élève actuellement à 27,8 %¹¹, ce qui correspond à la moyenne africaine des personnes utilisant Internet.

Le marché africain est de petite taille par rapport au marché mondial du commerce électronique, qui s'élevait à 25,6 billions d'USD¹² en 2018.

2. **L'édition 2020 de l'indice de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) sur le commerce électronique entre entreprises et consommateurs (ECL) quantifie le retard, déjà connu, qu'accuse l'écosystème du commerce électronique en Afrique par rapport aux autres régions.** En Afrique, seuls 30 % des particuliers utilisent Internet, contre une moyenne mondiale de 60 %. Les autres indicateurs pris en considération dans l'indice (notamment le pourcentage de personnes disposant d'un compte bancaire, l'accès à des serveurs Internet sécurisés et le score de fiabilité postale de l'Union postale universelle) affichent tous des résultats inférieurs aux autres régions.
3. La CNUCED observe que, si la majorité de la population des pays développés fait désormais ses achats en ligne, ce n'est pas encore le cas dans la plupart des pays en

9 Statistica.

10 Ibid.

11 Ibid.

12 <https://unctad.org/news/global-e-commerce-hits-256-trillion-latest-unctad-estimates>.

développement. En Afrique subsaharienne, par exemple, l'Afrique du Sud, le Kenya, Maurice et la Namibie sont les seuls pays où cette part dépasse 8 % ; dans la plupart des autres pays d'Afrique subsaharienne, elle est inférieure à 5 %¹³.

Tableau 3 : Performances régionales pour l'indice de la CNUCED sur le commerce électronique entre entreprises et consommateurs (ECL), 2020

	Part des utilisateurs d'Internet (2019, ou données plus récentes)	Part des utilisateurs ayant un compte (15 +, 2017)	Serveurs Internet sécurisés (normalisés, 2019)	Indice de fiabilité postale de l'UPU (2019, ou données plus récentes)	Valeur de l'indice 2020	Valeur de l'indice 2019 (données de 2018)
Afrique	30	40	28	21	30	31
Asie de l'Est, Asie du Sud et Asie du Sud-Est	57	60	54	58	57	58
Amérique latine et Caraïbes	64	53	50	29	49	48
Asie occidentale	77	58	45	50	58	59
Économies en transition	71	58	60	59	62	63
Économies développées	88	93	84	80	86	87
Monde	60	60	53	47	55	55

Source : (UNCTAD, 2021)

4. Le haut du classement et les marchés affichent une forte concentration. L'Afrique du Sud, le Nigéria et le Kenya représentent la moitié de tous les acheteurs en ligne africains, le Nigéria et l'Afrique du Sud concentrant également la majorité des places de marché du pays. En effet, une étude récente du Centre du commerce international révèle que 1 % des places de marché de commerce électronique africaines polarisent 60 % du trafic observé sur les places de marché de l'ensemble du continent¹⁴.

Les États d'Afrique du Nord, en particulier l'Égypte, la Tunisie et le Maroc, ainsi que le Nigéria et l'Afrique du Sud, concentrent généralement la majeure partie des ventes totales par voie électronique dans le pays. C'est également là que sont basées la plupart des places de marché et des entreprises de commerce électronique.

Ces pays possèdent un ou plusieurs avantages comparatifs qui attirent les opérateurs du commerce électronique. Ces avantages sont les suivants :

- a. Une base industrielle ou manufacturière raisonnablement bien développée ;
- b. Une population nationale importante, comme au Nigéria, où les entreprises peuvent desservir le marché national sans nécessairement devoir s'aventurer dans des opérations transfrontalières (une perspective intimidante en Afrique) ;
- c. Un environnement commercial et d'investissement moins risqué (selon les normes africaines globales) ;
- d. Des niveaux relativement élevés de préparation nationale au numérique, associés à un écosystème de jeunes pousses relativement solide.

5. Les places de marché dominent l'activité de commerce électronique existante. Il existe en Afrique des entreprises individuelles de commerce électronique et des places de marché de commerce électronique, mais, en raison de l'environnement opérationnel difficile de ce secteur sur le continent, les entreprises individuelles, en particulier les microentreprises et les PME, ont du mal à s'implanter et à survivre au-delà de cinq ans. Cela s'explique par le taux d'absorption élevé correspondant aux dépenses d'exploitation que les entreprises de commerce électronique doivent consacrer au marketing, à la logistique, au service clientèle et à d'autres opérations. Des entretiens menés avec des fondateurs d'entreprises de commerce électronique révèlent que le taux d'attrition est élevé, tant pour les places de marché que pour les entreprises individuelles de commerce électronique, bien qu'il existe actuellement 631 places de marché de tailles et de types différents sur le continent.

¹³ <https://unctad.org/news/intricacies-impact-and-opportunities-e-commerce-trade-and-development>.

¹⁴ (ITC, 2020)

6. La grande majorité des transactions de commerce électronique ne portent pas sur des produits africains. Seules quelques places de marché de commerce électronique, par exemple Afrikrea, font le commerce de produits d'origine africaine et se concentrent sur les marchés régionaux et internationaux. La grande majorité des ventes concerne des transactions de produits internationaux importés en Afrique et revendus.

L'ÉCOSYSTÈME DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE : EXAMEN ANALYTIQUE ET ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Les composantes suivantes de l'écosystème du commerce électronique ont été analysées :

1. **Cadre stratégique pour l'économie numérique**
2. **Places de marché**
3. **Technologie financière**
4. **Logistique nationale et transfrontalière**
5. **Infrastructure des technologies de l'information et des communications**
6. **Cadre juridique pour le cyberspace**
7. **Promotion des investissements**
8. **Entrepreneuriat numérique
Environnement commercial pour l'économie numérique**

Composante 1 : Cadre stratégique pour l'économie numérique

Cette section examine l'ensemble du cadre stratégique pour l'économie numérique en Afrique ainsi que les progrès réalisés dans les domaines spécifiques suivants :

1. L'intégration des aspects relatifs au commerce électronique et à l'économie numérique dans les programmes nationaux de développement des pays ;
2. Le commerce électronique au sein de l'Organisation mondiale du commerce ;
3. Le commerce électronique au sein des communautés économiques régionales ;
4. Le commerce électronique dans les accords commerciaux régionaux ;
5. Le moratoire sur les droits relatifs aux transmissions électroniques ;
6. L'état des initiatives en matière d'administration en ligne.

L'intégration des aspects relatifs au commerce électronique et à l'économie numérique dans les programmes nationaux de développement des pays

Les pays africains présentent d'importants écarts en matière de préparation au numérique. Seuls quelques pays affichent un état de préparation à l'ère électronique adéquat, ce qui est directement lié à leur niveau d'industrialisation global. Il existe un risque important que le fossé se creuse avec la mise en œuvre de la ZLECAf et avec la croissance du commerce électronique transfrontalier.

La corrélation entre le degré de développement national et l'état général de préparation à l'ère électronique au niveau national semble évidente. Le Nigéria, l'Afrique du Sud, le Kenya, la Tunisie et d'autres pays qui possèdent déjà des secteurs manufacturiers et informatiques assez bien développés, et qui ont relativement bien réussi à accroître leur compétitivité à l'exportation et à diversifier leurs produits et leurs marchés, ont également pris les devants dans l'exploration du commerce électronique. Par rapport à d'autres pays africains qui peinent encore à se diversifier au-delà des exportations du secteur primaire, ces pays sont les premiers en matière d'exportation, que ce soit par l'intermédiaire de mécanismes traditionnels ou de commerce électronique.

Dans d'autres pays se situant au bas de l'échelle de l'industrialisation et du développement, on observe un manque de préparation considérable en matière de compréhension du potentiel du commerce électronique, de détermination de ses implications et d'élaboration de mesures politiques cohérentes pour soutenir ce secteur.

Cet écart se creusera davantage avec la suppression progressive des obstacles à l'entrée sur le marché dans le cadre de la ZLECAf, et les pays situés au bas de l'échelle de l'industrialisation et de la préparation à l'ère électronique risquent de rester de simples marchés et d'être incapables de tirer parti des possibilités émergentes.

La Stratégie vise à faire en sorte que l'intensification du commerce transfrontalier tiré par le commerce électronique s'accompagne d'une meilleure préparation générale des pays africains au commerce électronique, afin que les bases de l'émergence des entreprises et des plateformes de commerce électronique soient établies sur l'ensemble du continent. Les stratégies de développement nationales et sectorielles doivent accélérer l'intégration du commerce électronique dans les interventions.

Pour de nombreux pays africains, un « brouillard numérique » empêche l'élaboration de politiques cohérentes en matière de commerce électronique.

Les écosystèmes du commerce électronique sont complexes et présentent de fortes dépendances entre les différents domaines techniques, de même qu'entre diverses parties prenantes publiques et privées. D'un point de vue politique, il s'agit également d'un domaine nouveau, dans lequel les décideurs politiques et les institutions n'ont pas beaucoup d'expérience. Ils sont incapables d'en comprendre pleinement les implications, les risques et les interdépendances. C'est l'une des principales raisons pour lesquelles les pays africains hésitent à participer librement aux négociations multilatérales sur le commerce électronique, et pour lesquelles les politiques et capacités nationales en la matière tardent à apparaître. Il existe un véritable « brouillard numérique », qui paralyse l'élaboration des politiques liées au commerce électronique dans la plupart des pays.

Malgré les disparités en matière de préparation au numérique, les gouvernements africains sont de plus en plus conscients de la nécessité d'intégrer le commerce électronique et l'économie numérique au sens large dans les programmes de développement nationaux et régionaux. Il leur faut cependant passer de l'intention à l'action.

Les décideurs politiques africains sont de plus en plus conscients de l'importance que revêt le commerce électronique, en tant que levier de croissance, pour leur programme de développement national. Le commerce intrarégional et le commerce électronique entretiennent une relation symbiotique, et les gouvernements comme les communautés économiques régionales prennent conscience du fait qu'une compétitivité accrue du secteur privé dans le domaine du commerce électronique peut être la clé d'une intégration régionale significative. La pandémie de COVID-19 est venue dynamiser cette approche.

Par conséquent, l'intérêt politique pour le commerce électronique s'est rapidement accru ces dernières années, et l'on constate une volonté d'intégrer concrètement le commerce électronique dans les stratégies nationales de développement et dans les stratégies sectorielles, entre autres. Il est vrai que, dans une large mesure, les progrès se font davantage dans l'esprit que dans les faits, excepté dans certaines économies africaines, mais cette situation devrait évoluer rapidement.

Le commerce électronique au sein de l'Organisation mondiale du commerce

Le commerce électronique est un sujet abordé, au sein de l'Organisation mondiale du commerce (dans le cadre du programme de travail sur le commerce électronique établi

en 1998), par trois conseils (le Conseil du commerce des services, le Conseil du commerce des marchandises et le Conseil des aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce) ainsi que par le Comité du commerce et du développement, les conclusions de ces organes étant communiquées au Conseil général de l'OMC¹⁵.

Il existe un large consensus sur le fait que les règles de fond de l'OMC contenues dans l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), l'Accord général sur le commerce des services (AGCS) et l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (Accord sur les ADPIC) ne sont pas adaptées aux besoins relatifs aux aspects commerciaux du commerce électronique¹⁶. Les membres s'accordent à dire que les questions relatives au commerce électronique sont transversales et se situent généralement quelque part entre ces trois ensembles de règles, leur point d'ancrage exact dépendant des intérêts et de la perspective de chaque État membre. Certains membres estiment que les règles ne couvrent pas les nouvelles questions relatives aux flux de données. Les États africains ne participent généralement pas à ces débats, estimant qu'il serait prématuré de le faire alors que leurs structures réglementaires nationales en matière de commerce électronique sont insuffisamment développées.

En dehors de l'OMC, une initiative plurilatérale (mais fréquemment considérée à tort comme étant dirigée par l'OMC) appelée « Initiative de déclaration conjointe » a été lancée en 2019 (après des cycles initiaux organisés depuis 2017). À ce jour, 86 pays participent à cette initiative. En Afrique, le Bénin, le Burkina Faso, le Cameroun, la Côte d'Ivoire¹⁷, le Kenya et le Nigéria en font partie. Il convient d'observer qu'une grande partie du bloc des pays en développement a refusé de rejoindre l'initiative, y compris l'Inde, l'Afrique du Sud, le Viet Nam et la plupart des États d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique.

L'Inde a notamment refusé d'y prendre part pour deux raisons essentielles : d'une part, parce qu'elle est encore en train de développer son espace politique et qu'il serait prématuré d'entreprendre des discussions multilatérales et d'y participer et, d'autre part, parce qu'elle juge important de conserver son espace politique en matière de propriété, d'utilisation et de flux de données dans des secteurs en pleine expansion tels que l'informatique en nuage et le stockage de données.¹⁸ L'Initiative de déclaration conjointe est dirigée par les pays développés qui cherchent à faire avancer les négociations sur le commerce électronique malgré le manque de dynamisme observé au sein de l'OMC.

Selon les pays africains, les discussions menées dans le cadre du programme de travail de l'Organisation ne se concrétisent toujours pas et, compte tenu du manque d'empressement individuel des membres, la volonté d'entreprendre des négociations actives est limitée. Le groupe n'est pas non plus favorable au renouvellement

15 (UNCTADa, 2021)

16 (UNCTADa, 2021)

17 La CNUCED note que la motivation de ce pays à rejoindre les négociations de l'Initiative de déclaration conjointe est préférable pour permettre d'examiner toutes les questions relatives au commerce électronique dans le cadre d'une enceinte unique, plutôt que dans plusieurs organes de l'OMC.

18 (UNCTADa, 2021)

automatique du moratoire sur les droits de douane pour les transmissions électroniques. Seul le Nigéria est signataire de la déclaration commune sur le commerce électronique qui a été publiée lors de la Conférence ministérielle de 2011.

Les pays en développement affirment que l'Initiative détournerait l'attention du programme de travail de l'OMC sur le commerce électronique et du travail resté inachevé à l'issue des négociations du cycle de Doha¹⁹. Pour ces pays, le rôle du commerce électronique en tant que moteur du développement socio-économique des pays ainsi que l'accent mis sur la réduction de la fracture numérique mondiale sont très importants et doivent être maintenus au premier plan.

Les communautés économiques régionales en tant qu'éléments constitutifs d'un marché commun

Le Traité d'Abuja adopté par ce qui était alors l'Organisation de l'unité africaine (aujourd'hui l'Union africaine) qualifiait les communautés économiques régionales d'éléments constitutifs²⁰ du développement d'un marché unique. Cette terminologie est également utilisée dans le préambule de l'Accord portant création de la Zone de libre-échange continentale africaine. L'Afrique est vaste, et il existe une grande disparité entre ses nations en matière d'industrialisation. Certains pays présentent une forte densité de population, tandis que d'autres sont moins densément peuplés, mais possèdent des terres importantes. Les défis logistiques sont nombreux et considérables, et l'accès aux marchés et à la connectivité (y compris les télécommunications) peut être un problème particulièrement déroutant pour les pays enclavés.

Dans ce contexte, compte tenu également de questions culturelles et politiques plus générales, y compris la nécessité perçue de renforcer la position de négociation collective du bloc, l'intégration régionale par l'intermédiaire des initiatives prises au niveau des communautés économiques régionales a pris de l'ampleur, bien que ces initiatives présentent des résultats mitigés. Malgré les efforts déployés pour harmoniser les procédures et les réglementations douanières au sein des blocs régionaux et entre ceux-ci, le commerce intra-africain n'a pas connu d'évolution notable. D'importants problèmes subsistent en matière d'obstacles non tarifaires, et la Communauté de développement de l'Afrique australe (SADC) est un bon exemple du fait que même au sein du bloc, le commerce interne à la SADC ne s'est pas développé de manière substantielle. Les problèmes relatifs à l'infrastructure et à la facilitation des échanges entraînent des retards aux frontières. Cependant, les causes profondes liées à la facilitation des échanges sont importantes. La plupart des pays africains (à l'exception de la République démocratique du Congo, de la Guinée-Bissau, du Libéria et de la Mauritanie) ont ratifié les accords de libre-échange, dont la mise en œuvre progresse graduellement. Un système tripartite de transmission de rapports en ligne a été mis en place entre le COMESA, la SADC et la CAE ; son secrétariat participe également à la résolution des problèmes rencontrés par les commerçants transfrontaliers. La SADC a par ailleurs inclus un mandat conjoint de contrôle douanier dans le cadre de l'accord conclu entre ses membres.

19 (UNCTADa, 2021)

20 (T, 2019), cité dans (Ismail, Mobilising E-Commerce for Development in Africa through AfCFTA, 2020)

Au cours des dernières années, la discussion est passée à un niveau supérieur, ses acteurs reconnaissant l'importance du commerce des services et d'autres disciplines liées au commerce telles que l'investissement, la concurrence et les droits de propriété intellectuelle. Les instruments juridiques régissant la ZLECAf traiteront de toutes ces disciplines dans des protocoles distincts, même s'ils se limitent à prévoir des accords de coopération pour la plupart d'entre elles²¹.

Cette référence, qui date de 1991, s'avère particulièrement aujourd'hui, dans le contexte de la Stratégie en matière de commerce électronique. Il y a plusieurs raisons à cela, et toutes renforcent l'importance des communautés économiques régionales à l'avenir, à la fois pour le succès de la ZLECAf, mais aussi pour la croissance globale du commerce électronique sur le continent.

- La plupart des pays africains auront besoin d'aide pour renforcer leurs cyberlégislations, leurs institutions et leur compréhension générale des avantages et des risques liés au commerce électronique. Le fait que le contexte s'apparente plutôt à une « page blanche » offre une occasion d'harmoniser les réglementations nationales au niveau régional, car il est difficile de modifier des réglementations bien établies.
- Les communautés économiques régionales devront servir de terrain d'entente pour promouvoir une vision commune, faute de quoi il sera difficile d'harmoniser les cyberlégislations nationales dans le cadre d'un consensus panafricain. Il peut être plus facile de parvenir à un consensus au niveau des communautés économiques régionales, ce qui peut contribuer à l'établissement d'une vision panafricaine.
- L'alinéa 2 de l'article 19 de l'Accord portant création de la Zone de libre-échange continentale africaine souligne que « les États parties qui sont membres d'autres communautés économiques régionales, d'autres accords commerciaux régionaux et d'autres unions douanières, et qui ont atteint entre eux des niveaux d'intégration régionale plus élevés que ceux prévus par le présent Accord, maintiennent ces niveaux entre eux »²². Il ressort clairement de cet énoncé que l'Accord ne diminue pas l'importance des communautés économiques régionales, mais confirme au contraire leur position, en particulier lorsqu'elles négocient des niveaux élevés d'intégration entre elles.
- Les communautés économiques régionales peuvent servir de point d'ancrage pour la sensibilisation des négociateurs nationaux aux aspects liés au commerce électronique. Comme nous l'avons vu, les négociateurs sont confrontés à un brouillard numérique en ce qui concerne le commerce électronique. Il est donc éminemment nécessaire de les informer sur les principes fondamentaux de ce domaine et sur les implications des questions connexes.

Il convient de noter que malgré la création d'accords de libre-échange et d'unions douanières au sein des communautés économiques régionales d'Afrique, la mise en œuvre de ces textes est relativement faible et les gains en pourcentage du commerce intra-communautés demeurent négligeables. Le commerce électronique pourrait fournir un moyen de réduire les obstacles au commerce (au moins en ce qui concerne l'amélioration de l'accessibilité entre les entreprises et les consommateurs).

21 (Erasmus, What happens to the Communautés économiques régionales once the AfCFTA is in force?, 2019)

22 Accord portant création de la Zone de libre-échange continentale africaine, cité dans (Erasmus, What happens to the Communautés économiques régionales once the AfCFTA is in force?, 2019)

Tableau 3: Initiatives stratégiques des communautés économiques régionales liées au commerce électronique

Communauté économique régionale	Membres	Remarques
Communauté des États sahélo-sahariens (CEN-SAD)	24 États membres (Bénin, Burkina Faso, Comores, Côte d'Ivoire, Djibouti, Égypte, Érythrée, Gambie, Ghana, Guinée-Bissau, Libye, Mali, Mauritanie, Maroc, République centrafricaine, Tchad).	<ul style="list-style-type: none"> · Commission de l'Union africaine une stratégie régionale de commerce électronique n'est en place, mais deux membres (la Tunisie et le Sénégal) poursuivent activement des stratégies d'économie numérique (« Tunisie numérique 2020 » et « Sénégal numérique 2025 »).
Marché commun de l'Afrique orientale et australe (COMESA)	21 États membres, avec des chevronnements Commission de l'Union africaine entre les membres de la CAE, de la SADC et de l'Autorité intergouvernementale pour le développement.	<ul style="list-style-type: none"> · Le Marché commun de l'Afrique orientale et australe dispose d'une stratégie régionale de commerce électronique axée sur la législation, la logistique et le commerce électroniques, associée à la zone de libre-échange numérique. · Mise en œuvre de la zone de libre-échange numérique autour de 3 composantes : <ul style="list-style-type: none"> o Réglementation en ligne (administration en ligne, commerce informatisé) ; o Logistique électronique (certificat d'origine électronique) ; o Commerce électronique (place de marché, passerelle de paiements numériques, application mobile pour les petits commerçants). · Le COMESA dispose d'une stratégie régionale en matière de droits de propriété intellectuelle visant à faciliter la reconnaissance mutuelle de ces droits entre les pays. · Le certificat d'origine électronique est prêt à être mis en service entre 15 pays, le processus ayant été accéléré en raison de la pandémie de COVID-19. Le certificat d'origine électronique facilitera le commerce intrarégional en réduisant les coûts et les délais liés à l'enregistrement, à la demande et à la soumission des certificats, ainsi qu'à la vérification a posteriori des marchandises d'origine. · Le système régional de paiement et de règlement (REPSS) est le système qui relie les banques centrales et les institutions financières (principalement les banques commerciales) au sein de la communauté économique régionale. Il offre le choix de payer en dollars des États-Unis ou en euros dans les États du COMESA. Les paiements sont censés être compensés quotidiennement, bien que certains États accusent des retards problématiques.

<p>Communauté d'Afrique de l'Est (CAE)</p>	<p>6 États membres (Burundi, Kenya, Ouganda, Rwanda, Soudan du Sud et Tanzanie).</p>	<ul style="list-style-type: none"> · La Communauté travaille à l'élaboration d'une stratégie régionale de commerce électronique à l'aide d'un financement de l'Agence allemande de coopération internationale. Cette stratégie se fonde sur les travaux menés par la CNUCED dans la région ainsi que sur l'évaluation régionale réalisée par le Secrétariat de la CAE. · Les instruments suivants se trouvent à différents stades de fonctionnement : <ul style="list-style-type: none"> o Site Web consacré au signalement et à la résolution des obstacles non tarifaires (opérationnel) ; o Passeport biométrique (opérationnel) ; o Guichet unique pour les ports douaniers intra-CAE ; o Système de paiement centralisé – Système de paiement de l'Afrique de l'Est (East Africa Payment System, ou EAPS) (opérationnel) ; o Union douanière (opérationnelle) prévoyant un commerce intra-CAE en franchise de droits et un tarif extérieur commun ; o Portail d'information commerciale (proposé). · En ce qui concerne les systèmes d'identification nationaux, le Kenya, l'Ouganda et le Rwanda reconnaissent déjà la carte d'identité nationale des deux autres pays comme un document valable en lieu et place du passeport. · Deux cadres juridiques régionaux pour le cyberspace, préparés avec le soutien de la CNUCED et adoptés en 2010 et en 2013, couvrent les transactions et les signatures électroniques, la criminalité informatique, la protection des données et de la vie privée, la protection des consommateurs, les droits de propriété intellectuelle, la concurrence, la fiscalité et la sécurité de l'information. · Le cadre relatif aux droits de propriété intellectuelle dans la CAE ne permet pas la reconnaissance mutuelle de ces droits au sein des pays de la Communauté. · Le marché numérique unique de l'Afrique de l'Est, initiative majeure en cours de réalisation, repose sur trois piliers : <ul style="list-style-type: none"> · Marché unique de la connectivité : <ul style="list-style-type: none"> o Supprimer les obstacles au déploiement de l'infrastructure et des services de télécommunications régionaux ; o Encourager les investissements, améliorer les performances, éliminer les différences de prix et de qualité entre les pays côtiers et les pays enclavés ; o Élargir l'accès à la connectivité à tous. · Marché unique des données : <ul style="list-style-type: none"> o Permettre l'échange, le stockage et le traitement sécurisés des données au-delà des frontières ; o Soutenir le déploiement régional de l'infrastructure des données ; o Stimuler l'offre et la demande de services axés sur les données et l'innovation dans toute la région. · Marché unique en ligne : <ul style="list-style-type: none"> o Permettre aux entreprises, aux gouvernements et aux citoyens d'accéder à des services publics et privés en ligne et d'en fournir ; o Effectuer des transactions de commerce électronique ; o Accéder au contenu et aux informations numériques en toute transparence, à partir de n'importe où dans la région.
<p>Communauté économique des États de l'Afrique centrale (CEEAC)</p>	<p>16 membres (Angola, Burundi, Cameroun, Congo, Gabon, Guinée équatoriale, République centrafricaine, République démocratique du Congo, Rwanda, São Tomé et Príncipe et Tchad).</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Pas de stratégie régionale de commerce électronique. · La STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL DE L'AFRIQUE CENTRALE, financée par la Banque africaine de développement, repose sur trois piliers : soutenir le développement des réseaux à large bande et des interconnexions transfrontalières à large bande, assurer l'établissement de systèmes nationaux harmonisés d'identité numérique et soutenir la mise en place de services financiers numériques interoperables.

<p>Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO)</p>	<p>15 membres (Béning, Burkina Faso, Cabo Verde, Côte d'Ivoire, Gambie, Ghana, Guinée, Guinée-Bissau, Libéria, Mali, Niger, Nigéria, Sénégal, Sierra Leone et Togo).</p>	<ul style="list-style-type: none"> · La CEDEAO en est aux premières étapes du développement d'une stratégie de commerce électronique. Elle a toutefois mis en place une politique régionale en matière de technologies de l'information et des communications. · Zone de libre-échange · Les membres de la CEDEAO ont mis en place des passeports biométriques. · Il existe un certain nombre de lois supplémentaires, notamment sur les transactions électroniques, la cybercriminalité (2011), la protection des données à caractère personnel (2010), l'harmonisation des politiques et le cadre réglementaire pour le secteur des technologies de l'information et des communications (2007). · Les initiatives proposées sont les suivantes : <ul style="list-style-type: none"> o Plan directeur des services postaux de la CEDEAO ; o Code douanier de la CEDEAO ; o Interconnectivité douanière ; o Guichets uniques numériques ; o Certificats d'origine électronique de la CEDEAO ; o Postes frontaliers conjoints.
<p>Autorité intergouvernementale pour le développement (IGAD)</p>	<p>8 États membres (Djibouti, Érythrée, Éthiopie, Kenya, Ouganda, Somalie, Soudan et Soudan du Sud).</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Pas de stratégie régionale de commerce électronique. · Élaboration et suivi de la mise en œuvre des lignes directrices et des stratégies en matière de technologies de l'information et des communications. · Les efforts actuels visent à réduire la « fracture numérique » entre la région et le reste du monde. Parmi les autres initiatives figurent des programmes de pépinières d'entreprises et l'amélioration de la capacité des entrepreneurs à exploiter les possibilités des technologies de l'information et des communications ainsi que du commerce électronique.
<p>Communauté de développement de l'Afrique australe (SADC)</p>	<p>16 États membres (Afrique du Sud, Angola, Botswana, Comores, Eswatini, Lesotho, Madagascar, Malawi, Maurice, Mozambique, Namibie, République démocratique du Congo, Seychelles, Tanzanie, Zambie et Zimbabwe).</p>	<ul style="list-style-type: none"> · La SADC a adopté une stratégie de développement des technologies de l'information et des communications en 2010 et une stratégie de commerce électronique en 2012. La stratégie de commerce électronique a pour objectif global d'augmenter les échanges régionaux par commerce électronique de 5 à 10 % sur 5 ans. Sa mission est de renforcer le commerce interentreprises entre les différents pays et de promouvoir le commerce électronique entre les entreprises et les clients à l'intérieur des pays. Cette stratégie repose sur quatre piliers : <i>Un environnement propice au commerce électronique, le développement des capacités pour le commerce électronique dans chaque État membre, le renforcement de l'infrastructure régionale et sous-régionale du commerce électronique, et un cadre institutionnalisé pour mettre en œuvre, faire évoluer et diriger la stratégie actuelle au niveau régional.</i> · Le cadre juridique pour le cyberspace est adopté au niveau régional, comprenant une loi type sur le commerce électronique et les transactions électroniques, une loi type sur la protection des données et une loi type sur la cybercriminalité. · Les objectifs futurs comprennent la création d'une zone de libre-échange numérique. · La SADC dispose d'un système régional intégré de règlement électronique appelé « système à règlement brut en temps réel de la SADC ». Des plans visant à développer des systèmes de paiements transfrontaliers de détail pour les paiements de faible valeur par cartes de crédit et de débit sont en cours d'élaboration.
<p>Union du Maghreb arabe (UMA)</p>	<p>5 États membres (Algérie, Libye, Mauritanie, Maroc et Tunisie).</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Commission de l'Union africaine une stratégie régionale disponible.

Source : (TRALAC, 2019), (Ismail, *Mobilising E-Commerce for Development in Africa through AfCFTA*, 2020), (UNECA et. al. , 2019), recherche d'auteur

Le commerce électronique dans les accords commerciaux régionaux

Le commerce électronique est de plus en plus pris en considération dans les accords commerciaux régionaux, tant sous forme de dispositions réparties dans différents chapitres que sous forme de chapitres autonomes.

Sur les 312 accords commerciaux régionaux en vigueur, 92 contiennent des dispositions relatives au commerce électronique, mais seuls 62 incluent un chapitre consacré au commerce électronique ; il s'agit principalement des accords conclus avec les États-Unis.

1. L'Afrique est la région la moins représentée : seuls 6 pays africains ont adopté des accords commerciaux régionaux connexes, qui sont au nombre de trois. Si deux d'entre ces accords ne font qu'une référence générale au commerce électronique, l'accord conclu entre les États-Unis et le Maroc est plus ambitieux et contient un article détaillé engageant les parties à traiter les produits numériques sans discrimination par rapport aux autres.
2. Les principaux types de problématiques incluses dans les accords commerciaux régionaux vont des définitions aux exceptions générales en passant par les droits de douane, la protection des consommateurs en ligne, la responsabilité des prestataires de services intermédiaires et l'accès à l'utilisation d'Internet²³.

Tableau 4: Catégories de problématiques relatives au commerce électronique dans les accords commerciaux régionaux

Catégorie d'engagements	Exemples
Accès au marché	Droits de douane, questions d'évaluation, circulation des personnes physiques, accès aux données
Règles et règlements	Droits de propriété intellectuelle, protection des informations à caractère personnel, protection des consommateurs, messages commerciaux non sollicités
Facilitation	Commerce informatisé, signatures électroniques, authentification numérique

Cité dans (UNECA et. al. , 2019)

Encadré 1: Le commerce numérique dans les accords commerciaux asiatiques

Trois accords commerciaux auxquels l'Afrique n'est pas partie présentent des efforts d'intégration des problématiques liées au commerce numérique. Il s'agit de l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP), de l'Accord de partenariat sur l'économie numérique et de l'Accord sur l'économie numérique.

L'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste prévoit une série d'engagements, énoncés dans un chapitre sur le commerce électronique et dans d'autres chapitres, qui abordent les questions liées au commerce numérique. Onze dispositions sont présentées comme des obligations strictes, tandis que sept sont indiquées comme des obligations souples (les parties devant faire tout leur possible pour y répondre). L'Accord exige des membres qu'ils autorisent les transferts de données transfrontaliers complets et interdit la localisation des données des installations et des services informatiques, les exigences de transfert de technologie dans le cadre de la conduite des affaires et l'imposition de droits de douane ou de taxes sur le trafic Internet. Il existe toutefois des exemptions dans des domaines sensibles, tels que la protection des consommateurs, la protection de la vie privée et la sécurité nationale.

S'inspirant de l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste, le Chili, la Nouvelle-Zélande et Singapour ont ensuite signé l'Accord de partenariat sur l'économie numérique début 2020, et l'Australie et Singapour ont signé et approuvé l'Accord sur l'économie numérique en août 2020.

L'Accord de partenariat sur l'économie numérique, en particulier, vise à fournir des solutions modulaires aux gouvernements, quel que soit leur emplacement. Les différents modules contenus dans l'Accord de partenariat sur l'économie numérique sont destinés à être « repris » et insérés dans les négociations d'accords commerciaux en cours, à devenir la base d'accords commerciaux supplémentaires « exclusivement numériques » ou à être intégrés dans d'autres initiatives numériques régionales ou mondiales. L'objectif principal est de favoriser la diffusion de ce type d'approches dans des contextes qui correspondent mieux au niveau de confort des participants.

Bien que le contenu exact de ces trois accords varie, tous contiennent un ensemble similaire d'objectifs généraux, notamment la nécessité :

- De réduire les obstacles commerciaux à l'économie numérique ;
- D'élaborer des normes compatibles et de créer une plus grande harmonisation réglementaire pour faciliter l'interopérabilité et instaurer la confiance ;
- D'inclure des mécanismes de coopération et de renforcement des capacités, en particulier pour les petites entreprises du domaine numérique ;
- D'accepter la transparence et la consultation public-privé ;
- D'encourager la confiance des consommateurs dans leurs achats transfrontaliers en ligne ;
- D'envisager des domaines réglementaires innovants pour une coopération future.

Source : (Elms, 2020)

23 Cité dans (UNECA et. al. , 2019)

Administration en ligne

L'édition 2020 de l'enquête des Nations Unies sur le développement de l'administration en ligne et l'indice qui l'accompagne (EGDI) fournissent des informations importantes sur l'état de l'administration en ligne en Afrique. Dans l'ensemble, les pays africains peinent à déployer des politiques et des systèmes d'administration en ligne efficaces. Sept des huit pays ayant obtenu les scores les moins élevés se trouvent en Afrique et appartiennent au groupe des pays les moins avancés. Les scores moyens régionaux des pays d'Afrique sont inférieurs de près d'un tiers à la moyenne mondiale de l'index. Les principaux facteurs qui contribuent à ces résultats sont les faiblesses de l'infrastructure des technologies de l'information et des communications, les lacunes du cadre juridique pour le cyberspace, les problèmes liés à l'énergie, les lacunes des systèmes d'interopérabilité et de collaboration ainsi que les failles de l'infrastructure des données²⁴. L'analphabétisme numérique parmi les citoyens et au niveau des microentreprises ainsi que des PME a également une incidence négative. L'infrastructure d'identification numérique, l'un des éléments fondamentaux de l'administration en ligne, est très faible : plus de 500 millions d'Africains n'ont pas d'identité numérique.

Pourtant, des progrès ont été accomplis. L'Afrique du Sud, Maurice et les Seychelles occupent le haut du classement au niveau continental, et le nombre de pays figurant dans le groupe élevé de l'index EGDI a presque doublé depuis 2018, passant de 8 à 14 et représentant désormais 26 % de la région. Huit pays sont passés du groupe à résultats faibles au groupe à résultats moyens (Soudan, Mali, Mauritanie, Comores, Djibouti, Guinée et Guinée équatoriale) et huit sont passés du groupe à résultats moyens au groupe à résultats élevés de l'index EGDI (Namibie, Cabo Verde, Égypte, Gabon, Botswana, Kenya, Algérie et Zimbabwe)²⁵.

La pandémie de COVID-19 a joué un rôle majeur en réaffirmant l'importance de l'administration en ligne en tant que mécanisme d'amélioration des services du secteur public pour les citoyens et pour les entreprises, mais aussi en tant que mécanisme d'adaptation face aux pandémies actuelles et futures et autres événements similaires.

CADRE STRATÉGIQUE POUR L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE ; GROS PLAN SUR LE MORATOIRE RELATIF AUX DROITS DE DOUANE SUR LES TRANSMISSIONS ÉLECTRONIQUES

Le moratoire relatif aux droits de douane sur les transmissions électroniques constitue une autre question épineuse dans les négociations de l'OMC. Ce moratoire est prolongé tous les deux ans depuis son adoption, en 1998, et les membres se livrent à un débat houleux sur la question de savoir s'il faut le rendre permanent et s'il doit s'appliquer aux transmissions électroniques (c'est-à-dire au service de livraison fournissant des services et des produits sur Internet) ou au contenu proprement dit. Les conditions d'exemption sont également importantes pour les gouvernements du point de vue de la génération de revenus.

Les pays en développement sont pour la plupart réticents à l'idée de pérenniser le moratoire, tandis que les pays développés, menés par les membres de l'OMC, notamment les États-Unis, l'Union européenne et Singapour, y sont favorables. La cause profonde de la lenteur des progrès à cet égard est la même que pour les questions de gouvernance des données telles que la circulation transfrontalière des données : les pays industrialisés souhaitent maintenir leur positionnement et exploiter de nouvelles sources de croissance au sein de l'économie numérique ; pour eux, les droits de douane perçus sur ces transmissions constituent un obstacle à la pénétration des marchés des pays en développement, notamment les grands marchés africains encore inexploités. Pour les pays en développement, il est nécessaire de mieux comprendre les implications des recettes douanières ou fiscales gagnées ou perdues en raison du moratoire. La croissance rapide des produits numériques, qui surpassent et, dans certains cas, remplacent les biens physiques dans le cadre du commerce, suscite également des débats sur les conséquences des pertes tarifaires qu'engendrerait un moratoire permanent. Les nouvelles technologies, par exemple les technologies 3D où la chaîne de valeur est répartie entre plusieurs pays et où il est compliqué d'attribuer les pourcentages réels de répartition de la valeur, donnent également du fil à retordre aux décideurs politiques. Encore une fois, cette situation s'explique par le fait que les pays africains, en particulier, s'efforcent encore de comprendre toutes les implications du commerce numérique et sont donc réticents à l'idée de pérenniser le moratoire.

L'Inde et l'Afrique du Sud ont récemment déclaré²⁶ au Conseil général de l'OMC que le moratoire équivaut à l'octroi, par les pays en développement, d'un accès en franchise de droits à leurs marchés aux pays numériquement avancés. Elles ont en outre affirmé que le moratoire a des effets « catastrophiques » sur la croissance économique, sur l'emploi et sur la réalisation des objectifs de développement durable dans les pays en développement. Dans leur communication, l'Inde et l'Afrique du Sud segmentent les effets néfastes du moratoire en pertes de recettes douanières, en conséquence sur l'industrialisation, en répercussions sur l'utilisation de technologies numériques comme l'impression 3D dans la fabrication, ainsi qu'en pertes d'autres droits et charges.

Ce point de vue est soutenu par une étude récente²⁷ qui estime les pertes à 10 milliards d'USD pour la seule année 2017, dont 2,6 milliards d'USD pour les pays subsahariens. L'un des principaux arguments contre le moratoire est qu'il a été conclu à une époque où les produits numériques étaient échangés en très faibles quantités. Aujourd'hui, la situation a changé et de grandes quantités de films, de livres électroniques, de musique, de jeux et d'autres produits numériques sont échangés en ligne ; cette croissance a augmenté de façon exponentielle pendant la pandémie.

L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) a également publié un document de recherche²⁸ recommandant plutôt la prolongation du moratoire car, dans l'ensemble, ses répercussions sur

24 (UNDESA, 2020)

25 Informations provenant de (UNDESA, 2020)

26 Voir https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S009-DP.aspx?language=E&CatalogueIdList=264789%2c264692%2c263985%2c262610%2c262031%2c261632%2c261432%2c261434%2c259951%2c259601&CurrentCatalogueId-Index=4&FullTextHash=&HasEnglishRecord=True&HasFrenchRecord=True&HasSpanishRecord=True.
27 Rashmi Banga (économiste de la CNUCED), <https://unctad.org/news/should-digitally-delivered-products-be-exempted-customs-duties>, 2019.

28 (Andrenelli & González, 2019)

les recettes devraient être relativement faibles et son expiration se ferait au détriment de gains plus importants pour l'économie²⁹.

Il convient de noter que l'argument initial en faveur d'un moratoire était que celui-ci était justifié par les difficultés techniques rencontrées pour évaluer les droits sur ces transmissions. Les technologies et les processus émergents pourraient bientôt permettre de surmonter ces obstacles, ce qui explique peut-être pourquoi certains pays et organisations comme l'Australie, la Nouvelle-Zélande, l'Union européenne, l'Indonésie et l'Inde ont ajouté des lignes tarifaires permettant de prélever des droits de douane sur certains produits numériques transmis par voie numérique.

Encadré 2: Arguments pour et contre la pérennisation du moratoire sur les transmissions électroniques

- **Les partisans d'un moratoire permanent font valoir que celui-ci peut apporter des gains importants, y compris sur les aspects suivants :**
 - Le moratoire contribue à l'essor du commerce numérique en empêchant la mise en place d'obstacles commerciaux tels que des droits de douane contraignants.
 - Le moratoire aide les consommateurs à accéder à de nouveaux produits et services, et permet aux entreprises, en particulier aux microentreprises et aux PME, d'accéder à de nouveaux marchés (Chambre de commerce internationale, 2019).
 - Les coûts d'opportunité du moratoire eu égard aux recettes perdues (par ex. la perte de recettes douanières) sont faibles et les avantages de la conduite du commerce électronique dans le cadre du moratoire dépassent les coûts de ces recettes perdues. Les avantages du moratoire ne devraient pas se concentrer uniquement sur les conséquences en matière de recettes, mais également sur des avantages économiques plus larges. Par exemple, étant donné que les transmissions électroniques impliquent des réductions considérables des coûts de transport, elles peuvent égaliser les conditions de concurrence pour les pays en développement souvent confrontés à des coûts de transport plus élevés (OCDE, 2019).
- L'instauration de droits de douane pourrait entraîner une hausse des coûts pour les consommateurs, en fonction de la manière dont ces droits sont répercutés. Ce phénomène pourrait engendrer une baisse de la production et de la productivité nationales et représenter un protectionnisme numérique incarné par une nouvelle forme de substitution des importations.
- **Arguments contre la pérennisation du moratoire**
 - Étant donné que le commerce numérique prend une ampleur qui était inimaginable à l'époque, l'imposition du moratoire entraînera une « fuite de recettes » ou des pertes de recettes douanières, puisqu'il sera interdit aux pays d'imposer des droits de douane qu'ils auraient pu mettre en place en l'absence du moratoire.
 - L'absence de compréhension commune du terme « transmis par voie électronique » parmi les membres de l'OMC n'a pas été résolue. Les études estimant l'incidence de la perte potentielle de recettes indiquent entre 280 millions et 8,2 milliards d'USD, en fonction de diverses hypothèses sous-jacentes, notamment les flux commerciaux couverts et les types de droits de douane appliqués.
 - Alors qu'imposer des droits de douane sur les transmissions électroniques était jugé impossible en 1998, les progrès technologiques en matière de traçage et d'évaluation des transmissions électroniques au cours des deux dernières décennies ont rendu la perception de tels droits techniquement réalisable. Au vu des progrès réalisés en matière de traçage et d'évaluation des transmissions électroniques, plusieurs pays, par exemple la Nouvelle-Zélande, ont ainsi commencé à imposer des taxes sur les transmissions électroniques.

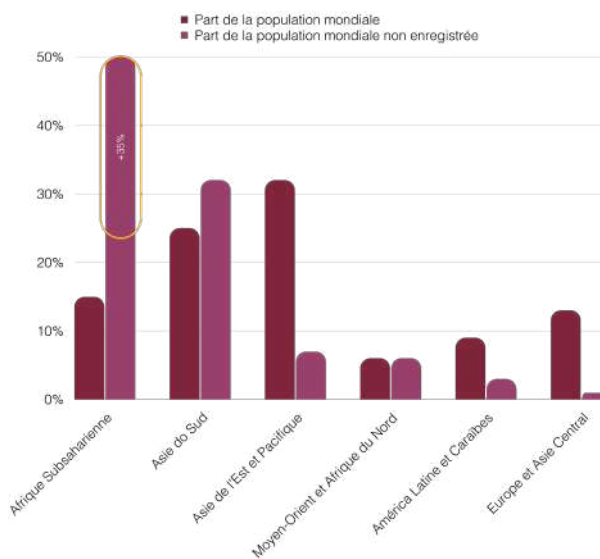
Source : CNUCED (2021). *What is at stake for developing countries in trade negotiations on E-commerce. The case for the joint statement initiative. Nations Unies. Comprend de nombreuses sources.*

29(Andrenelli & González, 2019)

CADRE STRATÉGIQUE POUR L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE: GROS PLAN SUR L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE

En Afrique, la fragmentation des systèmes d'enregistrement des faits d'état civil et d'identification a rendu 542 millions de personnes invisibles, dépourvues d'identité numérique officielle. L'Afrique concentre ainsi 50 % de la population mondiale qui vit sans pièce d'identité, alors qu'elle n'abrite qu'un sixième de la population mondiale. Des pourcentages stupéfiants des populations de la Somalie et du Nigéria, c'est-à-dire respectivement 77 % et 72 %, ne sont pas inscrites dans les registres. Cette situation a de graves conséquences, tant sociales qu'économiques, en ce qui concerne les services de santé, les certificats fiscaux, les documents de voyage, l'ouverture de comptes bancaires, l'exercice de la franchise et l'établissement de crédits³⁰. Curieusement, toutefois, le secteur du commerce électronique du Nigéria est le plus avancé du continent. Cette dichotomie pourrait s'expliquer par le fait que la majeure partie de l'activité de commerce électronique est réalisée par des entreprises chefs de file et que le secteur ne s'est pas encore étendu aux microentreprises et aux PME, où l'enregistrement et le manque d'identification officielle des entrepreneurs et des entreprises peuvent constituer un obstacle.

Figure 3: Part régionale de la population mondiale dans son ensemble et de la population mondiale non inscrite dans les registres (estimation concernant l'année 2018)



Source : Base de données de l'initiative Identification pour le développement (ID4D) de la Banque mondiale, 2018.

En l'absence d'une infrastructure nationale d'identification complète, il est difficile pour les gouvernements de garantir la fourniture de services et d'avantages aux citoyens tout en élargissant l'assiette fiscale. Au niveau régional, les cas d'utilisation de l'identification numérique peuvent être pertinents pour les évaluations douanières et les évaluations de la TVA, en plus de la vérification de l'identité. L'absence de cadres d'identité numérique au niveau national, qui peuvent être utilisés conjointement par les autorités au niveau régional, entraînera une fragmentation importante, et il sera impossible de mettre véritablement en œuvre la ZLECAf.

30 <https://ecadigitalforum.com/digital-id/>.

Les technologies biométriques font l'objet de développements prometteurs. Une cinquantaine de pays africains délivrent des passeports électroniques. En 2020, le Gouvernement tanzanien a rendu obligatoire l'enregistrement biométrique de tous les utilisateurs de cartes SIM du pays, si bien que la grande majorité des citoyens disposent désormais d'une identité biométrique³¹.

La numérisation de la carte d'identité, ou la délivrance de cartes d'identité numériques, est considérée comme la meilleure solution pour résoudre le problème de l'identification en Afrique (et dans le monde). L'identité numérique joue un rôle central dans le développement de l'administration en ligne et dans l'applicabilité des données, car elle constitue la base sur laquelle les organismes peuvent partager les données en interne et entre eux en toute sécurité afin d'améliorer les services publics et leur prestation³². L'identification numérique contribue directement à l'objectif de développement durable n° 16.

Une carte d'identité numérique fondée sur des normes, « importable » au-delà des frontières et permettant l'interopérabilité avec d'autres plateformes numériques, telles que les systèmes de paiement, est également nécessaire pour répondre aux aspirations de la ZLECAf en matière de libre circulation des personnes et de développement d'un marché numérique commun. De solides réglementations en matière de cybersécurité et de cybercriminalité, ainsi qu'une infrastructure connexe, seront des conditions indispensables à l'établissement de tout système d'identification numérique de ce type.

Les dix principes essentiels suivants ont été proposés par le Centre d'excellence de la Commission économique pour l'Afrique pour l'identité, le commerce et l'économie numériques en tant que recommandations aux gouvernements lors de l'élaboration de cadres d'identification numérique. De toute évidence, le développement d'une infrastructure d'identification numérique solide au niveau national, qui devra être sûre, sécurisée et interopérable au niveau régional, est un investissement important, mais complexe, qui nécessite une forte coopération régionale.

Principes	Description
Inclusion	<ul style="list-style-type: none"> Les systèmes d'identité numérique doivent être inclusifs, et leur conception ainsi que leur mise en œuvre doivent accorder une place centrale aux droits et aux intérêts des Africains. Les pays s'efforceront d'éliminer toute disparité dans la disponibilité de l'identité numérique et de l'identité juridique, y compris le coût et la disponibilité de systèmes modernes d'identité juridique par l'intermédiaire des technologies mobiles et numériques. Ils supprimeront les obstacles à l'accès à ces systèmes et à leur utilisation, notamment par les femmes, les jeunes, les populations à faible revenu, les résidents ruraux, les réfugiés et les migrants, entre autres. L'identité numérique ne découle pas de la citoyenneté et ne confère pas celle-ci. Elle sera fournie aux citoyens comme aux non-citoyens. Les Africains et toutes les personnes résidant en Afrique auront le droit d'utiliser des systèmes d'identité numérique pour prouver leur identité auprès de tous les services publics ou privés. L'obtention d'une identité numérique ne doit pas être obligatoire pour bénéficier de services essentiels. Il doit donc exister une alternative facilement accessible et rentable. Des mécanismes de traitement des exceptions seront mis en place pour garantir que les faux échecs d'authentification ne conduisent pas à un déni de service.
Protection de la vie privée	<ul style="list-style-type: none"> Les systèmes d'identité numérique seront conçus de manière à donner aux individus des moyens d'action et à protéger leur vie privée en ligne, ce qui est un droit fondamental. Le consentement des personnes incluses dans le système est requis pour la saisie et le traitement de leurs données. Les systèmes d'identité numérique intégreront la protection de la vie privée par nature et en vertu de la loi, y compris le principe de minimisation des données (seules les données minimales requises pour identifier une personne de manière unique seront saisies). Les Africains, en tant que citoyens numériques, sont habilités à gérer leur identité et doivent être sensibilisés aux pratiques associées à son utilisation et à sa divulgation. Les raisons de la collecte, de l'utilisation, de la divulgation et de la conservation des informations à caractère personnel identifiables doivent être clairement divulguées au moment de leur collecte ou avant celle-ci. Les données à caractère personnel ne doivent pas être utilisées ou divulguées à des fins autres que celles pour lesquelles elles ont été recueillies, sauf avec le consentement de la personne concernée ou si la loi l'autorise. Les personnes doivent avoir accès à des voies de recours en cas de violation de leur vie privée, y compris pour corriger ou mettre à jour leurs données.

31 <https://www.un.org/africarenewal/magazine/february-2021/african-countries-embracing-biometrics-digital-ids>

32 (UNDESA, 2020)

Sécurité et mesures de protection	<ul style="list-style-type: none"> La confidentialité, l'intégrité et la disponibilité des données à caractère personnel doivent constituer une priorité absolue dans le développement des systèmes d'identité numérique, et les bonnes pratiques de sécurité seront prises en compte dans la conception, la mise en œuvre et la gouvernance des systèmes d'identité numérique. La sécurité doit s'appliquer tant à la gestion en amont (collecte et utilisation des données) qu'à la gestion en aval (stockage et propriété des données) afin de minimiser la vulnérabilité du système face aux menaces internes ou externes et de mettre en œuvre des mesures de protection en cas de violation de la sécurité et d'utilisation abusive. Cette sécurité peut être assurée au moyen de capacités cryptographiques solides, d'un contrôle d'accès par couches ou d'autres contrôles croisés de ce type. Les pays doivent déterminer s'ils souhaitent investir dans un système de stockage des données robuste et centralisé, protégé de manière uniforme contre les violations, ou dans un système fédéré ou décentralisé composé de plusieurs serveurs.
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> Les systèmes d'identité numérique et les données à caractère personnel qu'ils contiennent doivent être protégés par un cadre juridique et réglementaire couvrant la confidentialité des données, la sécurité et les droits des utilisateurs prévus par les présents principes. Des rôles et des attentes clairs régissant le comportement des administrateurs du système peuvent inclure des limitations d'accès et des politiques qui délimitent les responsabilités et les obligations des personnes qui interagissent avec les données d'identification sous toutes leurs formes. L'application des principes et des cadres juridiques décrits ci-dessus sera soumise à des audits de surveillance indépendants et permettra aux personnes d'accéder à des mécanismes de réclamation indépendants en cas d'utilisation abusive ou de violation de leurs données à caractère personnel. Comme convenu dans la Convention de Malabo, les pays africains doivent mettre en place des autorités de protection des données dotées d'un financement suffisant, qui veilleront au respect des lois sur la protection de la vie privée et des données. Du point de vue de la mise en œuvre, la surveillance attentive des organes directeurs peut aider à identifier et à contrôler les faiblesses systémiques ainsi qu'à prendre régulièrement et rapidement les mesures correctives nécessaires afin d'accroître continuellement l'efficacité et de prévenir activement les défaillances du système.
Systèmes existants	<ul style="list-style-type: none"> Les systèmes d'identité numérique doivent être développés dans le but de renforcer les systèmes d'enregistrement des faits d'état civil et de statistiques de l'état civil. Il convient notamment de prendre des mesures pour assurer l'enregistrement des naissances, des mariages et des décès, ainsi que d'investir dans le renforcement des capacités et des infrastructures pour moderniser les systèmes d'enregistrement des faits d'état civil et de statistiques de l'état civil au niveau national. La capacité d'intégrer ces systèmes aux systèmes existants, le cas échéant, et de respecter la protection des données et de la vie privée, y compris la limitation de la finalité, permettra d'amplifier le retour sur investissement ainsi que les avantages globaux pour les individus et pour les États membres.
Interopérabilité	<ul style="list-style-type: none"> Les systèmes d'identité numérique doivent être interopérables, le cas échéant, et conformes aux normes de sécurité des données et de protection de la vie privée. Les pays soutiendront les efforts visant à garantir que les identifiants uniques et les modalités de validation des justificatifs d'identité soient authentifiés par un système de confiance, encadré par des systèmes et des politiques réglementaires. L'interopérabilité peut être assurée par des normes en matière de données, de réglementations ou de technologies fonctionnant conjointement avec les systèmes d'identité numérique. L'objectif d'interopérabilité ne doit pas aller à l'encontre du principe de minimisation des données en permettant la collecte d'un trop grand nombre de points de données sur les individus par l'intermédiaire de systèmes interconnectés, d'une manière qui porterait atteinte à leur droit à la vie privée dans chaque interaction.
Neutralité	<ul style="list-style-type: none"> Les systèmes d'identité numérique mis en œuvre en Afrique seront construits à l'aide de normes ouvertes[12] et seront neutres à l'égard de tout fournisseur ou de toute technologie. Pour faciliter l'interopérabilité et l'échange de données entre produits ou services, les normes utilisées dans les systèmes d'identité numérique seront accessibles au grand public et devront être élaborées ou approuvées dans le cadre de processus inclusifs, collaboratifs et consensuels. Les gouvernements conserveront la souplesse nécessaire pour adopter la technologie la plus adaptée à leurs objectifs politiques, y compris l'interopérabilité et la sécurité. Il convient d'évaluer la technologie choisie pour garantir sa capacité à supporter la taille totale de la population et sa compatibilité avec l'infrastructure disponible.
Normes	<ul style="list-style-type: none"> L'Union africaine, les communautés économiques régionales et la Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique, ainsi que les partenaires d'exécution concernés, notamment l'ONU et la Banque mondiale, collaboreront pour élaborer des normes continentales et régionales, notamment en ce qui concerne les protocoles d'authentification, les champs de données minimaux, les protocoles de déduplication, les formats biométriques et autres formats, les réglementations types et d'autres normes, selon les besoins, afin de permettre aux pays de suivre un cadre régional et de s'aligner sur celui-ci. Cette démarche doit permettre l'utilisation de plateformes numériques sur l'ensemble du continent, y compris en exploitant les possibilités de services et de transactions nationaux et transfrontaliers, dans l'intérêt de tous les Africains.

Propriété	<ul style="list-style-type: none"> · Les Africains sont propriétaires de leurs données d'identité numérique et doivent en garder le contrôle. · Les données à caractère personnel appartiennent en dernier ressort aux individus, lesquels les confient à des entités publiques et privées pour leur permettre de fournir des services en toute légalité, conformément à leurs droits en tant qu'Africains. · Les bases de données contenant les données d'identification personnelle des Africains doivent demeurer confidentielles et être conservées en sécurité sous la gouvernance des autorités désignées, y compris les gouvernements nationaux et les institutions régionales, avec l'accord des États membres. · Il convient de choisir un modèle de gouvernance visant à équilibrer toutes les préoccupations pertinentes en matière de sécurité et de protection de la vie privée, en prenant en considération le droit à la vie privée ainsi que le droit des utilisateurs finaux à un choix éclairé sur l'utilisation de leurs données, et en éliminant tous les obstacles entravant une mise en œuvre efficace. Les initiatives d'identité numérique génèrent de grands volumes de données, qui nécessitent des structures de propriété sûres et efficaces. · Chaque pays doit s'assurer que les données à caractère personnel des individus ne sont pas vulnérables aux risques de sécurité internes et externes, qu'elles protègent les droits et les libertés de tous les détenteurs d'identité (y compris les considérations particulières concernant les enfants, les réfugiés et d'autres personnes vulnérables) et qu'elles sont approuvées par un groupe représentatif de parties prenantes sur la base d'un ensemble de principes et de critères transparents.
Responsabilité	<ul style="list-style-type: none"> · Le respect de ces principes sera évalué par le Mécanisme africain d'évaluation par les pairs. · Les principes décrits ci-dessus seront articulés sous la forme d'un cadre permettant au pays d'évaluer par lui-même ses systèmes d'identité juridique et numérique, ce qui servira de base à la discussion entre pairs au sein de ce pays. · Le Mécanisme permettra de renforcer l'appropriation et l'harmonisation par les Africains de l'identité numérique et de ses applications.

Source : CEA, disponible à l'adresse suivante : <https://ecadigitalforum.com/digital-id/>

Encadré 3: L'initiative « Identification pour le développement » (ID4D) de la Banque mondiale

L'initiative « Identification pour le développement » (ID4D) de la Banque mondiale apporte une aide globale aux pays en développement, notamment en Afrique, pour leur permettre de mettre en place des systèmes d'identité numérique et de les exploiter dans divers domaines thématiques prioritaires : développement numérique, protection sociale, santé, inclusion financière, gouvernance, genre et questions juridiques. En Afrique, la question de l'identité numérique, profondément ancrée et difficile à traiter, peut perturber la promesse de la ZLECAf, qui repose sur la libre circulation des personnes et des échanges (procédures requérant une identification). Cependant, ce problème ne concerne pas seulement le commerce : l'absence d'identité crée des populations invisibles, privées de toute une série de services.

La Banque mondiale observe ce qui suit : ³³

- Des systèmes d'identité numérique fiables et inclusifs peuvent aussi renforcer la transparence et l'efficacité de la gouvernance, ainsi que la prestation de services publics.
- Ils peuvent aider les pouvoirs publics à réduire les fraudes et les pertes dans les paiements aux particuliers, faciliter de nouveaux modes de prestation des services et accroître globalement l'efficacité de l'administration. Mais pouvoir vérifier facilement et avec certitude l'identité d'une personne est aussi crucial pour le développement du secteur privé.
- Les systèmes d'identité numérique permettront aux entreprises de diminuer les charges d'exploitation liées à leurs obligations de contrôle (en recourant à des processus *Know Your Customer* électroniques, par exemple) et d'élargir leur clientèle, tout en contribuant plus largement à la création de nouveaux marchés et à un environnement favorable aux entreprises.

Selon la Banque mondiale, l'initiative aide directement les pays à atteindre la cible 9 de l'objectif de développement durable n° 16 : « D'ici à 2030, garantir à tous une identité juridique, notamment grâce à l'enregistrement des naissances », et à progresser vers des dizaines d'autres objectifs, tels que l'élimination de la pauvreté, la réduction des inégalités, l'égalité des genres et l'autonomisation des femmes, la migration sûre et ordonnée, la couverture sanitaire universelle et l'inclusion financière, entre autres.

³³ <https://www.banquemondiale.org/fr/news/immersive-story/2019/08/14/inclusive-and-trusted-digital-id-can-unlock-opportunities-for-the-worlds-most-vulnerable>.

Objectifs stratégiques

Établir et harmoniser les définitions du commerce électronique aux niveaux national, régional et de la ZLECAf

Accélérer le renforcement des capacités des négociateurs et des responsables politiques

Développer des pistes institutionnelles et renforcer la coordination interministérielle entre les différentes entités

Intégrer le commerce électronique dans les programmes de développement nationaux et régionaux et dans les activités de développement sectoriel

Renforcer les capacités nationales de collecte de statistiques sur le commerce électronique

Élaborer et déployer des systèmes nationaux d'identification numérique alignés au niveau régional

1. Établir et harmoniser les définitions du commerce électronique aux niveaux national, régional et de la ZLECAf

Cet objectif stratégique vise à assurer l'harmonisation des définitions du commerce électronique aux niveaux national, régional et continental, ainsi qu'une compréhension et une application communes de ces définitions. Cette démarche facilitera également l'alignement et l'harmonisation des politiques et des réglementations adoptées au niveau national avec les niveaux régional et continental.

2. Accélérer le renforcement des capacités des négociateurs

Cet objectif stratégique vise à renforcer les capacités des négociateurs lorsqu'ils entament les négociations prévues dans le cadre de l'Accord portant création de la Zone de libre-échange continentale africaine sur le protocole relatif au commerce électronique. Les activités comprennent des programmes de formation structurés qui se concentrent d'abord sur les principes fondamentaux initiaux, puis abordent plus en détail certains domaines thématiques si nécessaire.

3. Développer des pistes institutionnelles et renforcer la coordination interministérielle entre les différentes entités

La coordination institutionnelle au niveau national est essentielle pour la croissance de l'écosystème du commerce électronique. À cet égard, la Stratégie met l'accent sur la nécessité de garantir une appropriation claire de la fonction de commerce électronique par les différents ministères et de délimiter les responsabilités dans le cadre plus large du secteur public.

4. Intégrer le commerce électronique dans les programmes de développement nationaux et régionaux et dans les activités de développement sectoriel

Les activités menées dans le cadre de cet objectif stratégique visent à intégrer les principes du commerce électronique dans l'ensemble des programmes de développement nationaux et régionaux, ainsi qu'à garantir que les activités de développement sectoriel comprennent des éléments dédiés au commerce électronique, le cas échéant. Par exemple, la Stratégie recommande d'intégrer les principes liés au commerce électronique dans les initiatives de développement du secteur productif (par exemple les stratégies sectorielles et les initiatives de développement des capacités) qui impliquent une approche axée sur le marché. L'objectif global sera de garantir que les dispositions relatives au commerce électronique se reflètent aux niveaux macro, méso et micro pour les secteurs naturellement alignés sur le commerce électronique.

La Stratégie recommande également d'entreprendre des évaluations du commerce et de l'économie numérique (y compris les évaluations de l'état de préparation au commerce électronique menées par la CNUCED ainsi que des évaluations similaires) afin d'assurer une compréhension large, mais informative de l'état actuel de l'écosystème du commerce électronique. Lorsque la maturité de l'écosystème du commerce électronique atteint un seuil minimal, des stratégies de commerce électronique doivent être mises en place pour chaque pays.

5. Renforcer les capacités nationales de collecte de statistiques sur le commerce électronique

L'élaboration de politiques rationnelles requiert des statistiques pertinentes et mises à jour. Cet objectif stratégique reconnaît les faiblesses générales des bureaux nationaux de collecte de statistiques et recommande des actions pour combler ces lacunes. Il s'agit notamment de développer des comptes satellites pour la valeur ajoutée numérique de toutes les activités économiques, afin de faciliter la collecte de statistiques relatives à l'économie numérique des différents pays africains.

La Stratégie recommande également de prendre en compte les avantages qu'apportent les initiatives d'ouverture des données publiques, dans le cadre desquelles les informations du secteur public sont partagées avec le grand public afin d'être utilisées dans la recherche et dans les activités économiques. Une plateforme de données interactive à l'échelle de l'Union africaine ou régionale (similaire aux bases de données de l'indicateur du développement dans le monde ou de la World Integrated Trade Solution) peut être envisagée pour garantir que les avantages s'étendent au-delà des frontières nationales.

6. Élaborer et déployer des systèmes nationaux d'identification numérique à l'échelle nationale et régionale

La reconnaissance au niveau régional des identifications numériques nationales sera essentielle pour le commerce et pour les considérations socio-économiques, déterminant à terme le succès des initiatives d'administration en ligne et de la libre circulation des biens et des services, entre autres. C'est pourquoi la Stratégie met l'accent

sur l'amélioration des capacités nationales en matière d'initiatives d'identification numérique et sur la nécessité de veiller à ce que celles-ci soient compatibles avec les autres systèmes d'identification qui verront le jour sur le continent à moyen et à long terme.

Composante 2 : Places de marché

Aperçu de la répartition des places de marché africaines	Vecteurs de croissance	Défis à relever pour les places de marché africaines
<ul style="list-style-type: none"> • Les places de marché constituent le fer de lance dans le paysage émergent du commerce électronique africain, bien davantage que les boutiques en ligne basées sur les détaillants individuels et sur les marques. • La plupart des places de marché africaines sont nationales : il existe très peu de places de marché régionales ou panafricaines. Un petit nombre de pays concentrent l'essentiel de l'activité des places de marché. • La majeure partie de l'activité de commerce électronique est menée par un certain nombre d'acteurs principaux des places de marché. • Le segment interentreprises est mal desservi, mais offre un certain potentiel pour l'avenir. • Les systèmes postaux diversifient progressivement leurs activités pour s'aligner sur le commerce électronique. • Les places de marché recourent à un certain nombre de mesures pour améliorer la fiabilité des fournisseurs. • Les communautés économiques régionales commencent à envisager la création de places de marché régionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les places de marché comblent un écart décisif entre l'offre et la demande en Afrique. • Les places de marché (qu'elles reposent sur des systèmes de petites annonces ou sur des transactions) contribuent à l'abaissement de certains obstacles importants qui entravent l'entrée sur le marché pour les microentreprises et les PME. • Les principales places de marché bénéficient du soutien d'investisseurs. • Le développement d'infrastructures alternatives et non traditionnelles vise à compenser les lacunes des infrastructures de paiement conventionnelles. • Les places de marché bénéficient de la croissance de l'économie des plateformes au sens large et de la convergence entre les secteurs de la banque, de l'informatique et des télécommunications ainsi que du commerce de détail. • L'activité des places de marché est tirée par certaines économies, et il existe une relation directe entre la croissance des places de marché et la taille ou la maturité de l'économie du pays. • Les leaders des places de marché investissent verticalement pour créer leur propre infrastructure, notamment dans les domaines de la logistique et des paiements. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le brouillard numérique dominant auquel sont confrontés les régulateurs et les décideurs politiques africains entrave l'élaboration de politiques favorables aux places de marché. • Les places de marché qui cherchent à se développer peinent à surmonter le manque d'harmonisation des cadres juridiques pour le cyberspace sur les marchés africains. • Le paysage fiscal des plateformes est inadapté dans la majorité des pays africains. L'incertitude logistique est l'un des principaux obstacles au commerce électronique transfrontalier en Afrique. • La fragmentation des infrastructures relatives aux technologies de l'information et des communications sur le continent alimentera les inégalités dans la fourniture de services par les places de marché. • Il s'avère que le commerce social est un terrain d'échange important pour les microentreprises et les PME. • Les problèmes liés aux connaissances et à la confiance des consommateurs continueront d'entraver les perspectives de croissance des places de marché, en particulier dans les pays où le niveau de préparation à l'ère électronique est faible. • Les places de marché dirigées par les partenaires de développement connaissent des problèmes de durabilité. • Les restrictions liées à la localisation entravent l'intégration régionale.
Objectifs stratégiques		
<ul style="list-style-type: none"> • Développer un climat commercial et réglementaire favorable aux places de marché ; instaurer la confiance entre les places de marché et les parties prenantes connexes • Harmoniser les réglementations logistiques transfrontalières pour faciliter la rationalisation du flux des produits du commerce électronique • Relier la promotion des exportations nationales et l'intégration régionale à la collaboration entre les places de marché et les PME • Promouvoir l'innovation et les investissements dans les secteurs convergents des places de marché (en particulier la logistique et la technologie financière) afin de développer un écosystème propice 		

Les places de marché sont des plateformes numériques qui servent d'intermédiaires dans le cadre des transactions entre les producteurs et les consommateurs de valeur, qu'il s'agisse de biens, de services ou d'informations. Elles assurent une fonction de « lubrifiant » commercial, permettant de réduire les frictions à différents stades de toute transaction de commerce électronique, notamment lors des étapes critiques de la découverte et de la transaction entre l'acheteur et le vendeur. À l'échelle mondiale, les places de marché représentaient plus de 50 % de toutes les ventes en ligne en 2019, suivies de loin par les sites Web et les applications de détaillants (26 %) et par les sites Web et les applications de marques (18 %) ³⁴.

³⁴ Statista.

L'activité des places de marché au niveau mondial s'est considérablement accélérée pendant la pandémie de COVID-19, et cette dynamique se poursuit sans relâche. En haut du classement des places de marché mondiales, on retrouve des noms connus tels qu'Amazon, Alibaba et eBay.

Aperçu de la répartition des places de marché africaines

Les places de marché constituent le fer de lance dans le paysage émergent du commerce électronique africain, bien davantage que les boutiques en ligne basées sur les détaillants individuels et sur les marques.

Le commerce électronique africain est davantage dirigé par de grandes places de marché que par des détaillants en ligne individuels ou par des PME passées des transactions hors ligne aux transactions en ligne. Ce phénomène est dû aux faiblesses techniques, aux lacunes financières et au manque de connaissances au niveau des entreprises, mais aussi à l'omniprésence des technologies de l'information et des communications, de la logistique commerciale et de l'environnement commercial auxquels les entreprises sont confrontées sur le plan opérationnel et qui les empêchent d'investir dans des capacités de commerce électronique. Au lieu de cela, un petit nombre de grandes places de marché dominant le paysage.

On estime que 631 places de marché en ligne (ECL)³⁵ étaient opérationnelles en Afrique en 2019. Il s'agit aussi bien de sites de type « petites annonces » que de sites transactionnels, qui vendent des articles neufs ou d'occasion. La plupart des places de marché entrent dans la catégorie des marchés ECL généralistes (Jumia, Konga, Takealot), des marchés ECL spécialisés (vente de voitures sur Cars45, Webuycars ou Yeebia³⁶) et des marchés de consommateur à consommateur (OLX, ROAM, Gumtree)³⁷. Bien que le segment des places de marché soit relativement petit par rapport aux normes mondiales, il a connu au cours des dernières décennies une croissance impressionnante.

La plupart des places de marché africaines sont nationales : il existe très peu de places de marché régionales ou panafricaines. Un petit nombre de pays concentrent l'essentiel de l'activité des places de marché.

Une recherche récente³⁸ menée par le Centre du commerce international a révélé une concentration importante de l'activité des places de marché.

- **En effet, 80 % des places de marché africaines sont des places de marché nationales, qui n'opèrent que dans un seul pays africain. Parmi les autres, 14 % sont des acteurs mondiaux et seulement 6 % opèrent dans plusieurs pays africains.**

³⁵ (ITC, 2020)

³⁶ Le secteur automobile est un excellent exemple d'entreprises basées en Asie qui s'approvisionnent en automobiles en Afrique. On peut notamment citer Car Hub Japan, Auto Assista, CardealPage, Car Price Net, Goo-net Exchange et China Exporter. Ces portails spécialisés n'autorisent pas les vendeurs étrangers ou africains sur leurs plateformes.

³⁷ (ITC/eComConnect, 2020)

³⁸ (ITC, 2020)

- Cinq pays représentaient ensemble 78 % du trafic total des places de marché en Afrique en 2019, tandis que les 10 premiers représentaient 94 %.
- La plupart des places de marché sont basées en Afrique du Sud et dans les pays d'Afrique du Nord, à savoir l'Algérie, l'Égypte, le Maroc et la Tunisie.
- Les principales places de marché nationales sont basées en Afrique du Sud (Gumtree et Takealot.com), en Égypte (Souq, OLX et Jumia), au Nigéria (Jumia et JiJi) et en Algérie (Ouedkniss).
- Les restrictions de vente fondées sur la localisation constituent un autre aspect à prendre en considération. L'explorateur des places de marché du Centre du commerce international note que sur les 631 places de marché en ligne en Afrique, 36 % sont ouvertes aux vendeurs d'autres pays africains. Environ 57 % des places de marché n'autorisent que les vendeurs nationaux sur leur plateforme. Pour 6 % des places de marché, il est difficile de déterminer si elles sont ouvertes aux vendeurs étrangers.
- Parmi les places de marché africaines, Atribaba, BidorBuy et Jumia accueillent les activités des entreprises de plus de 50 pays africains. Les places de marché internationales de cette catégorie comprennent Afrikrea, eBay et Etsy.
- Amazon est disponible dans environ 25 pays.
- Les places de marché axées sur des considérations géographiques ou linguistiques spécifiques jouent un rôle beaucoup plus limité, par exemple dans le cas des places de marché qui opèrent en Afrique du Nord.

Figure 4: Principales places de marché - 1
Classement des 10 premiers pays par nombre de places de marché, 2019

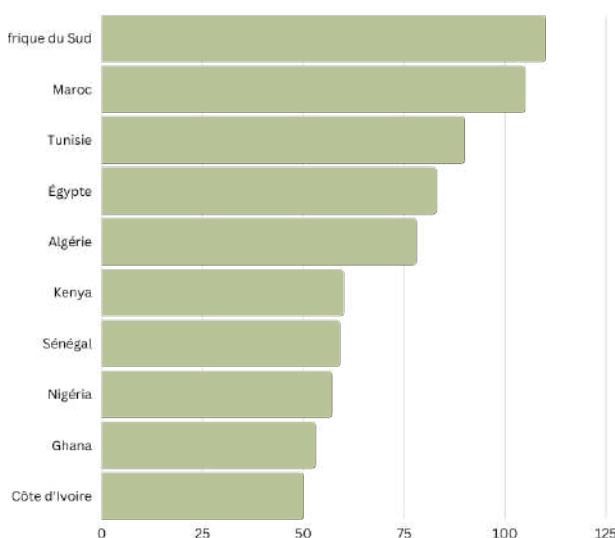
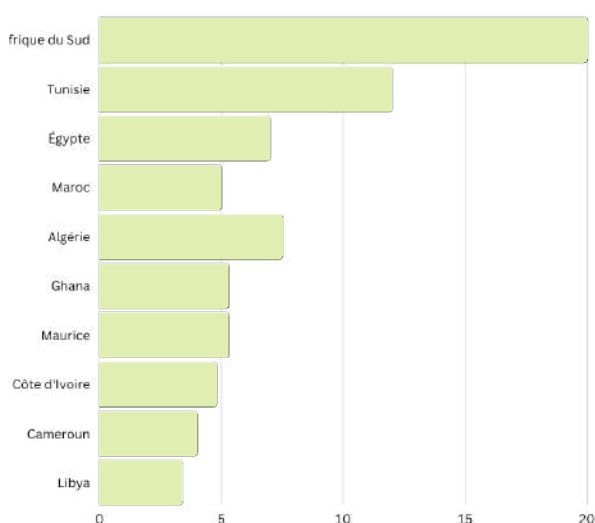


Figure 5: Principales places de marché - 2
 Classement des 10 premiers pays selon l'indice de popularité des places de marché, 2019



Source : Explorateur des places de marché du Centre du commerce international

La majeure partie de l'activité de commerce électronique est menée par un certain nombre d'acteurs principaux des places de marché.

Les grandes places de marché panafricaines, qui opèrent horizontalement dans diverses catégories, représentent une part dominante du marché africain. Parmi ces acteurs figurent Jumia, Konga et Kilimall. La concentration augmente également dans le segment des petites annonces, autrefois très répandu. L'une des plus grandes places de marché de petites annonces en Afrique est d'origine ukrainienne : il s'agit de Jiji, qui a acquis son concurrent OLX et ses activités au Kenya, au Ghana, en Ouganda et en Tanzanie en 2019, ce qui lui donne accès à 300 consommateurs sur 5 marchés.

Une attrition importante se produit dans le segment des places de marché de petite taille. Ce segment présente d'importants défis et un faible pourcentage de réussite : les places de marché dépendent d'une masse critique de fournisseurs et d'acheteurs interagissant activement les uns avec les autres, jusqu'à ce que les effets de réseau entraînent une dynamique pour la place de marché. Cet objectif est difficile à atteindre, surtout si les dépenses de marketing sont élevées, entre autres contraintes. Les jeunes pousses qui ne bénéficient pas d'un financement important ne peuvent pas faire face au taux d'absorption des liquidités qui en résulte.

Le segment interentreprises est mal desservi, mais offre un certain potentiel pour l'avenir.

Les places de marché interentreprises sont relativement rares, mais ce marché, comme en témoignent le nombre, le volume et la valeur des places de marché non africaines qui vendent aux entreprises africaines, est jugé relativement important, ce qui indique le potentiel futur des places de marché interentreprises. Il conviendra d'explorer concrètement cette perspective, compte tenu de l'objectif primordial qu'est l'intégration régionale.

Les systèmes postaux diversifient progressivement leurs activités pour s'aligner sur le commerce électronique.

Les réseaux postaux africains peuvent jouer un rôle important et essentiel dans la trajectoire de croissance du commerce électronique en Afrique. En vertu de leur mandat, ils ont une portée nationale pour les services de livraison de colis. Dans les pays où ce secteur n'est pas suffisamment libéralisé, les services postaux sont souvent les seuls prestataires de services pour la livraison de petits colis. Pourtant, leurs capacités sont souvent limitées en raison d'une structure de coûts peu compétitive, entravée par une infrastructure informatique faible et par des ressources limitées. Leur mandat national exige également une allocation de ressources indépendante du potentiel du marché, ce qui entraîne une baisse de la compétitivité par rapport à leurs concurrents du secteur privé.

Les services postaux nationaux d'au moins deux pays africains – le Burkina Faso (Fasoranana) et le Niger (Kaomini) – ont diversifié leurs activités pour y inclure le commerce électronique. L'opérateur postal du Nigeria a mis au point des systèmes d'adressage physique alternatifs pour pallier les difficultés de l'adressage du dernier kilomètre. Ces innovations au niveau des services postaux sont importantes. Le commerce électronique africain sera en grande partie déterminé par l'efficacité des services postaux, qui disposent souvent de la plus grande présence (quoiqu'avec des capacités variables) au-delà des frontières nationales. L'Union postale universelle (UPU) aide un certain nombre d'autorités postales nationales à renforcer leur préparation opérationnelle et leur préparation au numérique dans le cadre d'initiatives dans ces domaines.

Les places de marché recourent à un certain nombre de mesures pour améliorer la fiabilité des fournisseurs.

Les places de marché emploient un certain nombre de tactiques pour garantir la fiabilité des fournisseurs. Parmi celles-ci figurent l'intégration des services de séquestre et des évaluations des fournisseurs dans le processus, ainsi que l'offre de formations à des niveaux variables lors de l'intégration des fournisseurs. Il existe également des processus internes permettant de vérifier le respect des délais de livraison et d'autres niveaux de conformité, et les places de marché peuvent exclure certains fournisseurs de la plateforme ou les déclasser en fonction de leurs performances.

Les communautés économiques régionales commencent à envisager la création de places de marché régionales.

Le COMESA travaille à l'établissement d'une zone régionale de libre-échange numérique à laquelle devrait être associé un marché régional. En juillet 2020, l'Union africaine et le Groupe africain du commerce électronique (Groupe A-eTrade) ont lancé une place de marché panafricaine appelée Sukokuu, qui signifie en kiswahili « marché commun » ou « marché central ».

Vecteurs de Croissance

Trois facteurs peuvent être attribués à la croissance des places de marché africaines :

1. **Les places de marché comblent un écart décisif entre l'offre et la demande en Afrique.**

En d'autres termes, la fragmentation profonde du secteur de la vente au détail, associée à la faiblesse du réseau de vente au détail et au développement progressif d'une classe moyenne dont le revenu disponible augmente, a renforcé l'intérêt commercial que présentent les places de marché électroniques. Prenons l'exemple d'un récent rapport du Boston Consulting Group, qui contient l'observation suivante ³⁹: « en 2018, il y avait 136 magasins de détail physiques pour 1 million d'habitants en Amérique latine, 568 par million en Europe et 930 aux États-Unis. En Afrique, on comptait moins de 15 magasins de détail formels par million d'habitants » (traduction libre). Une présence aussi limitée des détaillants entraîne certainement une importante demande non satisfaite sur le marché dans les villes de taille moyenne et dans les zones rurales en Afrique.

La popularité du commerce social (y compris les groupes Facebook omniprésents, qui comptent souvent des milliers de membres) indique dans quelle mesure les communautés d'acheteurs et de vendeurs ont commencé à tirer parti des mécanismes de mise en relation disponibles. Les places de marché (en particulier les plateformes de petites annonces) sont simplement la prochaine étape. Ce constat est corroboré par la multiplication du trafic sur les places de marché dans plusieurs économies africaines émergentes, même si les volumes de transactions n'ont pas nécessairement progressé au même rythme, ce qui reflète le comportement des consommateurs en matière d'achats numériques mis en vitrine sur les groupes Facebook.

2. **Les places de marché (qu'elles reposent sur des systèmes de petites annonces ou sur des transactions) contribuent à l'abaissement de certains obstacles importants qui entravent l'entrée sur le marché pour les microentreprises et les PME.**

Elles aident les petites entreprises du secteur privé à prendre au moins de premières mesures pour renforcer leur présence en ligne. Les vendeurs peuvent s'inscrire relativement facilement et accéder à une base de clients potentiellement importante. L'accès aux passerelles de paiement, les services logistiques, les services à la clientèle, l'analyse, le suivi des stocks et les tableaux de bord exécutifs sont autant de services à valeur ajoutée⁴⁰ dans lesquels les entreprises individuelles ne peuvent pas investir par elles-mêmes, n'ayant pas les capacités nécessaires. Cela s'avère non seulement en Afrique, mais aussi dans la plupart des pays en développement. Toutefois, les lacunes que présente le secteur des services en Afrique et les problèmes de capacité des microentreprises et des PME sont souvent de Commission de l'Union africaine plus graves pour les pays africains.

³⁹ (BCG, 2019)

⁴⁰ Les services de séquestre sont un autre domaine concerné. Une entreprise appelée Lipasafe, par exemple, fournit des services de séquestre au Kenya pour les petites transactions et est intégrée au système M-PESA.

3. **Les principales places de marché bénéficient du soutien d'investisseurs.**

Le segment des places de marché a bénéficié d'un certain nombre d'investissements et de partenariats majeurs au cours de la dernière décennie. Jumia, Takealot, Jiji et plusieurs autres places de marché et plateformes de premier plan bénéficient du soutien d'investisseurs importants, ce qui leur a donné la liberté d'innover et d'affronter la concurrence. Plusieurs vagues d'investissement et de consolidation au sein du secteur des places de marché, associées à des innovations technologiques dans des secteurs, tels que les paiements et la logistique, auxquels les places de marché sont de plus en plus étroitement intégrées, entraîneront des avantages considérables pour tous les acteurs concernés, y compris les consommateurs.

4. **Le développement d'infrastructures alternatives et non traditionnelles vise à compenser les lacunes des infrastructures de paiement conventionnelles.**

Cette orientation se manifeste tout particulièrement dans le secteur des paiements par argent mobile, qui a tiré parti de la croissance des appareils mobiles (même ceux qui ne sont pas des smartphones) et de la pénétration d'Internet. Les réseaux d'argent mobile (y compris les réseaux d'agents) couvrent des régions entières et sont aujourd'hui bien davantage qu'un moyen de transférer de l'argent. Des services tels que le système M-PESA comportent trois composantes⁴¹ ajoutées au service d'argent mobile : une composante dédiée aux données, qui permet l'octroi de crédits, une composante reposant sur une interface de programmation d'applications, qui permet à un écosystème plus large de se connecter à la plateforme (y compris les entreprises qui souhaitent intégrer des salaires et des paiements basés sur l'argent mobile dans leurs opérations), et une composante dédiée aux services faisant référence aux services clés créés par le propriétaire de la plateforme ou par les partenaires de l'écosystème.

Ces composantes supplémentaires peuvent inclure des services de vérification de l'identité, qui exploitent le vaste ensemble des données, et des processus liés au principe de « connaissance de l'identité des clients » mis au point par les acteurs de l'argent mobile et qui peuvent être utilisés pour des cas plus généraux de vérification de l'identité, par exemple par les places de marché. Le recours aux historiques des transactions d'argent mobile pour l'évaluation de la solvabilité (en l'absence de bureaux de crédit publics et privés) est un autre cas d'utilisation pertinent. Certaines places de marché, par exemple Jumia, partagent déjà les données des commerçants (avec leur autorisation) avec les établissements de prêt dans le cadre des demandes de crédit. Ce ne sont là que quelques exemples de la manière dont les solutions africaines sont adaptées aux réalités du terrain sur le continent. La plupart des places de marché axées sur les transactions acceptent les paiements mobiles, ce qui a stimulé leur adoption par les consommateurs et instauré la confiance parmi ceux-ci.

⁴¹ (Choudary, Lamb, & Marais, Can Africa take the platform economy forward?, 2021)

Les innovations ne se limitent pas aux paiements. On observe également une activité importante dans le domaine de la logistique, où de jeunes pousses développent des solutions ou exploitent les solutions existantes pour surmonter les graves problèmes d'infrastructure. Ces solutions comprennent des solutions d'adressage alternatif par GPS et des places de marché logistiques⁴², entre autres.

5. *Les places de marché bénéficient de la croissance de l'économie des plateformes au sens large et de la convergence entre les secteurs de la banque, de l'informatique et des télécommunications ainsi que du commerce de détail.*

Les places de marché peuvent désormais intégrer à leurs plateformes toute une série de logiciels et de services prêts à l'emploi, qui offrent des capacités supplémentaires que l'on croyait irréalisables. Par exemple, il existe des places de marché logistiques (encore peu courantes en Afrique) spécialisées dans les infrastructures de la chaîne du froid et capables de répondre à de multiples exigences en matière d'expéditions, qui peuvent être intégrées aux places de marché existantes au moyen d'interfaces de programmation d'applications. De même, il est possible d'intégrer des services de technologie financière et d'assurance/transfert, afin de développer une place de marché proposant un ensemble de services complet. En effet, les places de marché ne sont plus limitées par la technologie, ni restreintes à des fonctionnalités de type « petites annonces ». L'écosystème, dans son ensemble, s'est très bien développé et peut favoriser les places de marché.

6. *L'activité des places de marché est tirée par certaines économies, et il existe une relation directe entre la croissance des places de marché et la taille ou la maturité de l'économie du pays.*

Parmi les conclusions clés que l'on peut tirer du degré de concentration des places de marché dans certaines économies, on relève une forte corrélation entre le PIB et le trafic sur les places de marché, ces deux variables s'influençant mutuellement. En substance, le niveau de développement économique, la maturité du secteur manufacturier parmi d'autres industries et d'autres indicateurs reflétant l'état de développement d'une économie sont susceptibles de promouvoir l'offre et la demande sur les marchés. L'état de l'infrastructure Internet ainsi que des technologies de l'information et des communications est également essentiel, ces éléments constituant l'épine dorsale du commerce électronique. Les sites Web des places de marché africaines semblent prospérer dans les grandes économies et dans les pays disposant d'une infrastructure relativement solide. C'est le cas au Nigéria, en Afrique du Sud et dans les économies d'Afrique du Nord.

7. *Les leaders des places de marché investissent verticalement pour créer leur propre infrastructure, notamment dans les domaines de la logistique et des paiements.*

Les solutions de paiement spécifiques à certaines places de marché, telles que JumiaPay, sont courantes sur les plus grandes d'entre elles. Dans le domaine de la logistique, l'infrastructure comprend des réseaux nationaux de stations de dépôt et d'entreposage. Le potentiel offert par le vaste marché inexploité du commerce électronique en Afrique justifie le taux d'absorption élevé qui en résulte pour ces entreprises. Les services des entreprises leaders peuvent même proposer ces solutions en tant que service à d'autres acteurs du commerce électronique, assurant des effets d'entraînement positifs dans l'ensemble de l'écosystème tout en augmentant les flux de revenus des principaux acteurs.

Défis à relever pour les places de marché africaines

Le brouillard numérique dominant auquel sont confrontés les régulateurs et les décideurs politiques africains entrave l'élaboration de politiques favorables aux places de marché.

Comme indiqué précédemment, les décideurs politiques de la plupart des pays africains s'efforcent toujours de comprendre les implications de l'évolution rapide de l'espace économique numérique, notamment dans des domaines tels que les plateformes et la technologie financière. Le « brouillard numérique » entrave l'élaboration de politiques et d'incitations progressives. En ce qui concerne, plus précisément, les places de marché, les régulateurs tentent de comprendre l'incidence de cette évolution sur la création d'emplois, la concurrence, la protection des données à caractère personnel (en particulier sur les places de marché transfrontalières), la fiscalité numérique et la TVA sur les produits numériques, ainsi que sur les questions d'enregistrement des fournisseurs, entre autres. Dans ce climat plutôt confus, le processus d'élaboration des politiques a tendance à stagner.

Les places de marché qui cherchent à se développer peinent à surmonter le manque d'harmonisation des cadres juridiques pour le cyberspace sur les marchés africains.

On peut légitimement craindre que la fragmentation du cadre juridique pour le cyberspace existant dans les pays africains n'entrave le développement des places de marché opérant au-delà des frontières. L'absence d'harmonisation de la cyberléislation (et dans certains cas l'absence de législation) fait courir des risques aux places de marché et augmente certainement leurs coûts de mise en conformité, car elles doivent appliquer un processus de diligence raisonnable pour chaque marché. Dans le domaine de la protection des consommateurs, par exemple, les places de marché doivent être attentives aux lois de protection des consommateurs liées au commerce électronique pour les clients de chaque pays. Cela entraîne des coûts de diligence raisonnable et de mise en conformité plus élevés que si les lois étaient harmonisées dans tous les pays africains.

⁴² Jumia a développé une plateforme qui met en relation des prestataires logistiques tiers avec des entrepreneurs locaux pour des services de livraison au dernier kilomètre et de collecte des paiements en espèces à la livraison.

Le paysage fiscal des plateformes est inadapté dans la majorité des pays africains.

Les places de marché, comme la plupart des types de plateformes, fonctionnent sur la base de commissions, c'est-à-dire que leurs revenus proviennent des ventes brutes, moins les paiements qu'elles effectuent à leurs fournisseurs (déduction faite des commissions éventuelles). C'est sur ce revenu que les places de marché devraient payer des impôts ; en réalité, toutefois, les règles fiscales de nombreux pays africains ne tiennent pas compte de ce modèle et l'impôt est calculé sur le revenu total. Défi secondaire, mais connexe : de nombreux fournisseurs des places de marché sont des entreprises informelles et ne fournissent pas de factures acceptables, que les places de marché soumettraient ou conserveraient normalement en tant que déductions pour le service des impôts. Ce problème se pose moins dans les pays où l'activité des places de marché est dominante, car les règles ont évolué, mais dans la grande majorité des pays africains, les règles d'imposition des plateformes ne sont pas adaptées.

L'incertitude logistique est l'un des principaux obstacles au commerce électronique transfrontalier en Afrique.

Les places de marché doivent faire face à des coûts importants pour développer leur infrastructure d'exécution des commandes et leur infrastructure logistique au sens large. Les difficultés de livraison dans les grands centres urbains et, surtout, en dehors de ceux-ci font de la logistique une proposition de valeur coûteuse et risquée pour les places de marché. Ces facteurs contribuent au taux d'attrition élevé des places de marché sur le continent.

Les places de marché consultées dans le cadre du processus de conception de la Stratégie ont confirmé que, parmi l'éventail des défis opérationnels auxquelles elles sont confrontées, le plus persistant est celui de garantir une livraison à temps, voire de mener à bien les livraisons dans certains cas. Même dans les cas où des places de marché telles qu'Afrikrea sont lancées dans des partenariats stratégiques avec des leaders de la logistique comme DHL, les irrégularités en matière de délais et de frais sont fréquentes.

Tableau 5: Destination des expéditions des places de marché africaines et internationales

Places de marché	Expédition internationale	Expédition vers les pays africains
<i>Places de marché internationales</i>		
Afrikrea	Oui*	Oui
Amazon	Oui	Afrique du Sud, Algérie, Angola, Botswana, Cameroun, Égypte, Ghana, Kenya, Maroc, Maurice, Mayotte, Namibie, Nigéria, Ouganda, Réunion, République-Unie de Tanzanie, Sénégal, Tunisie et Zimbabwe
Craigslist	Oui	Oui
eBay	Oui	Oui
Etsy	Oui	Oui
Fruugo	Oui	Afrique du Sud
Marketplace Afrique	Oui	Oui
Novica	Oui	Afrique du Sud, Égypte, Maurice, Réunion et Seychelles
Opensooq	Oui	Oui
Souq	Émirats arabes unis et Royaume d'Arabie saoudite uniquement	Égypte uniquement
<i>Places de marché africaines</i>		
Afribaba	Oui	Oui
BidorBuy	Oui	Oui
Jiji	Oui	Oui
Jumia	Non	Afrique du Sud, Algérie, Côte d'Ivoire, Égypte, Ghana, Kenya, Maroc, Nigéria, Ouganda, Sénégal et Tunisie
Kilimall	Non	Kenya, Nigéria et Ouganda

Remarque : L'expédition internationale est définie comme l'expédition vers plus de 100 pays. L'expédition vers plusieurs pays africains est définie comme l'expédition vers plus de 50 pays d'Afrique. Les vendeurs peuvent refuser certaines destinations d'expédition. Les pays mentionnés dans la troisième colonne sont les seuls pays africains vers lesquels la place de marché expédie des marchandises.

Source : Analyse de l'ITC.

La fragmentation des infrastructures relatives aux technologies de l'information et des communications sur le continent alimentera les inégalités dans la fourniture de services par les places de marché.

De manière générale, la faiblesse de l'infrastructure Internet et de l'accès à Internet dans de vastes régions de l'Afrique coupe ces dernières, et les consommateurs qui s'y trouvent, des places de marché (ou même de l'absorption de contenu numérique en général, ce qui a des répercussions sur l'alphabétisation numérique) et du commerce électronique en général. Du point de vue des places de marché, cette situation nuit à l'intérêt commercial de réaliser des investissements dans l'expansion et, pour les consommateurs et les acheteurs professionnels, le coût d'opportunité découlant de l'impossibilité de tirer parti des avantages des places de marché est immense. La faiblesse de l'infrastructure des technologies de l'information et des communications va souvent de pair avec celle de l'infrastructure logistique, et la combinaison des problèmes de livraison et de connectivité au dernier kilomètre réduit considérablement la proposition de valeur du commerce électronique.

Il s'avère que le commerce social est un terrain d'échange important pour les microentreprises et les PME.

Comme dans d'autres contextes de développement, les plateformes de médias sociaux hébergent une activité informelle importante, permettant la découverte par l'intermédiaire de groupes de médias sociaux ou de petites annonces en ligne, ainsi que des négociations et des paiements hors ligne. Bien qu'elles ne soient pas strictement considérées comme du commerce électronique, ces ventes à volume élevé et de faible valeur sont très importantes d'un point de vue socio-économique. Un grand nombre de microentrepreneurs et de petites entreprises sont concernés. Les entrepreneurs participent à cette activité et effectuent des publications via des groupes, des pages personnelles, des vidéos sur Facebook, etc., même s'ils ont leur propre site Web. Les fonctions de base, telles que les paiements, ne sont pas utilisées. Ce système est principalement utilisé comme un outil de mise en relation et les transactions se font pour la plupart hors ligne, via des applications de messagerie ou en personne.

Les décideurs politiques sont généralement très préoccupés par le manque perçu de surveillance réglementaire, par les retombées sur le secteur informel et par les coûts d'opportunité correspondant aux pertes de recettes fiscales. Cependant, la question est beaucoup plus complexe. La mise en place d'un environnement commercial solide pour les microentreprises et les PME est un défi pour la plupart des pays en développement, et la situation est particulièrement exacerbée dans la plupart des contextes africains. L'activité entrepreneuriale qui se déroule par l'intermédiaire des réseaux sociaux est une source importante d'emplois pour la grande majorité des microentreprises et des PME concernées. Les microentreprises et les PME, bien qu'informelles, bénéficient d'une source de revenus rendue possible par leur propre initiative et par la disponibilité de la technologie (plateformes de médias sociaux). Il est tout à fait possible que, sans cette activité commerciale, la plupart des individus travaillant dans ces entreprises seraient au chômage, privés de sources de revenus, et constitueraient donc une source de pression sur les systèmes nationaux de protection sociale.

Parmi les questions en suspens, qui dicteront la poursuite de la croissance des places de marché, figurent la fiscalité transfrontalière (comment seront taxées les places de marché vendant des biens dans plusieurs juridictions), la protection des données et les obligations de localisation (quelles restrictions seront mises en place par les pays sur les données relatives à leurs citoyens que collectent les places de marché), et la protection des consommateurs (notamment en cas de retour de produits).

Les plateformes sont en concurrence avec le commerce informel des PME.

Les principales places de marché ont constaté qu'il était nécessaire de s'attaquer à la concurrence déloyale découlant du caractère informel des petites et moyennes entreprises réalisant des ventes transfrontalières. Il s'agit d'un défi à long terme auquel on ne trouvera pas de solutions faciles et que les gouvernements relèveront probablement au moyen d'un ensemble de réglementations et d'incitations. L'évolution future dépendra également des incitations que les places de marché pourront mettre en place pour attirer les microentreprises et les PME africaines. Si les entreprises reconnaissent le potentiel à long terme de la coopération avec les places de marché, elles peuvent être encouragées à se formaliser, bien qu'il ne s'agisse probablement pas d'une possibilité à court terme.

Les problèmes liés aux connaissances et à la confiance des consommateurs continueront à entraver les perspectives de croissance des places de marché, en particulier dans les pays où le niveau de préparation à l'ère électronique est faible.

Les consommateurs ainsi que les microentreprises et les PME d'Afrique ont fait preuve d'une volonté et d'une capacité impressionnantes à dépasser la courbe d'apprentissage associée aux solutions d'argent mobile, ce qui constitue sans doute l'une des plus grandes réussites de l'écosystème de l'économie numérique africaine. La prochaine épreuve est l'alphabétisation numérique : là, les défis deviennent plus complexes. Outre la qualité des systèmes éducatifs, l'alphabétisation numérique dépend d'une multitude de facteurs, tels que l'accessibilité, la fiabilité et le caractère abordable d'Internet, la production de contenu local et l'existence de points d'échange Internet. Les citoyens, les consommateurs et les commerçants du continent font face à un taux moyen d'analphabétisme numérique plus élevé qu'en Asie du Sud-Est, par exemple. L'analphabétisme numérique est directement proportionnel à la confiance envers les activités en ligne. Les places de marché sont donc touchées tant du côté de l'offre (commerçants) que de la demande (consommateurs).

Les restrictions liées à la localisation entravent l'intégration régionale.

Une étude menée par le Centre du commerce international⁴³ indique que plus d'un tiers (36 %) des sites de commerce électronique africains sont ouverts aux vendeurs d'autres pays africains. Environ 57 % des places de marché n'autorisent que les vendeurs nationaux sur leur plateforme. Pour interdire ou limiter les vendeurs étrangers, de nombreuses places de marché africaines exigent une adresse nationale ou un numéro de téléphone propre à un pays lors du processus d'inscription. De telles mesures

43 (ITC, 2020)

entravent concrètement l'intégration régionale et limitent le potentiel des places de marché en tant que levier de promotion du commerce régional.

Objectifs stratégiques

La Stratégie prévoit que les places de marché du commerce électronique joueront un rôle important dans la réalisation de la vision de la ZLECAf visant à faciliter les flux régionaux et panafricains de produits et de services d'origine africaine. En outre, les places de marché peuvent servir de canaux essentiels pour les exportations africaines à valeur ajoutée liées au programme plus large de développement des PME en Afrique, si elles sont encouragées de manière appropriée.

Quatre objectifs stratégiques pour stimuler le développement des places de marché en Afrique ont été établis :

Développer un climat commercial et réglementaire propice aux places de marché ; favoriser la confiance entre les places de marché et les parties prenantes connexes

Harmoniser les réglementations logistiques transfrontalières pour faciliter la rationalisation du flux des produits du commerce électronique

Relier la promotion des exportations nationales et l'intégration régionale à la collaboration entre les places de marché et les petites et moyennes entreprises

Promouvoir l'innovation et les investissements dans les secteurs convergents des places de marché (en particulier la logistique et la technologie financière) afin de développer un écosystème propice

1. Développer un climat commercial et réglementaire favorable aux places de marché

Cet objectif stratégique vise à développer un environnement commercial prévisible et propice au fonctionnement des places de marché. Il convient d'examiner les cadres juridiques nationaux régissant le cyberspace, en particulier les transactions électroniques, les signatures numériques, la protection des données (dans le cadre d'une politique de données plus large), la protection des consommateurs, la cybercriminalité, la protection de la propriété intellectuelle et la fiscalité numérique, pour évaluer les lacunes réglementaires qui peuvent exister vis-à-vis des places de marché. Les cadres nationaux doivent être alignés au niveau régional et panafricain afin que, dans la mesure du possible, toute place de marché fonctionnant dans un pays africain puisse prévoir une harmonisation du cadre réglementaire lorsqu'elle opère dans d'autres pays africains. Les conséquences pratiques comprennent les dispositions suivantes au niveau national et une harmonisation maximale de ces dispositions aux niveaux régional et panafricain :

- La reconnaissance mutuelle des contrats numériques ;
- La prévisibilité des droits et responsabilités tant

- des places de marché que des consommateurs, notamment en matière de retour de produits ;
- La clarté sur les restrictions et sur les exceptions au transfert transfrontalier d'informations à caractère personnel, ainsi que sur les obligations des places de marché ;
- La protection de la propriété intellectuelle, y compris aux niveaux des concepts pré-brevet ;
- Les exigences fiscales, y compris la TVA, pour les places de marché.

Il est également important de comprendre les causes profondes des restrictions imposées aux vendeurs d'un pays africain qui souhaitent vendre sur une place de marché d'un autre pays, et d'évaluer si ces restrictions découlent de questions réglementaires (par exemple, si les juridictions nationales n'autorisent pas les places de marché locales à intégrer des entreprises non citoyennes ou non résidentes) ou si elles résultent d'un contrôle commercial préalablement effectué par les places de marché. Dans le premier cas, les pays africains doivent entamer des négociations pour assouplir ces restrictions.

Cet objectif stratégique vise également à renforcer la confiance entre les places de marché, les PME participantes et les consommateurs. Outre le cadre juridique pour le cyberspace, essentiel pour développer la prévisibilité et la confiance au sein de l'écosystème des places de marché, il existe trois autres sous-composantes :

- Des initiatives d'alphabétisation numérique visant à sensibiliser les parties prenantes aux avantages de la participation aux places de marché et aux mécanismes disponibles pour protéger les consommateurs, notamment les évaluations et les commentaires ;
- L'exploitation des « marques de confiance » ou d'autres normes volontaires pilotées par l'industrie, qui sont un symbole des meilleures pratiques et du comportement responsable et éthique parmi les places de marché ;
- Le lien entre les places de marché et les systèmes nationaux d'identification ou reposant sur le principe de « connaissance de l'identité des clients » parmi les cadres plus généraux de vérification d'identité existants.

2. Harmoniser les réglementations logistiques transfrontalières pour faciliter la rationalisation du flux des produits du commerce électronique

Le respect des délais de livraison est une priorité absolue pour les entreprises de commerce électronique, et plus particulièrement pour les places de marché, étant donné qu'elles traitent de gros volumes d'envois et que la résolution des retards ou des manques d'envois peut rapidement devenir complexe. Le transport transfrontalier de marchandises est une proposition très coûteuse en Afrique, et l'un des principaux points noirs pour les entreprises de commerce électronique, notamment les places de marché. C'est en partie pour cela que les places de marché panafricaines, ou même régionales, sont relativement rares et que la plupart des places de marché fonctionnent principalement à l'intérieur des frontières nationales.

Comme le rappelle le chapitre sur la logistique, il est impératif d'harmoniser au maximum les réglementations et les processus de dédouanement dans les pays africains et de clarifier les procédures concernées. Des procédures

douanières transparentes et claires peuvent réduire considérablement la charge qui pèse sur les places de marché, rationaliser les réglementations et les processus et faciliter la circulation transfrontalière des marchandises issues de transactions passées sur des places de marché. La Stratégie préconise que les pays mettent en œuvre le Cadre de normes pour le commerce électronique transfrontalier de l'Organisation mondiale des douanes (voir le chapitre sur la logistique pour plus de détails).

3. Relier la promotion des exportations nationales et l'intégration régionale à la collaboration entre les places de marché et les PME

Les organisations de promotion du commerce s'appuient généralement sur des outils traditionnels tels que la mise en relation interentreprises, les foires, etc., pour promouvoir une plus grande intégration des PME dans les exportations. Comme indiqué précédemment, les plateformes telles que les places de marché réduisent les obstacles à l'entrée des PME et à leur participation au commerce national et international, et pourraient servir d'outil de facilitation des exportations.

Le nombre de places de marché facilitant les exportations africaines devrait augmenter à l'avenir, parallèlement à la croissance globale du secteur du commerce électronique. Les organismes de promotion du commerce peuvent établir des partenariats stratégiques avec les places de marché (avec l'aide des partenaires de développement) qui gèrent des exportations et leur offrir une aide spécifique en matière d'intégration des PME. Les avantages pour les places de marché sont la réduction des coûts d'intégration des PME et le développement d'un vivier de PME susceptibles d'être financées qui ajouteront à la valeur globale de la place de marché. Cette démarche permet aux PME d'accélérer leur transition d'un mode de fonctionnement hors ligne à un mode de fonctionnement en ligne, et de s'assurer une plus grande probabilité de réussite à l'exportation grâce à leur participation à la place de marché. Ces liens entre les organismes de promotion du commerce, les places de marché et les PME sont importants pour garantir que les produits d'origine africaine sont bien présents sur les places de marché, étant donné que l'approvisionnement des marchés africains demeurera certainement soumis à la concurrence des acteurs asiatiques et autres.

Le potentiel des places de marché en matière de contribution aux efforts d'intégration régionale est très important. Le commerce transfrontalier interentreprises, dans lequel les entreprises découvrent des fournisseurs et des acheteurs transfrontaliers, interagissent avec eux et réalisent des transactions, peut évoluer naturellement vers une plus grande intégration régionale et vers un commerce régional significatif. Les places de marché opérant à l'échelle transfrontalière sont bien positionnées pour contribuer à cette évolution car, plus que tout autre mécanisme, elles favorisent la mise en relation de grands groupes d'acheteurs et de fournisseurs transfrontaliers, générant une collaboration acheteur-fournisseur interentreprises.

Pour améliorer la durabilité des efforts de développement du secteur, le commerce électronique doit être intégré dans les stratégies sectorielles et dans les initiatives de renforcement des capacités qui présentent une dimension de marché. Des programmes de formation spécialisés

doivent être développés pour améliorer les capacités des entreprises à reconnaître les possibilités stratégiques sur les marchés cibles et à conclure des alliances stratégiques par l'intermédiaire des canaux du commerce électronique.

Les gouvernements peuvent également piloter des initiatives concernant des processus d'enregistrement sur les places de marché sous la forme de procédure temporaire fondée sur la « connaissance de l'identité des clients » pour une période d'essai, c'est-à-dire que les microentreprises et les PME sont autorisées à tester les places de marché pour une période d'essai sans devoir être enregistrées officiellement auprès du gouvernement, en partant du principe qu'une fois convaincues de la proposition de valeur de la place de marché, elles seront naturellement incitées à formaliser leur statut. Les donateurs peuvent aider ces projets pilotes en fournissant un soutien financier et technique limité aux participants sélectionnés.

4. Promouvoir l'innovation et les investissements dans les secteurs convergents des places de marché (en particulier la logistique et la technologie financière) afin de développer un écosystème propice

Les places de marché apportent une valeur ajoutée non seulement en comblant le fossé entre acheteurs et vendeurs, mais aussi en intégrant une série de services auxquels les PME ne pourraient pas accéder par elles-mêmes. Ces secteurs avec lesquels les places de marché entretiennent une relation symbiotique comprennent (entre autres) la logistique, la technologie financière et les services d'assurance. L'innovation et l'afflux de bonnes pratiques dans ces secteurs sont également bénéfiques pour les places de marché africaines, et il convient de renforcer les régimes nationaux de promotion et de suivi des investissements pour garantir une innovation continue. Parmi les services liés à l'investissement figurent les suivants :

- a. Sous-traitance de services logistiques et d'exécution, y compris de services de logistique inverse;
- b. Mise en place de plateformes logistiques dotées de vastes espaces d'entreposage partagés par plusieurs clients, associées à des processus professionnels de gestion des stocks ainsi qu'à des services d'exécution de bout en bout adaptés aux opérations des places de marché ;
- c. Services d'emballage ;
- d. Opérateurs spécialisés dans les technologies financières, y compris les services de séquestre et de prestation de services de paiement.

Composante 3 : Technologie financière

Aperçu du paysage de la technologie financière en Afrique et facteurs de croissance

- En Afrique, la technologie financière, qui ne concernait au départ que des solutions d'argent mobile, couvre désormais toute une série de services.
- Les pays ont adopté trois grandes trajectoires en matière de croissance de la technologie financière.
- Le secteur africain de la technologie financière est un domaine d'investissement privilégié.
- Les services d'argent mobile ont permis de démocratiser ce secteur, d'améliorer la culture financière et d'accroître la volonté des consommateurs et des entreprises d'adopter des solutions numériques.
- L'infrastructure des paiements transfrontaliers, guidée par un besoin d'interopérabilité et de simplicité, concerne à la fois les acteurs privés et les communautés économiques régionales.
- Les grands acteurs du commerce électronique, en particulier les places de marché, investissent de plus en plus dans l'intégration verticale pour résoudre les problèmes d'infrastructure, notamment dans le domaine des paiements.

Objectifs stratégiques

- Examiner et adapter les réglementations relatives à la technologie financière au niveau national
- Poursuivre l'harmonisation globale des systèmes de paiement en vue de parvenir à l'interopérabilité panafricaine des services de technologie financière
- Stimuler l'innovation et l'entrepreneuriat dans le secteur africain de la technologie financière
- Renforcer la sensibilisation et les capacités des entreprises à effectuer des transactions scripturales

1. *En Afrique, la technologie financière, qui ne concernait au départ que des solutions d'argent mobile, couvre désormais toute une série de services.*

La technologie financière est l'une des réussites incontestables de l'Afrique. Le secteur a considérablement évolué depuis ses humbles débuts en 2007, lorsque Safaricom a adapté le comportement des consommateurs consistant à envoyer du temps de connexion à leur famille (en tant que substitut au transfert d'argent) au modèle M-PESA au Kenya. En 2020, de multiples composantes ont été ajoutées au modèle omniprésent de l'argent mobile afin de couvrir des cas d'utilisation autres que le transfert d'argent, notamment le microcrédit, l'assurance et le commerce électronique. Les opérateurs de services de télécommunications africains proposant des

services d'argent mobile disposent déjà d'une base solide pour offrir des services améliorés au sein de l'économie numérique, et des exemples de nouveaux modèles émergent ⁴⁴:

1. Juillet 2020 – Un partenariat entre Vodaphone et Alipay vise à créer une « super application » pour l'Afrique du Sud, qui offre une gamme de services incluant des prêts et des assurances.
2. Juillet 2020 – Lancement d'Orange Bank Africa, qui propose des services d'épargne et de microcrédit basés sur la plateforme d'argent mobile.
3. Avril 2020 – Le partenariat entre Visa et Safaricom relie les 24 millions de comptes Visa et les 173 000 commerçants locaux au réseau mondial de Visa, une mise en relation prometteuse pour l'infrastructure des paiements transfrontaliers.
4. Octobre 2019 – Le partenariat entre Airtel et Mastercard permet aux clients d'Airtel money d'effectuer des paiements auprès de commerçants locaux et mondiaux.
5. Les opérateurs de réseaux mobiles font une entrée agressive dans le secteur financier en concluant des partenariats avec des banques, des institutions de microfinance et des compagnies d'assurance. En Côte d'Ivoire, sous l'impulsion d'Orange et de MTN, la pénétration de l'argent mobile (nombre de comptes d'argent mobile détenus parmi la population) est passée de 10 % à 64 % entre 2012 et 2016. Au Kenya, le partenariat entre CBA et Safaricom via M-Shwari a permis l'émission de 25 millions de nano-prêts en 2015 pour une population de 44 millions d'habitants⁴⁵.

Aujourd'hui, la gamme de services faisant intervenir la technologie financière comprend les paiements numériques, les interfaces de programmation d'applications, les services, les solutions de prêt, les solutions de micro-financement, les technologies de la santé, les produits basés sur la technologie de la chaîne de blocs, les produits d'épargne et d'investissement ainsi que les assurances, entre autres produits.

Des sociétés telles que Mono, Okra, OnePipe et Pngme, dont l'activité consiste à construire l'infrastructure des interfaces de programmation d'applications reliant les comptes bancaires aux institutions financières et aux entreprises de technologie financière ou non financière, ont également recueilli des investissements importants au cours des dernières années, ce qui indique que les investisseurs considèrent le paysage fragmenté de la technologie financière comme un domaine à fort potentiel. Cette évolution est de bon augure pour les entreprises de commerce électronique, qui pourront à terme utiliser ces interfaces de programmation d'applications pour améliorer l'expérience globale de leurs clients ainsi que l'efficacité des transactions financières.

Un écosystème de technologie financière plus vaste, comprenant des jeunes pousses, des banques, des

44 (GSMA, 2020)

45 (Africinvest, 2016)

entreprises de logistique et de nombreuses autres parties prenantes, redéfinit les limites des applications de technologie financière, et même les régulateurs d'économies relativement libérales, comme Maurice, concentrent leur énergie sur les technologies de registres distribués telles que la chaîne de bloc.

L'intensification de la collaboration avec les opérateurs bancaires établis (plutôt que la concurrence avec ceux-ci) stimule également le secteur, et les banques africaines rejoignent la foule des investisseurs actifs dans l'espace de technologie financière du continent⁴⁶.

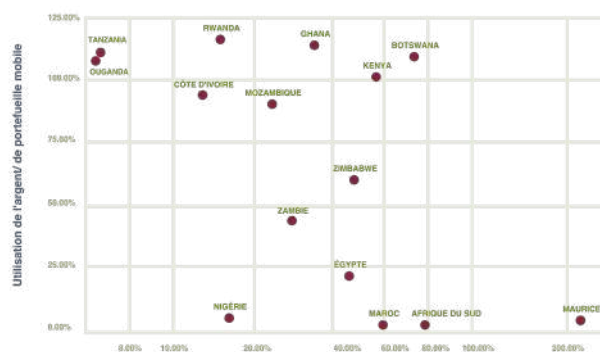
Par ailleurs, les banques centrales et les régulateurs lancent de plus en plus de dispositifs d'expérimentation réglementaire (« sandboxes ») pour permettre à la technologie financière de résoudre les problèmes liés aux infrastructures financières. Malgré la persistance du problème initial, à savoir la faiblesse de ces infrastructures, on peut affirmer que la technologie financière africaine a évolué pour aborder de nombreux autres problèmes et possibilités. L'hybridation de la technologie financière avec des secteurs tels que l'agriculture et les soins de santé constitue l'une de ces possibilités, et le commerce électronique est au cœur de cette démarche.

Certaines places de marché, par exemple Jumia, ont également intégré des options permettant d'effectuer et d'accepter des paiements sous forme d'argent mobile, ce qui est prometteur pour la croissance du commerce électronique. L'infrastructure d'argent mobile solidement établie dans de nombreuses régions d'Afrique offre une rampe de lancement pour des services numériques plus ambitieux. L'Afrique est le berceau de l'argent mobile, et c'est là que la plupart des innovations basées sur ce dispositif continuent d'être développées et diffusées à grande échelle.

2. Les pays ont adopté trois grandes trajectoires en matière de croissance de la technologie financière.

Certains pays, comme le Nigéria et Maurice, ont tendance à se concentrer sur les transactions par carte, tandis que le Kenya est l'exemple le plus marquant de pays ayant fait de l'argent mobile la principale voie de transaction ; d'autres encore, comme le Botswana et la Namibie, présentent un équilibre entre ces deux types de monnaie numérique. Le Ghana, en particulier, affiche une forte augmentation de l'utilisation de monnaie numérique en raison de sa réglementation progressiste, qui facilite le transfert d'une forme à l'autre⁴⁷.

Figure 5: Adoption des cartes par rapport à l'argent mobile (en pourcentage de la population adulte)



Source : (Africa Fintech Summit, 2020)

Dans les pays où les opérateurs de réseaux mobiles sont autorisés à investir dans des capacités de technologie financière, l'écosystème de la technologie financière prospère. Certains pays, comme le Kenya, ont adopté une approche relativement libérale en autorisant les opérateurs de réseaux mobiles à participer aux activités de technologie financière, ce qui leur permet de tirer parti de leurs avantages concurrentiels et de leurs infrastructures pour développer l'écosystème dans son ensemble. Dans certains pays, toutefois, le secteur des paiements est fortement réglementé, ce qui limite la croissance de la technologie financière. Il est bien sûr nécessaire de garantir une surveillance réglementaire et d'assurer un équilibre entre la réglementation et l'innovation. On observe une évolution progressive vers la libéralisation sur le continent : le Nigéria, par exemple, a récemment autorisé les opérateurs de réseaux mobiles à exploiter des licences d'argent mobile.

3. Le secteur africain de la technologie financière est un domaine d'investissement privilégié.

Les jeunes pousses du secteur de la technologie financière ont connu un taux de croissance annuel composé de 24 % en 2019 et ont reçu 54 % de tous les investissements alloués à des jeunes pousses en 2019, ce qui reflète la confiance des investisseurs et démontre le potentiel du secteur⁴⁸. Ce dernier a perçu 836 millions d'USD dans le cadre de 65 transactions en 2019. ⁴⁹ Ces investissements sont plus élevés que ceux alloués à ses concurrents les plus proches, à savoir le commerce électronique et la technologie du commerce de détail.

Le secteur de la technologie financière a de nouveau été le secteur le plus attractif pour les investisseurs en 2020 : ses jeunes pousses ont été plus nombreuses que dans n'importe quel autre secteur à obtenir un financement, et le total combiné du secteur a éclipsé tous les autres.

46 (Disrupt Africa, 2020)

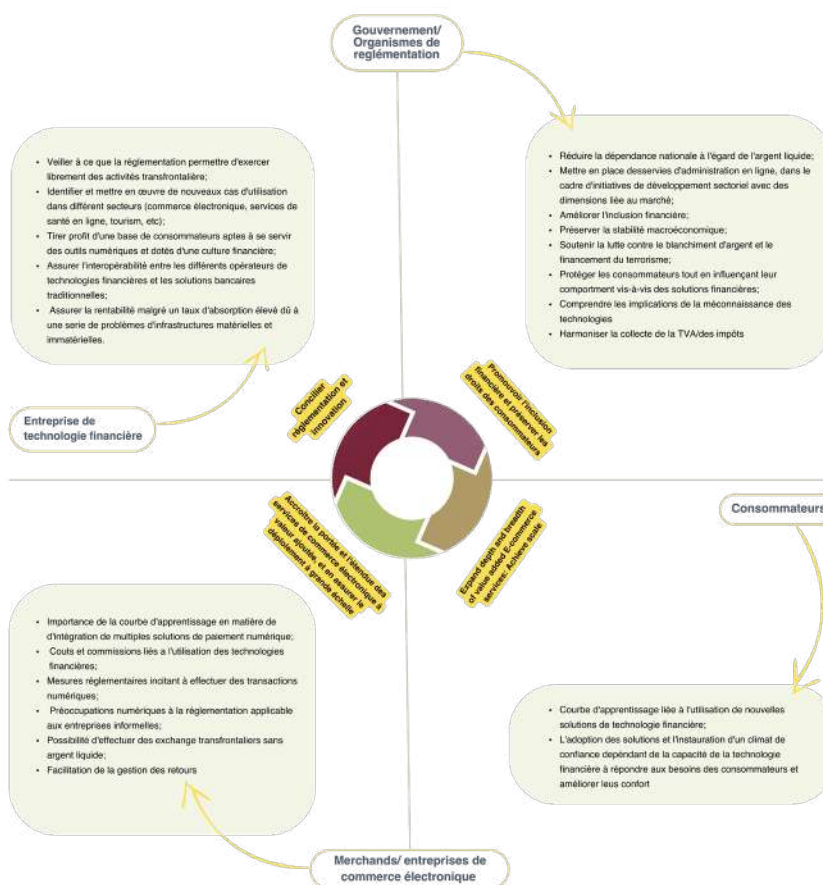
47 (Africa Fintech Summit, 2020)

48 (Google, IFC, 2020)

49 (Google, IFC, 2020)

Au cours de l'année 2020, 99 jeunes pousses du secteur de la technologie financière ont bénéficié d'investissements, ce qui représente 24,9 % du total global. Ce chiffre est en hausse de 28,6 % par rapport aux 77 entreprises qui ont bénéficié d'investissements en 2019, la part de la technologie financière parmi les jeunes pousses financées ayant elle aussi légèrement augmenté, par rapport aux 24,8 % qu'elle représentait cette année-là⁵⁰.

Figure 6: Principaux acteurs de la technologie financière – considérations clés pour chacun d'entre eux



Source : Auteur

4. *Les services d'argent mobile ont permis de démocratiser ce secteur, d'améliorer la culture financière et d'accroître la volonté des consommateurs et des entreprises d'adopter des solutions numériques.*

Les services d'argent mobile sont désormais disponibles et utilisés dans toutes les couches de la société, des entreprises et des administrations en Afrique. À l'heure actuelle, 144 services d'argent mobile sont disponibles dans l'ensemble de l'Afrique subsaharienne : fin 2019, ils desservaient plus de 469 millions de comptes et traitaient des transactions quotidiennes s'élevant à 1,25 milliard d'USD.⁵¹ Ces services répondent à un besoin important, étant donné que le rapport entre le nombre d'agences bancaires et le nombre d'individus est très faible, soit 5 agences pour 100 000 adultes.⁵² L'Afrique représente 45,6 % de l'activité d'argent mobile dans le monde : cette activité était estimée à au moins 26,8 milliards d'USD en valeur transactionnelle en 2018⁵³. Ce n'est pas un mince exploit si l'on considère qu'en Afrique subsaharienne, près de 80 % de la population ne bénéficient pas de services bancaires et que plus de 95 % ne possèdent pas de carte de crédit. Dans les pays où les solutions d'argent mobile se sont implantées et prospèrent, on constate d'importants avantages économiques. D'après un rapport de l'Association du Système mondial de communications mobiles (GSMA), les solutions d'argent mobile ont permis à 194 000 Kenyans de sortir de la pauvreté en 8 ans⁵⁴. Les services d'argent mobile ont une incidence mesurable sur la culture financière et sur la volonté d'adopter de nouvelles solutions.

50 Texte provenant de (Disrupt Africa, 2020)

51 (Google, IFC, 2020)

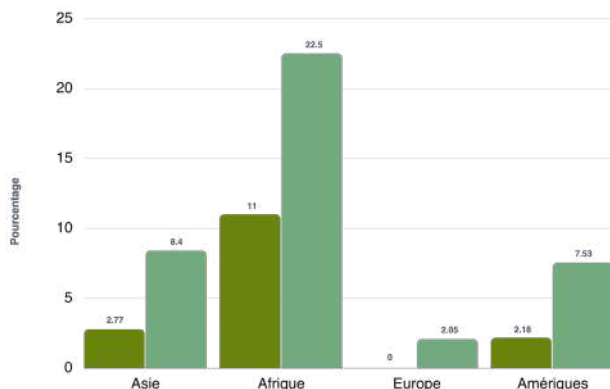
52 Ibid.

53(Africa Fintech Summit, 2020, p. 23)

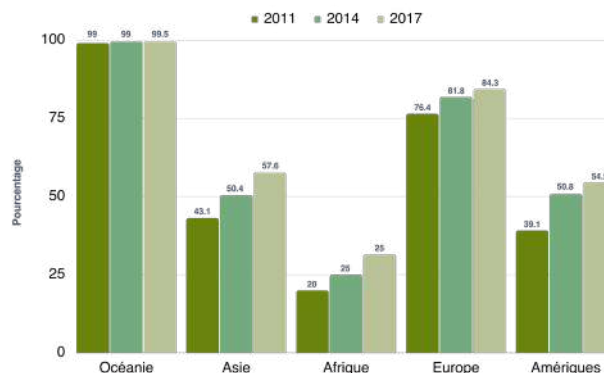
54 <https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/11/gsma-deloitte-impact-mobile-telephony-economic-growth.pdf>, cité dans (Choudary, Lamb, & Marais, Can Africa take the platform economy forward?, 2021)

Figure 7: Adoption des paiements en ligne par les consommateurs

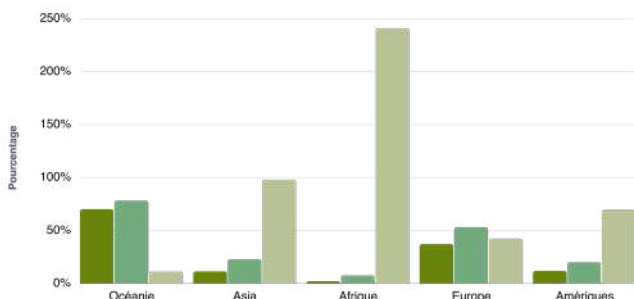
Part des adultes possédant un compte d'argent mobile



Part des adultes ayant un compte bancaire ou un autre compte dans une institution financière



Évolution des paiements ou des achats en ligne, par continent



Source : (WTO, 2021)

5. L'infrastructure des paiements transfrontaliers, guidée par un besoin d'interopérabilité et de simplicité, concerne à la fois les acteurs privés et les communautés économiques régionales.

Les paiements transfrontaliers sont naturellement plus difficiles à réaliser en raison des considérations réglementaires qui s'y appliquent. Les frais élevés facturés par les opérateurs d'argent mobile ont ouvert la voie à la participation des jeunes pousses. Parmi ces dernières, on peut citer Flutterwave (solutions d'agrégation de paiements permettant de se connecter à diverses options de paiement par l'intermédiaire d'une interface de programmation d'applications commune) et Wecashup (présente dans 36 pays, l'entreprise offre une solution de séquestre ainsi que le paiement d'une commande unique au moyen de plusieurs options de paiement, y compris le paiement à la livraison). La Fondation Bill et Melinda Gates a contribué au développement de Mojaloop, un outil pouvant être utilisé pour construire un « commutateur » central permettant de régler les paiements entre divers acteurs, notamment les fournisseurs d'argent mobile, les banques et les commerçants.

L'initiative du Système panafricain de paiement et de règlement (PAPSS) d'Afeximbank constitue une avancée considérable dans l'élaboration d'un système

numérique de paiement et de règlement au service du commerce transfrontalier. Ce PAPSS permettra aux pays africains d'effectuer leurs règlements entre eux, dans leurs monnaies locales, au lieu de devoir compter sur une monnaie tierce, comme le dollar des États-Unis. Il existe également d'autres systèmes de ce type au niveau régional, notamment l'EAPS et le système régional intégré de règlement de la SADC.

Au niveau des communautés économiques régionales également, on observe une activité importante :

- Dans la SADC, les 16 membres sont en train d'élaborer des systèmes à règlement brut en temps réel et de les relier à celui de la SADC. Tous les États membres (sauf les Comores) participent au système à règlement brut en temps réel de la SADC, de même qu'un total de 85 banques centrales et banques commerciales.
- En 2010, le COMESA a décidé de mettre en œuvre le système régional de paiement et de règlement (REPSS). Ce système permet aux banques des pays membres de transférer plus facilement des fonds en dollars des États-Unis et en euros dans la région du COMESA par l'intermédiaire de leur système à règlement brut en temps réel local.

Au sein de la CAE, l'EAPS est un mécanisme de transfert de fonds utilisé pour transférer de l'argent d'une banque à l'autre au-delà des frontières, entre les pays de la CAE (Kenya, Ouganda, Rwanda et Tanzanie). Il s'agit d'un système de paiement régional multidevises, et les transactions sont effectuées dans les monnaies locales de la CAE.

Ces dernières années, des initiatives du secteur privé et des démarches d'investissement ont vu le jour pour favoriser l'interopérabilité. Mowali (créée par MTN et Orange) facilite l'interopérabilité de l'argent mobile en permettant aux utilisateurs de transférer de l'argent au-delà de leur fournisseur, vers les portefeuilles d'autres fournisseurs ; ce service sera également proposé aux autres opérateurs. Mojaloop fournit une interface de programmation d'applications open source (dirigée par la Fondation Bill et Melinda Gates) servant de ressource pour répondre à un certain nombre de cas d'utilisation, tous centrés sur l'interopérabilité.

MTN et Orange se sont également associés pour proposer une solution utilisant une solution de paiement virtuel Mastercard liée aux portefeuilles MTN MoMo (argent mobile). D'après l'analyse de rentabilité, bien que l'argent mobile constitue la forme dominante de paiement dans la majeure partie de l'Afrique subsaharienne, son utilisation est limitée aux entreprises en ligne et hors ligne dans un rayon relativement restreint. Le lien avec Mastercard permettra aux consommateurs et aux entreprises d'effectuer des paiements via leurs comptes d'argent mobile directement sur des sites Web et sur des applications mobiles. En tant que tel, il s'agit de l'un des rares exemples d'argent mobile reliant de manière transparente les consommateurs d'argent mobile au commerce électronique (potentiellement international).

6. Les grands acteurs du commerce électronique, en particulier les places de marché, investissent de plus en plus dans l'intégration verticale pour résoudre les problèmes d'infrastructure, notamment dans le domaine des paiements.

Certaines places de marché, telles que Jumia et Kongo, ont lancé leurs propres systèmes de paiement afin d'éloigner les consommateurs de l'argent liquide et de réduire la dépendance à l'égard des fournisseurs externes. Elles encouragent l'utilisation de ces systèmes en proposant des options de remise. L'intégration verticale n'est pas seulement présente dans les entreprises de commerce électronique qui développent une infrastructure connexe dans les domaines des paiements et de la logistique : les sociétés mères d'argent mobile commencent elles aussi à investir dans le commerce électronique. Un exemple marquant est la plateforme de commerce électronique Masako de Safaricom, lancée en 2017, qui s'appuie sur l'infrastructure et le réseau d'agents M-PESA ainsi que sur sa base d'utilisateurs pour prendre pied dans le marché croissant du commerce électronique. Les commerçants seront attirés par cette plateforme en raison de la stabilité et des garanties associées à la réception de paiements en temps réel, ainsi que de la possibilité de bénéficier du réseau d'agents développé.

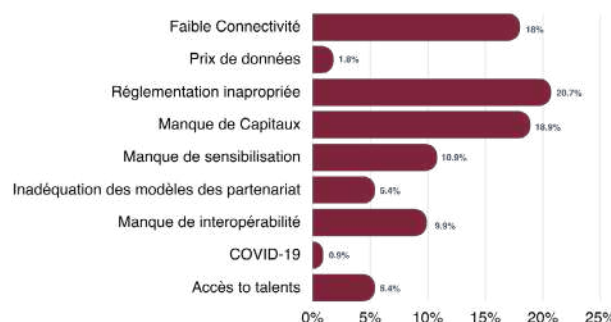
7. L'essentiel de l'activité de technologie financière provient du Nigéria, du Kenya et de l'Afrique du Sud, qui ont attiré la plus grande part des capitaux d'investissement. D'autres marchés se développent eux aussi progressivement. Il s'agit de l'Éthiopie, du Ghana, du Sénégal, du Rwanda, de l'Ouganda et de l'Égypte. Les investisseurs tiennent principalement compte des aspects suivants :

- La taille du marché national de l'entité dans laquelle ils envisagent d'investir, qui doit être suffisamment important pour absorber les services, étant donné que les expansions panafricaines comportent leurs propres risques ;
- La réglementation en matière de technologie financière dans le pays d'origine de l'investissement ;
- Le niveau d'harmonisation réglementaire qui peut permettre ou entraver l'expansion panafricaine.

8. Comme le montre la figure ci-après, les principaux défis auxquels le secteur de la technologie financière est confronté forment un ensemble de questions liées aux infrastructures et à la connectivité des technologies de l'information et des communications, à la réglementation, à l'offre et au capital humain.

Figure 8: La technologie financière africaine : possibilités et défis existants

Quel est le plus grand défi auquel sont confrontés les entreprises de technologie financière en Afrique ?



Source : (Africa Fintech Summit, 2020)

9. Un fossé important en matière de disponibilité et d'adoption des services financiers numériques

On observe d'importants écarts en matière de paiements numériques entre les régions, entre les pays et à l'intérieur de ces derniers (zones urbaines par rapport aux villes de taille moyenne et aux zones rurales). L'innovation en la matière et l'adoption de ces services se limitent essentiellement aux centres d'activité, et il est nécessaire de généraliser leur utilisation. L'étendue de cet écart a été amplement couverte par diverses études établissant clairement l'existence de problèmes profondément ancrés, qui ne pourront être résolus qu'à moyen ou à long terme. Les causes profondes sont liées au développement économique global, y compris au niveau infranational, aux coûts de transaction, à la dynamique de la demande des consommateurs ainsi qu'à l'analyse de rentabilité limitée pour les cas d'utilisation de paiements complexes. Malgré la croissance accélérée de l'argent mobile en Afrique, il convient de reconnaître qu'il existe d'importants groupes de population non bancarisés sur tout le continent, de même que des microentreprises

et des PME, qui ne bénéficient pas de ces outils pour diverses raisons. Ce fossé est également une source de préoccupation importante du point de vue du marché continental.

Objectifs stratégiques

Examiner et adapter les réglementations relatives à la technologie financière au niveau national

Poursuivre l'harmonisation globale des systèmes de paiement en vue de parvenir à l'interopérabilité panafricaine des services de technologie financière

Stimuler l'innovation et l'entrepreneuriat dans le secteur africain de la technologie financière

Renforcer les capacités des entreprises (microentreprises, PME, commerçants de détail) à exploiter et à intégrer la technologie financière dans leurs activités

1. Examiner et adapter les réglementations relatives à la technologie financière au niveau national

L'absence de réglementation n'est pas nécessairement un facteur limitant dans les premiers stades de croissance du secteur, notamment dans le cas de la technologie financière et du commerce électronique. Les principales entreprises de l'un ou l'autre secteur témoigneront de leurs années de lancement, où le climat réglementaire vierge leur a permis d'expérimenter de nouveaux produits et services, ce qui a finalement contribué à leur établissement en tant que leaders du marché. Étant donné que ces secteurs suivent généralement des modèles de croissance itératifs, dans lesquels les entreprises chefs de file tracent leur chemin et sont suivies par des vagues d'entreprises qui les imitent, on pourrait affirmer que l'absence de réglementation au cours des premières années de croissance du secteur est, en réalité, essentielle.

Cependant, à mesure que le secteur mûrit, la réglementation est jugée nécessaire pour garantir la stabilité macroéconomique et protéger les consommateurs ainsi que les acteurs du marché. Le Fonds monétaire international (FMI)⁵⁵ a relevé trois objectifs clés pour la réglementation de la technologie financière :

- Encourager le développement de produits et de services dans des segments du marché non couverts par les institutions financières traditionnelles ;
- Fournir des règles prudentielles en matière de risque, notamment en ce qui concerne la gouvernance d'entreprise, la comptabilité et la gestion des risques ;
- Prévenir le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme tout en protégeant les utilisateurs de technologies financières.

Il est extrêmement important que les pays africains examinent le modèle de lignes directrices qu'ils souhaitent suivre, qu'il s'agisse d'un modèle normatif ou d'un modèle basé sur des « terrains d'essai » ou des dispositifs d'expérimentation (« sandboxes ») délimités par des lignes directrices strictes. L'absence de réglementation peut mettre les pays dans une position délicate lorsqu'ils cherchent à définir et à mettre en œuvre une vision à long terme pour le secteur ainsi qu'à attirer les investissements. Le secteur de la technologie financière bénéficiera des politiques nationales (banque centrale) pour réduire les dépendances à l'égard de l'argent liquide. Les banques centrales du Nigéria et d'autres pays ont adopté des politiques qui les rapprocheront des opérations scripturales. L'harmonisation avec d'autres pays est également importante, d'abord tout du moins au niveau des communautés économiques régionales et, en fin de compte, au niveau panafricain.

2. Poursuivre l'harmonisation globale des systèmes de paiement en vue de parvenir à l'interopérabilité panafricaine des services de technologie financière

La Stratégie prévoit l'utilisation, par les entreprises de commerce électronique, de solutions de paiement numérique ainsi que d'autres applications auxiliaires de technologie financière non seulement à l'intérieur des frontières nationales, mais aussi au-delà des frontières en Afrique. Après tout, les entreprises de commerce électronique ne sauraient développer durablement des opérations régionales et continentales sans disposer de solutions de paiement transfrontalières fluides, ou en présentant une forte dépendance à l'égard de l'argent liquide. Étant donné qu'en moyenne 30 % des marchandises vendues au détail sont renvoyées au vendeur, la dépendance à l'égard de l'argent liquide peut rapidement devenir un défi. L'interopérabilité au sein des systèmes de technologie financière est également une considération essentielle compte tenu du potentiel de fragmentation entre les différents systèmes de paiement et au-delà des frontières. Dans un futur idéal, tous les systèmes de paiement numérique, qu'ils soient basés sur l'argent mobile ou sur des cartes, permettraient de transférer des fonds et des informations entre eux et au-delà des frontières nationales.

Il existe trois niveaux d'interopérabilité : 1) entre les modèles (argent mobile, comptes bancaires, cartes), 2) entre les acteurs de chaque modèle, 3) au niveau transfrontalier. Le Système panafricain de paiement et de règlement (PAPSS) ainsi que les systèmes de paiement régionaux ne seront pas les seuls à jouer un rôle primordial : les solutions naissantes dirigées par le secteur privé, telles que Mowali et Mojaloop, seront également déterminantes. Ces éléments sont essentiels car, une fois cette interopérabilité mise en place, les entreprises de commerce électronique peuvent facilement en tirer parti.

La plupart des entreprises de technologie financière sont des jeunes pousses, qui trouveront difficile de devoir étudier les différentes procédures réglementaires en vigueur dans plusieurs pays du continent et s'y conformer avant de se développer. L'harmonisation des réglementations et la fourniture d'orientations claires sur les domaines où il existe des divergences aideraient grandement ces entreprises naissantes. Cela vaut

⁵⁵ Invalid source specified.

particulièrement pour les considérations relatives à la protection des données et à la cybersécurité.

Les pays devront essentiellement s'orienter vers une certaine forme d'harmonisation dans tous les cas, à mesure que le PAPSS sera développé et déployé. Étant l'un des cinq instruments opérationnels de la ZLECAf, ce système servira principalement de commutateur pour le règlement des transactions provenant de divers acteurs financiers et supports ou appareils, afin de contribuer à l'harmonisation des systèmes de paiement.

Les plus grands défis entravant l'interopérabilité seront les différences de maturité réglementaire et de maturité du marché dans l'ensemble de l'Afrique. Les organismes de réglementation et les marchés sont tout simplement trop éloignés les uns des autres dans les différents pays, ce qui pose des problèmes d'harmonisation réglementaire. Une autre étape importante sur la voie de l'interopérabilité consistera à établir des mécanismes intergouvernementaux pour aborder les questions liées à la technologie financière. Les banques centrales africaines peuvent se coordonner par l'intermédiaire des plateformes de discussion existantes pour échanger régulièrement leurs points de vue.

3. Stimuler l'innovation et l'entrepreneuriat dans le secteur africain de la technologie financière

L'épine dorsale du secteur de la technologie financière réside dans l'innovation. De la liberté réglementaire accordée au Kenya au début des années 2000 afin de mettre en place des solutions d'argent mobile à la récente décision de la Banque centrale mauricienne de suivre activement une approche reposant sur les dispositifs d'expérimentation réglementaire (« sandboxing ») pour les applications de la chaîne de blocs, la croissance s'est produite grâce à un environnement réglementaire qui a favorisé l'innovation.

La Stratégie contient les recommandations suivantes :

Explorer de nouveaux cas d'utilisation dont le secteur du commerce électronique peut tirer parti

À l'intersection du commerce électronique et de la technologie financière, il existe des cas d'utilisation intéressants qui sont soit déjà mis en œuvre, soit proposés.

- On relève notamment un besoin d'agrégateurs tels que Flutterwave et Okra, capables de fournir une interface de programmation d'applications par l'intermédiaire de laquelle les sites de commerce électronique peuvent se connecter à plusieurs canaux de paiement au lieu d'investir dans de multiples options. Ecobank, banque panafricaine qui possède des succursales dans 33 pays, a également lancé un dispositif d'expérimentation bancaire en janvier pour permettre aux banques et aux entreprises de technologie financière d'accéder à ses interfaces de programmation d'applications. Au Nigéria, l'association Financial Services Innovators a créé un dispositif d'expérimentation qui sert

de répertoire d'interfaces de programmation d'applications issues du Système de règlements interbancaires du Nigéria (Nigeria Inter-Bank Settlement Scheme) et de banques commerciales telles que Sterling, Union, Fidelity et Stanbic, ainsi que d'entreprises du secteur de la santé offrant des services en ligne⁵⁶. Les services conçus par Wecashup, qui incluent le paiement d'une commande unique au moyen de plusieurs options de paiement, seraient également attrayants pour le marché africain.

- Divers opérateurs de technologie financière, tels que Pezesh et Wecashup, ont élaboré des applications à la périphérie des systèmes de prêt et de paiement, par exemple des mécanismes innovants d'évaluation du crédit et des systèmes de séquestre, et il en existe beaucoup d'autres. Ces types d'applications peuvent également trouver des utilisations précieuses dans le secteur du commerce électronique.
- Les leaders du marché qui effectuent des investissements verticaux de plus en plus importants dans les systèmes de paiement peuvent offrir ces outils en tant que « service » à l'ensemble du secteur du commerce électronique, ouvrant ainsi un flux de revenus distinct et profitant au secteur dans son intégralité.
- Les codes QR sont un outil important pour concrétiser l'interopérabilité, et un exemple émergeant au sein des pays ainsi que dans l'ensemble de l'Afrique. La technologie sous-jacente offre un fort potentiel pour faciliter les transactions entre commerçants, clients, émetteurs (banques, opérateurs d'argent mobile et autres institutions financières), acquéreurs (banques, opérateurs d'argent mobile et autres institutions financières) et prestataires de services de paiement, avec un minimum de complexité pour les clients. Il convient de noter que cette technologie présente un fort potentiel pour les opérateurs de commerce électronique également, notamment en matière de paiements transfrontaliers. Au niveau national, le Ghana est un bon exemple : le pays a introduit un code QR universel en 2020 (le premier en Afrique et le troisième dans le monde), fondé sur un système qui intègre les méthodes de paiement numérique, notamment les cartes et l'argent mobile, en un seul dispositif. Ce système a été largement utilisé pendant la pandémie de COVID-19.

Mettre en place des dispositifs d'expérimentation réglementaire aux niveaux national et régional

L'innovation dépend également de l'environnement réglementaire. Un certain nombre de pays africains (le Kenya, la Sierra Leone, Maurice, le Mozambique, l'Ouganda et le Nigéria, entre autres) ont accordé une attention considérable, ces dernières années, à l'élaboration de réglementations susceptibles de favoriser le développement de nouveaux produits dans le domaine de la technologie

⁵⁶ <https://techcabal.com/2020/07/10/factsheet-how-an-african-fintech-sandbox-works-and-how-to-access-it/>.

financière. Les dispositifs d'expérimentation réglementaire (« sandboxes ») peuvent s'avérer particulièrement utiles, tant pour les entreprises de technologie financière que pour les banques centrales, pour tester les implications, les avantages et les risques des nouvelles technologies sur leurs marchés, au cours d'une période limitée, et pour développer ces technologies en fonction des résultats. La Stratégie recommande aux gouvernements, et même aux communautés économiques régionales, d'envisager le déploiement de dispositifs d'expérimentation réglementaire pour accélérer l'innovation dans le secteur. La principale proposition de valeur de ces dispositifs est qu'ils tiennent compte des perspectives essentielles des régulateurs et des entreprises de technologie financière, tout en prenant acte du rythme naturellement élevé des évolutions qui se produisent dans le secteur de la technologie financière au niveau mondial. Si les régulateurs recourent aux mécanismes traditionnels pour mener de longues évaluations de diligence raisonnable sur chaque type d'innovation, au lieu de les mettre à l'essai dans un environnement d'expérimentation, les pays africains ne bénéficieront certainement pas du flux constant d'innovation accessible au continent. L'approche des dispositifs d'expérimentation offre une solution élégante à cet égard.

Il convient de souligner que les dispositifs d'expérimentation réglementaire ne constituent pas une solution miracle aux défis de la technologie financière en Afrique. Ils requièrent une discipline et des coûts importants en ce qui concerne l'établissement du cadre de diligence raisonnable nécessaire. Il convient de veiller à ce que certaines entreprises candidates ne soient pas indûment exclues de tels dispositifs ou à ce qu'Commission de l'Union africaine ne favorise le favoritisme ne soit établi à l'égard de certaines entreprises ou de certains secteurs. Il serait particulièrement important de réaliser des évaluations de faisabilité et d'appliquer un principe de diligence raisonnable concernant la consultation des principales parties prenantes avant la mise en place des dispositifs d'expérimentation.

Mettre en place des groupes de travail interministériels et interinstitutionnels pour développer conjointement l'environnement réglementaire de la technologie financière

En tant que telle, la technologie financière implique une série d'acteurs qui s'influencent mutuellement tout en étant dépendants les uns des autres dans les domaines liés à cette technologie, bien que la banque centrale en soit souvent la principale responsable. L'Afrique du Sud a récemment lancé un Centre d'innovation du groupe de travail intergouvernemental sur la technologie financière (Intergovernmental Fintech Working Group), rassemblant un certain nombre d'institutions qui collaborent pour développer conjointement le secteur de la technologie financière. Parmi ces institutions figurent le Trésor national, le Centre de renseignements financiers, l'Autorité de surveillance du secteur financier, l'Organisme national de réglementation du crédit, la Banque de réserve sud-africaine, le Service des recettes sud-africaines et la Commission de la concurrence. Cette initiative peut être un bon exemple de partage de codes pour le développement du secteur. De tels groupes de travail peuvent être établis aussi bien au niveau national qu'au niveau régional.

Favoriser les pépinières et les accélérateurs d'entreprises spécifiquement consacrés à la technologie financière

Il est nécessaire de mettre en place des pépinières et des accélérateurs d'entreprises spécifiquement consacrés à la technologie financière pour stimuler le potentiel entrepreneurial dans le secteur. Ces dispositifs peuvent provenir aussi bien du secteur public que du secteur privé. Bien que la technologie financière puisse constituer, à l'heure actuelle, l'un des domaines prioritaires des accélérateurs existants, il sera bénéfique pour les entreprises de technologie financière de disposer d'accélérateurs sectoriels entièrement spécialisés dans le traitement de leur activité.

4. Renforcer les capacités des entreprises (microentreprises, PME, commerçants de détail) à exploiter et à intégrer la technologie financière dans leurs activités

Cet objectif stratégique vise à renforcer l'adoption des paiements numériques par les consommateurs. Ces derniers, qu'il s'agisse de citoyens individuels ou d'entreprises, sont familiarisés avec les solutions d'argent mobile, mais pas nécessairement préparés aux solutions de paiement numérique plus complexes qui se profilent à l'horizon. Il ne serait guère pertinent d'exploiter les possibilités du marché sans développer le marché lui-même ; à cette fin, les gouvernements, les partenaires de développement, les communautés économiques régionales, les associations de technologie financière et les entreprises individuelles ont tous un rôle à jouer pour sensibiliser les consommateurs et les entreprises aux avantages des solutions de paiement numérique. Cette sensibilisation peut se faire par l'intermédiaire du marketing direct des entreprises, de campagnes de sensibilisation, etc.

Il convient d'entreprendre ces démarches en gardant à l'esprit l'objectif plus large de l'inclusion financière, qui est encore très faible dans la plupart des pays africains. Chaque pays devrait élaborer une stratégie d'inclusion financière en mettant particulièrement l'accent sur les services financiers numériques.

Composante 4 : Logistique nationale et transfrontalière

Aperçu du secteur de la logistique et principaux défis à relever

- On voit émerger un nombre croissant de services logistiques destinés directement au secteur des PME.
- La faible harmonisation des règles douanières, associée à une mise en œuvre irrégulière de ces règles à la frontière, est l'un des principaux facteurs limitant le commerce transfrontalier des microentreprises et des PME, y compris les entreprises de commerce électronique.
- Les problèmes d'adressage physique et de livraison au dernier kilomètre continuent d'entraver la ponctualité des livraisons et constituent un risque pour l'extensibilité des opérations de commerce électronique.
- La mise en œuvre du commerce transfrontalier informatisé est inégale.
- Les mécanismes informels sont prédominants dans le transport transfrontalier.
- Les coûts de transport élevés dissuadent les PME de se lancer dans le commerce transfrontalier formel.
- La faiblesse des capacités de logistique inverse est une autre lacune de l'environnement du commerce électronique transfrontalier.

Objectifs stratégiques

- Poursuivre les réformes et l'harmonisation douanières
- Mettre en place des guichets uniques nationaux ainsi que des mécanismes et des outils de coordination pour rationaliser la collaboration interinstitutionnelle
- Promouvoir les investissements dans la sous-traitance de services logistiques et d'exécution ainsi que dans les services d'entreposage
- Soutenir le renouvellement des services postaux africains, tout en favorisant une concurrence saine avec les opérateurs privés
- Améliorer la livraison « jusqu'au dernier kilomètre »
- Améliorer les capacités des entreprises en matière de logistique et d'exécution des commandes

La logistique est l'un des principaux facteurs de réussite du commerce électronique. Pour la plupart des pays africains, elle constitue le maillon le plus faible de l'écosystème. La plupart des États africains ont des difficultés à se hisser au-dessus des quadrants inférieurs de divers classements axés sur la logistique, qu'il s'agisse des indicateurs

Doing Business, de l'indice intégré pour le développement postal (2IPD) de l'Union postale universelle ou de l'indice de performance logistique de la Banque mondiale. Les conditions en Afrique du Sud et dans les pays d'Afrique du Nord sont nettement meilleures que celles de la plupart des pays d'Afrique subsaharienne, où l'ensemble des infrastructures matérielles et immatérielles ne sont pas propices à la circulation rapide des biens et des services requise par le commerce électronique. Les coûts de transport et de logistique en Afrique peuvent être jusqu'à 30 % supérieurs aux moyennes mondiales et, dans certains pays d'Afrique subsaharienne, ces coûts peuvent être jusqu'à cinq fois supérieurs à ceux des pays développés. Cet aspect a une incidence directe sur les coûts d'exploitation ainsi que sur le climat opérationnel des affaires et des investissements. L'infrastructure logistique intra-africaine est faible dans la mesure où, dans la plupart des cas, il est moins onéreux d'importer depuis l'Union européenne et d'autres marchés que de s'approvisionner directement auprès d'autres pays africains. Des études récentes, fondées sur des enquêtes auprès des entreprises⁵⁷, ont clairement identifié la logistique, la livraison des colis, le transport, le dédouanement et l'efficacité des réseaux postaux parmi les principaux défis qui entravent le commerce transfrontalier.

On voit émerger un nombre croissant de services logistiques destinés directement au secteur des PME.

La logistique est l'un des principaux moteurs du commerce électronique, en particulier dans le paysage logistique fragmenté de l'Afrique. On relève des exemples de services de livraison de biens de grande consommation fournissant des places de marché 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 pour les détaillants, y compris ceux du secteur informel. Grâce à ces places de marché, les petits détaillants sont directement reliés aux grands acteurs du secteur des produits de grande consommation et peuvent commander des produits de manière relativement économique⁵⁸. Dans l'ensemble du secteur de la logistique, Tradepot (Nigéria) et MaxAB (Égypte) sont des exemples de sociétés de sous-traitance de services d'exécution qui aident les PME. Ces sociétés fournissent des services d'entreposage des stocks et des services d'exécution, y compris l'expédition, le service à la clientèle et des services de logistique inverse. L'importance de ces services est immense pour les PME qui ne peuvent pas surmonter seules les obstacles liés au coût et au savoir-faire dans ces domaines.

Certaines jeunes pousses, telles que Kobe360, Sendy et Truckr, bouleversent le secteur de la logistique en facilitant l'accès des PME africaines aux services dont elles ont besoin, notamment dans l'arrière-pays, et ce à moindre coût.

Les problèmes d'adressage physique et de livraison au dernier kilomètre continuent d'entraver la ponctualité des livraisons et constituent un risque pour l'extensibilité des opérations de commerce électronique.

La livraison au dernier kilomètre est un défi important, qui dépend de l'infrastructure physique de transport, des problèmes d'adressage physique et de la fragmentation des fournisseurs de services de livraison. Le problème de l'adressage physique est commun à la plupart des pays

⁵⁷ Par exemple, voir (Banga, Gharib, Mendez-Parra, & Macleod, E-commerce in preferential trade agreements. Implications for African firms and the AfCFTA, 2021)

⁵⁸ Cité dans (Google, IFC, 2020)

africains et nécessitera des niveaux d'investissement élevés car les pays s'emploient à élaborer des systèmes d'adressage nationaux, un travail qui peut s'étendre sur plusieurs années. Lorsque le client n'a pas d'adresse vérifiable, cette adresse est nécessairement longue, incluant des descriptions et des numéros de téléphone, et il faut presque toujours passer des appels téléphoniques avant d'effectuer les livraisons, ce qui compromet les taux de ponctualité des livraisons et l'extensibilité. Les services logistiques sont confrontés à des problèmes de capacité et il existe une forte fragmentation en matière de prestation de services. Un colis expédié d'une ville urbaine vers l'arrière-pays peut changer de mains plusieurs fois en cours de route, le « dernier kilomètre » étant desservi par des services de transport locaux. Les capacités de suivi et de localisation sont limitées dans cet environnement, notamment en raison des faibles capacités des fournisseurs de services individuels.

Globalement, les problèmes d'adressage physique entraînent régulièrement des retards dans les paiements et limitent l'efficacité des services logistiques. Les retards ont une incidence sur la confiance des consommateurs, qui est déjà fragile à l'égard du commerce électronique africain. Tous ces problèmes ont des répercussions sur les résultats des entreprises. Le coût international moyen de la livraison jusqu'au dernier kilomètre pour les fabricants donne lieu à des statistiques frappantes : en Afrique, ce chiffre peut atteindre 35 %, voire 55 % du coût du produit, alors que la moyenne mondiale est plus proche de 28 %⁵⁹.

Les solutions et les mécanismes d'adaptation suivants ont vu le jour en réponse à ce défi insurmontable de l'adressage physique et de la livraison au dernier kilomètre.

1. Certaines grandes entreprises de commerce électronique, telles que Jumia et Konga, ont pris les choses en main et ont réalisé des investissements verticaux dans leurs propres opérations logistiques. En s'assurant l'accès à une infrastructure logistique professionnelle, les entreprises tentent de maintenir un délai de traitement rapide (en un jour dans certains cas), bien qu'elles encourrent un taux d'absorption important. Ces plateformes ont également intégré des fonctionnalités permettant de désactiver le paiement à la livraison et de forcer le prépaiement pour les clients qui présentent un certain nombre d'échecs de livraison⁶⁰.
2. Ces dernières années, des solutions d'adressage alternatives innovantes, basées sur la géolocalisation, ont vu le jour : il peut s'agir de solutions internationales, telles que What3words, ou de solutions locales. Les services postaux du Nigéria, par exemple, expérimentent actuellement le système d'adressage alternatif fondé sur What3words.
3. Les places de marché et les détaillants en ligne utilisent également des points de retrait par l'intermédiaire desquels les clients peuvent récupérer leurs produits (et les déposer en cas de retour).

Dans le cas de Konga, cette option peut concerner jusqu'à 40 % des clients⁶¹.

4. Certaines places de marché logistiques, par exemple Bwala, mettent en relation des entreprises de commerce électronique avec des sociétés louant des camions, des voitures, des fourgonnettes et des camionnettes de livraison (ainsi que des mécaniciens de confiance ou des revendeurs de pièces détachées vérifiées). Compte tenu des besoins futurs, ces places de marché devraient prospérer sur le marché.

La faible harmonisation des règles douanières, associée à une mise en œuvre irrégulière de ces règles à la frontière, est l'un des principaux facteurs limitant le commerce transfrontalier des microentreprises et des PME, y compris les entreprises de commerce électronique.

Les entreprises de commerce électronique, quels que soient leur taille et leur secteur d'activité, sont confrontées à des difficultés dans les procédures de dédouanement. Au niveau des PME, les autorités douanières s'inquiètent de l'accomplissement inadéquat des formalités administratives et de la sous-évaluation des produits. Les processus et les niveaux d'efficacité en matière de dédouanement diffèrent d'un pays à l'autre, ce qui crée un fort sentiment d'incertitude pour les entreprises. Même les grandes entreprises de commerce électronique qui sont en mesure de conclure des partenariats avec DHL et avec d'autres sociétés de messagerie sont confrontées à des problèmes à la frontière.

Il convient de noter qu'au niveau des communautés économiques régionales, même si les entreprises devraient théoriquement bénéficier d'un transfert en franchise de droits de douane des produits au sein de l'union commune, il n'est pas rare que des microentreprises et des PME soient doublement facturées au cours du transit entre les États membres, ce qui montre que ce ne sont pas seulement les règles qui font défaut, mais aussi leur mise en œuvre.

La mise en œuvre du commerce transfrontalier informatisé est inégale.

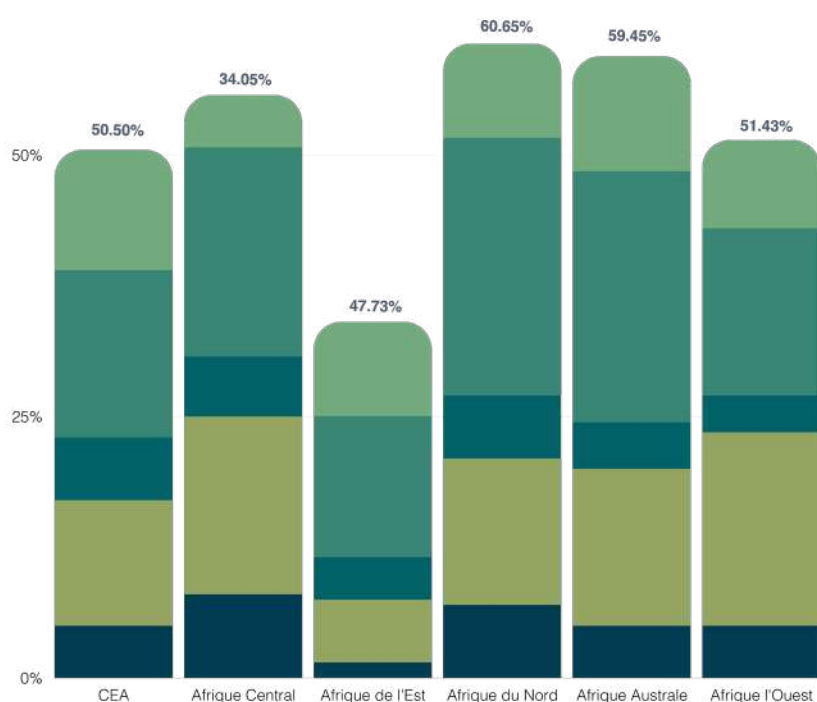
Les pays africains, en particulier en Afrique subsaharienne, sont à la traîne en ce qui concerne les mesures globales de facilitation des échanges.

⁵⁹ <https://etradeforall.org/logistics-update-africa-getting-past-the-hurdles-to-the-last-mile>

⁶⁰ (Banga, Gharib, Mendez-Parra, & Macleod, E-commerce in preferential trade agreements. Implications for African firms and the AfCFTA, 2021)

⁶¹ <https://etradeforall.org/logistics-update-africa-getting-past-the-hurdles-to-the-last-mile/>

Figure 9: Facilitation du commerce numérique et durable en Afrique (2019)



Source : Enquête mondiale des Nations Unies sur la facilitation du commerce numérique et durable, 2019.

En juillet 2019, 35 des 44 États africains membres de l'OMC avaient ratifié l'Accord sur la facilitation des échanges. Selon le rapport mondial sur la facilitation du commerce numérique et durable fondé sur l'Enquête mondiale des Nations Unies sur la facilitation du commerce numérique et durable et réalisé par la Commission économique et sociale pour l'Asie et le Pacifique, le niveau moyen de mise en œuvre de l'ensemble des mesures ambitieuses et prospectives incluses dans l'Enquête s'élève à 62,7 % à l'échelle mondiale. Le niveau de mise en œuvre en Afrique subsaharienne (région comprenant certains des pays les plus pauvres du monde) n'est que de 47,8 %, ce qui place cette région en avant-dernière position, devant les îles du Pacifique.

Les mécanismes informels sont prédominants dans le transport transfrontalier.

Les services d'autobus sont souvent le mode de transport le plus répandu pour les importations et les exportations transfrontalières, y compris pour les biens liés au commerce électronique. Les irrégularités dans les horaires et les perturbations sont courantes, et ce modèle est difficile à déployer à plus grande échelle (en plus d'être informel), bien qu'il soit certainement attractif pour les plateformes de commerce électronique qui cherchent à satisfaire les commandes malgré des contraintes de prix. La livraison jusqu'au dernier kilomètre n'est pas garantie, les colis étant déposés sur les itinéraires des autobus. Ce modèle est privilégié par les petites entreprises en raison des difficultés qu'elles rencontrent lors du dédouanement, mais aussi en raison de leur statut d'entreprises informelles, qui les rend susceptibles d'encourir des amendes.

Les coûts de transport élevés dissuadent les PME de se lancer dans le commerce transfrontalier formel.

Les coûts de transport constituent une contrainte importante pour les PME ; ils sont parfois plus élevés que le coût du produit et, lorsque les entreprises prennent en compte les coûts supplémentaires liés aux douanes, à l'emballage, etc., elles peuvent être dissuadées de recourir à des entreprises de messagerie professionnelles dans les pays africains. Ces considérations poussent les entreprises à se tourner vers les canaux de transport informels.

Encadré 4: Création d'un Marché unique du transport aérien africain

Le Marché unique du transport aérien africain (SAATM) vise à assurer la connectivité intrarégionale entre les capitales africaines et à créer un marché unique et unifié du transport aérien en Afrique, afin de dynamiser le programme d'intégration économique et de croissance du continent. Ce Marché unique prévoit la libéralisation complète des services de transport aérien intra-africains en matière d'accès au marché et de droits de trafic aux fins de l'exploitation, par les compagnies aériennes éligibles, de services aériens réguliers et de fret, de manière à améliorer la connectivité des services aériens et l'efficacité des transporteurs aériens. Il supprime les restrictions à la propriété et prévoit la libéralisation totale des fréquences, des tarifs et de la capacité. Il prévoit également des critères d'éligibilité pour les transporteurs communautaires africains, des normes de sécurité et de sûreté, des mécanismes de concurrence loyale et de règlement des litiges, ainsi que des dispositifs de protection des consommateurs. À ce jour, 34 pays ont adhéré au SAATM.

Le Marché unique est d'une importance capitale pour l'agenda global du continent. Selon une étude de l'Association du transport aérien international (IATA), il suffirait que 12 pays africains clés ouvrent leurs marchés et améliorent leur connectivité pour créer 155 000 emplois supplémentaires et ajouter 1,3 milliard d'USD à leur PIB annuel. L'augmentation du trafic aérien (le principal mécanisme du commerce électronique entre entreprises et consommateurs) aura une incidence sur le commerce électronique. L'IATA relève que, grâce au SAATM, l'aviation jouera un rôle majeur dans la connexion de l'Afrique, dans la promotion de son intégration sociale, économique et politique et dans la stimulation du commerce et du tourisme intra-africains qui en résultera.

Source : Auteur, Commission de l'Union africaine, IATA

Services postaux

Les opérateurs postaux offrent un potentiel de stimulation du commerce électronique largement inexploité en Afrique. Comme le note l'Union postale universelle (UPU), les 21 700 bureaux de poste et 138 000 agents postaux en Afrique représentent un réseau de distribution étendu qui peut offrir un soutien immense à la croissance du commerce électronique en Afrique⁶².

Les services postaux en Afrique sont très peu performants. Leur structure de coûts peu compétitive est souvent entravée par une infrastructure informatique faible et par des ressources limitées. Leur mandat national exige une allocation de ressources indépendante du potentiel du marché, ce qui entraîne une baisse de la compétitivité par rapport à leurs concurrents du secteur privé. Ces problèmes sont aggravés par le monopole de fait qu'exercent de nombreux services postaux africains sur les services de livraison de petits colis, ainsi que

62 (UPU, 2020)

par l'absence de libéralisation, qui empêche l'entrée de services innovants. L'UPU a recensé les problèmes suivants comme étant les principaux défis à relever⁶³ pour les services postaux africains : ressources limitées, manque d'infrastructure informatique, transition nécessaire vers une culture numérique, manque d'experts nécessaires au développement des services électroniques, adoption plus lente que prévu des services postaux électroniques par les clients.

Il convient de noter que, malgré les faibles capacités globales des systèmes postaux africains, certains points positifs en matière d'innovation font leur apparition. Les postes régionales d'Afrique adoptent de plus en plus les applications mobiles dans leurs services postaux électroniques⁶⁴.

L'UPU constate les tendances suivantes concernant les systèmes postaux africains :

1. Les volumes de colis intérieurs ont augmenté dans toutes les régions au cours de la dernière décennie. Plus particulièrement, d'impressionnants taux de croissance annuels à deux chiffres ont été enregistrés en 2018 en Afrique (50 %). Les volumes d'exportation de colis depuis l'Afrique ont chuté ces dernières années.
2. La proportion de la population n'ayant pas accès aux services postaux est négligeable dans les pays industrialisés, en Europe de l'Est et dans la Communauté d'États indépendants, mais demeure préoccupante en Afrique (plus de 10 %). Néanmoins, il convient de souligner que cette proportion est plus difficile à estimer pour l'Afrique que pour les autres régions.
3. La majorité des consommateurs doivent aller chercher leur courrier et leurs colis dans les bureaux de poste, compte tenu de la faiblesse des capacités et des ressources des services postaux en Afrique. En moyenne, l'Afrique ne compte qu'un bureau de poste pour 100 000 habitants.
4. Dans le dernier classement de l'indice intégré pour le développement postal (2IPD) (2020), qui évalue l'état des systèmes postaux nationaux, il est souligné que *le Ghana a désormais atteint la première place régionale, au 57^e rang mondial, suivi de Maurice (63^e) et du Nigéria (64^e). La fiabilité est la principale cause d'amélioration de la position du Ghana. La Guinée, le Cameroun et la Zambie ont également connu de fortes progressions dans le classement, gagnant respectivement 36, 34 et 25 places. Dans tous ces cas, les améliorations de la qualité du service se sont traduites par une plus grande fiabilité et par une plus vaste couverture des services*⁶⁵.

63 (UPU, 2020)

64 (UPU, 2020)

65 (Universal Postal Union (UPU), 2020)

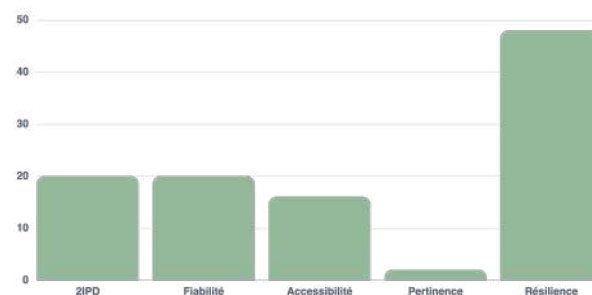
Figure 10: Modes de livraison et accès aux services postaux

	Population recevant son courrier à domicile	Population devant récupérer son courrier dans un établissement postal	Population sans services postaux
Afrique	15.8%	71.5%	12.6%
Région Arabe	83.1%	14.4%	2.5%
Région Asie-Pacifique	96.7%	1.6%	1.6%
Europe et CEI	98.5%	1.5%	0.0%
Pays industrialisés	99.3%	0.7%	0.0%
Amérique et Caraïbes	90.3%	4.4%	5.3%
Monde	90.6%	7.0%	2.4%

Source: Estimations basées sur les statistiques officielles de l'UPU.
Remarque: Les groupes régionaux sont définis en annexe.

Source : (Universal Postal Union (UPU), 2020)

Figure 11: Résultats de l'indice 2IPD : Afrique



Source: Classement 2IPD (2020)
Remarque: Moyennes simples par région

Pays	Remarques
Burkina Faso	<p>Place de marché Fasoranana, pour les PME</p> <p>Le Gouvernement du Burkina Faso, par l'intermédiaire du Ministère de l'économie numérique et du développement postal, a préparé une stratégie de développement du secteur postal pour la période 2019-2023. Dans le cadre de cette stratégie, ce même Ministère a lancé, en 2019, la place de marché FASORANANA de la Poste du Burkina Faso (https://www.fasoranana.bf/), une plateforme qui permet aux entreprises et aux citoyens de vendre ou d'acheter des biens en ligne⁵¹. Cette initiative s'aligne sur les recommandations de l'UPU sur la transformation numérique des initiatives des services postaux et sur la préparation numérique aux fins du commerce électronique décrites dans le Guide 2020 de l'UPU sur le commerce électronique.</p>
Côte d'Ivoire	<p>La Poste lance une plateforme de commerce électronique pour soutenir les artisans locaux</p> <p>Sanlishop (www.sanlishop.ci) est un site Internet d'achat et de vente de produits. Ce site promeut le « Made In Côte d'Ivoire » ainsi que l'artisanat africain, en commercialisant les produits des artisans locaux. À ces produits s'ajoutent des articles tels que la papeterie, la philatélie, les fournitures scolaires et bien d'autres. Les artisans peuvent s'y inscrire en tant que vendeurs pour vendre facilement leurs articles sur le site. https://laposte.ci/post/particuliers/ecommerce</p>
Ghana	<p>La Poste du Ghana propose aux PME une plateforme pour vendre en ligne pendant la pandémie de COVID-19 (https://postshop.com.gh/).</p> <p>La création d'un site Web de commerce électronique est une innovation de la Poste ghanéenne. L'objectif de la plateforme de commerce électronique (www.postshop.com.gh) est de donner à tous les vendeurs et à tous les acheteurs la possibilité de faire du commerce en ligne. Cette innovation a permis d'intégrer des magasins de détail internationaux et nationaux pour une expérience d'achat pratique et accessible, et de développer davantage les services qui augmenteront la visibilité des produits ghanéens sur le marché mondial.</p> <p>Les PME peuvent télécharger gratuitement leurs offres de biens et de services sur le site Web de commerce électronique www.postshop.com.gh. Les acheteurs sont également encouragés à se rendre sur leur site Web de commerce électronique pour effectuer leurs achats auprès d'un vaste éventail de vendeurs locaux.</p>

<p>Tanzanie</p>	<p>Place de marché en ligne Postashop dédiée aux PME</p> <p>Le site Web de commerce électronique Postashop (https://postashop.tz.post) offre aux PME une précieuse possibilité de vendre leurs produits sur le site Web de confiance de la Poste de Tanzanie. Il offre également diverses facilités, par exemple le suivi des commandes des clients en ligne, la visualisation de l'expédition des commandes, le paiement en ligne par virement bancaire, par transaction mobile et par carte de crédit (VISA), ainsi que des détails transactionnels. Les avantages sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Améliorer la prestation des services postaux, qui sont accessibles à tous les habitants de la République-Unie de Tanzanie ; - Permettre aux communautés rurales et mal desservies d'accéder aux transactions en ligne et de recevoir leurs produits à temps ; - Permettre à la Poste tanzanienne de partager et d'intégrer des solutions et des capacités innovantes avec d'autres entités commerciales ; - Offrir aux PME une possibilité précieuse d'intégrer les services de la Poste tanzanienne ; - Permettre aux clients d'accéder à une application globale de suivi et de localisation pour pouvoir suivre les articles commandés jusqu'à leur livraison finale. - Les clients sont ainsi satisfaits, ce qui accroît leur confiance envers le commerce électronique. <p>La plateforme Postashop repose sur l'infrastructure « .post » de l'UPU, un domaine de premier niveau sûr et robuste pour les services postaux numériques dans le monde entier.</p>
<p>Zimbabwe</p>	<p>Zimpost lance officiellement la plateforme en ligne « Zimbabweall »</p> <p>La Poste zimbabwéenne (Zimpost) a lancé Zimbabweall en décembre 2020. Il s'agit d'une place de marché virtuelle où vendeurs et acheteurs se rencontrent et où Zimpost assure la logistique de livraison afin de contribuer au bon déroulement des transactions et d'offrir des services de « nouvelle génération ».</p> <p>Cette évolution s'inscrit dans le cadre des efforts déployés par l'entreprise publique pour passer du statut de bureau de poste traditionnel à celui d'entité numérique, conformément aux nouvelles tendances mondiales, et devenir un bureau de poste « intelligent ».</p> <p>Zimbabweall offrira une plateforme pour les marchés locaux et internationaux qui permettra aux PME locales d'accéder au marché mondial tout en offrant aux Zimbabwéens de la diaspora la possibilité d'acheter directement des biens et de les faire livrer à leurs familles restées au pays. Il s'agit d'un centre logistique unique pour les produits et les services locaux destinés aux marchés locaux et internationaux.</p> <p>La mise à disposition d'une plateforme de commerce électronique gérée par Zimpost représente un développement et une étape décisifs, qui offrent aux Zimbabwéens une plateforme fiable, sécurisée et dynamique, fournie par un opérateur connu et fiable. Différentes organisations ont déjà commencé à s'associer à Zimpost dans cette aventure, le secteur national de l'artisanat étant déjà présent sur la plateforme.</p> <p>Zimbabweall repose sur l'infrastructure « .post » de l'UPU, un domaine de premier niveau sûr et robuste. À l'heure des cybermenaces, il ne fait Commission de l'Union africaine un doute que la confidentialité des renseignements relatifs aux clients et la sécurité des informations des acheteurs et des vendeurs revêtent la plus haute importance. La plateforme est accessible à l'adresse suivante : www.zimbabweall.post.</p> <p>Cette initiative s'inscrit dans le cadre de l'objectif du Ministère consistant à veiller à ce que tous les aspects de la vie du pays soient facilités par des plateformes numériques et à ce que les bureaux de poste soient dotés de fonctions numériques : le commerce électronique ; les services administratifs en ligne, qui permettent aux citoyens d'accéder facilement aux services publics ; l'éducation en ligne, qui permet aux étudiants d'accéder à des sites éducatifs dans les centres d'information communautaires ; la santé en ligne, qui facilite les activités de télémédecine.</p>

Source : UPU

La préparation des douanes au commerce électronique est inégale.

L'UPU a constaté que la parcellisation du commerce modifie le paradigme du commerce électronique transfrontalier⁶⁶. Ce phénomène se traduit par un volume élevé d'envois de petite taille et de faible valeur, que les autorités douanières ont du mal à gérer avec leurs capacités. L'augmentation du commerce intra-africain exercera une pression supplémentaire sur les autorités douanières, et l'on craint à juste titre que les autorités ne soient pas en mesure de faire face à cette situation. Pour les entreprises de commerce électronique, ces retards entraînent un manque de ponctualité dans les livraisons, ce qui aura une incidence directe sur la confiance ainsi que sur la fidélisation des clients et, en fin de compte, sur la crédibilité de ces entreprises.

Les communautés économiques régionales ont donné la priorité à la libre circulation des biens et des services, et certains progrès ont été réalisés. Toutefois, la circulation et le transport transfrontaliers des marchandises demeurent un défi de taille, même au sein des différents blocs.

Il est primordial de progresser dans le domaine du commerce transfrontalier informatisé.

La plupart des pays africains n'ont pas accompli de progrès dans le domaine du commerce informatisé et les procédures administratives de dédouanement restent manuelles, ce qui est peu propice à l'extensibilité des échanges de produits à volume élevé et de faible valeur. Bien que la plupart des pays soient signataires de l'Accord sur la facilitation des échanges de l'OMC, ils n'ont progressé que dans une certaine mesure.

La faiblesse des capacités de logistique inverse est une autre lacune de l'environnement du commerce électronique transfrontalier.

La faiblesse des infrastructures de transport et le processus de dédouanement transfrontalier sont problématiques pour une autre raison : les retours de produits vendus dans le cadre du commerce électronique. Étant donné que plus de 30 % de tous les produits ainsi vendus sont renvoyés au vendeur, les entreprises de commerce électronique doivent réfléchir à la manière de traiter les retours. Les volumes et la complexité des retours ne feront qu'augmenter à mesure que le secteur du commerce électronique se développera en Afrique. Les entreprises de commerce électronique devront devenir expertes en matière de gestion des retours, soit en interne, soit par l'intermédiaire de partenaires. Les stratégies d'évitement ne sont plus envisageables.

Les grandes entreprises de commerce électronique, y compris les places de marché en Afrique, fournissent une étiquette d'expédition que les clients peuvent utiliser pour renvoyer les produits en cas de retour, mais ce système ne fonctionne que si l'entreprise de commerce électronique a mis en place un partenariat stratégique avec des entreprises de messagerie professionnelles, ou si elle gère sa propre logistique. Pour les petites entreprises, les retours constituent toujours un véritable casse-tête. À l'heure actuelle, le commerce électronique transfrontalier

n'est pas très répandu en Afrique. Il ne constitue donc pas un point suffisamment sensible pour amener les petites entreprises de commerce électronique à exprimer leur préoccupation, mais il le deviendra à mesure que l'échelle et le volume du commerce électronique augmenteront sur le continent.

Objectifs stratégiques

Poursuivre les réformes et l'harmonisation douanières

Mettre en place des guichets uniques nationaux ainsi que des mécanismes et des outils de coordination pour rationaliser la collaboration interinstitutionnelle

Promouvoir les investissements dans la sous-traitance de services logistiques et d'exécution ainsi que dans les services d'entreposage

Soutenir le renouvellement des services postaux africains, tout en favorisant une concurrence saine avec les opérateurs privés

Améliorer la livraison « jusqu'au dernier kilomètre »

Améliorer les capacités des entreprises en matière de logistique et d'exécution des commandes

1. Poursuivre les réformes et l'harmonisation douanières

La Stratégie recommande aux pays de prendre en considération le Cadre de normes de l'Organisation mondiale des douanes (OMD) pour le commerce électronique transfrontalier, notamment dans les domaines énoncés ci-dessous. Cette approche favorisera également l'harmonisation des réglementations douanières nationales, dotant le commerce transfrontalier d'une dimension prévisible pour le secteur privé.

66 (UPU, 2020)

Tableau 6: Les 15 normes de l'OMD pour le commerce électronique transfrontalier

Norme	Description
1. Cadre légal applicable à l'échange préalable de données par voie électronique	Un cadre juridique et réglementaire devrait être établi aux fins de l'échange préalable de données par voie électronique entre les parties prenantes de la chaîne logistique du commerce électronique et les administrations des douanes ainsi que les autres services publics compétents de manière à consolider les mesures de facilitation et de contrôle, en prenant en compte pour ce faire les lois et réglementations applicables et notamment celles en matière de concurrence (anti-trust), de sécurité, de protection et de propriété des données.
2. Utilisation des normes internationales pour l'échange préalable de données par voie électronique	Les normes applicables de l'OMD et d'autres normes et orientations internationales applicables devraient être mises en œuvre en accord avec les politiques nationales de manière efficace et harmonisée afin de faciliter l'échange préalable de données par voie électronique.
3. Gestion des risques pour la facilitation et le contrôle des échanges	Les administrations des douanes devraient développer et appliquer une gestion dynamique des risques à l'aide de technologies de pointe qui soient propres au commerce électronique dans le but d'identifier les marchandises et envois présentant un risque.
4. Utilisation des technologies d'inspection non intrusive et de l'analyse des données	Les administrations des douanes devraient avoir recours aux méthodologies d'analyse de données et de présélection, en les combinant avec l'utilisation d'équipements d'inspection non intrusive, en observant une stratégie de gestion des risques, pour tous les modes de transport et tous les types d'opérateurs afin de faciliter les flux du commerce électronique transfrontalier et de renforcer les contrôles douaniers.
5. Procédures de dédouanement simplifiées	Les administrations des douanes, le cas échéant en coordination avec d'autres services publics compétents, devraient instaurer et maintenir des procédures de dédouanement simplifiées en ayant recours au traitement anticipé et à l'évaluation des risques des envois passant par le commerce électronique transfrontalier avant leur entrée sur le territoire ainsi que des procédures pour la mainlevée immédiate des envois à faible risque à leur entrée sur ou leur sortie du territoire. Les procédures de dédouanement simplifiées devraient inclure, le cas échéant, un système de compte pour le recouvrement des droits et/ou taxes dus et le traitement des envois en retour.
6. Étendre le concept d'Opérateur économique agréé (OEA) au commerce électronique transfrontalier	Les administrations des douanes devraient étudier la possibilité d'appliquer les Programmes d'OEA et les Accords de reconnaissance mutuelle (ARM) dans le cadre des échanges de type commerce électronique transfrontalier, et notamment de tirer parti du rôle des intermédiaires pour permettre aux micro, petites et moyennes entreprises (MPME) et aux personnes physiques de bénéficier pleinement des opportunités offertes par le commerce électronique transfrontalier.
7. Modèles de recouvrement des recettes	Les administrations des douanes, en coopération avec les services ou ministères compétents, devraient envisager, le cas échéant, d'appliquer différents types de modèles de recouvrement des recettes (par exemple, le recouvrement auprès du vendeur, de l'intermédiaire, de l'acheteur/consommateur, etc.) aux fins des droits et/ou taxes. Afin d'assurer le recouvrement des recettes, les administrations des douanes devraient offrir des options de paiement par voie électronique et publier en ligne les informations pertinentes à cette fin, prévoir des options de paiement flexibles et garantir des conditions d'égalité et de transparence dans le cadre de ce processus. Les modèles adoptés devraient être efficaces, évolutifs et suffisamment flexibles pour s'adapter aux différents modes opératoires, et contribuer à garantir des conditions offrant des chances égales aux différentes parties prenantes du commerce électronique.
8. Seuils <i>de minimis</i>	Lors de la révision et/ou de l'ajustement des seuils <i>de minimis</i> pour les droits et/ou taxes, les pouvoirs publics devraient prendre des décisions pleinement éclairées fondées sur des circonstances nationales spécifiques.
9. Prévention de la fraude et du commerce illicite	Les administrations des douanes devraient travailler conjointement avec d'autres services publics compétents en vue de développer des procédures pour l'analyse et les enquêtes concernant les activités illicites dans le cadre du commerce électronique transfrontalier dans le but de prévenir et de détecter la fraude, de lutter contre le détournement des circuits du commerce électronique et de contrarier les flux illicites.
10. Coopération interservices et partage d'informations	Les pouvoirs publics devraient mettre en place des cadres de coopération entre et parmi les divers organismes nationaux par le biais de mécanismes électroniques appropriés, y compris le guichet unique, le cas échéant, dans le but d'opposer une réponse cohésive et coordonnée aux risques en matière de sûreté et de sécurité découlant du commerce électronique transfrontalier et, partant, de faciliter les échanges légitimes.

11. Partenariats public-privé	Les administrations douanières devraient mettre en place et renforcer des partenariats de coopération avec les parties prenantes du commerce électronique pour développer et améliorer la communication, la coordination et la collaboration, dans le but d'optimiser la conformité aux règles applicables et la facilitation des échanges.
12. Coopération internationale	Les administrations douanières devraient étendre les accords de coopération et partenariats douaniers à l'environnement du commerce électronique transfrontalier afin de garantir la conformité aux règles applicables ainsi que la facilitation des échanges.
13. Communication, sensibilisation et information du public	Les administrations douanières devraient informer les consommateurs, le grand public et les autres parties prenantes des exigences réglementaires ainsi que des risques et des responsabilités associés au commerce électronique transfrontalier en s'appuyant sur des programmes exhaustifs de sensibilisation, de communication, d'éducation et d'information du public.
14. Mécanisme de mesure	Les administrations douanières devraient travailler avec les services publics compétents, et en étroite coopération avec les parties prenantes du commerce électronique, afin de recueillir, de mesurer, d'analyser et de publier avec précision les statistiques du commerce électronique transfrontalier en accord avec les normes statistiques internationales et en accord avec les règles nationales, pour permettre une prise de décision éclairée.
15. Suivi des développements technologiques et de l'innovation	Les administrations douanières, en collaboration avec les autres services publics compétents, le secteur privé et le milieu universitaire, devraient suivre les innovations technologiques pour déterminer si ces développements peuvent contribuer à un contrôle plus efficace et plus efficient et à la facilitation du commerce électronique transfrontalier.

Source : OMD

Il sera également crucial d'harmoniser les seuils *de minimis* et de garantir la réciprocité.

Les normes de l'OMD pour le commerce électronique transfrontalier fournissent des directives détaillées concernant la mise en place de procédures de dédouanement (y compris la création de catégories de produits de faible valeur soumis à des droits de douane et de régimes *de minimis*) que les pays africains peuvent appliquer pour améliorer l'efficacité de leurs procédures de dédouanement aux frontières tout en maintenant de bonnes pratiques de gestion des risques.

Les pays et les communautés économiques régionales doivent entreprendre un examen approfondi des seuils *de minimis*. Pour ce faire, ils doivent tenir compte de plusieurs facteurs, notamment l'évaluation des coûts liés au recouvrement des recettes par rapport au rendement potentiel réel des droits collectés. Cet examen est complexe et requiert une certaine dose de réflexion stratégique. Un autre facteur à prendre en considération concerne la capacité réelle des autorités douanières nationales à gérer la « parcellisation » croissante du commerce transfrontalier (un terme employé par l'UPU). Le troisième facteur correspond au programme de développement plus général du commerce électronique que les pays envisagent d'appliquer au commerce transfrontalier informatisé. Cet examen collectif au niveau des pays et des communautés économiques régionales peut conduire ces acteurs à décider d'augmenter les seuils *de minimis*.

L'examen doit être mené en consultation avec le secteur privé et les institutions régionales essentielles, telles que l'Union postale panafricaine (par exemple), et à l'aide de plateformes régionales et panafricaines au sein desquelles les questions douanières font déjà l'objet de discussions.

2. Mettre en place des guichets uniques nationaux ainsi que des mécanismes et des outils de coordination pour rationaliser la collaboration interinstitutionnelle

Les guichets uniques nationaux⁶⁷ jouent un rôle essentiel dans la facilitation des échanges commerciaux et peuvent accroître considérablement l'efficacité des échanges transfrontaliers. Ils présentent de nombreux avantages⁶⁸.

- Pour les pouvoirs publics dans leur ensemble, les guichets uniques nationaux permettent d'augmenter les recettes publiques, de renforcer le respect des règles, d'améliorer l'efficacité de l'affectation des ressources et de produire de meilleures statistiques sur le commerce ;

⁶⁷ Il s'agit généralement d'un système électronique permettant aux opérateurs qui participent au commerce et au transport internationaux de communiquer des informations à un seul point d'entrée et en une seule fois, afin de satisfaire à toutes les formalités requises. Ce système numérique de facilitation des échanges vise à alléger les obligations réglementaires des opérateurs en cas d'importation, d'exportation et de transit. Créé il y a plus de dix ans, il est devenu une composante essentielle des réformes relatives à la facilitation des échanges. L'Accord sur la facilitation des échanges (AFE) de l'OMC comporte des dispositions relatives aux guichets uniques. <https://www.unescap.org/resources/single-window-trade-facilitation-regional-best-practices-and-future-development>

⁶⁸ <https://ftig.unece.org/FR/contents/single-window-for-trade.htm>

- Pour les opérateurs économiques, tels que les négociants, ils permettent de raccourcir les délais de dédouanement, de rendre les échanges plus transparents et plus prévisibles et de réduire la bureaucratie de l'Union africaine ;
- Pour les administrations douanières, ils permettent d'améliorer la productivité du personnel grâce à l'amélioration des infrastructures, d'augmenter les recettes douanières, de créer un environnement de travail plus structuré et mieux contrôlé et de renforcer le professionnalisme ;
- Pour l'économie nationale dans son ensemble, ils permettent d'améliorer la transparence et la gouvernance ainsi que de réduire la corruption, en raison de la diminution des possibilités d'interaction physique.

La coordination interinstitutionnelle passe également par les comités nationaux de facilitation des échanges. Ceux-ci constituent un instrument clé pour améliorer les conditions de facilitation des échanges et pour assurer la mise en œuvre globale de l'Accord sur la facilitation des échanges (AFE) de l'OMC de manière structurée et coordonnée.⁶⁹ Toutefois, les comités nationaux de facilitation des échanges doivent aller au-delà du mandat de l'AFE pour promouvoir d'autres mécanismes (notamment les équipes centrales de la stratégie de commerce électronique, les groupes de travail, etc.), dans la mesure où de nombreuses institutions qui y participent sont également impliquées dans le commerce électronique. En Afrique, plusieurs pays, à l'instar de la Zambie, ont instauré un comité national de facilitation des échanges.

3. Promouvoir les investissements dans la sous-traitance de services logistiques et d'exécution ainsi que dans les services d'entreposage

Partout en Afrique, on constate un besoin urgent d'investissements dans la sous-traitance de services logistiques et d'exécution ainsi que dans les services d'entreposage.

Le manque de services logistiques et d'exécution fournis par des tiers empêche les entreprises de commerce électronique d'étendre leurs activités, notamment au niveau transnational. Or, la logistique inverse compte parmi les processus nécessitant une expertise spécialisée (probablement sous forme d'investissements), plus de 30 % de tous les produits de détail issus du commerce électronique étant renvoyés au vendeur. À leurs débuts, les entreprises de commerce électronique individuelles ne possèdent tout simplement pas les capacités nécessaires pour gérer seules les opérations logistiques transfrontalières.

Pour les raisons mentionnées ci-dessus, la logistique constitue l'un des domaines dans lesquels il est nécessaire d'investir en priorité. Les investisseurs disposent de nombreuses possibilités pour conquérir des parts de marché, d'autant que les opérations de commerce électronique et le commerce intra-africain en général sont en plein essor. La

question est de savoir dans quelle mesure et à quelle vitesse les organismes de promotion de l'investissement peuvent améliorer les conditions d'investissement, tout en veillant à ce que les investissements appropriés soient prioritaires – par exemple, les investissements dans des domaines basés sur un contrôle préalable, dans les coentreprises qui offrent des retombées en matière de connaissances, et les investissements susceptibles de créer des liens entre investisseurs et PME fournisseurs. Les différents régimes et initiatives de promotion des investissements et de suivi des investissements doivent intégrer cette perspective.

4. Appuyer la modernisation des services postaux africains

Les services postaux nationaux peuvent jouer un rôle considérable en matière de commerce électronique, mais ils doivent renforcer leurs capacités avant de pouvoir passer au numérique. À cet égard, l'UPU propose un large éventail de services :

Programme « Easy Export »⁷⁰ : Ce programme aide les pays à mettre en œuvre des solutions pour renforcer la présence de leurs microentreprises et PME sur le marché de l'exportation grâce au réseau postal, afin de stimuler la participation de ces dernières au marché mondial. Il repose sur trois piliers : de faibles coûts d'exportation, de la simplicité et une couverture nationale, le service postal faisant office de guichet unique permettant aux PME d'accéder aux marchés d'exportation. Il vise à aider les pays à faciliter l'exportation de marchandises à moindre coût par l'intermédiaire du réseau postal et à réduire les procédures administratives pour les petits exportateurs. Pour participer au programme, les pays doivent former une commission nationale de coordination réunissant les différents ministères et organismes concernés (notamment ceux responsables des services postaux, du commerce et des douanes ainsi que de la promotion des exportations) afin de collaborer pour la mise en œuvre des processus simplifiés d'exportation recommandés, avec le soutien des outils et des cadres de l'UPU.

Dans le cadre du programme « Easy Export », l'UPU collabore avec les Gouvernements du Maroc et de la Tunisie pour mettre en œuvre des solutions simplifiées d'exportation à l'intention des PME par l'intermédiaire du réseau postal.

Au Maroc, le projet pilote a été lancé à la fin de l'année 2019. Après avoir mis en place un premier dispositif en 2015 au profit des artisans couturiers, l'Administration des douanes et impôts indirects du Maroc a instauré, en collaboration avec Barid Al-Maghrib (Poste Maroc, via sa filiale Chronopost) et l'Office des changes, une nouvelle procédure simplifiée en faveur des autoentrepreneurs opérant à l'international. Cette démarche permettra également de contrôler la gestion des envois postaux des produits libres à l'exportation et non soumis à une réglementation spéciale dont la valeur ne dépasse pas 50 000 dirhams, ainsi que la réimportation des envois non distribués à leurs destinataires, ce qui, grâce à l'échange informatisé de données entre les administrations douanières et l'Office des changes, permettra de suivre et de tracer les opérations d'exportation à travers le réseau postal. Cependant, elle a surtout pour objectif de donner aux indépendants la possibilité d'accéder au marché mondial et d'expédier plus rapidement leurs produits au-delà des frontières.

⁶⁹ <https://unctad.org/news/making-african-cross-border-trade-cheaper-easier-and-faster-highlights-first-african-forum>

⁷⁰ Données fournies par l'UPU.

En Tunisie, le projet pilote doit permettre :

- De créer un guichet unique servant de point de contact pour tous les membres du programme « Easy Export » ;
- De mettre en place un portail Web contenant les informations nécessaires aux microentreprises et PME pour comprendre le fonctionnement du programme « Easy Export » et soumettre leur formulaire d'affiliation en ligne ;
- De mettre en place des mécanismes de soutien à l'exportation (par exemple un abattement de 50 % sur les frais de transport accordé par le Fonds de promotion des exportations (FOPRODEX)) ;
- D'assurer la supervision continue des microentreprises et PME membres du programme « Easy Export » et d'encourager d'autres microentreprises et PME à adhérer à ce programme.

Selon l'UPU, les entreprises qui utilisent le programme « Easy Export » se déclarent généralement satisfaites de leur expérience et apprécient notamment l'abattement de 50 % sur les frais de transport accordé par les autorités tunisiennes, tout comme la réduction des coûts et l'augmentation de leur compétitivité au niveau international.

Préparation opérationnelle au commerce électronique⁷¹ :

Les initiatives de l'UPU en matière de préparation opérationnelle au commerce électronique visent à coordonner les efforts et à améliorer la qualité de service par une approche intégrée de la chaîne d'approvisionnement postale, afin d'aider les opérateurs désignés à atteindre les objectifs de préparation opérationnelle au commerce électronique, notamment l'amélioration de la performance et de la fiabilité de la distribution de bout en bout ainsi que la mise en place de solutions plus orientées vers le client pour alimenter la croissance du marché du commerce électronique.

En Afrique, six projets stratégiques de préparation opérationnelle au commerce électronique ont été lancés entre 2017 et décembre 2020. Parmi les activités menées au titre de ces projets figuraient des missions de conseil (missions d'examen des processus sur site, missions de mise en œuvre technique, missions de certification et sessions de conseil à distance), des ateliers de formation (y compris les ateliers à distance tenus en 2020) ainsi que l'achat de matériel, des missions de formation individuelle, et la création et la traduction des cours thématiques pour la formation en relation avec la préparation opérationnelle au commerce électronique.

Afin d'assurer l'efficacité et la performance des projets de préparation opérationnelle au commerce électronique sur le terrain dès leur lancement, le Bureau international a adopté et mis en œuvre les différentes approches suivantes :

- l'intégration des activités relatives à l'exploitation postale et au commerce électronique au sein d'un même projet ;
- la mise en place d'une coordination et d'une coopération transversales et étroites entre les

programmes et les équipes de la Direction des opérations postales (DOP) et de la Direction du développement et de la coopération (DCDEV) ;

- la définition d'indicateurs clés de performance tenant compte des spécificités de chaque région, et leur application concrète à chaque processus ou service ;
- la création de structures de coordination et de gestion des projets (désignation de chefs de projet régionaux et de chefs de projet nationaux) ;
- l'établissement des modalités de travail et la désignation de facilitateurs de projets régionaux ;
- l'assistance aux pays dans l'élaboration et l'exécution d'une feuille de route et d'un plan d'action détaillé ;
- la mise au point de la méthode permettant d'effectuer les missions d'examen du processus de commerce électronique sur site ;
- le suivi permanent et la mise à l'essai des activités de préparation opérationnelle au commerce électronique par le système SIGA ;
- l'assistance aux pays et aux opérateurs désignés dans l'élaboration de plans d'action nationaux dans le cadre des projets de préparation opérationnelle au commerce électronique.

Les projets de préparation opérationnelle au commerce électronique ont été menés en étroite collaboration avec les unions postales africaines restreintes, notamment l'Union panafricaine des postes (UPAP). Au total, 45 pays africains ont bénéficié de ces projets.

Selon une étude d'impact des activités de préparation opérationnelle au commerce électronique de l'UPU illustrant les progrès réalisés par les opérateurs désignés participants sur les indicateurs clés globaux, de nombreux progrès ont été réalisés dans la mise en œuvre des principales activités dans les cinq domaines clés de l'initiative.

Les résultats exprimés en termes de nombre d'opérateurs désignés se résument comme suit :

⁷¹ Toutes les données sont fournies par l'UPU.

Indicateurs clés de performance	Situation en 2016	Objectifs	2020	
			Nombre réel	Taux de réalisation
Participants aux projets de préparation opérationnelle au commerce électronique	45	40	45	112,50
Utilisation d'une version actualisée des systèmes de suivi (IPS, IPS.post, IPS Cloud)	17	38	42	110,53
Utilisation d'un système électronique de déclaration en douane (CDS, CDS. post)	0	20	12	60,00
Échange de données de suivi conformes à la norme EMSEVT 3	16	38	36	94,74
Échange de préavis d'expédition électronique conformes à la norme PREDES 2.1	14	38	38	100,00
Échange de données électroniques conformes à la norme CARDIT 2.1 avec les compagnies aériennes	0	10	18	180,00
Échange d'informations douanières avec les partenaires postaux par messages ITMATT	2	10	28	280,00
Mise en place de l'étape 1 du plan d'intégration des produits (IPP)	0	40	23	57,50
Participation au module du GMS pour les envois arrivants et au module du GMS de bout en bout	11	36	33	91,67
Certification de gestion de la qualité par l'UPU	0	6	0	0,00

Ecom@Africa : Entièrement gratuite, la nouvelle initiative Ecom@Africa vise à créer un guichet unique pour la livraison des produits du commerce électronique en Afrique. Le concept et l'approche de ce projet consistent avant tout à renforcer l'efficacité opérationnelle des réseaux postaux nationaux pour améliorer la performance des échanges postaux internationaux, afin d'absorber les volumes croissants d'envois du commerce électronique et, ultérieurement, de connecter et d'intégrer la plateforme à d'autres plateformes au niveau régional, puis mondial. L'initiative s'appuie sur une évaluation initiale des conditions du commerce électronique dans le pays et de l'état de préparation opérationnelle de l'opérateur désigné.

Par cette démarche, l'UPU favorise la mise en place d'un partenariat plus étroit entre les gouvernements et les opérateurs postaux nationaux. En effet, l'initiative repose sur la collaboration entre ces deux acteurs clés et sur l'application de la méthode de préparation opérationnelle au commerce électronique pour évaluer et améliorer la capacité et l'efficacité opérationnelle des opérateurs postaux nationaux à soutenir le développement du commerce électronique. Il en résulte que toute microentreprise ou PME située dans une région reculée du continent africain peut vendre ses marchandises à un client situé n'importe où dans le monde, et n'importe quel acheteur en Afrique peut acheter des marchandises où il veut dans le monde.

Les acteurs du secteur privé et les autres parties prenantes peuvent également se joindre à l'initiative en formant des partenariats directement avec les pouvoirs publics ou l'opérateur désigné d'un pays participant. Actuellement, cette initiative est déployée au niveau national, notamment en Afrique du Sud, au Cameroun, en Côte d'Ivoire, au Kenya, au Maroc et en Tunisie⁷².

Tableau 7: Initiatives de préparation opérationnelle au commerce électronique et de préparation au numérique lancées par l'UPU

CHAMP D'APPLICATION	PRINCIPAUX PILIERS	CALENDRIER	LIVRABLES	
Préparation Opérationnelle au Commerce Électronique	Visibilité: outils informatiques, messages sur le réseau d'échange de données électroniques et rapports sur le commerce électronique	10 MOIS	Evaluation des PLANS OPERATIONNELS et des outils informatiques relatifs à la préparation opérationnelle au commerce électronique	
	Moderniser le processus opérationnels et utiliser tous les outils informatiques et les systèmes de bout normalisés afin de mettre en œuvre les solutions opérationnelles répondant aux besoins du commerce électronique		Qualités de données: conformité des données avec les normes de l'UPU	FEUILLE DE ROUTE ET PLAN D'ACTION POUR LA PRÉPARATION au commerce électronique
			Intégration de la chaîne logistique: douanes, transport international, sécurité, logistique et entreposage	RAPPORT FINAL contenant des propositions et des recommandations
			Fiabilité de bout en bout: rapport de bout en bout, système de GCSS, certifications	
Préparation au numérique	Cadre Stratégique: politique de commerce électronique (cadre politique et réglementaire régissant la participation des services postaux au commerce électronique)	10 MOIS	ÉVALUATION DES CAPACITÉS NUMÉRIQUES DE LA préparation au numérique	
	Stratégie numérique: stratégie postale de commerce électronique et stratégie numérique (stratégie, économie numérique)		BOITE À OUTILS DE TRANSFORMATION POUR LA préparation au niveau numérique (leviers)	
	Transformation numérique: mise en œuvre des capacités numériques (cybersécurité, produits et services, stratégie)		ÉVALUATION de la stratégie postale numérique	
	Renforcer les capacités numériques et utiliser les outils disponibles pour mettre en œuvre des solutions numériques répondant aux besoins du commerce électronique		RAPPORT FINAL contenant des propositions et des recommandations	

Source : (UPU, 2020)

Encadré 5 : Importance des services postaux dans l'inclusion numérique

Pourquoi les postes ont-elles un rôle important à jouer en matière d'inclusion numérique ?

Les services postaux jouent un rôle de plus en plus important dans la promotion de l'inclusion numérique et le renforcement des capacités des systèmes postaux nationaux. À l'heure actuelle, 93 % des postes (116 sur les 125 qui ont répondu à une enquête mondiale de l'UPU) assurent la prestation de services postaux numériques, que ce soit directement ou en partenariat avec d'autres entreprises. Les postes sont bien placées pour assurer la prestation de services administratifs, financiers et commerciaux en ligne aux populations qui en sont souvent exclues, par exemple les femmes, les personnes pauvres ou moins instruites, ou encore celles qui évoluent au sein de l'économie informelle. À ce titre, les réseaux postaux devraient faire partie intégrante des discussions au cours desquelles les gouvernements, les décideurs et les organisations internationales conçoivent des stratégies en faveur de l'inclusion numérique.

Principaux facteurs de progression des postes sur la voie de la numérisation

Pour proposer des services postaux numériques viables, les postes devront s'appuyer sur leurs points forts par rapport à leurs concurrents et transformer certains aspects essentiels de leur activité. Dans le présent rapport, nous avons cerné quatre facteurs essentiels qui rendent les postes particulièrement bien armées à cet égard, mais qui doivent être développés :

- **Renforcement des activités des bureaux de poste par de nouveaux services numériques afin de creuser l'écart avec la concurrence sur le plan de la taille et de la densité du réseau :** Comptant 661 000 bureaux de poste dans le monde, ainsi que 1,4 million de facteurs distribuant chaque jour le courrier à domicile, le réseau physique des postes est l'un des plus étendus à l'échelle mondiale.
- **Accès au financement pour les projets numériques :** Les postes doivent investir au niveau des opérations et des produits afin de numériser entièrement leur organisation. D'après les recherches sur lesquelles se fonde le présent rapport, 56 % des postes sont d'avis que les ressources dont elles disposent pour investir sont encore insuffisantes pour garantir un déploiement intégral des services. Il leur est par conséquent essentiel d'accéder à des fonds pour leurs projets de numérisation en participant aux tables rondes de donateurs convoquées par les organisations internationales.
- **Partenariats :** Au cours des vingt dernières années, la plupart des postes ont effectué une transition, quittant le statut d'administrations postales pour devenir des entreprises devant équilibrer impact social et viabilité financière. Progressant sur la voie de la numérisation, 70 % des postes nouent des partenariats avec des entreprises privées afin de gagner en flexibilité, de partager les risques et d'alléger la charge financière.
- **Mise en conformité avec les stratégies numériques des gouvernements :** Pour que le réseau postal soit reconnu comme un outil permettant de faire progresser l'inclusion numérique, il est indispensable que les postes soient intégrées dans des stratégies numériques régionales et nationales qui tiennent compte de leur rôle.

Source : (UPU, 2019)

5. Améliorer la livraison « jusqu'au dernier kilomètre »

Cet objectif stratégique vise à résoudre les problèmes de livraison dans les zones reculées qui entravent le secteur logistique africain, en particulier les problèmes d'adressage physique, qui ont une incidence majeure. Il consiste à concevoir et à mettre en place d'autres mécanismes d'adressage, tels que les technologies de géolocalisation. Certains pays africains utilisent déjà ces technologies.

6. Améliorer les capacités des entreprises en matière de logistique et d'exécution des commandes

Cet objectif stratégique vise à combler les lacunes des entreprises en matière de capacités, en améliorant leur connaissance des questions relatives à la logistique et à l'exécution des commandes. Il s'agit là d'un objectif essentiel dans la mesure où, quel que soit le niveau d'adaptation des réglementations et des technologies aux besoins du secteur du commerce électronique, les entreprises doivent maîtriser les meilleures pratiques liées à l'utilisation de ces réglementations et technologies.

Composante 5 : Infrastructures des technologies de l'information et des communications

Aperçu des infrastructures des technologies de l'information et des communications et des facteurs de croissance	Défis
<ul style="list-style-type: none"> · L'infrastructure Internet a évolué rapidement, notamment sur certains marchés clés. · Il existe une corrélation directe entre la connectivité Internet et la croissance du commerce électronique. · La croissance du commerce électronique en Afrique, continent « tout mobile », reposera sur les smartphones. · La 5G est prête à être déployée, quoique de manière progressive ; les gouvernements doivent équilibrer soigneusement les plans existants pour améliorer l'accès à la 4G. · Le nombre de centres de données sur le continent ne cesse d'augmenter. · Les efforts visant à étendre les réseaux de câbles sous-marins déployés par les entreprises multinationales du numérique, telles que Google et Facebook, sont à saluer, mais il convient d'en évaluer soigneusement les conséquences sur la protection des données et le partage transfrontalier des données. 	<ul style="list-style-type: none"> · L'accès à Internet a surtout progressé dans les zones urbaines, tandis que les villes de taille moyenne et les zones rurales restent mal desservies. La fracture numérique entre les pays africains est importante et ne cesse de se creuser, ce qui constitue un risque, mais aussi un obstacle à l'entrée des entreprises de commerce électronique sur le marché. · Bien que l'accès des PME aux infrastructures des technologies de l'information et des communications et leur utilisation de ces infrastructures aient augmenté, elles ne les exploitent pas autant que prévu. · L'examen des politiques d'accès universel révèle une mise en œuvre inégale.
Objectifs stratégiques	
<ul style="list-style-type: none"> · Mettre au point des mécanismes permettant d'étendre davantage l'accès à Internet au niveau national et de le rendre plus abordable · Appuyer le développement des points d'échange Internet · Donner la priorité aux efforts régionaux de développement des infrastructures des technologies de l'information et des communications · Envisager des approches prévoyant le partage des coûts de développement des infrastructures et des avantages qui en découlent · Favoriser le développement des infrastructures de centres de données par un ensemble de politiques et de mesures d'incitation 	

1. L'infrastructure Internet a évolué rapidement, notamment sur certains marchés clés.

Selon la GSMA, à la fin de l'année 2019, 477 millions de personnes en Afrique subsaharienne, soit 45 % de la population de cette région, étaient connectées à des services mobiles. D'ici 2025, l'Afrique subsaharienne devrait compter plus de 130 millions de nouveaux abonnés, dont la moitié proviendra de cinq marchés seulement : l'Éthiopie, le Kenya, le Nigéria, la République démocratique du Congo et la Tanzanie. Pour favoriser la croissance des services mobiles, les opérateurs réalisent des investissements considérables dans les infrastructures de réseau du continent. Rien qu'en Afrique subsaharienne, ils devraient en effet investir 52 milliards d'USD dans le déploiement d'infrastructures entre 2019 et 2025. Au cours des dix dernières années, le débit international pour l'accès à Internet a été multiplié par dix, atteignant 12 téraoctets par seconde (Tb/s). Sur les 38 pays africains dotés d'un littoral, 37 (l'Érythrée n'en fait pas partie) ont accès à au moins une connexion par câble sous-marin.

À l'avenir, l'accès à Internet devrait devenir de plus en plus abordable à mesure que la concurrence pour la fourniture de services Internet s'intensifie. En effet, les tarifs, qui représentaient 13,2 % du revenu mensuel moyen en 2016, n'en représentent plus que 6,8 % en 2019. Dans le sillage des réductions tarifaires et de l'augmentation de l'accès à Internet, et parallèlement à la hausse du pouvoir d'achat des consommateurs, la consommation mensuelle de données devrait augmenter de plus de 300 % entre 2018 et 2024⁷³.

⁷³ Source : GSMA

2. L'accès à Internet a surtout progressé dans les zones urbaines, tandis que les villes de taille moyenne et les zones rurales restent mal desservies. La fracture numérique entre les pays africains est importante et ne cesse de se creuser, ce qui constitue un risque, mais aussi un obstacle à l'entrée des entreprises de commerce électronique sur le marché.

Dans un avenir proche, l'accès à Internet en Afrique connaîtra une expansion significative sous l'effet de l'accélération de la fourniture de services mobiles. Toutefois, des lacunes considérables subsistent en matière d'accessibilité. La géographie a, en effet, une certaine influence sur l'accès à Internet haut débit et son accessibilité financière. Dans la plupart des pays, les villes de taille moyenne et les zones rurales sont moins connectées et la fracture numérique en matière d'aptitude à se servir des outils numériques, d'inclusion financière numérique et d'entrepreneuriat ne cesse de se creuser. À titre indicatif, rien qu'en Afrique subsaharienne, près de 800 millions de personnes n'ont toujours pas de connexion à l'Internet mobile. De même, le Consortium pour les infrastructures en Afrique note que les trois quarts de la population africaine sont privés de connexion. La connectivité par ligne fixe ne permettant pas une croissance viable pour la plupart des pays, il est logique de penser que cette population non connectée, incroyablement nombreuse, ne participe pas concrètement à l'économie numérique, et encore moins au commerce électronique.

Tableau 8 : Statistiques relatives aux services mobiles dans certains pays

		Afrique	Égypte	Kenya	Nigéria	Rwanda	Afrique du Sud
	2G	76,8 %	100 %	96 %	94 %	100 %	100 %
Couverture de la population	3G	64,5 %	99 %	86 %	75 %	97 %	100 %
	4G	32,1 %	89 %	35 %	22 %	97 %	90 %
Abonnements aux services cellulaires mobiles		76,2 %	95 %	96 %	88 %	79 %	153 %
Abonnements aux services haut débit mobiles		32,3 %	54 %	42 %	31 %	39 %	76 %

Source : (researchICTsolutions, 2020)

3. Il existe une corrélation directe entre la connectivité Internet et la croissance du commerce électronique.

Les améliorations apportées aux infrastructures Internet dépendent d'un développement économique plus large ; en règle générale, les pays dotés d'un niveau élevé d'accès à Internet présentent également un niveau de développement économique plus élevé, ce qui constitue un terrain fertile pour le commerce électronique. Cela explique en partie pourquoi le commerce électronique s'est mieux implanté dans certains pays (à savoir l'Afrique du Sud, le Kenya, le Nigéria et les pays d'Afrique du Nord) que dans d'autres. Le taux d'accès à Internet (exprimé en pourcentage de la population totale) met en évidence cette disparité : l'Afrique australe est en tête, avec un taux de 60 %, suivie par l'Afrique du Nord (53 %), l'Afrique de l'Ouest (36 %), l'Afrique de l'Est (23 %) et l'Afrique centrale (22 %)⁷⁴.

4. La croissance du commerce électronique en Afrique, continent « tout mobile », reposera sur les smartphones.

L'Afrique est un continent où le mobile est roi, et à mesure que l'accès à la 3G et à la 4G s'améliore, l'utilisation numérique des smartphones est appelée à s'accroître. Actuellement, le taux de pénétration des smartphones s'établit à 39 %, mais il devrait augmenter grâce à la multiplication des options de location et de financement mises en place dans toute l'Afrique. En Afrique subsaharienne, l'Afrique du Sud, le Kenya et le Nigéria constituent les trois principaux marchés de smartphones. Par ailleurs, la région devrait compter près de 700 millions de connexions smartphones supplémentaires d'ici 2025.

Compte tenu de l'importance et du potentiel des smartphones, les pouvoirs publics devraient envisager un examen minutieux des conséquences de ces appareils sur la durabilité environnementale et soutenir les dispositifs visant à les rendre plus abordables. Ils pourraient pour cela soutenir la mise en place d'une chaîne logistique pour la réparation des appareils, ou s'inspirer du partenariat entre Safaricom et Google, qui permet aux consommateurs à faibles revenus d'acquérir des smartphones 4G en effectuant des versements quotidiens et qui constitue un exemple innovant pour l'adoption croissante des smartphones.

5. Bien que l'accès des PME aux infrastructures des technologies de l'information et des communications et leur utilisation de ces infrastructures aient augmenté, elles ne les exploitent pas autant que prévu.

Selon la Banque africaine de développement (BAfD), l'« utilisation utile »⁷⁵ (en anglais « useful usage ») des technologies de l'information et des communications désigne la capacité à tirer parti du commerce électronique afin de profiter pleinement des avantages de la société de l'information. Cette capacité découle des étapes initiales que sont l'accès à ces technologies et leur utilisation.

⁷⁴ Hootsuite

⁷⁵ https://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/a4t_e/s2Jean-Guy_Afrika.pdf

En Afrique, l'utilisation utile dépend de deux facteurs : d'une part, l'éducation et l'accès aux outils de l'économie numérique et, d'autre part, la sensibilisation des PME à la manière de tirer parti des outils Internet pour surmonter les obstacles et accéder aux marchés internationaux.

Encadré 6 : L'initiative « Smart Africa »

L'initiative « Smart Africa » représente une alliance de 30 pays africains qui a pour objectif *d'accélérer le développement socio-économique durable du continent et de faire entrer l'Afrique dans une économie du savoir grâce à un accès abordable au haut débit et à l'utilisation des technologies de l'information et des communications*. Elle entend faire de l'Afrique un marché numérique unique.

L'initiative s'appuie sur le Manifeste « Smart Africa », approuvé par l'ensemble des dirigeants africains lors de la 22^e session ordinaire de la Conférence des chefs d'État et de gouvernement de l'Union africaine, qui s'est tenue à Addis-Abeba en janvier 2014. Elle est étroitement associée à la ZLECAf, à la Stratégie de transformation numérique pour l'Afrique 2020-2030, ainsi qu'à d'autres institutions panafricaines et régionales majeures.

L'initiative repose sur cinq piliers, à savoir la politique, l'accès, l'administration en ligne, le secteur privé (entrepreneuriat) et le développement durable, ainsi que sur quatre catalyseurs, à savoir : 1) l'innovation ; 2) la communication et la sensibilisation ; 3) le renforcement des capacités ; 4) la mobilisation des ressources. Outre la mobilisation des pays membres, elle bénéficie de la participation active de l'Union africaine, de l'Union internationale des télécommunications (UIT), de la Banque mondiale, de la BafD, de la CEA, de la GSMA, de la Société pour l'attribution des noms de domaine et des numéros sur Internet et du secteur privé. L'initiative « Smart Africa » est également ouverte aux membres du secteur privé au sens large.

Source : <https://smartafrica.org>

6. **La 5G est prête à être déployée, quoique de manière progressive ; les gouvernements doivent équilibrer soigneusement les plans existants pour améliorer l'accès à la 4G.**

Des tests 5G ont été menés dans plusieurs pays africains, l'Afrique du Sud apparaissant comme le candidat le mieux placé pour le déploiement. La 5G laisse entrevoir des améliorations majeures en matière d'utilisation sociale et professionnelle et repousse également les limites actuelles des utilisations technologiques qui peuvent être mises en œuvre, notamment pour le commerce électronique.

Les pays doivent concilier avec prudence les promesses de la 5G et les risques relatifs à la raréfaction des ressources, d'autant que la plupart des pays n'ont pas encore atteint un niveau suffisant d'accès à la 4G. En 2018, le taux d'accès à la 3G et à la 4G atteignait respectivement 71 % et 40 %. En outre, il importe de ne pas perdre de vue les principaux objectifs d'accès universel en ce qui concerne l'extension des services vocaux et LTE à l'échelle nationale. Actuellement, les régulateurs et les opérateurs

des télécommunications se concentrent directement sur l'augmentation de la couverture et de l'adoption de la 4G.

7. **Le nombre de centres de données sur le continent ne cesse d'augmenter.**

En Afrique, le nombre de centres de données a presque doublé entre 2014 et 2017⁷⁶. L'Afrique du Sud reste la destination privilégiée pour l'implantation de centres de données d'entreprises telles que Google, Huawei et Amazon. Par ailleurs, on constate la création de nombreux sites d'hébergement de centres de données multilocataires. Les entreprises multinationales préfèrent en effet héberger leurs données plus près (voire au sein) du marché africain afin de renforcer leur présence sur ce marché ; or, l'Afrique du Sud offre des infrastructures et un cadre juridique pour le cyberspace relativement solides. À l'avenir, les mesures politiques en faveur de la souveraineté des données ainsi que sur l'importance pratique de l'échange de contenu local via des points d'échange Internet gagneront du terrain, renforçant l'intérêt commercial des investissements dans les centres de données.

8. **Les efforts visant à étendre les réseaux de câbles sous-marins déployés par les entreprises multinationales du numérique, telles que Google et Facebook, sont à saluer, mais il convient d'en évaluer soigneusement les conséquences sur la protection des données et le partage transfrontalier des données.**

Google et Facebook ont pris la tête des efforts déployés par les entreprises multinationales du numérique pour étendre la connectivité des réseaux câblés sous-marins. Le câble Equiano, propriété de Google, longera la côte ouest de l'Afrique, du Portugal à l'Afrique du Sud, et devrait avoir une capacité vingt fois supérieure à celle du dernier câble construit pour desservir cette région⁷⁷. La première branche de ce câble devrait atterrir au Nigéria. Mis en œuvre par Alcatel Submarine Networks, Equiano constitue le 14^e projet de ce type pour Google.⁷⁸ Entre 2016 et 2018, Google a réalisé des investissements en capital d'une valeur de 48 milliards d'USD, ce qui témoigne de sa volonté de poursuivre ses activités à long terme dans le secteur.

Facebook, quant à elle, lance actuellement le projet 2Africa, qui prévoit la pose de 37 000 km de câble et l'apport d'une connectivité à 23 pays d'Afrique, de l'Union européenne et du Moyen-Orient. Facebook affirme que la capacité de débit numérique de ce nouveau câble correspondra à près de trois fois les capacités actuelles de l'ensemble des câbles sous-marins installés aujourd'hui autour du continent africain⁷⁹. Mener à bien ce projet à l'ampleur colossale contribuerait certainement à faire baisser les coûts des services Internet tout en améliorant la vitesse, la qualité et la fiabilité des services numériques pour les consommateurs. Cela permettra également de soutenir l'augmentation prévue du nombre de serveurs de données en Afrique, qui nécessitent un accès Internet rapide.

⁷⁶ (Google, IFC, 2020) et <https://xalamanalytics.com/research/investor-reports/the-african-data-center-boom-2018/>

⁷⁷ <https://cloud.google.com/blog/products/infrastructure/introducing-equiano-a-subsea-cable-from-portugal-to-south-africa>

⁷⁸ Ibid.

⁷⁹ <https://engineering.fb.com/2020/05/13/connectivity/2africa/>

Il ne faut pas oublier que les efforts du secteur privé visent à tirer parti du potentiel de l'Afrique que les entreprises jugent largement inexploité, à la fois en ce qui concerne les clients non connectés et l'énorme quantité de données qui seront générées et accessibles. Dans un article récent, le *Financial Times* note que les entreprises mondiales du numérique ont remarqué que l'investissement dans la modernisation des infrastructures numériques africaines pourrait leur permettre de réduire les coûts d'accès à leurs services dans un marché largement inexploité⁸⁰. En ce qui concerne la protection des données, les décideurs politiques doivent évaluer les attentes de Google, de Facebook et d'autres entreprises multinationales en matière d'accès et de contrôle des données. Les pays doivent également déterminer si les droits de leurs citoyens seraient menacés dans le cas où ils devraient renoncer au contrôle de leurs données, ou s'il serait possible de trouver un compromis satisfaisant et conforme à leur législation nationale.

Il s'agit là d'une question importante, qui nécessite une action concertée au niveau panafricain. Les entreprises technologiques internationales collectent des données de la Commission de l'Union africaine et de personnes que les entreprises de télécommunications. Ces dernières sont, en effet, strictement contrôlées par les autorités nationales de réglementation des télécommunications, alors que le contrôle réglementaire des entreprises technologiques internationales est souvent limité (cette situation pourrait toutefois évoluer lorsque des autorités de protection des données seront établies dans les pays, mais cela reste un objectif à moyen et long terme). On peut également craindre que les entreprises internationales contournent les contrôles réglementaires nationaux en développant leur propre infrastructure, à laquelle les consommateurs peuvent accéder sans avoir besoin d'une connexion mobile. C'est pourquoi les gouvernements africains sont de plus en plus préoccupés par les services par contournement (tels que Netflix).

Certes, il ne faut pas céder au cynisme et à la suspicion, car l'Afrique a besoin des grandes entreprises technologiques pour se doter d'infrastructures et forger des alliances qui soutiendront l'économie numérique africaine. En revanche, il convient de mettre en place une réglementation appropriée au niveau national et harmonisée au niveau régional et panafricain, afin que les droits des citoyens et des entreprises africaines soient préservés, que les gouvernements s'acquittent de leur mandat en matière de protection des données et que les entreprises multinationales du numérique puissent tirer parti des possibilités offertes par l'Afrique sans devoir se plier à des contraintes excessives.

La présente Stratégie propose donc l'élaboration de politiques nationales harmonisées avec une politique panafricaine de protection des données (éventuellement par une modification de la Convention de Malabo) et l'établissement d'autorités compétentes en matière de protection des données responsables de l'application de ces politiques. Il est également envisageable d'élaborer des politiques régionales de protection des données au niveau des communautés économiques régionales en les alignant, dans l'idéal, sur les politiques nationales et panafricaines

9. L'examen des politiques d'accès universel révèle une mise en œuvre inégale.

En théorie, les stratégies en faveur de l'accès universel et les fonds qui y sont associés jouent un rôle considérable dans l'amélioration des infrastructures de télécommunications, notamment les services mobiles de téléphonie vocale et d'Internet, tout en permettant de renforcer la culture numérique et l'entrepreneuriat. Chaque pays doit se doter d'une stratégie ou d'une politique à long terme qui définit sa vision et sa planification futures, tandis que les fonds collectés au titre de cette stratégie ou politique (généralement un petit pourcentage des recettes annuelles des opérateurs de télécommunications) permettront de financer diverses initiatives.

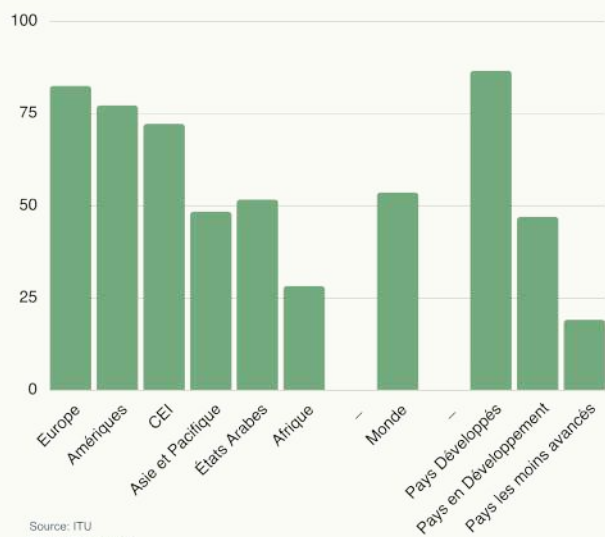
Au total, 37 pays d'Afrique (68 %) disposent de fonds en faveur de l'accès et du service universels, dont 23 sont actifs. Toutefois, une étude a récemment établi que ces fonds ne sont pas utilisés de manière efficace. Rien que dans 13 pays⁸¹, les fonds en faveur de l'accès et du service universels non dépensés s'élèvent à environ 177 millions d'USD. On estime à 408 millions d'USD le montant total non dépensé dans les 37 pays africains dotés d'un tel fonds (que celui-ci soit actif ou non). Cette situation explique que les fonds en faveur de l'accès et du service universels soient fréquemment critiqués pour leur manque de rapidité et de pertinence dans le versement et l'utilisation des sommes collectées.^B

80 <https://www.ft.com/content/adb1130e-2844-4051-b1df-a691fc8a19b8>

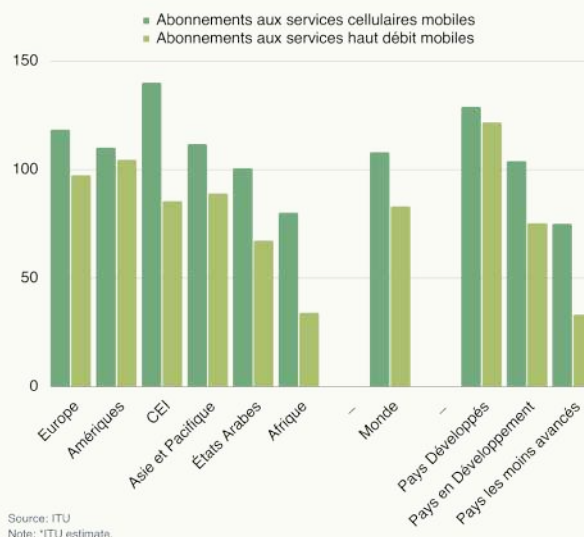
81 (Thakur & Potter, 2018, p. 8)

Figure 12 : Principaux indicateurs de l'utilisation d'Internet

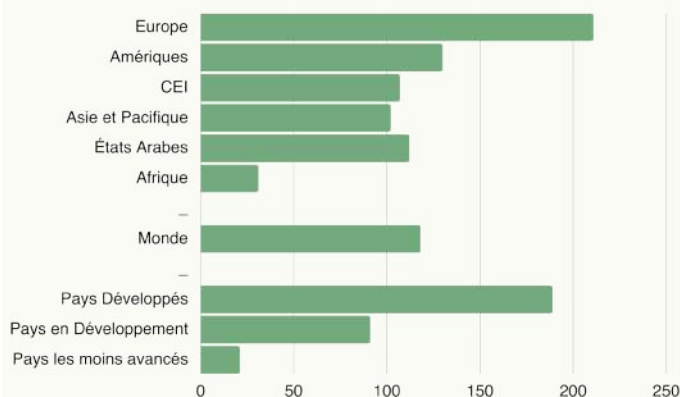
Pourcentage de personnes utilisant Internet, par région et par niveau de développement, 2019* UIT



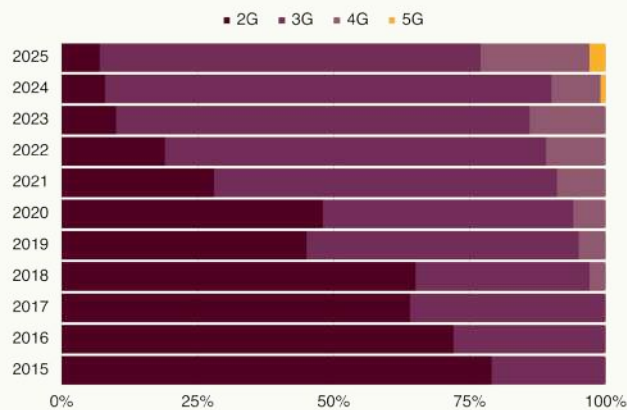
Nombre d'abonnements aux services mobiles à haut débit pour 100 habitants, 2019* UIT



Utilisation internationale de la bande passante par utilisateur d'Internet (kbit/s), par région, 2019* UIT



Connexions mobiles par technologie en Afrique subsaharienne



L'accès à Internet et son « utilisation utile » dépendent directement de l'accès à l'électricité

L'économie numérique nécessite un accès à l'électricité pour alimenter aussi bien les tours de téléphonie mobile que les centres de données. En Afrique, les pays qui bénéficient d'un approvisionnement en électricité relativement stable, tels que l'Afrique du Sud, le Ghana et le Sénégal, ont également un meilleur accès à Internet⁸², même si d'autres paramètres entrent en compte. Il est toutefois certain que le manque d'accès à l'électricité dans les régions reculées limite l'accès à Internet.

Pour répondre à ces difficultés, les entreprises de télécommunications externalisent de plus en plus la fourniture d'énergie électrique et la maintenance des équipements électriques à des sociétés de services énergétiques spécialisées⁸³, tout en partageant les infrastructures avec leurs concurrents afin de réduire davantage les coûts énergétiques. Il est intéressant de noter que les entreprises de télécommunications et les opérateurs de la technologie financière innovent de plus en plus dans ce domaine de production d'électricité, ce qui *brouille les frontières avec les services publics autonomes traditionnels*.

⁸⁴ Du côté des consommateurs, on observe la mise en place de systèmes solaires hors réseau ainsi que d'autres systèmes

82 (Google, IFC, 2020)

83 (Google, IFC, 2020)

84 (Google, IFC, 2020)

d'alimentation décentralisés, combinés à des systèmes de financement pratiques et abordables.

Objectifs stratégiques



Mettre au point des mécanismes permettant de réduire davantage les coûts d'Internet au niveau national

Les pouvoirs publics doivent continuer à renforcer leur infrastructure Internet et à en étendre l'utilisation. Pour ce faire, il est crucial de réduire les coûts du service afin de satisfaire une population dont le comportement dépend fortement des prix. Par exemple, la suppression des taxes élevées permettrait de réduire le coût des équipements et des services Internet, et donc de rendre l'accès à Internet plus abordable. De même, réduire le coût du déploiement des réseaux et de la fourniture de services aux opérateurs permettrait de faciliter l'importation d'équipements et l'accès aux droits de passage. Le Kenya a déjà consenti des efforts pour réduire les coûts d'accès et ceux des appareils⁸⁵.

Appuyer le développement des points d'échange Internet

Les pouvoirs publics peuvent exercer une forte influence sur l'adoption et l'utilisation d'Internet, créant ainsi l'offre et la demande de trafic via un point d'échange Internet. Au Kenya et au Nigéria, l'expérience a démontré que ces points d'échange peuvent améliorer considérablement les coûts et la qualité des services Internet et stimuler la production locale de contenu numérique, ce qui permet de renforcer l'aptitude à se servir des outils numériques et d'accroître la consommation de contenu numérique. Les points d'échange Internet peuvent donc contribuer à développer les économies numériques de la région, au niveau de l'offre comme au niveau de la demande.

La mise en place des infrastructures nécessaires à ces points d'échange doit figurer parmi les priorités. Les points d'échange Internet sont, en effet, une condition nécessaire pour promouvoir le développement et la diffusion du contenu local, réduire la latence et augmenter la fiabilité et la vitesse des transactions d'origine locale, tout en réduisant les coûts.

Encadré 7 : Les points d'échange Internet

Un point d'échange Internet est une infrastructure technique essentielle où les réseaux se réunissent pour se connecter et échanger du trafic Internet. Bon nombre de personnes et d'organisations impliquées dans la mise en place d'un tel point d'échange se font habituellement concurrence. En décidant de travailler ensemble, elles contribuent à améliorer l'infrastructure Internet locale et à la rendre plus résiliente.

Le succès d'un point d'échange Internet dépend de la présence de personnes sur le terrain, qui défendent un accès universel à Internet et créent une communauté pour soutenir cette cause. La présence d'une communauté soudée constitue la base du succès de l'infrastructure. Les points d'échange Internet permettent la mise en place de lignes plus courtes et plus directes pour le trafic Internet. Ils offrent une alternative plus abordable à l'envoi du trafic Internet local à l'étranger pour le récupérer via une liaison internationale, ce qui peut coûter cher.

Les types de réseaux qui se connectent pour échanger du trafic sont les fournisseurs d'accès à Internet, les opérateurs mobiles et les réseaux de diffusion de contenu, tels que Google, Baidu, Akamai et Facebook.

Les points d'échange Internet offrent des avantages concrets :

Ils coûtent moins cher : Les points d'échange Internet garantissent que le trafic entre les expéditeurs locaux et les destinataires locaux passe par des connexions locales relativement bon marché plutôt que par des liaisons internationales coûteuses. Ainsi, les fournisseurs d'accès à Internet peuvent réaliser des économies considérables (de l'ordre de 20 % ou plus dans certains pays).

Ils offrent un meilleur service : Les capacités de commutation des points d'échange Internet permettent de rediriger le trafic Internet en cas de problèmes de connectivité sur le réseau. Par exemple, en cas de panne de la connectivité internationale, un point d'échange peut maintenir le trafic local dans le pays, ce qui rend les services Internet plus résilients.

Ils sont plus rapides : En fournissant des connexions réseau plus directes, les points d'échange Internet améliorent la qualité d'accès pour les utilisateurs locaux. Les vitesses d'accès au contenu local sont jusqu'à dix fois supérieures en présence d'un point d'échange, car le trafic est acheminé de manière plus directe.

Ils offrent davantage de possibilités : Les points d'échange Internet attirent un large éventail d'opérateurs locaux et internationaux, car ils leur offrent un moyen plus rentable d'accéder aux utilisateurs potentiels d'Internet au niveau local. Ils stimulent ainsi l'innovation et créent des débouchés commerciaux, tout en encourageant les acteurs locaux à produire des applications et des contenus locaux plus pertinents.

En Afrique, les points d'échange Internet nigériens et kenyans font figure d'exemples de réussite. Depuis 2010, environ 70 % du trafic Internet est localisé dans ces deux pays, contre 30 % initialement.

Les points d'échange Internet présentent trois stades de maturité :

Stade 1. Le point d'échange est principalement utilisé pour échanger du trafic local entre les fournisseurs d'accès locaux.

Stade 2. Le contenu international est mis à disposition localement, grâce au point d'échange et aux réseaux qui s'y rattachent.

Stade 3. Le contenu local est hébergé localement, plutôt que dans des centres de données situés à l'étranger.

Source : (Kende M. , 2020)

Selon l'African IXP Association, l'Afrique compte actuellement 46 points d'échange Internet actifs, situés dans 42 villes de 34 pays⁸⁶. Au Kenya et au Nigéria, l'utilisation de tels points d'échange a permis de stimuler le trafic Internet et de réduire les coûts des services. L'Internet Society souligne le rôle des points d'échange Internet dans le contexte de la pandémie actuelle, en insistant sur l'importance d'une adaptation progressive aux augmentations soudaines du trafic dues à l'augmentation sans précédent de la dépendance à l'égard

85 (Kende M. , 2020)

86 <https://www.af-ix.net/ixps-list>

d'Internet depuis l'adoption des mesures de distanciation physique et de confinement.

Donner la priorité aux efforts régionaux de développement des infrastructures des technologies de l'information et des communications

Au niveau régional, la Communauté d'Afrique de l'Est et l'Organisation des communications de l'Afrique de l'Est mènent des activités visant à promouvoir la connectivité régionale des données et à sensibiliser le public à ses avantages. Grâce à la coordination régionale, le nombre de câbles terrestres transfrontaliers a augmenté⁸⁷. Les autres communautés économiques régionales peuvent s'inspirer de ce modèle de coopération.

Envisager des approches prévoyant le partage des coûts de développement des infrastructures et des avantages qui en découlent

Les pouvoirs publics peuvent faire bénéficier les opérateurs de leurs propres droits de passage (qu'il s'agisse de routes ou d'autoroutes, de voies ferrées, d'infrastructures de transport d'électricité ou d'autres réseaux) et exiger de ces opérateurs qu'ils partagent les coûts du développement des infrastructures passives, telles que les gaines pour la fibre optique, mises à la disposition de tous. Au Nigéria, des travaux sont en cours pour harmoniser les droits de passage afin de faire baisser les coûts d'accès et de raccourcir les délais administratifs.

Les pays peuvent également envisager la mise en place de fonds en faveur de l'accès et du service universels, bien que ceux-ci soient difficiles à mettre en pratique, malgré leur intérêt théorique. L'objectif global consiste à partager les infrastructures (et les coûts d'établissement et de gestion qui en découlent) sur des marchés où les opérateurs de télécommunications individuels n'auraient peut-être pas intérêt à développer ces infrastructures chacun de leur côté. Ce partage revêt un intérêt tout particulier si l'on considère que les pressions exercées sur les budgets gouvernementaux devraient se poursuivre à long terme, et que le partage des coûts entre les fournisseurs de services peut contribuer à améliorer l'accès aux services Internet.

Favoriser le développement des infrastructures de centres de données par un ensemble de politiques et de mesures d'incitation

Afin de soutenir la croissance de leur économie numérique émergente, les pays africains doivent disposer d'infrastructures de serveurs de données solides et sécurisées. De fait, la Stratégie de transformation numérique pour l'Afrique 2020-2030 note qu'une grande majorité des contenus consultés par les utilisateurs en Afrique sont hébergés à l'étranger. Les pays doivent donc se doter d'infrastructures de centres de données de niveaux III et IV conçues pour héberger des serveurs et des systèmes informatiques essentiels, comportant des sous-systèmes entièrement redondants⁸⁸. En outre, l'implantation de telles infrastructures sur le continent favoriserait la réalisation des objectifs en matière de souveraineté des données.

Le développement des infrastructures de serveurs de données requiert l'adoption de politiques d'investissement, de politiques en matière de données et de politiques de cybersécurité, entre autres instruments réglementaires.

⁸⁷ Ibid.

⁸⁸ (Banga, Gharib, Mendez-Parra, & Macleod, E-commerce in preferential trade agreements. Implications for African firms and the AfCFTA, 2021)

Composante 6 : Cadre juridique pour le cyberspace

Aperçu du cadre juridique pour le cyberspace et des difficultés qu'il présente

- En Afrique, le cadre juridique pour le cyberspace présente de profondes divergences d'un pays à l'autre. Les pays africains doivent combler leurs lacunes dans ce domaine, d'autant que le commerce intra-africain est en pleine expansion sous l'effet du commerce électronique.
- Les décideurs politiques ont une compréhension et une expérience limitées en ce qui concerne les législations applicables au cyberspace.
- Les cadres réglementaires ne sont pas cohérents ou uniformes, et la Commission de l'Union africaine ne coordonne ou ne coopère pas avec les législateurs nationaux et régionaux.
- Les cadres juridiques diffèrent en termes de forme et de niveau d'élaboration, avec des coûts variables, et leur mise en place est souvent retardée par le manque de ressources humaines et financières.
- Des lacunes juridiques persistent en matière de transactions électroniques transfrontalières.
- L'application nationale et transfrontalière des cadres juridiques pour le cyberspace pose problème (cybercriminalité).

Objectifs stratégiques

- Comblent les lacunes dans les cadres juridiques nationaux pour le cyberspace, en vue de parvenir à une harmonisation panafricaine
- Renforcer les capacités de mise en œuvre et de suivi des réglementations intégrées aux cadres juridiques pour le cyberspace
- Sensibiliser les utilisateurs potentiels aux lois et aux réglementations sur la protection des données, la cybercriminalité et la protection des consommateurs
- Renforcer les politiques et les capacités en matière de cybersécurité, condition préalable au développement des infrastructures de centres de données
- Intégrer des normes de réglementation commerciale dans la ZLECAf afin d'améliorer la prévisibilité et la sécurité juridique pour les entreprises qui souhaitent exercer leurs activités à l'échelle internationale
- Renforcer la gouvernance des données

En Afrique, le cadre juridique pour le cyberspace présente de profondes divergences d'un pays à l'autre.

Sur l'ensemble du continent, le fossé qui sépare les pays en matière de réglementations fondamentales pour le cyberspace est encore profond. Comme le montre le tableau ci-dessous, de nombreux pays ne disposent d'aucune législation ou ne disposent que de projets de législation à différents stades.

Au niveau national, l'absence de cadre juridique dans les premiers stades de maturité du commerce électronique n'entravera pas nécessairement la croissance du commerce électronique. En effet, les entreprises de commerce électronique relèvent qu'un environnement commercial peu réglementé leur donne toute latitude pour tester de nouvelles idées dans un secteur vierge et innover. La situation est toutefois différente si l'on s'intéresse au niveau continental. À mesure que les efforts s'intensifient pour développer le commerce intra-africain, et compte tenu de la grande divergence de maturité du commerce électronique entre les pays, il apparaît nécessaire d'harmoniser la réglementation afin d'apporter une certaine prévisibilité et une certaine uniformité aux entreprises de commerce électronique. Les pays africains doivent donc combler leurs lacunes dans ce domaine.

Tableau 9 : Cadre juridique pour le cyberspace en Afrique

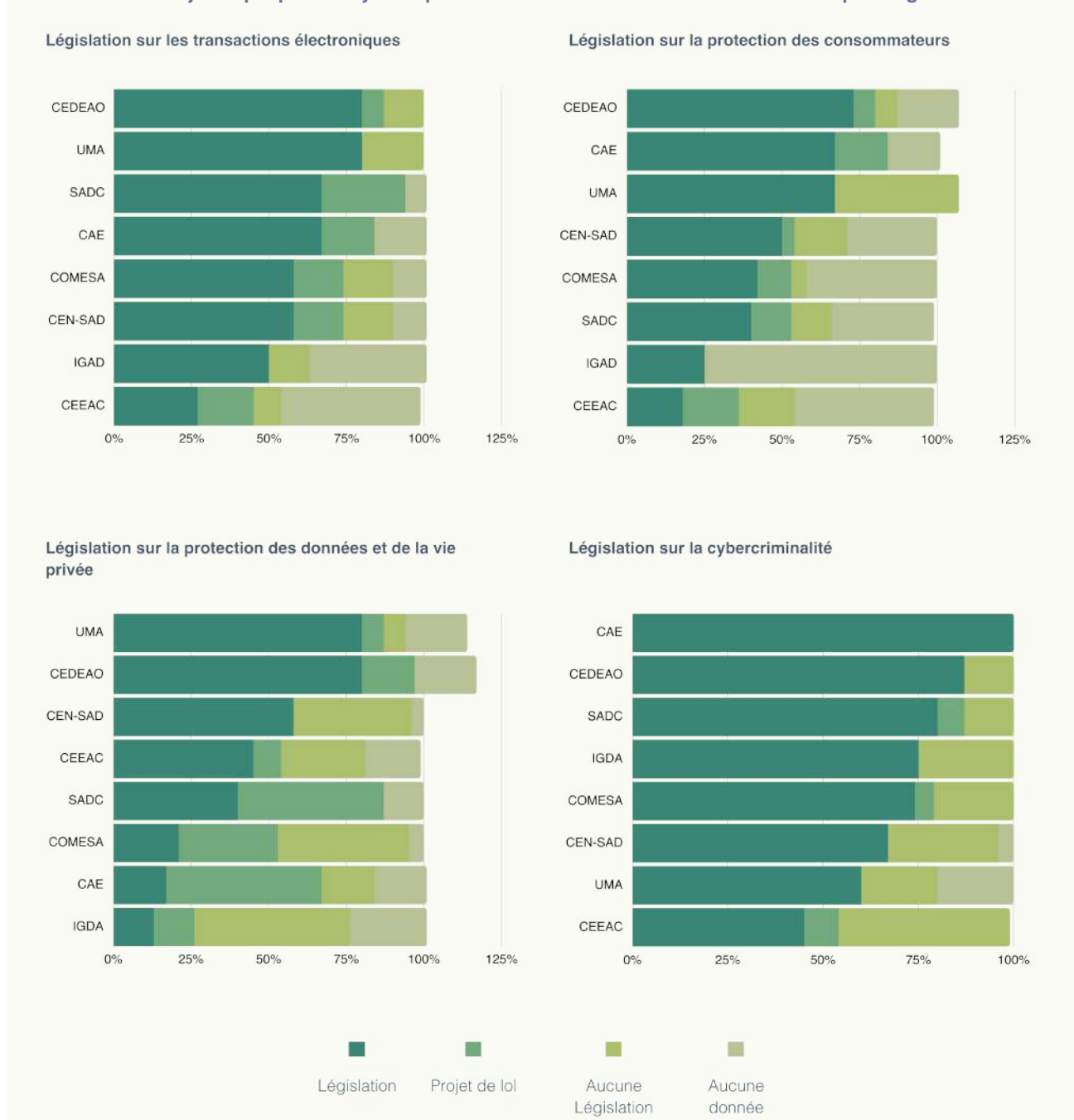
	Législation sur les transactions électroniques	Législation sur la protection des consommateurs	Législation sur la protection des données et de la vie privée	Législation sur la cybercriminalité
Legislation	33	25	27	39
Draft legislation	6	4	9	2
No legislation	6	8	13	12
No data	9	17	5	1

Source : Inventaire mondial des cyberlégislations de la CNUCED

Au niveau régional, les disparités en matière de législation sur le cyberspace entre les différentes régions du continent sont particulièrement flagrantes. Dans les communautés économiques régionales où la transition numérique est en plein essor, comme la CAE, la SADC, la CEDEAO et le COMESA, le cadre juridique commence à s'établir concrètement, surtout depuis les dix dernières années. Des efforts régionaux visant à harmoniser le cadre juridique pour le cyberspace ont été entrepris, notamment au sein de la CEDEAO, de la CEEAC et de la CAE, bien qu'ils n'en soient encore qu'à leurs débuts. La SADC et la CAE ont harmonisé leurs réglementations, notamment les lois sur les transactions électroniques, tandis que la CEDEAO a adopté des lois harmonisées sur la protection des données, les transactions électroniques et la cybercriminalité. La CAE dispose d'un cadre juridique pour le cyberspace (2010) ainsi que d'un projet de loi sur les transactions électroniques (2014). Quant au COMESA, il a proposé une cyberlégislation portant sur la signature numérique et les transactions électroniques. D'autres lois portent sur les transactions électroniques, l'utilisation des moyens informatiques à des fins abusives et la cybersécurité.

Le cadre juridique de la CAE pour le cyberspace mérite que l'on s'y attarde, car il recommande aux États membres d'établir un régime réglementaire pour la protection des données, mais ne fournit pas de recommandation spécifique quant au type de loi à adopter⁸⁹. Cette flexibilité peut s'avérer utile pour les États membres, tout permettant d'assurer l'harmonisation des cadres juridiques dans la région.

Tableau 14 : Cadre juridique pour le cyberspace au niveau des communautés économiques régionales



Source : Inventaire mondial des cyberlégislations de la CNUCED, 202

Les lacunes liées aux lois sur les transactions électroniques peuvent entraver la croissance du commerce électronique africain.

Les entreprises de commerce électronique et les places de marché doivent pouvoir compter sur des lois harmonisées en matière de transactions électroniques afin de garantir l'équivalence juridique des documents papier et électroniques ainsi que la constitution de contrats en ligne, les signatures et l'authentification numériques étant des aspects connexes. Heureusement, la CNUDCI a établi des lois types qui fournissent une base solide aux pays en développement du monde entier pour élaborer des lois sur les transactions électroniques. Ces lois types reposent sur les principes suivants : neutralité technologique, non-discrimination des communications électroniques et équivalence fonctionnelle⁹⁰. Plus particulièrement:

89 (Banga, Gharib, Mendez-Parra, & Macleod, E-commerce in preferential trade agreements. Implications for African firms and the AfCFTA, 2021)

90 (Banga, Gharib, Mendez-Parra, & Macleod, E-commerce in preferential trade agreements. Implications for African firms and the AfCFTA, 2021)

- Selon le principe d'équivalence fonctionnelle, les informations électroniques sont différentes des informations sur support papier, mais elles doivent avoir un effet juridique si elles peuvent remplir la même fonction stratégique que leur équivalent papier.
- Selon le principe de neutralité technologique, la législation ne doit pas préciser quelle technologie de communication électronique doit être utilisée pour remplir une fonction équivalente aux informations sur support papier.
- Selon le principe de non-discrimination, la législation doit accorder un effet égal aux informations présentées sur support papier et sous forme électronique.
- Selon le principe de minimalisme, la réforme législative ne porte que sur l'impact des nouveaux médias et n'affecte pas autrement les règles juridiques de fond⁹¹.

En ce qui concerne le droit transfrontalier, il est essentiel de tenir compte du choix du droit applicable et de déterminer si les régimes de transactions électroniques des deux parties sont alignés. La CAE élabore actuellement un projet de loi sur les transactions électroniques (2014) au niveau régional ; les différents États membres de la communauté ont adopté les recommandations du projet de loi, qu'ils intégreront ensuite dans leurs cadres nationaux. Les principales recommandations politiques sont ainsi reproduites du niveau régional au niveau national, une approche que d'autres communautés économiques régionales peuvent envisager d'adopter.

La Convention de l'Union africaine sur la cybersécurité et la protection des données à caractère personnel de 2014 (Convention de Malabo) vise à harmoniser les cadres juridiques pour le cyberspace en Afrique.

Les pays africains accusent un retard en matière de réglementation de la collecte, de la classification (personnelle ou non personnelle, sensible ou non sensible), du traitement et de l'utilisation des données par les entreprises numériques. Adoptée en 2014, la Convention de Malabo n'est actuellement ratifiée que par huit pays africains. Elle vise à inciter les États membres de l'Union africaine à prendre des mesures dans des domaines tels que la protection des principales cyberinfrastructures et infrastructures de technologies de l'information et des communications, les données à caractère personnel et la libre circulation des données. La Convention peut contribuer à renforcer les cadres juridiques pour le cyberspace dans les pays africains, à condition que les problèmes de fond qui ont été recensés (clarté de certains principes et incompatibilité avec les lois nationales de certains pays, entre autres) puissent être résolus.

Les politiques en matière de concurrence peuvent être considérablement améliorées.

Le protocole de la ZLECAf sur la concurrence doit étendre son champ d'application au-delà des éléments traditionnels du droit de la concurrence (par exemple les monopoles) pour inclure les aspects propres à une économie de plus en plus numérisée, tels que *l'utilisation de l'intelligence artificielle, la fusion de données, les transactions basées*

*sur des applications, l'informatique décisionnelle basée sur des algorithmes et d'autres plateformes numériques*⁹². À l'instar de la protection des données et de la protection des consommateurs, les débats qui s'ensuivront *permettront de coordonner l'approche de la politique en matière de concurrence entre les autorités nationales compétentes (telles que les organismes de réglementation de l'information et les commissions sur la concurrence) sur un large éventail de questions connexes, notamment la protection des données à caractère personnel, la confidentialité des données et la sécurité des données*⁹³.

La réglementation applicable en matière de protection des consommateurs doit être adaptée aux spécificités du commerce électronique.

Parmi les quatre principaux domaines de cyberlégalisation, la législation applicable en matière de protection des consommateurs est celle qui présente le plus faible niveau d'adoption en Afrique. Outre l'absence totale de règles en matière de protection des consommateurs, les lois (lorsqu'elles existent) ne sont souvent pas adaptées à l'économie numérique. Dans le cadre des transactions commerciales électroniques, il convient d'accorder une attention particulière aux droits des consommateurs en cas de publicité mensongère avant l'achat et au droit de retour des marchandises défectueuses à la livraison ; les lois de protection des consommateurs doivent donc être modifiées lorsqu'elles ne tiennent pas compte de ces éléments. Les consommateurs doivent être informés sur tous les aspects de la *divulcation d'informations, des conditions contractuelles, des mécanismes de paiement sécurisés, de la vie privée des consommateurs, de la sécurité des données et de la résolution des litiges et des recours*⁹⁴.

En Afrique, le régime de protection des droits de propriété intellectuelle est fragmenté.

Au nombre des principaux défis à relever au niveau national figurent les faiblesses institutionnelles, la fragmentation des régimes et la non-conformité du marché, qui font peser des risques importants sur le développement des industries fondées sur le savoir et sur l'intégration régionale en général. Le COMESA est actuellement le seul marché doté d'une politique régionale. Dans ce contexte, le secteur émergent de l'entrepreneuriat numérique en Afrique, qui se caractérise par une forte proportion de jeunes pousses numériques, a tout intérêt à être protégé par des droits de propriété intellectuelle (DPI).

Dans le cadre de la ZLECAf, il est possible de faire progresser une approche continentale des DPI impliquant les communautés économiques régionales et des institutions régionales telles que l'African Regional Intellectual Property Organization et l'Organisation panafricaine de la propriété intellectuelle. Certaines recommandations préconisent également la création d'un organisme de réglementation continental pour harmoniser la réglementation et mettre en œuvre les politiques⁹⁵.

92 (UNECA et al., 2019)

93 (Banga, Gharib, Mendez-Parra, & Macleod, E-commerce in preferential trade agreements. Implications for African firms and the AfCFTA, 2021)

94 (WTO, 2021)

95 (Africa Growth Initiative, 2020) cité dans (Banga, Gharib, Mendez-Parra, & Macleod, E-commerce in preferential trade agreements. Implications for African firms and the AfCFTA, 2021)

91 John Gregory, Carec Program

Les décideurs politiques ont une compréhension et une expérience limitées en ce qui concerne les législations applicables au cyberspace.

Même lorsque des lois sont adoptées, leur mise en œuvre et leur application relèvent d'une tout autre affaire. On observe en Afrique une application laxiste de la réglementation relative au commerce électronique. Le problème tient en partie au manque de capacités institutionnelles et à l'état de préparation insuffisant des décideurs politiques à l'ère électronique, qui empêchent l'élaboration d'une législation aussi complexe. Le « brouillard numérique » mentionné plus haut touche particulièrement la partie de l'écosystème qui concerne le cadre juridique pour le cyberspace, car les décideurs politiques ne disposent pas d'une connaissance et d'une compréhension suffisantes des implications, des risques et des possibilités du commerce électronique. Par conséquent, les décideurs politiques ont une compréhension et une expérience limitées en ce qui concerne les législations applicables au cyberspace.

Les cadres réglementaires ne sont pas cohérents ou uniformes, et Commission de l'Union africaine une coordination ou coopération n'est assurée entre les législateurs nationaux et régionaux ; des lacunes juridiques persistent en matière de transactions électroniques transfrontalières.

L'harmonisation des cadres juridiques pour le cyberspace au niveau régional n'en est qu'à ses débuts. Pour qu'elle se concrétise, il importe de créer des forums où les organismes nationaux de réglementation peuvent se réunir régulièrement et échanger leurs points de vue. À l'heure actuelle, ces rencontres ne sont organisées que de manière ponctuelle et ne concernent pas toutes les communautés économiques régionales.

Les cadres juridiques diffèrent en termes de forme et de niveau d'élaboration, avec des coûts variables, et leur mise en place est souvent retardée par le manque de ressources humaines et financières.

L'élaboration de cadres juridiques pour le cyberspace nécessite des ressources financières et techniques, ce qui peut représenter un défi pour certains pays africains. Le processus allant du contrôle préalable à la promulgation est complexe et itératif, et les retards dans l'obtention des ressources peuvent rendre cette démarche particulièrement longue.

Législation sur la cybercriminalité

Les réglementations sur la cybercriminalité et les politiques et mesures de cybersécurité qui les accompagnent jouent un rôle essentiel. Elles visent essentiellement à interdire l'accès non autorisé aux données et les logiciels malveillants. La Convention sur la cybercriminalité du Conseil de l'Europe (Convention de Budapest) fait figure de référence mondiale en la matière. Actuellement, 39 pays africains disposent d'une loi sur la cybercriminalité, tandis que 12 pays n'en ont pas encore adoptée. À cet égard, la Convention de Malabo encourage les pays à élaborer des stratégies nationales de cybersécurité et à renforcer les capacités nécessaires à la mise en œuvre des réglementations et des lois.

Strategic Objectives

Comblar les lacunes dans les cadres juridiques nationaux pour le cyberspace, en vue de parvenir à une harmonisation panafricaine

Renforcer les capacités de mise en œuvre et de suivi des réglementations intégrées aux cadres juridiques pour le cyberspace

Sensibiliser les utilisateurs potentiels aux lois et aux réglementations sur la protection des données, la cybercriminalité et la protection des consommateurs

Renforcer les politiques et les capacités en matière de cybersécurité, condition préalable au développement des infrastructures de centres de données

Intégrer des normes de réglementation commerciale dans la ZLECAf afin d'améliorer la prévisibilité et la sécurité juridique pour les entreprises qui souhaitent exercer leurs activités à l'échelle internationale

Renforcer la gouvernance des données

1. Comblar les lacunes dans les cadres juridiques nationaux pour le cyberspace, en vue de parvenir à une harmonisation panafricaine

Les législateurs peuvent s'appuyer sur des lois et des cadres types. Il s'agit notamment des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur (version révisée, 2015), des lois types de la CNUDCI pour les transactions électroniques, des Lignes directrices de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), de la Convention du Conseil de l'Europe sur la protection des données, ainsi que de la Convention du Conseil de l'Europe sur la cybercriminalité (Convention de Budapest).

Des progrès encourageants réalisés au niveau des communautés économiques régionales indiquent que l'harmonisation peut commencer à ce niveau. Il convient de noter que l'harmonisation des cadres juridiques pour le cyberspace ne signifie pas que les principes juridiques doivent être les mêmes partout, mais plutôt que les pays doivent s'efforcer de les rendre compatibles entre eux ; autrement dit, il s'agit de s'assurer que les pays parviennent aux mêmes résultats.

L'élaboration d'un cadre juridique pour le cyberspace efficace suppose une consultation du secteur privé ; il convient donc d'entreprendre un processus de consultation dans l'ensemble de l'écosystème.

2. Renforcer les capacités de mise en œuvre et de suivi des réglementations intégrées aux cadres juridiques pour le cyberspace

La mise en œuvre et l'application aux fins de la conformité revêtent autant d'importance que la promulgation de la législation sur le commerce électronique. À cet égard, il faudra peut-être créer de nouveaux organismes de réglementation (par exemple des autorités compétentes en matière de protection des données) au niveau national, mais

aussi renforcer les capacités des institutions. Des groupes de travail ou des équipes spéciales interministérielles dédiés, soutenus par les instances gouvernementales les plus élevées, seront également nécessaires. Ces organismes devront par ailleurs dialoguer avec le secteur privé afin d'atténuer les risques de discordance entre la réglementation et les besoins de l'industrie. Les réglementations en matière de protection des données à caractère personnel au niveau national doivent faire l'objet de discussions au niveau régional, et même au niveau continental.

3. Sensibiliser les utilisateurs potentiels aux lois et aux réglementations sur la protection des données, la cybercriminalité et la protection des consommateurs

Cet objectif stratégique vise à informer et à sensibiliser très simplement toutes les parties prenantes de l'écosystème du commerce électronique pour leur permettre de respecter clairement la législation. Pour ce faire, on peut notamment organiser des ateliers d'information, publier des communiqués et diffuser des informations en ligne, établir un résumé des principes juridiques dans des brochures simples à comprendre, etc.

4. Renforcer les politiques et les capacités en matière de cybersécurité, condition préalable au développement des infrastructures de centres de données

L'une des principales préoccupations des entreprises internationales qui s'opposent aux initiatives de localisation des données réside dans la fragilité des infrastructures nationales de cybersécurité en Afrique par rapport à d'autres régions du monde. D'autres considérations entrent en compte, notamment celles qui ont des répercussions sur les coûts, mais l'aspect réglementaire de la cybersécurité et de la cybercriminalité constitue une condition sine qua non du développement des infrastructures de centres de données.

5. Intégrer des normes de réglementation commerciale dans la ZLECAf afin d'améliorer la prévisibilité et la sécurité juridique pour les entreprises qui souhaitent exercer leurs activités à l'échelle internationale⁹⁶

Cet objectif stratégique permettra aux entreprises de commerce électronique qui cherchent à effectuer des transactions transfrontalières en Afrique de bénéficier d'une certaine prévisibilité et de garanties.

6. Renforcer la gouvernance des données

Comme indiqué dans la section ci-dessous, la gouvernance des données revêt une importance capitale pour le continent africain en raison de la croissance de l'économie numérique et de l'interaction entre les acteurs du secteur privé national et international. Cet objectif stratégique aide donc les gouvernements à approfondir leur réflexion sur les questions relatives à la gouvernance des données, ainsi qu'à élaborer des politiques qui serviront les intérêts nationaux, mais contribueront aussi à la croissance de la région.

⁹⁶ (UNCTAD, 2020)

CADRE JURIDIQUE POUR LE CYBERESPACE : GROS PLAN SUR LA GOUVERNANCE DES DONNÉES

Questions fondamentales relatives aux données

Les pays développés comme les pays en développement s'accordent à dire que les flux de données transfrontaliers sont essentiels à l'innovation et à la croissance dans l'économie numérique mondiale. C'est d'ailleurs pour cette raison que les données sont perçues comme le « nouveau pétrole ». L'évolution rapide et le dynamisme de l'économie numérique mondiale laissent à présent entrevoir la possibilité d'utiliser les données dans les affaires, la gouvernance et la société. La CNUCED note que les activités liées aux données ne sont plus de simples activités annexes à la production et au commerce de biens et de services : elles sont désormais un élément central du processus de production et un aspect essentiel de l'activité économique⁹⁷. Les réflexions consacrées aux chaînes de valeur des données se concentrent à présent sur le positionnement des pays et leur niveau de préparation pour s'élever dans ces chaînes de valeur.

Plusieurs organisations, allant de groupes de réflexion à des organismes du secteur privé tels que la GSMA, ont fait valoir que le libre accès aux données présente des avantages à la fois pour les citoyens, pour les pays, pour les sociétés et pour les organisations. En principe, les pays africains souscrivent à ce point de vue (surtout compte tenu de la croissance future des entreprises numériques africaines), bien qu'ils nourrissent de sérieuses inquiétudes concernant certains domaines⁹⁸, notamment la protection des données à caractère personnel, l'accès aux données par les forces de l'ordre, le maintien de la sécurité nationale, la promotion de la compétitivité économique locale et l'uniformisation des normes réglementaires.

Selon l'OCDE, le transfert transfrontalier de données entraîne un renforcement des contrôles politiques et réglementaires sur les *questions de protection de la vie privée, de contrôle ou d'audit réglementaire, de sécurité nationale, de sécurité des données, d'intégrité des données, de développement économique et de politiques industrielles numériques*⁹⁹. À l'heure actuelle, les réglementations accusent un certain retard par rapport aux pratiques en vigueur dans l'économie numérique, ce qui conduit les responsables politiques des pays dont l'économie numérique est encore immature à imposer des restrictions (par exemple la localisation des données). La *multiplicité des régimes de protection des données applicables*¹⁰⁰ entraîne également des incohérences et des difficultés en matière de conformité pour les entreprises.

Les politiques en matière de données sont devenues un sujet de préoccupation majeur pour les pays africains, qui voient s'affronter des points de vue divergents dans deux domaines interdépendants, mais toujours distincts : la protection des données et le transfert transfrontalier de données.

⁹⁷ (UNCTAD, 2019)

⁹⁸ (Meltzer & Lovelock, *Regulating for a digital economy: Understanding the importance of cross-border data flows in Asia*, 2018)

⁹⁹ (OECD, 2020)

¹⁰⁰ (OECD, 2020)

- **La protection des données** correspond à la sauvegarde des données à caractère personnel et des données des entreprises (qui constitue une priorité pour les gouvernements africains) ;
- **Le transfert transfrontalier de données** consiste à faciliter le libre accès aux données au-delà des frontières (un point de vue défendu par les entreprises technologiques multinationales, connues sous le nom de « big tech », ainsi que par des pays tels que les États-Unis, qui accueillent la plupart de ces entreprises).

Le principal point de désaccord porte sur les modalités à mettre en œuvre pour permettre la libre circulation des flux de données transfrontaliers, tout en maintenant un degré élevé de protection des données en faveur des citoyens, des entreprises et des gouvernements africains, et en garantissant le respect des règles par les entreprises internationales du secteur privé opérant en Afrique.

Face à la rapidité avec laquelle l'économie numérique se développe, les organismes de réglementation sont incontestablement mis à rude épreuve. En réponse, des politiques de localisation des données¹⁰¹ ont été mises en place dans les économies en développement, en Afrique comme ailleurs, afin de prévenir les risques de violation des données personnelles sensibles de leurs citoyens. C'est le cas notamment en Chine, en Indonésie, en Russie et au Viet Nam. Certains États africains, comme le Ghana et le Nigéria, ont eux aussi mis en place des systèmes de localisation des données.

Il existe un **troisième** aspect de la politique en matière de données qui est tout aussi, sinon plus, controversé pour les pays en développement : la manière dont les données peuvent être exploitées pour générer de la valeur économique pour ces pays. Cette considération atteste de la reconnaissance croissante des données en tant que ressource. Ce point est particulièrement important pour l'Afrique, où les décideurs politiques s'inquiètent des vastes quantités de données collectées et exploitées par des entreprises internationales telles que les plateformes. D'une part, les décideurs reconnaissent que ces données peuvent être exploitées au profit des entreprises africaines et de la société en général, mais d'autre part, le « brouillard numérique » les empêche de comprendre véritablement les enjeux et d'élaborer des politiques appropriées, qui préservent l'espace politique national des pays, tout en permettant aux entreprises nationales et internationales de prospérer. En outre, le secteur privé africain ne dispose pas encore des infrastructures et du capital humain nécessaires pour comprendre le potentiel des données. Il en résulte un immobilisme politique, tant au niveau national que dans les forums internationaux. En effet, les données sont mises en parallèle avec l'expérience passée de l'Afrique vis-à-vis de ses partenaires internationaux, ce qui donne lieu à des débats sur le colonialisme des données.

¹⁰¹ Les restrictions appliquées aux flux de données transfrontaliers peuvent prendre plusieurs formes. Par exemple : 1) les données ne peuvent pas être transférées en dehors des frontières internationales ; 2) les données peuvent être transférées en dehors des frontières nationales, mais une copie doit être conservée dans le pays ; 3) un consentement préalable est requis pour autoriser les transferts mondiaux (Meltzer & Lovelock, *Regulating for a digital economy: Understanding the importance of cross-border data flows in Asia*, 2018). Des restrictions supplémentaires peuvent être imposées en matière d'accès local, de stockage local et de traitement local des données (UNCTADA, 2021).

Le cœur du problème réside dans le fait que l'Afrique offre de vastes richesses sur le plan des mégadonnées et de leur potentiel d'utilisation, mais qu'elle ne possède pas l'expertise, les infrastructures et les technologies nécessaires pour en tirer parti. Les décideurs africains craignent, à juste titre, que les pays africains ne soient relégués à la première et à la dernière étapes de la chaîne de valeur des données, qui comprend la collecte, l'analyse et le traitement, la conservation, le stockage et la consommation. Autrement dit, les données seront librement utilisées et que la valeur économique restera entre les mains des entreprises internationales, tandis que les citoyens, les gouvernements et les entreprises du continent resteront les consommateurs du produit final. Cela n'est pas sans rappeler ce qui s'est produit avec de nombreux secteurs de production sur le continent.

Récentes évolutions en Afrique :

1. Au niveau régional, les cadres suivants ont été élaborés :
 - a. la Loi type de la SADC pour la protection des données (2010) ;
 - b. l'Acte additionnel de la CEDEAO sur la protection des données à caractère personnel (2010) ;
 - c. le Cadre juridique de la CAE pour les cyberlégislations (2008) ;
 - d. la Loi type de la CEEAC et les Directives de la CEMAC sur la cybersécurité.
2. Le protocole de la ZLECAf sur le commerce des services souligne que la protection de la vie privée des personnes physiques pour ce qui est du traitement et de la dissémination de données à caractère personnel, ainsi que la protection du caractère confidentiel des dossiers et comptes personnels, constitue une exception à la restriction au commerce, révélant ainsi son importance. Le protocole de la ZLECAf sur le commerce électronique pourrait fournir un cadre commun en matière de protection des données.
3. Bien que ces cadres aient été mis en place il y a un certain nombre d'années, plusieurs pays africains (17) ont élaboré leur propre loi sur la protection des données en se fondant sur les principes établis dans ces cadres, notamment en ce qui concerne les droits des personnes concernées et la création d'autorités compétentes en matière de protection des données. Une grande partie du continent reste toutefois dépourvue de toute forme de politique de protection des données, ce qui entraîne un risque important pour le développement du commerce électronique.

La Convention de l'Union africaine sur la cybersécurité et la protection des données à caractère personnel (Convention de Malabo) a été adoptée en 2014. Depuis, la ratification de la Convention tarde à progresser : 14 pays l'ont signée et 8 États membres l'ont ratifiée, sur les 15 ratifications requises pour que l'instrument entre en vigueur. Les difficultés rencontrées sont notamment liées au manque de détail¹⁰² et de spécificité en matière de principes de protection des données, ce qui peut entraîner un manque d'harmonisation entre les réglementations sur la protection des données élaborées par les États membres et, en fin de compte, des problèmes de respect des règles au niveau des

¹⁰² (researchICTsolutions, 2020, p. 9)

entreprises. La Convention interdit le transfert de données à caractère personnel vers des États non membres, sauf si l'État peut garantir un niveau de protection suffisant. L'Afrique du Sud, Maurice, le Kenya et le Nigéria ont adopté des dispositions similaires dans leur législation nationale.

Évolutions au niveau international

Principales initiatives axées sur le transfert transfrontalier de données et sur la protection des données

Il existe quatre types de dispositifs applicables au transfert transfrontalier de données : les accords multilatéraux, les accords commerciaux, les instruments unilatéraux et les initiatives du secteur privé et autres¹⁰³.

1. **Accords multilatéraux** : Les accords multilatéraux reposent sur un consensus et visent à assurer l'harmonisation, l'interopérabilité et l'établissement de relations de confiance. Les Lignes directrices de l'OCDE régissant la protection de la vie privée et les flux transfrontières de données de caractère personnel¹⁰⁴, la Convention 108 du Conseil de l'Europe et le Cadre de protection de la vie privée pour la région Asie-Pacifique constituent les trois principaux cadres de protection de la vie privée sur lesquels reposent plus de cent cadres nationaux de protection de la vie privée¹⁰⁵ dans le monde, ainsi que les lignes directrices adoptées par l'Assemblée générale des Nations Unies et le Commonwealth des Nations. Ces cadres sont également alignés sur le Règlement général sur la protection des données (RGPD) de l'UE, l'un des cadres de protection des données les plus stricts au monde. Certains de ces accords sont contraignants (à l'instar de la Convention 108 de l'UE), tandis que d'autres (comme le Cadre de protection de la vie privée de l'APEC) ne le sont pas. La Convention de Malabo de l'Union africaine entre dans la première catégorie.

Il est intéressant de souligner que le système de règles transfrontalières de protection de la vie privée de l'Organisation de coopération économique Asie-Pacifique (APEC) permet aux entreprises d'opter pour une certification de la confidentialité des données soutenue par le gouvernement et de prouver qu'elles respectent la confidentialité des données conformément au Cadre de protection de la vie privée de l'APEC.

Tableau 10 : Exemples d'accords multilatéraux :

<i>Accords multilatéraux non contraignants</i>	
Lignes directrices de l'OCDE sur la protection de la vie privée	Cadre de l'ASEAN relatif à la protection des données à caractère personnel
<p>Allemagne, Australie, Autriche, Belgique, Canada, Chili, Colombie, Danemark, Espagne, Estonie, États-Unis d'Amérique, Finlande, France, Grèce, Hongrie, Irlande, Islande, Israël, Italie, Japon, Lettonie, Luxembourg, Mexique, Nouvelle-Zélande, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République de Corée, République slovaque, République tchèque, Royaume-Uni, Slovénie, Suède, Suisse et Turquie</p>	<p>Brunei, Cambodge, Indonésie, Laos, Malaisie, Myanmar, Philippines, Singapour, Thaïlande et Viet Nam</p>

103 (OECD, 2020)

104 Les décideurs africains peuvent s'inspirer des paragraphes 16 à 18 des Lignes directrices de l'OCDE régissant la protection de la vie privée et les flux transfrontières de données de caractère personnel : 16. Le maître du fichier demeure responsable des données de caractère personnel sous son contrôle, où que se trouvent ces données. 17. Les pays Membres devraient s'abstenir de limiter les flux transfrontières de données de caractère personnel entre leur territoire et celui d'un autre pays, a) lorsque ce dernier se conforme pour l'essentiel aux présentes Lignes directrices ou b) lorsqu'existent des mesures de protection suffisantes, notamment des mécanismes de mise en œuvre efficaces et des mesures appropriées mises en place par le maître du fichier, pour assurer un niveau constant de protection conforme aux présentes Lignes directrices. 18. Toute restriction de flux transfrontières de données de caractère personnel devrait être proportionnée aux risques présentés, compte tenu du caractère plus ou moins sensible des données, ainsi que de la finalité et du contexte du traitement.

105 Invalid source specified.

<i>Accords multilatéraux contraignants</i>	
Convention de Malabo (Convention de l'Union africaine sur la cybersécurité et la protection des données à caractère personnel)	Convention 108 (Convention pour la protection des personnes à l'égard du traitement des données à caractère personnel)
La Convention de l'Union africaine sur la cybersécurité et la protection des données à caractère personnel n'est pas encore entrée en vigueur. Selon les dernières données disponibles, publiées le 28 juin 2019, les pays ci-dessous l'ont ratifiée : Ghana, Guinée, Maurice, Namibie et Sénégal ³² .	Albanie, Allemagne , Andorre, Argentine, Arménie, Autriche, Azerbaïdjan, Belgique, Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, Burkina Faso, Cabo Verde, Croatie, Chypre ¹ , Danemark, Espagne, Estonie, Fédération de Russie , Finlande, France , Géorgie, Grèce, Hongrie, Irlande, Islande, Italie , Lettonie, Liechtenstein, Lituanie, Luxembourg, Macédoine du Nord, Malte, Maroc, Maurice, Mexique, Monaco, Monténégro, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République de Moldova, République tchèque, République slovaque, Roumanie, Royaume-Uni, Saint-Marin, Sénégal, Serbie, Slovénie, Suède, Suisse, Tunisie, Turquie, Ukraine et Uruguay
<i>Cadre de protection de la vie privée de l'APEC</i>	<i>Protocole additionnel à la Convention de 2013</i>
Australie , Brunei Darussalam, Canada , Chili, Chine , États-Unis d'Amérique , Fédération de Russie , Hong Kong, Indonésie , Japon, Malaisie, Mexique , Nouvelle-Zélande, Papouasie-Nouvelle-Guinée, Pérou, Philippines, Singapour, République de Corée, Taipei chinois, Thaïlande et Viet Nam	Albanie, Allemagne , Andorre, Argentine , Arménie, Autriche, Belgique, Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, Cabo Verde, Croatie, Chypre, Danemark, Espagne, Estonie, Fédération de Russie , Finlande, France , Géorgie, Hongrie, Irlande, Lettonie, Liechtenstein, Lituanie, Luxembourg, Macédoine du Nord, Maroc, Maurice, Monaco, Monténégro, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République de Moldavie, République slovaque, République tchèque, Roumanie, Sénégal, Serbie, Suède, Suisse, Tunisie, Turquie, Ukraine et Uruguay.
<i>Système de règles transfrontalières de protection de la vie privée de l'APEC (CBPRS)</i>	<i>Protocole de 2018 modifiant la Convention</i>
Australie , Canada , États-Unis d'Amérique , Japon , Mexique , Philippines, République de Corée , Singapour et Taipei chinois ; d'autres pays devraient bientôt les rejoindre.	Bulgarie, Croatie et Lituanie.
Remarque : Les économies du G20 sont en caractères gras. Données valides au 16 mars 2020.	

Source : (OECD, 2020)

2. Accords commerciaux :

- o L'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste récemment établi et l'Accord Canada–États-Unis–Mexique (ACEUM) comprennent des règles de fond relatives aux transferts transfrontaliers de données, aux exigences de stockage local et à la protection des informations personnelles. Ces accords interdisent la restriction des transferts transfrontaliers de données, tout en autorisant les parties à maintenir des mesures permettant d'atteindre des objectifs légitimes de politique publique (à condition que les mesures soient non discriminatoires et ne restreignent pas inutilement les échanges commerciaux). Ils prévoient également que l'utilisation d'installations informatiques nationales ne doit pas être une condition préalable à l'exercice d'une activité commerciale. Ces accords exigent par ailleurs que les parties adoptent un cadre de protection des informations personnelles et encouragent le développement de mécanismes visant à promouvoir la compatibilité entre les différents régimes de protection de la vie privée. Ils imposent en outre aux parties d'informer le public sur la protection des informations personnelles. Ces dispositions sont soumises aux mécanismes de règlement des différends prévus par chaque accord, sauf disposition contraire.
- o Parallèlement, on voit apparaître de nouveaux accords de partenariat commercial numérique comprenant des dispositions sur les flux de données. Par exemple, l'Accord sur le commerce numérique entre le Japon et les États-Unis et l'Accord de partenariat sur l'économie numérique entre le Chili, la Nouvelle-Zélande et Singapour (DEPA) énoncent des principes comparables à ceux détaillés ci-dessus sur les flux de données transfrontaliers, les installations informatiques et la protection des informations personnelles. En somme,

les accords commerciaux et les accords de partenariat numérique intègrent de plus en plus de dispositions qui font référence aux flux de données et favorisent l'interopérabilité entre les régimes de protection des données. Celles-ci renvoient souvent à des principes bien établis exigeant des approches transparentes et non discriminatoires, qui ne restreignent pas inutilement les échanges pour atteindre les objectifs politiques souhaités et qui soient interopérables pour promouvoir le flux de données transfrontalier. Ces dispositions font également valoir l'importance de la protection des données à caractère personnel.

- o L'Accord de l'ASEAN sur le commerce électronique comprend des dispositions relatives aux flux de données, à la localisation des données et à la protection des données à caractère personnel, présentées sous forme de meilleures pratiques. Dans l'ensemble, l'Accord engage les membres à ne pas imposer de restriction aux entreprises désireuses de mener des activités commerciales pour mettre en place des installations informatiques sur leurs marchés¹⁰⁶.
- o Les accords sur l'économie numérique ont récemment fait leur entrée dans le champ des négociations commerciales, l'Accord de partenariat sur l'économie numérique (DEPA) signé entre le Chili, la Nouvelle-Zélande et Singapour figurant parmi les plus importants.

3. Instruments unilatéraux : Il s'agit principalement d'une décision de conformité par laquelle un pays (ou plutôt une autorité de protection des données désignée et indépendante) évalue si le cadre de protection des données d'un autre pays (vers lequel le transfert de données est envisagé) est acceptable ou approprié. Le cadre défini par le bouclier de protection des données UE–États-Unis est un cadre souvent utilisé pour permettre aux entreprises de mener leurs activités conformément aux cadres de protection de la vie privée des différents pays. D'autres formes de dispositions peuvent être inscrites dans des clauses contractuelles standard et des règles contractuelles contraignantes¹⁰⁷, mais elles doivent être soumises à l'autorisation de l'autorité compétente en matière de protection des données.

4. Initiatives du secteur privé : Le secteur privé, sous la forme d'associations d'entreprises, et l'Organisation internationale de normalisation (ISO) (ISO/IEC 27701:2019) ont pris des mesures pour fournir des lignes directrices aux décideurs politiques qui participent à l'élaboration de législations sur la protection de la vie privée. Bien qu'elles soient prometteuses, ces initiatives n'en sont encore qu'aux premiers stades de leur développement.

Les partisans de la libre circulation des flux de données transfrontaliers font valoir que la croissance de l'économie numérique dans les pays en développement dépend des investissements, des technologies de pointe et des connaissances fondées sur des données probantes, que seul un régime libéral de flux de données transfrontaliers peut faciliter. Ils affirment en outre que de nombreux pays en développement ne possèdent tout simplement pas les infrastructures ou l'expertise nécessaires pour héberger les données localement, et que la réglementation supplémentaire imposée par les politiques de localisation des données empêchera les entreprises multinationales d'investir dans ces pays. Des arguments commerciaux convaincants peuvent être avancés à la fois pour et contre la localisation des données ; le consensus est qu'il s'agit de mesures plutôt strictes, qui risquent d'avoir de fortes répercussions sur la croissance de l'économie numérique, et qu'elles doivent donc être appliquées avec précaution. **Les décideurs africains doivent plutôt se concentrer sur l'élaboration de cadres nationaux de protection des données solides, alignés autant que possible sur les cadres régionaux et internationaux, visant à faciliter les relations de confiance et le respect des règles entre les entreprises internationales de l'économie numérique et les gouvernements nationaux.**

Les difficultés liées aux politiques des données dans le contexte africain s'expliquent notamment par les causes profondes détaillées ci-après :

- La faible compréhension, au niveau politique, du potentiel des données, et même de l'économie numérique dans son ensemble, a retardé l'élaboration de politiques significatives ainsi que la définition d'une position régionale consensuelle sur la politique des données. Les décideurs hésitent, à juste titre, à se lancer dans l'élaboration de politiques des données lorsqu'ils ne comprennent pas pleinement le potentiel, les conséquences et les risques liés aux questions y afférentes.
- Le bilan de l'Afrique en matière de gestion des richesses en ressources naturelles laisse fortement à désirer. Le continent regorge d'études de cas d'entreprises multinationales qui s'engagent uniquement dans l'exportation de ressources naturelles, même lorsque la réglementation interdit les exportations sans valeur ajoutée. En outre, il est rare que les fournisseurs et les entreprises multinationales entretiennent des relations notables fondées sur la diffusion des connaissances, de l'expertise et de la technologie.
- Dans le contexte de l'économie numérique, les mégadonnées produites par les entreprises locales et internationales de l'économie numérique qui exercent leurs activités en Afrique peuvent tout à fait être considérées comme une ressource. Or, cette ressource doit être protégée avant tout pour éviter toute violation des droits des citoyens et des entreprises africaines. Cela est d'autant plus vrai que les pays africains, à quelques exceptions près, ne disposent pas des moyens nécessaires pour comprendre les ramifications du transfert de données transfrontalier.
- L'essor de la « big tech », accompagné d'un environnement réglementaire très faible en matière de protection des données dans une grande partie de l'Afrique, crée de véritables risques d'utilisation abusive des données à caractère personnel des citoyens africains et des données des entreprises. Les décideurs politiques hésitent, à juste titre, à accorder un accès

Défis de la protection des données : le contexte africain

¹⁰⁶ (UNCTADa, 2021)

¹⁰⁷ Les règles contractuelles contraignantes obligent les filiales d'une entreprise multinationale situées dans différents pays à appliquer des droits et des recours juridiques appropriés pour la protection des données. (OECD, 2020)

illimité aux entreprises multinationales de l'économie numérique, d'autant que les plateformes mondiales font l'objet d'un examen minutieux au vu de leur rôle dans l'exacerbation des facteurs de fragilité et de leur implication dans des pratiques commerciales douteuses.

- Des cas d'utilisation abusive de données par des entreprises numériques internationales où le manque de réglementation a entraîné, entre autres, une ingérence dans la politique nationale, ont récemment été constatés.
- Les entreprises africaines doivent tirer parti de l'expertise et des innovations qui se produisent en dehors du continent, qu'il s'agisse de solutions d'informatique dématérialisée, de fournisseurs de services par contournement ou d'applications mobiles facilitant les communications, pour ne citer que quelques exemples. Pour ce faire, il convient de ne pas imposer aux fournisseurs de services de se plier à des règles trop strictes, mais il faut toutefois s'assurer que les données à caractère personnel des citoyens et les données des entreprises ne soient pas utilisées à mauvais escient.
- Les fervents partisans d'un régime libéral de transfert de données transfrontalier vantent parfois des avantages quantitatifs et qualitatifs, qui sont souvent surestimés. Par exemple, selon une estimation de McKinsey fréquemment citée (y compris par des organismes des Nations Unies comme la CNUCED), la dimension internationale des flux de biens, de services et de finances a augmenté le PIB mondial d'environ 10 %, soit une valeur de 7 800 milliards d'USD en 2014. Les flux de données représentent une part estimée à 2 800 milliards d'USD de cette valeur ajoutée. Or, il est probable que ce chiffre soit incorrect ou qu'il ne tienne pas compte du contexte africain, et qu'il reflète principalement la croissance au sein des environnements de l'économie numérique.
- Enfin, il convient de noter que l'une des raisons implicites ou non déclarées pour lesquelles les gouvernements africains s'opposent aux flux de données transfrontaliers est qu'à leurs yeux, les données africaines et la participation des consommateurs africains dans la chaîne de valeur des transactions numériques transfrontalières devraient être monétisées en faveur de leur propre pays. Cet aspect de la politique en matière de données est donc également lié, au moins indirectement, à la taxation des données.

Objectifs stratégiques

1. Envisager la mise en place d'une politique continentale de protection des données. Encourager la ratification (et la mise en œuvre) de la Convention de Malabo par les États membres africains en prônant les modifications suivantes¹⁰⁸ :
 - I. Permettre la ratification des différentes parties de la Convention, plutôt que la Convention dans son ensemble ;
 - II. Clarifier et simplifier le libellé de la Convention ;
 - III. Insérer des mécanismes permettant de s'assurer que les autorisations préalables n'entravent pas le commerce électronique ;
 - IV. Mettre l'accent sur l'harmonisation des lois et des outils de protection des données des pays membres de l'Union africaine ;
 - V. Permettre à l'industrie de prendre l'initiative en proposant des normes et des codes de conduite qui pourraient être intégrés à la Convention s'ils sont approuvés par un nombre suffisant d'États membres.
2. Au niveau national, élaborer des politiques de protection des données de référence, fondées sur l'ensemble des principes fondamentaux de la protection des données¹⁰⁹, qui fournissent une base pour la compatibilité et l'harmonisation avec d'autres cadres. Ces principes fondamentaux sont les suivants :
 1. **Transparence** : les organisations doivent faire preuve de transparence quant à leurs pratiques en matière de données personnelles ;
 2. **Restriction de la collecte de données** : la collecte de données à caractère personnel doit être limitée, légale et équitable, généralement en connaissance de cause et avec le consentement de la personne concernée ;
 3. **Définition de l'objectif** : l'objectif de la collecte et de la divulgation doit être précisé au moment de la collecte ;
 4. **Restriction de l'utilisation** : l'utilisation ou la divulgation doit être limitée à des fins spécifiques ou à des fins étroitement liées ;
 5. **Sécurité** : les données à caractère personnel doivent faire l'objet de mesures de sécurité appropriées ;
 6. **Qualité des données** : les données à caractère personnel doivent être pertinentes, exactes et à jour ;
 7. **Accès et correction** : les personnes concernées doivent avoir le droit d'accéder à leurs données à caractère personnel et de les corriger ;
 8. **Responsabilité** : les responsables du traitement des données doivent assumer la responsabilité de veiller au respect des principes de protection des données.

108 (TRALAC, 2019)

109 (UNCTAD, 2016)

Il convient de trouver un équilibre, dans la mesure du possible, dans l'élaboration de lois sur la protection des données de manière à promouvoir l'activité du secteur privé pour les entreprises africaines et pour les entreprises numériques internationales qui fournissent des services aux citoyens et aux entreprises africains.

Ces lois doivent être élaborées conformément aux cadres existants (tels que la Convention de Malabo), inclure dans leur champ d'application les données détenues par les secteurs public et non public, et réduire les exceptions¹¹⁰ autant que possible afin d'élargir leur portée. Il convient également de veiller à ce que le champ d'application de ces lois couvrent spécifiquement les plateformes et les places de marché.

Avant d'adopter une réglementation stricte, les pays doivent faire le point sur leur propre situation et leurs besoins. Par exemple, les réglementations sur la localisation des données peuvent être un atout pour les entreprises numériques internationales lorsqu'elles sont appliquées sur de grands marchés, comme l'Inde et la Russie, mais lorsqu'elles sont appliquées dans des pays plus petits, elles peuvent pousser ces entreprises à se retirer des marchés.

3. Examiner les exemples de réforme de l'octroi de licences, tels que l'octroi de licences unifiées pour les fournisseurs de services traditionnels et les fournisseurs de services par contournement en Inde, qui reconnaît effectivement que *la convergence des services fixes et mobiles ainsi que des communications vocales, par message et par vidéo peut attirer de nouveaux investissements dans le secteur de l'information, des communications et des médias*¹¹¹.
4. Les gouvernements africains doivent utiliser les données comme monnaie d'échange pour négocier des conditions équitables avec les plateformes numériques mondiales qui cherchent à exercer leurs activités en utilisant les données locales et dans les économies nationales¹¹². Il est toujours recommandé de promouvoir les coentreprises, et les décideurs politiques sont encouragés à se concentrer sur les mesures d'incitation et les règles qui peuvent faciliter cette démarche.
5. Envisager la création d'un dispositif expérimental pour les données à l'échelle de l'Union africaine, afin de tester les transferts de données transfrontaliers dans un environnement contrôlé. Cette mesure pourrait s'inscrire dans le cadre d'un dispositif expérimental réglementaire plus large visant à mettre à l'essai de telles applications dans l'ensemble de l'écosystème du commerce électronique.

110 Les États membres ne doivent autoriser des dérogations aux lois sur la protection de la vie privée et des données à caractère personnel que pour des questions de souveraineté nationale, de sécurité nationale ou de sécurité publique, lorsque cette dérogation répond à un objectif légitime et qu'elle est nécessaire, proportionnée et non arbitraire. **Invalid source specified.**

111 (Meltzer & Lovelock, *Regulating for a digital economy: Understanding the importance of cross-border data flows in Asia*, 2018)

112 (UNCTADa, 2021)

6. Mettre en place une autorité indépendante de protection des données, comme le prévoit la Convention de Malabo. Cette autorité doit être habilitée et dotée des capacités nécessaires, afin d'éviter qu'elle devienne un goulet d'étranglement.
7. Élaborer des critères cohérents pour déterminer si le niveau de protection des données à caractère personnel prévu dans le cadre réglementaire de protection des données d'un autre pays de l'Union africaine, ou d'un pays non membre de l'Union africaine, est suffisant.
8. Veiller à la clarté du champ d'application et des définitions dans les réglementations africaines, les lacunes en la matière s'avérant causer des violations non négligeables des règles par les entreprises. Il convient, entre autres, de clarifier la définition des données à caractère personnel¹¹³ et des données non personnelles, et de préciser ce que signifient exactement le stockage et le traitement des données au niveau « local ».
9. Veiller à ce que le cadre juridique national sur la protection des données contienne des dispositions spécifiques sur les transferts de données transfrontaliers. La CNUCED recommande aux pays de proposer aux entreprises une ou plusieurs des options suivantes¹¹⁴ dans le cadre des dispositions relatives aux transferts de données transfrontaliers :
 - I. Les transferts de données ponctuels, qui répondent à des dérogations ou à des « tests » communs (par exemple les exigences liées à l'exécution d'un contrat, les situations d'urgence, les demandes valides des services répressifs, etc.) ;
 - II. Les transferts de données continus, lorsque la juridiction cible assure un niveau de protection équivalent ;
 - III. Les transferts de données pour lesquels l'entreprise d'origine accepte d'être tenue responsable en cas de violation ;
 - IV. Les transferts de données pour lesquels l'entreprise est liée par un ensemble de règles institutionnelles qui s'appliquent à l'ensemble de ses activités.
10. Améliorer la compréhension du potentiel des données par les responsables politiques : entreprendre des initiatives de renforcement des capacités en collaboration avec des organisations internationales, telles que la CNUCED, afin de sensibiliser les décideurs politiques aux questions relatives aux politiques des données. Pour ce faire, il convient de dispenser des formations distinctes, ou une formation globale sur l'écosystème du commerce électronique ou sur le cadre juridique pour le cyberspace.

113 L'OCDE note par exemple que les données à caractère personnel englobent elles-mêmes de nombreux types de données qui méritent d'être distinguées et traitées différemment selon les cas, compte tenu des différences de contexte et de niveau de risque associées à leur collecte, à leur traitement et à leur utilisation. Le Règlement général sur la protection des données de l'UE, par exemple, offre une protection élevée pour certaines catégories de données à caractère personnel, souvent considérées comme sensibles, en interdisant expressément leur traitement (sauf si certaines conditions sont remplies) (OECD, 2020).

114 (UNCTAD, 2016)

Composante 7 : Entrepreneuriat numérique

Aperçu et facteurs de croissance de l'entrepreneuriat numérique africain	Défis
<ul style="list-style-type: none"> · L'entrepreneuriat numérique est en plein essor dans les pays qui disposent déjà d'infrastructures des technologies de l'information et des communications et d'infrastructures de commerce électronique relativement solides. · Les entreprises numériques internationales ont modifié leurs produits et services pour s'adapter au marché africain. · L'Afrique dispose d'un dividende démographique considérable, qui peut être mis au service de l'économie numérique. · L'Afrique compte de plus en plus de développeurs 	<ul style="list-style-type: none"> · Le manque d'aptitudes à se servir des outils numériques constitue un obstacle majeur à la croissance du commerce électronique. · Les pôles et les accélérateurs d'entreprises sont concentrés dans une poignée de pays. Le réseau s'étend, mais les acteurs de l'innovation se heurtent à d'importants obstacles à la croissance. · Il existe un important déséquilibre des compétences entre les fournisseurs de compétences et l'industrie.
Objectifs stratégiques	
<ul style="list-style-type: none"> · Accélérer les campagnes nationales de renforcement des aptitudes à se servir des outils numériques · Encourager la mise en place de programmes nationaux et régionaux de services d'administration en ligne · Entreprendre des études sur les futurs besoins de compétences · Réviser le cadre national des compétences pour les technologies de l'information · Renforcer les compétences et les infrastructures entrepreneuriales au service du commerce électronique 	

L'entrepreneuriat numérique est en plein essor dans les pays qui disposent déjà d'infrastructures des technologies de l'information et des communications et d'infrastructures de commerce électronique relativement solides.

L'entrepreneuriat numérique a trouvé sa place dans les pays africains dotés d'infrastructures Internet relativement bien développées et où les consommateurs et les entreprises bénéficient d'un accès Internet abordable, fiable et rapide. Certes, son ampleur dépend de facteurs tels que la présence d'acteurs de l'innovation (pépinières d'entreprise, structure de mentorat, etc.), la qualité de l'enseignement des technologies de l'information et un secteur public favorable, mais la tendance générale

indique que les conditions sont particulièrement favorables en Afrique. C'est pourquoi l'Afrique du Sud, le Kenya et les pays d'Afrique du Nord disposent d'un écosystème d'entrepreneuriat numérique beaucoup plus mature que les autres.

L'Afrique dispose d'un dividende démographique considérable, qui peut être mis au service de l'économie numérique.

L'Afrique possède la main-d'œuvre la plus jeune du monde, en expansion rapide et en pleine urbanisation¹¹⁵. Sa population a atteint 1,2 milliard d'habitants en 2015 et devrait avoisiner les 3,1 milliards en 2063. En 2015, les jeunes Africains âgés de 10 à 24 ans représentaient 31 % de l'ensemble de la population du continent, et 21 % des 1,8 milliard de jeunes de cette catégorie d'âge dans le monde¹¹⁶. D'ici 2025, on estime que 60 % de la population africaine sera âgée de moins de 24 ans¹¹⁷. Si les projections en matière de démographie, de croissance de la consommation de la classe moyenne, d'urbanisation et de croissance du PIB se confirment, l'économie numérique pourra s'implanter facilement et durablement.

Les jeunes pousses numériques africaines, dirigées principalement par de jeunes Africains, fournissent de plus en plus de services à certains groupes de la population (des soins de santé en faveur des populations rurales, par exemple) et aux entreprises (services logistiques pour le secteur informel). De nombreuses entreprises de commerce électronique, opérant dans les centres urbains, dépendent des jeunes Africains pour livrer leurs produits et leurs services jusqu'au dernier kilomètre. Ces microentreprises et PME, majoritairement informelles, jouent un rôle clé dans la chaîne de valeur du commerce électronique et doivent être incitées à se professionnaliser.

Dans le cadre de l'économie numérique, et plus particulièrement du commerce électronique, il existe de nombreuses possibilités de répondre aux besoins de cette précieuse main-d'œuvre émergente, en lui proposant un large éventail de compétences et de rôles professionnels.

¹¹⁵ (Google, IFC, 2020)

¹¹⁶ (UNFPA, 2017)

¹¹⁷ (Google, IFC, 2020)

Encadré 8 : Les makerspaces et leur popularité croissante dans l'économie numérique

Un laboratoire ouvert, ou « makerspace », est un espace collaboratif où chacun peut étudier ce qui l'intéresse, créer des objets et bricoler à l'aide d'outils et de matériaux. Les makerspaces fournissent les ressources et les conseils nécessaires pour que les personnes acquièrent une expérience pratique dans des domaines tels que l'électronique, la robotique, le codage et la modélisation 3D, ou même la création de prototypes avec du carton et des fournitures artistiques. De nombreux makerspaces sont situés dans des écoles, des bibliothèques ou d'autres établissements. Lorsqu'une installation permanente n'est pas envisageable, de nombreuses communautés organisent des événements temporaires, appelés « Maker Faires ». Maker Faire Africa a porté ce concept au niveau continental, en organisant des événements annuels.

Les makerspaces sont également connus pour promouvoir l'entrepreneuriat et encourager la création d'entreprises. En outre, ils aident les jeunes à acquérir des compétences en matière de résolution de problèmes et les motivent à faire carrière dans le domaine des sciences, de la technologie, de l'ingénierie et des mathématiques (STIM). Les makerspaces peuvent également être intégrés dans les programmes de formation aux compétences numériques liées à l'emploi ou dans les écoles primaires et secondaires, afin de donner aux apprenants la possibilité d'expérimenter et de perfectionner les nouvelles compétences qu'ils acquièrent.

Source : (ITU, 2018), <http://makerfaireafrica.com/>, <https://www.makerspaces.com/what-is-a-makerspace/>

Le manque d'aptitudes à se servir des outils numériques constitue un obstacle majeur à la croissance du commerce électronique.

En Afrique, le manque d'aptitudes à se servir des outils numériques prévaut à la fois dans le secteur public, dans les entreprises et parmi les consommateurs.

Au niveau du secteur public, cette lacune constitue un obstacle majeur à l'élaboration de politiques et à la coordination interministérielle. La plupart des institutions du secteur public en Afrique sont plongées dans un « brouillard numérique », conséquence directe du manque de préparation à l'ère électronique dans les pays et de la lenteur des progrès réalisés dans le cadre des programmes nationaux de services d'administration en ligne.

Au niveau des consommateurs, les services de téléphonie et d'argent mobile ont été rapidement adoptés par les consommateurs africains, mais ce n'est pas le cas des utilisations plus complexes des services Internet. Plusieurs facteurs, qui varient en fonction des pays, entrent en jeu : le coût relativement élevé des services Internet, ainsi que la fiabilité et la latence des services, l'accès aux smartphones, et l'accoutumance à des services numériques plus complexes. Tous ces facteurs entravent directement la demande, empêchant les consommateurs de consommer du contenu numérique et de participer au commerce électronique.

Au niveau des entreprises, le manque d'aptitudes à se servir des outils numériques constitue encore un obstacle au développement d'une présence en ligne et à l'exploitation des services Internet, même lorsqu'ils existent. Cela s'avère en particulier pour les microentreprises.

Les entreprises numériques internationales ont modifié leurs produits et services pour s'adapter au marché africain.

Les entreprises multinationales du numérique, notamment Google et Facebook, ont adapté leurs produits afin de répondre aux besoins du marché africain. En voici quelques exemples¹¹⁸ :

- Les navigateurs Internet, à l'instar d'Opera et de Chrome, utilisent la compression des données pour permettre aux utilisateurs d'économiser un pourcentage important de données mobiles lors de la navigation. Google a utilisé une technologie similaire pour ses produits, notamment pour Google Go.
- Les entreprises multinationales du numérique ont mis en place un taux d'utilisation « zéro » pour certains produits (par exemple le programme « free basics » de Facebook).

De telles adaptations ont entraîné une adoption accrue du contenu numérique en dépit de la faiblesse des infrastructures Internet.

Malgré la croissance des talents numériques, on constate un grave problème de disparité des compétences, et les choix qui influencent les programmes d'études au sein des fournisseurs de compétences peuvent être influencés par les coûts, la qualité et la disponibilité des formateurs, ou tout simplement par l'absence de dispositif permettant de suivre les besoins de l'industrie.

Les développeurs sont de plus en plus demandés et influents. Ils jouent un rôle essentiel en favorisant l'interaction intrarégionale entre eux, cherchant à comprendre les tendances des autres pays africains. Les programmes panafricains se développent également, grâce à des alliances de plus en plus nombreuses entre les pôles, les entreprises et les communautés. Par ailleurs, les hackathons se multiplient dans les principaux centres informatiques.

Les pôles et les accélérateurs d'entreprises sont concentrés dans une poignée de pays. Le réseau s'étend, mais les acteurs de l'innovation se heurtent à d'importants obstacles à la croissance.

Les pôles, les pépinières d'entreprises et les accélérateurs¹¹⁹ sont des acteurs indispensables de l'innovation et créent un environnement propice à l'entrepreneuriat numérique. Au cours des trois dernières années, le nombre de pôles commerciaux a doublé pour s'élever à 650 en 2019, et il existe actuellement plus de 90 programmes d'accélérateurs en Afrique¹²⁰. Parmi les pôles d'entreprises, dont beCommission de l'Union africaine, sont connus au niveau international, figurent Bongohive et ccHub. Les investissements relatifs aux accélérateurs se sont également multipliés, Flat6Labs, Y Combinator, Founders Factory Africa, 500 Startups et MEST Africa figurant parmi les investisseurs les plus prolifiques du continent en 2020¹²¹.

118 (Google, IFC, 2020)

119 Les pôles commerciaux offrent des espaces de coworking et proposent des activités de mentorat et de réseautage, tandis que les accélérateurs fournissent une infrastructure de soutien structurée par cohorte, pour accompagner les jeunes pousses sélectionnées dans leur trajectoire de croissance.

120 (Google, IFC, 2020)

121 (Disrupt Africa, 2020)

Ces acteurs de l'innovation évoluent selon les possibilités qui s'offrent à eux. Il n'est donc pas surprenant que la grande majorité d'entre eux se trouvent dans des pays qui sont déjà relativement avancés sur le plan de la maturité numérique et de l'activité des jeunes pousses numériques. Ces dernières années, des programmes spécifiques à différentes industries et différents secteurs verticaux ont vu le jour dans divers pays, en fonction du contexte et des possibilités.

Les principaux défis auxquels se heurtent les acteurs de l'innovation sont les suivants :

1. Trouver des jeunes pousses susceptibles d'être financées et en constituer une réserve. Les accélérateurs et les jeunes pousses dépendent mutuellement de leur succès, et les accélérateurs ont besoin d'entreprises rentables dans lesquelles investir. Ils commencent donc à rechercher activement des jeunes pousses parallèlement aux processus traditionnels de candidature, car les résultats de ces derniers sont moins prometteurs.
2. Financer la gestion opérationnelle des accélérateurs, et appuyer les jeunes pousses qui se joignent à eux.
3. Développer des marchés à fort potentiel, mais encore émergents. Les accélérateurs sont confrontés aux mêmes risques d'incertitude que les investisseurs externes.

L'Afrique compte de plus en plus de développeurs

En Afrique, la communauté technologique, en particulier les développeurs, ne cesse de croître, comme le montre l'encadré ci-dessous.

Encadré 9: L'essor des développeurs et des talents numériques en Afrique — principaux points à retenir

1. L'Afrique compte près de 700 000 développeurs professionnels, dont plus de la moitié sont concentrés sur cinq marchés africains clés : l'Afrique du Sud, l'Égypte, le Kenya, le Maroc et le Nigéria.
2. Les deux principales filières de formation au métier de développeur sont les programmes universitaires et l'autodidaxie. Pourtant, les compétences disponibles sont insuffisantes, et les programmes d'études des formations d'ingénieurs ne sont pas toujours à jour et ne donnent pas aux étudiants la possibilité d'appliquer les compétences acquises en classe.
3. La Semaine africaine du code est une campagne quinquennale qui mobilise un million de jeunes et dote 200 000 professeurs de sciences de ressources pour enseigner les technologies de l'information et des communications. En 2016, plus de 400 000 élèves dans 30 pays ont participé à cette campagne, avec notamment un taux de participation des filles de près de 50 % aux ateliers de codage.
4. Les cours de codage contribuent à la croissance de la formation au développement de logiciels. Les programmes de formation proposés par des entreprises telles que Decagon, Gebeya, Google, Moringa School, Semicolon et Umuzi combinent l'apprentissage traditionnel avec un apprentissage flexible en ligne et des formations intensives. Ces programmes liés aux STIM, dispensés en dehors des établissements d'enseignement formel, permettent de combler les lacunes en matière de connaissances et de compétences et dotent les participants de l'expertise dont ils ont besoin pour occuper des emplois de plus en plus avancés dans le domaine de la technologie.
5. Une femme. Bien que ce chiffre soit encore faible, la croissance de l'écosystème commence à créer de nombreuses possibilités pour les codeuses, notamment en Afrique du Sud, en Égypte et au Maroc. Dans toute l'Afrique, les communautés de développeurs aident ceux qui les rejoignent à acquérir de nouvelles compétences et à perfectionner celles qu'ils possèdent déjà, en offrant des connexions partagées, en donnant à des mentors la possibilité de partager leurs connaissances, en suscitant la curiosité et en encourageant l'entrepreneuriat et la créativité.

Source : (Google, IFC, 2020) et (ITU, 2018)

Il existe un important déséquilibre des compétences entre les fournisseurs de compétences et l'industrie.

Les fournisseurs de compétences dans le domaine des technologies de l'information (et dans des domaines plus larges liés au commerce électronique, tels que la chaîne logistique) peinent à mettre à niveau et à adapter leurs programmes d'étude aux besoins du secteur. Le déséquilibre des compétences existe également dans les pays développés, et pas seulement dans les pays en développement, mais son ampleur et ses répercussions sont

beCommission de l'Union africaineoup plus importantes dans ces derniers. Les principales causes de ce problème résident dans le manque de ressources (financières et techniques) des fournisseurs de compétences, ainsi que dans la lenteur avec laquelle les grands établissements d'enseignement peuvent adapter leur offre de cours.

Objectifs stratégiques

1. Accélérer les campagnes nationales de renforcement des aptitudes à se servir des outils numériques

Pour que le secteur du commerce électronique puisse s'implanter en Afrique, les parties prenantes de l'ensemble de l'écosystème (consommateurs, entreprises clientes dans le cas de transactions interentreprises, fonctionnaires du secteur public, entre autres) doivent être aptes à se servir des outils numériques.

Les pays africains doivent donner la priorité au renforcement des aptitudes à se servir des outils numériques dans leurs programmes de développement nationaux, et mettre en œuvre des programmes de sensibilisation dans les communautés pour favoriser l'adoption d'Internet ainsi que des politiques susceptibles de réduire les coûts du matériel et de l'accès aux services Internet.

Par ailleurs, la fracture numérique entre les zones rurales et les zones urbaines est un phénomène bien connu. Les gouvernements doivent donc accélérer les campagnes nationales de renforcement des aptitudes à se servir des outils numériques à l'échelle nationale, afin que les consommateurs se familiarisent avec les technologies disponibles et les divers avantages qu'elles présentent. En effet, les consommateurs ne pourront faire l'expérience du commerce électronique et le pratiquer durablement que lorsqu'ils auront acquis un certain degré de confiance et d'accoutumance (notamment les personnes qui ne vivent pas en milieu urbain et les personnes âgées).

2. Encourager la mise en place de programmes nationaux et régionaux de services d'administration en ligne

Les services d'administration en ligne peuvent jouer un rôle majeur en permettant l'amélioration considérable des aptitudes à se servir des outils numériques des citoyens et en renforçant leur confiance dans les transactions numériques. Pour les entreprises qui pratiquent le commerce transfrontalier, la mise en place d'un guichet unique et d'autres mesures de commerce transfrontalier informatisées permettent de réduire considérablement les coûts et les incertitudes liés à la pratique de leurs activités. Ces mesures ont également une incidence régionale, et c'est pourquoi les gouvernements nationaux et les communautés économiques régionales doivent accélérer le déploiement de programmes de services d'administration en ligne.

3. Renforcer les capacités numériques des PME, notamment en les aidant à réaliser leur transition numérique

Les gouvernements peuvent joindre leurs efforts à ceux des places de marché et des partenaires de développement pour accélérer le rythme de la transition numérique des PME. Dans les pays en développement,

plusieurs mécanismes ont fait leurs preuves, notamment le soutien direct accordé aux places de marché pour permettre aux PME de s'y intégrer, les programmes de formation individualisés à l'intention des PME, ainsi que les formations communautaires proposées aux PME pour les aider à améliorer leurs aptitudes à se servir des outils numériques et renforcer leur participation au commerce électronique.

4. Entreprendre des études sur les futurs besoins de compétences

Ces études ont pour objectif de déterminer les professions, les rôles et les compétences futurs qui seront nécessaires à la croissance des secteurs hautement prioritaires, notamment le commerce électronique et l'économie numérique au sens large. Leurs conclusions permettront aux fournisseurs de compétences, et en particulier aux ministères responsables de l'éducation et de l'enseignement des technologies de l'information, d'ajuster leur offre.

5. Réviser le cadre national des compétences pour les technologies de l'information

- a. Mener une enquête approfondie sur les déséquilibres de compétences entre le cadre de développement des compétences et l'industrie dans le secteur du commerce électronique, et veiller à ce que les recommandations soient intégrées dans les stratégies et feuilles de route correspondantes.
- b. Soutenir les prestataires de formations qualifiantes sanctionnées par un certificat, qui sont souvent plus à même que les universités d'évaluer l'évolution des besoins de l'industrie et d'ajuster leur offre en conséquence. Les universités et les prestataires de compétences de l'enseignement supérieur (établissements délivrant des diplômes) ne peuvent pas mettre à jour leurs programmes d'études et s'adapter à l'évolution du marché aussi rapidement.
- c. Réviser et renforcer les modèles de développement des compétences techniques et professionnelles et de l'enseignement et la formation techniques et professionnels visant à développer les compétences numériques et à renforcer les aptitudes à se servir des outils numériques.
- d. Promouvoir les programmes de formation en cours d'emploi dans le cadre desquels les entreprises offrant des stages structurés et des possibilités de formation industrielle aux étudiants universitaires ou aux jeunes professionnels peuvent bénéficier de mesures incitatives fiscales (ou d'autres types de mécanismes incitatifs).
- e. Contribuer à l'élaboration d'un programme de cours sur l'entrepreneuriat numérique situé à l'intersection de la gestion, de l'entrepreneuriat et de l'économie numérique.

6. Renforcer les compétences et les infrastructures entrepreneuriales au service du commerce électronique

Les créateurs d'écosystèmes d'innovation, tels que les pépinières d'entreprises, les accélérateurs et les laboratoires

d'innovation, jouent un rôle très important dans la croissance de l'économie numérique globale de l'Afrique. Les gouvernements africains peuvent aider ces organisations en soutenant leur fonctionnement. Autrement dit, ils peuvent rendre l'environnement commercial propice à ces organisations et faciliter leur implantation et leur expansion, ce qui contribuera au renforcement des jeunes pousses et des entreprises numériques de l'écosystème du commerce électronique. Cette démarche est d'autant plus pertinente que la plupart de ces institutions se concentrent sur certains marchés établis du commerce électronique, comme l'Afrique du Sud et le Nigéria. Les soutenir contribuera donc à renforcer le secteur du commerce électronique.

Cet objectif stratégique porte également sur les possibilités de développer des parcs de commerce électronique qui peuvent fournir des installations et des services partagés aux entreprises de commerce électronique. Les capacités des associations sectorielles seront également renforcées.

Composante 8: Environnement commercial pour l'économie numérique

Aperçu et facteurs de croissance	Défis
<ul style="list-style-type: none"> Les PME constituent l'épine dorsale des économies africaines. Certains pays africains ont réussi à améliorer leur environnement commercial, mais les performances globales par rapport aux autres régions restent faibles. 	<ul style="list-style-type: none"> Dans les pays où le commerce électronique commence à peine à se développer, les réglementations fiscales ne sont pas adaptées aux entreprises numériques, en particulier aux places de marché. Les réglementations relatives à l'établissement de structures dans les juridictions africaines ne sont pas uniformes.
Objectifs stratégiques	
<ul style="list-style-type: none"> Revoir les processus, de l'enregistrement et de l'octroi de licences à la taxation et à la liquidation des entreprises, afin de garantir qu'ils sont adaptés au dynamisme de l'économie numérique, et publier toutes les directives dans un format facilement accessible Harmoniser les réglementations au niveau régional Envisager la mise en place d'un allègement fiscal à court terme pour les entreprises de commerce électronique ou les PME qui cherchent à progresser dans leur transition numérique Procéder à un examen détaillé du cadre de développement des PME et améliorer leur alignement sur l'économie numérique 	

Les PME constituent l'épine dorsale des économies africaines.

Les microentreprises et petites et moyennes entreprises africaines contribuent à la durabilité du secteur du commerce électronique sur le continent et, in fine, elles sont les garantes de l'emploi et de la valeur ajoutée des produits africains. Les PME constituent l'épine dorsale de l'économie africaine : elles représentent plus de 90 % des entreprises et emploient environ 60 % des travailleurs¹²², dont beaucoup sont des femmes et des jeunes. Les implications économiques et socio-économiques pour le secteur privé dirigé par les PME sont donc considérables. Le potentiel, aussi latent soit-il, des microentreprises et des PME pour mener à bien le mandat commercial intracontinental de l'Afrique est bien plus important que celui des grandes entreprises, même si ces dernières sont peut-être mieux placées actuellement en ce qui concerne la compétitivité à l'exportation.

Certains pays africains ont réussi à améliorer leur environnement commercial, mais les performances globales par rapport aux autres régions restent faibles.

Le classement Doing Business 2020 de la Banque mondiale indique que la plupart des pays africains accusent un retard non négligeable dans le développement de leur environnement commercial. Maurice et le Rwanda font exception à la règle, et de nombreux autres pays, dont le Kenya, le Malawi, le Maroc, le Togo et la Zambie, ont apporté des améliorations dans certains domaines.

Tableau 11 : Doing Business 2020

Classement 2020		Facilité à faire des affaires	Création d'entreprise	Obtention d'un prêt	Protection des investisseurs minoritaires	Obtention d'un permis de construire	Raccordement à l'électricité	Transfert de propriété	Paiement des taxes et impôts
1	Maurice	13	20	67	18	8	28	23	5
2	Rwanda	38	35	4	114	81	59	3	38
3	Maroc	53	43	119	37	16	34	81	24

122 ITC

4	Kenya	56	129	4	1	105	70	134	94
5	Tunisie	78	19	104	61	32	63	94	108
6	Afrique du Sud	84	139	80	13	98	114	108	54
7	Zambie	85	117	4	72	67	129	149	17
8	Botswana	87	159	80	72	44	139	82	59
9	Togo	97	15	48	120	127	99	56	174
10	Seychelles	100	147	144	143	106	104	65	36
11	Namibie	104	165	80	88	84	76	173	88
12	Malawi	109	153	11	79	128	171	90	135
13	Côte d'Ivoire	110	29	48	120	152	141	112	114
14	Djibouti	112	123	132	103	87	121	117	133
15	Égypte	114	90	67	57	74	77	130	156
16	Ouganda	116	169	80	88	113	168	135	92
17	Ghana	118	116	80	72	104	79	111	152
18	Eswatini	121	155	94	162	96	132	104	73
19	Lesotho	122	84	94	147	165	158	114	110
20	Sénégal	123	60	67	114	131	119	116	166
21	Nigéria	131	105	15	28	55	169	183	159
22	Niger	132	56	48	120	180	159	115	169
23	Cabo Verde	137	121	144	170	50	154	69	87
24	Mozambique	138	176	165	147	61	103	136	127

Source : (researchICTsolutions, 2020). Source originale :

Bien que l'environnement commercial ne reflète pas pleinement l'environnement opérationnel dans lequel évoluent les entreprises numériques, qui, dans de nombreux cas, sont plus exigeantes que les PME traditionnelles, ces mauvais classements ne sont pas sans répercussions sur le potentiel de croissance global des microentreprises et des PME ainsi que sur l'attractivité de la région pour les investisseurs.

Il est toutefois intéressant de noter que, malgré son mauvais classement, *le Nigéria reste un pôle d'attraction pour les investissements et la croissance au sein de la communauté des jeunes pousses. Cela indique peut-être que d'autres facteurs entrent en jeu, notamment la taille du marché intérieur, qui est tout à fait apte à adopter des solutions numériques, ainsi que les retombées du secteur des technologies financières, qui profitent aux consommateurs, et l'émergence de solutions numériques adaptées au contexte local.*

Dans les pays où le commerce électronique commence à peine à se développer, les réglementations fiscales ne sont pas adaptées aux entreprises numériques, en particulier aux places de marché.

Le secteur du commerce électronique étant relativement nouveau dans la plupart des pays africains, les réglementations, de l'enregistrement des entreprises à leur taxation, ne sont pas bien adaptées. Cette situation n'est pas propre au contexte africain, mais il est urgent d'entreprendre une réflexion qui permettra d'élaborer des mesures spécifiques au commerce électronique. Pour l'essentiel, il convient d'améliorer l'environnement commercial, tout particulièrement pour les microentreprises et PME du commerce électronique.

Comme indiqué dans la section relative aux places de marché, de nombreux pays africains ne disposent pas d'un cadre fiscal adapté au format dans lequel l'impôt est perçu sur les revenus réels des marchés (c'est-à-dire les commissions, après paiement des vendeurs qui proposent leurs produits sur les places de marché). Dans certains pays, les caisses enregistreuses utilisées par les entreprises sont directement reliées aux services fiscaux et ces derniers se basent donc sur le total des ventes indiqué par ces caisses.

Ces problèmes liés à la taxation des places de marché ne touchent pas uniquement l'Afrique : de nombreux pays en développement dans lesquels le secteur est émergent doivent sensibiliser leurs services fiscaux aux spécificités de ce secteur.

Les réglementations relatives à l'établissement de structures dans les juridictions africaines ne sont pas uniformes.

Les PME africaines éprouvent de grandes difficultés à se développer sur le continent, et l'un des principaux facteurs en est le manque d'uniformisation du paysage réglementaire de la création d'entreprise. Les places de marché, par exemple, doivent s'enregistrer dans plusieurs pays africains pour pouvoir y exercer leurs activités. L'enregistrement des sociétés et l'octroi de licences relèvent bien entendu des compétences nationales de chaque pays, mais il en résulte globalement que les coûts et les efforts que doivent fournir les PME (et les grandes entreprises)

pour s'enregistrer et se conformer aux réglementations dans de multiples juridictions compromettent la promotion du commerce intrarégional.

Il est d'autant plus important d'harmoniser les procédures que les marchés de nombreux pays africains sont relativement petits et qu'il convient donc d'aider leurs entreprises à faire des affaires sur d'autres marchés du continent. Ce problème surviendra probablement à moyen et à long terme, car de nombreuses jeunes pousses numériques commenceront par mener leurs activités sur les marchés locaux, mais il s'agit tout de même d'une question importante compte tenu de l'accent placé sur la compétitivité du commerce intrarégional.

L'emploi informel est une préoccupation majeure.

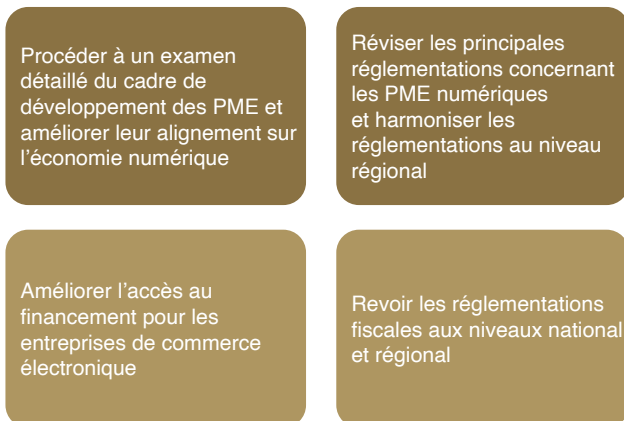
Les entreprises informelles représentent une part considérable de l'activité économique, un fait auquel les organismes de réglementation et les gouvernements doivent s'adapter de manière flexible. Les plateformes des places de marché ont indiqué que ce qu'elles perçoivent comme une concurrence déloyale de la part des entreprises informelles entravait leurs activités.

Par conséquent, les gouvernements doivent examiner cet aspect avec attention. Le commerce informel n'est pas la solution idéale pour la mobilisation des ressources nationales et les programmes de développement ou de création de PME formelles, mais il reste un moyen de subsistance majeur pour les personnes qui vivent dans des endroits où peu d'emplois sont créés. Imposer sans délai des réglementations strictes risque de freiner l'entrepreneuriat et d'avoir un impact sur les moyens de subsistance, tandis que les emplois informels existants n'apportent Commission de l'Union africaine une recette aux États – d'où l'inquiétude des autorités concernant les activités de commerce électronique menées sur les plateformes de médias sociaux.

L'accès au financement constitue l'une des principales difficultés rencontrées par les microentreprises et les PME.

Le manque de préparation de ces entreprises à l'ère électronique est aggravé par la fragilité de l'environnement commercial dans l'ensemble du secteur, et ce problème est exacerbé pour les microentreprises et PME numériques. L'accès au financement, tant en ce qui concerne le capital d'exploitation que le capital d'investissement, pose problème aux microentreprises et aux PME africaines et figure régulièrement parmi les principales contraintes évoquées dans les enquêtes menées auprès des entreprises. Malheureusement, ce problème restera probablement bien ancré sur le long terme. Toutefois, à mesure que le secteur du commerce électronique se développe, et grâce à l'initiative de certaines banques panafricaines particulièrement désireuses d'étendre leurs services aux économies numériques, les conditions d'accès au financement pour les PME numériques devraient s'améliorer.

Strategic objectives



1. Procéder à un examen détaillé du cadre de développement des PME et améliorer leur alignement sur l'économie numérique

La présente Stratégie recommande que le cadre national de développement des PME soit revu et mis à jour afin d'intégrer les principes de l'économie numérique. Il est primordial de mettre en place des stratégies et des politiques d'aide au développement des microentreprises et des PME, et d'y intégrer les PME du commerce électronique. Dans la mesure du possible, le cadre doit soutenir les mesures d'incitation fournies sous la forme de régimes d'incitation (fiscaux et autres) pour les microentreprises et les PME, et prévoir l'application de ces mesures aux microentreprises et aux PME du secteur du commerce électronique.

2. Réviser les principales réglementations concernant les PME numériques et harmoniser les réglementations au niveau régional

Les gouvernements doivent impérativement réviser l'ensemble des procédures applicables aux PME numériques, de leur enregistrement à leur liquidation. En effet, dans de nombreux cas, ces procédures ne sont actuellement pas applicables ou réalisables pour les entreprises de l'économie numérique. Par exemple, l'enregistrement des entreprises de commerce électronique, qui couvrent souvent plusieurs secteurs, peut requérir l'obtention d'une licence auprès de plusieurs autorités (par exemple pour les entreprises de soins de santé, les produits agroalimentaires, etc.). Or, la plupart des PME ne connaissent pas suffisamment les exigences qui les concernent et, dans certains cas, ces réglementations ne sont même pas encore bien définies.

Pour aider les PME à étendre leurs activités au-delà de leurs juridictions immédiates, les gouvernements peuvent se coordonner pour harmoniser les réglementations visant à permettre aux PME numériques d'opérer sur différents marchés africains sans trop de contraintes. Les entreprises enregistrées dans une juridiction doivent pouvoir opérer de manière transparente dans une autre. Ce point fait bien sûr l'objet de discussions dans le cadre des négociations de la ZLECAf. Il constitue également un domaine dans lequel les communautés économiques régionales peuvent prendre des initiatives.

3. Améliorer l'accès au financement pour les entreprises de commerce électronique

La présente Stratégie reconnaît que l'une des principales difficultés citées par les PME numériques en Afrique concerne l'accès au financement. Cet objectif stratégique recommande la création d'instruments de prêt spécifiques pour les entreprises du commerce électronique, leur permettant accéder à des capitaux d'exploitation et d'investissement.

4. Revoir les réglementations fiscales aux niveaux national et régional

Les gouvernements doivent envisager un allègement fiscal à court terme pour les entreprises de commerce électronique. Aux premiers stades de développement du secteur, il sera probablement difficile pour les entreprises en phase de démarrage de gérer leur activité et de se développer tout en s'acquittant des charges administratives et fiscales. Plusieurs pays dont le secteur du commerce électronique est en plein essor ont donc fait le choix de stimuler cette croissance par des dispositifs d'allègement fiscal limité.

Environnement commercial pour l'économie numérique : gros plan sur la fiscalité numérique

La fiscalité numérique s'inscrit dans le thème général de l'environnement commercial pour l'économie numérique, mais mérite qu'on lui consacre une section distincte. Ce domaine joue en effet un rôle essentiel dans la mobilisation des ressources nationales et dans la concurrence (équitable) entre les entreprises locales et les entreprises multinationales.

Avant de prendre des mesures en matière de fiscalité du numérique, les pays africains doivent tenir compte des éléments ci-après :

1. Les efforts actuels menés dans les forums multilatéraux, notamment le Cadre inclusif de l'OCDE, ainsi que dans les plateformes fiscales régionales, telles que le Forum sur l'administration fiscale africaine (ATAF) ;
2. Les avantages et les inconvénients d'une taxe unilatérale sur les services numériques par rapport à un cadre international (en cours d'élaboration par le Cadre inclusif de l'OCDE sur l'érosion de la base d'imposition et le transfert de bénéfices) ;
3. La possibilité de tirer parti de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) et d'adapter ces systèmes à des cas d'utilisation numérique plus complexes, tels que le commerce électronique. En parallèle, il convient de renforcer les réglementations et les capacités institutionnelles afin de garantir le respect des règles par les entreprises et la facilité d'utilisation de ces règles ;
4. Les propositions du Groupe intergouvernemental des Vingt-Quatre pour les questions monétaires internationales et le développement (G24) et les réglementations adoptées par l'Inde et par d'autres pays sur les questions de répartition des bénéfices des entreprises multinationales numériques, notamment celles qui portent sur une « répartition fractionnée » fondée sur les activités réelles des entreprises multinationales dans la juridiction (le marché) d'origine ;

La possibilité d'octroyer des mesures d'incitation fiscale limitées dans le temps pour certains types d'activités des entreprises multinationales numériques, en fonction des avantages qu'elles présentent pour le développement des entreprises locales.

1. La mobilisation des ressources nationales demeure un enjeu à réglementer de toute urgence pour les décideurs africains et les communautés régionales. Généralement, cet enjeu correspond à un double objectif : lever des fonds supplémentaires pour le développement et réduire les pertes de recettes nationales liées aux niches fiscales et à d'autres mécanismes illégaux. En effet, le faible ratio entre les impôts et le PIB des économies africaines ainsi que la tendance à la baisse imposée aux projections de croissance par la pandémie en cours ont suscité un nouvel appel à l'élaboration d'une position africaine commune sur les règles fiscales internationales, de même qu'à une participation plus active aux forums internationaux tels que le Cadre inclusif de l'OCDE sur l'érosion de la base d'imposition et le transfert de bénéfices (BEPS).
2. Ces dernières années, ce programme s'est élargi pour inclure les défis posés par la numérisation croissante des opérations des entreprises multinationales ainsi que le commerce numérique transfrontalier. Il existe un large consensus sur le fait que le cadre actuel de la fiscalité internationale n'est pas adapté aux nouveaux modèles commerciaux¹²³ proposés par l'économie numérique, notamment les places de marché, les services de diffusion en continu (streaming) et les services d'économie partagée, ainsi que la numérisation accrue des opérations intégrées dans la chaîne d'approvisionnement des entreprises multinationales. Les pays africains sont particulièrement préoccupés par les entreprises multinationales qui exercent des activités sur le continent sans toutefois créer une présence suffisante (c'est-à-dire un lien) dans les pays d'exploitation et qui sont donc exemptées d'imposition dans ces juridictions au titre des règles de fiscalité internationale en vigueur. C'est notamment le cas des plateformes numériques qui ont activement courtisé les consommateurs et bénéficié d'une forte demande sur les grands marchés africains, en raison de la baisse des prix des services Internet et de leur expansion.
3. En outre, les décideurs africains estiment que les consommateurs particuliers et les entreprises offrent aux entreprises multinationales du numérique d'importantes possibilités d'introduire de nouveaux flux de valeur et de nouveaux services, mais qu'en retour, les économies africaines perdent une part considérable de leurs revenus en raison de l'absence d'imposition de ces entreprises multinationales. Ils partent du principe que les connaissances et l'activité des utilisateurs apportent une contribution essentielle à la création de valeur globale de l'économie numérique (en plus des algorithmes, etc.), en particulier si les informations de ces utilisateurs sont monétisées par des publicités. Par conséquent, l'imposition des entreprises multinationales doit tenir compte de la contribution des utilisateurs.
4. Des recherches récentes¹²⁴ ont indiqué que le problème va au-delà de l'établissement d'un « lien », et qu'il s'agit plutôt d'une question d'attribution des

bénéfices. Les règles d'imposition actuelles favorisent excessivement les juridictions de résidence (siège social de l'entreprise) plutôt que les juridictions d'origine (ou juridictions du marché : marchés sur lesquels l'entreprise réalise des bénéfices). Même si les entreprises multinationales ont établi un lien local, y compris par l'intermédiaire de filiales et de sociétés affiliées, le cadre fiscal international actuel leur permet de n'attribuer que des bénéfices minimaux à la juridiction d'origine, et donc de bénéficier d'une responsabilité fiscale limitée. Du point de vue des autorités fiscales africaines, cela crée une situation dans laquelle les entreprises multinationales (en particulier celles qui opèrent dans le secteur de l'économie numérique et peuvent n'avoir qu'une empreinte physique moindre dans les juridictions du marché) peuvent tirer des bénéfices importants des marchés africains, tout en bénéficiant d'obligations fiscales minimales. À l'issue de discussions de haut niveau organisées par l'Union africaine et le Forum africain sur l'administration fiscale (et d'autres organismes régionaux), les ministères africains des finances, de la planification et de l'intégration économiques, les gouverneurs des banques centrales, les administrateurs fiscaux et les commissaires généraux ont convenu que cette situation n'est ni tenable ni équitable, et risque de nuire au programme de développement national global des pays africains. Ces préoccupations ne concernent pas uniquement le contexte africain : elles ont également été soulevées par d'autres pays en développement.

Approches actuelles de la réforme du cadre fiscal international au regard des questions relatives à la numérisation

5. Le Cadre inclusif de l'OCDE sur l'érosion de la base d'imposition et le transfert de bénéfices constitue la plateforme la plus représentative et la plus active au niveau mondial. Il vise à réviser les règles fiscales internationales afin de les adapter à l'économie numérique. Ce cadre rassemble 137 pays, dont 25 pays africains. Certaines organisations internationales peuvent bénéficier d'un statut d'observateur au sein du Cadre inclusif, à l'instar du Forum sur l'administration fiscale africaine. Les travaux du Cadre inclusif portent simultanément sur deux piliers. Le premier pilier est axé sur la révision des règles relatives au lien de dépendance et à la répartition des bénéfices (prix de transfert), qui, dans la quasi-totalité des pays africains, sont fondées sur le principe de pleine concurrence, ce qui permet aux entreprises multinationales d'attribuer leurs bénéfices à des juridictions fiscalement avantageuses, indépendamment de leur activité dans les juridictions du marché. Les réformes menées au titre du premier pilier doivent aboutir à une répartition plus équitable des bénéfices sur la base de l'activité « réelle » des entreprises multinationales sur le marché, et définir les règles d'établissement d'un lien fiscal sans qu'une présence physique soit nécessaire. Le deuxième pilier est axé sur l'instauration d'un taux d'imposition minimal global concernant les bénéfices réalisés par les entreprises multinationales. Ces réformes visent à créer des possibilités de génération de recettes fiscales justes et équitables pour les juridictions dans lesquelles ces entreprises exercent leurs activités. Le Cadre inclusif a fixé l'échéance pour trouver une solution consensuelle à la mi-2021.

¹²³ Notamment (entre autres) les places de marché, les services de diffusion en continu fournissant du contenu, les plateformes d'intermédiation, les logiciels en ligne et les médias sociaux.

¹²⁴ (Ndajiwo, 2020)

6. Si le Cadre inclusif n'apporte Commission de l'Union africaine une modification concrète des règles fiscales internationales, les pays africains risquent gros, notamment en raison de la forte pression exercée par la pandémie sur les flux de revenus. En l'absence de réformes internationales consensuelles, les pays africains concentrent leurs efforts sur le déploiement unilatéral d'une fiscalité sur les services numériques, axée principalement sur l'imposition indirecte (par la TVA, les droits d'accises et d'autres types de taxes). Les taxes les plus courantes portent sur les services de télécommunications (Internet, services vocaux, transactions de transfert d'argent mobile). Ces taxes sont relativement faciles à appliquer et à collecter. Il est toutefois prouvé¹²⁵ que ces taxes peuvent s'avérer excessivement élevées pour les consommateurs et les empêcher d'adopter des services numériques, ce qui compromet l'inclusion financière et la croissance de l'économie numérique.
7. La TVA, en particulier, est un type d'impôt indirect **recommandé** par l'OCDE¹²⁶ comme un mécanisme viable de perception des taxes sur les transactions transfrontalières, y compris celles effectuées dans le cadre de l'économie numérique. Les règles de la TVA reposent sur le principe de destination, c'est-à-dire qu'elles sont perçues dans le pays de consommation finale (autrement dit, là où réside le consommateur final). La TVA peut fournir des sources de revenus immédiates aux pays africains, tandis que les règles multilatérales de fiscalité internationale, fondées sur le consensus, sont adoptées par l'intermédiaire du Cadre inclusif de l'OCDE, de même que les propositions¹²⁷ déposées par le G24. De nombreux pays africains disposent des mécanismes juridiques nécessaires pour imposer la TVA sur les services numériques fournis par des non-résidents, mais le problème réside dans leur mise en œuvre. Ce problème est lui-même lié au manque de capacité des autorités fiscales nationales dans les domaines de l'enregistrement à distance des fournisseurs et du suivi/contrôle.
8. Les pays européens, en particulier l'Espagne, la France et l'Italie, ainsi que le Royaume-Uni (qui faisait alors partie de l'UE), se sont orientés vers l'instauration d'une taxe sur les services numériques appliquée à un large éventail de services Internet dérivés d'une interface numérique. L'UE a publié un ensemble de mesures pour une fiscalité équitable de l'économie numérique¹²⁸. La première proposition de directive constitue une solution (à long terme) permettant aux États membres d'imposer les bénéfices générés sur leur territoire, même si une entreprise n'y est pas physiquement implantée. La seconde est une solution ciblée (à court terme), introduisant une taxe sur les services numériques au niveau de l'UE à un taux de 3 % sur les recettes brutes des services numériques. Cette
- taxe sur les services numériques serait appliquée aux bénéfices provenant d'activités menées dans certaines juridictions de marché, et elle serait évaluée sur la base d'un ensemble de critères déterminant si l'entreprise possède ou non une « présence numérique » dans la juridiction. Il convient de noter que, dans la seconde proposition, les seuils d'imposition des transactions sont assez élevés et visent spécifiquement les grandes entreprises (dont le montant total des recettes au niveau mondial dépasse 750 millions d'euros et dont le montant total des recettes imposables générées dans l'UE dépasse 50 millions d'euros), ce qui garantit que les petites entreprises, telles que les jeunes pousses, ne seront pas pénalisées.
9. Depuis 2016, l'Inde a mis en place une taxe d'égalisation, révisée en 2020, qui imposée à tous les opérateurs de commerce électronique non résidents à un taux de 2 % des revenus de l'opérateur. Ces taxes sont appliquées sur la vente aux résidents indiens ainsi que sur la publicité ciblant les résidents indiens.
10. Il convient de souligner que, pour la plupart, les pays africains n'ont pas introduit de taxe sur les services numériques ni de taxes équivalentes à la taxe d'égalisation indienne, en raison des ressources nécessaires pour calculer les recettes des entreprises multinationales non résidentes générées dans les juridictions locales, puis pour assurer que ces entreprises respectent les règles. Au lieu de cela, les taxes indirectes sur les transactions mobiles, entre autres, sont devenues la norme.

125 (Ndajiwo, 2020)

126 L'OCDE a publié des orientations pratiques sur l'intersection entre économie numérique et TVA, notamment des Principes directeurs internationaux pour la TVA/TPS publiés en 2017 et approuvés par plus d'une centaine de juridictions. Cité dans (Forbes, 2020)

127 (G24 Working Group on Tax Policy and International Tax Cooperation, 2019)

128 https://taxation-customs.ec.europa.eu/fair-taxation-digital-economy_fr et <https://www.pwc.com/gx/en/about/assets/ec-proposals-digital-taxation.pdf>

Encadré 10 : Taxes sur les transmissions électroniques/ biens incorporels (y compris les produits numériques)

- 1. De nouvelles lois ont été définies afin de taxer les importations de produits et services numériques en Australie et en Nouvelle-Zélande.** En juillet 2017, le Gouvernement australien a introduit une taxe sur les produits et services (GST) applicable aux importations de produits et services numériques. En vertu de cette législation, les produits et services numériques fournis aux consommateurs australiens par des fournisseurs non australiens doivent être soumis à la GST, à condition que la valeur de ces produits et services soit supérieure à 75 000 dollars australiens. Cela inclut les produits et services acquis à partir de plateformes de distribution électroniques non australiennes, et implique que les fournisseurs non australiens (de produits ou de services numériques) doivent être assujettis à la GST par voie électronique. À partir de 2018, cette loi s'appliquera aussi bien aux relations d'entreprise à consommateur en ligne qu'aux relations interentreprises. En 2016, la Nouvelle-Zélande a révisé sa loi sur la GST. En vertu de cette modification, tous les services à distance et biens incorporels fournis par des fournisseurs en dehors de la Nouvelle-Zélande sont soumises à la GST. Les fournisseurs situés en dehors de la Nouvelle-Zélande doivent être assujettis à la GST si la valeur totale des services et biens qu'ils fournissent dépasse 60 000 dollars néo-zélandais. Contrairement à l'Australie, la Nouvelle-Zélande n'impose la GST qu'aux relations d'entreprise à consommateur en ligne ; en revanche, comme en Australie, les plateformes électroniques sont également tenues de payer la GST.
- 2. L'UE a par ailleurs lancé un processus en deux étapes en vue de taxer les importations de biens incorporels et de services (principalement en ligne) provenant de pays tiers.** La première étape, mise en œuvre en 2015, prévoit que les obligations en matière de TVA s'appliquent à toutes les entreprises situées en dehors de l'UE qui effectuent des ventes transfrontalières en ligne de biens et de services à des consommateurs finaux au sein de l'UE, conformément au principe de l'imposition dans l'État membre de destination. La seconde étape, un ensemble de mesures sur la TVA et le commerce électronique, entrera en vigueur en 2021.
- 3. Le Gouvernement indonésien a modifié sa législation en 2018** afin que les transmissions électroniques soient couvertes par les droits de douane. Le règlement 17, qui prévoit un nouveau chapitre 99 couvrant les biens incorporels (c'est-à-dire les logiciels et autres produits numériques) qui n'étaient auparavant pas couverts par le système tarifaire indonésien, est entré en vigueur en mars 2018.
- 4. En 2017, l'Inde a également introduit une obligation d'assujettissement** à la GST pour les entreprises étrangères fournissant des services d'accès et de récupération de bases de données d'information en ligne (OIDAR).

Source : Cité dans (Banga, Gharib, Mendez-Parra, & Macleod, *E-commerce in preferential trade agreements. Implications for African firms and the AfCFTA*, 2021). Source originale : OMC

Recommandations relatives à la fiscalité numérique

Pour mettre en place un marché numérique unique en Afrique, il est essentiel d'harmoniser les taxes, ce qui permettra de clarifier la situation pour les entreprises africaines et internationales.

1. Les pays africains doivent participer concrètement et activement au Cadre inclusif de l'OCDE sur l'érosion de la base d'imposition et le transfert de bénéficiaires, et faire en sorte que davantage d'entre eux rejoignent les 25 États africains qui en sont actuellement membres. Une participation concrète permettrait d'intégrer véritablement les intérêts de l'Afrique dans les propositions révisées de règles de fiscalité internationale au titre des piliers 1 et 2 du Cadre inclusif.
2. Les pays africains devraient s'employer à élaborer une position africaine uniforme en matière de fiscalité numérique et promouvoir des discussions actives au sein des groupes régionaux, notamment l'ATAF et les forums d'administration fiscale en Afrique de l'Ouest et en Afrique de l'Est. Le Comité technique sur la TVA établi dans le cadre de l'ATAF doit étudier et proposer des directives techniques sur la TVA liée au commerce électronique.
3. Tandis qu'un consensus mondial se dessine progressivement au sein du Cadre inclusif de l'OCDE, du groupe du G24 ou d'autres forums qui travaillent dans ce domaine, les pays africains peuvent choisir d'entreprendre des démarches unilatérales sur la fiscalité numérique en introduisant des taxes sur les services numériques. *Bien qu'une position commune soit évidemment préférable*, les pays ont le droit de déterminer leur position et d'imposer des taxes de manière unilatérale. À cet égard, il conviendrait d'adopter une position commune contre les représailles d'acteurs puissants, tels que les États-Unis.
4. Les pays devraient, sans attendre, tirer parti de la TVA pour taxer les transactions numériques, en se concentrant sur les points suivants :
 - a. Renforcer les législations en matière de TVA en définissant clairement ce qui constitue des services numérisés ;
 - b. Étendre les régimes de TVA pour y inclure des services numériques plus complexes et des utilisations telles que le commerce électronique. Cette démarche est déjà prévue au Ghana, au Kenya, au Nigéria, en Ouganda, au Rwanda et au Sénégal ;
 - c. Maintenir des seuils de TVA raisonnables afin de réduire au minimum les formalités administratives et de prendre en compte les avantages de certains services numériques pour l'économie ; envisager un mécanisme simplifié de collecte et de contrôle pour les prestataires de services afin d'encourager le respect des règles, y compris des systèmes d'enregistrement à distance ;
 - d. Réexaminer les régimes de TVA actuels, principalement axés sur les transactions mobiles essentielles, car ils risquent de faire peser une charge excessive sur les consommateurs et de freiner l'adoption des services numériques par la population, en particulier les personnes à faibles revenus. Les régimes de TVA doivent plutôt être ciblés pour garantir que les grandes entreprises multinationales offrant des services

numériques paient leur juste part en fonction de leur activité réelle dans les pays africains ;

- e. Lorsque des taxes sur les transactions mobiles sont jugées nécessaires, elles doivent reposer sur des seuils progressifs.

L'avantage des recettes basées sur la TVA est que la plupart des pays sont déjà dotés d'un système de collecte de l'impôt basé sur la TVA, qui peut être renforcé pour s'adapter à des services numériques plus complexes, tels que le commerce électronique, à court terme.

- 5. Il faut envisager de soutenir les propositions déposées par le G24 en faveur d'une « répartition fractionnée »¹²⁹, qui affecte les bénéfices sur la base des activités réelles dans chaque pays au lieu de privilégier, comme c'est le cas actuellement, les sièges sociaux des entreprises multinationales. D'autres propositions mises en avant par l'Inde dans le cadre de sa législation nationale peuvent également être prises en considération.
- 6. Les pays souhaiteront peut-être promouvoir certains services jugés nécessaires à la transition numérique des microentreprises et PME locales. Ils peuvent évaluer soigneusement l'ampleur de la contribution qu'un service numérique donné apporte à des secteurs émergents, tels que les entreprises de commerce électronique, et accorder des mesures d'incitation limitées dans le temps, telles que des abattements fiscaux, au cas par cas, selon les avantages que procurent ces services en termes de développement. On peut citer à titre exemple les services comme Instagram, qui servent aux PME d'outil de marketing numérique leur permettant de promouvoir leurs activités sur les marchés internationaux. En outre, il faut tenir compte du fait que la plupart des PME opèrent sur des marchés où il est difficile d'établir une proposition de vente originale et des marques particulières, et que les services susmentionnés sont donc souvent la seule arme dont disposent les PME.

¹²⁹ Cité dans (Ndajjwo, 2020)

Component 9: Investment Promotion

Aperçu des investissements (spécifiques à l'économie numérique)	Défis
<ul style="list-style-type: none"> · Au cours des dix dernières années, les niveaux d'investissement annuels ont augmenté à un rythme soutenu. · Les investissements sont concentrés sur les quatre grands marchés que sont l'Afrique du Sud, l'Égypte, le Kenya et le Nigéria. · Le secteur africain de la technologie financière constitue le principal bénéficiaire des investissements étrangers directs. 	<ul style="list-style-type: none"> · Le manque d'uniformité des structures organisationnelles dans les pays africains donne lieu à un environnement hétérogène, ce qui pose des problèmes de mise à l'échelle. · Les investisseurs ne sont pas assez informés sur les conditions d'investissement et la réglementation. · Les législations relatives à la propriété intellectuelle posent des difficultés en matière de transfert de la propriété intellectuelle d'un pays à l'autre. · Il existe un manque notable de financement en phase de démarrage et de préamorçage. · Les entreprises fondées par des Africains bénéficient encore de peu d'investissements.
Objectifs stratégiques	
<ul style="list-style-type: none"> · Revoir les régimes d'investissement nationaux afin de déterminer s'ils sont adaptés aux besoins de l'économie numérique · Tenir également compte du type et de la forme des investissements Appliquer les précieux enseignements acquis au secteur du commerce électronique Encourager les modèles d'investissement tels que les coentreprises · Veiller à ce que les informations destinées aux investisseurs soient mises à jour 	

Au cours des dix dernières années, les niveaux d'investissement annuels ont augmenté à un rythme soutenu.

L'Afrique est une terre promise pour les investisseurs qui souhaitent tirer parti du vaste potentiel inexploité que représente l'économie numérique sur le continent. En effet, 19 des 20 pays les plus prometteurs au monde sur le plan de la croissance numérique se trouvent en Afrique. L'urbanisation croissante, conjuguée à l'augmentation du revenu disponible d'une classe moyenne en pleine expansion, devrait entraîner une augmentation considérable du nombre de consommateurs.

Dans le secteur du commerce électronique, des investissements d'une valeur de 134 millions d'USD répartis sur 30 transactions ont été conclus en 2019, ce qui reflète une augmentation de 2 % en glissement annuel de la valeur des investissements et une augmentation de 36 % en glissement annuel du nombre de transactions¹³⁰. Cette tendance se maintient depuis cinq années consécutives¹³¹. Pour preuve, 397 jeunes pousses technologiques ont levé 701,4 millions d'USD en 2020, alors qu'en 2015, elles avaient été 125 à lever 185,7 millions d'USD¹³². Parmi les investissements les plus notables, citons celui de l'entreprise égyptienne de services de santé en ligne Vezeeta (40 millions d'USD), la jeune pousse de technologie financière nigériane Flutterwave (35 millions d'USD), la jeune pousse sud-africaine de commerce de détail Skynamo (30 millions d'USD), l'entreprise kenyane d'agrotechnologie Twiga Foods (29,4 millions d'USD) et l'entreprise technologique de conservation kenyane Komaza (28 millions d'USD)¹³³.

Les investissements sont concentrés sur les quatre grands marchés que sont l'Afrique du Sud, l'Égypte, le Kenya et le Nigéria.

En 2020, des investissements en faveur de jeunes pousses technologiques ont été versés dans 24 pays africains. Parmi ces investissements, près de 90 % étaient à destination du Nigéria, du Kenya, de l'Égypte et de l'Afrique du Sud, qui prennent la tête du classement (devant le Ghana et le Maroc) des destinations privilégiées des investisseurs pour le financement des jeunes pousses¹³⁴. Le Nigéria domine largement ce classement en raison de l'envergure de son marché de consommation et de son économie.

¹³⁰ (Google, IFC, 2020)

¹³¹ Ibid.

¹³² (Disrupt Africa, 2020)

¹³³ (Disrupt Africa, 2020)

¹³⁴ (Disrupt Africa, 2020)

Pays	Observations
Kenya	<ul style="list-style-type: none"> · Pour la deuxième année consécutive, le Kenya est, parmi les quatre marchés principaux, celui qui compte le moins de jeunes pousses ayant reçu des financements, mais c'est le pays où ces financements ont été les plus élevés, représentant 27,3 % du total des investissements sur le continent. Cela s'explique par la moyenne élevée des capitaux levés par les entreprises kenyanes. · Le Kenya héberge certaines des entreprises ayant réalisé les meilleures levées de fonds de l'année sur le continent, comme de la société agrotechnologique Twiga Foods (29,4 millions d'USD) et l'entreprise de conservation Komaza (28 millions d'USD). D'autres levées de fonds notables dans le pays ont bénéficié à la jeune pousse logistique Sendy (20 millions d'USD), à l'entreprise technologique de commerce de détail Sokowatch (14 millions d'USD) et aux entreprises énergétiques SunCulture (14 millions d'USD), Angaza (13,5 millions d'USD) et Solarise (10 millions d'USD). · Les entreprises de technologie financière et de commerce électronique figurent en tête des investissements reçus, les autres bénéficiaires étant les secteurs des services de santé en ligne, de la logistique, de l'énergie et de l'agrotechnologie.
Nigeria	<ul style="list-style-type: none"> · Le Nigéria se classe au deuxième rang des pays qui reçoivent le plus d'investissements et qui comptent le plus grand nombre de jeunes pousses bénéficiaires. · Ainsi, la jeune pousse de technologie financière Flutterwave a levé une série B de 35 millions d'USD. D'autres opérations impressionnantes ont toutefois été réalisées, notamment celle de Bitfxt, qui a obtenu 15 millions d'USD, ainsi que celle de l'entreprise de services de santé en ligne 54gene (15 millions d'USD). En outre, la jeune pousse de technologie financière Aella Credit, la jeune pousse de services de santé en ligne Helium Health et la jeune pousse de technologie financière Kuda ont chacune levé 10 millions d'USD. · Le Nigéria convient bien aux investissements de toutes tailles, et en particulier aux investissements de moindre importance. En effet, le pays compte un grand nombre d'accélérateurs et de fonds de capital-risque en phase de démarrage qui attirent les investissements de petite taille, tels que Y Combinator, Ventures Platform, Microtraction, Acuity Ventures, Ingressive Capital, Kepple Africa Ventures et Sherpa Ventures. · Les entreprises nigérianes sont largement soutenues aussi bien par des entités nationales que par des entités internationales.
Egypt	<ul style="list-style-type: none"> · L'Égypte commence à attirer d'importants investissements dans le commerce électronique et la technologie de détail. · Le pays se distingue des autres pays du continent par le fait que la technologie financière y est beaucoup moins prisée par les investisseurs qu'ailleurs. Le commerce électronique et la technologie de la vente au détail sont les domaines privilégiés par les investisseurs dans ce pays d'Afrique du Nord ; dans les autres secteurs, les investissements sont beaucoup plus dispersés que sur d'autres marchés. · La répartition plus large des investissements sur un plus grand nombre d'entreprises indique une croissance plus générale de l'écosystème en Égypte.
South Africa	<ul style="list-style-type: none"> · Depuis quelques années, les technologies financières figurent en tête des investissements réalisés en Afrique du Sud, suivies du commerce électronique, des services de santé en ligne et des technologies de l'éducation. · Les jeunes pousses sud-africaines bénéficient de la relative maturité de l'écosystème local, dans lequel · les investisseurs soutiennent la plupart des étapes du cycle de vie des jeunes pousses. La phase de démarrage de ces entreprises bénéficie d'investissements providentiels très efficaces, comprenant un nombre relativement élevé de groupes et de personnes, ainsi que de fonds de démarrage, comme E4E Africa.

Source: (Disrupt Africa, 2020)

Le secteur africain de la technologie financière constitue le principal bénéficiaire des investissements étrangers directs.

Le secteur de la technologie financière, qui est un secteur de prédilection pour les investissements dans les jeunes pousses africaines, devrait favoriser les investissements futurs dans le secteur adjacent du commerce électronique. La technologie financière et le commerce électronique constituent en effet les secteurs les plus matures en termes d'investissements technologiques en Afrique, compte tenu du nombre d'entreprises financées et de l'investissement total.

Tableau 12 : Chiffres clés des investissements en faveur des jeunes pousses africaines de certains secteurs

Secteur	Nombre d'entreprises	Observations
Technologie financière	99	160,3 millions. L'un des secteurs les plus matures pour l'investissement en Afrique, avec le commerce électronique
Commerce électronique et technologie de vente au détail	55	Augmentation de 85,6 % du total des fonds
Services de santé en ligne	41	Augmentation du nombre d'entreprises financées supérieure à 250 % par rapport à l'année précédente
Logistique	29	Augmentation du nombre de jeunes pousses financées, mais baisse du montant total levé par les jeunes pousses du secteur de la logistique et du transport
Énergie	22	--
Recrutement et ressources humaines	18	Augmentation du nombre d'entreprises financées supérieure à 250 % par rapport à l'année précédente
Technologie immobilière	10	Augmentation du nombre d'entreprises financées de l'ordre d'environ 200 % par rapport à l'année précédente
Technologie de l'éducation	17	Augmentation du nombre d'entreprises financées supérieure à 250 % par rapport à l'année précédente
Agrotechnologie	16	--
Transport	15	Augmentation du nombre de jeunes pousses financées, mais baisse du montant total levé par les jeunes pousses du secteur de la logistique et du transport
Divertissement	10	Secteur à la croissance la plus rapide en matière d'investissements reçus
Intelligence artificielle et Internet des objets	10	-
Marketing	6	-

Source : (Disrupt Africa, 2020)

PRINCIPAUX DÉFIS

Le manque d'uniformité des structures organisationnelles dans les pays africains donne lieu à un environnement hétérogène, ce qui pose des problèmes de mise à l'échelle.

Pour les investisseurs qui hésitent à investir dans les économies frontalières, l'Afrique présente des risques importants en matière d'investissements et de sorties de marché à long terme. Une fois encore, le manque d'uniformité des réglementations commerciales, notamment en ce qui concerne les structures organisationnelles et les exigences de conformité des entreprises, constitue l'une des principales difficultés. Les entreprises qui cherchent à investir dans plusieurs pays se heurtent ainsi à un obstacle majeur.

Les investisseurs ne sont pas assez informés sur les conditions d'investissement et la réglementation.

Les investisseurs ont du mal à obtenir des informations pertinentes et actualisées sur les réglementations. En effet, les informations disponibles sont souvent obsolètes et, en vue d'obtenir des informations fiables, il faut assumer des frais supplémentaires pour prendre les précautions qui s'imposent. De même, il est nécessaire d'effectuer un contrôle préalable plus large afin d'identifier les possibilités d'investissement rentables en Afrique.

Il existe un manque notable de financement en phase de démarrage et de préamorçage.

Le secteur du capital-risque est en pleine expansion et l'on compte plusieurs sociétés de capital-risque africaines et internationales axées sur l'Afrique. Pourtant, il est difficile d'accéder à des financements de démarrage et de préamorçage d'un montant compris entre 50 000 et 500 000 USD sur le continent. Selon une récente enquête de Google, 82 % des jeunes pousses africaines déclarent avoir des difficultés à obtenir des financements¹³⁵. Une disparité importante a également été constatée en matière d'investissements destinés aux pays anglophones et francophones, ces derniers ne représentant que 0,5 % du total des financements en 2019¹³⁶.

Les entreprises fondées par des Africains bénéficient encore de peu d'investissements.

Bien qu'il ne s'agisse pas d'une difficulté en soi, les entreprises fondées par des Africains bénéficient de moins d'investissements que les entreprises fondées par des expatriés. Ce constat met en évidence un problème plus large concernant l'entrepreneuriat

¹³⁵ (Google, IFC, 2020)

¹³⁶ (Google, IFC, 2020)

numérique lié aux investissements, auquel il faut remédier. Par exemple, en 2020, toutes les principales levées de fonds au Kenya ont bénéficié à des entreprises dont les fondateurs et PDG étaient des expatriés. Le rapport 2020 sur les jeunes pousses africaines relève que, pour les entrepreneurs kenyans qui démarrent et qui recherchent des fonds d'amorçage ou d'autres fonds de démarrage, les perspectives peuvent être moins prometteuses. Bien qu'il existe un groupe d'investisseurs liés à des accélérateurs (comme MEST Africa, Villgro Africa) et quelques sociétés de capital-risque (Kepple Africa Ventures, Musha Ventures) prêts à soutenir les premiers stades de développement des jeunes pousses, il est généralement plus difficile d'obtenir des investissements de moindre envergure au Kenya.

Objectifs stratégiques

Aligner les régimes d'investissement sur les besoins de l'économie numérique

Veiller à ce que les informations destinées aux investisseurs soient mises à jour

Promouvoir activement les possibilités d'investissement spécifiques au commerce électronique

1. Aligner les régimes d'investissement sur les besoins de l'économie numérique

Les organismes de promotion de l'investissement africains ont pour mandat direct de promouvoir les secteurs qui présentent un intérêt stratégique et pour lesquels un besoin d'expertise et de responsabilité a été constaté. Cependant, les régimes de promotion des investissements ne sont pas adaptés aux besoins de l'économie numérique. Il est donc nécessaire que les organismes de promotion de l'investissement examinent les dispositions du cadre réglementaire relatives aux mesures d'incitation et aux réglementations et qu'ils les mettent à jour. Pour chaque composante de l'écosystème, il convient de définir des priorités d'investissement au niveau national, sur lesquelles les organismes d'investissement pourront s'appuyer pour élaborer leurs initiatives de promotion et de suivi des investissements.

Il est également nécessaire d'améliorer la promotion des investissements et le suivi dans le secteur des technologies financières. Plus encore que tout autre secteur, celui des technologies financières bénéficiera des investissements étrangers et intrarégionaux. Parmi les investissements récemment reçus dans ce secteur figurent Interswitch (200 millions d'USD, novembre 2019), Flutterwave (35 millions d'USD, janvier 2020) et Jumo (55 millions d'USD, février 2020), entre autres investissements de premier plan. La pandémie actuelle a toutefois ralenti les investissements. Selon une enquête récente de l'Africa Fintech Summit (AFTS)¹³⁷, 50 % des membres de l'AFTS qui s'identifient comme des investisseurs dans le domaine des technologies financières ont remarqué un ralentissement des investissements et des levées de fonds en raison des préoccupations liées à la COVID-19, tandis que 27,3 % ont observé une poursuite de l'activité indépendamment de la pandémie. En outre, 13,6 % ont constaté un regain d'attention vis-à-vis des investissements existants, tandis

que 9,1 % se sont déclarés plus optimistes à l'égard du marché africain qu'avant la pandémie. Certaines entreprises, telles que Opay, Palmtech et Interswitch, rivalisent pour établir une présence panafricaine, s'appuyant sur des marchés de base solides, tels que le Nigéria, pour élaborer leurs plans d'expansion. Les organismes de promotion de l'investissement en Afrique doivent néanmoins revoir le cadre général de promotion et de suivi des investissements et déterminer s'il est adapté aux besoins des investisseurs.

Tenir également compte du type et de la forme des investissements. Appliquer les précieux enseignements acquis au secteur du commerce électronique. Il convient d'encourager les modèles d'investissement tels que les coentreprises. Néanmoins, tous les investissements ne se valent pas, et les enseignements tirés du secteur des industries primaires en Afrique doivent rappeler que les investissements qui entraînent un transfert et une diffusion des meilleures pratiques, un transfert de technologie et un renforcement des capacités de production parmi les fournisseurs et partenaires locaux doivent être prioritaires. Les coentreprises présentent un intérêt tout particulier dans les cas où il existe au moins quelques grandes entreprises susceptibles de s'associer à des investisseurs étrangers. Par exemple, les entreprises internationales de logistique peuvent s'associer à des fournisseurs de logistique locaux afin de faciliter la livraison jusqu'au dernier kilomètre dans le pays. Les accords d'investissement doivent être élaborés de manière à soutenir ces types de modèles, et les engagements des investisseurs doivent être contrôlés.

2. Veiller à ce que les informations destinées aux investisseurs soient mises à jour

Il serait relativement simple, pour les gouvernements, de publier des réglementations et des mesures d'incitation claires et actualisées sur leurs sites Web officiels afin que les investisseurs soient bien informés. Les coordonnées des points de contact doivent également être fournies afin de faciliter les transactions. En outre, les organismes de promotion de l'investissement peuvent publier des études et des analyses susceptibles de contribuer au contrôle préalable des investisseurs. Ce point est essentiel, car les investisseurs ne s'intéressent pas seulement aux possibilités d'entrée, mais aussi à la manière dont leurs stratégies de sortie seront planifiées.

3. Promouvoir activement les possibilités d'investissement spécifiques au commerce électronique

Pour réaliser cet objectif stratégique, les besoins d'investissement spécifiques au commerce électronique qui sont identifiés au niveau national devraient être activement promus et facilités par les organismes de promotion de l'investissement et par d'autres organismes du secteur public. Il convient d'accorder une attention particulière aux investissements réalisés dans des domaines du commerce électronique tels que la logistique inverse, l'entreposage multiclients et la sous-traitance de services logistiques et d'exécution, qui sont essentiels à la croissance des écosystèmes nationaux du commerce électronique.

¹³⁷ (Africa Fintech Summit, 2020)

Conclusion

CONCLUSION

Plusieurs éléments qualitatifs et quantitatifs démontrent que le commerce électronique et l'économie numérique au sens large peuvent apporter des avantages considérables au développement économique et socio-économique global de l'Afrique. Une récente étude Google/IFC¹³⁸ estime que l'économie liée à Internet peut ajouter jusqu'à 180 milliards d'USD au PIB combiné de l'Afrique d'ici 2025. La connectivité locale, la mobilité croissante et l'influence d'une population urbaine jeune et dynamique sont présentées comme les facteurs clés de cette trajectoire de croissance, qui dépendra de l'ampleur et de la rapidité de la numérisation de secteurs tels que l'agriculture, l'éducation, les services financiers, les soins de santé et les chaînes d'approvisionnement.

De même, d'après une étude d'Accenture, le PIB issu d'Internet de l'Afrique (ou la contribution d'Internet au PIB) représente environ 115 milliards d'USD, soit 4,5 % du PIB de l'Afrique, en 2020¹³⁹, et atteindra 712 milliards d'USD, soit 8,5 % du PIB du continent, en 2050. Selon ces projections, les contributions d'Internet au PIB en 2020 sont déjà supérieures à la moyenne pour le Nigéria (24,6 %), l'Afrique du Sud (21,6 %), l'Égypte (15,4 %), l'Algérie (9 %), le Maroc (7,8 %) et le Kenya (7,4 %).

Certes, il reste de nombreuses difficultés à surmonter. Il serait déraisonnable de croire que les différents domaines techniques constituant les écosystèmes du commerce électronique se développeront au même rythme au niveau national. En fonction des différentes priorités des décideurs politiques, des obstacles technologiques et financiers et de la dynamique des entreprises et du marché, certains domaines progresseront plus ou moins rapidement. Or, lorsque l'on tient compte de ces différences à l'échelle continentale, on s'aperçoit que le commerce transfrontalier est exposé à des risques qui doivent être traités. Il importe donc que les décideurs politiques, les régulateurs, les négociateurs, les institutions et les entreprises prennent ces différences en considération dans le cadre de leurs activités.

Dans l'ensemble, cependant, le rythme et la trajectoire actuels de la croissance du commerce électronique sur le continent sont prometteurs, si bien que le moment est venu de synchroniser cette croissance avec la mise en œuvre de la ZLECAf. Dans l'ensemble, il est de plus en plus évident que le commerce intrarégional et le commerce électronique entretiennent une relation symbiotique. La compétitivité commerciale de l'Afrique est directement liée à la mesure dans laquelle l'écosystème du commerce électronique se développe en parallèle.

¹³⁸ (Google, IFC, 2020)

¹³⁹ Cité dans (Google, IFC, 2020)

Plan d'action Stratégique

1. CADRE STRATÉGIQUE POUR L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

Objectif stratégique	Activité	Niveau de priorité	Échéance	Résultat escompté	Responsable(s) de la mise en œuvre
1.1. Harmoniser les définitions du commerce électronique au niveau national.	1.1.1 Élaborer une définition précise du commerce électronique et en déterminer le champ d'application, et veiller à ce que les ministères de tutelle et les organismes techniques respectent cette définition. Faire connaître la définition adoptée aux ministères de tutelle et aux organismes techniques.	Élevé	Court terme	Compréhension commune et respect du champ d'application défini pour le commerce électronique, permettant une coordination efficace de l'élaboration des politiques entre les ministères et les organismes techniques des États membres de l'Union africaine.	États membres de l'Union africaine
	1.1.2 Harmoniser les définitions du commerce électronique entre les États membres au niveau des communautés économiques régionales.	Élevé	Moyen terme	<ul style="list-style-type: none"> - Amélioration de la prévisibilité pour les entreprises effectuant des échanges transfrontaliers dans le cadre du commerce électronique. - Amélioration de l'harmonisation et de l'interopérabilité du commerce électronique entre les États membres de l'Union africaine. - Amélioration de l'efficacité des initiatives de commerce électronique menées par les communautés économiques régionales. 	Communautés économiques régionales, États membres de l'Union africaine
	1.1.3 Dans le cadre d'une initiative à long terme, adopter une approche collective fondée sur la définition de normes pour l'écosystème du commerce électronique visant à développer l'interopérabilité des technologies entre les États membres de l'Union africaine, dans des domaines tels que la banque ouverte. Le modèle de normes de l'UE peut servir de référence et être adapté à l'Afrique.	Faible	Long terme	<ul style="list-style-type: none"> - Éléments constitutifs interopérables sous la forme de normes communes conduisant à un environnement cohérent de services électroniques au sein des États membres de l'Union africaine. - À terme, meilleure interopérabilité des services électroniques au niveau régional 	Commission de l'Union africaine, Communautés économiques régionales
1.2 Sensibiliser les fonctionnaires du secteur public (notamment les négociateurs de la ZLECAf) aux principes fondamentaux du commerce électronique.	1.2.1 Élaborer un cours de formation autonome en ligne sur le commerce électronique, couvrant les principes fondamentaux de l'ensemble de l'écosystème du commerce électronique, à l'intention des responsables politiques et des décideurs de haut niveau africains ainsi que des responsables techniques. Le contenu de cette formation sera régulièrement accompagné de sessions dirigées par un formateur, et il sera mis à jour de manière à refléter les évolutions mondiales.	Élevé	Moyen terme	Amélioration des connaissances des décideurs des États membres de l'Union africaine sur les principes fondamentaux du commerce électronique et les interdépendances essentielles au sein des composantes de cet écosystème.	États membres de l'Union africaine
	1.2.2 Renforcer les capacités des négociateurs nationaux de la ZLECAf (y compris ceux du Système d'information commercial) afin qu'ils puissent mener à bien les négociations de la ZLECAf, au moyen d'un programme de formation structuré axé sur les principes fondamentaux du commerce électronique et les sujets pertinents en cours de négociation (tels que les communications et les services financiers qui relèvent du champ d'application des négociations existantes).	Élevé	Court terme	Renforcement des capacités des négociateurs de la ZLECAf sur des sujets spécifiques relatifs aux domaines techniques actuels (et futurs) en cours de négociation.	Secrétariat de la ZLECAf, Commission de l'Union africaine
1.3. Développer des pistes institutionnelles et renforcer la coordination interministérielle	1.3.1 Désigner un responsable institutionnel (de préférence unique) pour le commerce électronique et instaurer un mécanisme représentatif de dialogue public-privé.	Élevé	Court terme	<ul style="list-style-type: none"> - Amélioration de la gestion du secteur grâce à une définition claire des responsabilités. - Amélioration de la coordination entre les différents acteurs 	États membres de l'Union africaine

1.4. Integrate E-commerce within national /regional development agendas and sector development activities	1.4.1	Veiller à ce que des activités relatives au commerce électronique soient incluses dans la mise en œuvre des stratégies sectorielles nationales et des initiatives de renforcement des capacités qui ont une dimension liée au marché.	Élevé	Moyen terme	<ul style="list-style-type: none"> - Renforcement des capacités des entreprises à intégrer le commerce électronique dans les opérations des microentreprises et des PME. - Amélioration de la viabilité des activités de développement du secteur. 	États membres de l'Union africaine
	1.4.2	Élaborer des programmes de formation spécialisés visant à renforcer les capacités des entreprises à reconnaître les possibilités stratégiques sur les marchés cibles et à mettre en place des canaux de commerce électronique. Ces programmes doivent être mis en œuvre à la fois au niveau des initiatives des États membres de l'Union africaine et des communautés économiques régionales.	Élevé	Court terme	<ul style="list-style-type: none"> - Renforcement des capacités des entreprises à intégrer le commerce électronique dans les opérations des microentreprises et petites et des PME. 	États membres de l'Union africaine Communautés économiques régionales
	1.4.3	<p>Entreprendre des évaluations du commerce et de l'économie numérique afin de dégager une compréhension générale, mais informative de l'état actuel de l'écosystème du commerce électronique.</p> <p>Au minimum, les évaluations doivent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fournir des informations sur l'état actuel de l'écosystème du commerce électronique et déterminer les dépendances sous-jacentes entre les différents domaines de l'écosystème. - Servir d'évaluation des besoins permettant aux décideurs politiques et aux partenaires de développement d'améliorer l'écosystème national du commerce électronique. - Dans les cas où de telles évaluations ont déjà été effectuées, et lorsque la maturité de l'écosystème du commerce électronique atteint un seuil minimal, des stratégies de commerce électronique doivent être mises en place pour chaque pays. 	Élevé	Court terme	<p>Meilleure compréhension, parmi les décideurs politiques et les partenaires de développement, de l'état actuel de l'écosystème ainsi que des obstacles et des possibilités auxquels font face les différents États membres de l'Union africaine.</p> <p>Meilleure compréhension de l'écosystème du commerce électronique parmi les principales</p>	États membres de l'Union africaine
	1.4.4	<p>Intégrer le commerce électronique dans le mandat et le champ d'action des organismes de promotion des exportations et des organisations de promotion du commerce, afin de renforcer le soutien au commerce transfrontalier mené par les PME, notamment par le biais du commerce électronique. Les services spécifiques pourraient inclure :</p> <p>des formations destinées aux PME hors ligne afin de renforcer leur présence en ligne ;</p> <p>du marketing numérique et des stratégies de marque ;</p> <p>l'intégration sur les places de marché (en collaboration avec ces dernières), avec des services d'assistance en ligne/ physiques, etc.</p> <p>la collaboration avec les places de marché, notamment dans le domaine de l'intégration des PME.</p> <p>En parallèle, améliorer les connaissances fondamentales sur le commerce électronique au sein des accords de partenariat économique et parmi le personnel des organismes de promotion du commerce afin de renforcer leurs capacités à intégrer le commerce électronique dans les services offerts.</p>	Élevé	Court terme	<p>Renforcement du soutien institutionnel aux microentreprises et aux PME pour leur permettre d'intégrer le commerce électronique dans leurs activités commerciales et leurs opérations transfrontalières.</p>	États membres de l'Union africaine
	1.4.5	Envisager l'établissement d'accords de libre-échange approfondis et complets au sein des communautés économiques régionales, conformément aux enseignements tirés en Afrique (COMESA) et ailleurs, par exemple en Malaisie	Élevé	Moyen terme	<p>Commerce transfrontalier sans faille et meilleur accès aux marchés régionaux pour les microentreprises et PME des États membres.</p>	Communautés économiques régionales, États membres de l'Union africaine
	1.4.6	Assurer l'interopérabilité entre les services électroniques tels que le certificat d'origine électronique récemment mis en place (COMESA) et d'autres services électroniques (impliquant des responsables tels que les autorités fiscales et douanières) dans le COMESA et d'autres communautés économiques régionales.	Élevé	Moyen terme	<p>Amélioration de la prévisibilité et soutien aux entreprises souhaitant mener leurs activités au sein des communautés économiques régionales.</p>	Communautés économiques régionales

1.5. Strengthen national capabilities for E-commerce statistics collection	1.5.1	Mettre au point des comptes satellites pour la valeur ajoutée numérique dans toutes les activités économiques. Voir (researchICTsolutions, 2020)	Moyen	Long terme	Soutien à la collecte de statistiques relatives à l'économie numérique nationale en Afrique.	États membres de l'Union africaine, sous-comité au niveau de la ZLECAf
	1.5.2	Envisager la mise en œuvre d'initiatives d'ouverture des données publiques, dans le cadre desquelles les informations du secteur public sont partagées avec le grand public afin d'être utilisées dans la recherche et dans les activités économiques. Une plateforme de données interactive à l'échelle de l'Union africaine ou régionale (similaire aux bases de données de l'indicateur du développement dans le monde ou de la World Integrated Trade Solution) peut être envisagée pour garantir que les avantages s'étendent au-delà des frontières nationales. Il conviendrait de prévoir un renforcement des capacités visant à faire connaître les données publiques en libre accès.	Moyen	Long terme	Augmentation des cas d'utilisation bénéfiques des services d'administration en ligne, grâce à la recherche menée dans le secteur privé et dans les universités.	Commission de l'Union africaine, communautés économiques régionales
1.6. Élaborer et déployer des systèmes nationaux d'identification numérique alignés au niveau régional.	1.6.1	Mettre en œuvre des systèmes nationaux d'identification numérique intégrés aux principaux services administratifs. Établir un cadre harmonisé pour soutenir l'interopérabilité des systèmes d'identification numérique aux niveaux national et régional. Pour faciliter la mise en œuvre : - Tirer parti du mécanisme institutionnel mis à disposition par le Programme africain d'amélioration accélérée des systèmes d'enregistrement des faits d'état civil et d'établissement des statistiques de l'état civil (APAI-CRVS). - Veiller à ce que les cadres nationaux d'identification numérique suivent les dix principes-cadres pour une bonne identification numérique et pour l'économie numérique proposés par la CEA.	Élevé	Moyen terme	- Mise en œuvre de systèmes d'identification numérique vérifiables qui, à terme, favoriseront la croissance économique et socio-économique. - Renforcement de la mise en œuvre des réglementations visant à faciliter le commerce transfrontalier.	États membres de l'Union africaine, partenaires de développement

2. PLACES DE MARCHÉ

Strategic objective	Activity	Priority	Entry point of action	Expected impact	Implementor	
2.1 Développer un climat commercial et réglementaire favorable aux places de marché.	2.1.1	Revoir le cadre fiscal pour vérifier qu'il est adapté aux entreprises du commerce électronique (en particulier les places de marché) et qu'il incite les microentreprises et les PME à s'investir dans le secteur (grâce à des avantages fiscaux à court terme et d'autres mécanismes, le cas échéant).	Moyen	Moyen terme	Amélioration de l'environnement commercial permettant aux places de marché et aux microentreprises et PME de s'engager dans le commerce électronique.	États membres de l'Union africaine
	2.1.2	Assurer l'harmonisation aux niveaux régional et panafricain: -Reconnaissance mutuelle des contrats numériques; -Reconnaissance mutuelle des compétences et des services numériques; -Prévisibilité des droits et responsabilités tant des places de marché que des consommateurs, notamment en matière de retour de produits; -Clarté sur les restrictions et sur les exceptions au transfert transfrontalier d'informations à caractère personnel, ainsi que sur les obligations des places de marché; -Protection de la propriété intellectuelle, y compris aux niveaux des concepts pré-brevet; -Exigences fiscales, y compris la TVA, pour les places de marché.	Moyen	Moyen terme	Amélioration de l'environnement commercial transfrontalier/intra-africain pour les entreprises de commerce électronique.	États membres de l'Union africaine
	2.1.3	Analyser les causes profondes des restrictions imposées aux vendeurs de certains pays africains qui souhaitent vendre sur une place de marché d'un autre pays, et d'évaluer si ces restrictions découlent de questions réglementaires (par exemple, si les juridictions nationales n'autorisent pas les places de marché locales à intégrer des entreprises non citoyennes ou non résidentes) ou si elles résultent d'un contrôle commercial préalablement effectué par les places de marché.	Moyen	Court terme	Enriched understanding of the contributing root-causes which can drive enabling and informed regulations.	États membres de l'Union africaine
	2.1.4	Pour aider les microentreprises et les PME à évaluer ce qu'elles gagneraient à devenir des entreprises formalisées, les gouvernements peuvent également piloter des initiatives concernant des processus d'enregistrement sur les places de marché sous la forme de procédure temporaire fondée sur la « connaissance de l'identité des clients » pour une période d'essai, c'est-à-dire que les microentreprises et les PME informelles sont autorisées à tester les places de marché pour une période d'essai sans devoir être enregistrées officiellement auprès du gouvernement, en partant du principe qu'une fois convaincues de la proposition de valeur de la place de marché, elles seront naturellement incitées à formaliser leur statut. Les donateurs peuvent aider ces projets pilotes en fournissant un soutien financier et technique limité aux participants sélectionnés.	Faible	Moyen terme	Incentivization of MSMEs to join/ test participation in Places de marché in an otherwise challenging business environment.	États membres de l'Union africaine

2.2 Favoriser la confiance entre les marchés et les parties prenantes.	2.2.1	Lancer des initiatives visant à informer les consommateurs afin de les sensibiliser : - aux avantages de la participation aux places de marché ; - à leurs droits et à leurs obligations ainsi qu'aux mécanismes disponibles pour les protéger, y compris les évaluations/notations.	Élevé	Court terme	Amélioration de la sensibilisation des consommateurs aux avantages, aux risques, aux droits et aux obligations liés au commerce électronique afin qu'ils puissent prendre des décisions éclairées.	États membres de l'Union africaine
	2.2.2	Exploiter les « marques de confiance » ou d'autres normes opérationnelles volontaires pilotées par l'industrie, qui sont un symbole des meilleures pratiques convenues et du comportement responsable et éthique parmi les places de marché. Remarque : il convient toutefois de préciser que le recours aux marques ne peut fonctionner que dans certains cas où le marché et le secteur sont suffisamment développés.	Moyen	Moyen terme	Mécanisme supplémentaire (au-delà des mécanismes d'application) pour encourager la confiance des consommateurs et les bonnes pratiques des entreprises.	Organisations sectorielles, associations de commerce électronique
	2.2.3	En collaboration avec les places de marché, établir un lien entre ces dernières et les systèmes nationaux d'identification ou procédures fondées sur la « connaissance de l'identité des clients » parmi les cadres de vérification d'identité existants plus généraux, ce qui permettra de valider les vendeurs.	Moyen	Long terme	Meilleure vérification des consommateurs et des vendeurs conduisant au renforcement de la confiance du côté de la demande et de l'offre à moyen et long terme.	Places de marché États membres de l'Union africaine
2.3 Relier la promotion des exportations nationales et l'intégration régionale à la collaboration entre les places de marché et les PME.	2.3.1	Mettre en place des programmes d'intégration des microentreprises et des PME en collaboration avec les places de marché et les associations sectorielles (pour les secteurs qui ont une forte capacité d'absorption du commerce électronique, comme le tourisme). Cela peut prendre la forme d'un partage des coûts avec les places de marché, d'une intégration de programmes de formation au sein des associations sectorielles et d'un soutien direct aux PME pour couvrir les frais divers.	Moyen	Moyen terme	Accès à un soutien concret et significatif pour les microentreprises et PME, leur permettant de rejoindre les places de marché du commerce électronique et d'y participer.	États membres de l'Union africaine/ organismes de promotion du commerce Places de marché
2.4 Promouvoir l'innovation et les investissements dans les secteurs convergents des places de marché (en particulier la logistique et la technologie financière) afin de développer un écosystème propice.	2.4.1	Envisager des mécanismes innovants connectant les principaux sites de commerce électronique locaux, les prestataires de livraison et les entreprises de la technologie financière, et s'appuyer sur les infrastructures d'administration en ligne existantes pour assurer une couverture nationale. Prendre en considération des exemples tels que celui du Bangladesh (initiative Ek-shop) pour tirer des enseignements d'expériences réussies.	Moyen	Moyen terme	Participation accrue des entreprises rurales au commerce électronique.	États membres de l'Union africaine Places de marché
	2.4.2	Au cas par cas, les gouvernements peuvent envisager de développer par eux-mêmes une place de marché pour les relations interentreprises et les relations d'entreprise à consommateur en ligne afin de déployer un projet pilote et de tester le concept du commerce électronique transfrontalier basé sur une place de marché. Remarque : Il convient d'examiner attentivement cette possibilité afin de ne pas évincer d'autres acteurs du secteur privé ou d'accorder un traitement préférentiel à une telle place de marché dirigée par le gouvernement.	Faible	Moyen terme	Accès à un mécanisme de liaison qui rapproche les consommateurs et les vendeurs et facilite la découverte, la mise en relation et les transactions.	États membres de l'Union africaine

3. TECHNOLOGIE FINANCIÈRE/PAIEMENTS NUMÉRIQUES

Objectif stratégique	Activité	Niveau de priorité	Échéance	Résultat escompté	Responsable(s) de la mise en œuvre	
3.1. Examiner et adapter les réglementations relatives à la technologie financière au niveau national.	3.1.1	Adopter des politiques visant à mettre en place des économies sans numéraire dans des domaines tels que les procédures en ligne fondées sur la « connaissance de l'identité des clients » et l'intégration virtuelle.	Élevé	Court terme	Amélioration de l'inclusion financière dans les régions isolées.	Commission de l'Union africaine/ Banques centrales
	3.1.2	Entreprendre un examen complet des réglementations manquantes en matière de technologie financière et déterminer le modèle de lignes directrices que les pays souhaitent suivre, qu'il s'agisse d'un modèle normatif ou d'un modèle basé sur des « terrains d'essai » ou des dispositifs d'expérimentation (« sandboxes ») délimités par des lignes directrices strictes	Élevé	Court terme	Déploiement d'un modèle permettant de guider la croissance future de la technologie financière dans le pays.	Commission de l'Union africaine
	3.1.3	Mettre en place des groupes de travail interministériels et interinstitutionnels publics-privés pour développer conjointement l'environnement réglementaire de la technologie financière. Le secteur privé doit également participer aux discussions en fonction des besoins, et ces groupes de travail peuvent être institués au niveau national et au niveau régional.	Élevé	Court terme	Amélioration de la coordination, tant au sein du secteur public qu'au niveau des secteurs public et privé, afin d'encadrer la croissance du secteur des technologies financières.	États membres de l'Union africaine
	3.1.4	Élaborer une stratégie d'inclusion financière en mettant particulièrement l'accent sur les services financiers numériques, les aptitudes à se servir des outils numériques et l'alphabétisme financier.	Élevé	Court terme	Établissement d'une vision et d'une stratégie pluriannuelle visant à orienter l'inclusion financière du pays, ce qui aura un effet indirect sur la croissance du commerce électronique.	États membres de l'Union africaine
	3.1.5	Mettre en œuvre des approches fondées sur le risque dans le cadre des mécanismes de lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme au niveau national.	Élevé	Moyen terme	Préservation ou amélioration de l'accès aux relations de correspondance bancaire internationale, et protection du secteur financier national.	États membres de l'Union africaine
3.2. Poursuivre l'harmonisation globale des systèmes de paiement en vue de parvenir à l'interopérabilité panafricaine des services de technologie financière.	3.2.1	Favoriser l'interopérabilité des systèmes de paiement sur le continent à trois niveaux : 1. à travers différents modèles (argent mobile, comptes bancaires, cartes) ; 2. entre les acteurs du paiement au sein de chaque modèle ; 3. au niveau transfrontalier, y compris aux niveaux régionaux et panafricains. Le Système panafricain de paiement et de règlement d'Afreximbanks et les systèmes de paiement régionaux ne seront pas les seuls à jouer un rôle primordial : les solutions dirigées par le secteur privé seront également déterminantes.	Élevé	Moyen terme	Increased consumer and private sector confidence in digital transactions.	États membres de l'Union africaine, Commission de l'Union africaine
	3.2.2	Encourager l'interconnectivité permettra aux infrastructures de la banque centrale, à la communauté des technologies financières, aux opérateurs d'argent mobile, aux prêteurs en ligne, aux banques commerciales et à d'autres parties de communiquer et de partager des données entre eux par l'intermédiaire d'interfaces de programmation d'applications. Par exemple, les applications peuvent inclure le partage des informations et de l'historique des utilisateurs d'argent mobile (toujours avec leur autorisation) avec des prêteurs en ligne pour vérifier la solvabilité par procuration et accorder des prêts aux PME à déboursement rapide. Les efforts déployés par l'UE pour promouvoir l'ouverture des services bancaires au moyen de la Directive concernant les services de paiement 2 peuvent servir de référence.	Moyen	Moyen terme	Accélération de la croissance du secteur des technologies financières et accroissement de la diversité des cas d'utilisation au profit des consommateurs et des entreprises de commerce électronique.	États membres de l'Union africaine
3.3. Spur innovation and entrepreneurship within the African Fintech sector	3.3.1	Mettre en place des dispositifs d'expérimentation réglementaire aux niveaux des États membres de l'Union africaine et, éventuellement, des communautés économiques régionales pour faciliter l'expérimentation/l'approbation/la mise à l'échelle de produits de technologie financière innovants, dans un environnement réglementaire allégé.	Élevé	Moyen terme	Facilitation de l'innovation du point de vue des régulateurs et des entreprises de technologie financière, tout en prenant acte du rythme naturellement élevé des évolutions qui se produisent dans le secteur de la technologie financière au niveau mondial.	États membres de l'Union africaine/ central banks
	3.3.2	Encourager la mise en place de pépinières et d'accélérateurs d'entreprises spécifiquement consacrés à la technologie financière pour stimuler le potentiel entrepreneurial dans le secteur.	Moyen	Moyen terme	Renforcement de l'entrepreneuriat numérique, axé sur le secteur des technologies financières.	États membres de l'Union africaine

3.4. Renforcer la sensibilisation et les capacités des entreprises à effectuer des transactions scripturales.	3.4.1	Renforcer les capacités des entreprises (microentreprises et PME, commerçants de détail) à exploiter et à intégrer les technologies financières dans leurs activités, grâce à des campagnes de sensibilisation, à des campagnes de marketing (directement auprès des entreprises de technologie financière et bancaires) et à des formations.	Élevé	Court terme	Renforcement des capacités et de la confiance des entreprises dans la réalisation de transactions numériques.	États membres de l'Union africaine
---	-------	---	-------	-------------	---	------------------------------------

4. LOGISTIQUE NATIONALE ET TRANSFRONTALIÈRE

Strategic objective	Activity	Priority	Entry point of action	Expected impact	Implementor	
4.1. Poursuivre les réformes et l'harmonisation douanières.	4.1.1	Conformément aux recommandations de l'OMD, renforcer les capacités des administrations douanières nationales en matière de gestion des risques et de procédures douanières efficaces et efficaces pour le commerce électronique transfrontalier, en s'appuyant sur l'ensemble des instruments et outils pertinents de l'OMD.	Élevé	Moyen terme	Intégration des principes relatifs au commerce électronique dans les cadres douaniers nationaux, entraînant une amélioration des délais de dédouanement et, éventuellement, une réduction des coûts et des charges administratives pour les entreprises de commerce électronique.	États membres de l'Union africaine/ Autorités douanières
	4.1.2	Explorer les mécanismes permettant d'harmoniser les seuils de minimis et de garantir la réciprocité.	Élevé	Moyen terme	Amélioration de l'environnement commercial pour les entreprises de commerce électronique qui exercent des activités transfrontalières.	États membres de l'Union africaine/ Autorités douanières
	4.1.3	Créer une plateforme en ligne mettant à disposition toutes les procédures et la documentation nécessaires en matière d'administration du commerce.	Élevé	Court terme	Amélioration de la prévisibilité, de la cohérence et de la transparence des procédures douanières, avec une visibilité suffisante pour tous les partenaires.	États membres de l'Union africaine/ Autorités douanières
	4.1.4	Conformément aux recommandations de l'OMD, les administrations douanières doivent coopérer étroitement avec les autorités fiscales, organe gouvernemental responsable des régimes fiscaux. En coopération avec les autorités fiscales, il convient d'envisager d'autres modèles de collecte des taxes (par exemple le modèle de perception axé sur le vendeur, l'intermédiaire ou le consommateur/l'acheteur) afin de s'écarter, le cas échéant, de l'approche actuelle consistant à collecter les droits et les taxes sur la base des transactions, c'est-à-dire lorsque les droits et les taxes sont évalués et collectés à la frontière, au profit d'une approche automatisée fondée sur les comptes, qui peut impliquer la collecte des droits et des taxes avant l'expédition ou l'arrivée des marchandises. Poursuivre les progrès dans la mise en œuvre des engagements pris dans le cadre de l'Accord sur la facilitation des échanges (WCO, 2018).	Élevé	Moyen terme	Émergence du commerce électronique en tant que source de revenus pour soutenir la marge de manœuvre budgétaire des gouvernements.	États membres de l'Union africaine, OMD, partenaires de développement
	4.1.5	Progressivement, et selon les conditions nationales existantes (ainsi que selon les priorités, les capacités, les ressources humaines et financières et les procédures internes de l'administration), envisager l'adoption du Cadre de normes de l'OMD pour le commerce électronique transfrontalier ²⁰⁶ . Dans un premier temps, les pays peuvent concentrer leurs efforts sur les points suivants : les seuils de minimis ; - les Directives aux fins de la mainlevée immédiate, avec des seuils d'entrée simplifiée ; - la simplification des exigences d'enregistrement des importateurs/exportateurs ; - la facilitation des retours transfrontaliers ; - la réduction des exigences en matière de documentation, y compris la déclaration simplifiée des marchandises ; - l'accélération des processus d'inspection et de quarantaine ; - la possibilité de soumettre les documents avant l'arrivée et par voie électronique. En ce qui concerne, plus particulièrement, les retours transfrontaliers, envisager d'adopter les directives de l'OMD, notamment pour : - la mise en correspondance des envois entrants et sortants ainsi que l'octroi d'une exonération de droits et, le cas échéant, de taxes lors de la réimportation dans le pays d'où proviennent les marchandises ;	Moyen	Moyen terme	- Intégration des principes relatifs au commerce électronique dans les cadres douaniers nationaux, sur la base des meilleures pratiques établies, entraînant une amélioration des délais de dédouanement et, éventuellement, une réduction des coûts et des charges administratives pour les entreprises de commerce électronique. - Harmonisation progressive des procédures de dédouanement.	États membres de l'Union africaine/ Autorités douanières

		<p>- la présentation de preuves de la réexportation (telle que la déclaration d'importation ou d'exportation ou la preuve du montant du remboursement) ;</p> <p>- le système électronique de remboursement permettant aux intermédiaires autorisés de demander un remboursement au nom de la partie qui y a droit.</p>					
	4.1.6	Adapter les régimes douaniers nationaux pour renforcer les capacités de transport express par voie aérienne. Mettre en place des procédures de dédouanement accélérées pour ces envois aériens (qui constitueront la majeure partie des envois d'entreprise à consommateur dans le cadre du commerce électronique). Maintenir l'alignement sur les initiatives régionales telles que le Marché unique du transport aérien africain (SAATM).	Moyen	Immediate-term	Amélioration des procédures d'autorisation du commerce électronique pour les transactions d'entreprise à consommateur en ligne.	Commission de l'Union africaine/ Administrations douanières	
	4.1.7	<p>Les administrations douanières doivent coopérer entre elles, avec l'OMD et avec d'autres organisations internationales afin de renforcer leurs capacités en matière de gestion des risques et de procédures douanières efficaces et efficaces pour le commerce électronique transfrontalier, en s'appuyant sur l'ensemble des instruments et outils pertinents de l'OMD.</p> <p>Dans la mesure du possible, harmoniser les réglementations douanières entre les États membres sur la base des lignes directrices de l'OMD afin d'assurer l'uniformité et la fluidité du dédouanement des marchandises. Les pays doivent également demander à l'OMD de les aider à renforcer leurs capacités pour progresser dans ces domaines.</p>	Faible	Moyen-term	Amélioration de la coordination et, à terme, harmonisation des régimes douaniers régionaux.	États membres de l'Union africaine/Autorités douanières	
	4.1.8	<p>Les membres de l'OMD qui notifient leur intention de mettre en œuvre le Cadre (de 15 normes pour le commerce électronique transfrontalier) doivent, en fonction de leurs besoins respectifs, être soutenus par l'OMD, en collaboration avec d'autres partenaires de développement.</p> <p>Ce soutien peut inclure la numérisation des fonctionnalités essentielles du commerce transfrontalier, notamment les paiements en ligne des droits de douane et des redevances, la présentation des déclarations de douane par voie électronique, la demande et la délivrance des certificats d'origine préférentielle par voie électronique. ²⁰⁷</p>	Faible	Moyen-term	Soutien au renforcement des capacités des autorités douanières nationales.	États membres de l'Union africaine, WCO	
	4.1.9	Mener une étude de faisabilité pour évaluer l'application de la technologie de la chaîne de blocs dans le développement d'une approche fondée sur les risques dans les contrôles douaniers, susceptible d'accélérer le processus de dédouanement.	Faible	Moyen-term	Meilleure compréhension des technologies émergentes concernant les processus de dédouanement liés au commerce électronique.	États membres de l'Union africaine	
4.2.	Mettre en place des guichets uniques nationaux ainsi que des mécanismes et des outils de coordination pour rationaliser la collaboration interinstitutionnelle.	4.2.1	Accélérer l'adoption de certains instruments de facilitation des échanges, en particulier les guichets uniques nationaux et les comités nationaux de facilitation des échanges. Il convient de veiller à ce que l'architecture et la mise en œuvre du guichet unique soient également adaptables à des fonctionnalités plus complexes à l'avenir.	Moyen	Moyen-term	Facilitation du commerce transfrontalier.	États membres de l'Union africaine
		4.2.2	Renforcer les relations entre les administrations douanières, les administrations fiscales et d'autres ministères afin d'harmoniser les processus de dédouanement liés aux colis issus du commerce électronique. Veiller à ce que les services postaux soient représentés aux principaux points d'entrée, notamment dans les aéroports	High	Moyen-term	Amélioration de la coordination institutionnelle entraînant une harmonisation et une réduction des efforts et des coûts pour les entreprises du commerce électronique.	États membres de l'Union africaine
4.3.	Promouvoir les investissements dans la sous-traitance de services logistiques et d'exécution ainsi que dans les services d'entreposage.	4.3.1	Travailler avec les organismes de promotion de l'investissement pour attirer les investissements dans les domaines de la logistique inverse et de la sous-traitance de services logistiques et d'exécution, afin de pallier le manque d'expertise et de technologies connexes. Si possible, aborder cette question d'un point de vue régional.	High	Moyen-term	Afflux de savoir-faire technique et d'infrastructures, actuellement insuffisants, dans les chaînes de valeur nationales du commerce électronique.	États membres de l'Union africaine
		4.3.2	Mettre en place des infrastructures d'entreposage, et notamment des installations d'entreposage multifournisseurs, dans des lieux stratégiques, qui aideront les acteurs du commerce électronique à stocker et à expédier leurs produits au-delà des frontières de manière aussi rentable et rationnelle que possible, tout en prévoyant des fonctionnalités de logistique inverse en cas de retours.	High	Moyen-term / Long terme	Accès à des infrastructures et à des services à la demande, adaptés au commerce électronique, que les PME pourront utiliser à un prix abordable.	États membres de l'Union africaine

206 The standards focus on *Legal Framework for Advance Electronic Data, Use of International Standards for Advance Electronic Data, Risk management for facilitation and control, Use of Non-Intrusive Inspection Technologies and Data Analytics, Simplified clearance procedures, Expanding the Concept of Authorized Economic Operator (AEO) to Cross-Border E-Commerce, Models of Revenue collection, De Minimis, Prevention of Fraud and Illicit Trade, Inter-Agency Cooperation and Information Sharing, Public-Private Partnerships, International Cooperation, Communication, public awareness and outreach, Mechanism of measurement, and Explore technological Developments and Innovation.*

207 WCO

4.5. Soutenir le renouvellement des services postaux africains, tout en favorisant une concurrence saine avec les opérateurs privés.	4.4.1	Soutenir le renouvellement des services postaux africains et tirer parti des services offerts par l'UPU dans le cadre de ses programmes de préparation opérationnelle au commerce électronique et de préparation au numérique, Ecom@Africa et Easy Export. Procéder progressivement à la numérisation des services postaux ainsi qu'à l'expansion des services de commerce électronique.	Élevé	Moyen terme/ long terme	Renforcement des capacités opérationnelles des services postaux nationaux.	États membres de l'Union africaine/ Autorités postales nationales Union panafricaine des postes
	4.4.2	Renforcer la collaboration entre les services postaux et les entreprises de commerce électronique, en particulier les places de marché, pour établir des points de récupération/dépôt et assurer la logistique de livraison pour les entreprises.	Élevé	Court terme	Renforcement des capacités et des options d'exécution des commandes pour les entreprises de commerce électronique, et plus grande commodité pour les consommateurs.	États membres de l'Union africaine/ Autorités postales nationales
	4.4.3	Envisager la libéralisation du secteur de la livraison de colis au niveau national. En plus des services postaux, les services professionnels de livraison de colis doivent être autorisés à accéder au secteur afin de soutenir la croissance prévue du commerce électronique.	Faible	Long terme	Accès à des mécanismes supplémentaires pour les services de livraison du premier jusqu'au dernier kilomètre.	États membres de l'Union africaine
4.5 Améliorer la livraison « jusqu'au dernier kilomètre »	4.5.1	Expérimenter et généraliser l'adoption de technologies innovantes/novatrices afin d'atténuer les sérieux problèmes liés aux infrastructures, tels que les problèmes d'adressage physique. L'utilisation de systèmes d'adressage alternatifs reposant sur la localisation GPS constitue un très bon exemple, d'autant qu'un certain nombre de systèmes postaux ont adopté et testent de telles approches (what3words, GhanapostGPS, SnocODE). Il convient de soutenir ces initiatives, étant donné que les défis en matière de ressources resteront un défi à long terme pour les projets fortement consommateurs de ressources. Les consommateurs doivent être sensibilisés à ces initiatives afin d'en promouvoir l'adoption.	Moyen	Court terme	Résolution des problèmes actuels relatifs à l'adressage physique et à l'accessibilité des consommateurs et des entreprises grâce à des technologies innovantes	États membres de l'Union africaine/ Autorités postales nationales Union panafricaine des postes
4.6 Améliorer les capacités des entreprises en matière de logistique et d'exécution des commandes.	4.6.1	Améliorer les connaissances des entreprises sur les règles nationales et régionales relatives aux procédures commerciales transfrontalières, aux droits de douane et aux exigences administratives ainsi qu'à la fiscalité. Pour faciliter cette démarche, il convient d'accroître la transparence en partageant des informations en ligne ou dans des lieux bien visibles et faciles d'accès pour les exportateurs.	Élevé	Court terme	Amélioration des connaissances des entreprises sur les réglementations et les processus douaniers.	États membres de l'Union africaine
	4.6.2	Lancer des programmes de formation pour les petites entreprises de livraison et pour les microentreprises et PME qui desservent les zones les plus reculées (dernier kilomètre), dans le but de professionnaliser ces services.	Faible	Moyen terme	Harmonisation des services de livraison jusqu'au dernier kilomètre.	États membres de l'Union africaine
	4.6.3	Lancer ou renforcer (s'ils existent déjà) les programmes d'opérateurs économiques agréés et de meilleurs commerçants, dans le cadre desquels les entreprises de commerce électronique (et les entreprises connexes) qui respectent scrupuleusement les réglementations et les pratiques bénéficient d'un dédouanement rapide pour leurs expéditions transfrontalières et d'autres procédures simplifiées.	Moyen	Moyen terme	Mise en place de mesures incitant les entreprises exportatrices à investir dans les bonnes pratiques et le respect des réglementations nationales.	États membres de l'Union africaine

5. INFRASTRUCTURES DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DES COMMUNICATIONS

Objectif stratégique	Activité	Niveau de priorité	Échéance	Résultat escompté	Responsable(s) de la mise en œuvre
5.1 Mettre au point des mécanismes permettant d'étendre davantage l'accès à Internet au niveau national et de le rendre plus abordable.	5.1.1 Poursuivre l'expansion de la 3G et de la 4G dans les régions isolées et améliorer la très faible connectivité des lignes fixes (en commençant par les zones urbaines).	Élevé	Court terme	Meilleure couverture de la 3G et de la 4G à l'échelle nationale, desservant les villes de taille moyenne et les régions isolées en plus des villes principales	États membres de l'Union africaine
	5.1.2 Accorder la priorité au développement des infrastructures des services énergétiques et Internet dans les zones frontalières. Ces efforts doivent être associés à des mesures de sécurité.	Élevé	Court terme	Élargissement du réseau d'infrastructures dans les zones frontalières.	États membres de l'Union africaine
	5.1.3 Procéder à un examen minutieux de l'expansion et du déploiement de la 5G, en veillant à ne pas compromettre les priorités existantes (par exemple l'extension de la couverture nationale des réseaux 3G et LTE).	Élevé	Moyen	Élaboration de politiques éclairées dans le domaine des investissements dans la 5G, des projets pilotes et de la mise à l'échelle de cette technologie.	États membres de l'Union africaine Communautés économiques régionales
5.2 Appuyer le développement des points d'échange Internet.	5.2.1 Appuyer le développement des points d'échange Internet, en s'appuyant sur les expériences menées au Nigéria, au Kenya et en Afrique du Sud, et en collaboration avec l'African IXP Association.	Moyen	Moyen terme	Amélioration des contenus locaux et adoption de ces contenus par les consommateurs.	États membres de l'Union africaine, Communautés économiques régionales
5.3 Donner la priorité aux efforts régionaux de développement des infrastructures des technologies de l'information et des communications	5.3.1 Promouvoir les principaux réseaux à haut débit sous-régionaux et les points d'accès à Internet (comme recommandé par le cadre stratégique de la SADC pour le commerce électronique).	Moyen	Moyen terme	Infrastructures de technologie de l'information et des communications et réseaux à haut débit rentables, abordables et sécurisés.	Communautés économiques régionales
	5.3.2 Étudier les expériences de la CAE et de l'Organisation des communications de l'Afrique de l'Est en matière de connectivité régionale des données (un réseau transfrontalier d'infrastructures à haut débit au sein de la CAE) et déterminer si cette initiative peut également être étendue à d'autres communautés économiques régionales.	Faible	Court terme	Élaboration de politiques éclairées et développement d'infrastructures liées à la connectivité régionale.	Communautés économiques régionales, États membres de l'Union africaine
5.4 Envisager des approches prévoyant le partage des coûts de développement des infrastructures et des avantages qui en découlent.	5.4.1 Élaborer des stratégies nationales pour assurer l'accès universel à l'électricité, en y intégrant, si possible, des objectifs d'accès universel à Internet. Veiller à ce que la stratégie tienne compte des aspects de l'économie numérique dans des domaines tels que l'alimentation des centres de données, l'électrification des zones rurales, l'alimentation et la maintenance des infrastructures de télécommunications.	Élevé	Moyen terme	Élaboration d'une vision nationale en faveur de l'accès universel.	États membres de l'Union africaine
	5.4.2 Passer en revue les fonds d'accès universel actifs en Afrique et les réviser en profondeur ou les démanteler, compte tenu de leur développement insatisfaisant.	Élevé	Court terme	Amélioration de l'efficacité des fonds d'accès universel.	États membres de l'Union africaine
	5.4.3 Faciliter le partage des infrastructures entre les fournisseurs de télécommunications proposé par les gouvernements et appliqué sur une base commerciale	Moyen	Moyen terme	Meilleure couverture des infrastructures de télécommunications dans les régions isolées.	États membres de l'Union africaine
5.5 Favoriser le développement des infrastructures de centres de données par un ensemble de politiques et de mesures d'incitation	5.5.1 Soutenir le déploiement de centres de données, soit par des investissements, soit par des partenariats public-privé, en se concentrant sur les infrastructures de centres de données de niveaux III et IV. Ce déploiement doit s'accompagner d'un ensemble de politiques d'investissement, de politiques en matière de données, de mesures de cybersécurité et d'autres réglementations, ainsi que d'initiatives de renforcement des capacités.	Moyen	Moyen terme	mélioration des investissements et du cadre réglementaire pour attirer les infrastructures de centres de données.	États membres de l'Union africaine

6. CADRE JURIDIQUE POUR LE CYBERESPACE

Strategic objective	Activity	Priority	Entry point of action	Expected impact	Implementor	
6.1. Comblent les lacunes dans les cadres juridiques nationaux pour le cyberespace, de sorte à parvenir à une harmonisation panafricaine.	6.1.1	Envisager d'adapter les mesures d'incitation à la ratification de la Convention de l'Union africaine sur la cybersécurité et la protection des données à caractère personnel (Convention de Malabo). - Permettre aux États membres de ratifier une partie seulement de la Convention ; - Clarifier et simplifier le libellé de la Convention. - Insérer des mécanismes permettant de s'assurer que les autorisations préalables n'entravent pas le commerce électronique. - Mettre l'accent sur l'harmonisation des lois et des outils de protection des données des pays membres de l'Union africaine. Permettre à l'industrie de prendre l'initiative en proposant des normes et des codes de conduite qui pourraient être intégrés à la Convention s'ils sont approuvés par un nombre suffisant d'États membres. Voir (TRALAC, 2019) Une équipe spéciale a été créée au niveau de l'Union africaine pour évaluer ce processus.	Élevé	Court terme	Progrès vers l'harmonisation de la protection des données.	Commission de l'Union africaine, États membres de l'Union africaine, partenaires de développement, partenaires de développement, communautés économiques régionales
	6.1.2	Promulguer des lois sur les transactions électroniques au niveau national en tenant compte des éléments suivants : Harmonisation avec les partenaires régionaux et les principaux partenaires commerciaux et régions dans la mesure du possible, afin de permettre un environnement prévisible pour le secteur privé. - Adoption de lois qui répondent au principe de neutralité technologique en matière de transactions électroniques, et révision des lois existantes, le cas échéant. -Extension de la reconnaissance juridique nationale des signatures électroniques, des contrats électroniques et des justificatifs électroniques à ceux qui proviennent d'autres juridictions. - Adoption de lois uniformes, dont le contenu est similaire, voire identique. - Adoption de règles explicites sur la reconnaissance transfrontalière dans la législation nationale (voir, par exemple, l'article 12 de la loi type de la CNUDCI sur les signatures électroniques). - Adoption d'une législation internationale spécifique, de préférence multilatérale (telle que la Convention des Nations Unies sur l'utilisation de communications électroniques dans les contrats internationaux). Voir (UNCTADA, 2021)	Élevé	Moyen terme	Amélioration de la base juridique des lois sur les transactions électroniques au niveau national et de l'interopérabilité au niveau régional.	États membres de l'Union africaine, communautés économiques régionales, partenaires de développement
	6.1.3	Au niveau régional, assurer l'harmonisation et la reconnaissance mutuelle de la législation sur la signature électronique ainsi que d'autres réglementations sur la cybercriminalité en vigueur dans les différentes juridictions africaines et, dans la mesure du possible, au niveau international. En ce sens, mettre en place des autorités de certification habilitées à gérer les signatures électroniques. Dans la mesure du possible, assurer une certaine souplesse dans l'utilisation des technologies d'authentification.	Moyen	Moyen terme	Interopérabilité et reconnaissance mutuelle de la signature électronique au niveau régional.	États membres de l'Union africaine
	6.1.4	Adapter le cadre existant de protection des consommateurs au contexte du commerce électronique. Progresser vers l'harmonisation ou la compatibilité avec d'autres juridictions en Afrique.	Élevé	Moyen terme	Adaptation des cadres de protection des consommateurs aux besoins uniques du secteur du commerce électronique.	États membres de l'Union africaine
	6.1.5	Élaborer des lois sur le droit d'auteur prévoyant une utilisation équitable des œuvres protégées, de manière à protéger les droits de propriété intellectuelle, mais aussi à définir les circonstances dans lesquelles l'utilisation sans licence d'œuvres protégées par le droit d'auteur peut être justifiée, par exemple à des fins de reportage, d'enseignement et de recherche.	Moyen	Moyen terme	Contribution des lois sur les droits de propriété intellectuelle à la croissance de l'économie numérique.	États membres de l'Union africaine
	6.1.6	Élaborer le protocole de la ZLECAf sur la protection de la propriété intellectuelle, en gardant à l'esprit que les avantages des droits de propriété intellectuelle devront être étendus à tous les États membres de l'OMC, dans la mesure où l'Accord sur les ADPIC ne prévoit pas d'exceptions pour les accords commerciaux préférentiels régionaux établis après son entrée en vigueur.	Moyen	Moyen terme	Élaboration de lignes directrices solides pour la protection des droits de propriété intellectuelle à l'échelle de l'Union africaine, sur la base du protocole de la ZLECAf.	États membres de l'Union africaine, Communautés économiques régionales

6.2. Renforcer les capacités de mise en œuvre et de suivi des réglementations intégrées aux cadres juridiques pour le cyberspace.	6.2.1	<p>Mettre en place des autorités compétentes en matière de protection des données pour définir les réglementations nationales en matière de protection des données, notamment en ce qui concerne la question du transfert transfrontalier des données. Entreprendre des initiatives de renforcement des capacités des autorités compétentes en matière de protection des données.</p> <p>Examiner les activités entreprises au niveau régional, telle que la proposition de la stratégie de la CAE concernant les salles de contrôle équipées.</p>	Élevé	Moyen terme	Amélioration des capacités des organismes du secteur public, tels que les autorités compétentes en matière de protection des données, à garantir le respect des réglementations.	États membres de l'Union africaine
	6.2.2	Mettre en place des mécanismes de résolution des conflits en ligne ² . À titre de mesure préliminaire, veiller à ce que les plaintes des consommateurs puissent être déposées en ligne. Cette mesure devra être étendue aux niveaux régional et panafricain.	Élevé	Moyen terme	Création d'un mécanisme de résolution des litiges entre les consommateurs et les plateformes de commerce électronique (entreprises) et, par conséquent, réduction de la charge imposée aux systèmes juridiques.	États membres de l'Union africaine
	6.2.3	Créer un organisme de réglementation continental pour harmoniser la réglementation et la mise en œuvre des politiques en matière de droits de propriété intellectuelle aux niveaux national, régional et continental, en travaillant en étroite collaboration avec les gouvernements nationaux, les communautés économiques régionales et les institutions régionales.	Moyen	Moyen terme	Harmonisation des réglementations en matière de droits de propriété intellectuelle offrant une certaine prévisibilité aux détenteurs de droits de propriété intellectuelle, aux vendeurs du commerce électronique, aux places de marché et aux autres parties prenantes.	Commission de l'Union africaine, Communautés économiques régionales, États membres de l'Union africaine
6.3. Sensibiliser les consommateurs aux lois et aux réglementations sur la protection des données, la cybercriminalité et la protection des consommateurs.	6.3.1	Entreprendre la diffusion et la promotion des lois et des réglementations sur la protection des données, la cybercriminalité, la protection des consommateurs, etc. à l'échelle nationale.	Élevé	Moyen terme	Sensibilisation accrue des consommateurs et des entreprises aux droits et aux obligations liés aux réglementations pertinentes.	États membres de l'Union africaine
6.4. Renforcer les politiques et les capacités en matière de cybersécurité, condition préalable au développement des infrastructures de centres de données.	6.4.1	Créer des équipes d'intervention informatique d'urgence (CERT) dans tous les États membres, en les dotant des ressources nécessaires, et instituer des mécanismes visant à renforcer la coopération entre les États membres et les partenaires internationaux sur les questions de cybersécurité.	Moyen	Moyen terme	Renforcement des capacités des pays à répondre aux incidents de cybersécurité.	États membres de l'Union africaine
6.5. Intégrer des normes de réglementation commerciale dans la ZLECAf afin d'améliorer la prévisibilité et la sécurité juridique pour les entreprises qui souhaitent exercer leurs activités à l'échelle internationale.	6.5.1	Incorporer des règlements commerciaux normalisés dans la ZLECAf.	Faible	Long terme	Prévisibilité et sécurité juridique accrues pour les entreprises qui souhaitent exercer leurs activités à l'échelle internationale.	Secrétariat de la ZLECAf États membres de l'Union africaine
	6.5.2	Explorer les alternatives aux signatures électroniques, comme les clauses contractuelles importantes telles que l'heure et le lieu d'envoi et de réception, l'accusé de réception, le lieu où se trouvent les parties et l'utilisation de systèmes de messagerie automatisés. Il peut s'agir d'une technologie neutre ou d'une technologie spécifique (basée sur l'infrastructure à clé publique, par exemple, telle que mise en œuvre par la CEDEAO) (UNECA et. al. , 2019).	Moyen	Court terme	Plus large choix d'options au-delà des signatures électroniques.	Secrétariat de la ZLECAf, États membres de l'Union africaine, communautés économiques régionales

6.6. Renforcer la gouvernance des données.	6.6.1	<p>Veiller à ce que le cadre juridique national sur la protection des données contienne des dispositions spécifiques sur les transferts transfrontaliers de données. La CNUCED recommande aux pays de mettre à la disposition des entreprises une ou plusieurs des options suivantes³ dans le cadre des dispositions relatives au transfert transfrontalier de données :</p> <p>I. Les transferts de données ponctuels, qui répondent à des dérogations ou à des « tests » communs (par exemple les exigences liées à l'exécution d'un contrat, les situations d'urgence, les demandes valides des services répressifs, etc.) ;</p> <p>II. Les transferts de données continus, lorsque la juridiction cible assure un niveau de protection équivalent ;</p> <p>III. Les transferts de données pour lesquels l'entreprise d'origine accepte d'être tenue responsable en cas de violation ;</p> <p>IV. Les transferts de données pour lesquels l'entreprise est liée par un ensemble de règles institutionnelles qui s'appliquent à l'ensemble de ses activités.</p>	Élevé	Moyen terme	<ul style="list-style-type: none"> Protection renforcée des données appartenant aux particuliers et aux entreprises. Définition claire des conditions applicables au transfert transfrontalier de données. 	États membres de l'Union africaine
	6.6.2	Recenser les catégories de données spécifiques qui présentent un intérêt particulier pour les pays (pour des raisons de sécurité nationale, de développement économique, de protection des citoyens, etc.) et les séparer des autres types de flux de données transfrontaliers (UNCTADa, 2021).	Moyen	Moyen terme	Identification de catégories de données permettant d'alimenter les négociations des États membres de l'Union africaine et d'orienter les instruments de promotion de l'investissement.	États membres de l'Union africaine
	6.6.3	Renforcer les mécanismes de dialogue public-privé au niveau national afin de comprendre les besoins de renforcement des capacités du secteur privé en matière de développement des capacités d'intelligence numérique.	Moyen	Moyen terme	Soutien accru aux entreprises locales pour les faire progresser dans la chaîne de valeur des données.	États membres de l'Union africaine
	6.6.4	Améliorer la coordination entre les autorités de lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme en ce qui concerne les mouvements transfrontaliers de données.	Moyen	Moyen terme	Amélioration de la conformité et de la sécurité en matière de lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme.	
	6.6.5	Envisager l'approche préconisée par la Côte d'Ivoire (dans le cadre des initiatives JSI) selon laquelle tout accord sur les règles du commerce électronique devrait inclure un mécanisme similaire à celui de l'AFE, où les pays conviennent d'un ensemble de principes et de mesures communs à mettre en œuvre étape par étape et en fonction de leurs capacités individuelles.	Moyen	Moyen terme	Emergence of a capacity based approach for implementing agree common principles and measures.	États membres de l'Union africaine
	6.6.6	Examiner les exemples de réforme de l'octroi de licences, tels que l'octroi de licences unifiées pour les fournisseurs de services traditionnels et les fournisseurs de services par contournement en Inde, qui reconnaît effectivement que <i>la convergence des services fixes et mobiles ainsi que des communications vocales, par message et par vidéo peut attirer de nouveaux investissements dans le secteur de l'information, des communications et des médias</i> ²¹⁰ .	Faible	Court terme	Création d'une approche basée sur les capacités pour la mise en œuvre de principes et mesures définis conjointement.	États membres de l'Union africaine
	6.6.7	Envisager la création d'un dispositif expérimental pour les données à l'échelle de l'Union africaine, afin de tester les transferts de données transfrontaliers dans un environnement contrôlé. Cette mesure pourrait s'inscrire dans le cadre d'un dispositif expérimental réglementaire plus large visant à mettre à l'essai de telles applications dans l'ensemble de l'écosystème du commerce électronique.	Élevé	Moyen terme	Enhanced	États membres de l'Union africaine Commission de l'Union africaine Communautés économiques régionales

208 (UNCTAD, 2016)

209 (Meltzer & Lovelock, Regulating for a digital economy: Understanding the importance of cross-border data flows in Asia, 2018)

	<p>6.6.8 Élaborer des critères cohérents pour déterminer si le niveau de protection des données à caractère personnel dans le cadre réglementaire de protection des données d'un autre pays de l'Union africaine, ou d'un pays non membre de l'Union africaine, est suffisant.</p>	Moyen	Moyen terme	Harmonisation des politiques de protection des données au sein de l'Union africaine.	Commission de l'Union africaine, Communautés économiques régionales
	<p>6.6.9 Veiller à la clarté du champ d'application et des définitions dans les réglementations africaines, les lacunes en la matière s'avérant causer des violations non négligeables des règles par les entreprises. Il convient, entre autres, de clarifier la définition des données personnelles¹ et des données non personnelles, et préciser ce que signifie exactement le stockage et le traitement des données au niveau « local ».</p>	Élevé	Court terme	Meilleure compréhension par les décideurs, le secteur privé et les autres parties prenantes du champ d'application et des définitions des éléments de protection des données propres aux États membres de l'Union africaine.	États membres de l'Union africaine
	<p>6.6.10 Entreprendre des initiatives de renforcement des capacités sensibilisant les décideurs politiques aux questions relatives aux politiques de données. Pour ce faire, il convient de dispenser des formations distinctes, ou une formation globale sur l'écosystème du commerce électronique ou sur le cadre juridique pour le cyberspace.</p>	Élevé	Court terme	Meilleure compréhension du potentiel des données par les responsables politiques.	DPs, États membres de l'Union africaine

210 L'OCDE note par exemple que les données à caractère personnel englobent elles-mêmes de nombreux types de données qui méritent d'être distinguées et traitées différemment selon les cas, compte tenu des différences de contexte et de niveau de risque associées à leur collecte, à leur traitement et à leur utilisation. Le Règlement général sur la protection des données de l'UE, par exemple, offre une protection élevée pour certaines catégories de données à caractère personnel, souvent considérées comme sensibles, en interdisant expressément leur traitement (sauf si certaines conditions sont remplies) (OECD, 2020).

7. DIGITAL ENTREPRENEURSHIP

Objectif stratégique	Activité	Niveau de priorité	Échéance	Résultat escompté	Responsable(s) de la mise en œuvre
7.1. Accélérer les campagnes nationales de renforcement des aptitudes à se servir des outils numériques.	7.1.1. Élargir les campagnes nationales visant à promouvoir les aptitudes à se servir des outils numériques, et intégrer cet aspect dans le programme de développement national. Les efforts en matière de promotion des aptitudes à se servir des outils numériques doivent cibler diverses parties prenantes, notamment les jeunes, les citoyens âgés, le secteur public, les commerçants et le grand public.	Élevé	Court terme	Amélioration de l'adoption par les consommateurs et par les microentreprises et PME des contenus et services numériques, favorisant indirectement la croissance du commerce électronique, tant dans les zones urbaines que rurales.	États membres de l'Union africaine, Communautés économiques régionales
	7.1.2. Mener des programmes (pilotes) de transition de l'action hors ligne à l'action en ligne, axés sur certains secteurs. Se concentrer sur les entreprises gérées par des femmes et des jeunes.	Élevé	Court terme	Accélération de la croissance des microentreprises et des PME ayant une présence en ligne et participant au commerce électronique, en commençant par les secteurs ayant une forte capacité d'absorption du commerce électronique, tels que le tourisme, l'agro-industrie, etc.	États membres de l'Union africaine, communautés économiques régionales, partenaires de développement
	7.1.3. Mettre en place un groupe de formateurs nationaux chargés de dispenser des formations sur le commerce électronique (au moyen d'une approche pratique appliquée sur une période donnée) à un ensemble d'entreprises hors ligne présentant un seuil minimal de préparation au commerce électronique.	Moyen	Court terme	Augmentation des possibilités pour les microentreprises et PME de demander conseil sur le développement de leur présence en ligne et de comprendre les principes fondamentaux du commerce électronique.	États membres de l'Union africaine, communautés économiques régionales, partenaires de développement
7.2. Entreprendre des études sur les futurs besoins de compétences	7.2.1. Établir des conseils sectoriels de compétences (ou des plateformes de discussion public-privé de nomenclature similaire) pour les domaines des technologies de l'information et des communications, du commerce électronique et de l'économie numérique, afin de fournir un forum dédié aux décideurs politiques, aux fournisseurs de compétences et à l'industrie leur permettant de discuter de manière constructive des besoins actuels et futurs du secteur privé. Ces conseils peuvent être mis en place au niveau national comme au niveau régional.	Élevé	Court terme	Meilleur alignement entre les institutions de formation et les besoins émergents de l'industrie.	États membres de l'Union africaine
7.3. Réviser le cadre national des compétences pour les technologies de l'information.	7.3.1. Réviser le cadre national des compétences pour l'éducation aux technologies de l'information. Mener une enquête approfondie sur les déséquilibres de compétences entre le cadre de développement des compétences et l'industrie dans le secteur du commerce électronique, et veiller à ce que les recommandations soient intégrées dans les stratégies et feuilles de route correspondantes.	Élevé	Court terme	Réduction du déséquilibre de compétences entre les fournisseurs de compétences et les exigences de l'industrie.	États membres de l'Union africaine, Communautés économiques régionales

7.4. Renforcer les compétences et les infrastructures entrepreneuriales au service du commerce électronique.	7.4.1	<p>Dans les pays où la maturité de l'écosystème du commerce électronique a atteint un certain seuil, envisager le développement de parcs de commerce électronique dirigés par un partenariat public-privé qui fourniraient une gamme de services commerciaux, techniques et financiers, et éventuellement des avantages fiscaux ou des subventions.</p> <p>- Ces parcs de commerce électronique pourraient comprendre les éléments suivants :</p> <p>- Des pôles d'activité permettant aux PME de mener leurs activités dans un espace commun ;</p> <p>- Des services partagés pour l'entretien des bureaux, l'impression, la mise à disposition de salles de réunion/de réflexion, etc. ;</p> <p>- Des capacités d'Internet à haut débit ;</p> <p>- Une plateforme logistique offrant des services d'entreposage partagé entre plusieurs clients, des services de gestion des stocks ainsi que des services d'exécution de bout en bout adaptés aux opérations de commerce électronique ;</p> <p>- Des espaces d'apprentissage et de formation.</p>	Élevé	Moyen terme	Création de centres d'excellence pour le commerce électronique permettant aux PME (dont le degré de préparation est relativement élevé) d'accéder à un ensemble de services d'infrastructure et de soutien technique.	États membres de l'Union africaine, communautés économiques régionales, partenaires de développement
	7.4.2	Encourager les organismes de promotion de l'innovation, tels que les accélérateurs d'entreprises.	Élevé	Court terme	Amélioration de l'environnement commercial pour les pépinières d'entreprises et autres créateurs d'écosystèmes d'innovation, afin de faciliter leur implantation et leur expansion.	États membres de l'Union africaine
	7.4.3	Envisager la mise en place de dispositifs d'expérimentation réglementaire pour le commerce électronique afin de tester et de mettre à l'échelle de nouveaux modèles dans les États membres de l'Union africaine.	Élevé	Moyen terme	Adoption accélérée de divers modèles de commerce électronique dans les États membres de l'Union africaine.	États membres de l'Union africaine
	7.4.4	Soutenir le développement des associations du secteur du commerce électronique et leur donner des moyens d'agir en les associant aux discussions public-privé visant à élaborer des politiques et à favoriser la croissance globale du secteur.	Moyen	Long terme	Promotion du commerce électronique et lancement d'une gamme de services de soutien aux entreprises de commerce électronique actuelles et futures.	États membres de l'Union africaine
	7.4.5	Envisager de mettre en place des labels de confiance (accordés au niveau national ou, de préférence, régional ou panafricain) pour les sites Web.	Faible	Moyen terme	Marque de confiance pour les consommateurs, indiquant que le site Web répond à un ensemble de critères de base définis comme étant les meilleures pratiques en matière de sécurité, de protection des données et d'autres aspects.	E-commerce associations

8. ENVIRONNEMENT COMMERCIAL POUR L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

Objectif stratégique	Activité	Niveau de priorité	Échéance	Résultat escompté	Responsable(s) de la mise en œuvre
8.1. Procéder à un examen détaillé du cadre de développement des PME et améliorer leur alignement sur l'économie numérique.	8.1.1. Réviser et mettre à jour le cadre national de développement des PME en tenant compte des principes de l'économie numérique. Il est primordial de mettre en place des stratégies et des politiques d'aide au développement des microentreprises et des PME, et d'y intégrer les PME du commerce électronique. Dans la mesure du possible, le cadre doit soutenir les mesures d'incitation fournies sous la forme de régimes d'incitation (fiscaux et autres) pour les microentreprises et les PME, et prévoir l'application de ces mesures aux microentreprises et aux PME du secteur du commerce électronique.	Élevé	Court terme	Instauration d'un environnement commercial propice aux entreprises de commerce électronique. Accélération de la transition numérique des microentreprises et des PME.	États membres de l'Union africaine
8.2. Réviser les principales réglementations concernant les PME numériques et harmoniser les réglementations au niveau régional	8.2.1. Revoir les processus, de l'enregistrement et de l'octroi de licences à la taxation et à la liquidation des entreprises, afin de garantir qu'ils sont adaptés au dynamisme de l'économie numérique, et publier toutes les directives dans un format facilement accessible	Élevé	Court terme	Alignement des procédures administratives sur la dynamique du secteur du commerce électronique et de l'économie numérique.	États membres de l'Union africaine
	8.2.2. Mettre en place une fonctionnalité d'enregistrement des entreprises et d'octroi de licences entièrement en ligne pour les entreprises, de préférence dans le cadre d'un système national de guichet unique.	Élevé	Moyen terme	Facilitation de la création d'entreprise en ligne et de l'obtention de licences.	États membres de l'Union africaine/ Organisme responsable de la mise en place d'un guichet unique
	8.2.3. Renforcer le cadre de la facturation électronique, promouvoir la facturation électronique au sein des juridictions nationales et progresser vers une facturation électronique interopérable par le secteur privé, acceptable et interopérable au-delà des frontières.	Faible	Moyen terme	Facilitation de l'émission de factures électroniques au sein des juridictions nationales et au niveau régional.	Commission de l'Union africaine, Communautés économiques régionales, États membres de l'Union africaine
	8.2.4. Examiner les possibilités de faciliter la reconnaissance mutuelle des PME numériques au sein des communautés économiques régionales afin qu'elles puissent mener leurs activités relativement facilement au-delà des frontières.	Moyen	Moyen terme	Capacité des entreprises numériques à opérer librement au-delà des frontières et d'accéder à des marchés plus vastes.	Communautés économiques régionales, États membres de l'Union africaine
8.3. Améliorer l'accès au financement pour les entreprises de commerce électronique	8.3.1. À moyen terme, envisager la possibilité d'accorder des garanties de prêt spécifiques au commerce électronique pour faciliter les transactions de ce type. Ces garanties de prêt pourront être utilisées à la fois par les entreprises de commerce électronique et par les grands acheteurs commerciaux qui souhaitent effectuer des transactions de grande envergure. Les institutions financières transmettront les demandes de prêt à un fonds de garantie de crédit spécifiquement créé à cet effet. Les cas de la Chine et de la Corée peuvent servir d'exemple.	Faible	Long terme Remarque : à l'heure actuelle, l'environnement commercial des pays africains n'est pas propice à de tels projets	Amélioration de l'accès au financement pour les entreprises numériques.	États membres de l'Union africaine/Banques centrales, ministères des finances

8.4. Revoir les réglementations fiscales aux niveaux national et régional	8.4.1.	Envisager d'instaurer un allègement fiscal à moyen terme (3 à 5 ans) pour les entreprises de commerce électronique ou pour toute entreprise dont les revenus proviennent de paiements numériques. Cela permettra d'inciter les commerçants et les entreprises à entreprendre des transactions de paiement numérique. Les entreprises peuvent désigner un compte bancaire spécifique pour la réception des paiements numériques pour permettre aux entreprises fiscales d'estimer la valeur de ces transactions.	Élevé	Court terme	Meilleure incitation des microentreprises et PME à s'engager dans des transactions numériques, notamment en matière d'acceptation des paiements numériques.	États membres de l'Union africaine
	8.4.2.	Réviser les réglementations fiscales nationales pour les adapter aux places de marché du commerce électronique. Ces règles doivent être adaptées pour que le revenu imposable des places de marché corresponde aux commissions plutôt qu'aux ventes brutes (puisque celles-ci incluent les paiements transmis aux fournisseurs).	Élevé	Court terme	Adaptation du régime fiscal aux entreprises du commerce électronique, en particulier aux places de marché.	États membres de l'Union africaine
	8.4.3.	Travailler à l'élaboration d'une position africaine uniforme en matière de fiscalité numérique. Promouvoir des discussions actives au sein des groupes régionaux, notamment l'ATAF et les forums d'administration fiscale en Afrique de l'Ouest et en Afrique de l'Est. Le Comité technique sur la TVA établi dans le cadre de l'ATAF doit étudier et proposer des directives techniques sur la TVA liée au commerce électronique.	Élevé	Moyen terme	Meilleure compréhension, au niveau politique, des subtilités liées à la fiscalité numérique, favorisant en fin de compte l'obtention d'un consensus.	Communautés économiques régionales, Forum sur l'administration fiscale africaine
	8.4.4	Réviser les allègements fiscaux et les réductions d'impôts pour les smartphones et les technologies de l'information et des communications importés au niveau national. En parallèle, soutenir le développement de services de réparation pour les équipements informatiques et l'élimination sûre des déchets afin de réduire l'impact environnemental.	Moyen	Moyen terme	Amélioration de l'accessibilité financière et de la durabilité des dispositifs et des équipements informatiques importés, susceptibles de stimuler la croissance du secteur.	États membres de l'Union africaine
	8.4.5	Les pays peuvent tirer parti de la TVA5 pour taxer les transactions numériques, en se concentrant sur les points suivants : a. Renforcer les législations en matière de TVA en définissant clairement ce qui constitue des services numérisés ; b. Étendre les régimes de TVA pour inclure des services numériques plus complexes et des utilisations telles que le commerce électronique. Cette démarche est déjà prévue au Ghana, au Kenya, au Nigéria, en Ouganda, au Rwanda et au Sénégal ; c. Maintenir des seuils de TVA raisonnables afin de réduire au minimum les formalités administratives et de prendre en compte les avantages de certains services numériques pour l'économie ; Envisager un mécanisme simplifié de collecte et de contrôle pour les prestataires de services afin d'encourager le respect des règles, y compris des systèmes d'enregistrement à distance.	Moyen	Court terme	Amélioration de la collecte des recettes pour les gouvernements nationaux grâce à une fiscalité équitable.	États membres de l'Union africaine
	8.4.6	Envisager de soutenir les propositions déposées par le G24 en faveur d'une « répartition fractionnée »6, qui affecte les bénéficiaires sur la base des activités réelles dans chaque pays, au lieu de privilégier, comme c'est le cas actuellement, les sièges sociaux des entreprises multinationales. D'autres propositions mises en avant par l'Inde dans le cadre de sa législation nationale peuvent également être prises en considération.	Moyen	Moyen terme	Contrôle préalable et discussions menant à un renforcement de la position africaine sur la fiscalité des entreprises multinationales.	États membres de l'Union africaine
	8.4.7	Au niveau des États membres de l'Union africaine, promouvoir certains services jugés nécessaires à la transition numérique des microentreprises et PME locales. Ils peuvent évaluer soigneusement l'ampleur de la contribution qu'un service numérique donné apporte à des secteurs émergents, tels que les entreprises de commerce électronique, et accorder des mesures d'incitation limitées dans le temps, telles que des abattements fiscaux, au cas par cas, selon les avantages que procurent ces services en termes de développement. On peut citer à titre exemple les services comme Instagram, qui servent aux PME d'outil de marketing numérique leur permettant de promouvoir leurs activités sur les marchés internationaux	Élevé	Court terme	Accès fiable des entreprises africaines de commerce électronique aux services à valeur ajoutée fournis par les PME numériques.	États membres de l'Union africaine

212 L'avantage des recettes basées sur la TVA est que la plupart des pays sont déjà dotés d'un système de collecte de l'impôt basé sur la TVA, qui peut être renforcé pour s'adapter à des services numériques plus complexes, tels que le commerce électronique, à court terme.

213 Cité dans (Ndajiwo, 2020)

9. PROMOTION DES INVESTISSEMENTS

Objectif stratégique	Activité	Niveau de priorité	Échéance	Responsable(s) de la mise en œuvre	
9.1. Aligner les régimes d'investissement sur les besoins de l'économie numérique	9.1.1. Revoir les régimes de promotion de l'investissement et de suivi pour les aligner sur les besoins de l'économie numérique et mettre à jour le cadre réglementaire en ce qui concerne les mesures incitatives et les réglementations. Pour chaque composante de l'écosystème, il convient de définir des priorités d'investissement au niveau national, sur lesquelles les organismes d'investissement pourront s'appuyer pour élaborer leurs initiatives de promotion et de suivi des investissements. Encourager les modèles d'investissement tels que les coentreprises	Moyen	Moyen terme	Adaptation des régimes de promotion de l'investissement aux besoins des secteurs du commerce électronique des États membres de l'Union africaine.	États membres de l'Union africaine/Organisme de promotion de l'investissement
9.2. Veiller à ce que les informations destinées aux investisseurs soient mises à jour.	9.2.1. Mettre en place des réglementations et des mesures incitatives précises et récentes sur les sites Web officiels afin de clarifier la situation pour les investisseurs. Les coordonnées des points de contact doivent également être fournies afin de faciliter les transactions. Veiller à ce que les informations relatives aux réglementations et aux mesures incitatives destinées aux investisseurs et disponibles sur les sites Web officiels soient mises à jour et exactes.	Élevé	Court terme	Mise à disposition d'informations claires et actualisées qui aideront les investisseurs à effectuer leurs contrôles préalables.	États membres de l'Union africaine/Investment promotion agency
9.3. Promouvoir activement les possibilités d'investissement spécifiques au commerce électronique	9.3.1. Donner la priorité aux investissements dans les domaines suivants : Sous-traitance de services logistiques et d'exécution, y compris de services de logistique inverse ; Mise en place de plateformes logistiques dotées de vastes espaces d'entreposage partagés par plusieurs clients, associées à des processus professionnels de gestion des stocks ainsi qu'à des services d'exécution de bout en bout adaptés aux opérations des places de marché ; Services d'emballage ; Opérateurs spécialisés dans les technologies financières, y compris les services de séquestre et de prestation de services de paiement.	Élevé	Moyen terme	Accès aux infrastructures essentielles qui seront nécessaires au développement du secteur du commerce électronique.	États membres de l'Union africaine/Organisme de promotion de l'investissement

Annex

Définition et diagramme des processus du commerce électronique

Le schéma ci-dessous illustre les processus et les étapes typiques d'un écosystème de commerce électronique. Il permet de mieux structurer l'analyse du secteur du commerce électronique en Afrique dans sa globalité. Utiliser ce schéma comme outil d'analyse permet, en effet, de s'assurer que les intérêts et les besoins du bénéficiaire final du projet (les PME qui participent déjà ou qui souhaitent participer au commerce électronique) restent au centre des préoccupations.

Le diagramme de processus ci-dessous constitue une représentation simplifiée, et non une cartographie exacte des modèles existants en Afrique. En effet, il existe en réalité une grande variété de modèles de commerce électronique (places de marché, microentreprises, dropshipping, etc.). Les composantes du commerce électronique qui figuraient dans un schéma précédemment établi sont reprises dans le présent diagramme. La plupart de ces composantes concernent l'ensemble des processus.

Définition et champ d'application du commerce électronique

Aux fins de la présente Stratégie, la définition que donne l'OCDE du commerce électronique et des transactions électroniques est utilisée. L'Union africaine s'aligne également sur cette définition.

Tableau 13 : Définition du commerce électronique par l'OCDE

Définition du commerce électronique par l'OCDE	Indications relatives à l'interprétation de la définition
<p>Une transaction de commerce électronique est la vente ou l'achat de biens ou de services, effectués sur des réseaux informatiques par des méthodes spécifiquement conçues pour recevoir ou passer des commandes. Les biens ou services sont commandés par ces méthodes, mais le paiement et la livraison finale des biens ou services n'ont pas à être effectués en ligne. [...]</p>	<p>Elle comprend : les commandes effectuées sur des pages Web, des Extranets ou des réseaux d'échange de données électroniques. La catégorie dépend de la méthode utilisée pour passer la commande.</p> <p>Elle ne comprend pas : les commandes passées par téléphone, par fax ou par courrier électronique tapé à la main.</p>

Description des processus

1. **Production/approvisionnement en produits** : Les microentreprises et PME gèrent leurs processus de production ou s'approvisionnent en produits auprès de fournisseurs.

Entreposage/gestion des stocks : Les produits reçus sont ensuite stockés et classés. Les stocks sont organisés et entreposés (en tant qu'unités de gestion des stocks) dans des bacs ou entrepôts organisés. Il est essentiel de procéder à un entreposage approprié pour assurer l'efficacité du traitement des commandes. Il convient de souligner que l'entreposage des opérations de commerce électronique est très différent de l'entreposage utilisé dans la logistique traditionnelle.

2. **Développement de la présence numérique** : Les microentreprises et PME doivent prendre une décision stratégique quant au modèle à suivre. Elles peuvent choisir de développer, en ligne, leurs propres boutiques de commerce électronique ou de participer à des places de marché. Il existe également des solutions telles que les logiciels prêts à l'emploi, qui peuvent être connectés à des sites Web pour fournir des capacités transactionnelles de commerce électronique. Par ailleurs, certaines plateformes, telles que Shopify, proposent aux entreprises, sur abonnement, des solutions de boutiques en ligne reposant sur des modèles.
3. **Navigation et passage de la commande par les consommateurs** : Les consommateurs parcourent le site Web ou le catalogue en ligne de l'entreprise de commerce électronique et passent une commande en ligne.
4. **Paiements** : Les paiements peuvent être effectués en ligne à tout moment entre la passation de la commande et sa livraison, ou en personne et en espèces à la livraison. Les moyens de paiement numériques comprennent l'argent mobile, les cartes de crédit, les virements bancaires (et peut-être,

à l'avenir, les crypto-monnaies). Dans sa définition du commerce électronique, l'OCDE considère toujours le paiement à la livraison comme relevant du commerce électronique afin de tenir compte des contextes des pays en développement, comme en Afrique, où l'argent liquide reste la forme de paiement prédominante.

5. **Exécution des commandes (traitement des commandes et récupération, emballage et expédition)** : L'exécution de la commande est déclenchée par la passation de la commande. Les produits sont « récupérés », emballés ou étiquetés, puis expédiés aux clients. Les interfaces dotées d'un logiciel de gestion des stocks deviennent ici très pertinentes, l'alternative étant les listes de contrôle manuelles. Il existe trois principaux modèles d'exécution des commandes : l'exécution automatique, le dropshipping (qui gagne du terrain, notamment en Afrique du Sud) et la sous-traitance de services logistiques et d'exécution.

L'exécution des commandes englobe également les procédures administratives auprès des autorités douanières et tout autre formalité nécessaire à l'exportation.

6. **Logistique de livraison (nationale et transfrontalière)** :

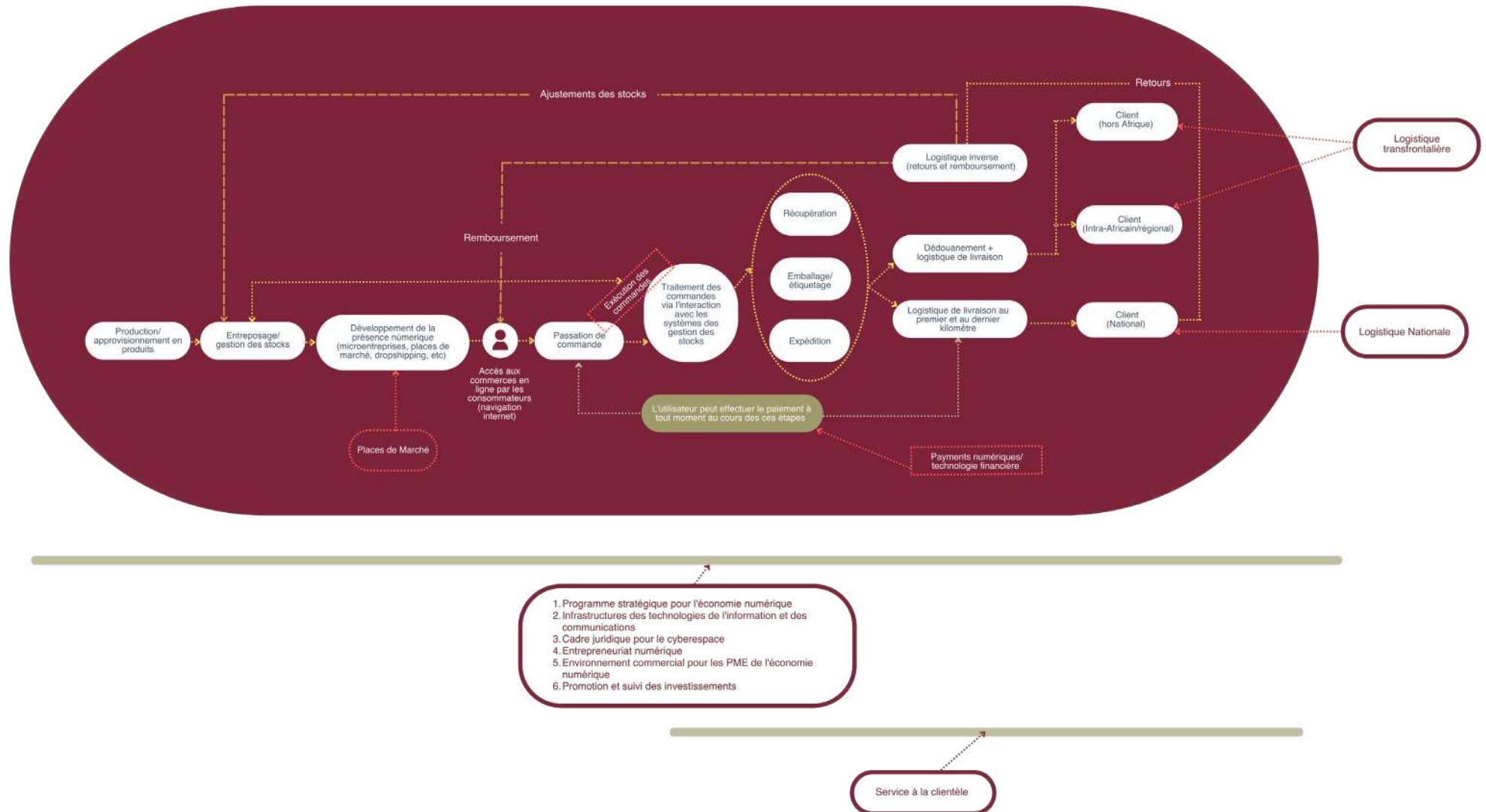
- a. **Livraison au premier kilomètre** : mouvement depuis les entrepôts des détaillants ou des sous-traitants jusqu'au prestataire de services de livraison (poste ou entreprise de messagerie). Cette étape comprend l'adressage et l'étiquetage, la création d'étiquettes automatisée/fondée sur des technologies, la gestion de la relation client, l'emballage et la planification des ramassages.

- b. **Livraison au dernier kilomètre** : livraison finale au consommateur final. Ce processus peut impliquer une chaîne de services de prestataires de services qui se termine par des services de transport locaux. Au nombre des considérations que les entreprises doivent impérativement garder à l'esprit lors de ce processus figurent les questions d'adressage physique, la coordination entre les services de livraison principaux et les services de transport locaux en sous-traitance, la gestion des changements de commande concernant une livraison en cours, la gestion des marchandises rejetées/modifiées à la livraison, les problèmes de suivi et de traçabilité en cas de transport local, et l'augmentation du recours à l'externalisation ouverte des fournisseurs locaux par les entreprises de livraison principales.

Il convient de noter que pour le commerce transfrontalier, les domaines logistiques combinés de l'exécution des commandes et de la livraison transfrontalière peuvent être beaucoup plus complexes que pour les expéditions infranationales. En Afrique, les difficultés rencontrées, telles que la méconnaissance du commerce international par les entreprises, les problèmes de transport routier, les problèmes de dédouanement et la multiplication des opérateurs de livraison ont pour conséquence de limiter les activités de commerce transfrontalier des entreprises de commerce électronique individuelles.

7. **Logistique inverse (retours et remboursements) :** Les retours font partie du quotidien des entreprises de commerce électronique et l'on estime que 30 % de tous les produits vendus au détail en ligne sont renvoyés au vendeur. Les entreprises doivent donc élaborer des stratégies appropriées pour gérer les demandes de retour, un processus qui peut devenir assez complexe dans le cas de ventes transfrontalières. Les entreprises de commerce électronique doivent soit gérer elles-mêmes l'ensemble du processus de retour, soit faire appel à des entreprises tierces pour les aider.
8. **Assistance et service à la clientèle :** Le service à la clientèle est essentiel tout au long du cycle de la transaction, y compris avant et après la vente.

Figure 14 : Diagramme des processus du commerce électronique de haut niveau



Source : Auteur

Tables des illustrations

Liste des Figures

Figure 1: Cadre de l'écosystème	13
Figure 2: Composition de exportation en Afrique	15
Figure 3: Part régionale de la population mondiale dans son ensemble et de la population mondiale non inscrite dans les registres (estimation concernant l'année 2018)	33
Figure 4 : Principales places de marché	41
Figure 5: Adoption des cartes par rapport à l'argent mobile (en pourcentage de la population adulte)	49
Figure 6: Principaux acteurs de la technologie financière – considérations clés pour chacun d'entre eux	50
Figure 7: Adoption des paiements en ligne par les consommateurs	51
Figure 8 : La technologie financière africaine : possibilités et défis existants	52
Figure 9 : Facilitation du commerce numérique et durable en Afrique (2019)	58
Figure 10 : Modes de livraison et accès aux services postaux	60
Figure 11 : Résultats de l'indice 2IPD : Afrique	60
Figure 12 : Principaux indicateurs de l'utilisation d'Internet	74
Tableau 13 : Cadre juridique pour le cyberespace au niveau des communautés économiques régionales	78
Figure 14 : Diagramme des processus du commerce électronique de haut niveau	128

Liste des Tableaux

Tableau 1: Taux de croissance – exportations totales de marchandises	15
Tableau 2: Exportations numériques	16
Tableau 3: Performances régionales pour l'indice de la CNUCED sur le commerce électronique entre entreprises et consommateurs (ECL), 2020	23
Tableau 4: Initiatives stratégiques des communautés économiques régionales liées au commerce électronique	28
Tableau 5: Catégories de problématiques relatives au commerce électronique dans les accords commerciaux régionaux	31
Tableau 6: Destination des expéditions des places de marché africaines et internationales	44
Tableau 7: Les 15 normes de l'OMD pour le commerce électronique transfrontalier	63
Tableau 8 : Initiatives de préparation opérationnelle au commerce électronique et de préparation au numérique lancées par l'UPU	68
Tableau 9 : Statistiques relatives aux services mobiles dans certains pays	71
Tableau 10 : Cadre juridique pour le cyberespace en Afrique	77
Tableau 11 : Exemples d'accords multilatéraux :	83
Tableau 12 : Doing Business 2020	93
Tableau 13 : Chiffres clés des investissements en faveur des jeunes pousses africaines de certains secteurs	103
Tableau 14 : Définition du commerce électronique par l'OCDE	126

Tables des illustrations

Liste des encadrés

Encadré 1: Le commerce numérique dans les accords commerciaux asiatiques	31
Encadré 2: Arguments pour et contre la pérennisation du moratoire sur les transmissions électroniques	33
Encadré 3: L'initiative « Identification pour le développement » (ID4D) de la Banque mondiale	36
Encadré 4: Création d'un Marché unique du transport aérien africain	59
Encadré 5 : Importance des services postaux dans l'inclusion numérique	69
Encadré 6 : L'initiative « Smart Africa »	72
Encadré 7 : Les points d'échange Internet	75
Encadré 8 : Les makerspaces et leur popularité croissante dans l'économie numérique	89
Encadré 9 : L'essor des développeurs et des talents numériques en Afrique — principaux points à retenir	90
Encadré 10 : Taxes sur les transmissions électroniques/biens incorporels (y compris les produits numériques)	99

Références Bibliographiques

(s.d.). Récupéré sur <https://xalamanalytics.com/research/investor-reports/the-african-data-center-boom-2018/>

(s.d.). Récupéré sur <https://www.pwc.com/gx/en/about/assets/ec-proposals-digital-taxation.pdf>

(s.d.). Récupéré sur https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/company-tax/fair-taxation-digital-economy_en

Choudary, S., Lamb, J., & Marais, K. (2021). Can Africa take the platform economy forward?

Choudary, S., Lamb, J., & Marais, K. (s.d.). Can Africa take the platform economy forward?

Africa Fintech Summit. (2020). Africa Fintech State of the Industry 2020.

Africa Growth Initiative. (2020). Bolstering Africa's role in the global economy. Foresight Africa: Top priorities for the continent 2020-2030.

African Union. (2018). Report of the African Union E-commerce Conference. African Union.

African Union. (2019). Draft Report of the 2nd African Union E-Commerce Conference. African Union.

African Union. (2020, Dec 8). Africa calls for international taxatooon systems reforms as it forges a common position on digital taxation. Press Release No: 159/2020 .

African Union. (December 2020). Briefing for the Ministers on taxing the digital economy and the global tax debate. Addis Ababa.

Africinvest. (2016). Africa and the global fintech revolution. Récupéré sur <https://www.africinvest.com/document/africa-and-the-global-fintech-revolution.pdf>

Amurgo-Pacheco, A., & Pierola, M. (2008). Patterns of Export Diversification in Exporting Countries: Intensive and Extensive margins. Policy research working paper No. 4473.

Andrenelli, A. a. (2019). Electronic transmissions and international trade - shedding new light on the moratorium debate. Paris: OECD Publishing. doi:<https://doi.org/10.1787/57b50a4b-en>.

Andrenelli, A., & González, J. (2019). Electronic transmissions and international trade - shedding new light on the moratorium debate. Paris: OECD Publishing. doi:<https://doi.org/10.1787/57b50a4b-en>.

- Banga, K., Gharib, M., Mendez-Parra, M., & Macleod, J. (2021). E-commerce in preferential trade agreements. Implications for African firms and the AfCFTA. ODI et. al.
- Banga, K., Gharib, M., Mendez-Parra, M., & Macleod, J. (2021). E-commerce in preferential trade agreements. Implications for African firms and the AfCFTA. ODI et al.
- BCG. (2019). How Online Marketplaces Can Power Employment in Africa. BCG.
- Brenton, P., & Newfarmer, R. (2007). Watching more than the Discovery channel: Export cycles and Diversification in Development. Policy Research Working Paper No.4302.
- Brookings. (2019). Intra-African trade: A path to economic diversification and inclusion. Récupéré sur <https://www.brookings.edu/research/intra-african-trade-a-path-to-economic-diversification-and-inclusion/>
- Disrupt Africa. (2020). African Tech Startups. Funding report 2020.
- Disrupt Africa. (2020). African Tech Startups. Funding report 2020.
- Ecommerce Forum Africa. (2019). The Ecommerce Forum Africa 'White Paper' on the role of Ecommerce in the AfCFTA. Ecommerce Forum Africa.
- Elms, D. (2020). Advancing Digital Trade in Asia. Global Future Council on International Trade and investment. World Economic Forum.
- Erasmus, G. (2019). The AfCFTA as a Strategy and a Design. Tralac.
- Erasmus, G. (2019). What happens to the RECs once the AfCFTA is in force? Tralac.
- E-Trade For All. (s.d.). Récupéré sur <https://etradeforall.org/logistics-update-africa-getting-past-the-hurdles-to-the-last-mile/>
- Forbes. (2020, 9 2). Digital Taxation In Africa: Safety In Numbers? Récupéré sur <https://www.forbes.com/sites/taxnotes/2020/09/22/digital-taxation-in-africa-safety-in-numbers/?sh=154ce43931a7>
- Fosu, A. (2002). The global Setting and African Economic Growth. Journal of African Economies, 282-310.
- G24 Working Group on Tax Policy and International Tax Cooperation. (2019). Proposal for addressing tax challenges arising from digitalisation. G24.
- Google, IFC. (2020). e-Conomy Africa 2020. Africa's \$180 billion internet economy future.
- Google, IFC. (2020). e-Conomy Africa 2020. Africa's \$180 billion internet economy future. Google, IFC.
- GSMA. (2018). Cross-Border Data Flows: Realising benefits and removing barriers.
- GSMA. (2020). The mobile economy sub-saharan Africa 2020. Récupéré sur Available at https://www.gsma.com/mobileeconomy/wp-content/uploads/2020/09/GSMA_MobileEconomy2020_SSA_Eng.pdf
- Ismail, Y. (2020). Mobilising E-Commerce for Development in Africa through AfCFTA. CUTS International.
- Ismail, Y. (s.d.). Mobilising E-Commerce for Development in Africa through AfCFTA. CUTS International.
- ITC. (2020). Business and policy insights: Mapping e-Marketplaces in Africa.
- ITC/ecomConnect. (2020). Making B2B e-commerce work for Africa: introducing a case series to understand the learning and opportunities in Africa.
- ITU. (2018). Digital Skills Toolkit.
- Jieun Choi, M. A. (2019). The Future of Work in Africa Harnessing the Potential of Digital Technologies for All. A Companion to the World Development Report 2019 on the Changing Nature of Work. AFRICA DEVELOPMENT FORUM.
- Kende, M. (2020). Anchoring the African Internet Ecosystem: Lessons from Kenya and Nigeria's Internet Exchange Point Growth. Internet Society. Récupéré sur <https://www.internetsociety.org/wp-content/uploads/2020/06/Anchoring-the-African-Internet-Ecosystem-Lessons-from-Kenya-and-Nigeria.pdf>
- Kende, M. (2020). Anchoring the African Internet Ecosystem: Lessons from Kenya and Nigeria's Internet Exchange Point Growth. Récupéré sur Internet Society: <https://www.internetsociety.org/wp-content/uploads/2020/06/Anchoring-the-African-Internet-Ecosystem-Lessons-from-Kenya-and-Nigeria.pdf>
- Kinda, T. (2019). E-commerce as a Potential New Engine for Growth in Asia. IMF Working Paper, WP/19/135.
- Mastercard Foundation. (s.d.). Micro-entrepreneurs in the Platform Era. Récupéré sur <https://mse.financedigitalafrica.org/2019/01/summary-and-next-steps-for-design-and-business-models/>
- Meltzer, J. P., & Lovelock, P. (2018). Regulating for a digital economy: Understanding the importance of cross-border data flows in Asia. Brookings.
- Meltzer, J. P., & Peter, L. (2018). Regulating for a digital economy: Understanding the importance of cross-border data flows in Asia. Brookings.
- Ndajiwo, M. (2020). The Taxation of the Digitalised Economy: An African Study. ICTD Working Paper 107.
- OECD. (2020). Mapping approaches to data and data flows. Report for the G20 Digital Economy Taskforce. Saudi Arabia.
- OECD. (2020). Mapping approaches to data and data flows. Report for the G20 Digital Economy Taskforce. Saudi Arabia: OECD.
- researchICTsolutions. (2020). Final Report: CONSULTANCY SERVICES TO UNDERTAKE A SITUATIONAL ANALYSIS OF DIGITAL TRADE AND DIGITAL ECONOMY IN AFRICA.
- Simon, J. G. (2020). E-commerce: what have small developing countries prioritised in trade agreements? CUTS Briefing Paper. Geneva: CUTS International.

- Suiminen, K. (2018). Expanding developing country small businesses' use of online platforms for trade. USAID.
- T, A. (2019). The African continental Free Trade Agreement: Opportunities and Challenges. CUTS International.:
- Tempest, A. (2020). The Digital Economy and Ecommerce in Africa – Drivers of the African Free Trade Area? SAIIA. SAIIA. Récupéré sur The Digital Economy and Ecommerce in Africa: Drivers for the African Free Trade Area?: <https://saiia.org.za/research/the-digital-economy-and-e-commerce-in-africa-drivers-for-the-african-free-trade-area/>
- Tempest, A., & Chivunga, M. (s.d.). Digital Disruption in Africa: Mapping Innovations for the AfCFTA in Post-COVID Times. SAIIA Occasional Paper No 317.
- Thakur, D., & Potter, L. (2018). Universal Service and Access Funds: An Untapped Resource to Close the Gender Digital Divide. Washington DC: Web Foundation.
- TRALAC. (2019). Trade in the digital economy: a TRALAC guide.
- UNCTAD. (2020). State of e-commerce legislation: global and African outlook 2020. 1st ECOWAS Regional Forum on Electronic Commerce. Abidjan.
- UNCTAD. (2016). Data protection regulations and international data flows: Implications for trade and development.
- UNCTAD. (2018). Export Diversification and Employment. Geneva: UNCTAD.
- UNCTAD. (2019). Digital Economy Report. Value creation and capture: implications for developing countries. UNCTAD.
- UNCTAD. (2019). Made in Africa - Rules of Origin for Enhanced Intra-African Trade. UNCTAD.
- UNCTAD. (2019). Made In Africa- Rules of Origin for Enhanced Intra-African Trade. UNCTAD.
- UNCTAD. (2021). THE UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2020. Spotlight on Latin America and the Caribbean. Geneva.
- UNCTADa. (2021). What is at stake for developing countries in trade negotiations on E-commerce. The case for the joint statement initiative. United Nations.
- UNDESA. (2020). E-Government Survey 2020 Digital Government in the Decade of Action for Sustainable Development. Récupéré sur [https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2020-Survey/2020%20UN%20E-Government%20Survey%20\(Full%20Report\).pdf](https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2020-Survey/2020%20UN%20E-Government%20Survey%20(Full%20Report).pdf)
- UNECA. (2018). Next steps for the Africa Continental Free Trade Area.
- UNECA et. al. . (2019). Next steps for the Africa Continental Free Trade Area.
- UNESCAP. (2020). Next generation non-tariff measures: emerging data policies and barriers to digital trade.
- UNFPA. (2017). The demographic dividend atlas for Africa.
- UNFPA. (2017). The demographic dividend atlas for Africa .
- Universal Postal Union (UPU). (2020). Postal-Economic-Outlook-2020 - Navigating accelerated change during an unprecedented crisis. Berne.
- UPU. (2019). The digital economy and digital postal activities – a global panorama.
- UPU. (2020). The Universal Postal Union E-commerce guide.
- WCO. (2018). Cross-border E-commerce Framework of Standards.
- World Bank Group. (2020). The African Continental Free Trade Area. Economic and Distributional Effects.
- WTO. (2019). World Trade Statistical Review 2019. Geneva: WTO.
- WTO. (2021). Adapting to the digital trade era: challenges and opportunities. WTO.
- Wu, M. (2017). Digital Trade-Related Provisions in Regional Trade Agreements: Existing Models and Lessons for the Multilateral Trade System. E15 Initiative ICTSD and IDB.

