

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT

Trade and Development Board

Intergovernmental Group of Experts on E-Commerce and the Digital Economy

**Contribution to the Working Group on  
Measuring E-Commerce and the Digital Economy**

First meeting

Geneva, 3-4 December 2019

Submitted by

Mr. Liévin Nzopfabarushe

Conseiller au Secrétariat Permanent du Ministère du Commerce, de l'Industrie et du Tourisme

**République du Burundi**

Nzopfabarushelievin@gmail.com

DISCLAIMER: The views presented here are the contributors' and do not necessarily reflect the views and position of the United nations or the United Nations Conference on Trade and Development.

## Expériences du Burundi

### en matière de mesure du commerce électronique national et transfrontalier

L'essor d'internet et des technologies numériques est en train de transformer l'économie mondiale et présente des avantages considérables pour les activités commerciales. L'une des manifestations les plus visibles de cette transformation est le développement rapide du commerce électronique. Selon la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (CNUCED), il a représenté un chiffre d'affaires mondial de 25,300 milliards US\$ en 2015.

Pour le Burundi, le commerce électronique offre de grandes opportunités pour exploiter à la fois les marchés de niche et représente un complément essentiel aux circuits de distributions traditionnels.

**Tableau I : Quelques renseignements du secteur des télécommunications**

Rubriques \ Année	2 010	2 011	2 012	2 013	2 014	2 015	2 016	2 017
Nombres d'opérateurs de la téléphonie fixe	1	1	1	1	1	2	2	2
Nombres d'opérateurs de la téléphonie mobile	5	5	5	5	5	4	4	4
Les abonnés à la téléphonie fixe	30 624	30 204	23 162	21 258	21 669	21 774	19 540	23 409
Les abonnés à la téléphonie mobile (en milliers)	1 678	1 915	2 247	2 537	3 201	4 998	5 358	5 921
Nombre de Fournisseurs d'Accès Internet	7	7	7	7	7	6	6	6
Les abonnés Internet	37 460	64 501	173 653	630 323	-	852 165	929 877	787 277
Chiffre d'Affaires des Fournisseurs d'Accès Internet (en mio de BIF)	-	3 285	4 257	5 574	4 227	6 651	5 917	7 011
Chiffre d'Affaires des opérateurs de la téléphonie (en mio de BIF)	102 977	109 950	129 755	140 318	157 225	145 585	129 987	144 635
Le personnel dans les compagnies de télécommunication	-	-	1 312	1 389	1 671	1 683	1 659	1 390

Source : ISTEEDU (Annuaire statistique du Burundi 2017)

Il ressort de ce tableau que le nombre d'abonnés à la téléphonie mobile est allé croissant, passant de 1.678.000 abonnés en 2010 à 5.921.000 en 2017. Le nombre d'abonnés à l'internet s'est multiplié par 21 en 8ans, passant de 37.460 en 2010 à 787.277 en 2017. Aussi, l'utilisation des technologies numériques devrait être porteuse d'emplois liés aux TIC dans l'économie.

## 1. Les acteurs du secteur TIC au Burundi

a. **Les opérateurs de réseaux mobiles** : sont au nombre de 4 :

- ONAMOB (ONATEL) ;
- ECONET-LEO ;
- VIETTEL Burundi ;
- LACELL Burundi

Malgré la densité du réseau internet au Burundi, la fracture numérique entre les milieux urbains et ruraux est forte. Pour l'internet 3G et 4G, les opérateurs de télécoms se concentrent beaucoup plus dans les centres urbains, notamment en Mairie de Bujumbura et aux chefs-lieux des provinces où le pouvoir d'achat est élevé.

**Tableau II : Rayon de couverture de la téléphonie mobile**

Technologie	Nombre d'opérateurs	Rayon de couverture		
		50 %	80 %	95 %
3G	1	1	0	0
4G	3	1	1	1

Source : Agence de Régulation et Contrôle de Télécommunications (ARCT)

Le pouvoir d'achat des Burundais reste faible. En conséquence, les prix des services liés aux TIC demeurent exorbitants. Les terminaux sont onéreux par rapport au pouvoir d'achat de la population. A titre illustratif, pour avoir un smartphone connecté au réseau 3G ou 4G, il faut dépenser au moins 100.000 BIF. Ce qui limite bon nombre de Burundais pour acquérir un smartphone ayant accès et connecté au service internet.

b. **Les fournisseurs d'accès internet**

L'internet introduit au Burundi en 1996 par la société CBINET, un groupe d'opérateurs privés, est aujourd'hui exploité par neuf fournisseurs d'accès internet, dont quatre sont des opérateurs mobiles – ONAMOB (ONATEL), ECONET-LEO, LACELL et VIETTEL – et les autres (cinq) étant des fournisseurs exclusifs des services internet – CBINET, SPIDERNET, USAN, LAMIWIRELESS, ONATEL et NT Global. Le taux de pénétration de l'internet estimé, à 0,21% en 2007, a sensiblement haussé, pour passer, en 2017, à 7 %.

**Tableau III : Pénétration de l'internet, 2017**

Nombre de fournisseurs d'accès internet	2017	
	Nombre d'abonnés à l'internet	Taux de pénétration de l'internet
9	787.277	7 %

Source : Agence de Régulation et Contrôle de Télécommunications (ARCT)

Parmi ces abonnements, plus de 99 % représentent le nombre d'abonnements à l'internet mobile. En effet, au Burundi, à l'instar d'autres pays du monde, l'accès à l'internet se fait de deux façons : soit par le fixe (Data Fixe), soit par le mobile (Data Mobile).

## **2. Infrastructures**

Le Burundi est nanti en termes d'infrastructures de télécoms. Cependant, il s'observe une lenteur dans l'implémentation des nouvelles technologies et l'inaccessibilité des TIC dans les zones rurales et isolées. Le déficit énergétique ne permet pas d'assurer l'alimentation des infrastructures déployées en milieu rural. Actuellement, plus de 8.000 km de fibre optique en aérien et souterrain sont déjà installés dans les 18 provinces du Burundi. Le taux de pénétration estimé à 1,6% en 2005, les indicateurs fournis par l'Agence de Régulation et de Contrôle des Télécommunications (ARCT) montrent que 51,81 % de la population disposaient d'un téléphone portable en 2018. Par contre, seuls 10 % de la population fréquentaient la toile à la même période.

Malgré un taux de pénétration de l'internet en hausse progressive, le Burundi reste dans ce secteur, très en arrière par rapport aux autres pays de l'EAC avec des taux de pénétration de l'internet, estimés, en moyenne, à 30 %.

Pour accroître le taux de pénétration et d'accessibilité de l'internet au Burundi, il est prévu la poursuite du projet d'implantation des télé-centres communautaires, la connectivité des centres d'agglomérations, tels que les établissements scolaires, les hôpitaux, les centres pour handicapés, etc.

Il est indispensable de mettre en œuvre des plans de déploiement des infrastructures haut débit pour servir les zones isolées et inciter les opérateurs à investir dans les milieux ruraux et si besoin les appuyer.

## **3. Le commerce électronique au Burundi**

Depuis l'avènement de la fibre optique, l'essentiel des capacités internet est fourni via cette voie. Deux opérateurs disposant des infrastructures nationales, VIETTEL Burundi et BackBone System (BBS), transportent à partir de la frontière, les capacités internet achetées de l'étranger. Le troisième opérateur, ONATEL, alimente une partie des centres urbains.

Comme susmentionné, le marché de l'internet au Burundi est exploité par neuf fournisseurs d'accès internet qui proposent aux clients plusieurs offres de services internet via différentes technologies : VSAT, FO, WIMAX, ADSL, MPLS, etc.

Le Burundi connaît une timide croissance de l'économie numérique. Les amateurs du web exploitent les réseaux sociaux à des fins purement lucratives. Les annonces des produits en vente inondent les réseaux sociaux. A travers les groupes WhatsApp, les pages Facebook ou les sites web spécialisés comme PesaBay, les vendeurs recherchent activement des clients potentiels. Désormais, il est possible de faire des affaires avec son smartphone ou sa tablette.

Cependant, il serait difficile de parler proprement de commerce électronique dans la mesure où il n'est pas possible de faire des transactions sécurisées en ligne. Les acheteurs sont obligés d'entrer en contact avec le

vendeur pour le payer cash. Ce qui présente un réel danger du point de vue sécuritaire. Par contre, s'il était possible de payer directement avec sa carte de crédit, le danger serait écarté.

#### **4. Le commerce électronique transfrontalier.**

Les particuliers et les entreprises qui commandent ou vendent des biens et services en ligne de part et d'autre des frontières contribuent aux échanges internationaux et au commerce électronique transfrontalier. Cependant, il n'existe pratiquement pas de statistiques officielles sur la valeur des transactions auxquelles il donne lieu. Aussi, le nombre d'entreprises qui s'adonnent à des échanges commerciaux transfrontaliers est relativement faible.

Au niveau sous-régional, du moins pour les pays réunis au sein de la Communauté de l'Afrique de l'Est, dont le Burundi est membre, il est à constater que les données agrégées provenant des pays déclarants montrent que l'automatisation des procédures douanières est très répandue en ce qui concerne le respect des mesures de facilitation du commerce, conformément à l'accord de l'OMC sur la facilitation des échanges.

Cependant, parmi les mesures les moins appliquées, l'échange de documents électroniques est très faible. Les mesures les moins appliquées concernent l'échange électronique de certificats d'origine, la demande électronique de remboursements douaniers, la récupération électronique des lettres de crédit par les banques-assureurs, la demande, la vérification et la délivrance automatisée des certificats de mesures sanitaires et phytosanitaires et l'échange électronique de ces certificats.

#### **5. Systèmes de paiement numériques**

Au niveau national, le système bancaire classique domine dans les transactions qui impliquent une somme constante d'argent. Les plateformes offrant les transactions électroniques (par téléphone mobile et sur internet) existent. Nous citerons entre autres : M-CASH, FONECASH, SIMBANKING, MOBILE/MONEY BANKING, INTERNET BANKING, B-WEB, IBB MOB BANK, ECOCASH, LUMCASH, SMART-PESA.

En 2018, 6.184.419 personnes étaient abonnées à la téléphonie mobile, mais 1,5 millions d'abonnés détenaient des comptes ECOCASH et LUMICASH.

Les opérateurs de réseaux de la téléphonie mobile utilisent deux méthodes de paiement :

- ✓ Le paiement prépayé avec un taux de pénétration de 49,83% ;
- ✓ Le paiement post payé avec un taux de pénétration de 0,046 %

De plus, les utilisateurs font souvent recours aux services de transfert d'argent, mais ils paient de moins en moins avec de l'argent mobile. C'est un véritable défi au regard des besoins croissants de la population urbaine et des enjeux connexes aux TIC.

#### **6. Obstacles au développement du commerce électronique**

Les transformations résultant de la numérisation font face à divers obstacles à l'adoption et à l'utilisation efficace des technologies numériques. Comme pour la plupart des pays moins avancés ou en développement, ces obstacles sont notamment liés à l'infrastructure (dont notamment les problèmes d'accès à l'électricité, aux

technologies de l'information et de la communication et à la logistique) ; à la fiabilité des plateformes de e-commerce (sécurisation des solutions informatiques et certification de ces plateformes) ; à la faible utilisation des moyens de paiement électronique, faible utilisation des cartes de crédit due à la faiblesse du pouvoir d'achat, au sous-développement du système financier, à la prépondérance des transactions en espèces, etc. ; au cadre juridique embryonnaire (certains aspects relatifs au e-commerce n'étant pas souvent pris en compte par le cadre juridique, notamment en matière de protection des données personnelles, de la vie privée, et de la propriété intellectuelle, ou de lutte contre la cybercriminalité) ; à la mise en conformité avec les instruments juridiques internationaux (manque d'effectivité dans l'application des textes juridiques, etc.) ; à l'insuffisance des compétences et connaissances informatiques liées au commerce électronique aussi bien chez les entreprises que les consommateurs (masse critique de ressources humaines encore insuffisantes, capacité réduite de la recherche-développement, etc.) ; ainsi qu'à une absence de politiques et stratégies nationales en matière de commerce électronique.

## **7. Stratégies à mettre en œuvre**

Pour tirer parti des avantages que peut apporter le commerce électronique, tout en étant capables de relever les défis qu'il pose, les stratégies nationales de commerce électronique peuvent contribuer à accélérer, mobiliser et renforcer l'efficacité des ressources disponibles. La résolution des obstacles majeurs relevés ci-dessus est fondamentale pour bénéficier d'une économie numérique inclusive. Aussi, l'utilisation des données, les failles de sécurité et la vulnérabilité restent des points sensibles pour les particuliers, les entreprises et les pays. Nous pensons que les discussions multilatérales sur les politiques à adopter et les bonnes pratiques dans les domaines d'action pertinents pourront contribuer au développement du commerce électronique.

---

*Submitted on 15.11.2019 by  
Mr. Liévin Nzopfabarushe  
Conseiller au Secrétariat Permanent du Ministère du Commerce, de l'Industrie et du Tourisme  
nzopfabarushelievin@gmail.com*