



Côte d'Ivoire

Évaluation de l'état de préparation au commerce électronique



NATIONS UNIES



UPU | UNIVERSAL
POSTAL
UNION



International
Trade
Centre



Côte d'Ivoire

Évaluation de l'état de préparation au commerce électronique



NATIONS UNIES



UPU | UNIVERSAL
POSTAL
UNION



International
Trade
Centre

© 2021, Nations Unies

Ce document est disponible en libre accès dans le cadre de la licence Creative Commons, créée pour les organisations intergouvernementales et disponible à <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/>.

Les affirmations, les interprétations et les conclusions exprimées dans le présent document sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement les vues de l'Organisation des Nations Unies ou de ses fonctionnaires ou de ses États Membres.

Les appellations employées et l'information qui figurent sur les cartes dans la présente publication n'impliquent de la part de l'Organisation des Nations Unies aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

La photocopie et la reproduction d'extraits sont autorisées sous réserve de l'inclusion des références appropriées.

Ce document a été revu par un service d'édition externe.

Cet ouvrage est co-publié par les Nations Unies, l'Union postale universelle et le Centre du commerce international.

UNCTAD/DTL/STICT/2020/11

eISBN: 978-92-1-005321-1



NOTE

Au sein de la Division de la technologie et de la logistique de la CNUCED, la Section de la politique des TIC mène des travaux d'analyse consacrés aux incidences des technologies de l'information et de la communication (TIC) et du commerce électronique sur le développement. Elle est chargée de l'établissement du Rapport sur l'économie numérique.

La Section de la politique des TIC promeut le dialogue international sur les questions liées aux TIC pour le développement. Elle contribue à renforcer les capacités des pays en développement à mesurer l'économie de l'information et à concevoir et mettre en œuvre des politiques et des cadres juridiques pertinents. Elle surveille également l'état global de la législation sur le commerce électronique (unctad.org/cyberlawtracker). Depuis 2016, la Section coordonne une initiative multipartite intitulée eTrade for all (etradeforall.org), qui vise à améliorer la capacité des pays en développement, en particulier des pays les moins avancés (PMA), à exploiter le commerce électronique. L'initiative est également à l'origine du nouveau programme eTrade for Women, lancé en 2019, qui vise à promouvoir une économie numérique plus inclusive du genre, en particulier à travers son réseau d'Ambassadrices. Ces entrepreneuses du numérique sont actives dans toutes les régions en développement et contribuent à des activités de renforcement des capacités, de mentorat et de sensibilisation à des politiques plus inclusives du genre.

Dans le présent rapport, la mention d'une société et de ses activités ne doit pas être interprétée comme une marque de soutien de la part de la CNUCED à cette société ou à ses activités.

Les signes typographiques ci-après ont été utilisés dans les tableaux :

Deux points (..) signifient que les données ne sont pas disponibles ou ne sont pas fournies séparément. Dans le cas où aucune donnée n'était disponible pour l'ensemble des éléments composant une ligne d'un tableau, celle-ci a été omise ;

Un tiret (-) signifie que l'élément considéré est égal à zéro ou que sa valeur est négligeable ;

Sauf indication contraire, le terme dollar s'entend du dollar des États-Unis d'Amérique ;

Les chiffres ayant été arrondis, leur somme et celle des pourcentages figurant dans les tableaux ne correspondent pas nécessairement aux totaux indiqués.

Le taux de change utilisé au moment de la rédaction du document (avril 2020) est de 0,0018 Dollar américain pour 1 Franc CFA.



TABLE DES MATIÈRES

PRÉFACE	VII
REMERCIEMENTS	VIII
ABRÉVIATIONS	IX
APERÇU	1
MÉTHODOLOGIE	4
RÉSUMÉ DES CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS PRINCIPALES	5
CONCLUSIONS DANS LES SEPT DOMAINES THÉMATIQUES DE L'INITIATIVE ETRADE FOR ALL	8
1. ÉVALUATION DE L'ÉTAT DE PRÉPARATION AU COMMERCE ÉLECTRONIQUE ET FORMULATION DES STRATÉGIES.....	8
2. INFRASTRUCTURES TIC ET SERVICES.....	15
3. LOGISTIQUE DU COMMERCE ET FACILITATION DES ÉCHANGES	25
4. SOLUTIONS DE PAIEMENT.....	34
5. CADRE JURIDIQUE ET RÉGLEMENTAIRE.....	39
6. DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES POUR LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE	50
7. ACCÈS AU FINANCEMENT	61
CONCLUSION	67
MATRICE D' ACTIONS	68
Annexe I: Documents et sites web consultés	74
Annexe II: Liste des Évaluations de l'état de préparation au commerce électronique publiées par la CNUCED	75



TABLE DES FIGURES, TABLEAUX ET ENCADRÉS

FIGURES

1. Besoins et opportunités pour le développement du commerce électronique en Côte d'Ivoire	3
2. Méthodologie de l'évaluation	4
3. Évaluation du niveau de maturité par dimension du commerce électronique	10
4. Gouvernement électronique - vue d'ensemble, UEMOA	12
5. Marché des télécommunications - fournisseurs d'accès à la téléphonie et à l'Internet (2019).....	16
6. Niveau global de satisfaction vis-à-vis des services de téléphonie et de l'accès à l'Internet	18
7. Internet mobile et Internet fixe, Côte d'Ivoire (2019).....	19
8. Pénétration des télécommunications, téléphonie et Internet (2018) - mise en perspective.....	20
9. Prix de l'Internet mobile - analyse comparée prix relatif Côte d'Ivoire et UEMOA	21
10. Accès à l'électricité, population totale, urbaine et rurale, Côte d'Ivoire et UEMOA (2018)	24
11. Indice Intégré pour le développement postal et Indice de performance logistique	25
12. Choix du mode de livraison	26
13. Appréciation de la performance des services postaux pour les opérations d'importation/exportation.....	27
14. Doing Business - le commerce transfrontalier en Côte d'Ivoire et en Afrique subsaharienne (2020).....	33
15. Appréciation de la performance des différents modes de paiement pour le commerce électronique.....	35
16. Évolution des comptes de monnaie mobile et des transactions en paiement mobile (2015-2018).....	36
17. Statistiques sur les services financiers via la téléphonie mobile en Côte d'Ivoire (2017)	36
18. Appréciation du degré d'application de la loi.....	41
19. Domaines de compétences à améliorer	51
20. Adéquation de l'offre de formation et des besoins en compétences en commerce électronique et TIC	56
21. Diffusion de l'information sur les programmes de formation/incubation	59
22. Évolution des dépôts et crédits des banques commerciales (BC) et des institutions de microfinance (IMF) en Côte d'Ivoire (2012-2017)	61
23. Indicateurs de bancarisation en Côte d'Ivoire et classement par rapport à l'UEMOA (2018)	63
24. Pratiques en matière de virements bancaires internationaux	63

TABLEAUX

1. Structures en charge de la préparation et du suivi des orientations nationales en matière de commerce électronique	9
2. Vue d'ensemble - Commerce électronique B2C, développement des TIC et gouvernement électronique dans l'espace UEMOA.....	11
3. Mise en perspective des effectifs de La Poste de Côte d'Ivoire	31
4. Accord sur la facilitation des échanges et notifications A, B et C (Côte d'Ivoire 2020)	32
5. Frais de retrait et de transfert par tranche, mai 2020.....	37



6. Principes directeurs de l'ONU et Loi ivoirienne N°2016-412 du 15 juin 2016 relative à la consommation	42
7. Taux d'alphabétisation et taux de scolarisation en Côte d'Ivoire (2018)	51
8. Solutions potentielles par type de compétence technique	53
9. Difficultés et opportunités pour les femmes	53
10. Promotion des meilleures pratiques internationales	55
11. Enjeux et perspectives pour les formations supérieures en commerce électronique	56
12. Initiatives de renforcement des compétences du secteur privé.....	57
13. Institutions publiques et promotion du numérique	58
14. Structures sous tutelle du Ministère de l'Éducation Nationale, de l'Enseignement Technique et de la Formation Professionnelle	59

ENCADRÉS

1. Bilan des axes d'amélioration de La Poste de Côte d'Ivoire selon l'évaluation de l'UPU	31
2. Mesures de la BCEAO en vue de la promotion des paiements électroniques dans le cadre de la lutte contre la propagation de la Covid-19 (Avis N°004-03-2020)	38
3. Transformation numérique et évolution des services de paiement proposés par La Poste.....	38
4. Principe de proportionnalité et principe de limitation de responsabilité légale du consommateur, lignes directrices de l'OCDE	43
5. Modèles de gouvernance et rôle des associations de consommateurs	48
6. Le Fonds de Développement de la Formation Professionnelle.....	60
7. Expériences de pays en développement en matière de formations en TIC et économie numérique	60



PRÉFACE

L'initiative eTrade for all, lancée à la quatorzième Conférence ministérielle de la CNUCED en juillet 2016, est un exemple concret de la façon de mobiliser l'économie numérique pour soutenir le Programme de développement durable à l'horizon 2030, notamment les Objectifs de développement durable 5, 8, 9 et 17. Cette initiative vise à sensibiliser, à renforcer les synergies et à accroître l'ampleur des efforts de la communauté internationale du développement pour renforcer la capacité des pays en développement à s'engager dans le commerce électronique et à en tirer parti, en s'attaquant à sept domaines politiques pertinents :

- Évaluation de la préparation au commerce électronique et formulation de stratégies
- Infrastructures TIC et services
- Logistique du commerce et facilitation des échanges
- Solutions de paiement
- Cadre juridique et réglementaire
- Développement des compétences en commerce électronique
- Accès au financement

Dans le cadre de cette initiative, il est envisagé d'effectuer des évaluations sur l'état de préparation des pays au commerce électronique, afin de fournir une analyse de leur écosystème dans ces sept domaines et d'identifier les opportunités et les obstacles au développement du commerce électronique. Les 25 évaluations conduites à ce jour par la CNUCED en collaboration avec des partenaires de eTrade for all constituent une précieuse contribution à la participation de ces pays au commerce électronique et à l'économie, ainsi qu'aux diverses discussions sur le sujet au niveau national, régional et international, telles que le Groupe intergouvernemental d'experts de la CNUCED sur le commerce électronique et l'économie numérique. Elles contribuent aussi à aider les pays en développement à identifier les domaines dans lesquels ils pourraient bénéficier de l'assistance des partenaires membres de eTrade for all.

L'évaluation de l'état de préparation de la Côte d'Ivoire au commerce électronique est la vingt-sixième évaluation de ce type menée par la CNUCED et la septième au sein de l'Union économique et monétaire ouest-africaine, après le Sénégal, le Togo, le Burkina Faso, le Mali, le Bénin et le Niger. De ces évaluations découlent des recommandations permettant d'avancer tant au niveau national que régional et de contribuer ainsi à l'élaboration d'un plan régional, en soutien à la Déclaration ministérielle en date du 29 septembre 2017, dans laquelle les Ministres en charge du Commerce des États membres de l'UEMOA ont reconnu « (...) l'importance stratégique du commerce électronique et du commerce des services dans l'économie de l'Union et [ont recommandé] la mise en œuvre d'un plan de travail au niveau régional. » Suite à cette déclaration, La Commission de l'UEMOA et la CNUCED, en collaboration avec les partenaires de eTrade for all, ont organisé à Ouagadougou, en octobre 2018, un atelier régional sur le commerce électronique, afin d'identifier les axes prioritaires du plan de travail et de promouvoir les actions nécessaires pour son développement.

Je souhaite que ce rapport, élaboré en étroite collaboration avec Consumers International, le Centre du commerce international (ITC) et l'Union postale universelle (UPU), contribue à aider le Gouvernement de Côte d'Ivoire dans ses efforts pour construire un écosystème de commerce électronique solide, sûr et favorable aux entreprises.

Shamika N. Sirimanne

Directrice, Division de la technologie et de la logistique, CNUCED



REMERCIEMENTS

L'évaluation de l'état de préparation de la Côte d'Ivoire au commerce électronique a été préparée par Christopher Grigoriou, consultant, en étroite collaboration avec Cécile Barayre, Iris Macculi et Valentina Rivas, sous la supervision générale de Torbjörn Fredriksson. Le soutien technique et la coordination dans le pays par le Dr. Kaladji Fadiga, Directeur Général du Commerce Extérieur (DGCE), Point Focal National et le consultant national de la CNUCED, M. Koffi Guillaume Seka, ont été déterminants pour le succès de cette évaluation.

La CNUCED remercie vivement son Excellence M. Souleymane Diarrassouba, Ministre du Commerce et de l'Industrie et son Excellence M. Mamadou Sanogo, Ministre de l'Économie Numérique et de La Poste, pour le pilotage de l'étude, ainsi que l'ensemble des acteurs publics et privés du commerce électronique pour leur participation et leur contribution.

La CNUCED remercie également Robin Simpson (représentant Consumers International), James Howe de l'ITC, Alexander Thern-Svanberg et Chorkri Ellili de l'UPU qui ont pris part à cette évaluation, en participant à la mission à Abidjan et en préparant des contributions dans plusieurs domaines d'action.

Des observations pertinentes sur diverses parties du rapport ont été émises par des représentants de la Division de la technologie et de la logistique ainsi que de la Division de commerce international des biens et des services, et des produits de base, CNUCED; des représentants de la CNUCDI et de l'UPU; et par les acteurs publics et privés du commerce électronique et de la société civile rencontrés durant la mission de la CNUCED en Côte d'Ivoire.

À Genève, l'évaluation a été rendue possible grâce à l'assistance de la Mission permanente de la République de Côte d'Ivoire auprès de l'Office des Nations Unies. Le soutien de Son Excellence M. Kouadio Adjoumani Ambassadeur, Représentant permanent de la République de Côte d'Ivoire auprès de l'Office des Nations Unies et des autres organisations internationales à Genève, et celui de M. Mobio Marc Loba, Conseiller (Affaires commerciales), ont été particulièrement précieux.

La CNUCED remercie également les nombreux représentants des secteurs public et privé et de la société civile qui ont activement participé aux ateliers de consultation et aux rencontres bilatérales organisés lors de la mission conduite à Abidjan en mars 2020, ainsi que les répondants de l'étude en ligne qu'elle a menée dans le cadre de cette étude.

La publication assistée par ordinateur a été préparée par Keel Chan et la couverture a été conçue par Magali Studer. Le document a été édité par Françoise de Maulde.

La CNUCED tient enfin à remercier le Gouvernement allemand de son soutien financier.



ABRÉVIATIONS

ACE	Africa Coast to Europe
A4AI	Alliance for Affordable Internet / Alliance pour l'Internet Abordable
AFD	Agence Française de Développement
AFE	Accord sur la facilitation des échanges
AGEFOP	Agence Nationale de la Formation Professionnelle
ANSUT	Agence Nationale du Service Universel des Télécommunications / TIC
APIF	Agence de Promotion de l'Inclusion Financière
B2B/B2C	Business to Business / Business to Consumer
ARTCI	Autorité de Régulation des Télécommunications/TIC de Côte d'Ivoire
BAD	Banque africaine de développement
BC	Banque commerciale
BCEAO	Banque centrale des États de l'Afrique de l'Ouest
BIT	Bureau international du Travail
BM	Banque mondiale
BNI	Banque Nationale d'Investissement
BOAD	Banque ouest-africaine de développement
CAMPC	Centre Africain de Management et de Perfectionnement des Cadres
CCICI	Chambre de Commerce et d'Industrie de Côte d'Ivoire
CDS	Customs Declaration System / Système de déclaration en douane
CEDEAO	Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest
CGAP	Consultative Group to Assist the Poor / Groupe consultatif d'assistance aux plus pauvres
CGECI	Confédération Générale des Entreprises de Côte d'Ivoire
CIR	Cadre intégré renforcé
CIVIX	Côte d'Ivoire Internet Exchange
CNP-PPP	Comité National de Pilotage des Partenariats Public-Privé
CNUDCI	Commission des Nations Unies pour le droit commercial international
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement
CPE	Cadre Permanent d'Échanges
DGD	Direction Générale des Douanes
DGI	Direction Générale des Impôts
DPP	Dialogue public-privé
DSP	Document de Stratégie Pays
FAI	Fournisseur d'Accès Internet
FCFA	Franc CFA
FDFP	Fonds pour le Développement de la Formation Professionnelle
EGDI	E-Government Development Index / Indice de développement de l'E-Gouvernement
EME	Établissements de monnaie électronique
FDFP	Fonds de Développement de la Formation Professionnelle
FIPME	Fédération Ivoirienne des PME
FITAF	Financial Inclusion Technical Assistance / Mécanisme d'assistance technique pour l'inclusion financière
GIM-UEMOA	Groupement Interbancaire Monétique de l'UEMOA



GOTIC CI	Groupement des Opérateurs du Secteur des Technologies de l'Information et de la Communication de Côte d'Ivoire
GSM	Global System for Mobile Communications
GUCE	Guichet Unique du Commerce Extérieur
IATA	International Air Transport Association
IMF	Institution de microfinance
IFS	International Financial System / Système financier international
IPS	International Postal System / Système postal international
ITC	International Trade Center / Centre du Commerce International
La Poste CI	La Poste de Côte d'Ivoire
MBPE	Ministère du Budget et du Portefeuille de l'État
MCI	Ministère du Commerce et de l'Industrie
MPEDER	Ministère du Pétrole, de l'Énergie et des Énergies Renouvelables
MEF	Ministère de l'Économie et des Finances
MENETFP	Ministre de l'Éducation Nationale, de l'Enseignement Technique et de la Formation Professionnelle
MENUP	Ministère de l'Économie Numérique et de la Poste
MESRS	Ministre de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
MISP	Ministère de la Sécurité et de la Protection Civile
MT	Ministère des Transports
MJ	Ministère de la Justice et des Droits de l'Homme
MPD	Ministère du Plan et du Développement
MPJEJ	Ministère de la Promotion de la Jeunesse et de l'Emploi des Jeunes
MPME	Micro, petites et moyennes entreprises
MPPME	Ministère de la Promotion des PME
MSPC	Ministère de la Sécurité et de la Protection Civile
NOC	Network Operation Center / Centre d'opérations du réseau (Centre de surveillance et de contrôle)
OIT	Organisation internationale du Travail
OMC	Organisation mondiale du commerce
OMD	Organisation mondiale des douanes
ONUDI	Organisation des Nations Unies pour le développement industriel
PACOGA	Projet d'Appui à la Compétitivité du Grand Abidjan
PEPT	Programme Électricité Pour Tous
PMA	Pays les moins avancés
PME	Petites et moyennes entreprises
PMI	Petites et moyennes industries
PND	Plan National de Développement 2016-2020
PNUD	Programme des Nations Unies pour le développement
POP	Point of Presence / Point de présence
PPP	Partenariat public-privé
PRICI	Projet de Renaissance des Infrastructures de Côte d'Ivoire
PRONER	Programme National d'Électrification Rurale
PTF	Partenaires Techniques et Financiers
PVRH	Programme de Valorisation des Ressources Humaines



RICI-EPN	Réseau Informatique de Comptabilité Intégrée pour la gestion budgétaire et comptable des Établissements Publics Nationaux
RNB	Revenu National Brut
RNDH	Réseau national haut débit
RTI	Radiodiffusion Télévision Ivoirienne
SAT-3	South Africa Transit 3
SNDI	Société Nationale de Développement Informatique
SFI	Société Financière Internationale
SIGFAE	Système Intégré de Gestion des Fonctionnaires et Agents de l'État
SIGFIP	Système Intégré de Gestion des Finances Publiques
SIGMAP	Système Intégré de Gestion des Marchés Publics
SNIF	Stratégie Nationale d'Inclusion Financière
SYGFOHA	Système Intégré de Gestion du Foncier et de l'Habitat
TIC	Technologies de l'information et de la communication
TMS	Transport Management System / Système de gestion des transports
TNT	Télévision Numérique Terrestre
TVA	Taxe sur la valeur ajoutée
UE	Union européenne
UEMOA	Union économique et monétaire ouest-africaine
UIT	Union internationale des télécommunications
UNCDF	United Nations Capital Development Fund / Fonds d'équipement des Nations Unies
UPU	Union postale universelle
USSD	Unstructured Supplementary Services Data / Données de services supplémentaires non structurés
VITIB	Village des Technologies de l'Information et de la Biotechnologie
W3W	what3words
WACS	West Africa Cable System / Système de Câble Ouest-Africain
WEF	World Economic Forum / Forum économique mondial
WDI	World Development Indicators / Indicateurs du développement dans le monde
WMS	Warehouse Management System / Système de gestion d'entrepôt
ZBTIC	Zone franche de la Biotechnologie, des Technologies de l'Information et de la Communication





APERÇU

La Côte d'Ivoire a, depuis 2016, affiché sa volonté de promouvoir le développement de l'économie numérique et du commerce électronique au travers du programme « Ambition 2020 » dans le cadre du Plan National de Développement 2016-2020. Ce programme ambitieux embrasse plusieurs aspects de l'économie numérique, qu'il s'agisse de l'élaboration et de la mise en œuvre d'un cadre législatif et réglementaire à l'objectif de développement d'une infrastructure à large bande en passant par la promotion de l'accessibilité à l'usage des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et la volonté de développer une expertise nationale en matière de TIC. Pour atteindre un tel objectif, le Gouvernement a fixé un cadre de gouvernance en s'appuyant sur plusieurs structures nationales, dont l'Agence Nationale du Service Universel des Télécommunications (ANSUT), l'Autorité de Régulation des Télécommunications/TIC de Côte d'Ivoire (ARTCI), la Société Nationale de Développement Informatique (SNDI), afin de mettre en œuvre tant le programme Ambition 2020 que la régulation du secteur des TIC et le déploiement d'une administration en ligne efficace. Ces structures accompagnent dans leur tâche les ministères sectoriels ; le Ministère du Commerce et de l'Industrie et le Ministère de l'Économie Numérique et de La Poste. Il manque cependant une stratégie nationale en matière de commerce électronique afin de doter le pays d'une vision et d'éviter la multiplication des initiatives sectorielles non coordonnées et décentralisées.

Des avancées ont également été réalisées dans la mise en place du gouvernement électronique avec la dématérialisation de certaines procédures administratives dans la gestion des finances publiques, le suivi des marchés publics, la gestion des procédures du commerce extérieur, la gestion des fonctionnaires et agents de l'État, la gestion du foncier. Un portail public des démarches administratives a été déployé afin d'accompagner les usagers dans leurs démarches administratives.

Les objectifs du Gouvernement se matérialisent par plusieurs projets qui ont tous un lien direct avec le développement du commerce électronique et de l'économie numérique, compte tenu de la transversalité de ces derniers. Le développement des infrastructures TIC est en cours avec la réalisation du projet de Réseau national haut débit (RNHD) dont les deux pre-

mières phases (backbone Nord-Ouest et Est) sont achevées et la troisième en cours (backbone central), avec le déploiement total de 5 000 km de fibre optique sur les 7 000 km visés à terme dans le cadre de ce programme. Le Programme National d'Électrification Rurale (PRONER), initié depuis 2013, vise pour sa part à l'électrification de toutes les localités de Côte d'Ivoire en 2025 avec le Programme Électricité Pour Tous (PEPT) qui cible les ménages à faible revenu.

La création et l'exploitation de 5 000 cybercentres communautaires multiservices publics est à l'étude afin de diffuser les services en ligne à l'ensemble des habitants du pays, y compris aux populations isolées. Un projet d'adressage physique est en cours à Abidjan dans le cadre du Projet d'Appui à la Compétitivité du Grand Abidjan (PACOGA).

Le cadre réglementaire du commerce électronique et de l'économie numérique est en place. On peut citer l'Ordonnance qui régit les activités de télécommunications (mars 2012), la Loi sur les transactions électroniques (juillet 2013) complétée par le Décret de mars 2014, la Loi relative à la protection des données à caractère personnel (juin 2013), ou encore la Loi relative à la lutte contre la cybercriminalité (juin 2013).

La promotion de la finance numérique fait partie des axes stratégiques de la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière 2019-2024, ayant pour objectif un taux de bancarisation de 50% en 2024 (contre 21,6% en 2019 selon la BCEAO), ce qui pourra contribuer à une plus forte dématérialisation des paiements et un accès au financement facilité pour les entreprises.

Un fonds de garantie de 30 milliards de francs CFA a été mis en place en mars 2020 par le Ministère de la Promotion de la Jeunesse et de l'Emploi des Jeunes au sein de la Banque Nationale d'Investissement (BNI), pour soutenir l'emploi des jeunes et notamment la promotion de projets innovants.

Le développement du commerce électronique rencontre cependant un certain nombre de difficultés. Les déploiements tant de la dorsale Internet que du maillage et de l'accès au dernier kilomètre restent insuffisants. En outre, le coût élevé des forfaits constitue un frein à l'objectif d'universalité d'accès à l'Internet dans un contexte où près du tiers de la population



(35%) n'a pas accès à l'électricité (Banque mondiale, WDI 2019). Selon les données des opérateurs GSM, le taux de pénétration global de l'Internet en 2019 est d'environ 67% de la population ivoirienne, pour l'essentiel au travers de l'Internet mobile. L'accès à l'Internet fixe reste extrêmement marginal (inférieur à 1% selon le rapport de l'ARTCI 2020 sur les données des opérateurs au 31 décembre 2019).

La complexité des services de livraison due à l'absence d'adressage est un frein supplémentaire au développement du commerce électronique. De plus, La Poste de Côte d'Ivoire manque de ressources et de compétences pour mettre en place une distribution et un suivi efficaces des envois et des échanges postaux internationaux dans le cadre du développement du commerce électronique. Il faut noter cependant les initiatives qu'elle a prises, du partenariat avec what3world pour une solution d'adressage numérique en ligne, au lancement du porte-monnaie électronique Kash Kash qui a remplacé sa précédente application mobile mPost, en passant par la plateforme de vente en ligne Sanlishop. L'évaluation réalisée par l'Union postale universelle (UPU) dans le cadre de l'initiative Ecom@Africa a permis d'identifier les lacunes de La Poste de Côte d'Ivoire et de proposer des solutions afin d'aider l'opérateur postal à répondre à la fois aux objectifs du Gouvernement et aux exigences du commerce électronique, notamment pour les échanges d'information avec la douane dans le cadre des envois postaux internationaux.

La dématérialisation des paiements est encore très inégale et les paiements liés au commerce électronique se font pour l'essentiel en espèces à la livraison. Les paiements bancaires en ligne sont extrêmement limités compte tenu de la faible bancarisation de l'économie ivoirienne ainsi que des approches prudentielles des établissements bancaires et des principales entreprises de cartes de crédit et de paiement à l'international. De plus, si le développement de la monnaie mobile et le recours aux porte-monnaie électroniques sont une réalité en Côte d'Ivoire, les transactions sont essentiellement des opérations de dépôt/retrait, et les opérations de paiement ou de transfert de personne à personne restent marginales. Cela s'explique, au-de-

là de la faible bancarisation de l'économie, par le manque de confiance tant des consommateurs que des producteurs et le coût des services de paiement en ligne, qu'il s'agisse de paiements mobiles ou de paiements bancaires.

Si la Côte d'Ivoire a adopté un cadre juridique pour le commerce électronique, les différents acteurs nationaux doivent être sensibilisés aux différentes lois qu'il convient à présent de mettre en application afin de renforcer la protection des consommateurs et d'instaurer la confiance nécessaire à l'adhésion des utilisateurs. Les capacités de l'appareil judiciaire demandent ainsi à être renforcées, ainsi que les structures en charge de l'application des lois. Le cadre juridique doit en outre être complété pour le secteur des entreprises (B2B).

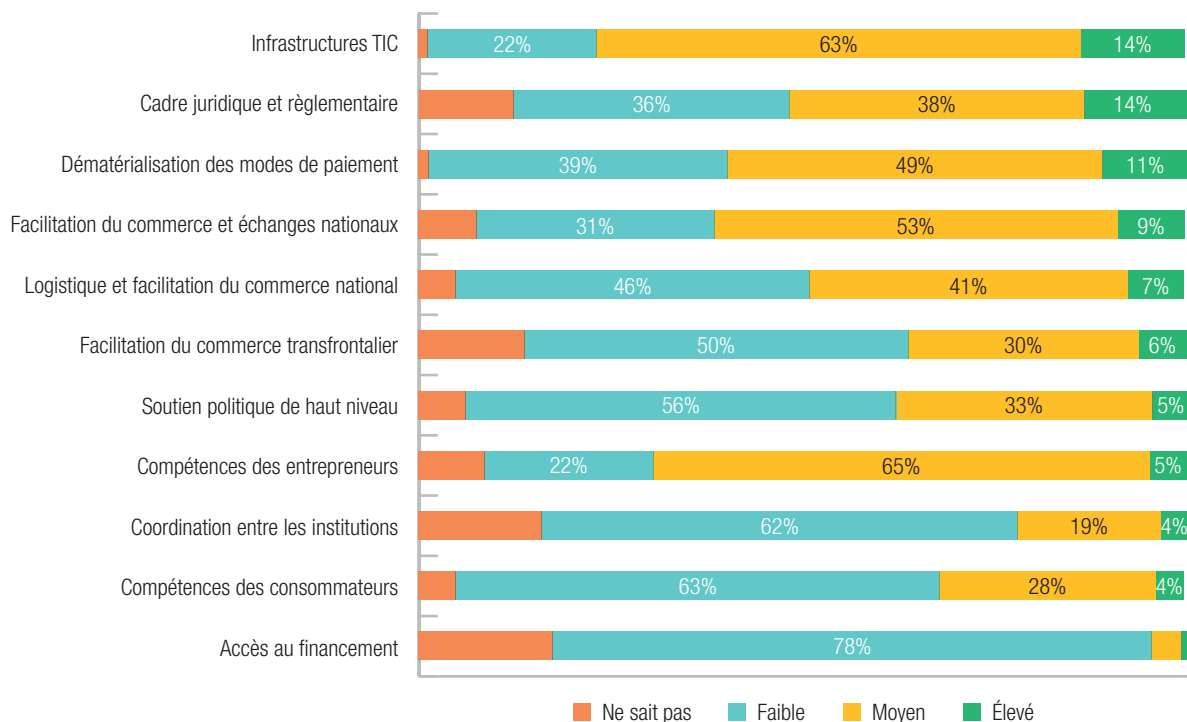
Au-delà de la question des infrastructures, l'écosystème du numérique ivoirien a besoin d'être soutenu à plusieurs niveaux. La question du développement des compétences est centrale dans un contexte où 53% de la population est analphabète et où seulement 51% des enfants (44% des filles) dépassent la scolarisation primaire (Banque mondiale, WDI 2019). Par ailleurs, environ 50% des répondants ont qualifié de faible la maturité quant au développement du commerce électronique transfrontalier et 78%, la compétence des consommateurs et l'accès au financement (18% ne savent pas).

La figure 1, obtenue à partir des réponses au questionnaire des opérateurs publics et privés lors des ateliers à Abidjan pendant la mission de la CNUCED en mars 2020, souligne l'absence de visibilité en matière de stratégie du commerce électronique (respectivement 56% et 62% de faible maturité pour le soutien politique de haut niveau et la coordination entre les institutions), les difficultés en matière de logistique (46% à 50% de maturité faible pour la logistique et la facilitation du commerce national et transfrontalier) et les avancées en matière d'infrastructures TIC (77% de maturité moyenne à élevée pour les infrastructures TIC).



Figure 1 : Besoins et opportunités pour le développement du commerce électronique en Côte d'Ivoire (secteurs public et privé, 82 réponses)

Veillez classer les facteurs suivants en fonction de leur niveau de maturité en termes de développement du commerce électronique



Source : CNUCED



MÉTHODOLOGIE

Une approche en cinq phases a été utilisée pour l'évaluation de l'état de préparation de la Côte d'Ivoire au commerce électronique, afin d'assurer un niveau élevé de participation et d'engagement des principales parties prenantes dans le processus de consultation et la sélection des priorités par le Gouvernement et

l'accompagnement de Partenaires techniques et financiers (PTF) pertinents. Dans le cadre de cette évaluation, Consumers International, l'ITC et l'UPU ont rejoint la CNUCED et ont préparé des contributions pour plusieurs domaines d'action (compétences, services logistiques et cadre juridique).

Figure 2 : Méthodologie de l'évaluation



- ✓ **Phase 1 | Novembre - décembre 2019:** Engagement des parties prenantes et recherche documentaire. Cette phase a permis à l'équipe de mener une analyse préliminaire à travers l'examen de la documentation disponible sur le pays, la recherche de données statistiques et d'informations qualitatives en provenance de différentes sources, compilées par la CNUCED dans le cadre de l'initiative eTrade for all.
- ✓ **Phase 2 | Novembre 2019 - janvier 2020:** Discussions avec le Gouvernement de Côte d'Ivoire pour définir l'étendue et les priorités de l'évaluation. Les PTF ont été informés du projet.
- ✓ **Phase 3 | Janvier - février 2020:** Adaptation et diffusion des questionnaires par l'équipe, destinés aux secteurs public et privé. Au total, 94 questionnaires ont été remplis et utilisés pour cette évaluation par les différentes parties présentes lors des ateliers, auquel il faut rajouter 37 questionnaires émanant de représentants du secteur privé de la ville de Korhogo.
- ✓ **Phase 4 | 2 au 6 mars 2020 :** Mission à Abidjan CNUCED / Consumers International, ITC et UPU. Consultations dans le pays et validation des premières tendances. Des réunions d'envergure, respectivement avec les secteurs public et privé,

ont été organisées. La mission a également donné lieu à des rencontres bilatérales avec des représentants d'institutions clés, de plateformes de commerce électronique, ou de la société civile. Rencontre avec les PTF organisée en coopération avec le bureau du Coordinateur résident des Nations Unies.




- ✓ **Phase 5 | Mars - octobre 2020:** Rédaction du rapport et validation. Comme pour toutes les autres évaluations de l'état de préparation au commerce électronique, les sept domaines thématiques sur lesquels repose l'initiative eTrade for all ont été utilisés comme points d'entrée pour cette évaluation.

Ceux-ci sont :




- ✓ Évaluation de la préparation au commerce électronique et formulation de stratégies
- ✓ Infrastructures TIC et services
- ✓ Logistique du commerce et facilitation des échanges
- ✓ Solutions de paiement
- ✓ Cadre juridique et réglementaire
- ✓ Développement des compétences en commerce électronique
- ✓ Accès au financement



RÉSUMÉ DES CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS PRINCIPALES

CONCLUSIONS PRINCIPALES	RECOMMANDATIONS PRINCIPALES
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <h2 style="margin: 0;">Évaluation de l'état de préparation au commerce électronique et formulation des stratégies</h2> </div>	
<p>Le développement de l'économie numérique et du commerce électronique se fait sous l'impulsion du programme Ambition 2020 dans le cadre du PND 2016-2020 qui comporte plusieurs objectifs liés au développement des TIC et de l'économie numérique.</p> <p>Il manque aujourd'hui une stratégie nationale de commerce électronique et un leadership entre les différentes institutions en lien avec les TIC, l'économie numérique ou le commerce électronique, ce qui conduit à un manque de coordination et de visibilité des actions en cours.</p>	<p>Adopter une stratégie nationale en matière de développement du commerce électronique.</p> <p>Faire le bilan des actions engagées par le Gouvernement et diffuser auprès du public le bilan des avancées et l'impact des actions en cours.</p> <p>Définir un cadre de concertation public-privé pour accompagner le développement du commerce électronique, sensibiliser et convaincre les acteurs potentiels des bénéfices liés au commerce électronique, tant pour les consommateurs que pour les producteurs et prestataires de services.</p> <p>Renforcer la coordination de l'ensemble des activités des ministères et de leurs actions, en raison du caractère transversal du commerce électronique.</p>
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <h2 style="margin: 0;">Infrastructures TIC et services</h2> </div>	
<p>Le taux de pénétration global de l'Internet en 2019 est de 67% de la population selon les données des opérateurs GSM.</p> <p>Des investissements sont en cours de réalisation au travers du projet Réseau national haut débit (RNHD) dont les deux premières phases ont été achevées.</p> <p>L'amélioration des infrastructures et de l'accès pour les populations, incluant le coût, est une priorité compte tenu de l'objectif d'universalité, dans un contexte où près de un tiers de la population (35%) n'a pas accès à l'électricité (Banque mondiale, WDI 2019).</p>	<p>Faire une cartographie des besoins prioritaires en termes d'extension de la dorsale, du maillage et de l'accès à l'électricité.</p> <p>Identifier un modèle de partenariat pour le développement du maillage si la taille des marchés ne permet pas d'atteindre le seuil de rentabilité pour les opérateurs privés avec des attributions de marché public adaptées à l'objectif de service public universel.</p> <p>Favoriser l'émergence d'associations de consommateurs et d'associations des acteurs du e-commerce visibles, représentatives et autonomes pour promouvoir une plus grande transparence des coûts et des responsabilités dans la qualité du réseau de l'Internet.</p>
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <h2 style="margin: 0;">Logistique du commerce et facilitation des échanges</h2> </div>	
<p>La dimension logistique et la facilitation du commerce, national ou international, constituent une difficulté majeure pour le développement du commerce électronique en Côte d'Ivoire.</p> <p>L'absence de système d'adressage, les ressources limitées et le manque de suivi par La Poste des paquets et colis entre le bureau expéditeur et le bureau de destination ne permettent pas des services de livraison et de logistique efficaces.</p> <p>Les opérateurs privés sont largement majoritaires sur le marché des envois express.</p> <p>Les échanges postaux internationaux souffrent d'une collaboration insuffisante entre services postaux et douaniers.</p>	<p>Faire un suivi de l'expérience d'intégration d'adressage numérique w3w aux services de livraison de La Poste et du projet d'adressage physique d'Abidjan.</p> <p>Mettre en place des points relais dans les gares routières et/ou dans les localités les moins bien desservies et chercher des alternatives à l'adressage physique là où il est impossible.</p> <p>Chercher des alternatives à l'utilisation de matériels fixes connectés dans les localités où il n'y a pas d'électricité. Initier des discussions entre La Poste et les Douanes pour intégrer progressivement les recommandations de l'UPU en matière de gestion des flux de colis postaux internationaux.</p> <p>Voir comment le suivi des colis proposé par l'UPU, via notamment le développement d'un module informatique (CDS) pourrait s'appliquer au Système de Dédouanement Informatisé des Douanes de Côte d'Ivoire (SYDAM World).</p>



 Solutions de paiement	
<p>La dématérialisation des paiements est encore limitée aujourd'hui en Côte d'Ivoire, malgré le fort développement de la monnaie mobile qui est essentiellement utilisée pour des opérations de dépôt/retrait et ne sert que très peu aux paiements ou transferts entre personnes.</p> <p>La faible bancarisation de l'économie ivoirienne explique l'utilisation minimale des paiements en ligne « classiques » de type Visa, Mastercard, Paypal, qui rebutent nombre d'utilisateurs potentiels, lesquels n'en voient pas les avantages et leur font une confiance assez limitée. Le coût des services des paiements est également une explication qui vaut tant pour les paiements mobiles que pour les paiements en ligne.</p>	<p>Inciter les banques à transformer leurs cartes de paiement en cartes de débit/crédit et non pas uniquement de débit pour le commerce local. Développer l'interopérabilité des services financiers.</p> <p>Généraliser l'accès aux codes USSD et leur exploitation pour les opérateurs de téléphonie mobile et revoir les conditions d'accès tarifaire pour l'ensemble des intervenants dans les paiements mobiles.</p> <p>Informersensibiliser les utilisateurs, tant consommateurs que producteurs, sur la sécurisation des transactions apportée par le recours au paiement en ligne, et plus généralement sur les gains potentiels à adhérer au commerce électronique via une plateforme électronique d'échange.</p>
 Cadre juridique et réglementaire	
<p>Le cadre juridique et réglementaire ivoirien régissant tant les pratiques de commerce traditionnel et de la consommation que du commerce électronique est en place depuis 2016, voire 2017 pour les lois, décrets et ordonnances les plus récents. Ces lois, qui se basent sur le cadre réglementaire de la CEDEAO et ont vocation à rassurer les consommateurs et acteurs des services du commerce électronique, semblent être peu strictement appliquées en Côte d'Ivoire comme dans de nombreux pays de la région. Le cadre institutionnel de protection des consommateurs, que ce soit dans le commerce des TIC ou du commerce en ligne en général, est peu structuré et peu visible.</p>	<p>Diffuser et promouvoir les lois afin de rassurer et de convaincre les utilisateurs potentiels du commerce électronique avec la mise en place de sanctions pour les opérateurs qui ne se conformeraient pas à la réglementation.</p> <p>Renforcer les capacités et les compétences des acteurs du corps judiciaire dans le domaine du commerce électronique pour la bonne application des lois.</p> <p>S'assurer que les autorisations fournies aux sites de commerce électronique pour le traitement des données personnelles sont effectivement affichées sur ces sites.</p> <p>Structurer l'institution en charge de la protection des consommateurs, que ce soit dans le domaine des TIC ou du commerce en ligne en général, afin de lui fournir une crédibilité en accord avec son autonomie et sa visibilité, ce qui permettra de renforcer la confiance des acteurs envers l'économie numérique.</p>
 Développement des compétences pour le commerce électronique	
<p>Des formations existent, tant publiques que privées, dans les filières des TIC et de l'économie numérique.</p> <p>Pourtant, l'écosystème du numérique semble avoir des difficultés à trouver localement les compétences nécessaires à son développement, dénotant une inadéquation entre les formations nouvellement proposées et les besoins du marché.</p>	<p>Évaluer précisément les besoins des entreprises et du marché du numérique afin de fournir un état des lieux sur le décalage entre les compétences requises, les compétences existantes et les formations proposées.</p> <p>Encourager la réforme en cours de l'enseignement technique et professionnel, via la restructuration des branches professionnelles au rang desquelles figure la branche TIC.</p> <p>Accompagner cette identification d'un travail de certification et d'accréditation des formations afin de fournir de la visibilité aux bénéficiaires de ces formations et aux employeurs potentiels.</p> <p>Suivre systématiquement l'action des incubateurs et accélérateurs et leur proposer/imposer un système d'accréditation.</p>



Accès au financement

Les start-up technologiques n'ont globalement pas accès au financement direct des banques, qui exigent des garanties qu'elles ne peuvent pas leur fournir. Elles ont le plus souvent recours, comme dans de nombreux autres pays, à des fonds propres.

Le développement des compétences est également indispensable sur la partie gestion de projet et gestion d'entreprise afin de convaincre des investisseurs.

Mettre en place des fonds de garantie ciblés à l'instar du programme initié par le Ministère de la Promotion de la Jeunesse et de l'Emploi des Jeunes.

Faire appel aux partenaires techniques et financiers pour des programmes de financement ou de développement de fonds de garantie pour les start-up technologiques.



CONCLUSIONS DANS LES SEPT DOMAINES THÉMATIQUES DE L'INITIATIVE ETRADE FOR ALL

1. ÉVALUATION DE L'ÉTAT DE PRÉPARATION AU COMMERCE ÉLECTRONIQUE ET FORMULATION DES STRATÉGIES

Le Gouvernement ivoirien a lancé un programme visant au développement des TIC et de l'économie numérique en 2016, dans le cadre du Plan National de Développement. Les différents axes de ce programme en faveur de l'économie numérique ont permis d'initier des actions en vue du développement du numérique, qu'il s'agisse des infrastructures, de la définition du cadre réglementaire ou du déploiement de services en ligne. Ces actions sont par nature bénéfiques au commerce électronique. Il n'existe cependant aucune stratégie nationale en matière de commerce électronique, ce qui transparaît au niveau institutionnel et ne permet pas une coordination efficace entre l'ensemble des institutions en lien direct ou indirect avec l'une des composantes de ce commerce.

1.1 Politiques nationales liées aux TIC, au gouvernement en ligne et au commerce électronique

La promotion de l'économie numérique au travers du développement des TIC est partie intégrante du programme Ambition 2020 du Gouvernement de la Côte d'Ivoire, au sein du Plan National de Développement 2016-2020.

Le programme Ambition 2020 vise en particulier à :

1. L'élaboration et la mise en œuvre d'un cadre législatif et réglementaire ;
2. Le développement d'une infrastructure à large bande ;
3. La promotion de l'accessibilité à l'usage des TIC ;
4. Le développement d'une expertise nationale en matière de TIC ;
5. La relance de la Zone Franche de la Biotechnologie, des Technologies de l'Information et de la Communication (ZBTIC) de Grand-Bassam.

Il n'existe aucune politique ou stratégie dédiée au développement du commerce électronique.

1.2 Coordination nationale et cadre de gouvernance

Une Autorité, une agence et une société nationale sont en charge du suivi, du développement et de la régulation des TIC.

L'Agence Nationale du Service Universel des Télécommunications (ANSUT) veille à la mise en application du programme Ambition 2020. L'Autorité de Régulation des Télécommunications de Côte d'Ivoire (ARTCI) a pour mission la régulation du secteur des TIC. La Société Nationale de Développement Informatique (SNDI) a pour rôle de créer une administration publique numérique efficace (voir tableau 1).

Par ailleurs, le Village des Technologies de l'Information et de la Biotechnologie (VITIB), structure sous tutelle du Ministère de l'Économie Numérique et de La Poste, a été créé en novembre 2006 avec la participation de partenaires ivoiriens et internationaux aux côtés du Gouvernement ivoirien. Le VITIB est chargé de la gestion, de l'exploitation et de la promotion de la ZBTIC.



Tableau 1 : Structures en charge de la préparation et du suivi des orientations nationales en matière de numérique et de commerce électronique

Structure	Attributions
Agence Nationale du Service Universel des Télécommunications (ANSUT)	Suivre le programme Ambition 2020 ; Assurer l'accès universel aux TIC ; Faire de l'État de Côte d'Ivoire un utilisateur modèle des TIC ; Favoriser le développement de l'administration en ligne.
Autorité de Régulation des Télécommunications/TIC de Côte d'Ivoire (ARTCI)	Réguler le secteur des Télécommunications/TIC et de La Poste ; Définir des normes et qualité de services ; Assurer la régulation de la concurrence ; Contrôler la qualité de service des TIC et de l'activité postale.
Société Nationale de Développement Informatique (SNDI)	Réaliser l'éclosion d'une administration publique numérique efficace ; Mettre en œuvre et vulgariser l'usage adéquat des TIC dans toutes les activités de l'administration publique.
Village des Technologies de l'Information et de la Biotechnologie (VITIB)	Construire et aménager les infrastructures immobilières des sites, puis gérer et exploiter la ZBTIC de Grand-Bassam dont le Gouvernement ambitionne de faire la vitrine technologique de l'Afrique de l'Ouest.

Source : CNUCED

Les répondants aux questionnaires de la CNUCED ont une perception mitigée du degré de maturité de la gouvernance de l'économie numérique. Il faut noter que cette vision critique dénote un niveau d'exigence et une forte sensibilité à l'importance de l'économie numérique et du commerce électronique (voir les figures 3a et 3b pour le détail des réponses).

En matière de gouvernance, respectivement 56% et 62% des répondants (sur 82) considèrent que tant le soutien politique de haut niveau que la coordination entre les institutions ont un faible niveau de maturité. Par ailleurs, 35% des répondants (sur 82) ne savent pas s'il existe une institution en charge du développement du commerce électronique. Globalement, aucune des dimensions n'a recueilli plus de 15% comme niveau de maturité élevé.

Il a été intéressant, dans le cas de l'évaluation du commerce électronique en Côte d'Ivoire, de bénéficier de réponses aux questionnaires de 35 représentants du secteur privé de la ville de Korhogo (voir figure 3b). Cela permet de fournir un éclairage complémentaire, les participants aux ateliers de travail à Abidjan étant majoritairement issus de cette métropole.

Un premier constat concerne le pourcentage de répondants qui ont sélectionné « ne sait pas » à l'évaluation du niveau de maturité des différentes dimensions du commerce électronique. Ce pourcentage est en moyenne de 32% dans le cas de Korhogo, contre

9% pour Abidjan, dénotant un moindre accès à l'information concernant les problématiques de l'économie numérique et du commerce électronique.

Ce constat porte en particulier sur l'évaluation de la maturité du cadre juridique et réglementaire (53% des répondants de Korhogo ont choisi « ne sait pas »), de la coordination entre les institutions (42%) et du soutien politique de haut niveau (24%).

Si l'on reprend les statistiques des figures 3a et 3b en excluant les réponses « ne sait pas », la faiblesse du cadre de gouvernance du commerce électronique est mise en avant avec 75% et 65% des répondants d'Abidjan qui soulignent la faiblesse de la coordination entre les institutions et le soutien politique de haut niveau en termes de développement du commerce électronique, de même que 61% et 54% des répondants de Korhogo.

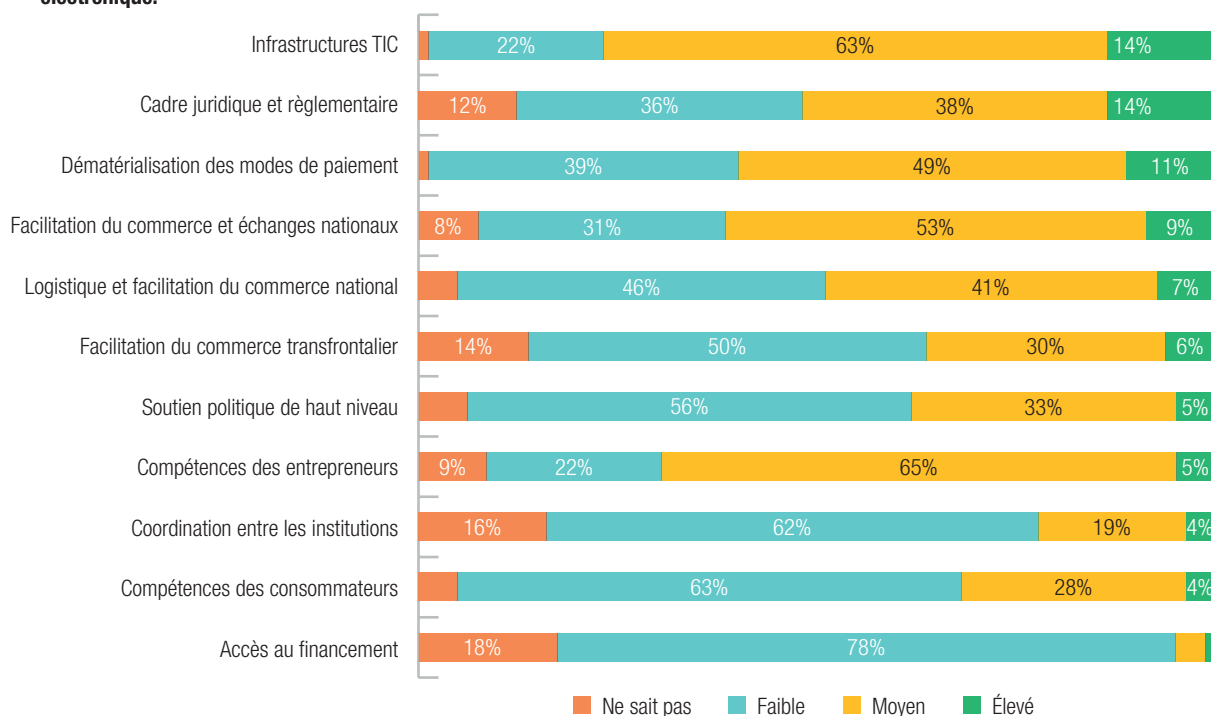
Enfin, les questions de l'accès au financement et des compétences des consommateurs sont les deux facteurs considérés comme les moins matures par l'ensemble des répondants.



Figure 3 : Évaluation du niveau de maturité par dimension du commerce électronique

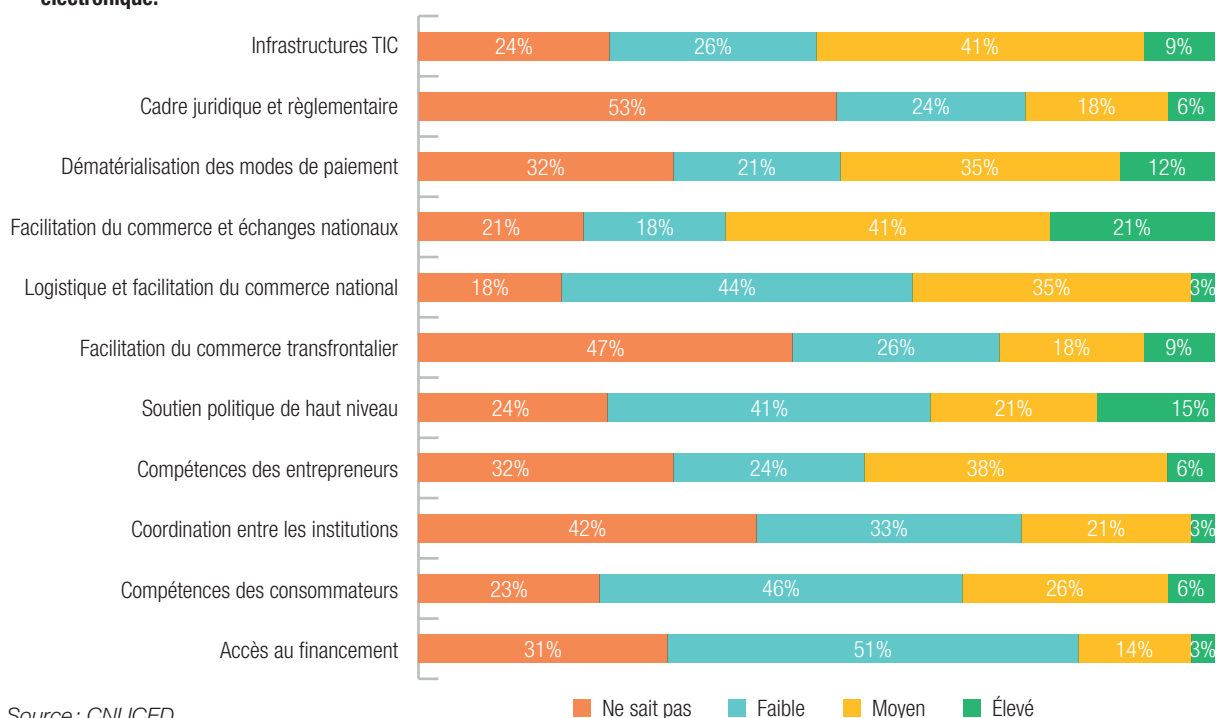
3a : Répondants d'Abidjan (secteur public et privé, 82 réponses)

Veillez classer les facteurs suivants en fonction de leur niveau de maturité en termes de développement du commerce électronique.



3b : Répondants de Korhogo (secteur privé, 35 réponses)

Veillez classer les facteurs suivants en fonction de leur niveau de maturité en termes de développement du commerce électronique.



Source : CNUCED



1.3 Positionnement de la Côte d'Ivoire selon divers indices de développement

Les performances de la Côte d'Ivoire en matière de développement du commerce électronique et des TIC la positionnent respectivement à la deuxième et première place de l'UEMOA sur les sept pays considérés pour l'Indice du commerce électronique B2C de la CNUCED (2019) et pour l'Indice de développement des TIC de l'UIT (2017) (voir tableau 2).

L'Indice de développement en matière de gouvernement électronique (EGDI), que l'ANSUT mentionne comme indicateur de référence (voir paragraphe 1.4), positionne en revanche la Côte d'Ivoire à la cinquième position de la zone UEMOA et à la 172^e place mondiale. Ce classement résulte en particulier de sa faiblesse sur la dimension «services en ligne», comme illustré dans la figure 3 du paragraphe 1.4.

1.4 Gouvernement électronique

Le développement d'une administration intelligente fait partie des objectifs du PND 2016-2020, sous la supervision de la SNDI.

L'Indice de développement d'e-gouvernement (E-Government Development Index, EGDI) est un indicateur de suivi utilisé par l'ANSUT.

L'Indice EGDI combine trois composantes: le développement des infrastructures de télécommunications, le capital humain et les services en ligne. L'analyse distincte de ces différentes dimensions révèle que l'indice de la Côte d'Ivoire est pénalisé par la composante «services en ligne».

Tableau 2: Vue d'ensemble - Commerce électronique B2C, développement des TIC et gouvernement électronique dans l'espace UEMOA*

Pays	Indice du Commerce électronique B2C, CNUCED (2019)		Indice de développement des TIC (2017)		e-Gouvernement (EGDI, 2018)	
	UEMOA	Monde	UEMOA	Monde	UEMOA	Monde
Bénin	6	138	5	161	3	159
Burkina-Faso	4	142	6	162	4	165
Côte d'Ivoire	2	118	1	131	5	172
Guinée Bissau	7	173	7	187
Mali	5	136	3	155	6	178
Niger	7	152	8	192
Sénégal	1	98	2	142	2	150
Togo	3	128	4	156	1	138
Total pays considérés	7	152	7	176	8	193

Sources: CNUCED (2019), UIT (2017), WEF (2018)

*L'année la plus récente a été retenue pour chacune des sources mentionnées

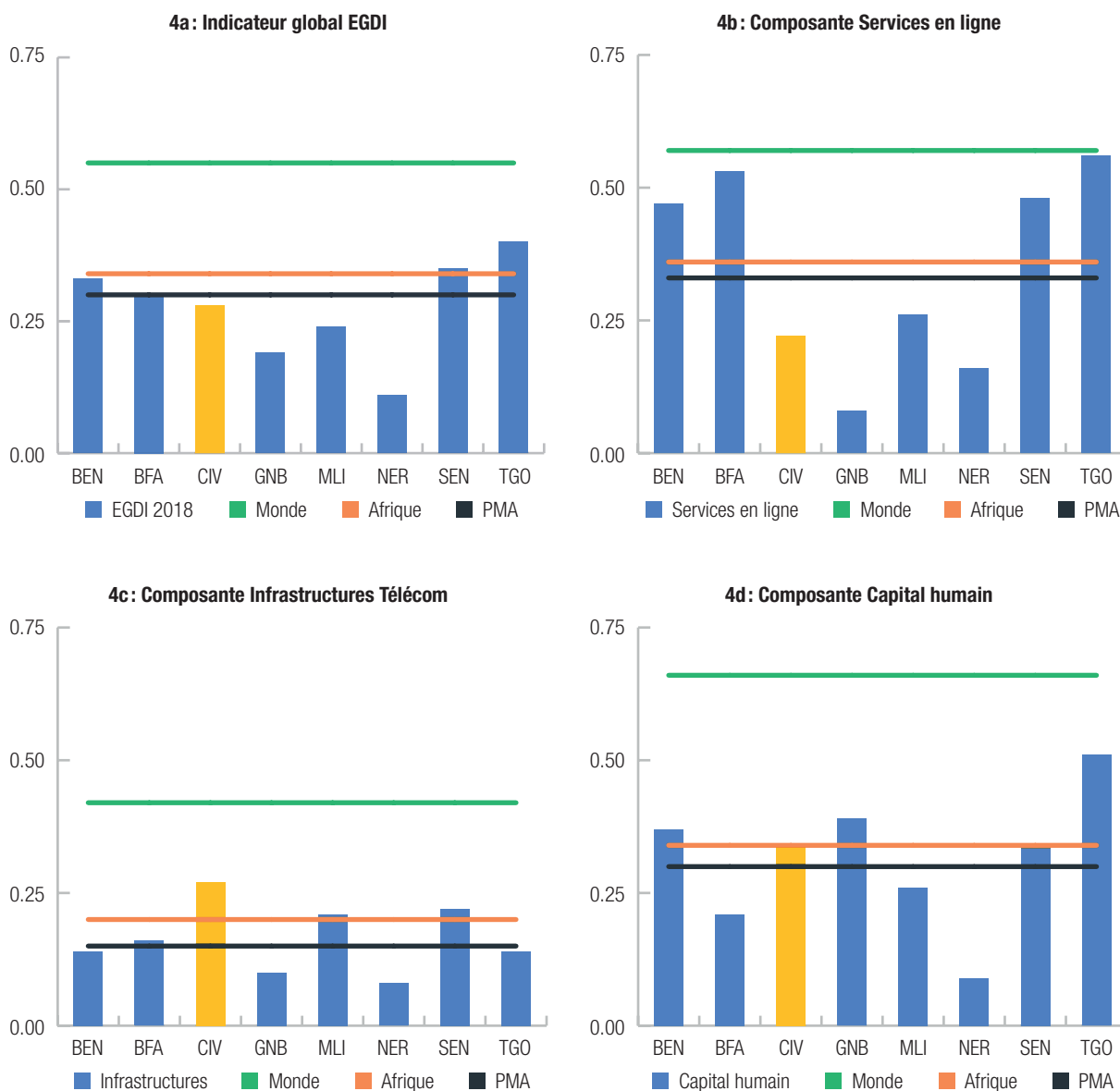


La figure 4a présente l'indice EGDI de la Côte d'Ivoire, ainsi que trois de ses composantes : le développement des services en ligne (4b), le niveau des infrastructures (4c) et une mesure du capital humain reflétant la capacité à exploiter les avancées technologiques (4d).

Les valeurs des indices des autres pays de l'UEMOA sont également reportées afin de mettre la position de la Côte d'Ivoire en perspective, de même que les niveaux moyens des PMA, de l'Afrique et du monde.

L'indice révèle que la Côte d'Ivoire est en avance par rapport aux autres pays de l'UEMOA, mais également aux PMA et à l'ensemble de l'Afrique sur la composante « infrastructures » (voir figure 4c). La Côte d'Ivoire ne se situe en revanche que très légèrement au-dessus de la moyenne des pays de l'UEMOA (0,34 contre 0,31) pour ce qui concerne la composante « capital humain », alors qu'elle est la seule à ne pas figurer dans les PMA.

Figure 4 : Gouvernement électronique - vue d'ensemble, UEMOA



Source : Enquête des Nations Unies sur l'Administration en ligne (2018)



Enfin, l'Indice de la Côte d'Ivoire en matière de disponibilité des services en ligne (figure 4b) met en évidence un besoin d'amélioration: le pays figure à la 6^e place de l'UEMOA, entre le Mali et le Niger, et a un indice 50% inférieur à la moyenne des PMA (0,22 pour la Côte d'Ivoire, contre 0,33 pour la moyenne des PMA et 0,36 pour la moyenne des pays africains).

Des avancées significatives ont été réalisées dans la mise en place du gouvernement électronique: réalisations et actions en cours.

Parmi les actions en cours correspondant à des avancées majeures vers une dématérialisation des procédures administratives et ce qu'il convient d'appeler un gouvernement électronique, on peut citer les réalisations suivantes :

- Le Système Intégré de Gestion des Finances Publiques (SIGFIP). Ce système a été mis en service en 1999 par la SNDI.
- Le Système Intégré de Gestion des Marchés Publics (SIGMAP). Il s'agit d'un logiciel permettant d'automatiser la procédure de passation des marchés publics. Il permet en particulier de faire le lien entre les différents acteurs en charge de la gestion des opérations sur les marchés ainsi que de centraliser, diffuser et archiver l'information sur les marchés publics (réglementation, outils et résultats). Le SIGMAP permet également un suivi des procédures en temps réel, garantissant la traçabilité des opérations ainsi que l'exécution des marchés depuis la notification de l'ordre de service de démarrage des prestations jusqu'au paiement.
- Le Système Intégré de Gestion des Fonctionnaires et Agents de l'État (SIGFAE). Ce logiciel a pour objet de moderniser la gestion des ressources humaines. Il fournit un support à la planification des ressources et à la réduction des délais de procédures.
- Le Réseau Informatique de Comptabilité Intégrée pour la gestion budgétaire et comptable des Établissements Publics Nationaux (RICI-

EPN). Son utilisation est ouverte à une trentaine d'EPN choisis par secteur d'activité.

- Le Système Intégré de Gestion du Foncier et de l'Habitat (SIGFOHA). Ce projet, initié par le Ministère de la Construction, de l'Urbanisme et de l'Habitat, vise au développement d'une application de traitement de données en lien avec le foncier et l'habitat.
- Un portail public (www.servicepublic.gov.ci) regroupe l'ensemble des procédures administratives déjà dématérialisées (et en cours de dématérialisation) utiles aux particuliers, aux entreprises et aux associations. Un module de connexion a aussi été développé pour permettre à l'utilisateur d'accéder à son espace personnel (suivi des démarches, enregistrement des documents, etc.) et aux administrations de mettre facilement à jour les informations présentées en ligne.

La dématérialisation des procédures est également en cours concernant les formalités douanières et le dédouanement des marchandises, via le système de dédouanement informatisé (SYDONIA World, rebaptisé SYDAM World en Côte d'Ivoire) et le Guichet Unique du Commerce Extérieur (GUCE) progressivement mis en place depuis 2013 dans le cadre de la facilitation des échanges.

1.5 Dialogue public-privé (DPP) dans le domaine du commerce électronique

Le Gouvernement de Côte d'Ivoire communique sur l'ensemble des projets de partenariat public-privé (PPP) inscrits dans la programmation du pays en mettant à disposition des fiches projets détaillées décrivant les secteurs d'activité et les montants des projets en ligne sur le portail officiel du Comité National de Pilotage des Partenariats Public-Privé (CNP-PPP), l'organe de décision, de validation et d'orientation du cadre institutionnel de conduite des projets PPP. Le portail officiel du CNP-PPP (www.ppp.gov.ci) a été lancé en 2015.



En matière de dialogue public-privé, les ateliers de travail réalisés durant la semaine d'étude à Abidjan ont permis de mettre en évidence un manque de communication entre les différents acteurs du secteur et le Gouvernement, que ce soit sur le cadre réglementaire, les initiatives publiques ou les besoins de la population. Les réponses aux questionnaires confirment ce besoin d'information des acteurs ivoiriens, qu'ils soient publics ou privés, sur différents aspects :

- 35% (sur 80) des répondants au questionnaire à Abidjan ignorent l'existence d'une stratégie en matière d'économie numérique ;
- 4,6% (sur 65) et 7,7% seulement des répondants ont respectivement connaissance de programmes destinés à promouvoir l'implication des femmes dans le commerce électronique et plus généralement, dans le domaine des TIC.

1.6 Disponibilité de statistiques

Si l'ARTCI fournit des données sur l'offre en matière de TIC et la pénétration du marché des télécommunications et des services postaux dans leur globalité, il n'existe pas de données portant spécifiquement sur l'ampleur du commerce électronique en Côte d'Ivoire. De telles informations seraient pourtant précieuses pour établir une cartographie des acteurs, recenser leurs besoins et mettre au jour les opportunités qu'offre ce secteur.



2. INFRASTRUCTURES TIC ET SERVICES

Le marché des télécommunications de la Côte d'Ivoire est partagé entre trois opérateurs pour les services de téléphonie et de l'Internet mobiles, qui représentent l'essentiel du marché. La téléphonie mobile a un taux de pénétration supérieur à 100%, et l'Internet mobile un taux de pénétration de 65%. L'accès à l'Internet repose pour l'essentiel sur l'Internet mobile, les connexions via l'Internet fixe restant extrêmement marginales. Au-delà du taux de pénétration globale de l'Internet, il est indispensable de qualifier la fiabilité et la qualité des connexions, entre service haut débit de type 4G et simple service de messagerie de type 2G, le commerce électronique requérant par nature des connexions fiables permettant un contenu dynamique nécessaire aux transactions en ligne. Le coût est également à prendre en compte. Si les coûts d'accès aux abonnements à l'Internet mobile sont relativement plus compétitifs en Côte d'Ivoire que dans les autres pays de l'UEMOA, ils restent cependant élevés.

Des investissements importants ont été réalisés en matière d'infrastructures des TIC. Toutefois, l'amélioration de ces infrastructures reste la priorité, compte tenu de l'ambition du Gouvernement de fournir un accès universel aux TIC. Le déploiement insuffisant de la dorsale, les difficultés rencontrées quant au maillage et à l'accès au dernier kilomètre, ainsi que le coût des forfaits Internet représentent des freins importants pour atteindre ces objectifs, dans un contexte où près du tiers de la population (35%) n'a pas accès à l'électricité (Banque mondiale, WDI 2019).

2.1 Panorama du marché ivoirien des télécommunications

La Côte d'Ivoire est reliée à l'Internet mondial par plusieurs câbles sous-marins intercontinentaux à fibre optique. Le pays a notamment passé une convention avec trois opérateurs détenant les câbles sous-marins SAT-3 (South Africa Transit 3), Africa Coast to Europe (ACE) et WACS (West Africa Cable System). Il faut ajouter également le câble MainOne, qui relie le Portugal à l'Afrique du Sud via plusieurs pays d'Afrique de l'Ouest, et est opérationnel en Côte d'Ivoire depuis fin 2019 via la station d'atterrissage située dans la zone franche de Grand-Bassam.

Le marché des télécommunications est composé pour l'essentiel de trois opérateurs.

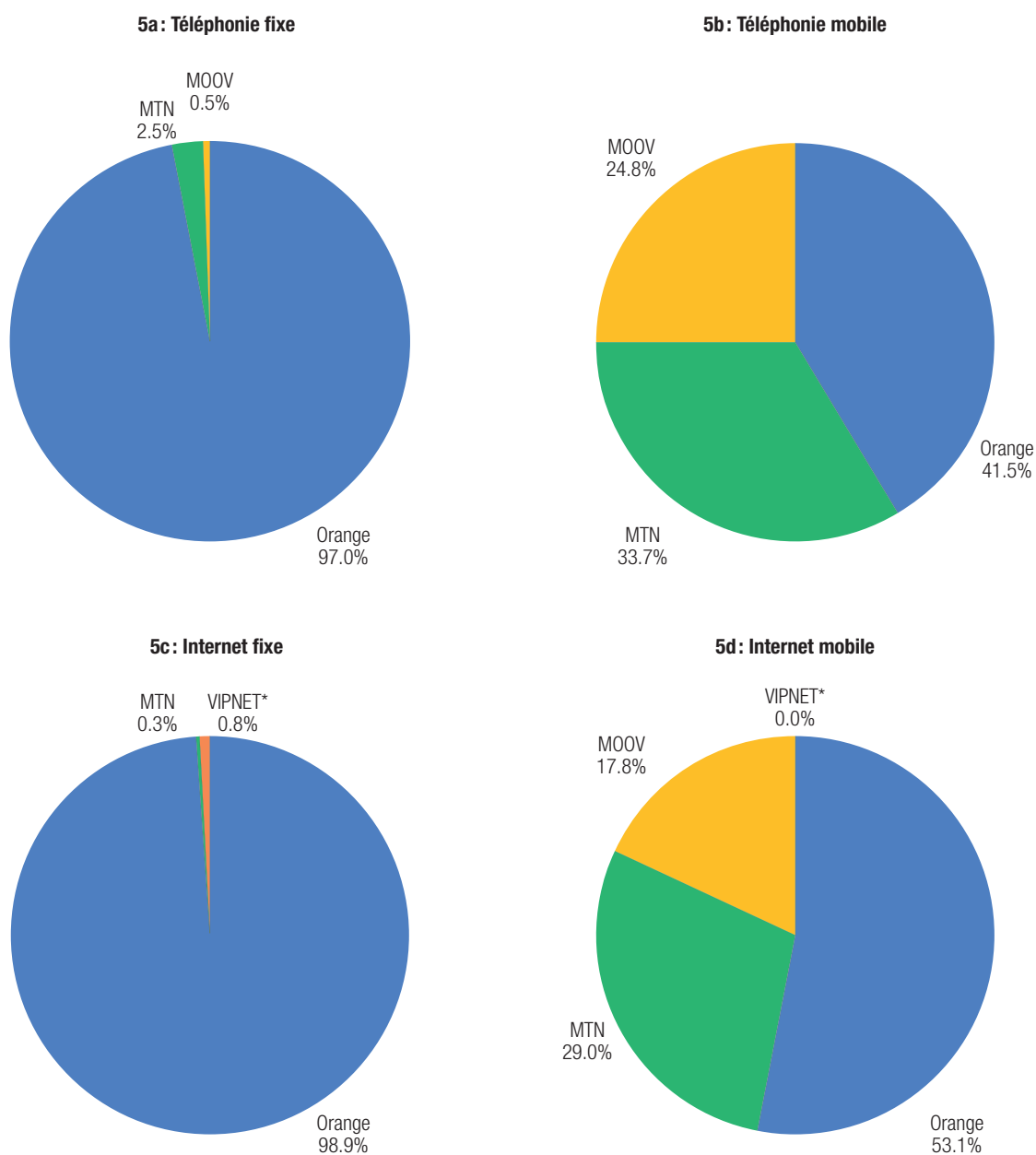
Orange, MTN et MOOV se partagent le marché des télécommunications. Chacun de ces trois opérateurs est en partenariat avec une entité extérieure, respectivement Orange France, MTN Afrique du Sud et Maroc Telecom.

Orange est le principal opérateur, tant pour les services de téléphonie fixe que de l'Internet fixe : respectivement 97% et 98,9% des abonnés à l'Internet fixe et mobile sont abonnés à Orange, dont 9% seulement via la fibre optique (données de l'ARTCI à partir des données des opérateurs de télécommunications, septembre 2019).

La concurrence est plus importante sur les marchés de la téléphonie mobile et de l'Internet mobile entre Orange, MTN et MOOV (voir figure 5) dont les parts de marché sont respectivement de 41,5%, 33,7% et 24,8%.



Figure 5 : Marché des télécommunications - fournisseurs d'accès à la téléphonie et à l'Internet (2019)



27 919 abonnés (0,2% de la population)

*91% de ses recettes proviennent d'abonnés professionnels

5,4 Mo d'abonnés (47,6% de la population)

Source: CNUCED sur la base des données des opérateurs de télécommunications (ARTCI, 2019)



Le point d'échange Internet national (Cote d'Ivoire Exchange Internet Point, CIVIX) est régi par une charte de fonctionnement pour une gestion nationale transparente de l'Internet.

Le CIVIX a été mis en place en 2013 sous l'impulsion du Ministère de l'Économie Numérique et de La Poste. Il est construit sur une architecture à deux points de présence physique (POP) au travers d'un réseau haut débit sécurisé: l'un hébergé par Orange Côte d'Ivoire Telecom et l'autre par MTN Côte d'Ivoire, avec un centre d'opérations (NOC) hébergé au sein de l'ARTCI.

L'ARTCI, les opérateurs télécoms MTN, Orange et MOOV Côte d'Ivoire, ainsi que les fournisseurs d'accès Internet VIPNET et YooMee, ont signé le 29 octobre 2019 à Abidjan une charte de fonctionnement du CIVIX en 13 articles sur 3 chapitres, détaillant les conditions d'adhésion et les obligations de ses membres, ainsi que les sanctions en cas de manquement. Le document vise à garantir une gestion transparente de l'infrastructure physique à travers laquelle ces acteurs échangent du trafic de données.

Les signataires de la charte de fonctionnement du CIVIX s'engagent à une gestion participative et inclusive de la technologie, à une amélioration de la qualité du débit de l'Internet, à une réduction des coûts liés au transport de données et à une gestion transparente de l'Internet.

2.2 Pénétration de l'Internet, fiabilité, accessibilité, latence, débit, couverture

L'accessibilité et la fiabilité de l'accès à l'Internet est, dans le contexte du développement du commerce électronique, un enjeu majeur pour les utilisateurs ivoiriens, qu'il s'agisse de consommateurs ou de vendeurs en ligne potentiels.

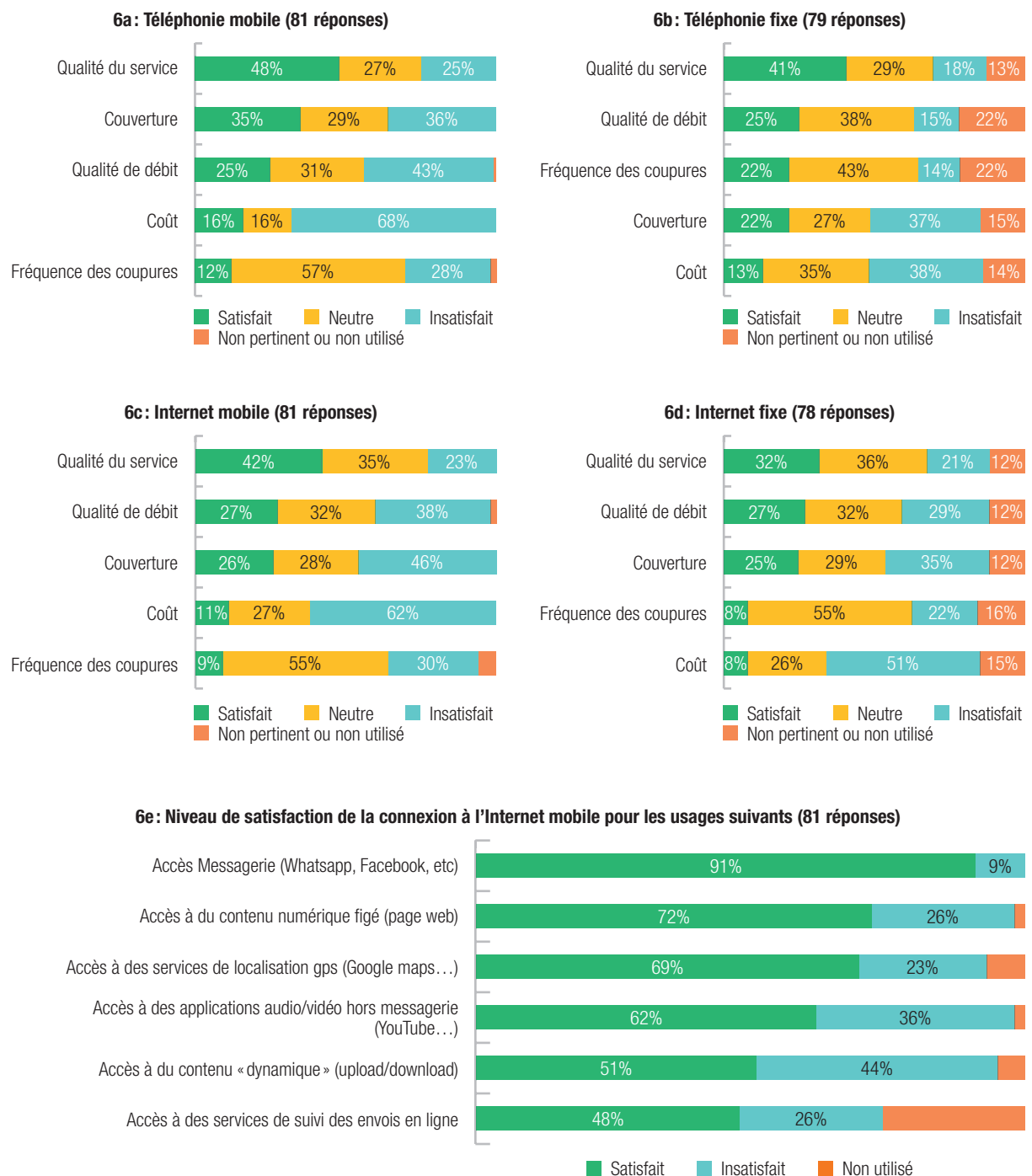
L'analyse des questionnaires transmis dans le cadre de l'étude met en évidence le fait que l'amélioration de la couverture et de la qualité du débit à moindre coût constituent des priorités pour les utilisateurs, tant en matière de téléphonie que d'accès à l'Internet (voir figures 6a à 6e).

Le taux de satisfaction concernant la qualité globale des services de téléphonie mobile et de l'accès à l'Internet mobile est respectivement de 48% et de 42% (contre respectivement 25% et 23% d'insatisfaits). Cependant seuls 16% et 11% sont satisfaits du prix (contre 68% et 62% d'insatisfaits), et 25 à 36% sont satisfaits de la couverture et de la qualité du débit (contre 36 à 46% d'insatisfaits).

La figure 6e fournit un éclairage sur le niveau de satisfaction de la connexion à l'Internet mobile selon le type d'usage (la question n'a pas été posée dans le cadre de l'Internet fixe compte tenu de son très faible taux de pénétration, voir la figure 7). Le taux de satisfaction de la connexion à l'Internet mobile est très élevé pour un usage ne nécessitant qu'un bas débit de type 2G, correspondant à des services de messagerie (91% de satisfaction) mais est plus faible pour des usages nécessitant du plus haut débit comme l'accès à des applications audio ou vidéo (62% de satisfaction) ou à des téléchargements (51%), ce qui coïncide avec les niveaux d'insatisfaction précédemment reportés quant à la couverture et à la qualité du débit.



Figure 6 : Niveau global de satisfaction vis-à-vis des services de téléphonie et de l'accès à l'Internet



Source : CNUCED



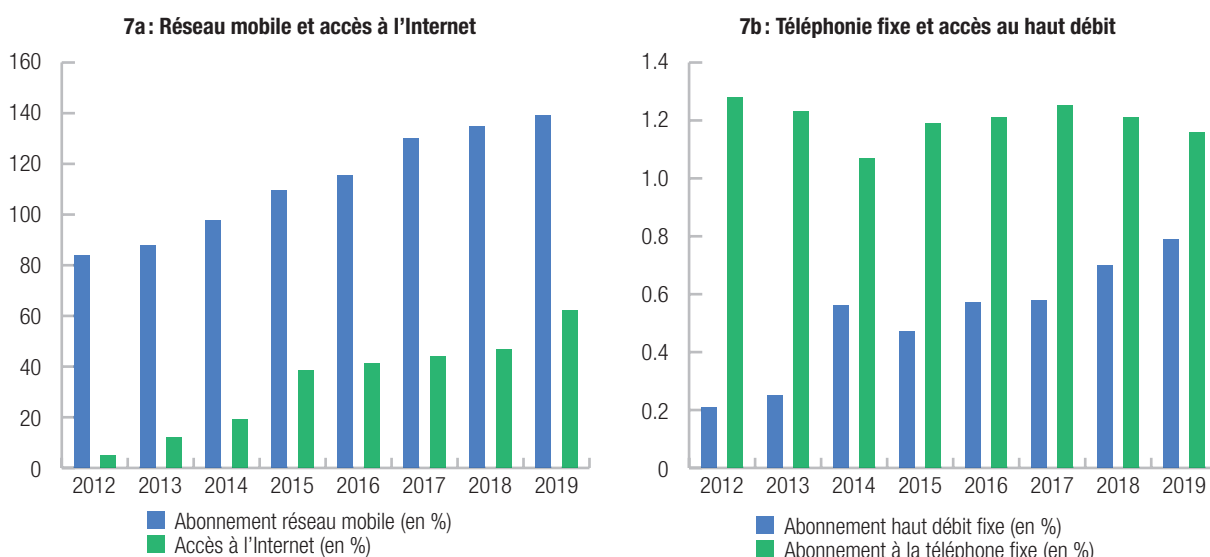
Le taux global de pénétration de l'Internet en 2019 est d'environ 67% de la population ivoirienne, selon les données des opérateurs de télécommunication fournies par l'ARTCI.

Il faut noter qu'il s'agit ici de tous les types d'accès à l'Internet, les données des opérateurs ne permettant pas de faire la distinction entre des connexions de type 2G, 3G ou 4G. Ce taux de 67% correspond au ratio entre le nombre total d'abonnés à l'Internet, soit 17,2 millions (page 34 du rapport 2020 de l'ARTCI, portant sur les données de 2019) rapporté à la population en Côte d'Ivoire en 2019 (25,7 millions d'après les Indicateurs du développement dans le monde de la Banque mondiale).

Le marché du fixe représente un pourcentage très faible du marché des communications électroniques, tant pour la fourniture de services téléphoniques que pour l'accès à l'Internet (voir figure 7).

L'accès à l'Internet repose majoritairement sur le réseau mobile, comme dans la plupart des pays d'Afrique subsaharienne. Le taux de pénétration de l'Internet mobile est en constante augmentation depuis 2012, comme celui de la téléphonie mobile.

Figure 7 : Internet mobile et Internet fixe, Côte d'Ivoire (2019)



Note: Le haut débit inclut l'ADSL, le LTE et FTTH

Source: CNUCED, sur la base des données de l'ARTCI (2019)



La figure 8 met en perspective les données sur l'accès aux télécommunications entre téléphonie et accès à l'Internet de la Côte d'Ivoire avec la moyenne des pays africains, des PMA et du monde pour l'année 2018, année la plus récente pour laquelle des données sont disponibles à des fins de comparaisons internationales.

Ces comparaisons témoignent de la forte pénétration de la téléphonie mobile, supérieure en moyenne aux autres zones considérées. À noter que la comparaison du taux de pénétration de l'Internet mobile ne permet pas réellement d'en tirer des conclusions, dans la mesure où la 2G est prise en compte dans le cas de la Côte d'Ivoire, à l'inverse de nombreux autres pays où seul l'accès au haut débit est considéré.

2.3 Qualité des services TIC

Qualité des services TIC et services aux utilisateurs

Conformément aux dispositions de l'article 72 de l'Ordonnance n°2012-293 du 21 mars 2012 relative aux Télécommunications et aux Technologies de l'Information et de la Communication, l'ARTCI est en charge de la définition des indicateurs et normes de qualité de service et de performances pour la fourniture de services de télécommunications au niveau national, ainsi que du contrôle de leur conformité.

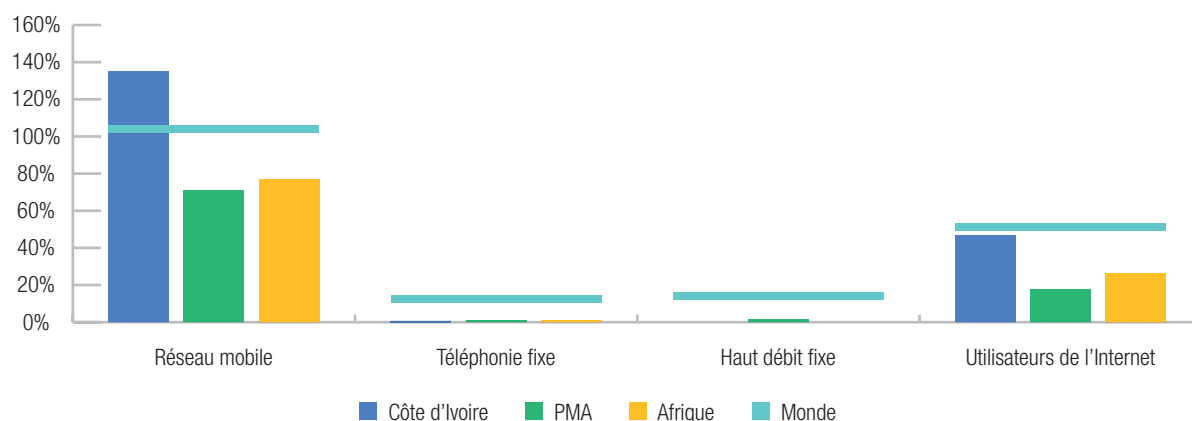
Dans le cadre de sa mission de protection des consommateurs en matière d'accès aux télécommunications, l'ARTCI mène des activités de formation et de sensibilisation pour le renforcement des capaci-

tés en vue d'une meilleure connaissance des droits des consommateurs et obligations des fournisseurs. Les relations de l'ARTCI avec les associations de consommateurs sont formalisées au travers du Cadre permanent d'échanges (CPE) qui regroupe une douzaine d'associations de consommateurs (voir la section 6 pour une analyse détaillée de la protection des consommateurs en matière de commerce électronique en Côte d'Ivoire).

Le coût des services TIC est plus compétitif en Côte d'Ivoire que dans le reste de l'UEMOA pour des abonnements avec des volumes de données faibles, mais reste peu compatible avec l'objectif d'universalité pour des volumes de données élevés.

Le prix d'accès à l'Internet mobile est très élevé pour les abonnements avec de gros volumes de données (voir figure 9a). Un abonnement correspondant à un volume mensuel de données de 100 Mo à 2 Go représente respectivement 3 à 6% du Revenu national brut (RNB) mensuel moyen par habitant (d'après les données de Alliance for Affordable Internet (A4AI) et de la Banque mondiale). Des abonnements de 5 à 10 Go représentent respectivement 13 et 19% environ du RNB moyen par habitant, ce qui les rendent naturellement inaccessibles à une large partie de la population. Or, il faut rappeler que le développement du commerce électronique implique un accès à des forfaits avec des volumes de données importants au-delà du bas débit n'autorisant que des services de messagerie. À titre de comparaison, un abonnement à l'Internet mobile incluant jusqu'à 1 Go de données représente 1% à 2% du RNB mensuel moyen par habitant dans les pays à revenu intermédiaire tels que la

Figure 8 : Pénétration des télécommunications, téléphonie et Internet (2018) - mise en perspective



Sources : CNUCED, à partir des données de l'UIT (2019) et de l'ARTCI (2019)



Tunisie ou le Maroc, et 3% à 4% pour un abonnement avec un volume de données de 10 Go.

Les prix restent cependant relativement plus faibles que dans le reste de l'UEMOA pour tous les types d'abonnement, quel que soit le volume de données correspondant. Si les forfaits sont, à l'exception des forfaits de 500 Mo, plus élevés en valeur absolue que dans la moyenne des pays de l'UEMOA (de +6,3% pour un forfait à 100 Mo à +28% pour un forfait à 5 Go) ils restent relativement plus faibles, compte tenu du fait que le RNB est en moyenne 80% plus élevé en Côte d'Ivoire que dans la moyenne des pays de l'UEMOA.

2.4 Principales réalisations et projets en cours

Ratification par la Côte d'Ivoire de la résolution du 24 juillet 2018 sur le free roaming dans l'espace UEMOA.

La Côte d'Ivoire a ratifié en 2018 la résolution portant sur le free roaming dans l'espace UEMOA. Le free roaming est un service d'itinérance réglementé qui se caractérise par la suppression de toute surtaxe et surcharge sur les services voix et messagerie (SMS) de tout abonné en déplacement dans les pays signataires du Protocole d'Abidjan. En pratique, il permet à

un abonné en itinérance dans l'un des pays concernés de bénéficier de communications moins chères, en utilisant la carte puce de son opérateur d'origine.

Neuf pays de la CEDEAO sont à ce jour signataires du Protocole d'Abidjan pour l'application du free roaming: la Côte d'Ivoire, la Guinée, le Sénégal, le Mali, le Togo, le Burkina Faso et le Bénin, rejoints par la Sierra Leone en novembre 2019 et le Libéria en février 2020. Dans la pratique, le free roaming offre la possibilité aux ressortissants des neuf pays précités de bénéficier non seulement de la gratuité des 300 premières minutes de communication, mais aussi du tarif local du pays visité, le tout sur une durée de trente jours calendaires.

L'adoption du free roaming devrait être, à terme, étendue à l'ensemble de la CEDEAO.

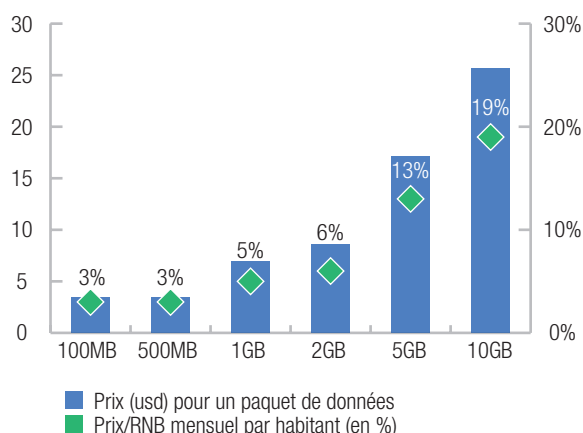
Réalisations et projets en cours

Projet de Réseau national haut débit (RNHD).

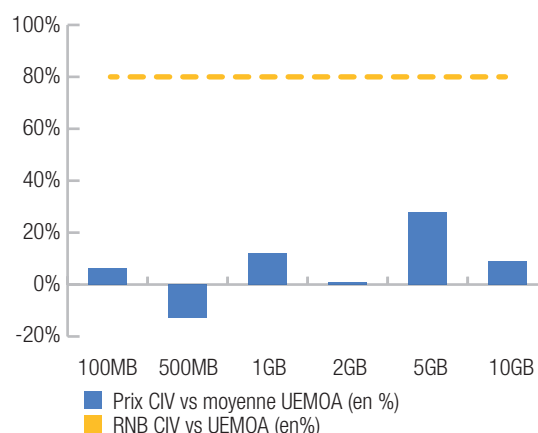
La construction d'un RNHD de 7 000 km de fibre optique fait partie du plan de développement du Gouvernement ivoirien dans le cadre du PND 2016-2020. Le projet devrait permettre de connecter toutes les préfectures et sous-préfectures au réseau national de

Figure 9: Prix de l'Internet mobile - analyse comparée prix relatif Côte d'Ivoire et UEMOA

9a: Prix relatif de l'Internet mobile et revenu national brut mensuel Côte d'Ivoire (2019)



9b: Prix de l'Internet mobile en Côte d'Ivoire et dans l'UEMOA (2019)



Sources: Calculs effectués à partir des données de A4Ai et de la Banque mondiale (2019)



télécommunications. Ce réseau doit servir, à terme, de support de transmission haut débit aux opérateurs privés de télécommunications (Orange, MTN, MOOV); aux fournisseurs d'accès à l'Internet (VIPNET, etc.); à la Radiodiffusion Télévision Ivoirienne (RTI) et à l'Ivoirienne de Télédiffusion (IDT) dans le cadre de la mise en œuvre de la Télévision Numérique Terrestre (TNT); au programme de gouvernance électronique; à la fourniture de services électroniques (commerce électronique, impôts et administration en ligne, etc.).

La construction du RNHD se divise en trois parties :

1. Le backbone Nord-Ouest relie San-Pédro à Tabou, et Bouaké à Bouna, en passant par Séguéla, Man, Odienné, Boundiali, Korhogo et Ferkessédougou. Cette première partie comportant 1 400 km de fibre optique a été menée à bien par la société Huawei.
2. Le backbone de l'Est relie Grand-Bassam à Bouna en passant par Abidjan, Azaguié, Akoupé, Abengourou, Agnibilékro, Tanda et Bondoukou. Le backbone de 622 km est complété dans la zone d'Abidjan par une grande boucle de plus de 50 km qui traverse les ponts Henri Konan Bédié (HKB) d'une part et Félix Houphouët-Boigny (FHB) d'autre part. Cette seconde partie, également achevée, a été construite par la China International Telecommunication Construction Corporation (CITCC).
3. Le backbone central de 5 000 km a été subdivisé en trois lots, construits respectivement par Bouygues Énergies & Services, Sagemcom et le groupement Cegelec Maroc/Vinci France. Les travaux sont en cours de réalisation et 3 000 km de fibre optique ont été posés en mai 2020 (source ANSUT).

Les sections achevées ont commencé à être utilisées par les opérateurs de téléphonie mobile. Ainsi, par exemple, Orange CI a sollicité environ 2 300 km déployés sur différents axes et commencé à en utiliser une partie. MTN CI a aussi sollicité plus de 2 000 km de fibre optique, dont l'utilisation n'est pas encore effective à ce jour. D'autres opérateurs et fournisseurs d'accès Internet ont également exprimé des demandes qui sont encore à l'étude.

Pour parvenir à la mise en service complète du backbone national, il reste à :

- Achever la construction des sites de points de coupure, qui sont les points de raccordement au réseau des différents utilisateurs. Ces sites comportent également des pylônes pour la pose des antennes de raccordement en faisceaux hertziens. Près de 200 sites sont en construction.
- Installer et mettre en service les équipements actifs qui permettront de raccorder la fibre optique et de définir les différents types de bandes passantes à offrir aux usagers du backbone. À ce jour, Orange déploie ses propres équipements actifs sur les linéaires sollicités et mis en exploitation.
- Installer et mettre en service le Centre de Supervision de l'ensemble du réseau. Ce centre fonctionnera 24h/24 et 7j/7, pour permettre d'obtenir un taux de disponibilité élevé du réseau et offrir une bonne qualité de service aux usagers.
- Stabiliser le schéma d'exploitation du backbone national à travers la sélection d'un délégataire en charge d'exploiter, de commercialiser et d'assurer la maintenance du réseau.

Projet de création et d'exploitation de 5 000 cybercentres communautaires multiservices publics porté par le Comité National de Pilotage des Partenariats Public-Privé (CNP-PPP)¹

Il s'agit de créer et d'exploiter, dans chaque commune et localité rurale de plus de 500 habitants, des cyber-centres communautaires multiservices publics afin d'offrir des services de proximité permettant aux populations rurales de rompre l'isolement, d'envoyer et de recevoir des courriers électroniques, d'obtenir des actes administratifs simples sans avoir à se déplacer.

Le projet doit être réalisé en quatre phases, avec la création de 1 000 cybercentres la première année, 2 000 cybercentres la deuxième année, 2 000 cybercentres la troisième année et enfin une phase d'extension pour une couverture nationale.

¹ <http://www.ppp.gouv.ci/projets/ministere-de-la-8>



Les études du cadrage du projet ont été réalisées et 14 sites pilotes, identifiés dans 14 localités du pays; une recherche de financement a été formulée auprès de la Banque mondiale selon le CNP-PPP.

Projet d'adressage physique à Abidjan (CNP-PPP²)

L'adressage physique d'Abidjan fait partie intégrante du Projet d'Appui à la Compétitivité du Grand Abidjan (PACOGA) initié par le Gouvernement ivoirien et la Banque mondiale dans le cadre du PND 2016-2020. Le projet est géré par la cellule de coordination du PRICI (Projet de Renaissance des Infrastructures de Côte d'Ivoire).

Ce projet, toujours à l'étude, vise à codifier toutes les voies du District d'Abidjan; numéroter et doter de panneaux toutes les rues; adopter un système de numérotation des parcelles et des habitations; produire et mettre à disposition des plans et cartes adaptés. Il pourrait couvrir Abidjan avec une possibilité d'extension au Grand Abidjan.

L'adressage des rues vise à permettre à chaque citoyen d'Abidjan de posséder une adresse géographique précise. Il permet donc une localisation rapide, sécurise les interventions d'urgence (Samu, pompiers, médecins, gendarmerie...) sert de base au développement des services postaux et facilite les transactions commerciales.

2.5 Accès à l'électricité

La promotion et l'attractivité de l'industrie du numérique dépendent naturellement de l'accès à l'électricité.

Les objectifs du Gouvernement de généralisation de l'accès à l'Internet et de l'amélioration de la qualité du réseau sont conditionnés à une extension de l'accès à l'électricité pour l'ensemble de la population.

Cette extension permettrait aux Ivoiriens de recourir au commerce électronique, en tant que consommateurs et en tant que producteurs, mais également aux fournisseurs d'accès à l'Internet d'investir dans le maillage.

Il faut noter que l'amélioration de l'accès à l'électricité figure également parmi les objectifs du PND 2016-2020 avec le Programme National d'Électrification Rurale (PRONER). Initié en 2013, ce dernier vise l'électrification de toutes les localités de plus de 500 habitants avant fin 2020 et l'ensemble des localités de la Côte d'Ivoire d'ici la fin de 2025. Dans ce cadre, environ 5 000 localités de plus de 500 habitants sur 8 000 étaient raccordées au réseau électrique fin 2018 (dont 2 122 ont été raccordées entre 2011 et 2018). Selon le Ministre en charge de l'Énergie, une électrification totale est possible à l'horizon 2025.

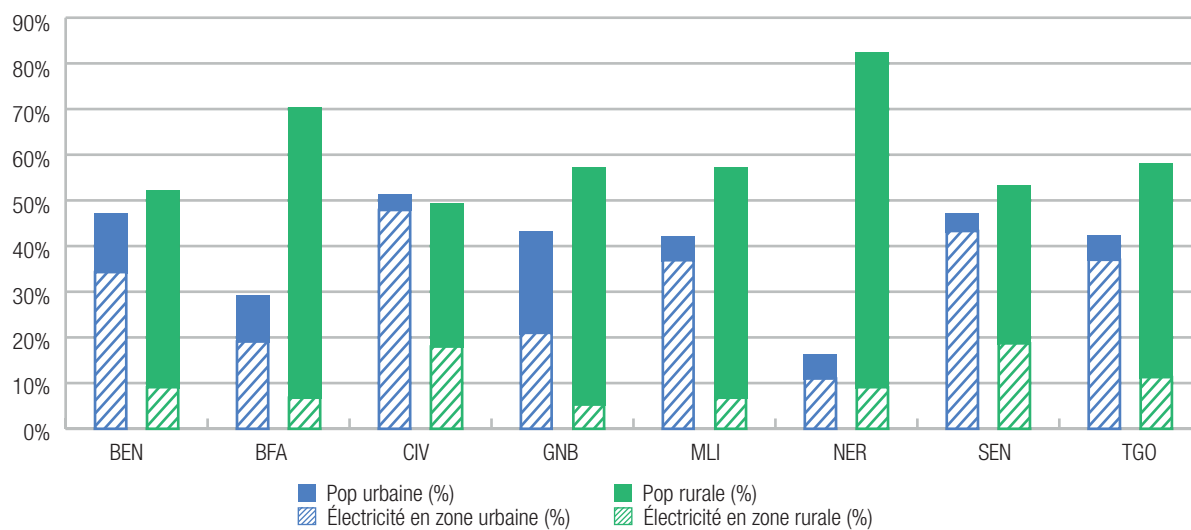
Le Programme Électricité Pour Tous (PEPT), initié en 2014, vise pour sa part les ménages à faibles revenus. Ils sont 600 000 à en avoir bénéficié entre 2014 et 2018.

Environ 65% de la population a accès à l'électricité en 2018, dont 48% en zone urbaine et 17% en zone rurale. La figure 10 propose une mise en perspective avec les autres pays de la zone UEMOA, pour un taux d'urbanisation d'environ 51% de la population totale (Banque mondiale 2018).

² <http://www.ppp.gouv.ci/projets/ministere-de-la-7>



Figure 10: Accès à l'électricité, population totale, urbaine et rurale, Côte d'Ivoire et UEMOA (2018)



Sources : Banque mondiale, WDI 2018 et SEforALL in Africa³

³ <https://www.se4all-africa.org>



3. LOGISTIQUE DU COMMERCE ET FACILITATION DES ÉCHANGES

Le développement du commerce électronique en Côte d'Ivoire se heurte aux difficultés rencontrées par les services de livraison et plus généralement, par la dimension « livraison et logistique ». L'absence de système d'adressage, les ressources limitées et le manque de suivi par La Poste des paquets et colis postaux entre le bureau expéditeur et le bureau de destination sont les obstacles majeurs identifiés. Les opérateurs privés dominent aujourd'hui largement le marché des envois express. Les échanges postaux internationaux souffrent de l'absence de collaboration entre services postaux et douaniers.

La Poste de Côte d'Ivoire est associée au cours des derniers mois à un certain nombre d'innovations technologiques, qu'il s'agisse du projet de plateforme de livraison Dor2Dor, de l'intégration de l'application d'adressage numérique de géolocalisation what3words, de la plateforme de commerce électronique Sanlishop.ci ou du lancement du porte-monnaie électronique Kash Kash qui peut se combiner avec les services de paiements postaux de La Poste de Côte d'Ivoire.

La mission Ecom@Africa, conduite par l'UPU en 2018-2019, a fourni un examen et une évaluation de la préparation opérationnelle de La Poste de Côte d'Ivoire et formulé un certain nombre de recommandations afin de poursuivre la modernisation de l'activité de la Poste de Côte d'Ivoire, que ce soit au niveau

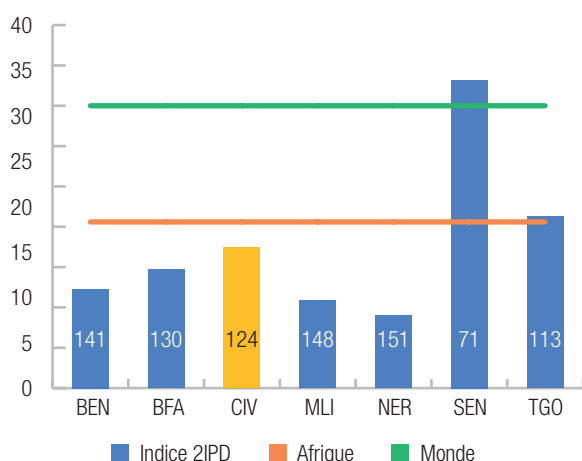
de son personnel, de ses systèmes informatiques ou de son équipement pour la distribution du courrier et des colis postaux. Quelques conclusions de cet examen sont reflétées dans les parties qui suivent (voir la section 3.2).

3.1 Développement postal et logistique du commerce

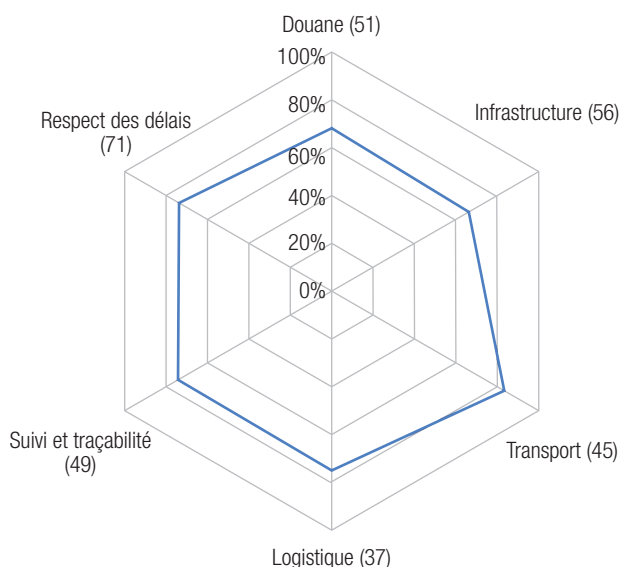
La Côte d'Ivoire se classe à la 124^e place mondiale dans l'Indice intégré pour le développement postal (2IPD) qui repose sur des mesures de fiabilité, d'accessibilité, de résilience et de pertinence du réseau de distribution et d'acheminement postal (Union postale universelle 2019).

Figure 11 : Indice Intégré pour le développement postal et Indice de performance logistique

11a: Indice intégré pour le développement postal (UPU 2019)



11b: Indice de performance logistique (BM 2018)



Source : UPU (2019) et Banque mondiale (2019)



Logistique et distribution: un besoin clé de support non comblé

La logistique d'entrepôt et la distribution en aval constituent les deux pierres angulaires du développement du commerce électronique, quels que soient les canaux de distribution entre sites de commerce électronique, places de marché ou ventes sur les réseaux sociaux.

L'offre de service en Côte d'Ivoire est inexistante pour la partie logistique d'entrepôt et très limitée sur la distribution en aval, que ce soit en termes de qualité de service ou de parcours client. Il en résulte le développement d'un marché du dernier kilomètre très fragmenté, porté par les commerçants eux-mêmes et par des petites structures, formelles et informelles.

Les figures 12a et 12b détaillent les réponses des utilisateurs aux questionnaires de l'enquête conduite par la CNUCED sur leurs habitudes et choix d'opérateur pour leurs livraisons nationales et internationales, ainsi que leur appréciation des services postaux.

À noter que l'option de livraison la plus utilisée est la livraison à domicile (88% du total des 57 réponses).

Il en ressort que les services de commerce en ligne ont majoritairement recours à DHL pour les livraisons transfrontalières: 49% des colis et paquets et 50% des courriers et plis postaux. Pour les livraisons nationales, les services de commerce en ligne utilisent en priorité pour les colis et paquets les « autres opérateurs privés formels » (48%), devant leurs propres services de livraison qu'ils ont été contraints de mettre en place.

Les « autres opérateurs privés formels » et La Poste de Côte d'Ivoire dominent les livraisons de colis et plis postaux nationaux avec 30% de répondants chacun.

L'appréciation des répondants quant à la performance des services postaux pour les opérations transfrontalières (figure 13) révèle les éléments suivants :

- DHL est perçu comme le service le plus fiable (85% de favorables à très favorables pour la fiabilité) ce qui est cohérent avec le fait que ses services soient les plus utilisés pour les livraisons de colis et paquets transfrontaliers. Cette appréciation concerne tant le respect des délais (88% de favorables à très favorables) que la disponibilité (78% d'avis favorables à très favorables) et le suivi de la marchandise (82% d'avis favorables à très favorables). Les répondants déplorent en revanche son coût (66% d'avis insuffisants à très insuffisants pour le coût).
- La Poste de Côte d'Ivoire bénéficie de 48% d'appréciations favorables ou très favorables concernant sa fiabilité, dont 44% pour sa disponibilité, 21% pour le respect des délais et 26% pour le suivi de la marchandise. Elle se positionne en troisième position concernant les coûts (36% de favorables ou très favorables) mais cette bonne appréciation est à relativiser, puisque seuls 17% des répondants ont recours aux services de La Poste de Côte d'Ivoire en matière de livraisons transfrontalières de colis et paquets.

Figure 12: Choix du mode de livraison (48 réponses)

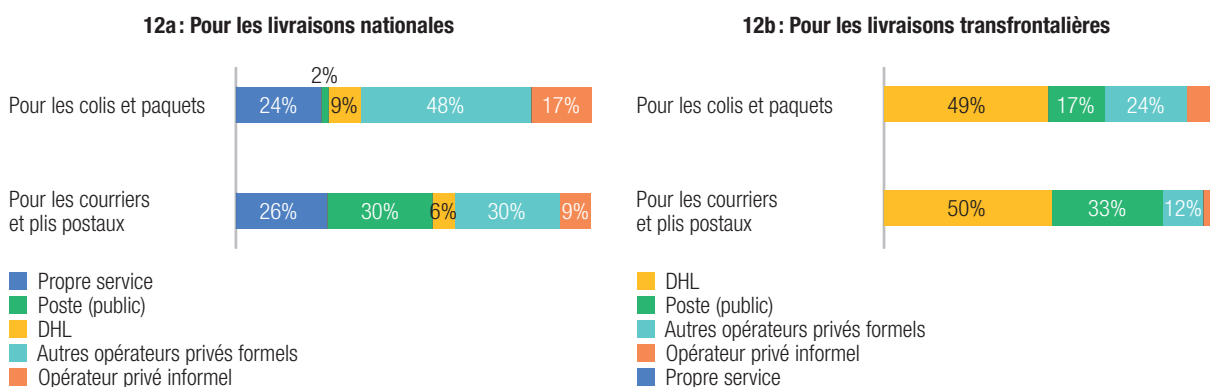
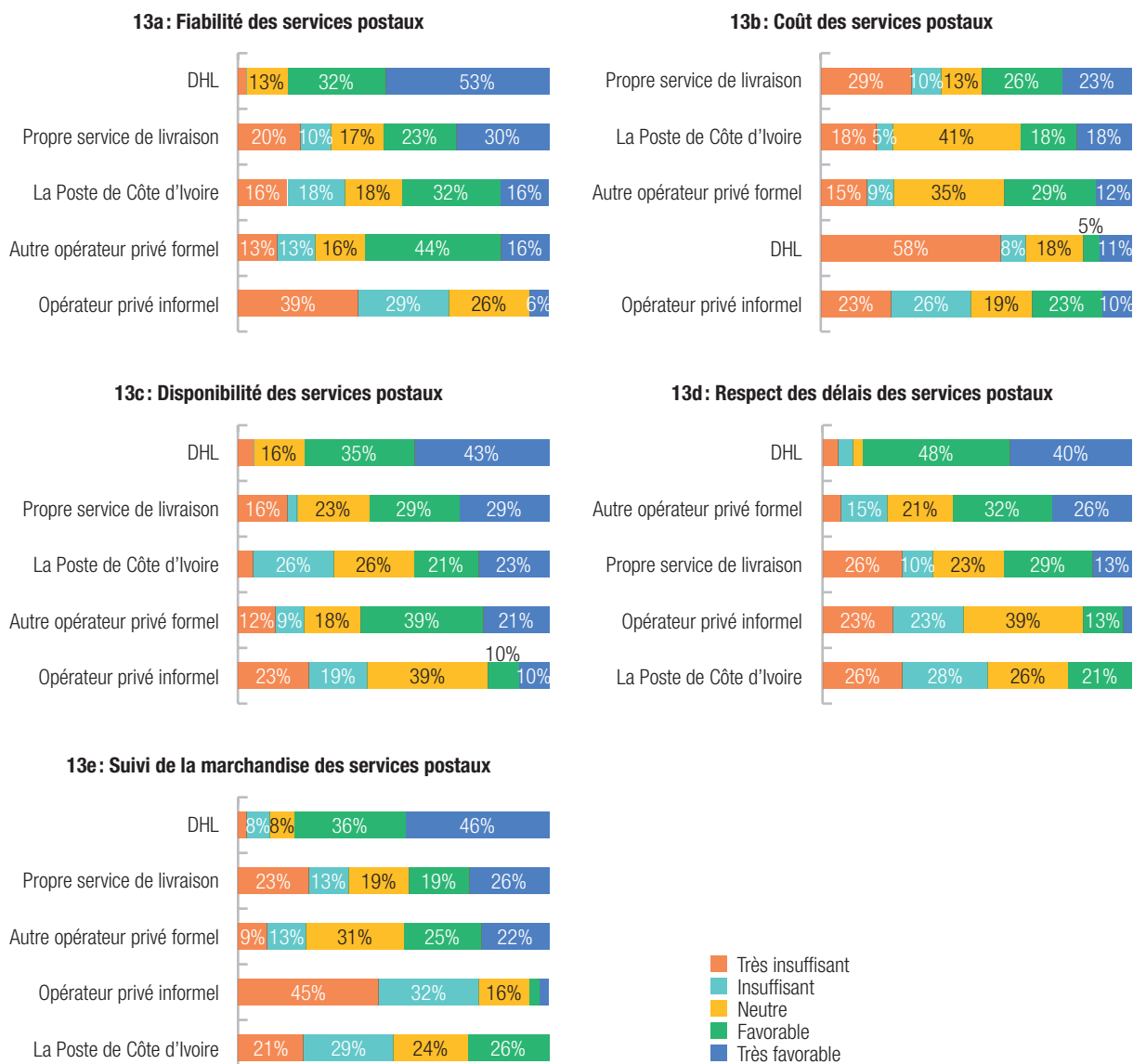


Figure 13: Appréciation de la performance des services postaux pour les opérations d'importation/exportation (46 réponses)



Source: CNUCED



La logistique est en train de devenir une activité à part entière pour les opérateurs postaux avec l'arrivée de nouveaux acteurs sur ce marché. On distingue parmi eux la start-up espagnole Glovo (qui a pu lever près de 100 Milliards FCFA) et la Française Yellow Relay (12 000 points relais en France et 450 en Afrique), mais aussi les places de marché en ligne qui, à l'instar de Jumia, deviennent des acteurs importants en matière de distribution. Il faut également tenir compte de l'émergence de plus petits acteurs dont les volumes de colis cumulés sont en augmentation (voir plus bas le paragraphe sur l'environnement du colis express en Côte d'Ivoire).

Selon les dirigeants de Jumia, l'infrastructure de transport et de distribution des colis en Côte d'Ivoire est entièrement à revoir. Les capacités logistiques de La Poste ivoirienne sont insuffisantes et ont conduit Jumia à mettre en place ses propres infrastructures logistiques et de livraison. La plateforme, qui avait déjà 30 agences dans le pays, en a implanté une centaine de nouvelles en 2019. Ses effectifs sont passés de 800 personnes en 2018 à 1000 personnes en 2019, dont plus de la moitié pour la logistique et la livraison (contre 800 employés et 200 bureaux de poste pour La Poste de Côte d'Ivoire).

L'environnement de la logistique e-commerce d'entrepôt

Le développement du e-commerce associé à la baisse des flux de courrier a conduit bon nombre de Postes dans le monde à diversifier leurs activités, en particulier dans la e-logistique. Leur objectif est de remonter la chaîne de valeur du commerce électronique afin de diversifier leurs revenus et de capter les flux liés à la distribution de colis. Ces activités de e-logistique concernent essentiellement l'offre de logistique d'entrepôt (stockage et préparation de commandes) mais parfois également de service client B2C, voire d'offres digitales incluant la mise en place d'un site de commerce électronique.

En Côte d'Ivoire, la logistique d'entrepôt liée au commerce électronique est dominée par Jumia, qui a mis en place son propre entrepôt de 10 000 m² et développé sa propre solution informatique de gestion d'entrepôt, Warehouse Management System (WMS), pour gérer tous les flux physiques de produits à l'intérieur de l'entrepôt et la gestion du transport avec Transport Management System (TMS).

L'environnement du colis express en Côte d'Ivoire

Les principaux acteurs identifiés du marché du colis et de l'express en Côte d'Ivoire sont :

- Pour les flux nationaux: La Poste de Côte d'Ivoire; Coditrans*; Top Chrono**; UTB*; Colivoire express** (*Abidjan et les grandes villes ** Abidjan seulement)
- Pour les flux internationaux (export): DHL; La Poste de Côte d'Ivoire; FedEx; Top Chrono; Alias CI-Transit

Viennent s'ajouter à cette liste des acteurs moins connus ou non identifiés, qui représenteraient au global un marché très important. Ils s'agit parfois simplement d'une personne avec un véhicule, mais également d'entreprises beaucoup plus structurées comme LICOLI SARL, avec son service de livraison WÔRO-WÔRO, qui compte aujourd'hui une vingtaine de salariés, dont 15 livreurs, pour environ 25 000 colis par an contre 100 000 colis par an pour La Poste de Côte d'Ivoire (source: La Poste de Côte d'Ivoire).

De nouveaux prestataires pourraient faire leur entrée sur le marché dans les prochains mois, notamment en provenance de l'étranger. Citons par exemple Paps, créée au Sénégal et en fort développement depuis plusieurs années, qui projette de s'implanter en Côte d'Ivoire. Paps maîtrise les facteurs clés du succès tels que les compétences digitales, le parcours client, les services IT, la proximité, et dispose de l'expérience d'une intégration avec une plateforme de commerce en ligne (Jumia au Sénégal).

3.2 Évaluation de l'état de préparation de La Poste de Côte d'Ivoire au commerce électronique

Processus opérationnels

Le programme intitulé «Préparation opérationnelle au commerce électronique» (ORE) mis en place par l'UPU en 2017, ainsi que la mission Ecom@Africa qu'elle a conduite en 2018-2019, ont fourni un examen et une évaluation de la préparation opérationnelle de La Poste de Côte d'Ivoire au commerce électronique. Des visites sur site ont été effectuées dans les installations postales d'Abidjan en vue d'évaluer l'efficacité opérationnelle de La Poste ainsi que son niveau de conformité et/ou ses marges d'amélioration par rapport aux normes et aux exigences opérationnelles de l'UPU.



Transformation digitale, infrastructure et systèmes informatiques de La Poste de Côte d'Ivoire

L'infrastructure informatique de La Poste de Côte d'Ivoire comprend plusieurs systèmes informatiques couvrant à la fois des services de courrier et des services financiers. Ces services sont disponibles dans les trois quarts des bureaux de poste permanents (150 sur 200) et sont pris en charge par le centre des données situé au bureau d'échange d'Abidjan (Code du centre de traitement du courrier international). Les systèmes et services informatiques de la Poste de Côte d'Ivoire peuvent être résumés comme suit :

- Systèmes financiers et postaux de la poste: International Financial System (IFS) et International Postal System, outils informatiques de l'UPU hébergés par l'UPU ;
- Système de gestion des premières et dernières saisies de données relatives aux envois nationaux et internationaux: IPS–Agence (IPSA) ;
- Service postal en ligne pour la commande de documents administratifs (certificats de naissance et de décès, etc): documents.ci ;
- Plateforme de vente en ligne: Sanlishop.ci ;
- Système pour commander en ligne une boîte postale physique: boîte postale en ligne (www.laposte.ci).

En matière de transformation digitale pour le commerce électronique, le processus d'évaluation de la préparation numérique conduit par l'UPU (DRE) a identifié les éléments suivants concernant les besoins de La Poste :

Échange de données et capacité d'échange de données informatisées

Les opérateurs désignés des Pays-membres de l'UPU échangent des messages normalisés contenant des données électroniques (messages EDI) sur les réseaux POST*Net et GXS/OpenText de l'UPU pour les envois postaux, leur réception, les dépêches et les expéditions. Ces messages EDI permettent non seulement le suivi et la localisation, mais également la comptabilité et l'évaluation de la qualité de service d'un opérateur sur la base de ses performances.

Un certain nombre de lacunes et d'insuffisances informatiques et opérationnelles ont été constatées. Par exemple, au bureau d'échange de Treichville :

- Le faible nombre de points de saisie des données informatiques, qui entraîne un faible volume de données relatives aux événements de collecte, d'expédition et de distribution saisies puis transmises sur le réseau informatique postal de l'UPU (POST*Net Mail).
- L'absence d'intégration de la solution nationale IPSA avec l'application de gestion du courrier international de l'UPU, IPS. Par conséquent, les données relatives aux événements du premier et du dernier kilomètres, saisies dans la solution nationale ne sont pas transmises à IPS pour l'échange de messages EDI avec les opérateurs partenaires désignés.
- La mise en œuvre du système de déclaration en douane de l'UPU (CDS) pour la saisie et la transmission des déclarations en douane des colis postaux a été initiée. Son utilisation reste cependant à développer en réalisant l'interface du CDS avec le module spécifique

Projet prioritaire	UPU assistance technique
Examen sur place de la capacité et de l'aptitude	Mission sur place
Définir et rédiger une stratégie numérique	Évaluation de la stratégie numérique
Gérer le cyber-risque	Adoption de .POST
Développer des compétences numériques internes pour soutenir le commerce électronique	Programme de formation TRAINPOST
Intégrer les services postaux aux partenaires	Intégration des API informatiques de l'UPU pour les outils de commerce électronique
Alignement de la stratégie numérique sur des programmes de commerce électronique du secteur public plus larges	Mobilisation multilatérale des ressources



pour le suivi des colis postaux du système de dédouanement informatisé, SYDONIA World, rebaptisé SYDAM World en Côte d'Ivoire.

Analyse du centre de distribution

Une autre composante essentielle à prendre en compte dans l'analyse de La Poste de Côte d'Ivoire est le centre de distribution, défini comme le lieu principal où les commandes arrivantes et partantes sont reçues, traitées et distribuées ou expédiées aux clients.

On distingue les entrepôts des centres de distribution. L'entrepôt est le centre de stockage ou espace industriel conçu pour stocker des marchandises en gros pendant une longue période. Le centre de distribution est le lieu où l'on prépare les commandes en ligne pour les clients. Après qu'un acheteur a effectué un achat sur un site marchand, le ou les produits achetés sont retirés et emballés, puis les cartons sont étiquetés en vue de leur expédition. Les centres de distribution peuvent traiter des commandes d'entreprise à entreprise (B2B) – généralement un volume élevé de produits envoyés à un gros détaillant – et d'entreprise à consommateur (B2C). Les commandes d'entreprise à consommateur (B2C) sont expédiées directement au domicile de l'acheteur ou vers tout autre lieu de distribution.

La Poste de Côte d'Ivoire dispose d'un nouveau centre de distribution dédié pour gérer le traitement des flux de marchandises entrants ou sortants liés au commerce électronique. Ce centre de distribution pourra être renforcé par un ensemble de matériel, machines et systèmes complexes tels que des systèmes de gestion et de contrôle d'entrepôt, un système de gestion de commandes, des systèmes de tri automatisé, de convoyeurs automatisés de stockage de palettes, ainsi que de portes dotées de dispositifs d'identification par radiofréquence, de dispositifs de scannage par rayons X ou encore de systèmes de télésurveillance en circuit fermé. Le centre pourra traiter les envois internationaux entrants et sortants, les commandes en transit et les commandes nationales grâce à des solutions intelligentes en matière de stockage, de traitement, de distribution et d'expédition.

Boutique en ligne

La Poste de Côte d'Ivoire possède une boutique en ligne (Sanlishop.ci) mais celle-ci ne permet pas l'intégration avec des boutiques en ligne nationales et internationales. La Poste de Côte d'Ivoire doit envisager l'amélioration de son efficacité opérationnelle et de ses normes de qualité de service en intégrant ses systèmes postaux à une plate-forme de commerce électronique existante pour économiser du temps de traitement.

Adressage physique et adressage numérique

Il n'y a pas de système d'adressage en place dans le pays. Un projet d'adressage est actuellement à l'étude pour le district d'Abidjan dans le cadre du Projet d'Appui à la Compétitivité du Grand Abidjan (PACOGA) initié par le Gouvernement ivoirien et la Banque mondiale (voir la section 2.1).

Par ailleurs, le projet Dor2Dor, issu d'une alliance entre la société française Be-Bound et La Poste de Côte d'Ivoire, consiste à développer une plateforme technologique innovante avec paiement sécurisé en ligne et livraison (interface agence, interface chefs livreurs, application mobile pour les livreurs avec l'intégration de la technologie what3words (W3W) pour la géolocalisation des clients). L'application mobile devait initialement fonctionner sans volume internet grâce à la technologie Be-Bound, mais cette intégration n'a pas abouti.

Dans sa phase pilote, what3words (W3W) a été installée sur les sites web de poste.ci et document.ci afin de familiariser les clients au concept des trois mots (W3W) et de leur permettre de commander en ligne et de se faire livrer à l'adresse W3W indiquée. L'application est actuellement fonctionnelle pour la livraison à domicile. Les tests de Dor2Dor auprès de quelques livreurs ont été concluants, mais l'application nécessite une connexion à l'Internet.

Les livraisons à domicile associées à la plateforme documents.ci se font de manière classique en attendant que les livreurs soient équipés de téléphones et d'une connexion à l'Internet. À terme, n'importe quel commerçant électronique désireux de faire livrer ses clients à leur domicile pourra le faire via la plateforme Dor2Dor.



Encadré 1 : Bilan des axes d'amélioration de La Poste de Côte d'Ivoire selon l'évaluation de l'UPU

L'évaluation de La Poste de Côte d'Ivoire effectuée par l'UPU souligne les points suivants à améliorer :

- La faiblesse des effectifs et de la couverture territoriale au regard du nombre d'habitants et en comparaison avec d'autres pays :

Tableau 3 : Mise en perspective des effectifs de La Poste de Côte d'Ivoire

	Population (millions)	PIB/habitant (en euros)	Revenus du e-commerce (en millions d'euros)	Nb de bureaux de postes	Nb de postiers
Côte d'Ivoire	24	1496	55	200	800
Tunisie	11	3142	27	1000	10 000
Vietnam	95	2109	2438	10 000	40 000

Source: UPU - Ecom@Africa, Cadre de mise en œuvre pour le développement du commerce électronique grâce au réseau postal, Septembre 2019

- Le chiffre d'affaires « colis express » est très faible, il représenterait environ 0.4 % du marché du colis express national.
- La politique de ressources humaines est à améliorer :
 - Le ratio manager et personnel administratifs sur personnels aux opérations et le coût salarial par employé semblent très élevés.
 - Le niveau de formation et la force commerciale sont insuffisantes pour pouvoir développer les activités de La Poste.
 - Le compte de résultat est négatif depuis des années.
- La Poste subit un manque de compétences en contrôle de gestion ou comptabilité analytique ainsi qu'en gestion de projet.
- La plateforme de commerce électronique (Sanlishop) peine à trouver des clients (330 000 FCFA de revenu annuel).

Source: UPU



3.3 Facilitation des échanges

Adopté en 2013 et entré en vigueur en février 2017, l'Accord sur la facilitation des échanges (AFE) de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) vise à réduire les barrières non tarifaires et à accélérer les mouvements des marchandises à travers les frontières. La Côte d'Ivoire a ratifié l'AFE en décembre 2015.

Dans le cadre de l'AFE, qui vise à accélérer le mouvement, la mainlevée et le dédouanement des marchandises aux frontières, les pays en développement et les PMA peuvent désigner eux-mêmes les dispositions

qu'ils mettront en œuvre immédiatement (catégorie A), après une période de transition (catégorie B), ou après avoir reçu une assistance et un soutien pour le renforcement des capacités (catégorie C).

La Côte d'Ivoire atteint aujourd'hui 34% de l'ensemble des éléments notifiables de l'AFE en catégorie A, 5% en catégorie B et 60,9% en catégorie C tel que reporté dans le tableau qui suit :

Tableau 4 : Accord sur la facilitation des échanges et notifications A, B et C (Côte d'Ivoire 2020)

1-	Publication et disponibilité des renseignements	C*
2-	Possibilité de présenter des observations, renseignements avant l'entrée en vigueur et consultations	C
3-	Décisions anticipées	C
4-	Procédures de recours ou de réexamen	A
5-	Autres mesures visant à renforcer l'impartialité, la non-discrimination et la transparence	A
6-	Disciplines concernant les redevances et impositions imposées à l'importation et à l'exportation ou à l'occasion de l'importation et de l'exportation et les pénalités	C
7-	Mainlevée et dédouanement des marchandises	
	7.1- Prétraitement avant arrivée	B
	7.2- Paiement par voie électronique	C
	7.3- Séparation de la mainlevée	B
	7.4- Gestion des risques	A
	7.5- Contrôle après dédouanement	A
	7.6- Temps moyens nécessaires à la mainlevée	C
	7.7- Opérateurs agréés	C
	7.8- Envois accélérés	A
	7.9- Marchandises périssables	A
8-	Coopération entre les organismes présents aux frontières	C
9-	Mouvements des marchandises destinées à l'importation sous contrôle douanier	A
10-	Formalités se rapportant à l'importation, à l'exportation et au transit	
	10.1- Formalités	C
	10.2- Acceptation de copies	C
	10.3- Utilisation de normes internationales	A
	10.4- Guichet unique	C
	10.5- Inspection avant expédition	A
	10.6- Recours aux courtiers en douane	C
	10.7- Procédures communes à la frontière	A
	10.8- Marchandises refusées	A
	10.9- Admission temporaire de marchandises	A
11-	Liberté de transit	A
12-	Coopération douanière	C

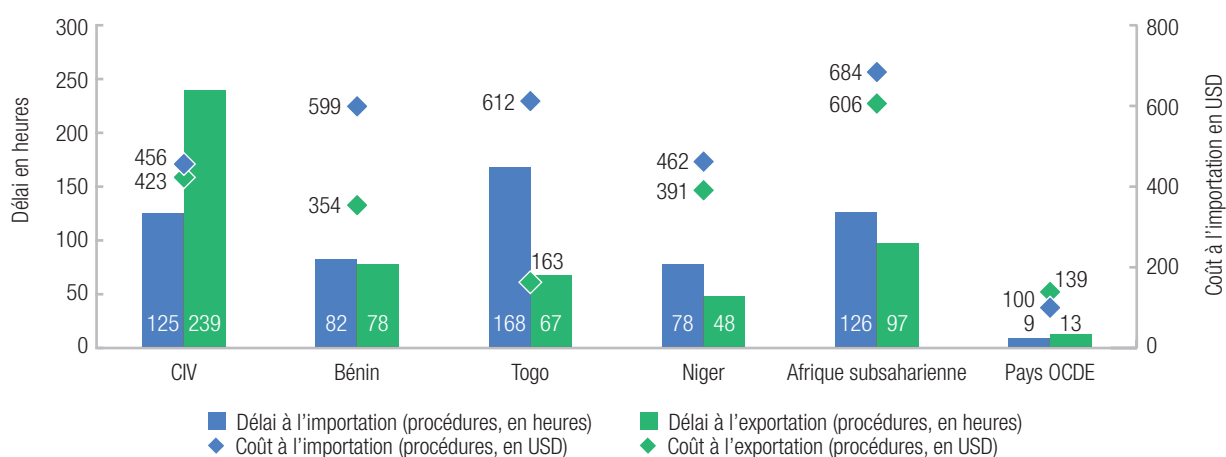
Source: OMC (2020)



La Côte d'Ivoire affiche en moyenne de meilleures performances que le reste de l'Afrique subsaharienne en matière de coût des procédures douanières (environ 30% de moins que la moyenne des pays d'Afrique subsaharienne, d'après le classement Doing Business 2020, voir figure 14). Les délais sont en revanche particulièrement élevés à l'exportation, ce qui explique notamment le classement global du pays en matière de commerce transfrontalier (163^e).

La dématérialisation des procédures est également en cours concernant les formalités douanières et le dédouanement des marchandises, via le Système de dédouanement informatisé (SYDAM World) et le Guichet Unique du Commerce Extérieur (GUCE) progressivement mis en place depuis 2013 dans le cadre de la facilitation des échanges.

Figure 14: Doing Business - le commerce transfrontalier en Côte d'Ivoire et en Afrique subsaharienne (2020)



Source : Banque mondiale, Doing Business 2020



4. SOLUTIONS DE PAIEMENT

Le recours à la monnaie mobile s'est largement développé en Côte d'Ivoire au cours des dernières années à l'instar de nombreux pays d'Afrique, notamment ceux de l'UEMOA. La dématérialisation des paiements reste pourtant très limitée, dans la mesure où les opérations et transactions en lien avec la monnaie mobile sont essentiellement des opérations de dépôt et de retrait du compte de monnaie mobile utilisé comme un porte-monnaie électronique. Cela s'explique très largement par les coûts liés aux transferts de monnaie mobile d'un compte à l'autre, ainsi qu'aux retraits. On note également un problème de confiance des utilisateurs. La faible bancarisation de l'économie ivoirienne (21.6% de bancarisation stricte selon la BCEAO en 2019) explique également le faible recours aux paiements en ligne via les cartes de crédit.

Le paiement des commandes en ligne se fait, dans ce contexte, très largement en espèces à la livraison. Cela pose des problèmes de sécurité liés au transport des espèces et implique des difficultés supplémentaires pour les marchands, lesquels peuvent se retrouver face à des consommateurs mal intentionnés qui, dans le contexte de l'absence d'adressage, ne se présentent pas au lieu de retrait de la marchandise, ou renégocient le montant de la transaction une fois la livraison réalisée.

4.1 Régulation des moyens de paiement et cadre légal de la monnaie électronique

La régulation des moyens de paiement électronique en Côte d'Ivoire est régie par l'Instruction N°008-05-2015 définissant les conditions et modalités d'exercice des activités des émetteurs de monnaie électronique dans les États membres de l'Union monétaire ouest-africaine (UMOA).

La monnaie électronique est définie comme une créance sur l'émetteur qui est stockée sur un support électronique et acceptée comme moyen de paiement par ses contreparties. L'établissement de monnaie électronique est une personne morale habilitée à émettre des moyens de paiement sous forme de monnaie électronique. Son action porte sur l'émission, la mise à disposition et la gestion de la monnaie électronique. Le distributeur offre à la clientèle, sur la base d'un contrat conclu avec l'établissement émetteur, un service de chargement, de rechargement ou d'encaissement de monnaie électronique.

La BCEAO accorde les agréments autorisant les établissements non bancaires à émettre de la monnaie électronique. Les établissements de monnaie électronique (EME) doivent avoir un capital social d'un minimum de 300 millions de FCFA et signer une convention avec une banque pour la conservation des fonds. Ils doivent également s'engager à garantir la traçabilité des opérations pour au moins deux ans, à lutter contre le blanchiment de capitaux et contre la

fraude, et à limiter la capacité maximale de rechargement à 100 000 FCFA pour les porteurs non identifiés. Les EME s'engagent à rembourser aux porteurs, à leur demande ou en cas de retrait d'agrément par la BCEAO, la valeur nominale en FCFA des unités monétaires électroniques résiduelles. Par ailleurs, les EME ont les mêmes contraintes prudentielles que les banques commerciales traditionnelles.

4.2 Les services financiers mobiles

La dématérialisation des paiements passe par le développement des porte-monnaie électroniques, en dépit du faible taux de bancarisation, via la diffusion extensive des paiements mobiles.

Les réponses aux questionnaires des acteurs du secteur privé révèlent que les paiements réalisés dans le cadre du commerce électronique/mobile se font pour l'essentiel en liquide à la livraison (83,5% sur 74 répondants paient « souvent » ou « toujours » en espèces).

Cela s'explique par les réponses aux questionnaires sur les « performances » du paiement en espèces qui recueille le pourcentage de réponses « très favorables » le plus élevé en termes de sécurité, de fiabilité, d'accessibilité et de coût (voir figure 15).

Le paiement mobile est pour sa part évalué comme le mode de paiement le plus sûr et le deuxième mode de paiement le plus fiable (après le paiement en espèces) si l'on cumule les avis « favorables » et « très fa-



vorables» des répondants, avec respectivement 62% pour la sécurité du paiement et 65% pour la fiabilité.

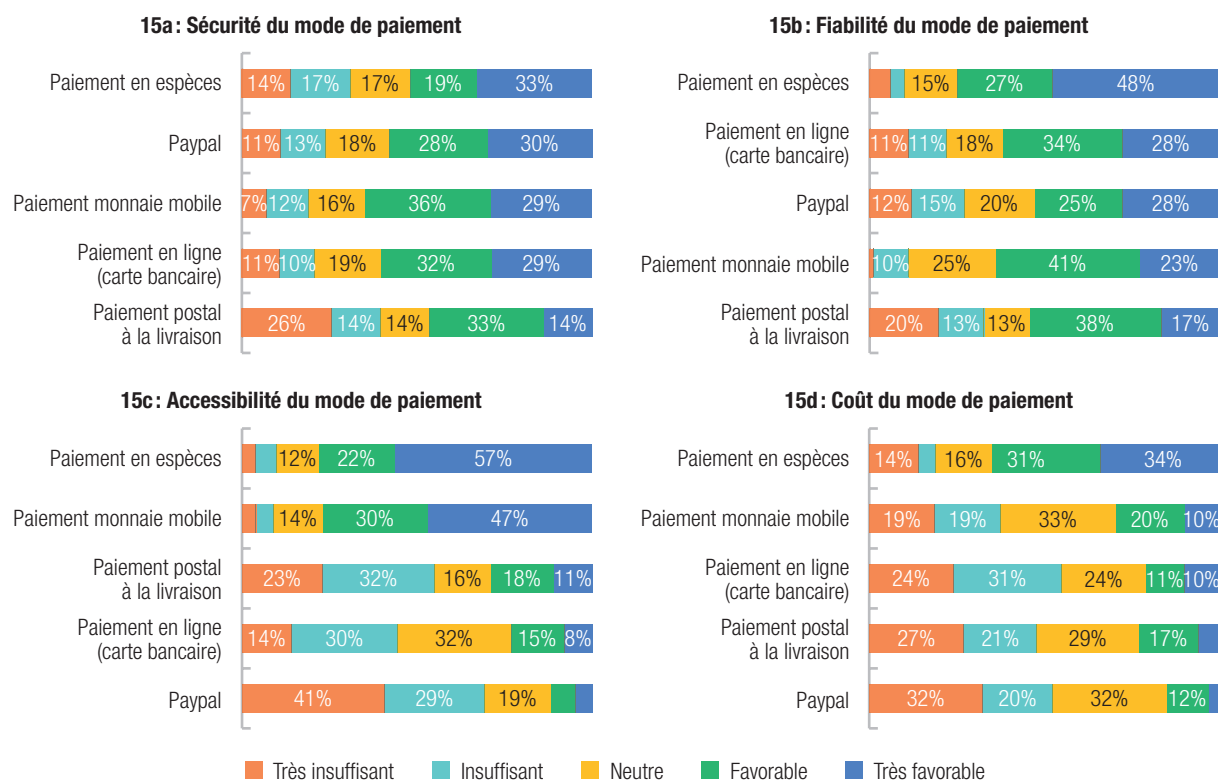
Les services financiers mobiles

En Côte d'Ivoire, les banques, les systèmes financiers décentralisés et les établissements de monnaie électronique sont habilités à émettre de la monnaie électronique. Les opérateurs suivants, notamment, ont reçu l'agrément de la BCEAO pour émettre de la monnaie électronique (voir la note de synthèse 2019 de la BCEAO sur les établissements de monnaie électronique⁴);

- Cinq établissements de monnaie électronique :
 - Compagnie financière de paiement (CFP)
 - MOOV Money Côte d'Ivoire (MMCI)
 - ORANGE Money Côte d'Ivoire
 - MTN Mobile Financial Services Côte d'Ivoire
 - QASH Services.

- Un système financier décentralisé autorisé à émettre la monnaie électronique :
 - CELPAID FINANCES SA, agissant en tant qu'établissement émetteur de monnaie électronique.
- Des partenariats entre banques et opérateurs de télécommunications :
 - NSIA Banque, en collaboration avec MOOV CI et Orange CI
 - BACI, en partenariat avec MOOV Côte d'Ivoire
 - SGBCI et TagPay, en partenariat avec YUP.

Figure 15: Appréciation de la performance des différents modes de paiement pour le commerce électronique (78 réponses)



Source: CNUCED

⁴ https://www.bceao.int/sites/default/files/2017-11/instruction_no008_05_2015_intranet.pdf



Le recours aux services financiers mobiles a continûment augmenté depuis 2015, tant sur le nombre de transactions réalisées que sur la valeur totale correspondant à ces transactions. La figure 16 présente à la fois l'évolution du nombre d'utilisateurs, c'est-à-dire de détenteurs de comptes de monnaie électronique et le volume de transactions correspondant en milliards de FCFA. Le nombre de comptes a dans le même temps été multiplié par 2,3 contre 1,9 pour le nombre de comptes actifs sur la période 2015-2018.

L'utilisation des services financiers mobiles en Côte d'Ivoire consiste majoritairement en des opérations de retrait/recharge (89% des opérations en 2017, source BCEAO).

Les données statistiques de la BCEAO sur les services financiers via la téléphonie mobile en Côte d'Ivoire permettent de recenser les principales opérations qui y sont réalisées par type d'opération (voir figure 17). Les opérations de retrait et recharge représentent l'essentiel, avec respectivement 38% et 51% du total des opérations en valeur. L'utilisation pour des transferts de personne à personne reste marginale avec moins de 1% du volume total de transactions en valeur, ce qui s'explique notamment par les coûts liés à ces transferts (voir paragraphe 4.3). Les paiements (qui nécessitent une carte dédiée) et les transferts transfrontaliers représentent respectivement 4% et 6% du volume total des transactions en valeur.

Figure 16: Évolution des comptes de monnaie mobile et des transactions en paiement mobile (2015-2018)

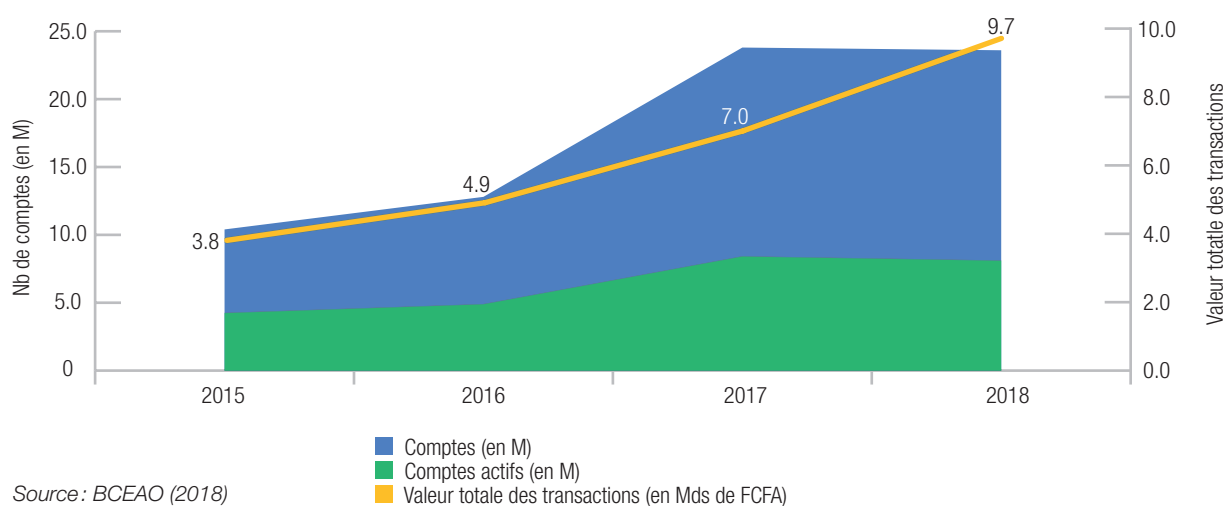
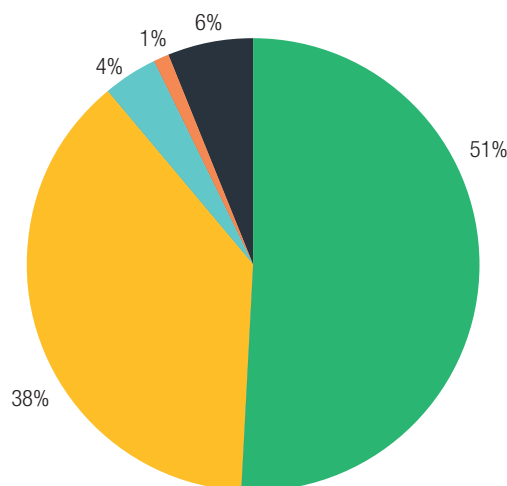


Figure 17: Statistiques sur les services financiers via la téléphonie mobile en Côte d'Ivoire (2017)

- Transferts de personne à personne
- Rechargements de porte-monnaie électronique
- Retraits
- Paiements
- Achats de crédit téléphonique
- Transferts transfrontaliers



Accès et exploitation des codes USSD (Données de services supplémentaires non structurées) pour les opérateurs de téléphonie mobile.

Le Conseil des Ministres a adopté le 3 mars 2020 une communication relative à l'accès et à l'exploitation des codes USSD pour les opérateurs de téléphonie mobile⁵. Libéraliser les codes USSD est, selon l'État, une meilleure alternative pour réduire les coûts des services qui y sont liés, dans le cadre de la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière (SNIF, voir la section 7). Cela permettra de lever un certain nombre de restrictions sur les opérations financières effectuées par les utilisateurs des réseaux mobiles.

Par ailleurs, lors du même Conseil des Ministres, la mise en place de l'interopérabilité des services financiers numériques a été actée pour 2020. Elle permettra à un abonné utilisant la monnaie mobile d'envoyer de l'argent à toute autre personne, quel que soit son opérateur.

Analyse des frais liés au paiement mobile et initiative de la BCEAO dans le contexte de la Covid-19

L'analyse des prix des opérateurs offrant des services de monnaie mobile révèle des frais de transfert et de retrait importants, en particulier pour les petits montants, conformément aux retours fournis par les associations de consommateurs lors des ateliers de travail à Abidjan (voir tableau 5).

Les frais de transfert augmentés des frais de retrait représentent ainsi, en Côte d'Ivoire, jusqu'à 9% des transactions pour des opérations entre opérateurs différents d'un montant compris entre 5 000 et 25 000 FCFA (voir tableau 5), ce qui est naturellement considérable et ralentit l'expansion de l'utilisation de la monnaie mobile pour les transferts entre personnes ou les paiements.

Tableau 5 : Frais de retrait et de transfert par tranche, mai 2020

	1 000 à 5 000 FCFA	5 000 à 25 000 FCFA	25 000 à 50 000 FCFA	50 000 à 100 000 FCFA
Retrait	5%	3,3%	2,7% à 2,9%	2,4 à 2,8%
Transfert				
Avec le même opérateur	3,30%	1,3 à 1,7%	1,3 à 1,6%	0,7 à 1,3%
Entre opérateurs différents	10 à 13,3%	5,3 à 5,7%	3,5 à 5,6%	2,1 à 4,8%
International	3,3 à 33,3%	3,3 à 6,7%	2,7%	2,1 à 4%

Note : les taux de prélèvement sont calculés en appliquant le montant forfaitaire pour chaque tranche à la médiane de la tranche

Source : CNUCED, sur la base de données publiques à partir des sites Internet des opérateurs MOOV, MTN, Orange (mai 2020).

⁵ L'USSD (Unstructured Supplementary Service Data) est un protocole qui permet de déclencher un service par l'envoi d'un message. Contrairement à un SMS, il n'y a aucun stockage des données : les informations sont disponibles seulement durant l'ouverture de la session et disparaissent ensuite. Ce protocole ne nécessite pas le recours à une infrastructure lourde. L'USSD a été peu exploité en Europe au profit des applications mobiles web dès l'arrivée du smartphone, mais est massivement utilisé dans le monde et notamment dans les régions avec peu de réseau Internet et où certaines prestations sont difficiles d'accès.



Il faut noter l'initiative de la BCEAO sur la réduction de ces frais de retrait dans le cadre de la COVID19 pour inciter les consommateurs à recourir davantage à la monnaie mobile (voir encadré 2).

Les services de paiement de La Poste de Côte d'Ivoire en lien avec le commerce électronique

L'évaluation conduite par l'UPU du niveau de préparation de La Poste de Côte d'Ivoire en matière de paiements liés au commerce électronique a permis de dégager des conclusions présentées dans l'encadré 3.⁶

Encadré 2 : Mesures de la BCEAO en vue de la promotion des paiements électroniques dans le cadre de la lutte contre la propagation de la Covid-19 (Avis N° 004-03-2020)

Dans le cadre de la mise en œuvre des mesures prises le 21 mars 2020 pour lutter contre la propagation de la COVID-19, la BCEAO a organisé des concertations avec la communauté des émetteurs de monnaie électronique de l'UEMOA (banques et établissements de monnaie électronique). Ces échanges ont permis d'arrêter des mesures qui visent à promouvoir les paiements électroniques :

1. La gratuité à l'échelle nationale, des transferts de monnaie électronique entre personnes pour les montants inférieurs ou égaux à 5 000 FCFA.
2. La gratuité des paiements de factures d'eau et d'électricité, via la téléphonie mobile, pour les montants inférieurs ou égaux à 50 000 FCFA.
3. La suppression, par les émetteurs de monnaie électronique, des commissions payées par les commerçants sur les paiements marchands adossés à la monnaie électronique.
4. La réduction de 50%, par les banques, des commissions payées par les commerçants sur les paiements marchands adossés à la carte dans le réseau du Groupement Interbancaire Monétique de l'UEMOA (GIM-UEMOA).
5. Le relèvement du plafond de rechargement du porte-monnaie électronique de deux à trois millions de FCFA et du cumul mensuel de rechargement de 10 à 12 millions de FCFA (pour les clients régulièrement identifiés).

Source: BCEAO (2020)

Encadré 3 : Transformation numérique et évolution des services de paiement proposés par La Poste

La Poste de Côte d'Ivoire propose des services de paiement en ligne en collaboration avec d'autres partenaires (Western Union, Moneygram ou Visa).

Plusieurs lacunes et failles ont cependant été observées :

- La stratégie de développement des services financiers postaux doit être mise à jour.
- Il n'existe pas de coordination entre La Poste et les autres institutions de développement du commerce électronique.
- Le réseau n'est pas sécurisé, ce qui l'expose à des tentatives frauduleuses d'accès.
- L'ouverture de l'utilisation du protocole USSD pour La Poste n'a pas encore été confirmée par le Gouvernement.

Stratégie concernant les services postaux de paiement :

- Le rôle de La Poste de Côte d'Ivoire dans la fourniture de services de paiement n'est pas clairement défini.
- La Poste n'a pas accès au réseau mobile (par le protocole USSD) à un prix abordable.
- Des lois spécifiques régissant les normes de sûreté des données pour les paiements par carte sont en place.

Les services de paiement de La Poste ne sont pas intégrés aux autres solutions de commerce électronique et aucune collaboration avec les autres acteurs n'a été observée.

Dans le cadre de son Mécanisme d'assistance technique pour l'inclusion financière (FITAF), l'UPU collabore actuellement avec La Poste pour l'aider à mettre en évidence et à explorer de nouvelles possibilités pour le développement de ses services financiers, en particulier en contribuant davantage à l'inclusion financière en République de Côte d'Ivoire.

Source: UPU

⁶ L'UPU mène actuellement une étude, dans le cadre de son Mécanisme d'assistance technique pour l'inclusion financière, afin d'aider La Poste de Côte d'Ivoire à définir et à élaborer une stratégie en matière de services financiers.



5. CADRE JURIDIQUE ET RÉGLEMENTAIRE

Le cadre juridique et réglementaire ivoirien sur l'usage des TIC, le numérique, le commerce électronique et la protection des consommateurs est assez complet, avec une ordonnance de 2012 sur les activités de télécommunication, les lois et décrets sur les transactions électroniques et certification de la signature électronique, la loi relative à la protection des données à caractère personnel et la loi sur la cybercriminalité. Ces lois spécifiques à l'économie numérique viennent compléter les lois et ordonnances qui encadrent la consommation et la protection du consommateur. La Côte d'Ivoire manque cependant d'une institution visible pour développer une politique de protection des consommateurs et de surveillance des marchés.

Les difficultés concernent notamment la diffusion de ces lois et la structure pour maintenir et surveiller l'application effective de la législation. Seuls 15% des répondants au questionnaire de la CNUCED (sur 77) estiment la réglementation en place suffisante ou très suffisante pour garantir tant la sécurité du consommateur que la sécurité du producteur en ligne. Seuls 7,6% des répondants (sur 79) trouvent les informations sur la législation e-commerce largement accessibles (contre 46,8% qui les jugent moyennement accessibles, et 45% pas accessibles ou qui ne savent pas).

5.1 Loi et décrets de référence sur le numérique, le commerce électronique et la protection des consommateurs

Les transactions électroniques en Côte d'Ivoire sont réglementées par les lois et décrets suivants adoptés en accord avec les directives de la CEDEAO⁷ :

- Loi N° 2013-546 du 30 juillet 2013 relative aux transactions électroniques, définissant notamment la signature électronique (voir ci-après le décret N°2014-106). Cette loi est la transcription de la réglementation de la CEDEAO (acte additionnel sur les transactions électroniques). De fait, elle établit des normes très élevées qui, dans la pratique, ne peuvent être satisfaites que par l'utilisation de certificats basés sur la technologie PKI suivant les articles 23 et 37. La loi est également très prescriptive en ce qui concerne les formalités de conclusion du contrat (inspirées des règles de protection des consommateurs), mais elle ne traite pas des questions critiques dans les transactions B2B telles que l'heure et le lieu de conclusion des contrats en ligne. À noter que dans le cadre de la protection des consommateurs, l'article 8 de cette loi traite des plaintes et recours.
- Décret N°2014-106 du 12 mars 2014 fixant les conditions d'établissement et de conserva-

tion de l'écrit et de la signature électronique. L'ARTCI a procédé en août 2017 à l'agrément de trois prestataires de services de certification électronique (Cryptoneo, Document Knowledge Business Solutions et International Telecom Assistance (ITA)). Ces trois entreprises sont les seules autorisées par l'ARTCI à délivrer des certificats électroniques au sens du décret susmentionné. Les prestataires se basent sur la cryptographie asymétrique qui permet à l'émetteur d'un document de le chiffrer à l'aide d'une clé privée, et au récepteur de le déchiffrer grâce à une clé publique accessible sur l'annuaire de l'autorité de certification électronique. Il faut noter que l'accès à une telle technologie, telle que prescrite par la loi, peut s'avérer extrêmement coûteuse et ne doit pas conduire à décourager les utilisateurs potentiels.

- Loi N°2013-450 du 19 juin 2013 relative à la protection des données à caractère personnel
- Loi N°2013-451 du 19 juin 2013 relative à la lutte contre la cybercriminalité qui intègre la question de la propriété intellectuelle

Un certain nombre de lois et ordonnances encadrent par ailleurs la consommation et la protection du consommateur, qui feront dans la suite de cette section l'objet d'un examen approfondi, même si elles ne

⁷ On peut citer les directives pertinentes en particulier :

- L'Acte additionnel A/SA.2/01/10 relatif aux transactions électroniques.
- L'Acte additionnel A/SA.1/01/10 relatif à la protection des données à caractère personnel
- La Directive C/DIR/1/08/11 du 19 août 2011 sur la lutte contre la cybercriminalité.



sont pas toujours spécifiques à l'économie numérique et au commerce électronique.

- Ordonnance N°2013-662 du 20 septembre 2013 relative à la concurrence, abrogeant la loi N°91-999 du 27 décembre 1991 sur la concurrence et la loi N°78-633 du 28 juillet 1978 relative à la concurrence, aux prix, à la poursuite et à la répression des infractions économiques.
- Loi N°2013-865 du 23 décembre 2013 relative à la lutte contre la contrefaçon et le piratage et à la protection des droits de propriété intellectuelle dans les opérations d'importation, d'exportation et de commercialisation de biens et services. Cette loi institue le Comité national de lutte contre la contrefaçon.
- Loi N°2016-410 du 15 juin 2016 relative à la répression des fraudes et des falsifications en matière de vente des biens ou services, abrogeant la loi N°63-301 du 26 juin 1963 relative à la répression des fraudes dans la vente des marchandises et des falsifications des denrées alimentaires et des produits agricoles.
- Loi N°2016-412 du 15 juin 2016 relative à la consommation, comportant notamment des clauses sur le principe d'équivalence et de neutralité technologique, sur le droit à la rétractation, sur les pratiques illicites et les clauses abusives, sur la transparence et la sensibilisation des consommateurs et sur l'établissement d'un Conseil national de la consommation (voir ci-après).

Enfin, l'Ordonnance N° 2012-293 du 21 mars 2012 régit toutes les activités de Télécommunications / TIC exercées à partir ou à destination du territoire de la République de Côte d'Ivoire, en accord avec les actes additionnels de l'UEMOA et de la CEDEAO.

En matière d'intégration commerciale au sein de la CEDEAO et l'UEMOA, se pose la question de la reconnaissance mutuelle des certificats électroniques qui garantissent la fiabilité des signatures électroniques au sens de l'acte additionnel de la CEDEAO.

L'article premier alinéa 13 de l'Acte additionnel A/SA.2/01/10 du 16 février 2010 relatif aux transactions électroniques dans l'espace de la CEDEAO définit la signature électronique comme « Toute donnée qui résulte de l'usage d'un procédé fiable d'identifica-

tion garantissant son lien avec l'acte auquel elle s'attache ». Cependant, cette définition, qui a été reprise par les États membres de la CEDEAO, ne définit pas précisément le dispositif sécurisé de création de signature électronique et le certificat qualifié. Cela peut être problématique dans le cas de la Côte d'Ivoire qui assoit la fiabilité des certificats électroniques sur une technologie de type Infrastructure publique à clé (IPC), dont ni l'usage, ni la reconnaissance mutuelle entre les États membres ne sont généralisés au sein de la CEDEAO.

Pour favoriser l'intégration des entreprises ivoiriennes dans l'économie numérique, et à l'instar d'autres pays d'Afrique de l'Ouest ou du Centre (Bénin, Cameroun), la Côte d'Ivoire pourrait considérer d'adopter la Convention des Nations Unies sur l'utilisation de communications électroniques dans les contrats internationaux (2005).

L'objectif de cette Convention est de simplifier et d'harmoniser le recours aux communications électroniques dans le cadre du commerce international. Elle permet de renforcer la sécurité juridique et la prévisibilité commerciale, en particulier lorsque des communications électroniques sont utilisées pour des contrats internationaux.

Elle fournit également les critères à retenir pour établir l'équivalence fonctionnelle entre les communications électroniques et les documents papier, en particulier pour ce qui concerne les méthodes d'authentification électronique et les signatures manuscrites. En y adhérant, les États s'engagent ainsi à la reconnaissance des signatures électroniques étrangères, au principe de non-discrimination des communications électroniques, à la neutralité technologique et à l'équivalence fonctionnelle au niveau transfrontalier.

La Convention sur l'utilisation de communications électroniques repose sur les principes juridiques fondamentaux et les dispositions contenues dans d'autres textes de la CNUDCI sur le commerce électronique, notamment la Loi type de la CNUDCI sur le commerce électronique (LTCE, 1996), déjà adoptée dans 150 juridictions et plus de 70 pays.



5.2 Diagnostic sur le cadre juridique et l'architecture institutionnelle de la protection des consommateurs

Le cadre législatif pour la protection des consommateurs dans le commerce électronique est en place en Côte d'Ivoire (voir le détail des lois dans le paragraphe 5.1).

Les difficultés concernent davantage l'application de la législation et la vulgarisation de ces textes législatifs.

La figure 18 met en évidence les préoccupations des acteurs du numérique interrogés en matière d'application effective de la loi. Seuls 11% des répondants (sur 76) au questionnaire de la CNUCED considèrent que la loi sur la protection des consommateurs est strictement appliquée, contre 80% qui évoquent une application large (simple rappel à la règle) ou souple (sensibilisation).

Seuls 15,5% des répondants (sur 77) estiment que la réglementation actuellement en place est suffisante (11,7%) ou très suffisante (3,9%) pour garantir la sécurité du consommateur, et 16,5% estiment qu'elle est suffisante (13%) ou très suffisante (3,9%) pour garantir la sécurité du producteur.

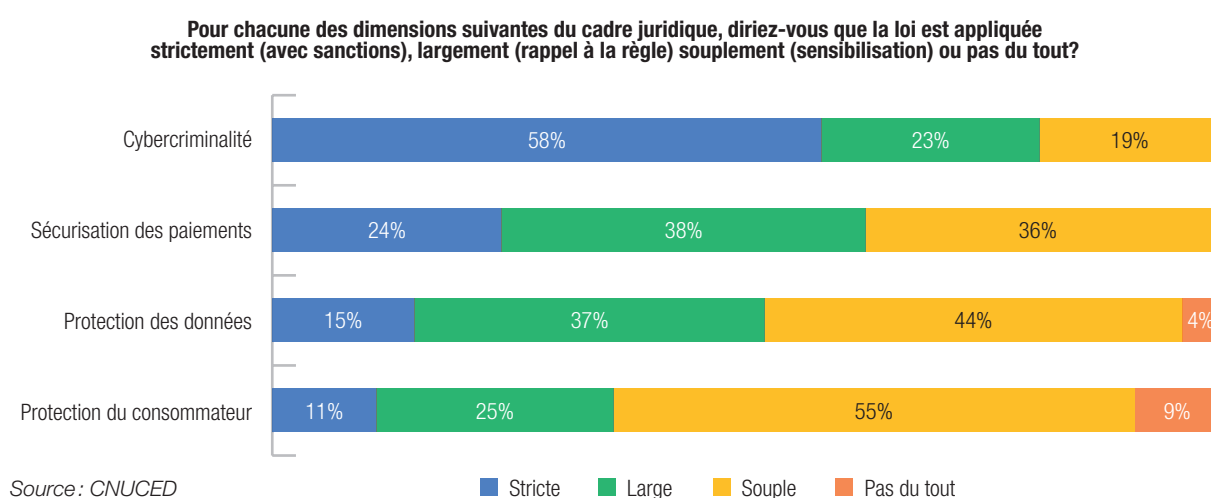
Les inquiétudes exprimées par les associations de consommateurs rencontrées pendant les ateliers de travail portent principalement sur :

- Les activités non-surveillées du secteur informel en ligne.
- Le prix des transferts d'argent via le Mobile money et en particulier, le prix des transferts d'argent P2P (voir la section 4 sur les paiements en ligne).
- Le manque d'infrastructures de protection des consommateurs.

5.3 Le commerce électronique en Côte d'Ivoire et la protection des consommateurs

Une enquête de Consumers International (CI) réalisée en 2013 et portant sur 58 pays a mis en évidence le fait que la protection en ligne est moins forte que les protections traditionnelles.⁸ Considérant l'accroissement du commerce électronique, un risque de dégradation globale de la protection des consommateurs pourrait apparaître. Au niveau international, l'Assemblée Générale des Nations Unies a révisé en 2015 ses Principes directeurs pour la protection du consommateur⁹. Ces principes sont des recommandations internationales qui peuvent guider la Côte d'Ivoire dans l'amélioration de son système de protection des consommateurs en ligne. Ils sont souvent cités, parfois indirectement, dans les législations nationales des pays, voire pour certains d'entre eux, dans leur Constitution.¹⁰

Figure 18: Appréciation du degré d'application de la loi (76 réponses)



⁸ CI, *The state of consumer protection around the world*, 2013.

⁹ Résolution des Nations Unies A/RES/70/186 adoptée par l'Assemblée Générale le 22/12/2015: https://unctad.org/meetings/fr/SessionalDocuments/ares70d186_fr.pdf

¹⁰ Voir Carte mondiale de protection du consommateur de la CNUCED: <https://unctadwcpm.org/charts.html>



1. Les Principes directeurs de l'ONU pour la protection du consommateur et la Loi ivoirienne relative à la consommation

Les Principes directeurs de l'ONU recommandent que la protection des consommateurs dans le cadre du commerce en ligne soit envisagée comme une extension des principes de base déjà existants pour le commerce traditionnel, afin de garantir l'égalité de traitement des consommateurs en ligne et des consommateurs traditionnels. Dans la section I sur le commerce électronique, les États Membres sont encouragés (article 64) à « réviser leurs politiques afin

de tenir compte des caractéristiques particulières du commerce électronique ».

Il existe une compatibilité entre les Principes directeurs de l'ONU et la Loi ivoirienne relative la consommation N°2016-412 du 15 juin 2016 comme reporté dans le tableau 6.

La législation Ivoirienne semble conforme aux Principes directeurs de l'ONU et plus généralement, aux lignes directrices de l'OCDE. A noter que les Principes de proportionnalité et de limitation de responsabilité légale énoncés par l'OCDE mériteraient d'être intégrés dans la législation ivoirienne (voir l'encadré 4).

Tableau 6 : Principes directeurs de l'ONU et Loi ivoirienne N°2016-412 du 15 juin 2016 relative à la consommation

Principe	Commentaire
Principe d'équivalence (Article 5(j)) Requiert une « protection aussi efficace qu'à ceux qui utilisent d'autres formes de commerce »	«La présente loi (...) est applicable à toutes les transactions en matière de consommation relatives à la fourniture, à la distribution, à la vente ou à l'échange de technologies, de biens et de services.» (article 2)
Principe de neutralité technologique (Article 5(j) suite) Équivalence avec toutes les formes de « vente à distance »	« Constitue une vente à distance, toute vente d'un bien ou toute fourniture d'une prestation de services conclue sans la présence physique simultanée des parties, qui, pour la conclusion de ce contrat, utilisent exclusivement une ou plusieurs techniques de communication à distance.» (article 10)
Droit à la rétractation (Article 14(e)) Protection importante favorisant la confiance des consommateurs en ligne	« (...) L'acheteur d'un produit dispose d'un délai de dix jours ouvrables à compter de la livraison de sa commande, pour faire retour de ce produit au vendeur pour échange ou remboursement, sans pénalités, à l'exception des frais de retour.» (article 11)
Pratiques commerciales interdites (Article 5(b)) « Protection des consommateurs vulnérables et défavorisés »	« Il est interdit à tout professionnel d'abuser de la faiblesse ou de l'ignorance d'une personne pour lui faire souscrire des engagements (...) Constitue un abus de faiblesse, l'exploitation de la vulnérabilité, de l'ignorance ou de l'état de sujétion psychologique ou physique d'une personne afin de la conduire à prendre des engagements dont elle ne peut apprécier la portée.» (article 56)

Sources: CNUCED



Encadré 4 : Principe de proportionnalité et principe de limitation de responsabilité légale du consommateur, lignes directrices de l'OCDE¹¹

- **Le principe de proportionnalité**

L'Article 7 de la Recommandation du Conseil sur la protection du consommateur dans le commerce électronique stipule : « Lorsque les clauses contractuelles prévoient des réparations pécuniaires en cas de rupture du contrat de la part du consommateur, ces réparations devraient être proportionnées au préjudice susceptible d'être causé. » Cette application du principe de proportionnalité est limitée aux sanctions financières imposées aux consommateurs (par exemple par les banques pour un retard de paiement de crédit).

- **Le principe de limitation de responsabilité légale du consommateur**

L'Article 41 soulève la question de la responsabilité quand les paiements en ligne vont aux mauvais destinataires, que ce soit par simple erreur ou par détournement criminel : « Les gouvernements et les parties prenantes devraient œuvrer ensemble au développement de niveaux minimums de protection des consommateurs dans le cadre des paiements associés au commerce électronique, quel que soit le mécanisme utilisé. Cette protection devrait être assurée notamment au travers de limitations de la responsabilité du consommateur, fixées par la réglementation ou à l'initiative des professionnels, en cas de débit non autorisé ou frauduleux, ainsi que par des mécanismes de remboursement lorsqu'il y a lieu. Le développement d'autres modalités de paiement susceptibles d'accroître la confiance du consommateur à l'égard du commerce électronique, comme le dépôt fiduciaire, devrait par ailleurs être encouragé. »

Cette recommandation a été fortement soutenue par Consumers International, tant auprès de l'OCDE que dans les négociations pour l'établissement d'une norme internationale de l'ISO sur les paiements mobiles (ISO 12812 sur les services bancaires – services financiers mobiles, 2017). Malgré l'existence d'intermédiaires qui garantissent les paiements entre prestataires et consommateurs, comme le système de « charge back » pour les cartes de crédit aux États-Unis ou le service d'intermédiaire de AliPay en Chine, les représentants du secteur financier ont jusqu'à présent refusé de s'engager à mettre en place ce dispositif en négociant la norme technique 12812.

L'application du principe de responsabilité limitée des consommateurs doit être prise en compte en Côte d'Ivoire pour permettre le développement des transactions électroniques et des transferts d'argent en ligne où les paiements restent majoritairement en espèces.

L'application de ce principe pourrait être harmonisé dans l'ensemble de l'UEMOA.

Source : Consumers International, 2020

2. Principes directeurs de l'ONU, pratiques commerciales des entreprises et rôle de la Commission ivoirienne des clauses abusives¹¹

Dans les Principes directeurs de l'ONU pour la protection du consommateur, l'Article 11 de la section IV régit les pratiques commerciales. Les principes qu'il énonce « constituent un cadre de référence pour la conduite des activités des entreprises dans leurs relations commerciales en ligne et hors ligne avec les consommateurs ».

Ces principes concernent :

- Le traitement juste et équitable des consommateurs ;
- Les pratiques commerciales des entreprises, qui « devraient s'abstenir de recourir à des pratiques (...) discriminatoires, ou trompeuses, telles que des techniques de vente abusives,

(...) des procédures de recouvrement de créances abusives (...) Les entreprises devraient avoir pour responsabilité d'ériger en objectif le respect des mesures de protection des consommateurs » ;

- La communication et la transparence ;
- L'éducation et sensibilisation ;
- La protection de la vie privée ;
- Les plaintes et litiges, y compris les « modes alternatifs de règlement des litiges ».

L'Article 14, section V, des Principes directeurs sur « Les Politiques Nationales de Protection » recommande, dans son paragraphe d, que les gouvernements préconisent « des contrats équitables dont les clauses sont claires, concises et faciles à comprendre ».

¹¹ La protection du consommateur dans le commerce électronique, Recommandation de l'OCDE. <https://www.oecd.org/fr/internet/consommateurs/ECommerce-Recommandation-2016-FR.pdf>



La Loi ivoirienne N°2016-412 du 15 juin 2016 relative à la consommation traite, dans les Articles 52 et suivants, des pratiques telles que les ventes sans commande préalable, des pratiques déloyales considérées comme trompeuses ou agressives, et de l'abus de faiblesse. Les Articles 62 et 63 détaillent les pratiques commerciales « trompeuses » et « agressives ». L'Article 70 précise que « Les clauses abusives sont réputées non-écrites ». Les clauses considérées comme abusives ne sont cependant pas identifiées exhaustivement par la loi mais déterminées par décret pris en conseil des Ministres, après avis de la Commission des clauses abusives (cf Articles 71 et 72).¹²

3. Principes directeurs de l'ONU et accès aux services de communication par l'Internet

L'applicabilité du principe de service universel dans les services publics figure dans les Principes directeurs de l'ONU. L'Article 77 sur les services publics appelle les États Membres à encourager l'accès universel « en tenant compte des besoins des consommateurs vulnérables et défavorisés ».

L'accès universel figure également dans la Loi type sur la concurrence (2010) développée par la CNUCED.¹³ L'Article 130 du chapitre 7, section IV (« Protection de l'intérêt général ») stipule : « (...) certaines activités de service exercées par des entreprises privées ou publiques peuvent être considérées par le gouvernement comme des activités d'intérêt général. En conséquence, les prestataires de services d'intérêt général peuvent être assujettis à des obligations spécifiques, comme celle de garantir l'accès universel à divers types de services de qualité à des prix abordables. Ces obligations, qui relèvent de la réglementation sociale et économique, devraient être établies dans la transparence. »

La législation ivoirienne sur les télécommunications lie le service universel aux services d'intérêt général. Ainsi, par exemple, l'Article 153 de l'Ordonnance n° 2012-293 du 21 mars 2012 relative aux Télécommunications et aux Technologies de l'Information et de la Communication, qui définit ce service, stipule qu'il doit être « (...) de bonne qualité à un prix abordable. Il

est assuré dans le respect des principes d'égalité, de continuité, d'adaptabilité et de transparence. Il inclut (...) des services d'urgence, la fourniture de services spéciaux pour les personnes handicapées ou les personnes ayant des besoins sociaux spécifiques, les missions d'intérêt général de l'État dans le domaine des télécommunications/TIC. », L'Article 154 précise : « Le service universel comprend la fourniture sur l'ensemble du territoire national de services de téléphonie, de transmission de données et de l'accès à l'Internet à haut débit. »

Le cadre législatif étant en place, comment appliquer la loi, notamment dans les régions les moins intéressantes du point de vue commercial ? Pour ces dernières, un contrat exclusif pourrait être passé avec un opérateur désigné, sans que cela implique que le service reste monopolistique à long terme. On peut envisager des appels d'offres suivis par une sélection et la recherche du candidat le mieux disant qui assurerait le service universel dans les régions isolées pendant une période définie, ainsi que des appels d'offres pour les licences de téléphonie mobile. Elles seraient octroyées aux opérateurs qui assureraient le service universel pour le minimum de subventions. En Europe, ces services ont été souvent offerts par les opérateurs dominants, sous certaines conditions. Dans un deuxième temps, l'exclusivité pourrait être rompue, avec un accès équitable aux réseaux. Cela impliquerait un système de concessions octroyées au moyen de marchés publics, en utilisant des méthodes de sélection comme les enchères négatives, envisagées dans la loi type de l'ONU de 2011 sur la passation des marchés publics.¹⁴

4. Diffusion et transparence de l'information, éducation et sensibilisation des consommateurs

L'information et l'éducation des consommateurs sont souvent considérés comme la base de la protection des consommateurs. L'information doit être conçue de manière à permettre au consommateur de repérer et comprendre les informations importantes et cela, suffisamment en amont de la vente.

¹² La Directive Européenne sur les Pratiques Commerciales Déloyales (2005/29/EC) a établi une liste de 31 pratiques spécifiques qui sont prohibées définitivement et des principes généraux si une pratique douteuse n'est pas sur la liste. Si une pratique est considérée déloyale, elle n'est alors pas contraignante pour le consommateur (voir la Directive Européenne sur les Clause Abusives (93/13/EEC).

¹³ CNUCED, Loi modèle sur la concurrence, ONU, 2010. (Article 130).

¹⁴ Commission des Nations Unies pour le droit commercial international (CNUCIDI), Loi type sur la passation des marchés publics, révisée en 2011, publiée en 2014. Une enchère électronique négative y est définie ainsi : Enchère électronique inversée (Article 53).



Le taux d'illettrisme important en Côte d'Ivoire limite considérablement cet accès à l'information et aux compétences nécessaires. Ainsi, l'éducation et la sensibilisation au numérique sont essentielles pour aider les consommateurs à développer leur confiance et leurs compétences en vue d'adopter le commerce électronique. Cette sensibilisation doit prendre en compte les aspects suivants :

- risques et opportunités offertes par le commerce en ligne,
- aide et conseils disponibles en cas de problème,
- mesures juridiques et réglementaires encadrant ce commerce, y compris les mesures à même de protéger et d'améliorer la sécurité numérique des consommateurs,
- information sur les conditions contractuelles (souvent acceptées sans être lues).

La Loi N°2016-412 du 15 juin 2016 relative à la consommation traite de l'information précontractuelle dans l'Article 3, mais uniquement de façon générale. Il conviendrait de considérer que l'on ne doit jamais présumer que les textes des contrats sont lus par les consommateurs.

5. Propriété intellectuelle, principe d'utilisation équitable et commerce en ligne

La question de la propriété intellectuelle ne figure pas dans les lignes directrices internationales sur la protection des consommateurs, bien qu'elle prenne une place croissante dans le commerce électronique, en particulier pour le cas des produits dématérialisés, à l'instar des produits audiovisuels et des publications électroniques (musique ou manuels scolaires électroniques, etc.)

La Loi N°2013-451 du 19 juin 2013 relative à la lutte contre la cybercriminalité définit un cadre dans le domaine de la propriété intellectuelle. Les sanctions pour atteintes à la propriété intellectuelle sont détaillées dans l'Article 33. L'Article 34 spécifie «l'usage pédagogique» parmi les pratiques qui excluent la reproduction et la représentation d'oeuvres du champ de l'atteinte à la propriété intellectuelle en le conditionnant à «aucune exploitation commerciale ou lucrative».

L'Article 35 prend en considération les «mesures techniques de protection», en les autorisant «lorsque

la mise en œuvre du droit de copie porte atteinte à l'exploitation normale de l'œuvre ou cause un préjudice injustifié aux intérêts de l'auteur». Ce sujet est très important pour les pays africains, notamment au regard de l'importance des produits culturels à l'exportation. Les enjeux sont à discuter avec les acheteurs/distributeurs commerciaux, plutôt qu'avec les consommateurs. Les consommateurs en infraction doivent naturellement être sanctionnés, mais dans le cadre du principe de proportionnalité.

6. Protection des données à caractère personnel et cybercriminalité

Le principe de sécurité, en lien avec la protection de la vie privée, est reconnu comme «besoin légitime» dans l'Article 5(k) des Principes directeurs de l'ONU, qui recense parmi ces besoins la «protection de la vie privée des consommateurs». L'Article 11(e) sur les pratiques commerciales évoque également cette protection : «Les entreprises devraient protéger la vie privée des consommateurs au moyen d'un ensemble de mécanismes de contrôle, de sécurité, de transparence et de consentement pour la collecte et l'usage de leurs données personnelles.»

La Loi n°2013- 450 du 19 juin 2013 relative à la protection des données à caractère personnel a pour but d'assurer une protection efficace de la vie privée et des libertés individuelles dans l'environnement des TIC en Côte d'Ivoire. Selon les termes de cette loi, protectrice des droits des individus à l'égard des administrations publiques comme des organismes privés, le consentement des personnes doit être recueilli préalablement à la collecte des données les concernant. Ces personnes doivent aussi être informées de la finalité du traitement, de la durée de conservation, ainsi que du lieu et des conditions de stockage des données. Enfin, elles bénéficient d'un droit d'accès, d'opposition et de suppression des données personnelles, qu'elles peuvent exercer auprès de l'Autorité de Régulation des Télécommunications/TIC de Côte d'Ivoire.

L'ARTCI a pour mission de vérifier la légalité de la collecte et de l'utilisation de toutes les données personnelles et de s'assurer que toutes les précautions sont prises pour empêcher que ces données soient déformées, volées, vendues ou communiquées à des personnes non autorisées.



Par ailleurs, la Loi ivoirienne N°2013-451 du 19 juin 2013 relative à la lutte contre la cybercriminalité dresse dans son chapitre 3 une liste d'infractions et de sanctions concernant le vol des données ou l'accès illégal à tout système d'information, à la falsification ou à la modification de données sans autorisation, etc. L'envoi de messages non sollicités sur la base de la collecte de données à caractère personnel est également sanctionné. Les définitions sont celles de la CEDEAO, ce qui facilite la coopération entre pays membres.

La précision des infractions énumérées dans la Loi contre la cybercriminalité conduit à s'interroger sur le traitement à apporter à toute nouvelle forme d'infraction qui pourrait apparaître. La Commission sur les clauses abusives devrait alors spécifier le traitement approprié.

7. Traitement des plaintes et recours des consommateurs

Les Principes directeurs de l'ONU recommandent aux États Membres d'établir des politiques de protection des consommateurs qui préconiseraient différentes mesures, parmi lesquelles les «moyens effectifs de règlement des litiges et de réparation» (Article 5(g)). Il doit être possible de faire appel à des services de recours indépendants pour traiter les plaintes qui ne sont pas résolues de façon satisfaisante par les mécanismes internes des entreprises (Article 37), «y compris dans le cas des litiges transfrontaliers». La gestion des plaintes et les mécanismes de recours doivent être accessibles, abordables, indépendants, équitables, responsables, réactifs et efficaces. Les informations globales relatives aux plaintes et à leur résolution peuvent être rendues publiques pour contribuer au développement du cadre réglementaire.

L'Article 8 de la Loi N°2013-546 du 30 juillet 2013 relative aux transactions électroniques stipule que le choix de la juridiction ne doit pas priver le consommateur de la protection des lois ivoiriennes. En l'absence de choix de juridiction, les lois ivoiriennes s'appliquent lorsque les activités d'une partie «sont exercées à partir du territoire national ou sont accessibles (...) en ligne (...)» (Article 9). Le problème est celui de l'application de la loi quand les entreprises sont situées à l'étranger et inaccessibles. Un système adopté par une entreprise multinationale peut simplement dé-

passer le recours juridique pour résoudre une dispute entre un client dans un pays et un fournisseur dans un autre. Dans ce cas, la plateforme peut agir comme partie intermédiaire.

Du point de vue purement juridique, la Recommandation de l'OCDE publiée en 2016 et intitulée «La protection du consommateur dans le commerce électronique» se penche sur la gestion des litiges transfrontaliers, appelle les gouvernements à coopérer au niveau international, à partager l'information et à travailler en réseaux. Toutefois, l'Article 54 sur les principes de coopération mondiale appelle simplement les gouvernements à «prendre en considération le rôle de la loi applicable et de la juridiction compétente dans le renforcement de la confiance des consommateurs à l'égard du commerce électronique». ¹⁵ De même, les mots «droit et juridiction applicable» ne figurent pas dans le texte des Principes directeurs de l'ONU, à l'exception du préambule où il est spécifié que «le dialogue et la coopération à l'échelon international constituent le meilleur moyen de régler certaines questions relatives à la protection de consommateur telle que le droit et la juridiction applicables». ¹⁶

Architecture Institutionnelle

Il manque à la Côte d'Ivoire une institution visible et identifiable pour développer la politique de protection des consommateurs et de surveillance des marchés. On dénombre des agents de surveillance habilités par le Ministère du Commerce et de l'Industrie, d'autres agents en charge de la répression des fraudes (voir l'Article 14 de la Loi N°2016-410 relatives à la répression des fraudes), des inspecteurs spécifiquement dédiés à certains secteurs comme la pharmacie, ou la santé et enfin, les agents de police judiciaire (mentionnés lors des ateliers de travail comme le premier point de contact pour les consommateurs).

La Commission des clauses abusives peut être saisie par le Ministre lui-même, par les associations de consommateurs ou par d'autres professionnels, par exemple des concurrents. La Commission peut aussi se saisir, à sa propre initiative, et recommander la suppression ou la modification des clauses abusives. Elle présente chaque année un rapport public de son activité, ainsi que des propositions de modifications législatives ou réglementaires.

¹⁵ OCDE citation note 6.

¹⁶ ONU citation note 3.



Le mode de désignation des membres de cette Commission ne garantit pas que toutes les parties prenantes, y compris les représentants des intérêts des consommateurs, soient représentées. De plus, l'Article 73 de la Loi sur la consommation autorise, mais ne rend pas obligatoire, la publication des avis : « Le Ministre chargé du Commerce peut (...) rendre public ces recommandations qui ne peuvent contenir aucune indication de nature à permettre l'identification de situations individuelles ». Or, s'il est clair que la confidentialité du consommateur doit être sauvegardée, la restriction de publication des avis et recommandations de la Commission peut en restreindre l'influence dans les débats publics.

Cette lacune est illustrée par les réponses aux questionnaires recueillies dans le cadre de l'évaluation de la CNUCED : seuls 21,8% des répondants (sur 78) ont effectivement connaissance des décisions judiciaires en application des lois existantes sur le commerce électronique en Côte d'Ivoire.

Cette organisation éclatée ne correspond pas aux bonnes pratiques internationales. Elle va à l'encontre de l'autonomie et de la visibilité requises pour l'organisme en charge de la protection des consommateurs. L'édition 2017 du Manuel de la CNUCED sur la Protection du Consommateur indique ainsi, dans sa conclusion, que « (...) les organismes de protection des consommateurs qui fonctionnent de manière autonome tendent à acquérir une grande notoriété, ce qui leur permet d'être en contact avec les consommateurs et de tenir directement compte de leur réalité dans l'élaboration des politiques.¹⁷ » Il convient de structurer l'autorité en lui conférant un mandat clair afin de mieux coordonner les actions des différentes instances gouvernementales centrées sur la protection des consommateurs.

Les associations de consommateurs

Les Principes directeurs de l'ONU incluent l'existence et la reconnaissance des associations de consommateurs comme « besoin légitime » (Article 5(h)). La CNUCED, de son côté, a identifié les rôles des associations :

- Actions indépendantes, par exemple, enquêtes, éducation, information ;
- Campagnes et lobbies sur des dossiers spécifiques ;
- Conseil aux particuliers, traitement des plaintes, représentation dans les procès juridiques ou des systèmes alternatifs de médiation ;
- Dialogue avec les gouvernements et entreprises ;
- Représentation dans les organes spécialisés, par exemple, la régulation sectorielle.

Ces fonctions sont largement reconnues par la Loi N°2016-412 relative à la consommation, qui traite des associations ou organisations de consommateurs.

L'Article 254, Livre IV, précise que « ces associations ou organisations de consommateurs peuvent saisir tout organisme créé dans le but d'agir ou de se prononcer de quelque manière que ce soit sur les questions relatives à la consommation. » Cette vision, plus pro-active que dans beaucoup de juridictions, est renforcée par le rôle envisagé devant les juridictions civiles (Articles 255 et 256) et potentiellement l'action en représentation conjointe (Articles 259-60).

Lors des ateliers de travail de la mission menée par la CNUCED en Côte d'Ivoire en mars 2020, les représentants des Ministères ont manifesté un certain intérêt vis-à-vis du rôle des associations dans la gouvernance de la protection des consommateurs. L'encadré 5 en présente quelques exemples.

¹⁷ CNUCED, Manuel, conclusion p.34.



Encadré 5 : Modèles de gouvernance et rôle des associations de consommateurs

Plusieurs juridictions ont établi des critères pour l'accréditation des associations de consommateurs, dont on peut souligner les conditions de représentativité et les critères d'indépendance, tant à l'égard des « intérêts commerciaux » (entreprises) que des partis politiques.¹⁸

Les modèles financiers peuvent varier, mais il s'agit toujours d'organismes à but non lucratif.

Dans les économies développées, les publications des associations de consommateurs distribuées aux adhérents peuvent financer les opérations, mais dans les économies à faibles revenus, cette source financière est difficile à adopter. Dans ce cas, les financements des associations proviennent souvent de sources extérieures, que ce soit de donateurs ou des gouvernements. Dans ce dernier cas, les associations peuvent entrer en relation contractuelle avec les collectivités locales ou avec les gouvernements nationaux pour rendre un service aux consommateurs.

Cas de l'Inde

En Inde, à la suite d'un jugement de la Cour Suprême, le Fonds pour la Promotion du bien-être des Consommateurs (Consumer Welfare Fund/CWF) a été établi en 1992 par le Gouvernement fédéral, avec un financement provenant d'impôts réclamés (et payés) par erreur. Le Fonds est administré par la Division des Affaires des Consommateurs, et les allocations répondent à des critères précis. Il existe aussi de tels Fonds au niveau des États, destinés à financer des centres d'accueil pour les consommateurs et dotés de services d'information, de médiation, de représentation, de conseil juridique ou de formation (par exemple, pour les femmes ou encore les personnes analphabètes). Ces activités sont prises en charge de façon indépendante, mais sous contrat avec les gouvernements (fédéral, États ou collectivités locales). Depuis 1992, de nouvelles sources de financement ont été ajoutées, comme les comptes bancaires « orphelins » (client décédé) ou des polices d'assurances non réclamées.¹⁹

Cas des États-Unis et du Royaume-Uni

Les États-Unis et le Royaume-Uni ont expérimenté d'autres sources de financement pour leurs organisations ou associations sectorielles (l'électricité, l'eau, les services financiers). Des organisations sectorielles ont ainsi été financées grâce à un modeste prélèvement sur les factures d'électricité. Au Royaume-Uni, le Financial Conduct Authority est financé par un prélèvement sur les produits financiers pour promouvoir le conseil et la représentation des consommateurs, indépendamment du gouvernement et du ministère de tutelle.

Pour s'engager dans un contrat comme prestataires de service, les associations doivent accepter des obligations de compétence et respecter un cahier des charges, correspondant à un secteur donné ou recouvrant tous les problèmes des consommateurs. Il est prévu des indicateurs de performance ou, au moins, un rapport annuel public pour rendre compte de la prestation de service. Ce modèle a aussi été récemment mis en place au Maroc, après une période de formation des associations.²⁰

Source: *Consumers International*

¹⁸ *CI, Articles of Association (as amended 21/11/15). L' Art 12.1 (les critères pertinents).*

¹⁹ *CUTS International, Innovative funding for consumer groups. Paper submitted to Intergovernmental Group of experts on consumer law and policy, UNCTAD Geneva, July 2017.*

²⁰ *CNUCED, Maroc citation note 5.*



Conseil National de la Consommation

La Loi N°2016-412 relative à la consommation institue un organisme consultatif dénommé Conseil National de la Consommation, qui « a pour mission de permettre la confrontation et la concertation entre les représentants des intérêts collectifs des consommateurs (...) et les représentants des professionnels, des services publics et des pouvoirs publics (...) » (Article 262). Les « attributions, l'organisation et le fonctionnement » de ce Conseil doivent encore être déterminés par un décret (Article 263).

De tels organismes, qui n'ont pas compétence à faire appliquer la loi, mais ont un libre accès aux discussions sur les politiques (comme par exemple le droit de s'exprimer publiquement sur des projets de loi), se développent rapidement dans beaucoup de pays. Ils deviennent parfois de véritables porte-paroles des consommateurs (comme à Hong Kong ou aux Fidji), dès lors qu'ils ont leur propre gouvernance et un personnel dédié.

L'auto-réglementation et la co-réglementation des entreprises

Il existe plusieurs modèles pour l'implication des entreprises dans la réglementation, conformément au Manuel sur la protection du consommateur publié par la CNUCED en 2017 (ch.VI).

1. L'auto-réglementation : les entreprises prennent l'initiative de définir des normes dans l'intérêt des consommateurs, ce qui leur permet de préserver leur propre réputation. L'auto-réglementation « pure » est assez rare, car les gouvernements cherchent à assumer leurs responsabilités en protégeant les consommateurs. Le commerce numérique demeure cependant une exception en continuant à résister à la régulation de l'État, alors même que si les multinationales de l'économie numérique acceptaient de s'imposer des règles, cela pourrait aider à la résolution des conflits transfrontaliers et éviter les problèmes de droit et de juridiction applicables abordés dans la section 9 ci-dessus. Il convient naturellement que ces règles soient vraiment protectrices et que les autorités nationales puissent réagir contre les abus sur leurs territoires.
2. La co-réglementation : l'organisme de régulation sectorielle et les entreprises elles-mêmes coopèrent pour fixer les normes. En général, les régulateurs définissent le cadre de référence et les professionnels élaborent les règles détaillées. Parfois, des représentants des consommateurs sont invités à participer aux débats.



6. DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES POUR LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Les offres de formations et de diplômes sur les compétences liées aux TIC, à l'économie numérique et au commerce électronique se sont développées au cours des dernières années. Il semble cependant qu'il y ait un décalage entre les formations proposées par des universités et des écoles de formation technique et les besoins exprimés par les acteurs du marché du numérique, dont certains regrettent de ne pouvoir trouver localement les compétences nécessaires.

Il convient d'intégrer un plan de développement des compétences numériques à la stratégie nationale pour le commerce électronique afin d'ajuster l'offre de formation aux besoins des entreprises et de structurer l'écosystème, composé d'incubateurs, de « laboratoires accélérateurs » et de start-up technologiques, qui ne cesse de croître. Dans le même temps, ces programmes doivent prendre en compte le fait que près de 50% de la population du pays est analphabète et que moins d'une fille sur deux dépasse la scolarisation primaire (Banque mondiale, WDI 2019).

6.1 L'importance du renforcement des compétences numériques en Afrique subsaharienne

Le renforcement des compétences est un objectif nécessaire et essentiel en Afrique pour préparer une population jeune à un monde du travail en mutation, en particulier sur les compétences numériques – un paysage en évolution constante des emplois et des compétences. D'après le rapport *Compétences numériques en Afrique subsaharienne - focus sur le Ghana* publié par la Société financière internationale (SFI) en mai 2019:²¹

- Près de 65% des personnes recrutées pour des emplois dans les entreprises africaines interrogées doivent avoir au moins un niveau de base en compétences numériques.
- Un écart entre l'offre et la demande existe à tous les niveaux de compétence numérique, mais les lacunes en compétences intermédiaires sont les plus préoccupantes en Afrique subsaharienne (utilisation des feuilles de calcul, présentations, recherche et marketing numérique).
- Il y aura 230 millions « d'emplois numériques » en Afrique subsaharienne d'ici 2030. Cela se traduira par près de 650 millions de possibilités de formation d'ici 2030.

Selon le dernier *Global Human Capital Report* publié par le Forum économique mondial (2017)²², la Côte d'Ivoire se classe 113^e sur 130 les pays évalués en

terme de développement de son capital humain, une position similaire à celle des autres pays subsahariens (Nigéria 114^e, Gambie 119^e, Éthiopie 127^e et Sénégal 128^e). La Côte d'Ivoire et les pays africains les plus peuplés comme le Nigéria et l'Éthiopie sont spécifiquement moins bien classés en raison de leurs faibles niveaux d'alphabétisation et d'éducation de base. Cela rappelle l'importance de l'alphabétisation de base comme prérequis à « l'alphabétisation numérique », d'autant plus si le commerce électronique entend soutenir des communautés marginalisées par ailleurs.

6.2 Perspectives sur le besoin de compétences en commerce électronique

L'ensemble des acteurs rencontrés au cours des ateliers de travail à Abidjan s'accordent sur le fait que les nouvelles technologies et le nouveau potentiel du commerce électronique nécessitent une mise à niveau des compétences en Côte d'Ivoire.

Les réponses aux questionnaires de la CNUCED révèlent la forte transversalité des compétences requises pour le développement du commerce électronique (voir figure 19).

Le principal aspect « à améliorer » ou « à améliorer en priorité » en matière de compétences liées au commerce électronique pour les entreprises locales est la compréhension du processus d'exportation et importation dans ce domaine (87% des répondants (sur 55), devant les connaissances spécifiques sur les plateformes de commerce électroniques (79%), les

²¹ IFC mai 2019 rapport complet : https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/ed6362b3-aa34-42ac-ae9f-c739904951b1/Digital+Skills_Final_WEB_5-7-19.pdf?MOD=AJPERES.

²² <https://www.weforum.org/reports/the-global-human-capital-report-2017>



connaissances en management (77%) et le domaine de la logistique, du transport et de la livraison (75%).

6.3 Population générale : culture numérique et familiarité avec le commerce électronique

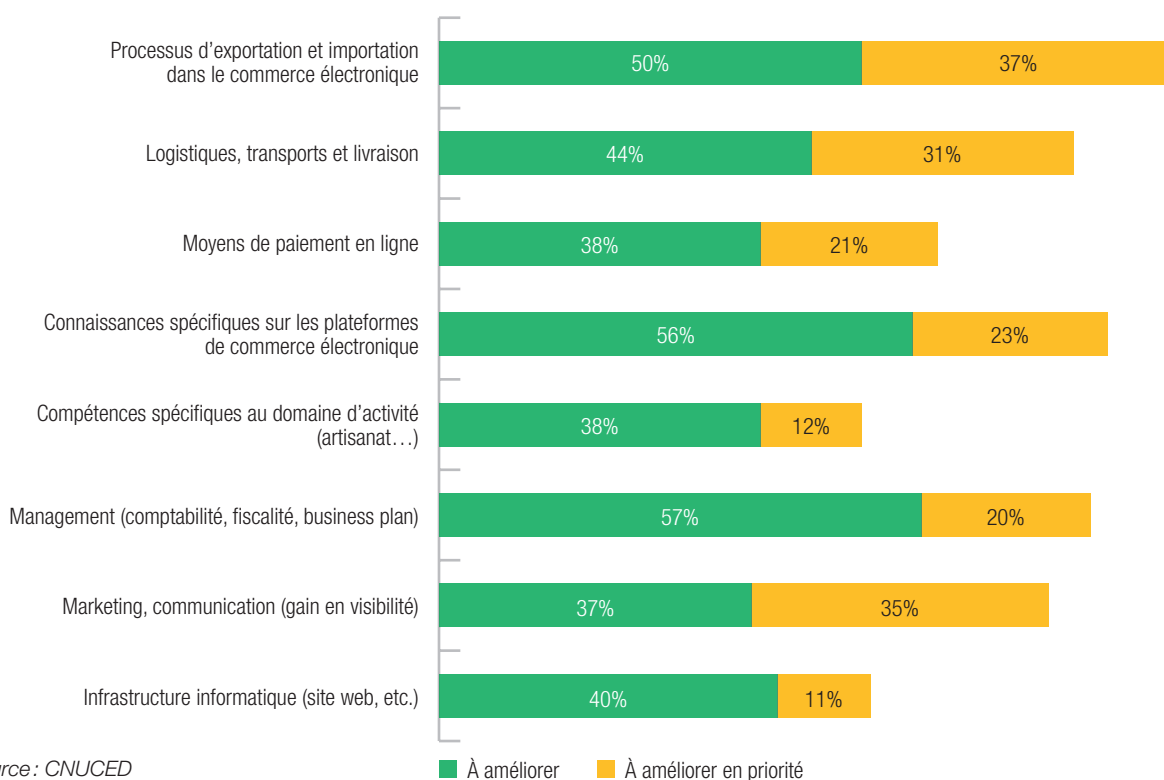
Le taux élevé d’analphabétisme en Côte d’Ivoire est à prendre en compte pour le développement du numérique et du commerce électronique. En 2018, il concernait plus de la moitié (53%) de la population globale du pays et 60% des femmes, selon les don-

nées de la Banque mondiale (voir tableau 7). À noter que seul un enfant sur deux bénéficie d’une scolarisation allant au-delà du primaire (51%).

Il est primordial de prendre en compte ces éléments afin de ne pas exclure cette population dans le développement et la promotion de l’économie numérique et du commerce électronique.

Figure 19: Domaines de compétences à améliorer

Comment qualifieriez-vous votre propre maîtrise des compétences suivantes pour la conduite de votre activité ? (55 réponses)



Source: CNUCED

Tableau 7 : Taux d’alphabétisation et taux de scolarisation en Côte d’Ivoire (2018)

	Total	Masculin	Féminin
Taux d’alphabétisation (15 ans et +)	47%	54%	40%
Scolarisation primaire (%)	100%	104%	96%
Scolarisation secondaire (%)	51%	57%	44%

Source: Banque mondiale (WDI 2020)



Diverses initiatives africaines et panafricaines peuvent être mentionnées, notamment «Coding for Employment», lancée à la Conférence économique africaine de 2019 (Charm el-Cheikh, Égypte, du 2 au 4 décembre 2019) par la Banque africaine de développement (BAD) et Microsoft afin de doter les jeunes Africains de compétences numériques.²³

Soutenue par la Fondation Didier Drogba lancée en mai 2019,²⁴ l'initiative vise à alphabétiser un million de personnes en Côte d'Ivoire et dix millions dans toute l'Afrique d'ici cinq ans.²⁵

Plus généralement, les plateformes de marché interrogées en Côte d'Ivoire pendant les ateliers de travail ont souligné le rôle qu'elles jouent dans la sensibilisation des consommateurs au commerce électronique. Les représentants du secteur privé ont indiqué qu'ils devaient :

- Sensibiliser la population générale au commerce électronique et à sa pertinence pour eux.
- Former à des compétences numériques relativement basiques - certaines petites entreprises peuvent ne pas avoir de notions de base dans le domaine du numérique.
- Convaincre les consommateurs de tester le e-commerce : même quand ils connaissent son existence, ils sont réticents à l'utiliser pour des facteurs complexes liés à la confiance, aux inquiétudes largement répandues concernant la cybercriminalité, à l'utilisation des paiements en ligne, mais aussi aux habitudes d'achat (pouvoir évaluer la qualité des produits en personne, négocier les prix directement avec le vendeur).

6.4 Entrepreneurs : rechercher les compétences techniques de base et relever les défis de la culture ivoirienne

Les ateliers de travail menés avec les entrepreneurs locaux durant la mission à Abidjan révèlent que certains sont assez confiants et informés de la disponibilité de la technologie, par exemple la simplicité et la disponibilité des solutions basées sur le cloud, telles

que Shopify, qui peuvent constituer une première étape vers le commerce électronique. Il existe néanmoins un besoin exprimé d'améliorer la disponibilité de la formation et l'accès à des personnes qualifiées, en particulier dans les domaines suivants :

- Promotion numérique : compétences techniques et marketing liées à la promotion en ligne (Search Engine Optimization, Pay-Per-Click, Social Media, etc.)
- Sécurité : comprendre et utiliser les technologies sécurisées, certification de sécurité
- Compétences en programmation (codage) : PHP, MYSQL et autres outils.

Plus généralement, les entrepreneurs ont souligné les obstacles liés à des aspects plus fondamentaux de la culture ivoirienne. Abstraction faite des problèmes de financement (communs à tous les entrepreneurs de Côte d'Ivoire et d'autres pays), les points suivants concernant la compréhension et les attitudes à l'égard de l'esprit d'entreprise (voir tableau 8) ont été abordés :

- **Attitude face à l'échec :** l'aversion au risque est courante chez les entrepreneurs et leurs responsables financiers. Les compétences insuffisantes en matière de gestion de projet Lean et Agile se retrouvent dans les difficultés à appréhender et gérer les risques de façon appropriée au niveau professionnel et personnel - et les conséquences de l'échec sont jugées importantes. En pratique, cela se traduira probablement par un esprit d'entreprise qui trouve un public limité : ceux qui ont déjà un capital et un contexte favorable (familial ou du fait d'une éducation à l'étranger).
- **Compétences commerciales :** selon l'un des intervenants, les compétences en marketing et en vente sont rudimentaires en Côte d'Ivoire comme dans de nombreux pays. Les compétences en vente sont considérées comme très basiques et non maîtrisées par les entrepreneurs ne bénéficiant pas d'une expérience internationale.

²³ <http://digitalinclusionnewslog.itu.int/2019/12/11/the-african-development-bank-and-microsoft-launch-training-platform-to-equip-african-youth-with-digital-skills/>

²⁴ <http://www.adeanet.org/fr/frontpage?page=8>

²⁵ Education : Didier Drogba sur le terrain pour l'alphabétisation numérique, 21 février 2020, <https://www.fratmat.info/article/202064/Soci%C3%A9t%C3%A9/C3%A9/C3%89education/education--didier-drogba-sur-le-terrain-pour-l039alphab%C3%A9tisation-num%C3%A9rique>



6.5 Femmes entrepreneures : normes sociales et structure éducative traditionnelle qui défavorisent les filles et les femmes dans l'apprentissage de l'ingénierie, des mathématiques et des compétences techniques

sionnellement et socialement. Un certain nombre d'obstacles ont été identifiés, liés à l'enseignement général et aux normes sociales (voir tableau 9).

Les femmes chefs d'entreprise en Côte d'Ivoire voient dans le commerce électronique une opportunité importante pour gagner une certaine indépendance financière, soutenir leur famille et s'épanouir profes-

Tableau 8 : Solutions potentielles par type de compétence technique de base

Type	Obstacle observé	Solutions potentielles
Compétences techniques	<ul style="list-style-type: none"> Manque de compétences techniques disponibles (principalement, mais pas seulement, dans les langages et outils de marketing numérique, de cybersécurité et de serveur) 	<ul style="list-style-type: none"> Enquêter sur les besoins et établir un lien avec une stratégie nationale de commerce électronique Promouvoir le développement de modules de formation technique spécifiques
Compréhension juridique et commerciale	<ul style="list-style-type: none"> Compréhension et clarté de la législation relative au commerce électronique Absence de normes et de certifications pour les activités de commerce électronique 	<ul style="list-style-type: none"> Développer des normes et des certifications Développer des notes d'information adaptées à un public professionnel
Stratégie de commerce électronique	<ul style="list-style-type: none"> Adaptation difficile des modèles économiques au commerce électronique Manque de compétence pour rédiger et proposer des business plans de commerce électronique 	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place une plateforme d'apprentissage du e-commerce Lancer un programme de mentorat adapté à l'environnement africain Renforcer le soutien offert par les incubateurs et accélérateurs Augmenter le nombre de conférences sur le e-commerce Augmenter la formation disponible en e-commerce

Tableau 9 : Difficultés et opportunités pour les femmes

Type	Obstacle observé	Solutions potentielles
Normes sociales	<ul style="list-style-type: none"> Contraintes sociales : y compris les obligations matrimoniales et familiales 	<ul style="list-style-type: none"> Promouvoir les organisations favorisant « l'insertion des femmes »
Normes sociales	<ul style="list-style-type: none"> Aversion au risque 	<ul style="list-style-type: none"> « l'insertion des femmes »
Éducation générale	<ul style="list-style-type: none"> Niveau d'alphabétisation plus faible 	<ul style="list-style-type: none"> Campagnes de sensibilisation ciblant spécifiquement les femmes et les filles
Éducation générale	<ul style="list-style-type: none"> Mauvaise connaissance du commerce électronique comme source potentielle d'activité économique 	<ul style="list-style-type: none"> Campagnes de sensibilisation ciblant spécifiquement les femmes et les filles
Éducation générale	<ul style="list-style-type: none"> Priorités éducatives favorisant les hommes, en particulier dans les matières des sciences, de l'ingénierie et des mathématiques 	<ul style="list-style-type: none"> Croissance ciblée de la participation aux matières (Science, Ingénierie, Maths) Programmes de formation spécifiquement pour les groupes de femmes entrepreneures



En février 2020, la CNUCED a organisé à Abidjan sa première masterclass africaine, réunissant 17 femmes entrepreneures de 7 pays de l'UEMOA et de la CEMAC dans le cadre de l'initiative eTrade for Women. Cette initiative lancée en 2019 vise à permettre à des femmes entrepreneures numériques de devenir des contributrices crédibles d'un développement et d'une création de richesse plus inclusive dans leurs pays et leurs régions. L'initiative collabore avec un réseau d'ambassadrices régionales telles que Patricia Zoundi Yao de Côte d'Ivoire, qui a animé la masterclass à Abidjan, afin de permettre aux femmes entrepreneures de faire grandir leur activité et faire entendre leur voix dans les processus d'élaboration de politiques publiques. Les trois plus grands défis identifiés par la masterclass sont les suivants : les problèmes de connectivité et d'accès à l'Internet, la compréhension des enjeux et des opportunités du numérique par la population, le manque de financement pour des activités développées par des femmes dans le numérique. Les participantes ont également proposé des mesures prioritaires à mettre en œuvre par leurs gouvernements respectifs pour favoriser l'essor du numérique comme vecteur d'autonomisation des femmes. Ces mesures vont de la promotion de l'entrepreneuriat numérique pour sortir du paradigme dominant selon lequel on va chercher un emploi plutôt que le créer ; au fait d'impliquer plus de femmes dans la prise de décision, et avoir par exemple une représentante ou point focal au niveau du Gouvernement en charge uniquement des questions du numérique et de l'autonomisation économique des femmes, ainsi que de promouvoir des mesures d'accompagnement pour les femmes déjà engagées dans l'entrepreneuriat féminin. Par ailleurs, la création de cadres juridiques et fiscaux adaptés à l'économie numérique a aussi été évoquée comme un facteur prioritaire.

6.6 Entreprises, employeurs et organisations de soutien aux entreprises : chercher à développer en Côte d'Ivoire les meilleures pratiques inspirées de l'étranger

Les plus grandes entreprises - Jumia a été citée en exemple lors des rencontres organisées par la CNUCED à Abidjan - trouvent difficilement les talents dont elles ont besoin en Côte d'Ivoire pour des emplois numériques à forte valeur ajoutée. Ceux-ci ont tendance à être recrutés à l'étranger, y compris dans d'autres pays africains. Des postes junior pour les responsables clients et les opérateurs logistiques

peuvent être pourvus localement, les entreprises étant généralement prêtes à investir dans la formation de base requise pour que les candidats sélectionnés s'adaptent aux exigences du commerce électronique.

La Confédération Générale des Entreprises de Côte d'Ivoire (CGECI) a noté que le pays amorçait le développement de son économie numérique, avec des lacunes importantes dans la disponibilité des compétences à de nombreux niveaux et dans plusieurs domaines. Citons par exemple le manque de «développeurs de plateformes», lié à une absence de compétences en programmation. Toutefois, le CGECI met en garde contre une réponse inadaptée à cette lacune : développer dans la précipitation une nouvelle génération de codeurs peut conduire à une vague de codeurs au chômage. La Confédération estime que ce qui manque, c'est un plan défini par le Gouvernement et élaboré en concertation avec le secteur privé. Il faudrait prendre en compte, selon elle, le fait que la Côte d'Ivoire n'est pas seulement un consommateur de services TIC, mais a un rôle à jouer dans le déploiement de ces services dans d'autres pays africains.

Universités : bien considérées par certains, mais en retard dans le développement des compétences pratiques

L'enseignement des compétences numériques dans le premier cycle se limite en grande partie aux cours de TIC. Le seul cursus universitaire de Côte d'Ivoire dédié au commerce électronique est proposé par l'École nationale d'administration d'Abidjan, à l'intention, donc, des administrateurs et non des acteurs du secteur privé. En général, les cours à forte composante numérique sont réservés aux masters.



Les efforts pour innover dans l'apprentissage au sein des universités et des écoles de formation technique sont perceptibles :

- Un cours de «Marketing digital» proposé par l'École de Commerce et de Gestion d'Abidjan à partir de 2011 n'a pas eu beaucoup d'inscrits, sans doute parce que les étudiants potentiels ne voient pas le lien avec les métiers de ce secteur.
- L'Université Félix Houphouët-Boigny (UFHB) d'Abidjan structure son cursus selon des modalités traditionnelles. Le département de mathématiques couvre également la formation d'ingénieurs en informatique et certains modules des départements d'économie seraient pertinents pour le commerce électronique : un étudiant souhaitant construire son propre parcours de formation peut aller d'un département à l'autre, mais aucun cursus à proprement parler n'est proposé dans les disciplines liées au commerce électronique. Toutefois, l'UFHB a lancé en 2019 un programme de master d'un an en «Marketing digital» sous l'égide de l'Université de Nice Sophia Antipolis, couvrant la stratégie, les outils et les techniques de marketing numérique, l'analyse du Big Data, les domaines connexes en droit et éthique des affaires et en médias numériques.
- L'École Supérieure de Formation Continue (CUFOP), rattachée à l'Université Félix Houphouët-Boigny, propose différentes formations, mais rien de spécifique au e-commerce, la plus proche étant le «Management des Systèmes d'Information (MSI)».

Tableau 10 : Promotion des meilleures pratiques internationales

Type	Obstacle observé	Solutions potentielles
Organisations de soutien	<ul style="list-style-type: none"> • Compréhension insuffisante des meilleures pratiques d'autres pays 	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en œuvre des programmes d'échange entre les institutions de Côte d'Ivoire et leurs homologues des pays développés et d'autres pays d'Afrique
Organisations de soutien	<ul style="list-style-type: none"> • Conseils insuffisants sur les implications financières et fiscales de la conduite du commerce électronique 	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en place un programme de coaching financier et fiscal pour les petites entreprises
Agences de communication numérique	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre insuffisant d'agences qualifiées et coût des quelques agences qualifiées existantes trop élevé pour les petites entreprises 	<ul style="list-style-type: none"> • Développer la formation professionnelle des formateurs en Côte d'Ivoire, afin qu'ils soient capables de fournir des services de conseil et d'appui aux petites entreprises

Source : ITC (2020)



Selon les résultats de l'enquête menée en Côte d'Ivoire par la CNUCED dans le cadre de cette évaluation, 10% à 30% des personnes interrogées ne sont pas satisfaites de la qualité des formations offertes dans le domaine du commerce électronique, mais 50% ne connaissent pas ces formations ou ne savent pas répondre à la question (voir figure 20).

Plus généralement, les différents groupes interrogés se sont montré critiques sur les méthodes de formation dans l'enseignement supérieur, jugées trop théoriques (voir tableau 11).

Figure 20: Adéquation de l'offre de formation et des besoins en compétence en commerce électronique et TIC (58 réponses)

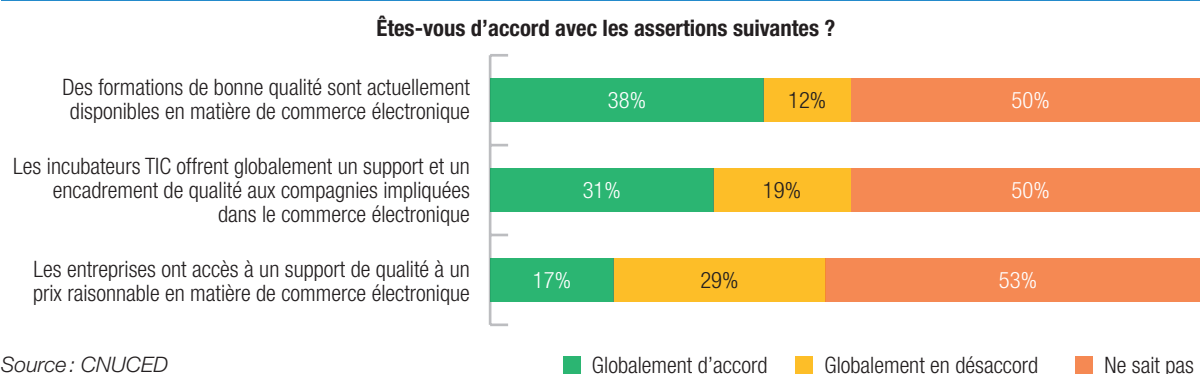


Tableau 11: Enjeux et perspectives pour les formations supérieures en commerce électronique

Type	Obstacle observé	Solutions potentielles
Formation universitaire et privée	<ul style="list-style-type: none"> Cours trop axés sur la recherche appliquée: pas suffisamment pratique 	<ul style="list-style-type: none"> Promouvoir des périodes de formation en entreprise plus fréquentes et mieux définies avec des cours académiques
	<ul style="list-style-type: none"> Le personnel enseignant n'est pas pleinement compétent dans le domaine de connaissances requis 	<ul style="list-style-type: none"> Définir des modules pertinents pour le développement professionnel continu des professeurs Meilleure sélection et formation du personnel enseignant Impliquer le personnel enseignant dans les missions de conseil en entreprise
	<ul style="list-style-type: none"> Mauvaise adéquation entre les cours proposés et les besoins du marché 	<ul style="list-style-type: none"> Enquêter sur les besoins et établir un lien avec une stratégie nationale de commerce électronique Redéfinir les programmes pour mieux répondre aux besoins du marché Accompagner la mise en place de formations par les institutions (CGECI²⁶, FIPME²⁷, MPME, CCI-CI)
	<ul style="list-style-type: none"> Faible participation des entreprises à la formation disponible 	<ul style="list-style-type: none"> Promouvoir des formations nouvelles et innovantes auprès des entreprises
	<ul style="list-style-type: none"> Mauvais équipement (logiciel et accès au réseau) en milieu universitaire 	<ul style="list-style-type: none"> Veiller à ce que les étudiants aient accès aux dernières technologies dans l'environnement universitaire: explorer des partenariats avec des entreprises technologiques internationales

Source: ITC

²⁶ Confédération Générale des Entreprises de Côte d'Ivoire

²⁷ Fédération Ivoirienne des PME



Exemples d'initiatives de renforcement des compétences du secteur privé: des initiatives bienvenues mais trop ponctuelles et d'une portée insuffisante

Un certain nombre d'initiatives privées viennent renforcer les compétences en matière de commerce électronique. L'ampleur et la durabilité de ces programmes n'est pas établie, la mission de la CNUCED en mars 2020 n'ayant recueilli aucun témoignage sur ces initiatives: il semble qu'il s'agit plutôt d'une série d'ateliers de formation ponctuels ou isolés qui ont peu de chance d'augmenter de manière significative les compétences pertinentes (voir tableau 12).

Tableau 12: Initiatives de renforcement des compétences du secteur privé

Facebook	« Boost » lancé en mai 2019	Série de formations gratuites aux techniques du marketing en ligne, disponible dans six pays d'Afrique francophone, à savoir la Côte d'Ivoire, le Cameroun, le Sénégal, le Bénin, la République Démocratique du Congo et la Guinée Conakry. Avec des sessions de formation gratuites et ouvertes à tous, « Boost avec Facebook » vise à former 10 000 entrepreneurs au marketing digital dans ces six pays. https://cgeci.com/entreprise-digitale-boost-avec-facebook-debarque-a-abidjan/
Agence Côte d'Ivoire PME	Masterclass sur le e-commerce (avril 2019)	Initiative ponctuelle organisée le 30 avril 2019 par l'Agence Côte d'Ivoire PME à l'incubateur public Dream Factory. Cette masterclass a permis aux PME participantes de profiter du marché potentiel qu'offre le commerce électronique. https://news.abidjan.net/h/656693.html
Emploi.CI	Cabinet de formation privé proposant des modules sur mesure	Série de modules disponibles sur commande, format de 2 jours de formation <ul style="list-style-type: none"> • Animation des ventes en ligne • Auditer son site de e-commerce • Créer une boutique en ligne • Pilotage de projet e-commerce • E-commerce et expérience utilisateur • Comment devenir un responsable e-commerce ? • La stratégie e-commerce et multicanal https://www.emploi.ci/formations/marketing-cote-ivoire

Source: ITC



Institutions publiques: catalyser l'adoption du numérique

Par son leadership et le travail de l'ANSUT et de la SNDI, le Ministère de l'Économie Numérique et de La Poste développe une feuille de route numérique («référentielle») pour les services publics et la numérisation des interactions («dématisation») pour le Gouvernement de Côte d'Ivoire. Ces initiatives se sont révélées essentielles pour la promotion de l'économie numérique et le développement des compétences associées dans les pays développés (comme l'Estonie) ainsi que dans les pays en développement.

L'Autorité de Régulation des Télécommunications/TIC de Côte d'Ivoire (ARTCI) travaille dans différents domaines pour accroître les compétences pertinentes pour le commerce électronique, notamment :

- Instruction et formation des associations de consommateurs aux lois en vigueur
- Assistance à la gestion des données à caractère personnel

Une innovation spécifique de la Côte d'Ivoire est la plate-forme Sanlishop.ci, une boutique de commerce électronique ouverte aux petits commerçants du pays

qui propose des solutions de transport domestique accessibles.

Néanmoins, un certain nombre de lacunes dans les compétences ont été signalées par les parties prenantes lors des consultations tenues en Côte d'Ivoire²⁸ (voir tableau 13).

Développement professionnel: soutenir des initiatives méconnues des petites entreprises

Le Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement Technique et de la Formation Professionnelle répertorie les différentes filières dans lesquelles une formation professionnelle est proposée en Côte d'Ivoire (<http://www.formation-professionnelle.gouv.ci/fr/formations>). Aucun programme de formation n'est répertorié pour le commerce électronique. Plus généralement, les programmes de formation identifiés ne répertorient pas explicitement les cours liés à la numérisation ou à l'économie numérique: les programmes connexes les plus proches sont généralement dans des disciplines liées à l'informatique. Il n'est pas clairement précisé dans quelle mesure les compétences numériques et une compréhension de l'économie numérique sont incluses dans des formations commerciales plus classiques telles que la comptabilité.

Tableau 13: Institutions publiques et promotion du numérique

Type	Obstacle observé	Solutions potentielles
Institutions publiques	<ul style="list-style-type: none"> • Absence de stratégie nationale, de coordination entre les institutions et de plan d'action pour le commerce électronique 	<ul style="list-style-type: none"> • Élaborer une stratégie nationale pour le commerce électronique, y compris un plan de développement des compétences numériques (voir ci-dessous)
	<ul style="list-style-type: none"> • Soutenir les centres d'excellence parrainés par les pouvoirs publics dans les nouvelles technologies et les compétences numériques 	<ul style="list-style-type: none"> • Renforcer le VITIB (Village des Technologies de l'Information et de la Biotechnologie de Côte d'Ivoire, voir section 1.2)
	<ul style="list-style-type: none"> • Manque d'expertise des acteurs du secteur public 	<ul style="list-style-type: none"> • Améliorer les formations disponibles sur les compétences numériques et le e-commerce pour les représentants du secteur public • Étudier la possibilité d'étendre la «formation de formateurs» aux sujets de e-commerce à travers les institutions
	<ul style="list-style-type: none"> • Dominance de quelques acteurs numériques et e-commerce sur le marché 	<ul style="list-style-type: none"> • Veiller à la bonne concurrence (anti-trust)
	<ul style="list-style-type: none"> • Aucune information ni statistique à jour concernant le commerce électronique n'est disponible 	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en place d'un Observatoire du numérique et de l'emploi.

Source: ITC

²⁸ Session: «Développement des compétences relatives au commerce électronique», Abidjan, 5 mars 2020.



Les informations sur les conditions d'accès aux programmes de formation et d'incubation sont souvent méconnues. Les réponses aux questionnaires révèlent un écart flagrant : 94% des répondants (sur 47 répondants) indiquent être intéressés par un tel programme, mais seuls 21% savent comment y accéder et 11% seulement y ont déjà postulé (voir figure 21).

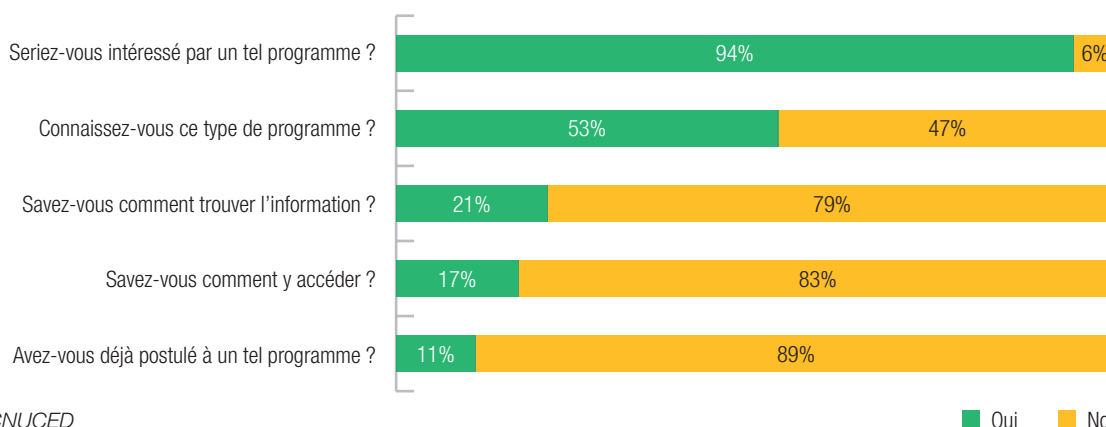
Depuis 1991, à la faveur de la mise en œuvre du Programme de Valorisation des Ressources Humaines (PVRH), par le Gouvernement, la Côte d'Ivoire s'est dotée d'un dispositif de formation professionnelle comme présenté dans l'encadré 6. Au centre de ce dispositif, se trouve le FDFP (Fonds de Développement de la Formation Professionnelle).

Tableau 14 : Structures sous tutelle du Ministère de l'Éducation Nationale, de l'Enseignement Technique et de la Formation Professionnelle

Institution	URL	Rôle
Centre Ivoirien pour le Développement de la Formation Professionnelle	http://www.cidfor.org	<ul style="list-style-type: none"> • Conseil en formation • Identification de besoins en matière d'innovation pédagogique • Constitution de banque de données sur l'expertise interne • Collecte et diffusion d'informations sur la formation professionnelle • Contribution à la gestion des projets du Ministère de l'Enseignement Technique et de la Formation Professionnelle
Centre Africain de Management et de Perfectionnement des Cadres (CAMPC) ²⁹	http://www.campc.net	<ul style="list-style-type: none"> • Formation • Assistance / Conseil • Recherche / Publication • Recrutement
Agence Nationale de la Formation Professionnelle (AGEFOP)	http://www.agefop.ci	<ul style="list-style-type: none"> • Conseil aux entreprises pour la formation continue • Formations qualifiantes de courte durée dans les métiers de l'électricité, de l'informatique, de l'électronique etc. • Formation en entrepreneuriat
Fonds de Développement de la Formation Professionnelle (FDFP)	http://www.fdfp.ci	(voir encadré 6)

Source : ITC

Figure 21 : Diffusion de l'information sur les programmes de formation/incubation (47 réponses)



Source : CNUCED

²⁹ Le CAMPC est une organisation panafricaine.



Encadré 6 : Le Fonds de Développement de la Formation Professionnelle

Structure de conception, d'organisation et de gestion de la formation professionnelle, le FDFP gère :

- La taxe d'apprentissage qui représente 0,4% de la masse salariale ;
- La taxe additionnelle à la formation professionnelle continue qui représente 1,2% de la masse salariale.

Il exécute ainsi des missions d'information, d'appui et de conseil auprès de l'ensemble de ses clients.

Grâce à son organisation et aux partenaires techniques qu'il mobilise, le FDFP assure :

- La formation des nouveaux embauchés (intégration) ;
- L'amélioration des acquis des stagiaires dans les spécialités qui sont les leurs (perfectionnement) ;
- La formation permettant l'accès du travailleur à une position plus avantageuse (promotion) ;

La formation en vue d'un changement d'activité professionnelle (reconversion).

Source : ITC

Encadré 7 : Expériences de pays en développement en matière de formations en TIC et économie numérique

Un certain nombre de bonnes pratiques pourraient faire l'objet d'une étude spécifique et d'échanges avec des partenaires dans chacun de ces pays.

L'Inde est probablement le pays en développement le plus avancé au monde en termes de structuration du secteur technologique, de définition d'une feuille de route des compétences et d'un ensemble de programmes de formation et de qualifications associés. Dans le secteur des technologies de l'information (ITES), dirigé par la plus grande association industrielle du monde, NASSCOM (National Association of Software and Service Companies), le pays a élaboré des définitions détaillées des catégories d'emplois associées à l'économie numérique et au commerce électronique. Gérée comme un partenariat public-privé, la National Skill Development Corporation (NSDC) gère une base de données de descriptions de postes et des qualifications correspondantes (par exemple, celle d'un directeur des opérations de e-commerce). L'Inde est vraiment un cas extrême et a beaucoup investi dans ce domaine : sa stratégie et de son approche devraient être soigneusement adaptées pour un pays moins développé numériquement comme la Côte d'Ivoire.

Le Rwanda a accordé une grande priorité à une série d'initiatives pour l'économie numérique, y compris la formation professionnelle. L'ITC (International Trade Center) y a récemment mené un projet de deux ans pour former un groupe de formateurs en e-commerce, chargés d'accompagner plus de 150 entreprises locales dans le développement de leur activité en ligne, soutenues par un investissement dans les services partagés. La toute nouvelle African Leadership University (ALU) lance un programme de e-commerce avec différents partenaires, dont Alibaba. L'ALU cible les étudiants de haut niveau du Rwanda et au-delà.

Le Maroc et la Tunisie ont été cités en exemple lors des rencontres dans le cadre de la présente évaluation de la CNUCED en Côte d'Ivoire comme des exemples de pays qui semblent avoir pris les devants en Afrique en termes de formations innovantes en compétences liées au commerce électronique. En effet, une rapide recherche en ligne révèle le nombre d'institutions et de programmes liés au e-commerce. Par exemple, au Maroc, le Conservatoire national des arts et métiers (Cnam) offre une sélection de formations dans le sous-domaine Commerce électronique. De même, la Tunisie compte un certain nombre d'établissements d'enseignement publics et privés qui proposent des programmes de licence et de maîtrise en commerce électronique (par exemple, un BTS e-Commerce sur une durée de deux ans).

Source : ITC



7. ACCÈS AU FINANCEMENT

Les start-up technologiques n'ont en général pas accès au financement direct des banques, qui exigent des partenaires ou des garanties qu'elles ne peuvent pas leur fournir. Elles ont le plus souvent recours, comme dans de nombreux autres pays, à leurs fonds propres. Cela est lié non seulement à l'activité même des start-up, qui rend difficile de remplir les obligations souvent requises par les banques en matière de collatéral, mais également aux problèmes de compétences évoquées dans la section 6 en matière de gestion de projet et de gestion financière, dès lors qu'il s'agit de présenter un plan de financement à une institution financière ou à un partenaire industriel potentiel. La faible bancarisation (21,6%, selon les statistiques de la BCEAO pour le taux de bancarisation strict) est un autre facteur de limitation de l'accès au financement. La Stratégie Nationale d'Inclusion Financière vise partiellement à remédier à cette difficulté avec un objectif de taux de bancarisation de 50% à l'horizon 2024, et la promotion de la finance numérique.

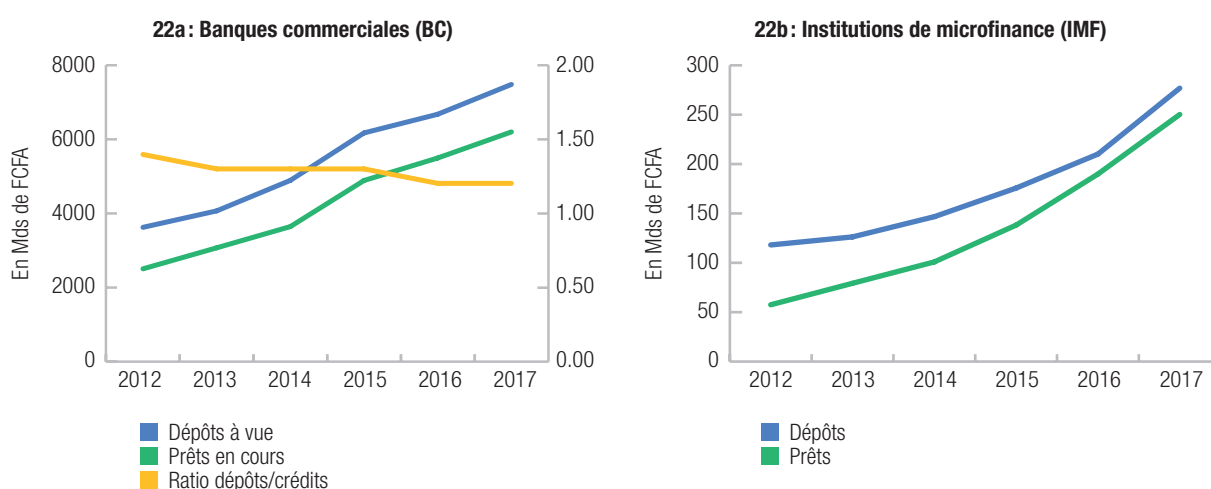
De plus, le Ministère de la Promotion de la Jeunesse et de l'Emploi des Jeunes a annoncé la mise en place d'un fonds de garantie visant à soutenir des jeunes porteurs de projets innovants (pour des projets allant de 5 à 50 millions de FCFA).

7.1 Banques et Institutions de microfinance (IMF)

En Côte d'Ivoire, les banques commerciales et établissements financiers sont soumis à la réglementation bancaire en vigueur dans l'espace régional de l'UEMOA. Son application est strictement surveillée par la BCEAO, à travers la Commission Bancaire de l'UEMOA. Les opérations de crédit sont encadrées par les instructions et circulaires de la BCEAO, notamment pour ce qui concerne les dispositifs prudentiels, et par le barème des conditions générales applicables aux banques et établissements financiers de l'UEMOA.

Au niveau macroéconomique, l'ensemble des crédits accordés par les banques commerciales est largement inférieur aux dépôts reçus par ces mêmes banques, témoignant de l'extrême frilosité du secteur, commun à l'ensemble des pays de l'UEMOA. La figure 22 met en évidence un ratio de couverture des crédits par les dépôts d'environ 1,3 sur la période 2012-2018, indiquant une couverture moyenne des crédits par les dépôts de 30%. On note un phénomène similaire pour les institutions de microfinance, avec toutefois des ordres de grandeur allant de 1 à 20 environ en matière de capacité de financement.

Figure 22: Évolution des dépôts et crédits des banques commerciales (BC) et des institutions de microfinance (IMF) en Côte d'Ivoire 2012-2017



Source : Financial Access Survey, FMI, 2019 (Rapport du FMI sur l'accès aux services financiers)



Seule 2% de la population adulte avait un prêt en cours en 2017, d'après une enquête menée par le CGAP (Consultative Group to Assist the Poor / Groupe Consultatif d'Assistance aux plus Pauvres) sur l'inclusion financière en Côte d'Ivoire. De plus, 84% des personnes interrogées conservent leur argent à leur domicile et 27% utilisent leur compte de monnaie mobile pour sécuriser leurs fonds, ce qui coïncide avec les données présentées dans la section consacrée aux services financiers mobiles.

En pratique, les banques commerciales n'accordent aucun prêt pour le démarrage de start-up technologiques, compte tenu de la difficulté de ces dernières à fournir une garantie ou un collatéral. En effet, tout prêt consenti pour le démarrage d'une activité implique des garanties de type hypothèque, nantissement de matériel, cautionnement, résultats prévisionnels, dépôt à terme, autofinancement de 30% au minimum. Il faut noter que les difficultés rencontrées par les start-up pour se financer auprès des banques sont communément observées dans de nombreux pays, y compris des pays de l'OCDE, compte tenu des conditions de financement précitées. La difficulté supplémentaire, en ce qui concerne la Côte d'Ivoire, tient au problème des compétences évoquée dans la section 6 quant à la capacité des entrepreneurs à monter des dossiers de financement, que ce soit pour faire appel à une banque ou à un industriel.

7.2 Bancaisation et inclusion financière

Le taux de bancaisation, mesuré par le taux d'adultes ayant effectué un dépôt au cours de l'année écoulée, est de 23% environ. Ce taux est légèrement supérieur au taux de bancaisation strict fourni par la BCEAO qui est de 21,6% (voir le Rap-

port annuel sur la situation de l'Inclusion financière dans l'UEMOA au cours de l'année 2018, publié par la BCEAO en octobre 2019).

La figure 23 met en perspective les performances de la Côte d'Ivoire en matière de bancaisation avec pour chaque mesure, l'indicateur propre au pays et sa position relativement à la zone de l'UEMOA.

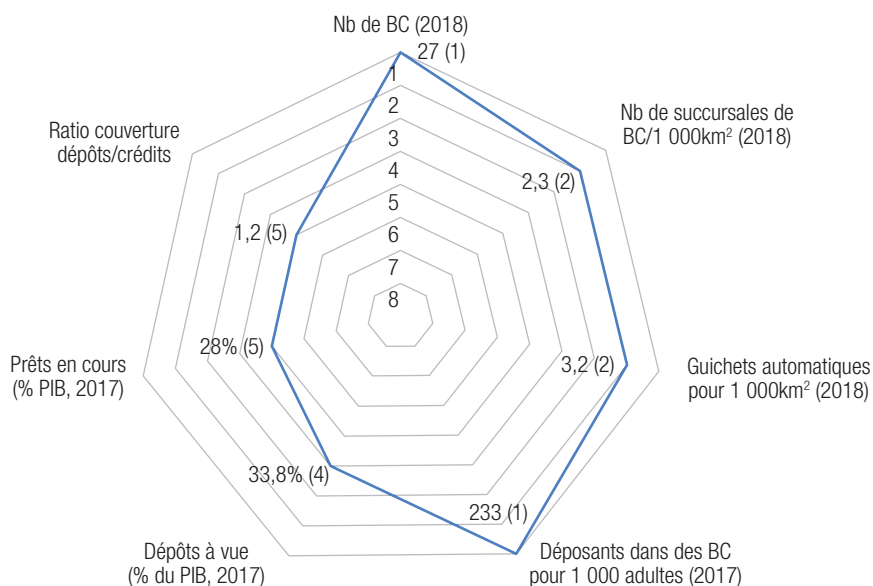
Le nombre de banques commerciales, de succursales de banques commerciales et de guichets automatiques donne des renseignements sur l'accès aux infrastructures bancaires. Le taux de déposants, les dépôts à vue et crédits en cours (en pourcentage du PIB) apportent des informations sur l'accès des particuliers aux services bancaires.

La Côte d'Ivoire est en tête des pays de l'UEMOA pour l'étendue du secteur bancaire et ses infrastructures (nombre de banques commerciales, de succursales et de guichets automatiques rapportés à sa superficie) mais seulement à la 4^e ou 5^e place de l'UEMOA pour les prêts en cours et dépôts à vue en pourcentage du PIB.

Les acteurs du commerce électronique en Côte d'Ivoire ont bien conscience du rôle et de l'importance de la bancaisation pour le développement du commerce électronique, notamment dans sa dimension transfrontalière. Plus de 85% des répondants (sur 45 répondants) estiment ainsi qu'il est nécessaire de pouvoir faire ou recevoir des virements internationaux. Mais seuls 14% et 22% respectivement estiment qu'il est rapide et facile d'en faire (et respectivement 18% et 27% d'en recevoir), conformément aux figures 24a et 24b.

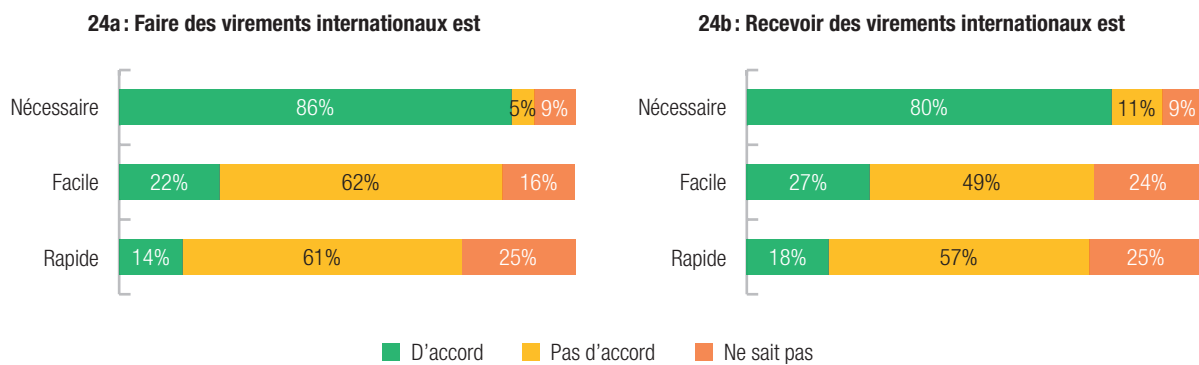


Figure 23: Indicateurs de bancarisation en Côte d'Ivoire et classement par rapport à l'UEMOA (2018)



Source : Financial Access Survey, FMI, 2019 (Rapport du FMI sur l'accès aux services financiers)

Figure 24: Pratiques en matière de virements bancaires internationaux



Source : CNUCED (45 réponses)



7.3 Stratégie Nationale d'Inclusion Financière (SNIF)

Le Gouvernement de Côte d'Ivoire a défini la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière (SNIF 2019-2024) adoptée en Conseil des ministres le 15 mai 2019, après consultation des parties prenantes de l'écosystème financier ivoirien. La SNIF entend offrir « un accès accru aux produits et services financiers de la population notamment des femmes, des jeunes, des MPME et des acteurs du secteur informel, assuré grâce à des partenariats innovants (...) permettant leur adaptation et une meilleure couverture y compris en milieu rural; la finance digitale devant jouer un rôle de premier plan avec la clientèle mieux éduquée et protégée. » Parmi les défis prioritaires figurent la réduction des disparités entre zones urbaines et zones rurales, entre population alphabétisée ou non et une meilleure prise en compte des jeunes et des femmes afin, notamment, de promouvoir les capacités numériques et financières et de combler la fracture numérique.

L'objectif affiché de cette stratégie est de porter à 50% le taux de bancarisation de la population et d'atteindre un taux de pénétration de la finance numérique (comptes ouverts auprès de structures de téléphonie mobile) de 60% à l'horizon 2024.

Cinq axes stratégiques ont été définis :

1. Amélioration de l'accès aux services financiers des populations vulnérables et exclues.
2. Promotion de la finance numérique.
3. Protection des clients et éducation financière.
4. Règlements évolutive, adaptée, et supervision efficace.
5. Cadre fiscal et politique favorable à l'inclusion financière.

Le Gouvernement ivoirien s'appuie sur l'Agence de Promotion de l'Inclusion Financière (APIF) pour le suivi et la coordination des actions à mener. L'APIF a été créée par le décret N° 2018-508 du 30 mai 2018. Il s'agit d'une agence d'exécution dotée d'une autonomie financière, sous la tutelle technique du Ministère de l'Économie et des Finances et sous la tutelle financière du Ministère du Budget et du Portefeuille de l'État. L'APIF est spécifiquement en charge de la conception et du suivi de la mise en œuvre de pro-

jets visant à renforcer l'inclusion financière en Côte d'Ivoire. Elle est chargée de coordonner la politique gouvernementale en matière de promotion de l'accès des populations vulnérables aux services financiers de base, de rechercher les financements nécessaires à la mise en œuvre des projets, de coordonner l'action des partenaires techniques et financiers en faveur de l'inclusion financière, de mettre en œuvre la politique d'éducation financière et de collecter des données statistiques sur l'inclusion financière.

7.4 La Poste de Côte d'Ivoire et l'inclusion financière

Il faut souligner le rôle que peut jouer La Poste de Côte d'Ivoire en matière d'inclusion financière via sa couverture territoriale et ses 200 agences et points relais sur le territoire national, par-delà ses services courrier et ses services électroniques. Un partenariat a été établi entre La Poste de Côte d'Ivoire et le groupe BDK (Banque de Dakar) pour la dynamisation de ses produits financiers. Ce partenariat a conduit à :

- La création de Banque d'Abidjan en 2017, filiale de la Société Ivoirienne de Finance, détenue à 20% par La Poste de Côte d'Ivoire et à 80% par le groupe BDK. La création de ces entités doit permettre d'apporter des réponses aux besoins en services financiers des populations éloignées des points de banque traditionnels.
- Le lancement en 2018 d'un porte-monnaie électronique, Kash Kash, adossé à la filiale du même nom lancée conjointement par La Poste et Banque d'Abidjan. Ce service financier de paiement électronique sans compte bancaire et via le téléphone mobile a remplacé l'application mobile de La Poste (mPoste).

7.5 Fonds de garantie pour le financement de projets des jeunes

Le Ministère de la Promotion de la Jeunesse et de l'Emploi des Jeunes a signé en mars 2020 un protocole d'accord pour la mise en place d'un fonds de garantie de 30 milliards de FCFA avec la Banque Nationale d'Investissement (BNI). Ce fonds aura pour objectif le financement de projets d'un montant de 5 à 50 millions de FCFA.³⁰ Un protocole d'accord a été signé avec des banques du secteur afin qu'elles viennent compléter les financements garantis par l'État à hau-

³⁰ http://www.gouv.ci/_actualite-article.php?recordID=10935



teur de 150 de financements supplémentaires pour 100 garantis par l'État.

7.6 Partenaires techniques et financiers

Plusieurs Partenaires techniques et financiers (PTF) apportent leur soutien au développement numérique de la République de Côte d'Ivoire.

Les actions suivantes illustrent l'action d'un bon nombre de PTF à Abidjan :

La Banque Africaine de Développement recense dans son DSP 2018-2022 (document de stratégie pays) les PTF par domaine d'intervention et distingue en particulier six PTF actifs sur des projets d'éducation/formation en Côte d'Ivoire : l'Union européenne, la coopération française (Service de coopération et d'action culturelle/ SCAC) et américaine (Millenium Challenge Account / MCA), l'UNICEF, l'ONU et huit sur des projets d'infrastructures incluant des TIC (l'Union européenne, la Banque mondiale, la coopération française (Agence française de développement / AFD), les États-Unis (MCA), le Japon (Japan International Cooperation Agency / JICA), la Corée du Sud (KoreaInternational Cooperation Agency / KOICA), la Banque africaine de développement (BAD), la Banque ouest-africaine de développement (BOAD). À noter que le DSP 2018-2022 fait état de 13 groupes sectoriels de coopération impliquant au total plus de 40 PTF bilatéraux ou multilatéraux.

Le Projet d'Appui à la Compétitivité du Grand Abidjan (PACOGA) a été initié par le Gouvernement ivoirien et la Banque mondiale dans le cadre du PND (2016-2020). Ce programme vise à appuyer le développement urbain durable de l'agglomération du Grand Abidjan à travers une meilleure intégration du port dans la ville, permettant d'adresser les inefficacités des opérations portuaires, une meilleure planification et gestion de l'espace urbain et l'amélioration de l'infrastructure des transports urbains, autant d'éléments qui aboutiraient en un renforcement des services logistiques et de la compétitivité. Ce projet multisectoriel inclut un projet d'adressage physique d'Abidjan.

L'UPU a lancé en 2018 l'initiative « Ecom@Africa » en Côte d'Ivoire afin d'évaluer le degré de préparation de La Poste de Côte d'Ivoire au commerce électronique et d'élaborer des projets et programmes qui permettent d'améliorer sa capacité à fournir, en tant que membre de l'UPU, des services de commerce électronique de

manière intégrée. Le rapport d'étude a été présenté en juillet 2019 pour la mise en place du projet, avec l'identification de 9 projets prioritaires (18,4 Mlds de FCFA sur 18 mois) notamment dans les domaines de la logistique et du transport / de la distribution, pour que le projet Ecom@ Africa soit en cohérence avec les initiatives stratégiques de La Poste de Côte d'Ivoire et lui permette d'atteindre une bonne rentabilité. Le 27^e Congrès postal universel devait se tenir à Abidjan du 10 au 28 août 2020, mais la propagation mondiale de la COVID-19 a conduit l'UPU et le Gouvernement de Côte d'Ivoire à le reporter.

Le Bureau international du travail (BIT) et l'Union internationale des télécommunications (UIT) ont engagé en mars 2020, en concertation avec l'Union Africaine, une mission de haut niveau à Abidjan pour une initiative visant à « stimuler les emplois décents et améliorer les compétences des jeunes dans l'économie numérique en Afrique ». Cette initiative a pour objet d'accélérer les partenariats en vue de promouvoir des emplois décents et des compétences numériques pour les jeunes. Le programme concerne la mise en place d'un environnement politique et réglementaire favorable à la création :

- d'opportunités d'emploi et d'entrepreneuriat pour les jeunes,
- de services d'orientation professionnelle et d'intermédiation améliorés pour faciliter l'accès des jeunes aux opportunités de l'économie numérique,
- d'opportunités d'acquisition des compétences requises pour l'économie du numérique.

Le programme visera à capitaliser sur les projets et partenariats existants de l'UIT, de l'OIT et de l'Union africaine et à établir de nouveaux partenariats pour créer des opportunités supplémentaires de développement des compétences et d'emploi pour les jeunes dans les pays et dans la région. À noter que le programme est panafricain et cible l'Afrique du Sud, la Côte d'Ivoire, le Kenya, le Nigéria, le Rwanda et le Sénégal.

La mission conduite en Côte d'Ivoire par la CNUCED a été l'occasion d'organiser une table ronde avec l'ensemble des PTF présents sur les projets en cours et à venir, en collaboration avec le représentant coordinateur des Nations Unies à Abidjan. Cette rencontre a permis de présenter l'initiative eTrade for all, et la



présente l'évaluation du degré de préparation au commerce électronique de la Côte d'Ivoire. Elle a offert l'opportunité de discuter des synergies avec les programmes en cours du PNUD, de l'ONUDI, de l'OIT, du Forum International Afrique Développement (FIAD), du Programme alimentaire mondial (PAM), de l'AFD ainsi que de l'UE en matière de développement des compétences digitales tels que les programmes Industrie 4.0 ou e-agriculture, qui pourraient soutenir le développement numérique du pays. Le numérique est en effet une priorité élevée du PNUD qui prépare, sous la responsabilité du représentant résident, le nouveau Cadre de collaboration avec le Gouvernement (2021-2025).

Cette évaluation sera également partagée avec l'ensemble des partenaires rencontrés comme outil d'analyse stratégique leur permettant de considérer leur soutien dans la mise en place des recommandations formulées.



CONCLUSION

L'évaluation de l'état de préparation de la République de Côte d'Ivoire au commerce électronique a révélé une forte demande et un intérêt marqué de l'ensemble des acteurs présents lors des ateliers de travail organisés dans le cadre du diagnostic de la CNUCED.

Des discussions ont été initiées entre les acteurs du secteur privé du commerce électronique et du numérique et les entreprises de télécommunications, ainsi que les Autorités de régulation et les différentes Directions du Gouvernement. Les ateliers de travail ont permis d'échanger sur les difficultés rencontrées par l'ensemble des partenaires mais aussi sur les initiatives en cours, qu'il s'agisse de la réforme de La Poste de Côte d'Ivoire, des expériences pour l'adressage numérique ou physique via le Projet d'Appui à la Compétitivité du Grand Abidjan (PACOGA) initié par le Gouvernement ivoirien et la Banque mondiale, ou encore de la mise en place d'un fonds de garantie de 30 milliards de FCFA pour l'accès au financement des PME ivoiriennes.

L'évaluation a mis en évidence un décalage entre l'avancée économique de la Côte d'Ivoire vis-à-vis du reste de l'UEMOA et le développement du commerce électronique, qui se heurte à des contraintes et difficultés similaires au reste de l'espace UEMOA.

Le secteur du commerce électronique souffre tout d'abord d'un déficit structurel. L'absence de stratégie propre au commerce électronique se traduit par un cadre institutionnel incomplet avec un manque de leadership entre les agences et directions, un manque de suivi des actions en cours et une méconnaissance des acteurs et de la cartographie du commerce électronique. Ce déficit structurel ne permet pas de garantir la confiance nécessaire à la promotion du commerce électronique.

L'absence d'adressage physique constitue un obstacle majeur au développement du commerce électronique à grande échelle, dont la réussite est conditionnée par un service de livraison fiable, efficace et garanti. Des solutions d'adressage numérique, initiées avec le concours de La Poste de Côte d'Ivoire, peuvent venir compenser cette lacune.

Si des investissements importants ont déjà été réalisés en matière d'infrastructures TIC ou sont en cours

de réalisation (projet RNHD, dont les deux premières phases sont achevées et la troisième en cours), l'amélioration de la connectivité reste pourtant la priorité, compte tenu de l'ambition d'atteindre une couverture de l'Internet universelle. À ce stade, ni le déploiement de la dorsale, ni le maillage et l'accès au dernier kilomètre, ni le coût des forfaits d'accès à l'Internet ne permettent encore d'envisager d'atteindre cet objectif. De plus, en dépit des progrès réalisés en la matière au cours des dernières années, près d'un tiers de la population (35%) n'a pas accès à l'électricité, principalement en zone rurale.

Jusqu'à présent, le développement du commerce électronique repose essentiellement sur l'économie informelle, à travers les réseaux sociaux. L'essentiel des paiements est effectué à la livraison, en espèces ou via les paiements mobiles, tandis que les paiements en ligne restent marginaux. Cela s'explique à la fois par la faible bancarisation de l'économie et par le manque de confiance tant des consommateurs que des producteurs et prestataires de services.

Au-delà de la question des infrastructures, l'écosystème du commerce électronique a besoin d'un support, tant pour permettre le développement des compétences des entrepreneurs, insuffisantes dans un contexte où le taux d'illettrisme reste très élevé (environ 50%), que pour élargir le champ des ressources, les start-up du numérique n'ayant peu ou pas accès aux crédits des banques ou des institutions de microfinance.

La matrice d'actions propose les actions à envisager afin d'accélérer les politiques initiées par le Gouvernement et l'essor du commerce électronique.



MATRICE D'ACTIONS

ÉVALUATION DE L'ÉTAT DE PRÉPARATION AU COMMERCE ÉLECTRONIQUE ET FORMULATION DE POLITIQUES ET STRATÉGIES			
Actions indicatives	Résultats attendus	Priorité	Mise en œuvre
Définir une stratégie sectorielle du commerce électronique intégrant un plan de pénétration du commerce électronique dans les différents sous-secteurs de l'économie.	Le commerce électronique est intégré dans les stratégies nationales et sectorielles. Les rôles et les contributions de chaque entité gouvernementale et parapublique au développement de l'écosystème du commerce électronique sont clairement définis.	Haute	MCI, MENUP, MEF, MPD, ITC, CNUCED, ANSUT, ARTCI, secteur privé (CGECI, UNTEL, Groupement des Opérateurs du Secteur des technologies de l'Information et de la Communication de Côte d'Ivoire ((GOTIC CI), FIPME...))
Communiquer sur les avancées réalisées dans le cadre du programme Ambition 2020.	La population est mieux informée sur le développement de l'économie numérique.	Haute	MPD, ANSUT, MENUP
Définir un cadre de concertation public-privé pour accompagner le développement du commerce électronique.	Le secteur privé est impliqué dans le développement et la promotion du commerce électronique.	Haute	MCI, MENUP, ARTCI, CCI, CI, MPJEJ, MPPME, MEF
Sensibiliser et rassurer les acteurs potentiels sur les pratiques et le cadre législatif du commerce électronique et des paiements en ligne, qu'il s'agisse des consommateurs, des producteurs ou des prestataires de services.	Les acteurs potentiels du commerce électronique sont mieux informés sur ses pratiques et plus en confiance.	Haute	MCI, MENUP, MEF, MPD, ITC, CNUCDI, CNUCED, ANSUT, ARTCI
Informers les producteurs et prestataires de service sur les bénéfices du commerce électronique en termes de développement de leur activité.	Les producteurs et prestataires de service sont prêts à quitter le secteur informel et/ ou le m-commerce (mobile commerce) pour s'impliquer dans le commerce électronique.	Moyenne	MCI, MENUP, MEF, MPD, ANSUT, ARTCI
Collecter les données sur le volume de commerce électronique.	L'ampleur du commerce électronique est connue.	Moyenne	ARTCI, MENUP, MCI, CNUCED

INFRASTRUCTURES TIC ET SERVICES			
Actions indicatives	Résultats attendus	Priorité	Mise en œuvre
Identifier un modèle de partenariat pour le développement du maillage si la taille des marchés ne permet pas d'atteindre le seuil de rentabilité pour les opérateurs privés.	Le maillage est étendu.	Haute	MCI, MENUP, MEF, MPD, UIT, ANSUT, ARTCI
Favoriser la mise en place d'une association de consommateurs sur les TIC et d'une association des acteurs du e-commerce.	La transparence est plus grande sur la fixation des prix d'accès aux télécommunications.	Haute	MCI, MENUP, MJ, ARTCI
Mettre à jour la cartographie des besoins prioritaires en termes d'extension de la dorsale, du maillage de l'accès à l'électricité.	Une primauté est établie en fonction des besoins prioritaires.	Moyenne	MPD, MENUP, ANSUT, Ministère de l'Énergie



INFRASTRUCTURES TIC ET SERVICES			
Actions indicatives	Résultats attendus	Priorité	Mise en œuvre
Étudier le mode d'attribution des marchés publics des TIC dans le cadre d'une reconnaissance du cadre d'obligation universel (voir les cas de l'Inde ou de l'Amérique Latine).	Le mode d'attribution des marchés publics des TIC dans le cadre de l'objectif de service universel est maîtrisé.	Moyenne	ANSUT, ARTCI, MJ, CNUDCI, MBPE (Ministère du Budget et du Portefeuille de l'État), MEF

LOGISTIQUE DU COMMERCE ET FACILITATION DES ÉCHANGES			
Actions indicatives	Résultats attendus	Priorité	Mise en œuvre
Définir la stratégie postale du commerce électronique afin qu'elle soit en ligne avec la stratégie nationale du commerce électronique, notamment en s'appuyant sur les recommandations des Operational Readiness for E-Commerce (ORE) et du Digital Readiness for E-Commerce (DRE) de l'UPU.	Le rôle de La Poste de Côte d'Ivoire est en ligne avec le projet de développement du commerce électronique.	Haute	MCI, MENUP, MEF, MPD, ITC, CNUCED, ANSUT, UPU, secteur privé
Suivre l'évaluation du projet Dor2Dor reposant sur la solution d'adressage numérique w3w intégrée au site de La Poste.	Les avancées permises par le projet Dor2Dor peuvent être étendues aux principales localités ivoiriennes.	Haute	MCI, MENUP, MCP, UPU, CNUCED, ANSUT, ARTCI
Suivre le projet d'adressage physique d'Abidjan dans le cadre du Projet d'Appui à la Compétitivité du Grand Abidjan (PACOJA) initié par le Gouvernement ivoirien et la Banque mondiale.	Les avantages de l'adressage physique sont mis en évidence.	Haute	MCI, MENUP, MCP, UPU, ANSUT
Identifier les localisations stratégiques pour mettre en place des points relais dans les gares routières et/ou cybercafés et/ou bureaux de poste et/ou dans les localités les moins bien desservies avec un système incitatif pour les points relais.	Un service de points relais est mis en place pour la prise en charge/livraison de marchandises, y compris dans les endroits les moins bien desservis.	Haute	MCI, MENUP, MEF, MPD, ANSUT, UPU, MSPC
Revoir les flux de traitement opérationnel du bureau d'échange de Treichville (La Poste CI) et la cartographie des processus de bout en bout pour une harmonisation avec les normes internationales.	Les flux de traitement sont améliorés et conformes aux normes internationales.	Haute	MCI, MENUP, MEF, MPD, UPU
Mettre en œuvre le système électronique de déclaration douanier (Customs Declaration System / CDS) à interfacier avec le module spécifique pour le suivi des colis postaux de SYDONIA World (SYDAM World en Côte d'Ivoire).	Le temps de traitement pour le dédouanement des colis postaux est réduit.	Haute	DGD, MENUP, MEF, MBPE, UPU
Les relations avec les douanes et les compagnies aériennes devraient être renforcées, conformément aux directives des Comités de contact «OMD-UPU» et «IATA-UPU».	Le suivi des colis postaux internationaux est amélioré.	Haute	DGD, MBPE, MENUP, MEF, UPU, OMD, UPU



LOGISTIQUE DU COMMERCE ET FACILITATION DES ÉCHANGES			
Actions indicatives	Résultats attendus	Priorité	Mise en œuvre
Initier des discussions entre La Poste et les Douanes pour intégrer progressivement les recommandations de l'UPU en matière de gestion des flux des colis postaux internationaux.	Les procédures de dédouanement pour les colis postaux et petits paquets sont facilitées.	Haute	DGD, MBPE, MENUP, MEF, UPU
Systematiser la saisie et la transmission de tous les événements électroniques clés.	Le suivi et la traçabilité des colis postaux est mis en place.	Haute	MENUP, UPU
Interfacer les systèmes informatiques de La Poste (IPS et IPSA) avec l'application de gestion du courrier international de l'UPU.	Les systèmes informatiques de La Poste sont modernisés	Haute	MENUP, UPU
Intégrer les différents maillons de la chaîne logistique (entreprises de transport, compagnies aériennes, douanes, commerçants en ligne...) aux processus de bout en bout et aux outils informatiques.	L'efficacité opérationnelle du commerce électronique transfrontalier est renforcée avec un suivi en temps réel des colis.	Haute	MCI, MENUP, UPU, DGDDI, IATA
Créer des centres de services de commerce électronique pour permettre, notamment aux personnes analphabètes, de surmonter les difficultés d'accès.	Le taux d'adhésion au commerce électronique est accru et les délais de livraison sont mieux maîtrisés.	Moyenne	ANSUT, MCI, MENUP, MSPC
Améliorer la capacité de transport et de logistique pour la distribution (acquisition de véhicules supplémentaires pour soutenir la distribution).	La logistique de distribution de La Poste de Côte d'Ivoire est étendue pour une meilleure distribution.	Moyenne	MENUP, MT, MEF, UPU
Améliorer les itinéraires et les tableaux d'assignation du transport.	L'efficacité des flux postaux est renforcée.	Moyenne	MENUP, UPU

SOLUTIONS DE PAIEMENT			
Actions indicatives	Résultats attendus	Priorité	Mise en œuvre
Développer l'interopérabilité des services financiers.	Le recours au paiement électronique est facilité.	Haute	MENUP, MCI, SNDI, BCEAO, UPU, MEF, APIF
Informers les utilisateurs, tant consommateurs que producteurs, sur la sécurisation des transactions apportée par le recours au paiement en ligne.	Le recours au paiement en ligne est étendu. Le paiement ne s'opère plus à la livraison, mais à la commande.	Faible	MENUP, MCI, ARTCI, ANSUT
Informers les opérateurs sur les avantages à adhérer au commerce électronique en matière de débouchés potentiels.	Le recours au commerce électronique est étendu.	Moyenne	MENUP, MCI, ARTCI, ANSUT



CADRE JURIDIQUE ET RÉGLEMENTAIRE			
Actions indicatives	Résultats attendus	Priorité	Mise en œuvre
Diffuser et vulgariser les lois sur le cadre juridique du commerce électronique.	La connaissance du cadre légal est améliorée pour les acteurs de l'écosystème du numérique.	Haute	MCI, CNUDCI, ARTCI, MENUP, MJ
Renforcer le droit à la rétractation et notifier le grand public et les entreprises sur les limites de ce droit.	La confiance envers les pratiques du commerce électronique est améliorée et on évite de fausses attentes	Haute	MCI, MJ, CNUDCI, ARTCI
Vérifier que les autorisations sont effectivement fournies aux sites de commerce électronique par le MCI.	Les consommateurs qui se rendent sur les sites marchands sont rassurés.	Haute	MCI, MJ, CNUDCI, ARTCI
Publier les avis de la Commission sur les clauses abusives et identifier de façon exhaustive l'ensemble des cas de clause abusive. Définir le traitement approprié à apporter aux infractions non prises en compte dans la Loi contre la cybercriminalité.	Le traitement du recours contre les clauses abusives non prises en compte est objectif, les actions de la Commission sur les clauses abusives ont une meilleure visibilité et une meilleure information permet de rassurer les utilisateurs.	Haute	MCI, MJ, CNUDCI, ARTCI
Reconnaître le principe de l'utilisation équitable et le promouvoir dans la législation sur la propriété intellectuelle/le droit d'auteur.	Les consommateurs sont rassurés sur le recours au commerce en ligne pour les produits en lien avec la propriété intellectuelle.	Haute	MCI, MJ, CNUDCI, ARTCI, Ministère de la Culture et de la Francophonie, Burida, OIPI
Envisager la mise en place de la responsabilité limitée pour les consommateurs en ligne. Limiter les sanctions contre les infractions mineures qui ne peuvent être qualifiées de «vol commercial» de la propriété intellectuelle selon le principe de proportionnalité.	Les consommateurs sont rassurés sur les éventuelles actions irrégulières qu'ils pourraient commettre malgré eux.	Haute	MCI, MJ, CNUDCI, ARTCI
Renforcer les capacités et compétences des juristes dans les cadres légaux relatifs au commerce électronique. Former le personnel et l'encadrement du service en charge de la défense des intérêts des consommateurs.	Les juristes ont une meilleure compétence dans le domaine du commerce électronique. Le personnel en charge du suivi et de la défense des intérêts des consommateurs est formé et compétent.	Moyenne	CNUDCI, MCI, MJ, ARTCI
Évaluer les aspects sécurité/sûreté et vie privée pour les objets connectés. Cette évaluation peut être élargie à l'ensemble du commerce électronique sur les principes de sécurité, de protection de la vie privée, de transparence, du soutien des clients vulnérables, et du soutien des consommateurs en général.	La sécurisation du commerce en ligne des produits connectés est renforcée.	Moyenne	MCI, MJ, CNUDCI, ARTCI
Rendre prioritaires l'adoption de l'interopérabilité, des droits et normes en matière de logiciels, ainsi que de l'accès et du transfert de données entre services par les autorités de la concurrence et de la consommation.	La capacité du consommateur à comparer les fournisseurs et en changer facilement est améliorée.	Moyenne	MENUP, MCI, MJ, CNUDCI, ARTCI



CADRE JURIDIQUE ET RÉGLEMENTAIRE			
Actions indicatives	Résultats attendus	Priorité	Mise en œuvre
Mettre en place une agence dédiée à la protection des consommateurs, identifiable par le grand public, avec une forte visibilité et une certaine autonomie opérationnelle ainsi qu'une vision pédagogique pour diffuser les bonnes pratiques dans le commerce électronique.	La représentation de la protection des consommateurs est connue par l'ensemble des acteurs du marché. La diffusion des bonnes pratiques dans le commerce électronique est assurée par l'agence. Les différentes organisations en charge de la protection des consommateurs sont en relation et l'information est diffusée.	Moyenne	MCI, MJ, CNUDCI, ARTCI
Mettre en place un observatoire des litiges concernant les transactions électroniques et en particulier le commerce électronique, composé de professionnels du droit, de commerçants et de consommateurs.	Les transactions douteuses sont identifiées et répertoriées. Les fraudes en ligne diminuent grâce à l'information et au suivi des actions et recours menés contre les « cyber fraudeurs ».	Faible	MCI, MJ, CNUDCI, ARTCI, ITC

DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES POUR LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE			
Actions indicatives	Résultats attendus	Priorité	Mise en œuvre
Établir une cartographie des besoins en compétences numériques, une étude comparative et formuler un plan national de développement des compétences numériques.	L'adéquation entre les besoins du marché et l'offre de formation est mesurée.	Haute	CGECI, CCICI, UIT, ITC, MENETFP, MESRS, MCI, MENUP, CNUCED
Comparer les initiatives dans d'autres pays pour développer des stratégies nationales de développement des compétences en soutien du commerce électronique. Lier impérativement cette analyse à une stratégie nationale de commerce électronique en Côte d'Ivoire.	Capitaliser sur les expériences des autres pays afin de pouvoir adopter les usages et pratiques les plus adaptés à la situation en Côte d'Ivoire.	Haute	CGECI, CCICI, UIT, ITC, MENETFP, MESRS, CNUCED, MENUP, MCI
Encourager et soutenir les femmes entrepreneures dans le domaine du numérique, y compris dans le cadre d'initiatives telles que la masterclass eTrade for Women organisée par la CNUCED à Abidjan en février 2020 pour construire un réseau de femmes entrepreneures dans le numérique en Côte d'Ivoire et dans la région.	Les femmes entrepreneures dans le domaine du numérique acquièrent de la visibilité et intègrent pleinement l'écosystème du numérique.	Haute	CGECI, UIT, ITC, MENETFP, MESRS, CNUCED, OIT, MENUP, MCI
Établir un programme d'échange entre les organisations locales spécialisées d'appui aux entreprises (chambres de commerce, associations d'employeurs) et leurs homologues internationaux dans les pays développés et en développement.	Bénéficier de l'expertise et des compétences externes à la Côte d'Ivoire.	Haute	CGECI, CCICI, UIT, ITC, MENETFP, MESRS, CNUCED, OIT
Convenir de la spécification et du déploiement d'un «label de confiance» des entrepreneurs (basé par exemple sur des fournisseurs tiers).	Un niveau de confiance commun est établi par les consommateurs ivoiriens.	Moyenne	CGECI, UIT, ITC, MENETFP, MESRS, CNUCED, OIT



DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES POUR LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE			
Actions indicatives	Résultats attendus	Priorité	Mise en œuvre
Développer des stages pratiques au sein des programmes universitaires : chercher à généraliser une période de formation avec projet au sein de programmes dédiés, en s'assurant que le travail introduit des concepts numériques de pointe dans les entreprises sélectionnées par les universités pour accueillir les étudiants.	La formation répond aux besoins des entreprises en matière de technologies numériques.	Moyenne	CGECI, UIT, ITC, MENETFP, MESRS, CNUCED, OIT, ESATIC : École Supérieure Africaine des TIC
Impliquer les incubateurs et accélérateurs comme vecteurs de formation des start-up et des petites entreprises en compétences e-commerce.	L'offre de formation pratique est enrichie.	Moyenne	CGECI, UIT, ITC, MENETFP, MESRS, CNUCED, OIT, MENUUP, MCI
Développer un ensemble de documents consultatifs pour les petites entreprises engagées dans le commerce électronique, couvrant des sujets tels que : <ul style="list-style-type: none"> • Accès aux subventions gouvernementales, fonds pour la formation au e-commerce • Lois applicables (consommateur, protection des données...) • Guides pratiques pour travailler avec les marchés, sur les solutions de paiement... 	Les petites entreprises ont une meilleure connaissance du cadre réglementaire concernant tant leur activité propre que les opportunités auxquelles elles pourraient avoir accès en terme de financement, etc.	Moyenne	MCI, CGECI, UIT, ITC, MENETFP, MESRS, CNUCED, OIT, MENUUP
Établir une plate-forme de réseau entre confrères pour les spécialistes du e-commerce.	L'information est partagée entre les acteurs du numérique.	Moyenne	CGECI, UIT, ITC, MENETFP, MESRS, CNUCED, OIT, MENUUP, MCI
Développer un cadre pour les formateurs en e-commerce.	Une formation professionnelle est mise en place en Côte d'Ivoire, capable de fournir des services de conseil et de soutien aux petites entreprises.	Moyenne	CGECI, UIT, ITC, MENETFP, MESRS, CNUCED, OIT, MENUUP, MCI

ACCÈS AU FINANCEMENT			
Actions indicatives	Résultats attendus	Priorité	Mise en œuvre
Renforcer les capacités des porteurs de projets liés aux TIC et au commerce électronique à élaborer des plans d'affaires réalistes et crédibles afin d'obtenir un financement.	Le nombre de demandes de crédit augmente et le financement bancaire contribuant à la croissance du secteur du commerce électronique se développe.	Haute	MPD, MENUUP, MCI, MPJEJ, MPME, CCI-CI, ITC, UNCDF, CGCI
Informar sur les programmes de financement et concours ouverts aux start-up, aux microentreprises et aux petites entreprises par l'intermédiaire des associations professionnelles, fédérations, des Institutions d'Appui au Commerce et aux entreprises.	Les start-up, microentreprises et petites entreprises du secteur sont mieux informées et donc plus aptes à saisir de nouvelles opportunités de financement.	Moyenne	MPD, MENUUP, MCI, MPJEJ, MPME CCI-CI, ITC, UNCDF
Fournir des fonds de garantie avec des décaissements conditionnés et un suivi continu.	Les start-up peuvent avoir plus facilement accès à des financements.	Moyenne	MCI, MBPE, MEF, MPD, CIR, UNCDF



Annexe I : Documents et sites web consultés

Documents

- Agence d'Investissement des Nations Unies (UNCDF), *Rapport de l'Enquête Annuelle des Fournisseurs de Services Financiers Numériques 2017, 2018*.
- ARTCI, *Rapport public d'activité, 2019*.
- Banque mondiale, *Connecting to Compete 2018: Trade Logistics in the Global Economy, 2018*.
- Banque mondiale, *Doing Business, 2019*.
- BCEAO, *Annuaire des banques et établissements financiers de l'UMOA 2018, 2019*.
- BCEAO, *Rapport annuel, annexe 4, État des services financiers via la téléphonie mobile dans l'UEMOA en 2017, 2018*.
- BCEAO, *Recueil des textes légaux et réglementaires régissant l'activité bancaire et financière dans l'UEMOA (Chapitre VI- Réglementation relative aux systèmes et moyens de paiements), 2018*.
- BCEAO, *Rapport annuel sur la situation de l'inclusion financière dans l'UEMOA au cours de l'année 2018, 2019*.
- CNUCED, *Digital Economy Report, 2019*.
- CNUCED, *Donor Support to the Digital Economy in Developing Countries. A 2018 Survey of Public and Private Organizations, 2019*.
- CNUCED, *B2C E-Commerce Index 2019*.
- CNUCED, *Carte mondiale de la protection du consommateur, 2019*.
- CNUCED, *Manuel sur la Protection du Consommateur, 2017*.
- CNUCED, *Loi type sur la concurrence, 2010*.
- *Consumers International, The state of consumer protection around the world, 2013*.
- FMI, *Financial Access Survey, 2019*.
- Nations Unies, *Résolution des Nations Unies A/RES/70/186*
- OCDE, *La protection du consommateur dans le commerce électronique: Recommandation de l'OCDE, Éditions OCDE, Paris, 2016*.
- OMD, *Doing Business: L'indicateur du commerce transfrontalier et les questions douanières afférentes, document de recherche n° 44, mai 2018*.
- ONU, *Department of Economic and Social Affairs, United Nations E-Government Survey, 2018*.
- UIT, *Rapport: Mesurer la Société de l'Information, 2017 et 2018*.
- UIT, *Economic Impact of Broadband in LDCs, LLDCs and SIDS. An Empirical Study, 2019*.
- UPU, *Rapport sur le développement postal 2018. Évaluation d'une infrastructure fondamentale pour le développement durable, avril 2018*.
- UPU, *Postal Development Report 2019. Perspectives on the Performance of Postal Operators Worldwide, octobre 2019*.

Sites web

- Organisations régionales : BCEAO (www.bceao.int), UEMOA (www.uemoa.int)
- Organisations internationales : eTrade for all, CNUCED, UPU, ITU, Banque mondiale, FMI, OMC.



Annexe II: Liste des Évaluations de l'état de préparation au commerce électronique publiées par la CNUCED

- Iraq : *eTrade Readiness Assessment* (décembre 2020).
- Niger : *Évaluation rapide de l'état de préparation au commerce électronique* (juin 2020).
- Bénin : *Évaluation rapide de l'état de préparation au commerce électronique* (juin 2020).
- United Republic of Tanzania : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (avril 2020).
- Mali : *Évaluation rapide de l'état de préparation au commerce électronique* (décembre 2019).
- Malawi : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (novembre 2019).
- Kiribati : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (novembre 2019).
- Tuvalu : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (novembre 2019).
- Lesotho : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (mars 2019).
- Bangladesh : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (mars 2019).
- Islamic Republic of Afghanistan : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (mars 2019).
- Madagascar : *Évaluation rapide de l'état de préparation au commerce électronique* (janvier 2019).
- Zambia : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (décembre 2018).
- Uganda : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (décembre 2018).
- Burkina Faso : *Évaluation rapide de l'état de préparation au commerce électronique* (septembre 2018).
- République togolaise : *Évaluation rapide de l'état de préparation au commerce électronique* (septembre 2018).
- Solomon Islands : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (juillet 2018).
- Republic of Vanuatu : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (juillet 2018).
- République du Sénégal : *Évaluation rapide de l'état de préparation au commerce électronique* (juillet 2018).
- Lao People's Democratic Republic : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (avril 2018).
- Liberia : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (avril 2018).
- Myanmar : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (avril 2018).
- Nepal : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (décembre 2017).
- Samoa : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (octobre 2017).
- Bhutan : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (avril 2017).
- Cambodia : *Rapid eTrade Readiness Assessment* (avril 2017).

Et : <https://unctad.org/en/Pages/Publications/E-Trade-Readiness-Assessment.aspx>



