

e-commerce dans la sous région UMA



Séminaire sur les négociations commerciales
multilatérales et les pays de l'UMA

Rabat, 1-2 mars 2004

United Nations Economic Commission for Africa



TIC et Défis pour l'Afrique

- Commencer à partir des préoccupations des pays

L'approche internationale



L'approche africaine



- TIC partie intégrante des plans et activités de développement nationaux

⇒ L'approche AISI



Cadre régional pour le développement des TIC

- **Une vision pour le développement des TIC**
- **Applications sectorielles en fonction des priorités du continent**
- **Processus de mise en oeuvre**
 - Formulation de Politiques: NICI
 - Suivi d'impact: SCAN-ICT
- **Création de synergies grâce aux partenariats**
- **Cadre régional des TIC pour le NEPAD**





AISI et Commerce

- Lier les chambres de commerce, les associations commerciales, et le monde des affaires afin d'aider les PME à accroître le commerce régional et global
- Réduire les coûts des transactions commerciales
- Informations en ligne sur les opportunités d'import/export
- Développement et marketing de nouveaux produits à travers les réseaux électroniques





Quelques actions entreprises

- **ADF 99** sur le thème: **l'Afrique face aux défis de la mondialisation et l'ère de l'information**

-Mars 2000: Electronic Commerce in Africa (ECA Review)

- **Pan-African e-Commerce Project avec le CRDI**



Situation du e-commerce dans les pays

Algerie

Maroc

Mauritanie

Tunisie



Cas de l'Algerie

Enquête réaslisée en mai 2000 auprès des internautes

- Participants	Males: 82%	Femelles :18%
- Age	Entre 16 et 56 ans	
- Secteurs	Public: 64.79%	Privé: 35.21%
- Acceptance e-c	Pour: 83.10%	Contre: 16.90%
- Utilisation	Au - 1F: 42.15	Jamais: 57.75
- Achats	Logiciels: 21%	B. Voyage et R. Hotels : 18%
	Livres et Journaux : 1 5%	M. Electronique : 12.65
	Reservation D. Web: 11%	CD-ROM et Habits: 7.06
	P. alimentaires: 4 .7	Parfums: 3.53



- Mode paiement	V. Bancaire: 28%	Chèque: 25%
	Comptant: 25%	CC: 21.7%
- Possesion CC	Oui: 8.45%	Non: 91.55%
- Confiance util. CC	Non: 29.29%	Oui: 21.95%
- Encouragement e-c	Oui: 77.46%	Non: 22.54%

Recommandations de l'étude

Formulation Politique nationale TIC

Encouragement des Investissements privés

Mise à niveau du cadre légal

Développement des compétences





Cas du Maroc

- Faible Taux d'utilisation
- Banques en ligne
- Sociétés spécialisés et Plateforme de paiement sécurisé
- Établissement publics locomotives
- EDI dans le Commerce extérieur
- Quelques réalisations: RAM, Artisanat, Enchères, ...

Objectifs:

- Mettre en œuvre la stratégie
- Promotion du B2B et à l'export
- Promotion du A2B
- Généraliser l'EDI



Enquête sur l'utilisation des TI dans le secteur industriel - MICT

Le pourcentage d'entreprises, par secteur, utilisant l'Internet pour passer des commandes en ligne varie entre 18% pour le secteur électrique & électronique et 6% pour les secteurs chimie & parachimie et mécanique & métallurgie.

Seulement 8% des entreprises, tous secteurs confondus, utilisent l'Internet pour passer des commandes en ligne. C'est le même pourcentage enregistré lors de l'enquête de 1999. Ces résultats reflètent un usage très faible du commerce électronique.



Cas de la Mauritanie

- **Stratégie Nationale de Développement des Technologies Nouvelles**
- **Son V^oAxe stratégique traite du commerce électronique**
- **Projet de commerce électronique: e-Tijara**
- **Il définit les actions à mener depuis les aspects de monétique bancaire jusqu'aux contenus des sites, en passant par les aspects institutionnels et juridiques, etc.**



Cas de la Tunisie

- **Modification des Lois se reportant :**
 - Au Code Pénal
 - Au code des obligations et des contrats
 - Techniques de vente et la publicité Commerciale

- **Loi n°2000-83 du 9 Août 2000, relative aux échanges et au Commerce électroniques et un ensemble des textes d'application**

- **Création de l'Agence Nationale de Certification électronique**

- **La protection des Données Personnelles :**
 - Travaux en cours notamment l'étude de droit comparé



OBSTACLES & DIFFICULTES

Pas d'expérience dans la vente à distance

- **Difficulté Logistique : Coût et délai de livraison**
- **Marché local : réflexe d'acheter via Internet**



Quelles voies pour avancer ?

Déclaration de Tunis sur le commerce électronique pour le développement

Conférence régionale Stratégies de commerce électronique pour le développement: Tunis, 19-21 juin 2003

Plan d'action du Sommet Mondial sur la Société de l'information

- **Actions de sensibilisation et de promotion**
- **Instaurer un environnement favorable et généraliser l'accès à l'Internet,**
- **Stimuler les investissements du secteur privé et à encourager les nouvelles applications, le développement de contenus et les partenariats public/privé.**
- **Politiques encourageant la croissance des PME et des micro-entreprises dans le secteur des TIC, leur prêter assistance et les aider à adopter le commerce électronique**



Opportunité pour une coopération ECA-UMA

- Harmonisation à l'échelle de la sous-région:
Politique, stratégie et cadre légal
- Développement des capacités et ressources
humaines en liaison avec les institutions de formation
- Information et sensibilisation dans le cadre d'actions
ciblants les divers intervenants
- Suivi de l'évolution et d'impact couplé à des activités
de R&D



**Pour plus d'informations prière de contacter
Development Information Services Division**

www.uneca.org/aisi

Tel: + 251 1 51 14 08 - Fax: + 251 1 51 05 12

mtimoulali@uneca.org



**United Nations
Economic Commission for Africa**

Accelerating a Continent's Development

www.uneca.org/aisi

