

Article :

Langue : Français

Publiée : 31 Mars 2024

Droits d'auteur : cette publication a été publiée en libre accès selon les termes et conditions de la licence Creative Commons Attribution (CC BY) <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.



E-commerce : outil de développement économique au profit des entreprises burkinabè

YAMEOGO Raogo Marcel¹

Résumé

Selon l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE), le commerce électronique c'est l'ensemble des transactions commerciales qui utilisent l'internet ou d'autres réseaux informatiques comme l'échange de données informatisé et impliquant un changement de propriété de bien ou de service commandé. Si pour les pays en voie de développement le e-commerce est un rêve, on se rend compte dans la pratique que l'on y somme déjà depuis un bout de temps grâce à la persévérance de certains Burkinabè qui l'ont adapté à leur réalité. Le e-commerce est vu comme le principe qui permet d'échanger des biens, des services ou de l'information à travers une plateforme électronique, en général l'Internet. Le paiement se faisant par voie électronique par virement ou par envoie classique, après vérification de la procédure concernant la conformité du produit ou du service proposé. Il peut se faire également par la téléphonie mobile et on a qualifié souvent de m-commerce. Avec les smartphones ou téléphones intelligents, la tendance de l'appellation e-commerce tend à se généraliser même avec l'usage du mobile.

A travers une plateforme de e-commerce, les échanges peuvent se faire entre entreprises, entre entreprises et particuliers ou encore de particuliers à particuliers. Quelle que soit l'option choisie, la confiance est de règle comme dans les échanges physiques. La méthodologie a consisté à la recherche documentaire en faisant référence à la bibliothèque et à la documentation en ligne. Il se composait de livres, d'articles de synthèse, de rapports et d'autres documents écrits dans la ligne de l'étude. Le gouvernement Burkinabè continue de mettre en place des infrastructures malgré le contexte difficile sécuritaire que connaît le pays pour faciliter ainsi le commerce électronique.

Le Burkina Faso possède des atouts sur lesquels il doit capitaliser : une administration publique engagée dans un processus de digitalisation des services, un secteur des télécommunications ouvert et concurrentiel, des chantiers importants pour le développement d'une infrastructure Internet haut-débit, la mise en place d'une technopole, une scène de start-up dynamique. Les entreprises et particuliers profitent de ces opportunités offertes par l'Etat et le secteur privé.

Mots clés: E-Commerce, Internet, start-up

¹ E-mail : mryameogo@yahoo.fr

Abstract

According to the French National Institute for Statistics and Economic Studies (INSEE), e-commerce refers to all commercial transactions using the Internet or other computer networks, such as the exchange of computerized data and involving a change of ownership of goods or services ordered.

For developing countries, e-commerce may be a dream, but in practice we've been doing it for some time now, thanks to the perseverance of some Burkinabè who have adapted it to their reality.

E-commerce is the principle of exchanging goods, services or information via an electronic platform, usually the Internet. Payment is made electronically, by bank transfer or conventional mail, after verification of the conformity of the product or service offered. Payment can also be made by cell phone, often referred to as m-commerce. With the advent of smartphones or smartphones, the trend towards e-commerce is becoming more widespread, even with the use of cell phones.

An e-commerce platform can be used for business-to-business, business-to-consumer or business-to-consumer exchanges. Whichever option is chosen, trust is the rule, as it is in physical exchanges.

The methodology consisted of documentary research with reference to the library and online documentation. It consisted of books, review articles, reports and other documents written in line with the study.

The Burkinabe government is continuing to set up infrastructures to facilitate e-commerce, despite the country's difficult security situation.

Burkina Faso has a number of assets on which to capitalize: a public administration committed to digitizing its services, an open and competitive telecommunications sector, major projects to develop a high-speed Internet infrastructure, the establishment of a technopole, and a dynamic start-up scene. Businesses and individuals alike are taking advantage of the opportunities offered by the state and the private sector.

Key words: E-Commerce, Internet, start-up

1. INTRODUCTION

Vendre un bien ou un service est un acte au quotidien pour les entreprises. Mais l'entreprise qui émet cet acte de vente se doit de le multiplier pour sa survie. La recherche de la clientèle devient alors rude au quotidien. Les entreprises burkinabés, à l'instar de celles du monde n'échappent pas à cette concurrence de fait. Il devient impérieux de trouver des stratégies pour écouler les biens ou services sur le même marché. De nos jours, le consommateur ou client est influencé par son environnement, et possède toutes les informations avant de mener l'acte d'achat.

Aujourd'hui, non seulement l'offre est bien supérieure à la demande, mais aussi et surtout le consommateur est plus exigeant. L'offre doit donc être adaptée à sa demande c'est-à-dire ses préférences, son style de vie, son budget, ses habitudes.

Il devient de plus en plus difficile de trouver de nouveaux clients au vu de la multiplicité de concurrents. Sur le site citations.ouest-france.fr, Steve Jobs disait « Vous ne pouvez pas demander aux clients ce qu'ils veulent et ensuite essayer de le leur donner. Au moment où vous l'aurez construit, ils voudront autre chose. »

Les clients deviennent un capital à part entière, et comme tout capital, il importe de tout mettre en œuvre pour le conserver, le protéger et si possible le fructifier par l'élaboration d'une stratégie de fidélisation. Le E-commerce peut être une solution pour les entreprises Burkinabè.

Le secteur du e-commerce est en pleine expansion sur le continent africain, une croissance qui se construit malgré des difficultés énormes, notamment un faible taux de bancarisation des populations. Pour accroître davantage leurs chiffres, les e-commerçants se tournent désormais vers de nouveaux moyens de paiement afin de permettre à toutes les couches sociales de bénéficier de leurs services et produits.

Si pour beaucoup de gens le e-commerce est un rêve pour les pays en voie de développement, on se rend compte dans la pratique que l'on y somme déjà depuis un bout de temps grâce à la persévérance de certains Burkinabè qui l'ont adapté à leur réalité.

Selon l'AFTEL (Association française du télématique et multimédia) « Le commerce électronique désigne l'ensemble des échanges commerciaux dans lesquels l'achat s'effectue sur un réseau de télécommunication ; il recouvre aussi bien la simple prise de commande que l'achat avec paiement, et concerne l'achat de biens et services qu'ils soient directement consommés en ligne ou non. Le commerce électronique désigne aussi l'ensemble des usages commerciaux des réseaux, y compris ceux dans lesquels une entreprise ne fait que présenter ses produits, la commande s'effectue hors ligne »

Vu l'opportunité que présente le E-commerce, les entreprises Burkinabè profitent-elles réellement pour Booster leurs chiffres d'affaires ?

Pour répondre à cette question, il serait important de connaître le cadre juridique qui encadre ce commerce, les infrastructures TIC et services disponibles au Burkina, les moyens de paiement ainsi que des exemples d'entreprises déjà dans le E-Commerce.

2. MATERIELS ET METHODES

Dans cette partie, les aspects méthodologiques en sont l'une des parties les plus importantes. Pour cette raison, le but est d'expliquer ces aspects méthodologiques. Les principaux axes de ces aspects sont à savoir : les approches utilisées, les méthodes de collecte des données et les instruments de recherche, le plan d'échantillonnage (population, techniques d'échantillonnage, taille de l'échantillon) ainsi que les méthodes de traitement des données.

2.1 Type de l'étude

La conception de l'étude étant un cadre qui a été établi pour rechercher des réponses aux questions de recherche, elle permet d'aborder efficacement le problème de la recherche de manière logique et aussi sans ambiguïté que possible. À cet égard, la conception de cette étude est basée sur les principes fondamentaux de la recherche exploratoire où l'intention n'est pas de fournir des preuves concluantes, mais aide à avoir une meilleure compréhension du problème en explorant le sujet de recherche avec différents niveaux de profondeur (Saunders, 2012).

2.3 Collecte de données

En général, la collecte de données peut être utilisée grâce à diverses techniques. Il existe principalement deux manières différentes : par des données primaires et secondaires. Les données primaires sont des données qui ont été collectées spécialement à cette fin. Cela implique à la source d'origine de première main, alors que les données secondaires se réfèrent aux informations collectées par d'autres (Bryman et Bell, 2011).

2.4 Outils et méthodes de collecte de données : documentation

La recherche documentaire fait référence à la bibliothèque et à la documentation en ligne. Il se composait de livres, d'articles de synthèse, de rapports et d'autres documents écrits dans la ligne de l'étude. En outre, des données en ligne ont été collectées ; ces données complétaient celles que nous n'avons pas trouvées dans les livres.

3. RESULTATS

Le cadre juridique applicable au commerce électronique est partiellement conforme au dispositif réglementaire de la CEDEAO. Il repose principalement sur la Loi portant sur la protection des données à caractère personnel (2004) et sur la loi portant réglementation des services et transactions électroniques (2009).

En général, il s'agit des lois suivantes :

- Loi n° 045-2009/AN du 10 novembre 2009 portant réglementation des services et des transactions électroniques au Burkina Faso;
- Loi n° 011-2010/AN du 30 mars 2010 portant réglementation de la gestion des noms de domaine sous le domaine de premier niveau.bf ;
- Loi n° 010-2004/AN du 20 avril 2004 portant protection des données à caractère personnel ;
- Loi n° 016-2017/AN du 27 avril 2017 portant organisation de la concurrence ;
- La loi N° 048-2019/AN du 12 novembre 2019 portant protection de la propriété littéraire et artistique ;
- Loi 061-2008/AN portant réglementation générale des réseaux et services de communications électroniques au Burkina Faso

Une loi sur la cybercriminalité est en cours d'élaboration, de même qu'une révision de la loi relative à la protection des œuvres littéraires et artistiques. Ce cadre juridique, peu connu des opérateurs, reste mal exploité et il ne contient que des dispositions applicables aux transactions purement nationales. Sensibiliser les consommateurs et les opérateurs de commerce électronique aux dispositions existantes pour la protection des consommateurs en ligne afin d'accroître la confiance des utilisateurs du commerce électronique, en mettant l'accent sur la répression des fraudes, le règlement des litiges, le droit de rétraction, le traitement des données personnelles, la protection des droits d'auteur d'œuvres littéraires et artistiques exploitées par les plateformes électroniques. Considérer l'adoption de textes favorisant le commerce électronique transfrontalier (par exemple

la Convention des Nations Unies sur l'utilisation de communications électroniques dans les contrats internationaux). En outre, développer un nouveau dispositif réglementaire porteur pour le développement d'activités innovantes dans l'économie numérique serait bénéfique.

En ce qui concerne les infrastructures TIC et services, le secteur des télécommunications au Burkina Faso est relativement bien encadré et ouvert à la concurrence. Trois opérateurs mobiles (Moov Africa, Orange BF et Telecel Faso) se partagent la presque totalité du marché de l'Internet. Selon l'Évaluation rapide de l'état de préparation du Burkina Faso au commerce électronique (2018) du CNUCED, le taux de pénétration de l'Internet demeure faible (14%), malgré une forte pénétration de la téléphonie mobile, à hauteur de près de 84%. La faible couverture des réseaux, une qualité du service instable et des coûts d'accès élevés amplifient la fracture numérique entre les principaux pôles urbains, principalement Ouagadougou et Bobo-Dioulasso, et le reste du pays. Celle-ci constitue un frein majeur à une plus grande utilisation des TIC dans la vie économique et sociale du Burkina Faso. La faible dotation en termes de liaisons à haut et très-haut débit et d'accès à la bande passante internationale est à l'origine de la situation d'enclavement numérique. Dans le cadre de la PNDEN (Politique Nationale de Développement de l'Économie Numérique) et de la SNDASU (Stratégie Nationale de Développement de l'Accès et du Service Universels (2017-2021)), l'État a mis en route de vastes chantiers et projets, tels que le cœur de réseau national, le G-Cloud et le projet e-Burkina. Ces initiatives devraient contribuer également à redynamiser le marché des services TIC, tant dans le secteur public que dans le secteur privé, favorisant l'émergence d'un nombre croissant d'opérateurs ouverts aux opportunités qu'offre le commerce électronique.

Lors de l'adoption du rapport de performance du département au titre de l'année 2021, dans son discours d'ouverture, Madame Hadja OUATTARA/SANON, Ministre de l'Economie Numérique, des Postes et de la Transformation Digitale, a cité des acquis majeurs engrangés par son département qui sont entre autres :

- La pose de 1 226,382 kilomètres de fibre optique dans le cadre de la mise en œuvre du Projet Backbone National des Télécommunications ;
- L'installation du Point d'Atterrissage Virtuel (PAV) et du Point d'échange internet (IXP) à Bobo-Dioulasso ;
- L'acquisition d'une bande passante internationale de 15 Gb ;
- Le développement et le déploiement de onze (11) services électroniques ;
- Le déploiement de quatre (04) plateformes dans les sites pilotes.

Le paiement en espèces à la livraison demeure l'option privilégiée. Les services d'argent mobile ont connu une forte croissance, mais le nombre d'acteurs est assez restreint : les banques n'ont commencé que récemment à développer des produits numériques. Le dépôt/retrait au guichet et les transferts P2P (Poste à Poste) dominent encore largement le paiement électronique, le paiement marchand reste marginal. Le cadre réglementaire mis en place par la BCEAO devrait, à terme, permettre l'interopérabilité des services financiers. La Stratégie Nationale de Finance Inclusive 2018-2022, devrait promouvoir le développement et la diffusion de services financiers numériques :

- Accélérer la mise en place de l'interopérabilité des services financiers.

- Ouvrir l'utilisation du canal USSD (Unstructured Supplementary Service Data/Service supplémentaire pour données non structurées), il s'agit d'une connexion en temps réel entre l'opérateur téléphonique et l'utilisateur qui permet l'envoi et la réception de données.) à des acteurs autres que les OTM (Opérateur de téléphonie mobile).
- Encourager les fournisseurs de services financiers à développer des produits financiers numériques, surtout dans le secteur agricole.
- Mettre à niveau le cadre réglementaire régissant les plateformes de paiement afin de garantir une meilleure sécurisation des opérations, la mutualisation des infrastructures de paiement et la coopération des intervenants.
- Faciliter la numérisation des modes de paiement vers le - ou du - Gouvernement. Améliorer la densité des réseaux d'agents de la monnaie électronique.
- Supprimer les contraintes inhérentes au paiement marchand. Sensibiliser les utilisateurs à la facilité d'utilisation et aux avantages des modes de paiement électroniques.

Au Burkina Faso, les moyens de paiement électronique se sont multipliés ces dernières années, l'on peut citer entre autres :

- Moov Money de la société de téléphonie mobile Moov Africa
- Orange Money de la société de téléphonie mobile Orange
- Coris Money de la Banque Coris Bank
- YUP de la banque Société Générale du Burkina (SGB)

Sur le segment de la desserte nationale et internationale, on retrouve les grands acteurs internationaux de la logistique, tels que DHL, UPS, Chronopost, mais aussi la compagnie aérienne Air Burkina et la Société Nationale des Postes (LA POSTE BURKINA FASO). LA POSTE BURKINA FASO compte un réseau de 114 agences et des correspondants agréés par les maires de villages dépourvus de bureau de poste, ce qui permet à l'opérateur postal de desservir la population conformément à ses obligations de service universel. LA POSTE BURKINA FASO a bénéficié de l'appui de l'UPU (Union postale universelle) destiné aux PMA pour la mise en œuvre de son plan d'action 2017-2020 en vue de l'amélioration de la qualité du service dans le cadre d'un projet régional sur la préparation opérationnelle des postes au commerce électronique. Ce projet a permis, à terme, à LA POSTE BURKINA FASO de se positionner comme acteur privilégié dans le choix du service de livraison.

D'ores et déjà, LA POSTE BURKINA FASO a développé des services tels que le suivi électronique des expéditions et l'envoi Post'Éclair (un service de collecte, de traitement et de distribution rapide avec garantie de délai) plus adapté aux exigences du commerce électronique. Parmi les opérateurs d'envergure internationale, DHL a récemment révisé son offre de commerce électronique pour un nombre plus élevé de pays de la sous-région, dont le Burkina Faso, avec une grille tarifaire plus attractive. Sur les autres segments, on retrouve des acteurs qui n'ont pas intégré la logistique au cœur de leur métier. Il s'agit principalement d'entreprises de transport routier de passagers (bus, camionnettes), qui louent leur surcapacité pour l'envoi de colis de point à point. Pour la desserte locale et pour atteindre le dernier kilomètre, les opérateurs de commerce électronique intègrent souvent leur propre service de livraison. Au-delà des opérateurs agréés, le secteur reste confronté à une prolifération d'acteurs informels actifs à plusieurs niveaux, qui ne

fournissent pas les garanties minimales en terme de qualité du service, mais qui parfois, dans les zones les plus reculées, constituent la seule option possible.

Un nombre important d'entreprises burkinabè a mis en place des services électroniques pour faciliter le paiement des factures. Il s'agit entre autres de l'Office Nationale de l'Eau et de l'Assainissement (ONEA), de la Société Nationale Burkinabè de l'Electrification (SONABEL), des assurances, des impôts.

Aussi, il y a des activités qui sont rendues possibles grâce aux réseaux sociaux. Avant pour vendre, il fallait faire du porte à porte ou avoir forcément le produit avant de le vendre. Mais avec internet, on peut vendre avant d'avoir le produit. Raconte un internaute dans le site Lefaso.net « Le monsieur qui vient de sortir a commandé un véhicule avec moi. On a publié la photo du véhicule, il a vu et il est venu on s'est entendu sur le prix. Cette façon de faire le commerce est possible grâce aux réseaux sociaux ». Il ajoute « avant, il était impossible de communiquer avec des gens qu'on ne connaît pas pour leur présenter des produits. Mais avec internet, les échanges se font de façon virtuelle. Souvent, les clients n'ont même pas besoin de se déplacer. Ils sont servis à domicile. »

Alors que Mickael, un autre Internaute nous expliquait l'histoire de la voiture, il reçoit un autre coup de fil. Un autre client demande ses services. « Vous voyez, je viens de recevoir un appel. C'est quelqu'un qui m'a transféré de l'argent. Moi je lui ai envoyé le code d'un antivirus. Hier aussi, il a acheté des modems et je les lui ai envoyés par une compagnie de transport. Mais je ne le connais pas. Je ne l'ai jamais vu ». Toute sa politique commerciale est basée sur internet. « Honnêtement toute notre politique est basée uniquement sur le e-commerce. Jusqu'à présent, je n'ai pas fait de publicité à la télévision », avoue Mikael Sandwidi. Pourtant son chiffre d'affaires monte chaque année. « Le e-commerce nous rapporte beaucoup. Vu que ça marche, on a créé un site e-commerce de la société. Sur le site on peut faire des achats en ligne. On peut acheter en ligne, se le faire livrer ou venir le prendre à la boutique ».

D'autres entreprises moins importantes que celle de Mickael Sandwidi profitent aussi des opportunités qu'offrent les réseaux sociaux. Ils sont jeunes. Le plus souvent, ils traitent avec des entreprises importantes comme celle de Mickael Sandwidi. C'est le cas de K. Somda L Auguste. Il est Ingénieur des travaux informatiques. Il est spécialisé dans la livraison des matériels et consommables informatiques. « J'habite le quartier Pissy de Ouagadougou. Si la personne est prête à venir vers chez moi, je lui livre la marchandise. Mais si la personne veut que je lui livre j'ajoute les frais de déplacement sur le prix du produit selon la distance à parcourir ». Auguste manque souvent du matériel. Donc il emprunte chez des grossistes. Après la vente, il « enlève ta marge et tu remets le reste au propriétaire ». Il peut donc mener son activité sans avoir un seul produit en main.

Ces exemples ci-dessus cités nous montrent que l'E-commerce est aussi un outil de développement économique des entreprises burkinabè.

4. DISCUSSION ET CONCLUSION

En rappel, la question de recherche est la suivante : vu l'opportunité que présente le E-commerce, les entreprises Burkinabè profitent-elles réellement pour Booster leurs chiffres d'affaires ?

L'Etat du Burkina Faso et le secteur privé continuent d'accroître les infrastructures favorisant ainsi le développement de commerce électronique. Les particuliers ainsi que les entreprises ne boudent pas leur plaisir à profiter cette nouvelle opportunité.

Conclusion générale

Le Burkina Faso possède des atouts sur lesquels il doit capitaliser : une administration publique engagée dans un processus de digitalisation des services, un secteur des télécommunications ouvert et concurrentiel, des chantiers importants pour le développement d'une infrastructure Internet haut-débit, la mise en place d'une technopole, une scène de start-up dynamique. Ainsi, le cadre juridique, les infrastructures TIC et service et les moyens de paiement électronique se sont énormément améliorés. Elles sont nombreuses les entreprises qui en profitent quelle que soit leur taille. La faible couverture des réseaux, une qualité du service instable et des coûts d'accès élevés amplifient la fracture numérique entre les principaux pôles urbains, principalement Ouagadougou et Bobo-Dioulasso, et le reste du pays. Celle-ci constitue un frein majeur à une plus grande utilisation des TIC dans la vie économique et sociale du Burkina Faso. A ce frein, il faut ajouter la sécurité informatique et le risque d'escroquerie sur le net.

REFERENCES

- ANPTIC, Rapport d'activités (31 décembre 2017).
- APEX-BF, Stratégie nationale de Promotion des Exportations (Rapport provisoire-juin 2017).
- ARCEP, Observatoire des marchés (3e trimestre 2017).
- ARCEP, Rapport public d'activité (2016).
- BAAS Consulting/Lefaso.net, Sondage sur la perception de la qualité des prestations de services des télécommunications au Burkina Faso (avril 2018).
- Banque mondiale, Doing Business - Réformer pour créer des emplois (octobre 2018).
- CNUCED, Review of e-commerce legislation harmonization in the ECOWAS (2015).
- E-commerce Ouaga, 1er Salon Régional sur le Commerce Electronique-Bilan du Salon, 2018.
- IMF, Country Report N° 18/81 (2018).
- INSD, Enquête multisectorielle continue (2014).
- MCIA, Plan d'Action Prioritaire 2018-2020 (2018).
- MCIA, Rapport de l'atelier de partage d'expériences et d'élaboration d'une feuille de route dans le domaine du commerce électronique au Burkina Faso (Koudougou, les 18 et 19 juin 2018).
- MCIA, Rapport de l'atelier d'échanges sur la cyberstratégie sectorielle e-commerce et sa mise en œuvre (Koudougou, les 17 et 18 novembre 2016).
- MDENP, Analyse de l'offre de formation en Telecom-TIC.
- MDENP, Annuaire statistique du secteur des Télécoms/TIC & Postes.

- MDENP, Cyberstratégie sectorielle e-Commerce (janvier 2013).
- MDENP, Politique Nationale de Développement de l'Économie Numérique (octobre 2016).
- MDENP, Stratégie Nationale de Développement de l'Accès et du Service Universels 2017-2021 (octobre 2016).
- MDENP, Tableaux de bord de l'utilisation des TIC dans les entreprises et des centres publics d'accès à Internet.
- République du Burkina Faso, Étude Diagnostique sur l'Intégration du Commerce. (mise à jour, 2014).
- République du Burkina Faso, Plan national de développement économique et social 2016-2020 (2016).
- République du Burkina Faso, Politique sectorielle-Commerce et services marchands 2018-2027 (version provisoire, mai 2018).
- UIT, Mesurer la société de l'information (2017).
- UNCDF, Feuille de route de l'inclusion financière 2018-2022 (2018)
- CNUCED, Évaluation rapide de l'état de préparation du Burkina Faso au commerce électronique(2018)

Sites web

- Organisations régionales : BCEAO, UEMOA, CEDEAO;
- Sites des organismes des secteurs public et privé et de la société civile mentionnés dans l'évaluation;
- Organisations internationales : eTrade for all, UNCTAD, ITU, UPU, Banque mondiale, FMI, WTO (TFA database);
- Presse et information spécialisés : www.anptic.gov.bf, www.osiris.sn, www.cio-mag.com, www.lemonde.fr, www.linkedin.com, www.ictsd.org, www.jeuneafrique.com, www.burkina-ntic.net, www.lepays.bf, www.ticmag.net, www.lefaso.net , www.startup-story.fr, www.224digitalmedia.com.