

Bhatnagar, Rahul; Gourdon, Julien

Research Report

Le commerce électronique : un levier essentiel pour l'intégration régionale en Afrique

FERDI Note brève, No. B281

Provided in Cooperation with:

Fondation pour les études et recherches sur le développement international (FERDI), Clermont-Ferrand

Suggested Citation: Bhatnagar, Rahul; Gourdon, Julien (2025) : Le commerce électronique : un levier essentiel pour l'intégration régionale en Afrique, FERDI Note brève, No. B281, Fondation pour les études et recherches sur le développement international (FERDI), Clermont-Ferrand

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/333810>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Le commerce électronique : un levier essentiel pour l'intégration régionale en Afrique

Rahul BHATNAGAR, Julien GOURDON



Rahul BHATNAGAR, Bhatnagar Advisers



Julien GOURDON, Economist Senior, Agence française de développement (AFD) et Senior Fellow Ferdi

Le commerce électronique est devenu un élément essentiel, et non plus une simple option, pour divers moteurs de croissance en Afrique. L'adoption par l'Union africaine de la stratégie de commerce électronique en juin 2024, puis du protocole de commerce électronique de la ZLECAf le 15 février 2025, sont des étapes importantes pour la révolution du commerce numérique en Afrique et son rôle dans l'intégration régionale. Dans cette note, nous revenons sur ces deux initiatives ainsi que sur les défis à relever.

► Contexte : la signature du protocole commercial numérique

Le 15 février 2025, la Conférence des chefs d'État et de gouvernement de la 38e session ministérielle de l'Union africaine (UA) a adopté le protocole et les annexes sur le commerce numérique de la zone de libre-échange continentale africaine (ZLECAf), qui vise à établir un cadre juridique complet pour le commerce numérique à travers l'Afrique. Ce projet est d'une importance capitale, car le commerce électronique est un levier de croissance économique et sociale.

Dans ce contexte, les décideurs politiques de l'UA doivent évaluer les lacunes de leurs écosystèmes de commerce électronique afin de déterminer les mesures à prendre. Ils peuvent s'appuyer sur la stratégie de l'Union africaine en matière de commerce électronique, adoptée en juin 2024, qui aide les économies africaines à identifier les exigences juridiques, techniques et de capacité nécessaires à la mise en œuvre du protocole, et propose un « menu » de mesures à court et moyen terme et d'idées pilotes à tester.

► Le commerce électronique en Afrique

Dans le commerce des services numériques, comme dans celui des marchandises, l'Afrique est peu présente. Les exportations africaines de services liés aux technologies de l'information et de la communication (TIC) ont atteint 9,2 milliards de dollars, soit une augmentation de 5,4 % par rapport à l'année précédente. Malgré cette croissance, la part de l'Afrique dans les exportations mondiales de services numériques reste modeste. L'Afrique ne représente que 1 % des exportations mondiales de services numériques en 2023 alors que les économies en développement ont collectivement dépassé la barre des 1 000 milliards de dollars d'exportations de ce

type, tandis que les exportations mondiales s'élevaient à 4 500 milliards de dollars.

La part du commerce numérique dans les économies est également moindre que dans d'autres régions. En 2023, les exportations de services numériques des économies en développement représentaient 46 % de leurs exportations totales de services, alors que dans les économies développées, cette part était de 61 %. En 2023, le pourcentage des exportations numériques dans le commerce total des services est de 24 % pour l'Afrique, contre 41 % pour l'Asie du Sud-Est, 44 % pour l'Amérique latine et 59 % pour l'Asie du Sud. Cela indique que la contribution du secteur aux économies en Afrique est relativement faible dans le contexte mondial.

Toutefois, la taille du marché africain du commerce électronique devrait augmenter à un taux de croissance annuel composé de 13,3 % entre 2021 et 2025, et devrait atteindre une valeur de 40,8 milliards de dollars d'ici 2025 et 60 milliards de dollars d'ici 2027. Le marché africain restera toutefois très modeste par rapport au marché mondial du commerce électronique, qui s'élevait à 4500 milliards de dollars en 2023.

Les marchés sont très concentrés, l'Afrique du Sud, le Nigeria et le Kenya représentant la moitié de tous les acheteurs en ligne africains. Les pays d'Afrique du Nord, en particulier l'Égypte, la Tunisie et le Maroc, ainsi que le Nigeria et l'Afrique du Sud, représentent la majeure partie des ventes totales de commerce électronique du continent, et c'est là que sont basées la plupart des entreprises de commerce électronique.

► Le commerce électronique, déclencheur de l'intégration régionale en Afrique

Premièrement, il peut aider les entreprises africaines à mieux comprendre leurs avan-

tages comparatifs et les opportunités offertes par les marchés régionaux, afin de développer des alliances stratégiques avec des entreprises étrangères, et ainsi aboutir à la mise en place de chaînes de valeur régionales. **Deuxièmement, si les accords commerciaux régionaux facilitent les conditions d'échange, ils n'ont jusqu'à présent pas réussi à accroître les échanges**, le commerce intrarégional représentant 15 % du commerce total en Afrique, contre plus de 60 % sur d'autres continents. Le commerce électronique peut servir de lubrifiant pour accélérer l'interaction entre l'offre et la demande dans le commerce intra-africain.

Troisièmement, l'adoption du commerce électronique contribue aux efforts de développement socio-économique (alphabétisation numérique) et sectoriel comme aucune autre technologie ne peut le faire. L'effet du commerce électronique permet aux entrepreneurs de tester de nouveaux produits et de les commercialiser plus facilement. Il contribue à combler le fossé entre les zones rurales et urbaines et aide les PME des régions enclavées à développer des relations économiques avec le reste de l'économie.

► **Face au potentiel du commerce électronique, nous pouvons identifier plusieurs défis clés qui doivent être relevés.**

Tout d'abord, les décideurs sont confrontés à un « brouillard numérique » qui contribuera certainement à ralentir l'élaboration des politiques. Le rythme rapide et la nature dynamique du commerce électronique, combinés à ses complexités relativement techniques, posent des défis importants aux décideurs politiques, qui ont concentré leur énergie sur les mécanismes commerciaux traditionnels et éprouvent des difficultés à comprendre et à traiter les questions réglementaires dans un écosystème en évolution rapide. Ils peuvent comprendre les avantages du

commerce électronique sur le papier, mais ils sont certainement moins conscients des considérations réellement complexes et des meilleures pratiques associées au commerce électronique. Ils seront réticents à s'engager dans l'élaboration de politiques et les négociations sans connaître toutes les implications de leurs engagements.

Deuxièmement, les pays moins développés et moins préparés au commerce électronique risquent de devenir dépendants des importations. Compte tenu de la prédominance de certains pays en termes de capacité de production et de fabrication et de relations commerciales établies, ainsi que des avantages des premiers entrants dans le domaine du commerce électronique, le risque est réel que la création d'un marché continental unique et ouvert rende plus difficile pour les pays en retard de développement et de préparation au numérique d'être compétitifs. Ces pays risquent de devenir simplement des marchés pour d'autres pays, sans être capables de rivaliser de manière significative sur d'autres marchés. Pour ces pays, il serait préférable de commencer par établir un niveau minimum d'infrastructure électronique.

Troisièmement, les intérêts nationaux peuvent limiter l'alignement entre les États africains sur certaines questions. Il convient également de garder à l'esprit que, malgré une vision commune qui commence à émerger parmi les États membres de l'UA sur le commerce électronique, les États africains garderont avant tout à l'esprit leurs intérêts nationaux lorsqu'ils négocieront la mise en place du protocole sur le commerce électronique de la zone de libre-échange et d'autres aspects pertinents du commerce électronique. Comme nous l'avons noté, la grande différence de développement entre les divers pays, à la fois en termes de commerce électronique et de compétitivité commerciale traditionnelle, conduit les décideurs à être réticents à prendre un engagement significatif sur les questions de commerce électronique.

Quatrièmement, la logistique nationale et transfrontalière est apparue comme le domaine technique le plus difficile pour les entreprises de commerce électronique, y compris les plus grandes.

Alors que les entreprises les plus établies ont surmonté les défis dans une certaine mesure en investissant verticalement pour développer leurs propres capacités logistiques, les plus petites entreprises de commerce électronique sont incapables de fournir des services au-delà d'un rayon de plusieurs dizaines de kilomètres et restent largement locales. La faiblesse des services de livraison de colis, y compris des services postaux, constitue également un défi. Même dans les cas où les entreprises établissent des partenariats stratégiques avec des sociétés de livraison internationales, l'incertitude à la frontière en termes de frais et de délais de dédouanement est importante, ce qui affecte la ponctualité des livraisons des entreprises.

► Une stratégie de commerce électronique pour l'intégration régionale sur le continent

Une stratégie de commerce électronique pour l'Afrique, élaborée sous les auspices de la Commission de l'Union africaine, servant de feuille de route applicable et réaliste pour tous les pays africains, a été jugée opportune pour galvaniser les décideurs africains en vue d'une vision commune du commerce électronique et d'un progrès vers le marché continental commun promis par la zone de libre-échange continentale.

À cette fin, la stratégie de commerce électronique analyse neuf composantes de l'écosystème du commerce électronique :

1. Cadre stratégique de l'économie numérique pour mesurer le niveau d'intégration des aspects liés au commerce électronique et à l'économie numérique dans les programmes de développement nationaux des pays.

2. Les plateformes numériques qui sont le fer de lance du paysage émergent du commerce électronique africain, bien plus que les sites en ligne des détaillants et des marques.

3. La technologie financière et les paiements numériques, qui ne concernaient à l'origine que les solutions d'argent mobile, couvrent désormais toute une gamme de services, y compris le microcrédit, l'assurance et le commerce électronique.

4. La logistique nationale et transfrontalière, l'un des facteurs clés de succès du commerce électronique, mais pour la plupart des pays africains le maillon le plus faible de l'écosystème.

5. L'infrastructure des technologies de l'information et de la communication, en sachant que 45 % de la population de la région sera connectée à des services mobiles.

6. Le cadre juridique du cyberspace, qui varie considérablement d'un pays à l'autre, la moitié des pays du continent n'ayant aucune législation en vigueur.

7. La promotion des investissements, étant donné qu'au cours des dix dernières années, les niveaux d'investissement annuels ont augmenté à un rythme régulier dans ce secteur, qui est le principal bénéficiaire des investissements directs étrangers, mais qui reste concentré dans les quatre principaux marchés que sont l'Afrique du Sud, l'Égypte, le Kenya et le Nigéria.

8. L'entrepreneuriat numérique qui est en plein essor dans les pays qui disposent déjà d'une infrastructure relativement solide en matière de TIC et de commerce électronique et qui bénéficient d'un dividende démographique considérable.

9. L'environnement des entreprises pour l'économie numérique et en particulier pour

les PME, l'épine dorsale des économies africaines. Bien que certains pays africains aient réussi à améliorer leur environnement des entreprises, les performances globales restent faibles par rapport à d'autres régions du monde.

► Principales considérations

Le secteur du commerce électronique en Afrique présente à la fois des opportunités significatives et des défis considérables. Alors que certains pays, comme le Nigeria, le Ghana et l'Afrique du Sud, ont mis en place de solides écosystèmes de commerce numérique, beaucoup d'autres continuent de lutter contre les déficits d'infrastructure, la fragmentation réglementaire et les contraintes de capacité. La nature dynamique et rapide du secteur du commerce électronique signifie que les pays en retard en matière de préparation numérique sont confrontés à un défi permanent pour rattraper leur retard, ce qui risque de creuser le fossé existant.

Il est essentiel de remédier à ces disparités pour faire en sorte que les avantages du commerce numérique s'étendent à l'ensemble du continent, conformément au protocole de la ZLECAf sur le commerce numérique et à la stratégie de l'UA en matière de commerce électronique.

► Options pour les décideurs politiques

Quelles mesures les décideurs politiques peuvent-ils prendre pour accélérer la mise en œuvre du protocole sur le commerce électronique ZLECAf et de la stratégie de l'UA en matière de commerce électronique ?

Le développement des infrastructures dans les domaines des TIC et de la logistique, ainsi que la mise à niveau et l'harmonisation des lois et des réglementations, sont des priorités absolues. Or il

existe des mécanismes innovants et à fort potentiel qui peuvent être mis en œuvre dans un délai relativement court. En voici quelques exemples :

Cours de formation de base sur le commerce électronique à l'intention des décideurs africains

Un cours d'apprentissage fondamental sur le commerce électronique est essentiel pour améliorer les connaissances des ministères et des agences dans les pays africains, en favorisant une approche coordonnée de la politique commerciale numérique. La complexité de l'écosystème du commerce électronique nécessite le renforcement des capacités d'un groupe diversifié de parties prenantes, notamment les négociateurs, les régulateurs (télécoms et financiers), les ministères de tutelle (commerce, échanges, transports, finances) et les agences techniques (douanes, fiscalité, services postaux).

Ce cours permettra aux fonctionnaires d'acquérir des connaissances pratiques et des outils politiques pour mettre en œuvre des politiques harmonisées et tournées vers l'avenir en matière de commerce électronique. Le cours couvrira les huit annexes du protocole de la ZLECAf sur le commerce numérique, à savoir les règles d'origine, les identités numériques, les paiements numériques transfrontaliers, les transferts de données transfrontaliers, les raisons légitimes d'intérêt public pour la divulgation du code source, la sûreté et la sécurité en ligne, les technologies émergentes et la technologie financière.

Pour garantir l'accessibilité et l'engagement, le cours pourrait suivre un modèle d'apprentissage hybride, combinant des modules d'auto-apprentissage sur une plateforme d'apprentissage en ligne avec des sessions dirigées par un instructeur pour des discussions plus approfondies. Une approche régionale, ancrée dans les communautés économiques régionales (CER), pourrait être utile pour faciliter la coordination et encourager le partage des connaissances entre

les pays pilotes. Cette formation structurée permettra aux décideurs africains de relever en toute confiance les défis de la politique du commerce électronique, en veillant à ce que le commerce numérique contribue efficacement à la croissance économique régionale.

Promouvoir l'apprentissage par les pairs

L'apprentissage par les pairs au travers de communautés de pratique (CdP) ancrées dans les associations sectorielles et les chambres de commerce peut jouer un rôle inestimable dans la promotion des meilleures pratiques et des solutions localisées à des problèmes communs. Ces réseaux offrent un environnement d'apprentissage dynamique et concret où les entreprises et les décideurs politiques peuvent échanger leurs points de vue, résoudre des problèmes et adapter des innovations mondiales à des contextes locaux. Contrairement à la formation traditionnelle dispensée par un instructeur, qui offre un transfert de connaissances structuré, les CdP permettent un apprentissage continu, axé sur l'expérience, favorisant la résolution collaborative de problèmes et le mentorat par les pairs. En complétant la formation formelle par un partage interactif des connaissances, les CdP contribuent à renforcer l'expertise pratique, la résilience de l'industrie et la capacité d'adaptation dans le paysage évolutif du commerce électronique en Afrique.

Développer le passeport Fintech

La Fintech jouera un rôle crucial dans le secteur du commerce électronique africain en facilitant les paiements numériques transfrontaliers; cependant, les avantages s'étendent à une pléthore de cas d'utilisation, y compris l'inclusion financière, le crowdfunding, les prêts numériques et les solutions technologiques d'assurance (InsurTech) qui améliorent l'accès aux services financiers. Tous ces éléments sont pertinents pour la croissance du commerce électronique

Cependant, l'octroi de licences pour les fintechs est souvent compliqué pour les régulateurs en

raison des risques macroéconomiques et de protection des consommateurs potentiels. Cette complexité est encore exacerbée par la fragmentation des réglementations entre les États africains (ce que l'on appelle le *spaghetti bowl* réglementaire), ce qui freine considérablement l'expansion transfrontalière des produits fintech. Une des réponses pourrait résider dans le passeport. Le passeport est un cadre réglementaire qui permet aux prestataires de services financiers agréés dans une juridiction d'opérer dans une autre avec un minimum d'exigences supplémentaires. Ce mécanisme simplifie l'entrée sur le marché, réduit les barrières réglementaires et favorise l'intégration financière transfrontalière.

Les efforts dans ce sens ont récemment franchi une étape importante avec l'introduction d'un régime imminent de passeport de licence entre le Rwanda et le Ghana, aligné sur le protocole de la ZLECAf sur le commerce numérique. Dans le cadre de ce régime - le premier du genre en Afrique - les entreprises fintech titulaires d'une licence dans une juridiction peuvent s'étendre dans l'autre en ne soumettant que des informations supplémentaires, ce qui permet de rationaliser les processus réglementaires. Cette approche réduit à la fois le coût et le temps associés à l'entrée sur le marché, créant ainsi un environnement plus favorable à l'innovation et à l'expansion.

Comme il s'agit d'un régime de passeport pour les fintechs, un large éventail de cas d'utilisation des fintechs peut être envisagé. Cette flexibilité profite non seulement au commerce numérique, mais favorise également une intégration régionale plus large en progressant vers un cadre réglementaire homogène dans lequel la fintech peut opérer. Le passeport profitera également aux places de marché (*marketplace*) et aux entreprises de fintech, qui devraient bénéficier considérablement de ces processus rationalisés, avec pour résultat probable une augmentation

des investissements transfrontaliers et une amélioration de l'innovation dans les technologies financières.

Mettre davantage l'accent sur le développement durable

À mesure que l'activité du commerce électronique s'intensifie, l'intégration de la durabilité - par l'établissement et l'application de normes, la formation du secteur privé et l'infusion de technologies vertes - est essentielle pour atténuer les risques environnementaux et garantir des avantages à long terme. L'augmentation des déchets d'emballage, les émissions dues à la logistique et le défi croissant des déchets électroniques (e-déchets) à mesure que les transactions numériques et la consommation de produits augmentent. La prise en compte précoce de la durabilité par le biais d'emballages écologiques, d'une élimination responsable des déchets électroniques et d'une logistique verte peut contribuer à minimiser l'impact sur l'environnement tout en favorisant un secteur du commerce électronique plus résilient et plus compétitif.

Les marchés à forte valeur ajoutée tels que l'UE fixent des critères d'entrée de plus en plus stricts par le biais de la législation, notamment la directive européenne sur la diligence raisonnable en matière de développement durable (EUSDD). Le renforcement des exigences du marché par le biais de la directive EUSDD signifie que les entreprises africaines qui vendent directement aux consommateurs de l'UE ou qui participent aux chaînes d'approvisionnement de l'UE par l'intermédiaire de sociétés multinationales doivent faire preuve d'un comportement responsable en matière d'environnement, de travail et de gouvernance afin de conserver leur accès au marché et leur compétitivité.

Soutenir et exploiter les marchés

Les places de marché (*marketplace*) peuvent jouer un rôle clé en facilitant l'entrée des MPME dans le commerce électronique et en soutenant

l'intégration régionale. Grâce à de solides programmes d'intégration des fournisseurs, les places de marché peuvent servir de points d'ancrage pour la formation et l'accompagnement dans les domaines liés au commerce électronique, mais aussi à la gestion financière, à la chaîne d'approvisionnement et à d'autres domaines.

Actuellement, seules quelques places de marché telles que Jumia, Konga et Takealot opèrent dans plusieurs pays d'Afrique. La plupart des places de marché opèrent à l'intérieur des frontières nationales. La fragmentation des cadres réglementaires et cyberlégaux, les goulets d'étranglement en matière de logistique et d'infrastructure, la faiblesse des capacités des vendeurs, le manque de culture numérique et de confiance des consommateurs, ainsi que les capacités des places de marché ont tous joué un rôle dans la limitation de la masse critique pour les places de marché. Un taux d'attrition élevé est observé parmi les petites et moyennes places de marché.

Soutenir la croissance du marché nécessite à la fois des réformes réglementaires et un développement immédiat de l'écosystème. Un cadre harmonisé et prévisible pour la taxation du commerce électronique, la protection des consommateurs et la facilitation des échanges est essentiel mais reste un objectif à long terme. Dans l'intervalle, le renforcement de l'écosystème de la place de marché en encourageant la croissance de la fintech, des services de dépôt fiduciaire et de l'interopérabilité des paiements numériques peut favoriser la confiance et l'efficacité. L'innovation dans le domaine de la logistique, y compris les solutions d'adressage alternatives et le suivi numérique, améliorera encore les opérations de la place de marché.

La qualité des vendeurs est un facteur déterminant de la confiance des consommateurs et de la crédibilité des plateformes. Les gouvernements et les partenaires de développement

s'associent aux places de marché pour lancer des programmes structurés d'intégration des PME vendeuses, comprenant des formations sur les caractéristiques des places de marché, les principes fondamentaux de la chaîne d'approvisionnement et les meilleures pratiques. Les PME ayant un niveau relativement élevé de préparation électronique et de préparation à l'exportation pourraient être sélectionnées en tant que candidats initiaux. Des modèles éprouvés sont déjà en place en Inde, en Chine et sur d'autres marchés et pourraient être localisés.

Un cadre réglementaire « *sandbox* » pour le commerce électronique

Un cadre réglementaire *sandbox* pour le commerce électronique pourrait être conçu pour encourager le commerce et l'innovation numériques tout en relevant les défis propres à chaque région. Compte tenu de la fragmentation du paysage réglementaire sur le continent, le bac à sable pourrait fonctionner à la fois au niveau régional (dans le cadre de la ZLECAf) et au niveau national, ce qui favoriserait la croissance du commerce électronique transfrontalier.

Un cadre réglementaire harmonisé dans lequel les pays participants conviendraient d'un ensemble commun de réglementations assouplies pour les participants au bac à sable. Il pourrait s'agir d'une approche unifiée de la protection des données, des droits des consommateurs et de la fiscalité du commerce électronique.

La simplification des règles douanières et du commerce transfrontalier sera un élément clé de cette cadre *sandbox*, étant donné que le dédouanement est l'un des obstacles les plus tenaces au commerce transfrontalier en Afrique. Une mise en œuvre pilote d'un seuil de minimis régional pourrait permettre d'exonérer de droits les envois de commerce électronique de faible valeur, tandis que des mécanismes de prédédouanement pour les envois de faible valeur rationaliseront le traitement douanier.

L'intégration des paiements numériques transfrontaliers pourrait être rendue possible par l'exploitation du Système de Paiement et de Règlement Panafricain, l'infrastructure de marché financier transfrontalière permettant les opérations de paiement en Afrique mise en place dans la cadre de la Zlecaf. Des partenariats stratégiques avec des places de marché et des acteurs de la fintech tels que Flutterwave, M-Pesa et Paystack contribueront à favoriser les transactions instantanées et peu coûteuses, rendant ainsi les paiements transfrontaliers plus efficaces.

La protection des consommateurs et les mécanismes de confiance feront partie intégrante du cadre *sandbox*. Une marque de confiance pour le commerce électronique transfrontalier sera établie pour les entreprises vérifiées, tandis que des modèles de paiement basés sur le dépôt fiduciaire pourraient être testés pour protéger les acheteurs et les vendeurs, en particulier dans l'espace B2B.

La logistique transfrontalière et les modèles de livraison pour le dernier tronçon seront également étudiés. Le cadre *sandbox* expérimentera des centres de distribution partagés dans les villes frontalières afin d'améliorer la circulation des marchandises et de faciliter un commerce plus efficace. Des collaborations avec des acteurs du secteur privé tels que Jumia, DHL et des services de livraison locaux amélioreront l'efficacité des livraisons transfrontalières. L'initiative expérimentera également des casiers numériques et des points de ramassage décentralisés afin d'optimiser la distribution des colis de commerce électronique.

► Modalités de mise en œuvre

La poursuite d'une stratégie de croissance et d'harmonisation du commerce électronique au niveau continental, telle qu'envisagée par le protocole de la ZLECAf sur le commerce numé-

rique et la stratégie de l'UA en matière de commerce électronique, est un objectif ambitieux et sans précédent. Compte tenu de la diversité des paysages numériques, des environnements réglementaires et des lacunes en matière d'infrastructures dans les économies africaines, une approche de mise en œuvre progressive et adaptable est essentielle. Les mécanismes suivants peuvent apporter un soutien à cet égard.

Le rôle des pilotes

Tester de nouvelles idées par le biais d'initiatives pilotes est une première étape cruciale dans la mise en œuvre de stratégies de commerce électronique en Afrique. Étant donné que de nombreux marchés africains restent largement inexploités en termes d'écosystèmes de commerce électronique structurés, les projets pilotes permettent d'expérimenter, d'affiner et de transposer à plus grande échelle les modèles qui ont fait leurs preuves, tout en écartant les approches qui se sont révélées inefficaces. Les projets pilotes peuvent aider à identifier les principaux goulets d'étranglement dans des domaines tels que les paiements transfrontaliers, la logistique, la gouvernance des données et la facilitation du commerce numérique, en veillant à ce que les déploiements à grande échelle soient fondés sur des observations factuelles plutôt que sur des hypothèses. Il existe de bons exemples, comme le projet « MSMEs Go Digital » au Rwanda, piloté en partenariat entre le Fonds d'équipement des Nations unies (FENU) et le gouvernement. Ce projet visait à aider les petites entreprises à survivre aux confinements dus à la COVID-19 en se tournant vers le commerce en ligne. Les principaux objectifs étaient d'intégrer au moins 1 000 nouvelles MPME rwandaises sur les plateformes de commerce électronique, de subventionner les coûts de la transition numérique et de mener des campagnes de sensibilisation du public au commerce électronique. Le projet pilote a dépassé les attentes : à la fin de 2021, plus de 1 200 MPME avaient été intégrées aux plateformes locales de commerce électronique, dépassant ainsi

l'objectif initial. Ce projet pilote pourrait servir de modèle à d'autres économies et être étendu au Rwanda.

Un autre modèle pilote notable dans toutes les régions implique la collaboration entre les gouvernements et les services postaux nationaux pour faciliter les exportations de biens de faible valeur des PME par le réseau postal. Parmi les exemples de projets pilotes innovants, citons les initiatives Easy-Export de l'UPU au Maroc et en Tunisie, et Exporta Fácil au Brésil, qui a vu le jour au Brésil et s'est depuis étendu à toute l'Amérique du Sud.

Ancrer les pilotes au niveau des CER

Dans la mesure du possible, les initiatives pourraient être ancrées au niveau des communautés économiques régionales (CER) et soutenues par des partenariats et de bailleurs. Les CER telles que la CEDEAO, la CAE, la SADC et le COMESA constituent des terrains d'essai naturels en raison de leurs cadres existants pour l'intégration régionale et la facilitation des échanges. La mise en œuvre de projets pilotes à ce niveau permet d'harmoniser les réglementations, le développement des infrastructures et les liens avec les marchés intrarégionaux avant de les étendre à l'ensemble du continent. Le soutien des bailleurs peut contribuer à atténuer les risques d'investissement initiaux en fournissant un financement, une assistance technique et un renforcement des capacités, garantissant ainsi que les États membres disposent des ressources nécessaires pour mettre en œuvre et maintenir les réformes.

Tirer parti des PPP

Dans presque toutes les composantes de l'écosystème étudiées dans le cadre de la stratégie de commerce électronique, les PPP peuvent contribuer à apporter à l'Afrique la technologie, les meilleures pratiques et les lacunes en matière d'expertise. Les gouvernements mettent de plus en plus en place des zones et des programmes spéciaux pour incuber les entreprises de com-

merce électronique et promouvoir le commerce numérique, souvent en partenariat avec des entreprises privées de commerce électronique, des acteurs internationaux de la logistique et d'autres opérateurs internationaux de l'écosystème. Les gouvernements devraient s'appuyer sur les PPP pour stimuler les investissements dans les infrastructures de commerce électronique, telles que les systèmes de paiement numérique, les centres d'exécution électronique et les centres logistiques régionaux. Les PPP peuvent jouer un rôle essentiel dans le renforcement des capacités, en favorisant le développement des compétences numériques et en permettant aux PME de s'intégrer dans les chaînes de valeur du commerce électronique. En s'associant avec des acteurs du secteur privé, les gouvernements peuvent accélérer l'innovation, améliorer les cadres réglementaires et élargir l'accès au marché pour les entreprises africaines. En outre, les PPP peuvent contribuer à combler les déficits de financement, en soutenant le déploiement de la logistique sur le dernier tronçon de livraison et des outils numériques de facilitation du commerce.

La zone de libre-échange numérique de Malaisie (DFTZ) entre le gouvernement malaisien et le groupe Alibaba, qui vise à transformer la Malaisie en une plaque tournante régionale de la logistique du commerce électronique, est un exemple de PPP réussi. Créée en 2017, elle intègre la logistique, le dédouanement et la facilitation du commerce numérique, offrant aux PME un accès plus rapide aux marchés mondiaux. La structure du PPP combine le soutien réglementaire et infrastructurel du gouvernement avec la technologie et les investissements d'Alibaba. La DFTZ dispose d'un centre de traitement des commandes (Cainiao Aeropolis eWTP Hub) et vise à réduire les délais de dédouanement et à accroître la participation des PME au commerce électronique transfrontalier, positionnant ainsi la Malaisie comme une passerelle stratégique pour le commerce numérique. Le concept de plateforme mondiale de commerce électronique (eWTP) a progressivement gagné

en importance en tant que PPP (entre les gouvernements et le groupe Alibaba) visant à soutenir les exportations transfrontalières de commerce électronique reliant les exportateurs aux consommateurs chinois. Le Rwanda est le premier pays africain à avoir établi un hub eWTP en 2018.

► Conclusion

Le potentiel de l'Afrique en matière de commerce numérique est vaste, mais reste limité par des politiques fragmentées et des déficits d'infrastructure. Les décideurs politiques doivent donner la priorité au développement des infrastructures, à la cohérence réglementaire et au renforcement de l'écosystème pour créer un paysage compétitif en matière de commerce électronique. Le protocole sur le commerce numérique de la ZLECAf offre une occasion unique de libérer tout le potentiel du commerce numérique, mais cela nécessite des actions concrètes en matière de renforcement des capacités, d'investissement et d'alignement des politiques.

Suite à l'approbation du 15 février 2025 et une fois que le protocole et ses annexes auront été ratifiés par au moins 22 États signataires de la ZLECAf le protocole entrera en vigueur pour ceux qui l'auront ratifié. Le secrétariat de la ZLECAf travaille actuellement à l'élaboration d'un plan quadriennal pour la mise en œuvre du protocole sur le commerce numérique qui doit être approuvé par le conseil des ministres d'ici la fin du premier trimestre 2026. La mise en œuvre complète du protocole nécessitera des mises à niveau substantielles dans divers domaines techniques au sein de l'écosystème du commerce électronique de chaque État africain et l'UA pourra s'appuyer sur la stratégie de l'Union africaine en matière de commerce électronique, adoptée par les ministres du commerce de l'UA en juin 2024.

Avec la bonne combinaison de projets pilotes stratégiques, d'engagement du secteur privé

et de prévoyance réglementaire, l'Afrique peut transformer le commerce électronique en un moteur de la croissance économique, en favorisant l'intégration régionale et en débloquent de nouvelles opportunités pour les entreprises et les consommateurs à travers le continent.

► Références

- **Banque mondiale** (2024) « Digital Transformation Drives Development in Africa », World Bank *Result Brief*, 18 January 2024. En ligne : <https://www.worldbank.org/en/results/2024/01/18/digital-transformation-drives-development-in-afw-africa>.
- **Commission européenne** (n.d.) « Corporate Sustainability Due Diligence », European Commission. Consulté en ligne le 6 mars 2025 : https://commission.europa.eu/business-economy-euro/doing-business-eu/sustainability-due-diligence-responsible-business/corporate-sustainability-due-diligence_en.
- **Ecofin Agency** (2024) « African ICT Service Exports Grow by 5.4% from 2022 to 2023 », 8 octobre. En ligne : <https://www.ecofinagency.com/telecom/0810-45984-african-ict-service-exports-grow-by-5-4-from-2022-to-2023>.
- **Fonds d'équipement des Nations unies (UNCDDF)** (2022) « MSMEs Go Digital : Expanding E-commerce in Rwanda during COVID-19 », UN Capital Development Fund. En ligne : <https://www.uncdf.org/article/8004/msmes-go-digital-expanding-e-commerce-in-rwanda-during-covid-19>.
- **Jenik C.** (2022) « Internet en Afrique : progrès et potentiel », *Statista*, 7 février. En ligne : <https://fr.statista.com/infographie/26789/part-de-la-population-africaine-utilisant-internet/>.
- **Kugler K.** (2024) « Le protocole numérique de la ZLECAf vue d'ensemble », IISD *Policy Analysis*, 30 septembre. En ligne : <https://www.iisd.org/fr/articles/policy-analysis/afcfta-digital-protocol>.
- **Ogo I.** (2025) « From barricades to bridges: Recalibrating African regulatory systems to enable mobility of African digital services and their providers », United Nations Development Programme. En ligne : <https://www.undp.org/africa/blog/barricades-bridges-recalibrating-african-regulatory-systems-enable-mobility-african-digital-services-and-their-providers>.
- **Société financière internationale (IFC)** (2020) « e-Conomy Africa 2020 - Africa's \$180 Billion Internet Economy Future », Rapport Banque mondiale. En ligne : [e-Conomy Africa 2020 - Africa's \\$180 Billion Internet Economy Future](https://www.ifc.org/fr/e-conomy-africa-2020-africa-s-180-billion-internet-economy-future).
- **Union postale universelle** (n.d.) « Easy Export », Universal Postal Union. Consulté en ligne le 6 mars 2025 : <https://www.upu.int/en/Postal-Solutions/Capacity-Building/Easy-Export>.
- **Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement** (n.d.) « Digital Economy Report (Series) », United Nations Conference on Trade and Development. Consulté en ligne le 6 mars 2025 : <https://unctad.org/publications-search?f%5B0%5D=product%3A598>.



Créée en 2003, la **Fondation pour les études et recherches sur le développement international** vise à favoriser la compréhension du développement économique international et des politiques qui l'influencent.



Contact

www.ferdi.fr

contact@ferdi.fr

+33 (0)4 43 97 64 60

n° ISSN : 2275-5055

Directeur de la publication : Patrick Guillaumont

