



ORGANISATION
MONDIALE
DU COMMERCE

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE DANS LES PAYS EN DÉVELOPPEMENT

Possibilités offertes aux petites et moyennes
entreprises et difficultés rencontrées



Organisation mondiale du commerce

L'Organisation mondiale du commerce (OMC) est l'organisme international qui s'occupe des règles régissant le commerce entre les pays. Sa principale fonction est de favoriser autant que possible la bonne marche, la prévisibilité et la liberté des échanges ainsi que l'égalité de conditions entre tous ses Membres. Elle vise à placer les besoins et les intérêts des pays en développement au centre de son programme de travail.

Qu'est-ce que le commerce électronique?

Dans la présente publication, qui est axée sur la dimension commerciale, le commerce électronique est la vente ou l'achat de marchandises ou de services effectués sur des réseaux informatiques au moyen de méthodes spécifiquement conçues pour la réception ou la passation de commandes. Même si les marchandises ou les services sont commandés par voie électronique, le paiement et la livraison n'ont pas besoin d'avoir lieu en ligne.

Une transaction commerciale électronique peut se faire entre entreprises, ménages, particuliers, gouvernements et autres organisations publiques ou privées. Ces transactions électroniques incluent les commandes passées sur le Web, l'extranet ou l'échange électronique de données. Le type de transaction effectuée est défini par la méthode de passation de la commande. Les commandes passées par téléphone, fax ou courrier électronique tapé à la main sont normalement exclues.

Atelier sur le commerce électronique, le développement et les petites et moyennes entreprises

Un atelier est organisé à l'OMC, les 8 et 9 avril 2013, afin de mettre en évidence le lien entre le commerce électronique et le développement et d'examiner comment les petites et moyennes entreprises (PME) des pays en développement utilisent le commerce électronique pour la promotion, la commercialisation, l'entretien et la vente de leurs produits au niveau national et à l'étranger. L'atelier porte principalement sur les possibilités offertes aux pays en développement et les difficultés qu'ils ont rencontrées et évalue dans quelle mesure ces questions en rapport avec des infrastructures, une réglementation et des investissements suffisants dans le domaine des télécommunications aident ou gênent les PME dans la recherche de nouvelles possibilités offertes par le commerce électronique.

Le présent document a été établi par le Secrétariat de l'OMC sous sa propre responsabilité et est sans préjudice des positions des Membres ni de leurs droits et obligations dans le cadre de l'OMC.

Introduction

La téléphonie mobile, Internet et d'autres formes de technologies de l'information et de la communication (TIC) peuvent présenter des avantages considérables pour les activités commerciales courantes de bon nombre de petites et moyennes entreprises (PME) des pays en développement. Ils ont déjà permis des gains de productivité dans plusieurs secteurs.

Cependant, les PME de ces pays n'exploitent pas toujours au maximum l'utilisation des TIC. Les gouvernements et leurs partenaires, y compris le secteur privé, ont besoin de tirer davantage parti des possibilités qui se font jour dans le nouveau paysage des TIC. En outre, les gouvernements doivent faire en sorte que les utilisateurs bénéficient non seulement de leur connexion à Internet, mais aussi de tous les progrès technologiques qui peuvent accélérer la circulation des données et contribuer à réduire les coûts pour le consommateur.

Commerce électronique et PME

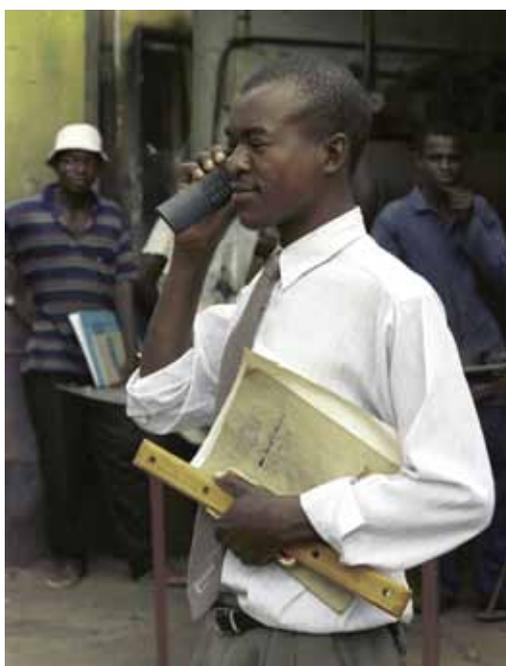
Dans les pays développés aussi bien que dans les pays en développement, les PME représentent la majorité des entreprises et emploient la majorité des travailleurs dans le secteur manufacturier et les services. Les PME desservent principalement le marché intérieur, et leur contribution au PIB, bien qu'elle soit normalement très faible, peut varier beaucoup selon la valeur des biens ou des services qu'elles produisent. Alors que la proportion de la main-d'œuvre formelle employée dans les PME du secteur manufacturier est inférieure à 6% en Azerbaïdjan, au Bélarus et en Ukraine, elle dépasse 50% dans d'autres pays en développement tels que le Ghana, la Turquie et l'Équateur. Les recherches indiquent que les pays ayant un large secteur des PME tendent aussi à bénéficier de la contribution élevée des PME au PIB.

Une étude de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) a montré que les PME, tout en étant généralement en retard dans le domaine des TIC, sont celles qui ont le plus à gagner de l'accroissement de la productivité obtenu grâce au commerce électronique. Mais elles risquent concrètement de manquer des occasions d'améliorer à la fois leur productivité et leur rentabilité en ne s'engageant pas dans le commerce électronique. Les PME ont également un rôle important à jouer dans l'économie des pays en développement, car c'est dans ces pays qu'elles peuvent retirer le plus d'avantages du

commerce électronique. La mesure dans laquelle elles utilisent les TIC dépend à la fois de leur secteur et de leur taille. En général, les PME tournées vers l'exportation ou l'importation et celles qui font partie du secteur touristique sont plus incitées à investir dans l'adoption des TIC.

Le commerce électronique a été salué par beaucoup comme une possibilité pour les pays en développement de prendre pied plus solidement dans le système commercial multilatéral. Il peut jouer un rôle important en aidant les économies en développement à mieux tirer parti du commerce. Contrairement aux conditions imposées pour gérer une entreprise à partir d'un bâtiment physique, il n'exige pas d'entrepôts, d'assurance ou d'investissements dans une infrastructure de la part du détaillant. La seule condition préalable est une devanture Web bien conçue pour toucher la clientèle. Le commerce électronique permet en outre de réaliser des marges bénéficiaires plus élevées, car le coût d'exploitation de l'entreprise est sensiblement inférieur.

Un autre avantage du commerce électronique est qu'il permet d'offrir à la clientèle un service meilleur et plus rapide. Dans certains cas, les clients peuvent accéder directement à leur compte personnel en ligne et éviter d'appeler l'entreprise au téléphone, ce qui économise du temps et de l'argent. Et l'ajout de services en ligne tels que la livraison exprès en 24 heures peut aussi avoir des avantages commerciaux. À cela peuvent s'ajouter des services de suivi de la livraison qui permettent aux clients de vérifier en ligne où se trouvent leurs colis. Cela aide l'entreprise à satisfaire sa clientèle moyennant très peu d'efforts.

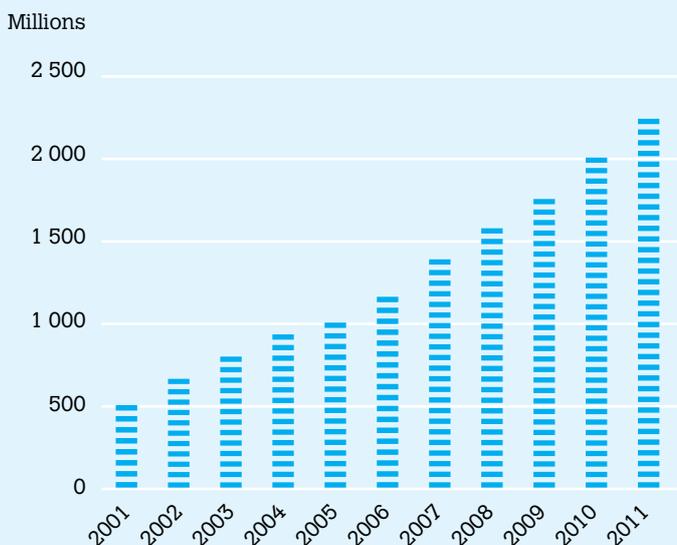


L'essor d'Internet

La première décennie du nouveau millénaire a connu un changement profond dans la manière de faire des affaires et du commerce par voie électronique ainsi qu'une augmentation spectaculaire de ces activités. Chaque jour voit grandir le nombre d'utilisateurs des pays en développement et des PMA qui accèdent à Internet au moyen de terminaux. Un pourcentage croissant d'utilisateurs accèdent aussi désormais au Web grâce à la technologie mobile. On prévoit pour les décennies à venir une croissance exponentielle de l'utilisation d'Internet, et notamment des applications mobiles. Le potentiel d'utilisation des TIC au service du progrès économique et social des pays en développement dans le monde est immense. Et le rôle joué par les PME à cet égard est essentiel.

Le récent Rapport 2010 sur l'économie de l'information de la CNUCED montre comment l'utilisation des TIC par les microentreprises et les PME a amélioré non seulement les résultats commerciaux, mais aussi les moyens d'existence dans certaines des régions et communautés les plus pauvres du monde. De nombreux entrepreneurs des pays en développement ont désormais une réelle possibilité de bénéficier des TIC dans leurs activités commerciales. Dans bien des cas, il en résulte des gains de productivité.

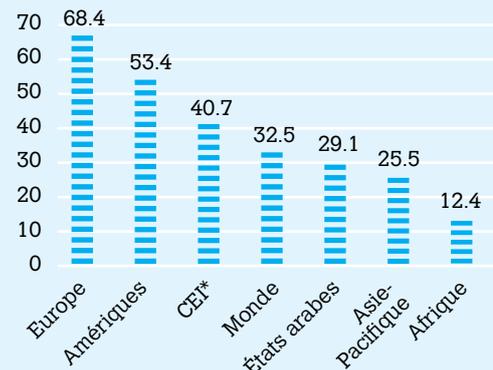
Graphique 1
Nombre d'internautes, 2001-2011



Source: Union internationale des télécommunications (UIT).

Graphique 2

Nombre d'internautes pour 100 habitants, 2011



* Communauté d'États indépendants.

Source: base de données de l'UIT sur les indicateurs des télécommunications/TIC dans le monde.

En améliorant les circuits de communication au niveau national aussi bien qu'international, l'application des TIC peut renforcer considérablement la compétitivité des entreprises. Les gouvernements devraient donc redoubler d'efforts pour améliorer, mettre à niveau et élargir l'utilisation des TIC par le secteur privé. La CNUCED constate que les gouvernements et leurs divers partenaires, y compris le secteur privé, sont loin de tirer pleinement parti des possibilités qui se font jour dans le nouveau paysage des TIC. On le voit en partie au fait que l'attention consacrée aux TIC dans les stratégies de développement du secteur privé a été relativement limitée.

En 2011, sur le nombre total d'internautes (voir le graphique 1), 1,3 milliard se trouvaient dans les régions de l'Asie-Pacifique, du Moyen-Orient, de l'Afrique ou de l'Amérique latine, ce qui indique un déplacement des régions où se trouvent le plus de personnes en ligne. Toutefois, malgré cette tendance croissante à l'utilisation d'Internet, les pays développés continuent de dépasser les pays en développement pour le nombre de connexions.

Le graphique 2 montre le nombre d'internautes pour 100 habitants. Le taux de pénétration en Afrique est de 12,4, mais c'est l'Europe qui vient en tête avec 68,4 personnes connectées pour 100 habitants.

La croissance du commerce électronique

Il est incontestable que le commerce électronique a connu une croissance rapide depuis que les premiers utilisateurs ont commencé à naviguer sur le Web à la recherche de produits et de services. Aujourd'hui, les ventes effectuées sur Internet représentent une part importante des ventes commerciales totales. En 1991, il y avait moins de 3 millions d'internautes dans le monde, et l'application d'Internet au commerce électronique était quasiment inexistante. Près d'une décennie plus tard, en 1999, on estimait que 300 millions de personnes avaient accès à Internet et que le quart environ effectuaient des achats en ligne sur des sites commerciaux pour une valeur avoisinant 110 milliards de dollars EU. Cette année, le chiffre d'affaires mondial du commerce électronique entre entreprises et consommateurs finals devrait dépasser les 1 250 milliards de dollars EU.

Commerce interentreprises, commerce entre entreprises et consommateurs finals ou commerce entreprise-gouvernement?

De nombreux types de transactions commerciales ont lieu en ligne, depuis l'achat de produits tels que des livres ou des vêtements jusqu'à l'acquisition de services tels que des billets d'avion, des réservations d'hôtel ou la location de voitures. Comme le présent document concerne principalement la manière dont les PME utilisent Internet, on ne s'intéressera qu'à quelques services étroitement



liés à l'activité économique des PME, à savoir les communications électroniques dans le domaine du commerce interentreprises, du commerce entre entreprises et consommateurs finals, du commerce entreprise-gouvernement et du commerce électronique mobile.

Commerce interentreprises

Le commerce interentreprises est le commerce électronique entre des entreprises telles qu'un fabricant et un grossiste ou un grossiste et un détaillant. C'est l'échange de produits, de services ou d'informations entre des entreprises plutôt qu'entre des entreprises et des consommateurs finals.

Les transactions interentreprises représentent 90% du commerce électronique mondial. Selon les recherches effectuées par l'International Data Corporation (IDC) établie aux États-Unis, on estime que le commerce électronique interentreprises au niveau mondial, notamment entre grossistes et distributeurs, représentait 12 400 milliards de dollars EU à la fin de 2012. S'il continue de se développer à un rythme aussi rapide sur les marchés développés, le commerce électronique interentreprises et entre entreprises et consommateurs finals représentera environ 5% du total des transactions interentreprises et des ventes au détail en 2017.



Commerce entre entreprises et consommateurs finals

Dans le commerce électronique entre entreprises et consommateurs, les entreprises vendent leurs produits au grand public grâce généralement à des catalogues utilisant des logiciels de paniers d'achats. Bien que le commerce électronique entre entreprises et consommateurs finals fasse l'objet d'une grande attention, les transactions interentreprises excèdent de loin les transactions entre entreprises et consommateurs.

Selon l'IDC, les transactions mondiales entre entreprises et consommateurs étaient estimées à 1 200 milliards de dollars EU à la fin de 2012, soit 10 fois moins que les transactions interentreprises. Ce commerce ne représente encore qu'une faible part de l'ensemble du commerce électronique, mais il continue de se développer. Le commerce électronique entre entreprises et consommateurs est le plus répandu en Norvège, au Danemark, en Suède, au Royaume-Uni et aux États-Unis et porte principalement sur les produits informatiques, les vêtements et les produits numériques.

Malgré la faible valeur de ses transactions, c'est lui qui a fait l'objet de la plus grande attention, en partie parce que les décideurs se sont beaucoup préoccupés de questions telles que la confiance des consommateurs et la protection des données.

Commerce entreprise-gouvernement

Le commerce entreprise-gouvernement est généralement défini comme le commerce électronique entre les entreprises et le secteur public. Il désigne l'utilisation d'Internet pour les marchés publics, les procédures de licences et les autres opérations liées aux pouvoirs publics.

Dans ce type de commerce, le secteur public joue généralement le rôle pilote en établissant le commerce électronique afin de rendre plus efficace son système de passation des marchés. La taille du marché du commerce électronique entreprise-gouvernement est encore assez insignifiante par rapport au commerce électronique total, car les systèmes de marchés publics électroniques restent peu développés.



Accès au Web par la téléphonie mobile

La plus populaire des TIC dans les pays en développement est la téléphonie mobile, qui progresse très rapidement en Afrique et en Asie, notamment en Inde. Le téléphone mobile joue un rôle grandissant dans l'expansion du commerce électronique dans les pays en développement, notamment parmi les utilisateurs non raccordés.

Le graphique 3 montre que, au cours des dix dernières années, les abonnements au cellulaire mobile dans les pays en développement ont été multipliés par près de dix. Outre qu'il a contribué à améliorer la manière de gérer les entreprises, le téléphone mobile aide actuellement à combler l'écart de pauvreté. Il permet aux agriculteurs de bénéficier de services d'argent mobile qui leur donnent la possibilité d'ouvrir des comptes d'épargne, de percevoir des intérêts sur leurs dépôts et d'accéder à divers produits de crédit et d'assurance.

Dans de nombreux pays en développement, le téléphone mobile est encore utilisé essentiellement pour la communication vocale et l'envoi de messages textes. Mais, depuis quelque temps, il sert de plus en plus à des applications de données telles que le commerce mobile et la banque mobile. Dans plusieurs pays africains, notamment l'Afrique du Sud, le Kenya, la Tanzanie et la Zambie, il est utilisé pour les services personnels de banque mobile.

Les entrepreneurs utilisent les services d'appel et d'envoi de messages textes pour acquérir des informations et des services d'intérêt local. Dans un avenir proche, les téléphones reliés à Internet pourraient contribuer à fournir les mêmes services, mais de manière plus efficace. Les microentreprises et les PME, dont beaucoup appartiennent au secteur informel dans les pays en développement, sont celles qui bénéficient apparemment le plus de l'adoption de la téléphonie mobile.

Dans les secteurs de l'agriculture et de la pêche en Asie et en Afrique, par exemple, le téléphone mobile sert désormais fréquemment à vendre ou acheter, à fixer les délais et les destinations de livraison et à négocier les prix. Ces transactions classiques exécutées normalement sur des ordinateurs personnels sont maintenant faites sur place à l'aide de la technologie mobile. Et les pêcheurs utilisent régulièrement leur téléphone mobile pour consulter la météo et recevoir les alertes d'intempéries sur terre ou en mer.

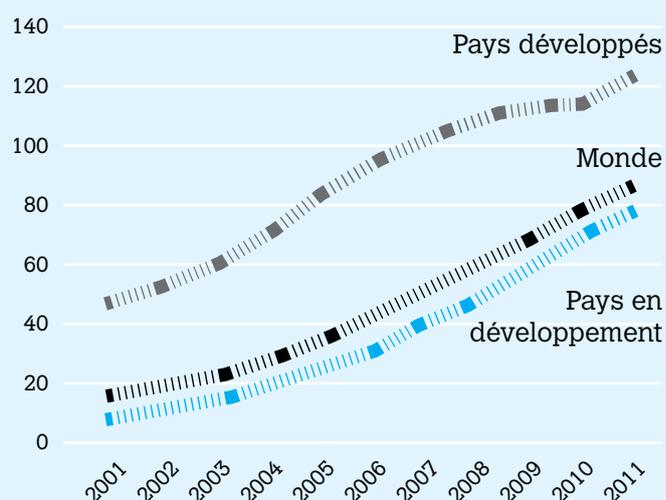
Quelles sont les perspectives du marché mobile mondial?

Les pays en développement – et en particulier les grandes économies émergentes – continueront de piloter la croissance du marché mondial de la téléphonie mobile. Cela est dû à une population nombreuse, à de faibles taux de pénétration et à l'accroissement des revenus disponibles, même si le véritable potentiel de croissance dépend aussi des politiques menées par les gouvernements pour favoriser la libéralisation du marché et intensifier la concurrence entre les fournisseurs de réseaux.

Durant la période 2011-2020, le nombre d'abonnements mobiles en Afrique et au Moyen-Orient devrait progresser en moyenne de 5,6% par an, contre une moyenne mondiale de 3,7%. Mais cette croissance attendue part d'un niveau relativement bas: en 2010, le taux de pénétration mobile en Afrique était de 56,5% de la population.

Graphique 3

Nombre d'abonnements au cellulaire mobile pour 100 habitants, 2001-2011



Source: base de données de l'UIT sur les indicateurs des télécommunications/TIC dans le monde.

La région Asie-Pacifique demeurera le plus grand marché régional en matière de téléphonie mobile avec 3,9 milliards d'abonnements en 2020 (contre 2,4 milliards en 2010). La Chine comptera encore le plus grand nombre d'abonnements avec 1,3 milliard en 2020 (contre 839 millions en 2010).

Cependant, l'Inde – qui est actuellement le deuxième marché mondial de téléphonie mobile – dispose d'un fort potentiel de croissance non seulement dans la région Asie-Pacifique mais aussi au niveau mondial, puisque les prévisions indiquent que le nombre d'abonnements mobiles progressera au taux annuel moyen de 5,7% durant la période 2011-2020 pour atteindre 1,1 milliard en 2020. À l'origine produit de luxe utilisé principalement dans les pays développés, le téléphone mobile s'est répandu sur toute la planète. Il fait désormais partie intégrante de la vie de nombreuses personnes.

Entre-temps, dans le monde développé, le déploiement commercial des technologies et appareils de nouvelle génération entraînera un accroissement de la consommation de services mobiles avancés, qui ouvriront à leur tour de nombreuses possibilités nouvelles de commerce électronique, notamment dans les pays en développement. Ces pays utilisent désormais régulièrement des applications de données toujours plus nombreuses pour faire du commerce, exercer des activités bancaires de détail ou commerciales et trouver du travail.

La révolution de la téléphonie mobile

Entre 2000 et 2012, le nombre de téléphones portables utilisés dans le monde a augmenté, passant de moins de 1 milliard d'unités à plus de 6 milliards. La révolution de la téléphonie mobile transforme les moyens de subsistance, aide à créer de nouvelles activités économiques et modifie notre manière de communiquer, de travailler et de gagner et dépenser nos revenus. Le réseau de téléphonie mobile est d'ores et déjà la plus grosse « machine » que le monde ait jamais connue, et désormais cette machine est utilisée pour créer des opportunités de développement à une échelle jamais imaginée auparavant. Durant cette seconde moitié de la décennie du nouveau millénaire, exploiter au maximum les possibilités offertes par la téléphonie mobile est un défi qui mobilisera aussi bien les gouvernements et le secteur privé que le monde du développement.

*Source: Banque mondiale (2012),
Information and Communications for
Development – Maximizing Mobile*



Comment les pays pauvres bénéficient-ils de la téléphonie mobile?

La technologie mobile peut être utilisée par les PME qui opèrent dans les secteurs de l'agriculture et de la pêche. Elle peut aussi servir pour la mobilisation de main-d'œuvre et de moyens de transport, les services de microcrédit et l'argent mobile. La présente section donne un aperçu de la manière dont elle est utilisée par les PME des pays en développement dans divers secteurs.

Agriculture

Une meilleure productivité peut contribuer à accroître les revenus des agriculteurs, notamment les petits exploitants et les pêcheurs, qui ont des ressources limitées pour cultiver et commercialiser leurs produits. Pour créer une chaîne de valeur plus efficace au niveau local ou national, il faut aussi impliquer de nombreux acteurs, depuis les agriculteurs pratiquant la culture et l'élevage jusqu'aux fournisseurs et aux distributeurs.

Les agriculteurs des pays en développement utilisent de plus en plus la technologie mobile pour accroître leurs possibilités commerciales. Selon une étude de la Banque mondiale publiée en 2012, les avantages procurés aux agriculteurs par le téléphone mobile sont, entre autres, l'accès à l'information sur les stocks et les prix des produits agricoles, la visibilité des données favorisant l'efficacité de la chaîne de valeur et la capacité d'exploiter des débouchés nouveaux ou existants.

Lorsque les agriculteurs ont accès à l'information sur les prix et les stocks, cela les aide à réduire le risque de vendre au-dessous des cours et de livrer leurs produits en quantité excessive ou insuffisante sur un marché donné. L'étude de la Banque mondiale montre que l'accès à l'information sur les prix a aidé les agriculteurs à accroître leurs revenus agricoles de 24%. Les vendeurs ont réalisé des gains plus élevés encore allant jusqu'à 57%, avec une baisse globale des prix aux consommateurs avoisinant 4%.

L'information transmise par téléphone mobile inclut également l'accès à des services d'alerte rapide pour atténuer le risque de pertes dues aux intempéries ou à la propagation de maladies.

Services de données et d'information en ligne

Les services mobiles peuvent aussi améliorer l'accès aux marchés et aux autres parties prenantes des chaînes de valeur. Les vendeurs utilisent de plus en plus leur site Web pour diffuser des informations en ligne sur le transport et la logistique, certains de ces services étant fournis sur téléphone mobile.

Étude de cas

Sara Maunda, cultivatrice d'arachides au Malawi

« En juin 2011, un négociant en céréales est arrivé chez moi et m'a offert 30 kwacha par kg pour mes arachides », raconte Sara Maunda. « Sur le SMS que j'avais reçu d'Esoko, le prix était quatre fois plus élevé. Lorsque je l'ai montré au négociant, il m'a dit: "Ces gens-là vous mentent. Vous allez faire beaucoup de trajet pour vous rendre compte que vous avez perdu de l'argent." »

Maunda s'est fiée à son instinct et à son message texte. Avec quatre voisins, elle a loué une camionnette à Madisi, la ville la plus proche, et s'est rendue à Lilongwe, à 80 km de là, pour vendre elle-même sa récolte. « Le prix du marché là-bas, dit-elle, était cinq fois plus élevé que celui offert par le négociant. Après avoir déduit toutes mes dépenses, il m'est resté 24 000 kwacha (130 dollars). Si j'avais vendu ma récolte au négociant dans mon village, je n'aurais gagné que 4 500 kwacha (27 dollars). »

Source: USAID Frontlines, juillet/août 2012.



Au Maroc, par exemple, les agriculteurs utilisent les services vocaux et les messages textes (SMS) pour se coordonner avec les transporteurs routiers locaux afin d'améliorer le transport des produits et de déterminer où se trouvent les meilleurs lieux de livraison. Certains pratiquent aussi le commerce réciproque en rapportant des produits des grands marchés régionaux pour les vendre dans leurs communautés rurales.

La traçabilité des produits est de plus en plus importante pour les pays en développement qui veulent s'implanter ou se développer sur de nouveaux marchés d'exportation. L'utilisation des TIC a permis de renforcer la protection des consommateurs et la sécurité sanitaire des aliments, tout en améliorant les moyens d'existence des agriculteurs. Les puces d'identification par radiofréquence (RFID) permettent de suivre le déplacement des animaux et d'assurer leur surveillance du berceau à la tombe. L'utilisation de ce système en Namibie pour remplacer les dossiers traditionnels sur papier a permis d'améliorer la précision des données et la rapidité avec laquelle elles sont diffusées, et donc d'accroître la rentabilité de l'élevage.

La RFID sert également à lutter contre le braconnage. Les pouvoirs publics peuvent désormais suivre les troupeaux d'éléphants et de rhinocéros et prendre des mesures pour réduire le braconnage. Ces méthodes ont de plus en plus de résultats positifs en Afrique et contribuent au développement durable tout en améliorant le potentiel touristique.

Pêche

Les pêcheurs et les négociants qui achètent et vendent du poisson communiquent au moyen d'appels vocaux, de SMS ou de services de protocole d'application sans fil (WAP). Le WAP est une norme technique d'accès à l'information sur un réseau sans fil mobile.



Étude de cas

Manobi, société de télécommunications, Sénégal

En 2003, en collaboration avec Sonatel (l'opérateur téléphonique sénégalais), Alcatel, IDRC et InfoDev, la société sénégalaise de télécommunications Manobi a entrepris de communiquer aux pêcheurs les bulletins météorologiques et les prix du marché en temps réel, à l'aide de la technologie WAP et SMS des téléphones portables.

La technologie interactive a permis aux pêcheurs de saisir l'information sur les stocks de poissons pour la commercialisation ainsi que sur les sorties et sur les heures de retour prévues pour permettre d'alerter les organisations de pêche locales en cas d'urgence. Le projet a réussi à convaincre Sonatel de la nécessité d'installer un relais téléphonique près de la plage, pour élargir le rayonnement du réseau jusqu'à 14 km du littoral.

En 2005, Manobi a mis en place un système d'information géographique (SIG) en utilisant les technologies GPS et GSM pour accroître la protection en mer des pêcheurs et de leurs bateaux, en partenariat avec les compagnies d'assurance. Ce système permet de déterminer avec précision la localisation en temps réel jusqu'à 45 km des côtes. La prime d'assurance payée par les pêcheurs est proportionnelle au temps passé en mer, et leur téléphone portable représente une sécurité pour eux et pour les compagnies d'assurance.

La technologie du navigateur WAP a été créée pour les anciens appareils mobiles. Elle permet aux utilisateurs d'accéder à des informations et autres données adaptées existant sur le Web même s'ils n'ont pas de téléphone « intelligent » de nouvelle génération. Dans la plupart des pays développés, les téléphones de nouvelle génération et la largeur de bande plus élevée supplantent actuellement le WAP. Mais, dans de nombreux pays en développement, le besoin de services mobiles à bas coût et la faible pénétration des nouveaux téléphones maintiennent encore le WAP en vie.

Argent mobile

Les services d'argent mobile sont de plus en plus populaires. Ils ont aidé à améliorer le fonctionnement des entreprises et contribuent actuellement à réduire l'écart de pauvreté. L'un des principaux obstacles à la réduction de la pauvreté est l'accès des personnes pauvres aux systèmes financiers formels. Avec les instruments informels, ces personnes ont des moyens limités d'épargner, d'emprunter, de rembourser leurs dettes et de gérer les risques de manière responsable.

Les services d'argent mobile gagnent en importance dans les pays en développement surtout parce qu'ils offrent un moyen efficace d'effectuer des paiements et d'accéder à des financements, notamment dans les zones où les succursales bancaires et même les distributeurs automatiques de billets sont rares (voir le graphique 4). Ils contribuent à accroître la productivité et l'efficacité, tout en réduisant les coûts de transaction.

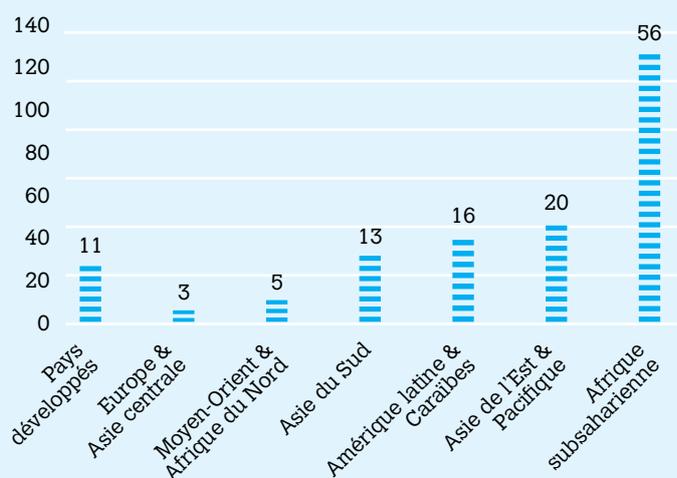
L'un des services bancaires mobiles qui connaissent la plus grande réussite et la croissance la plus rapide est M-Pesa, fondé en avril 2007 par Safaricom, une société de télécommunications kenyane.

Safaricom a lancé ce nouveau service de paiement et de transfert d'argent sur téléphone mobile pour offrir à ses clients un éventail de services allant du dépôt d'argent sur un compte stocké sur le téléphone du client, jusqu'à l'envoi de soldes au moyen de SMS à d'autres utilisateurs (y compris des vendeurs de biens et de services), en passant par le retrait d'argent sur des dépôts. Les utilisateurs peuvent aussi payer leurs factures. Une petite commission est facturée pour l'envoi et le retrait d'argent.



Graphique 4

Nombre de déploiements de services d'argent mobile par région, mars 2012



Source: GSMA Mobile Money Tracker 2012

M-Pesa s'est répandu rapidement pour devenir le service financier mobile qui connaît le plus grand succès parmi tous les pays en développement. En 2012, environ 17 millions de comptes M-Pesa étaient enregistrés au Kenya.

M-Pesa est un service bancaire sans succursale, c'est-à-dire qu'il est conçu pour permettre aux utilisateurs d'effectuer des opérations bancaires de base sans avoir besoin de se rendre dans une succursale. Son succès au Kenya est dû au fait qu'il a créé un service de paiement très populaire et abordable dans lequel l'intervention d'une banque est très limitée.

Qu'est-ce qui empêche les PME d'utiliser plus pleinement le commerce électronique?

Le commerce électronique est généralement présenté en termes très positifs, mais les avantages qu'il peut offrir s'accompagnent aussi de difficultés pour les pays en développement. La situation est très diverse d'un pays en développement à l'autre, mais plusieurs obstacles sont similaires. Le principal est l'absence d'infrastructure financière, juridique et physique.

Le développement de divers types de commerce électronique dépend avant tout de la structure existante du secteur industriel et de la manière dont il est intégré dans une chaîne de valeur sectorielle donnée. On a également constaté que les différences de culture et de philosophie des affaires entre les pays en développement limitaient les possibilités d'application et de transfert des modèles de commerce électronique conçus par certains pays développés.

Bien que les PME aient de nombreuses raisons de s'engager dans le commerce électronique, les problèmes de sécurité des clients restent un obstacle important à l'expansion des services et du commerce électronique. La plus grosse difficulté est probablement la réticence des clients à donner des renseignements en ligne sur leur carte de crédit.

Le bon fonctionnement d'un site Web que les clients connaissent bien et dans lequel ils ont confiance s'est révélé être l'un des principaux facteurs de succès du commerce électronique. Dans le même ordre d'idées, la croissance de la bande large a accentué le besoin des utilisateurs de protéger leur sécurité et leur vie privée dans un environnement « en ligne ». Les particuliers et les entreprises signalent que les virus informatiques sont les logiciels malveillants qu'ils rencontrent le plus. La sécurité demeure un problème pour les entreprises en ligne, car les clients doivent avoir confiance dans l'intégrité du processus de paiement avant de s'engager à acheter.

Le potentiel du commerce électronique ne peut se concrétiser que grâce à une infrastructure adéquate. Dans la plupart des pays en développement, il s'agit là d'un obstacle majeur. Du fait que les petits marchés Internet à faible revenu de ces pays, notamment en Afrique, n'ont pas réussi à attirer suffisamment d'investissements dans l'infrastructure et qu'il y a en outre une absence de concurrence, le coût de la bande passante peut y être jusqu'à 100 fois plus élevé que dans les pays développés.

Dans la plupart des cas, ces pays sont hors de portée des câbles en fibre optique et doivent s'en remettre aux satellites pour la connectivité

Étude de cas

Département du développement des entreprises, Thaïlande

Le Département thaïlandais du développement des entreprises (DBD) encourage les PME à chercher de nouveaux débouchés au moyen du commerce électronique, tout en introduisant le symbole « DBD Registered » pour garantir la sécurité aux acheteurs en ligne.

Le Ministre adjoint du commerce Siriwat Kajornprasart a fait savoir qu'il avait chargé le DBD d'aider les PME thaïlandaises à faire du commerce par voie électronique. En raison de l'énorme croissance et de la popularité grandissante du commerce électronique, il a dit que les PME thaïlandaises devraient envisager d'étendre leurs activités en ligne afin de trouver de nouveaux débouchés tout en réduisant leurs coûts de production. Le commerce électronique peut aussi contribuer à renforcer les moyens des entreprises thaïlandaises de soutenir la concurrence sur le marché international.

Source: *Thai Financial Post*, paru le 6 août 2012.



Étude de cas

Gouvernement péruvien, initiative concernant la fibre optique

Le gouvernement péruvien a annoncé qu'il appuierait le déploiement d'une dorsale fibre optique nationale pour l'accès à large bande, signale Andina. Cette annonce faisait suite à l'adoption la semaine précédente de la Loi sur la promotion de la bande large et la construction de la dorsale fibre optique.

L'organisme de réglementation des télécommunications Osiptel supervisera le déploiement et veillera à ce que l'accès soit compétitif, tandis que l'Agence pour la promotion de l'investissement privé (ProInversion) a été chargée de choisir une entreprise pour réaliser l'installation. Osiptel serait en train d'établir les critères techniques pour le réseau, qui reliera toutes les capitales provinciales et aura des connexions avec tous les districts.

La loi assure en outre la neutralité du Net, puisqu'il est illégal pour un fournisseur d'accès Internet (FAI) de refuser à un utilisateur quelconque le droit d'utiliser une application, quelle que soit son origine, sa destination ou sa nature, d'interférer avec ce droit, d'exercer une discrimination à son sujet ou de le limiter.

Source: TeleGeography, en date du 25 juillet 2012.

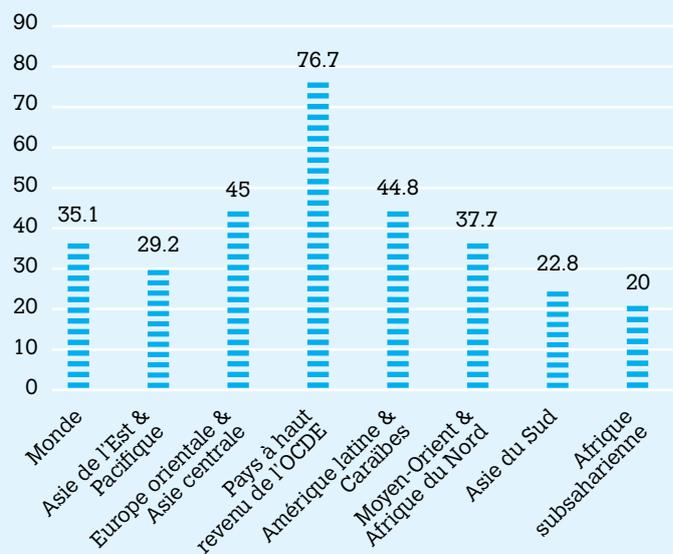
internationale – et même parfois nationale. Il en est ainsi en dépit même des améliorations importantes apportées par la technologie.

Un autre sujet de préoccupation est la pénurie de compétences techniques, qui empêche les PME de concrétiser pleinement leur potentiel en matière de commerce électronique. Bon nombre de pays en développement n'ont pas de main-d'œuvre suffisamment formée dans les TIC et la technologie mobile. De nombreuses PME qui pourraient chercher à se diversifier ou à se lancer dans le commerce électronique se trouvent ainsi fortement désavantagées.

Il est très important de veiller à ce que les entreprises maîtrisent l'ensemble des compétences et des aptitudes nécessaires à une utilisation productive des technologies pour pouvoir bénéficier des avantages économiques liés au commerce électronique. De nombreux entrepreneurs dans les pays en développement et en particulier dans les PMA n'ont pas les capacités nécessaires pour tirer pleinement parti des TIC ou n'ont pas conscience de cette nécessité (voir le graphique 5).

Même si les entrepreneurs des pays en développement ont accès à un téléphone mobile ou à Internet, ils ne savent pas toujours comment exploiter au mieux ces outils au profit de leur activité. Dans certaines circonstances, ils risquent même de ne pas voir combien l'investissement dans les technologies requises est précieux pour pouvoir exploiter les possibilités offertes par le commerce électronique.

Graphique 5
Entreprises ayant leur propre site Web, 2006-2009
(en pourcentage)



Source: World Bank Enterprise Surveys.

Conclusions

La présente publication s'est essentiellement intéressée à la façon dont le commerce électronique et la téléphonie mobile ont transformé la vie de nombreuses personnes dans les pays en développement. L'accès à Internet et la téléphonie mobile ont contribué à améliorer les moyens d'existence des personnes pauvres en facilitant les communications et en élargissant l'accès à l'information. De nombreux agriculteurs pauvres peuvent désormais obtenir de meilleurs prix pour leurs récoltes, car ils ont accès à l'information sur les prix du marché. La société africaine TradeNet, plate-forme de négoce établie au Ghana, en est un des meilleurs exemples.

Internet et la téléphonie mobile ont également donné naissance à une multitude de microentreprises, offrant du travail à des personnes qui ont peu d'instruction et de ressources, par exemple la vente de temps d'antenne et la réparation ou le reconditionnement d'appareils téléphoniques. Lorsque les agriculteurs ont accès à des renseignements sur les prix et les stocks, cela les aide à réduire le risque de vendre au-dessous des cours ou de livrer leurs produits en quantité excessive ou insuffisante sur un marché donné. L'information transmise par téléphone mobile inclut également l'accès à des services d'alerte rapide pour atténuer le risque de pertes dues aux intempéries ou à la propagation de maladies.

Dans le présent document, on a examiné différents moyens d'utiliser le commerce électronique et étudié certains secteurs dans lesquels les PME exploitent des renseignements vitaux sur les marchés dont dépendent leurs activités. D'autres encore s'occupent de développer ou de diffuser des services mobiles tels que les services bancaires, le crédit et l'assurance.

Il importe cependant de rappeler que les PME ne sont pas les seules impliquées dans le commerce électronique. Les pouvoirs publics et le secteur privé ont un rôle vital à jouer, non seulement en permettant au commerce électronique de fonctionner, mais aussi en veillant à ce qu'il se développe et procure des avantages aux PME aussi bien qu'aux consommateurs. Une grande partie du soutien au commerce électronique dépend de l'existence ou de la fourniture d'une infrastructure, d'une réglementation et d'une combinaison de mesures adéquates permettant à ce commerce de prospérer.

Pour permettre des transactions fiables et de grande qualité sur Internet, il faut des systèmes de télécommunications modernes qui offrent des services à large bande et des services mobiles à des prix abordables pour les entreprises et les particuliers. Il faut aussi un environnement favorable avec une concurrence forte entre les fournisseurs de télécommunications. Et il faut une main-d'œuvre ayant de solides compétences dans le domaine des TIC. Ces compétences sont essentielles pour assurer la poursuite du développement du commerce électronique et des autres applications mobiles. Et elles sont indispensables pour produire des applications utiles et de grande qualité. Dans ce domaine aussi, les pouvoirs publics peuvent jouer un rôle vital en veillant à ce que les écoles secondaires et professionnelles enseignent les connaissances spécialisées nécessaires pour favoriser l'avènement d'une véritable économie numérique viable, capable de s'adapter aux besoins des utilisateurs.

ISBN 978-92-870-3865-4

© Organisation mondiale du commerce, 2013

Organisation mondiale du commerce

Centre William Rappard

Rue de Lausanne 154

CH-1211 Genève 21

Suisse

Tél.: +41 (0)22 739 51 11

Fax: +41 (0)22 731 42 06

Courrier électronique: enquiries@wto.org

Site Web: www.wto.org

CRÉDITS PHOTO

Première de couverture, de gauche à droite:

©Getty/Joseph Van Os

©Getty/Zubin Shroff

©Getty/Luca Sage

Quatrième de couverture, de gauche à droite:

©Bloomberg via Getty Images

©Richard Lord

Page 1: ©U. Baumgarten via Getty Images

Page 3: ©The India Today Group,

©Richard Lords

Page 4: ©AFP

Page 6: ©M. DeFreese/CIMMYT

Page 7: ©Getty/Joseph Van Os

Page 8: ©Bloomberg via Getty Images

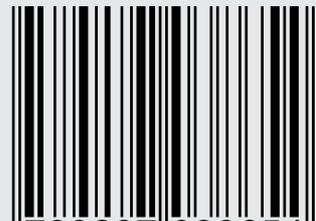
Page 9: ©Gamma-Rapho via Getty Images

Page 10: ©Bloomberg via Getty Images

Graphisme: Audrey Janvier Designs



ISBN 978-92-870-3865-4



9 789287 038654 >