



DIALOGUE TABADOOL – COMMERCE ÉLECTRONIQUE ET PME EXPORTATRICES: COMMENT LIBÉRER LE POTENTIEL?

Dans le cadre de son initiative Tabadool, le programme MED MSMEs organise, le 4 mai 2023, un dialogue sur le commerce électronique comme levier d'exportation. Le commerce électronique constitue une opportunité pour les TPME sud de la Méditerranée d'exporter plus et mieux, et d'être un moteur d'emplois et de croissance économique inclusive. Que faire pour libérer ce potentiel ? Quels défis doivent être relevés ? Comment les autres pays facilitent-ils les exportations numériques ? Comment les décideurs politiques et les BSO de la région peuvent-ils créer un écosystème favorable aux TPME et promouvoir les exportations numériques ? Le résultat du dialogue aidera les décideurs politiques et les BSO à élaborer des plans d'action pratiques aux niveaux régional et national pour éliminer les contraintes et promouvoir la croissance des exportations facilitées par le digital.

Le potentiel du commerce électronique

L'essor de l'économie numérique et les changements de comportement des clients et des entreprises, accélérées par la pandémie, ont ouvert un nouveau monde d'opportunités pour les PME qui souhaitent développer leurs exportations et devenir plus présentes dans les chaînes de valeur mondiales. Selon Statista, les ventes mondiales en e-commerce devraient **augmenter de 16,9 % en 2023**¹. L'Europe, le deuxième plus grand marché de commerce électronique au monde avec un chiffre d'affaires estimé à 680 milliards d'Euros en 2023, devrait afficher un taux de croissance annuel (CAGR 2023-2027) de 10 %, ce qui se traduira par une valeur marchande projetée de **950 milliards d'Euros d'ici 2027**², ce qui représente une formidable opportunité pour les pays partenaires de l'Europe.

Mais le rythme de croissance du commerce électronique dans les pays du sud de la Méditerranée a toujours été plus lent que dans d'autres régions géographiques. Selon la CNUCED, la part du commerce électronique dans les ventes au détail totales de la région n'était que de **0,8 % en 2019, contre 20,1 % en Chine et 14,1 % en Europe**. Il reste que la pandémie de COVID-19 a accéléré l'adoption du commerce électronique dans la région, au niveau mondial, avec plus de consommateurs se tournant

vers les achats en ligne en raison des restrictions sur les magasins physiques.

Si les marchés du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord sont plus petits, ils croissent toutefois très rapidement. Par exemple, en Égypte, les ventes du e-commerce ont **augmenté de 65 % en 2020**, tandis qu'au Maroc, les ventes en ligne ont augmenté de 50 %. Le marché du commerce électronique en Arabie saoudite devrait passer de 8,1 milliards d'Euros en 2022 à 20 milliards en 2027, soit un **taux de croissance annuel composé de plus de 20 %** par an sur cette période.³

L'adoption croissante du commerce électronique conduit également au développement de nouvelles plates-formes internationales de commerce électronique et à la croissance des transactions transfrontalières. Selon les données publiées par l'OMC, en 2020, le volume mondial des transactions IEC a atteint 1.000 milliards USD.⁴ Comme mentionné, le commerce électronique international a été particulièrement important pendant la pandémie, tant pour les exportations B2C que B2B. En 2020, alors que le commerce mondial souffrait, les exportations numériques de biens de consommation ont **augmenté de 14 % par rapport à 2019, enregistrant une**

¹ <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/worldwide>

² <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/europe>

³ Marché du commerce électronique en Arabie saoudite, Renub Research, octobre 2022

⁴ Chenggang Wang, Tiansen Liu, Duo Wen, Dongrong, Galash Vladislav et Yu Zhu, L'impact du commerce électronique international sur le commerce d'exportation : preuves de la Chine, J. Theor. Appl. Électron. Commer. Rés. 2021, 16(7), 2579-2593



explosion du commerce électronique B2B, avec plus de TPME que jamais passant à la vente numérique.⁵

Selon une enquête d'Alibaba sur environ 1000 fournisseurs B2B dans le monde, l'utilisation du commerce électronique était la principale **stratégie de résilience des TPME** pendant la pandémie, avec 36 % des petites entreprises testant le commerce électronique ou la numérisation pendant cette période⁶. Même si la disponibilité de statistiques fiables sur la part du commerce électronique transfrontalier est limitée, en 2020, environ un acheteur en ligne sur quatre a effectué des achats transfrontaliers et les transactions B2C transfrontalières auraient représenté environ 440 milliards d'USD.⁷

Faciliter l'accès des TPME aux plateformes **n'est plus une option** pour les décideurs qui s'efforcent de favoriser une croissance inclusive et durable, c'est un *passage obligé*.

Défis pour les TPME

Les TPME sont confrontées à un certain nombre de défis afin d'exploiter pleinement le potentiel du commerce électronique international, parmi lesquels :

Problèmes juridiques et réglementaires: Chaque pays a ses propres lois et réglementations relatives au commerce électronique et aux exportations numériques, y compris les taxes, les droits de douane, la confidentialité des données et les droits de propriété intellectuelle. Ces problèmes juridiques et réglementaires peuvent être complexes et chronophages pour les TPME.

Logistique et expédition: L'expédition de produits à l'international peut être coûteuse et complexe, avec différentes options et différents transporteurs parmi lesquels choisir, et des réglementations douanières à respecter. Les délais de livraison à rallonge et les coûts d'expédition élevés désavantagent souvent les TPME des pays du sud de la Méditerranée.

Traitement des paiements: Différents pays ont des méthodes de paiement et des devises différentes, ce qui peut compliquer le traitement des transactions et la gestion des flux de trésorerie. Les TPME doivent démontrer qu'elles peuvent gérer les transactions internationales en ligne en toute sécurité. Ceci est essentiel pour établir la confiance avec les clients à l'international.

Concurrence sur le marché: Les marchés internationaux sont très concurrentiels, avec des

acteurs locaux établis et des géants mondiaux du commerce électronique qui se disputent âprement les parts de marché. Développer une marque forte, une proposition de valeur et une stratégie marketing qui rencontre les attentes des clients internationaux potentiels est essentiel.

Dans l'ensemble, le développement du commerce électronique international et des exportations numériques nécessite une **approche stratégique, une planification minutieuse et la capacité de naviguer dans un paysage complexe et en constante évolution**.

Politiques dans la région sud de la Méditerranée

Plusieurs initiatives ont été entreprises pour faciliter le développement du commerce électronique dans la région sud de la Méditerranée, notamment en soutenant le développement de cadres réglementaires, d'infrastructures et de programmes de renforcement des capacités. Les exemples comprennent:

Maroc: la création de l'Agence Marocaine de Développement du Numérique, chargée de développer l'économie numérique du pays, et l'adoption d'un nouveau cadre juridique de protection des consommateurs en ligne.

Algérie: le lancement d'une plate-forme en ligne pour mettre en relation les petites entreprises avec les acheteurs, l'amélioration des cadres réglementaires et juridiques et la fourniture d'un soutien au développement de l'infrastructure des TIC.

Tunisie: simplification de l'enregistrement des entreprises en ligne, accroissement de l'accès au financement pour les petites entreprises et amélioration du cadre juridique des transactions.

Libye: amélioration de la connectivité Internet, de l'infrastructure numérique et adoption des cadres juridiques gouvernant les transactions en ligne.

Egypte: mise en œuvre d'une stratégie nationale pour développer l'économie numérique du pays, création d'un parc "commerce électronique" et lancement d'un système national de paiement électronique.

Liban: introduction des systèmes de paiement mobile, financement des startups numériques et amélioration du cadre réglementaire des transactions en ligne.

Jordanie: amélioration des systèmes de paiement en ligne, développement de l'infrastructure des TIC et financement et formation des startups.

⁵<https://www.morningfuture.com/en/2021/05/26/export-e-commerce-pandemic/>

⁶ Alibaba.com, Perspectives numériques B2B 2023

⁷ CNUCED, Commerce numérique : Opportunités et actions pour les pays en développement

Palestine: développement d'une stratégie nationale pour l'économie numérique, amélioration de l'infrastructure et de la connectivité numériques et programmes de formation pour les entrepreneurs.

Soutenir l'exportation numérique

Les BSO ont un rôle crucial à jouer pour aider les MPME à comprendre les avantages potentiels du commerce électronique, à acquérir les compétences et les connaissances nécessaires pour utiliser efficacement les plateformes de commerce électronique et à développer des stratégies d'exportation numérique efficaces. Les exemples comprennent:

Formation et coaching: Les BSO peuvent aider les TPME à comprendre les opportunités et les défis associés au commerce électronique, à identifier et à évaluer les marchés d'exportation potentiels, à développer des stratégies de marketing et de vente et à naviguer dans les exigences légales et réglementaires.

Places de marché du commerce électronique : les places de marché virtuelles sont des outils importants pour les petites entreprises, car elles constituent un outil de vente leur permettant de s'engager dans le commerce électronique transfrontalier. Les BSO peuvent aider les TPME à découvrir les places de marché virtuelles bien connues pour le commerce électronique transfrontalier telles qu'Amazon, Alibaba, Noon et Etsy. Ces marchés donnent accès à une clientèle internationale vaste et diversifiée et peut aider les TPME à surmonter certains des défis logistiques et réglementaires liés à la vente sur les marchés étrangers.

Prise en charge de l'exportation numérique : En fournissant des services de soutien à l'exportation numérique, les BSO peuvent aider les TPME à surmonter les obstacles et les défis associés au commerce électronique et leur permettre de tirer parti des opportunités offertes par la mondialisation numérique. Ceci, à son tour, peut contribuer à promouvoir la croissance économique, la création d'emplois et le développement durable.

En guise de conclusion...

Malgré ces efforts, le commerce électronique et les exportations numériques n'ont pas encore atteint leur plein potentiel. Une condition pour exploiter le potentiel est de **sensibiliser les décideurs politiques aux nouvelles solutions technologiques** qui doivent

être intégrées dans les stratégies nationales et dont l'usage doit être facilité par des réglementations et des infrastructures adéquates assurant l'interopérabilité.

Contribuant cet objectif dans le cadre des sessions Tabadool, le Programme MED MSMEs organise le 4 mai 2023 un dialogue avec les parties prenantes qui mettra en évidence certaines **pratiques internationales inspirantes**, en particulier le Royaume-Uni, l'Italie, la Chine et l'Australie et permettra de discuter de "**Comment les politiques de commerce électronique et d'exportation peuvent-elles être efficacement opérationnalisées au profit des MPME**".

Pour participer à ce webinaire, cliquez [ICI](#).

Ressources utiles

Programme MED MPME (2021), Document de travail sur le développement des exportations des MPME dans les pays du voisinage méridional de l'UE.
<https://www.medmsmes.eu/sites/default/files/2022-02/SME%20Export%20Regional%20Report%20Sept2021.pdf>

Rapports d'évaluation de la préparation au commerce électronique de la CNUCED, y compris des rapports récents sur la préparation au commerce électronique en Tunisie et en Jordanie (février 2022)
<https://unctad.org/topic/ecommerce-and-digital-economy/etrade-readiness-assessments-of-LDCs>

CNUCED, Commerce numérique : Opportunités et actions pour les pays en développement
https://unctad.org/system/files/official-document/presspb2021d10_en.pdf

Forum économique mondial et ITC « Africa E-Commerce Agenda : Roadmap for Action »
https://www3.weforum.org/docs/WEF_Africa_EComm_EN.pdf

Rapports sur les tendances numériques de Data Reportal
<https://datareportal.com/reports/?tag=Northern+Africa>
<https://datareportal.com/reports/tag/MENAT>

A Programme implemented by

