



# APEROTIC #5

by  
**AfreecaTIC**

« E-commerce en Afrique »



## AfreecaTIC qu'est-ce que c'est ?

AfreecaTIC est une association loi 1901 ayant pour but principal la démocratisation et la vulgarisation des Technologies de l'Information et de la Communication en Afrique notamment à travers l'éducation, la santé, l'agriculture, et tous les domaines visant à atteindre les objectifs du millénaire. Notre objectif se résumant en 3R : Relayer, Réseauter, Réaliser en passant à l'action !

AfreecaTIC est née d'un constat tout simple. Aujourd'hui, les nouvelles technologies et son utilisation efficace sont devenues le nerf de la guerre dans la compétitivité économique d'une entreprise, d'un Etat, d'un continent... Véritable outil d'information, de connaissance, de collaboration, de communication et bien d'autres, ces outils, si on cite les logiciels, les applications, les blogs, les réseaux sociaux, internet ou encore les supports, le mobile, les ordinateurs sont devenus pratiquement en peu de temps une arme de solidarité collective, de pression sociale, de croissance économique.

Cependant, l'Afrique a connu durant plusieurs années un retard et un fossé numérique en termes d'utilisation des nouvelles technologies du fait de l'absence d'infrastructures technologiques, de politique d'incitation ou de sensibilisation ou de formation à l'utilisation de ces outils. Même si à l'orée de ces dernières années, plusieurs initiatives se multiplient (les start-ups technologiques, la tablette africaine, les séminaires et formation au TIC) du fait de cette prise de conscience par la jeunesse de tout le potentiel offert par les TIC et de certains gouvernements, l'écart reste encore profond quant à l'usage de tout le potentiel et opportunités offerts par les TIC.

Nous sommes de ces jeunes de la diaspora qui veulent s'affranchir des difficultés d'entrepreneuriat en Afrique, qui souhaitent participer au développement de l'Afrique. Nous sommes de ceux qui aspirent à une Afrique plus connectée, où la téléphonie, Internet, autres équipements et logiciels viennent amplifier les performances de chaque secteur économique notamment l'éducation et la santé.

Voyons les nouvelles technologies, pas comme l'arme suprême, mais un outil à notre service nous permettant d'amplifier l'impact de nos actions, de nos projets, d'atteindre nos objectifs et nos ambitions et de faire en sorte que les mots : développement, changement, croissance socio-économique et bien d'autres deviennent davantage réalité en Afrique. Le train est en marche et ne le ratons pas !

## La rencontre

Nous avons pensé et conçu l'AperoTIC comme un moment d'échange convivial autour d'un buffet de plats africains. Entre conférence et barcamp, ce concept d'évènement se veut plus participatif et plus enrichissant. Ainsi, le but est de regrouper des experts, des curieux, des amateurs, toute personne intéressée par l'Afrique et l'apport que peut avoir les TIC dans son développement.

Le vendredi 11 octobre dernier, s'est tenu la 5ème édition de cet évènement AperoTIC à L'Épitech sur le thème : « E-commerce en Afrique ». Cette nouvelle édition s'est attachée à approfondir la réflexion sur l'impact des nouvelles technologies sur l'entrepreneuriat africain.

La soirée a débuté après l'introduction de la Présidente, par un partage d'expériences par nos intervenants suivi d'un échange par groupes thématiques sur les enjeux de l'e-commerce en Afrique, tout cela autour d'un verre et grignotages de mets africains dans la logique d'un apéro.

Laissez-nous vous raconter cette rencontre !

Une soixantaine de personnes composées d'étudiants, de professionnels de domaines technologiques ainsi que d'entrepreneurs étaient présentes. Pour cette occasion, diverses start-ups nous ont fait l'honneur de leur présence. La première partie a donc été animée par les intervenants : présentation de leur startup, exposé des difficultés rencontrées, réponse à des questions de l'audience :

- Thierry Kientega & Florimon Labulle représentant le site [www.afromania-group.com](http://www.afromania-group.com)
- Yacouba représentant le site [www.ikasugu.com](http://www.ikasugu.com)
- NJOKPOU Nino représentant le site [www.kerawa.com](http://www.kerawa.com)
- Adjovi Olabissi représentant le site [www.carryit.net](http://www.carryit.net)
- Moussa Fofana représentant le site [www.yeelenpix.com/fr](http://www.yeelenpix.com/fr)
- Yacoub et Moulay représentant le site [www.afrikrea.com/](http://www.afrikrea.com/)

S'en est suivi une pause apéro de quelques minutes pour permettre à notre audience d'apprécier les mets concoctés par Afrik'n'fusion.

La seconde partie de l'AperoTIC a consisté en 3 groupes de discussion afin de permettre à chaque participant de pouvoir échanger sur un sous thème qui pourrait l'intéresser. L'avantage de ces groupes de discussion facilite l'échange entre les intervenants et l'audience et la mise en place du réseau.

La discussion par sous-groupes commence par une présentation de chaque membre. Les profils rencontrés sont variés : étudiants, consultants en IT, en droit, entrepreneurs dans le milieu de la mode, des cosmétiques ...

## **Systèmes/moyens de paiements : comment faire/améliorer?**

Ce thème a été proposé pour plusieurs raisons. Aujourd'hui l'e-commerce se développe en Afrique, notamment grâce aux nouvelles technologies et au potentiel que ces dernières offrent. Cependant, force est de constater que son déploiement est freiné par le manque d'information sur les différents systèmes existants, par les blocages, tels que le manque d'écosystème, d'offres adaptées ou encore le problème lié à la confiance du aux fraudes. Le groupe qui s'est penché dessus, s'est intéressé à ces différents points.

### **Les différents systèmes proposés aujourd'hui en Afrique**

Il existe aujourd'hui, divers systèmes de paiement en ligne en Afrique qui se font par paiement par carte de crédit, ouverts à la diaspora. Ceux-ci permettent de faciliter les transactions en ligne et ainsi le commerce et le développement économique. Parmi les systèmes les plus couramment utilisés, on peut citer Paypal. La principale limite de Paypal est que le montant reste limité.

1er palier : on ne peut disposer d'un maximum de 10 000€ en capital sur son compte.

2nd palier : on doit disposer d'un maximum de 10 000€ en capital sur son compte. Votre activité est surveillée afin de s'assurer que vous ne faites pas du blanchiment

3ème palier : Au-dessus de 10000€, Paypal bloque 10 % du Chiffre d'affaire et ne libère cette somme que sous 3 mois. Ce qui a pour conséquence de réduire le cash-flow dans les caisses pour pouvoir accepter des paiements par carte bleue, il faut être référencé.

Aujourd'hui, il existe plusieurs alternatives qui sont proposées :

- Mobile money proposée par les opérateurs MTN - Orange
- Africards est une carte prépayée VISA rechargeable. S'appuyant sur des partenariats avec des banques, il s'agit d'une carte de paiement internationale pouvant être utilisée pour retirer des espèces ou régler des achats partout où les cartes VISA traditionnelles sont acceptées ... Le fonctionnement est simple : vous demandez un carte bancaire prépayée de X € pouvant vous permettre de faire vos achats.

- Cash to delivery : tu paies quand le produit t'es livré

D'autres cartes prépayées telles que NASUBA. Depuis la France ou l'étranger, il est possible d'acheter une carte NASUBA et de l'envoyer en Afrique à une personne afin qu'il puisse l'utiliser.

### **Malgré tout, des problèmes persistent**

Cependant, bien qu'on note une évolution dans ce sens, il existe toujours des principaux freins à son déploiement : le vol et les fraudes. Paypal ne propose pas de réelles solutions face à ce problème.

Les compagnies ne sont pas encore axées pour développer l'API

Les adresses IP de certains pays africains sont blacklistés des sites web marchands étrangers

Les africains peuvent tout de même payer en ligne avec des cartes type Ecobank ou cartes bancaires issues des banques étrangères, basées en Afrique (ex : Société Générale à Dakar)

### **Les pistes de réflexion et d'amélioration**

Paypal travaille en ce moment sur un nouveau projet adapté à destination de l'Afrique en lien avec Money Gram et Western Union.

L'e-commerce nécessite de la création d'un éco système (beaucoup de fonds)

S'il n'y a pas d'internet, il n'y a pas d'e-commerce. Il faut améliorer le taux de transformation de l'écosystème

Une solution créée par des Africains

<http://www.nextafrique.com/leadership/entrepreneurs/2079-abyster-comment-de-jeunes-entrepreneurs-africains-levent-les-barrieres-des-paiements-web-et-mobile-en-afrique>

<https://www.abyster.com/pages/home.html>

## **Systèmes/moyens de livraison et adressage**

Cette question de l'adressage a été proposée au vu du constat quasi global qu'ont fait les membres du groupe concernant la non utilisation des adresses dans la vie courante dans les villes africaines (en général). L'un des exemples illustrant cette situation est l'utilisation des taxis dans les villes. Pour se diriger il suffit de donner le nom d'une commune et un point de référence dans ladite commune. Une fois arrivé proche du point de référence le guidage à la vue est engagé pour trouver la vraie destination.

Dans le cadre des sites e-commerce, la fonctionnalité de livraison est l'un des piliers du succès de ce mode de consommation.

Le commerçant qui se lance dans la vente en ligne et doit choisir le mode d'expédition de ses colis est *normalement* confronté à une multitude d'acteurs, d'offres et de tarifs. Or pour sélectionner la livraison la plus adaptée à son activité, de nombreux critères entrent en ligne de compte.

### **Choix du transporteur : Solution Postale ou Entreprise privée**

Le commerçant pourrait bien sûr s'adresser à l'administration Postale officielle tout en considérant la qualité des services fournis et les coûts associés en Afrique. Il faut savoir que l'une des principales recommandations de l'édition 2012 du Forum Postal Africain sur les nouveaux modèles postaux, est que l'Afrique doit réinventer son secteur postal. En s'appuyant sur des fondamentaux tels que le réel savoir-faire de logistique et de livraison, le dense réseau de bureaux, l'accès à l'adresse physique du citoyen, le maillage international et la confiance des utilisateurs, le secteur a toutes les chances de réussir une transition vers de nouveaux modèles qui lui assureront un développement serein et pérenne et qui lui permettront de bâtir sa croissance sur des piliers solides et novateurs.

Ce choix déterminera le délai de livraison. La plupart des transporteurs propose la livraison en moins de 48 heures, qui est devenue la norme pour la majorité des sites marchands. Choisir le mode d'expédition le plus adapté se fait aussi en prenant en compte les attentes des acheteurs. Celles-ci ne seront pas les mêmes d'un produit à l'autre. La valeur de la commande constitue alors un premier indicateur.

### **La traçabilité plus ou moins fine**

"Le site marchand a besoin de savoir où est le colis dans le réseau, éventuellement pour retransmettre l'information à l'acheteur

Il est aussi important de prendre en compte la transmission d'une preuve de livraison lorsque le client récupère son achat (cela peut également être disjoint de l'offre du transporteur).

### **Une alternative courante: les points relais**

Une alternative à la livraison à domicile réside dans la livraison en points relais. Cette solution devrait s'avérer moins coûteuse si le commerçant s'associe avec des points de références tels que les restaurants, pharmacies, écoles. Cependant cela implique une certaine confiance en ces partenaires avec qui il faut bien s'entendre sur la remise des colis.

Un autre point essentiel est la préparation des colis. Ce facteur est important car un client satisfait de son emballage va être encouragé à revenir vers la boutique.

Le secteur de la livraison est encore en développement et il y existe de nombreuses opportunités notamment pour les acteurs privés et aussi ceux du secteur informel (pourquoi pas)

#### Quelques références

Le forum postal africain

<http://i-conferences.org/forum-postal-africain/>

<http://www.i-conferences.org/syntheses/s-fp2012.pdf>

Quelques références sur le secteur informel en Afrique

<http://www.cairn.info/revue-flux-2006-4-page-73.htm>

<http://www.afriqueexpansion.com/le-secteur-informel-en-afrique-.html>

<http://www.oecd.org/fr/csao/publications/42358563.pdf>

<http://www.dial.ird.fr/axes-de-recherche/aspects-sociaux-et-humains-du-developpement/marche-du-travail-et-secteur-informel/a.-marche-du-travail-et-secteur-informel-en-afrique>

## Comment mettre en confiance et faire adopter le e-commerce

### **Pourquoi avoir choisi le thème de la confiance et non celui sur les financements ou la livraison ?**

- Car il s'agit du plus urgent à régler, tous les acheteurs (peu importe le pays) n'ont pas confiance aux sites africains de manière générale. On a très peu de retour d'expérience.

- La confiance regroupe les deux autres sujets : sans confiance il n'y a pas de paiement, et donc pas de livraison c'est la base

### **Par quels outils instaurer un climat de confiance ?**

- La législation, aujourd'hui en France lorsqu'on se fait arnaquer avec sa carte bancaire on est remboursé. Est-ce le cas en Afrique ?

- La charte graphique : Si un site a une charte graphique qui n'inspire pas confiance, cela ne donne pas envie d'acheter et surtout n'inspire pas confiance.

- La localisation : un site donne plus confiance lorsqu'il est localisé dans le même pays que sa principale clientèle.

- Le story telling : il est important d'avoir sur son site une rubrique où l'on va en savoir plus sur les fondateurs, savoir qu'il y a des gens, la façon dont ils créent leur entreprise... C'est exactement ce qu'il se passe dans le milieu de la mode ou de l'art, les créateurs doivent se présenter à leurs clients (exemple de Africréa)

- Le système d'évaluation à la manière d'ebay. Sur le site d'Africréa qui met en relation créateurs de mode, artistes et acheteurs, il existe un système d'évaluation permettant d'en savoir plus sur le sérieux du vendeur (fiabilité, rapidité aux réponses, rapidité d'envoi...)

### **Comment pousser les africains à adhérer au e-commerce, quels moyens pour les mettre en confiance ?**

- Les infrastructures locales : développer internet par du lobbying, démocratiser l'utilisation d'outils informatiques.

- Problème de bancarisation, peu de gens possèdent une carte bleue. Donc comment enregistrer les paiements

=> Il faut s'adapter localement en modifiant les modes paiements par exemple. Paiement à la livraison, en point relais peut faire monter la confiance.



A l'exemple de C discount, lorsque l'on veut faire du e-commerce dans un pays, il ne faut pas faire du "copier-coller" de modèles existants, il faut d'abord partir de zéro avant internet, comprendre les habitudes de consommation locales et s'adapter. Ne pas hésiter à mixer les méthodes de e-commerce et de commerce classique.

=> Paypal peut être une alternative à la carte bancaire

La confiance s'apprend dans les deux sens

- A travers le service client on peut récolter des informations clients importantes, et améliorer son activité grâce aux remarques de ces derniers (colis mal emballé, numéro de suivi manquant...)

- Il faut éduquer le client à travers un service client efficace capable de conseiller les personnes frileuses, mais aussi sur le site à travers quelques mesures simples : mettre en place des CGV, une Foire aux Questions, mettre des messages de réassurance sur les garanties proposées par le site (ex: politique de retour, de remboursement), mettre en avant le fait que le paiement soit sécurisé... Campagnes marketing et communication qui vont donner confiance au site.

- Le bouche à oreille reste le meilleur moyen pour instaurer confiance en quelque chose.

### **Après toutes ses discussions, deux points en sont ressortis :**

- Beaucoup n'ont pas confiance aux sites internet pour des raisons de pérennité. Certains témoignent en affirmant que la question "comment je peux savoir que tu seras encore là demain?" leur est souvent posée.

- La confiance envers ses clients c'est bien, la confiance envers ses fournisseurs c'est encore mieux ! Un fournisseur ne se trouve pas à tous les coins de rue et si un fournisseur à une mauvaise appréciation de vous, cela pourra avoir un impact sur vos relations avec d'autres fournisseurs. Un client peut être remplacé par un autre.

En conclusion développer la confiance envers les sites e-commerce en Afrique passe par en premier lieu par une démocratisation de l'outil informatique et d'internet, une adaptation du e-commerce au niveau local (présence locale, adopter les habitudes locales), éduquer le client dans l'optique de le rassurer sur ce "nouveau" mode de consommation.

Une étude de l'impact d'internet en Afrique

[http://www.impactoftheinternet.com/pdf/Dalberg\\_Impact\\_of\\_Internet\\_Africa\\_Full\\_Report\\_April2013\\_vENG\\_Final.pdf](http://www.impactoftheinternet.com/pdf/Dalberg_Impact_of_Internet_Africa_Full_Report_April2013_vENG_Final.pdf)

Nous tenons encore à remercier tous les participants de cette édition AperotIC pour leur présence et pour les moments d'échanges partagés!

Nous espérons vivement qu'ensemble au fil de ces aperotIC, des discussions et échanges, nous arriverons à construire quelque chose de concret, à mettre en place des projets, à mutualiser nos compétences et expériences et à participer à mettre en avant les valeurs, le potentiel, les vraies capacités de nos pays, notre continent.

A très vite lors de notre prochaine édition pour partager une vraie expérience !

Le site des Aperotic

<http://aperotic.afreecatic.org/>

Notre blog

<http://www.techofafrica.com/>