

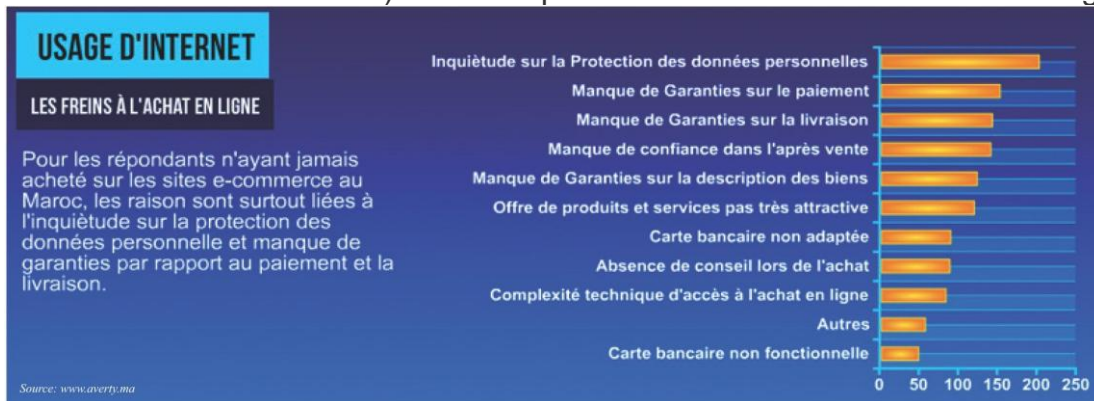
E-commerce au Maroc : Plusieurs verrous à faire sauter



Le e-commerce selon les derniers chiffres est en bonne croissance. Il se dit que de belles perspectives l'attendent. Mais, loin de tout optimisme béat, l'achat en ligne au Maroc est encore à ses balbutiements, au regard des statistiques du secteur comparées avec d'autres pays bien en avance. Les obstacles sont encore légion pour pouvoir parler d'un réel achat en ligne dans notre pays. Pourquoi ? Eclaircissements...

Avec la vente de 120.000 ordinateurs par an en moyenne, un marché potentiel de 14 millions d'internautes, 8 millions de porteurs de cartes bancaires et un chiffre d'affaires prévisionnel à fin 2011 de plus de 500 millions DH pour les transactions en ligne, le web marocain est devenu un espace de commerce potentiel non négligeable. De fait, un intéressant virage pour le e-commerce est engagé. Dans ce registre, deux entités concernées par le commerce en ligne viennent de publier des chiffres assez encourageants sur l'évolution du secteur: Maroc Télécommerce et le Centre Monétique Interbancaire. En effet, Maroc Télécommerce qui référence plus de 200 sites actifs sur la toile dans le domaine de l'achat en ligne vient de publier des statistiques qui indiquent que le montant total des transactions effectuées durant l'année 2011 a atteint près de 61,5 millions de dollars (513 millions de DH). Selon la même source ces transactions se sont élevées à plus de 714 000 auprès des e-marchands affiliés à Maroc Télécommerce. De fait, le e-commerce marocain enregistre une croissance à deux chiffres, comparaison faite avec l'exercice

précédent (2010); soit une augmentation de 72% au niveau du Chiffres d'affaires (35 millions de dollars en 2010) et 116% quant au nombre des transactions en ligne.



Les activités pour lesquelles le paiement en ligne est le plus utilisé, selon les chiffres publiés, sont les paiements des créances telles que les factures de téléphone, d'eau et d'électricité qui s'adjugent 315 000 transactions; soit une part de 44%. Vient ensuite le shopping avec 31% des transactions, suivi par les voyages et les événements avec 18% des transactions. Même les services de l'administration publique sont de mise sous la désignation plus commune d'e-gov. Ces services s'attribuent 50 000 transactions, soit une part de 7% de l'ensemble des transactions. Autre preuve du succès de l'e-commerce, la progression du nombre de contrats des enseignes proposant l'achat ou le paiement en ligne. Ce nombre est passé de 140 au terme de l'année 2010 à 300, un an plus tard. Et rien ne semble prêt de ralentir cette progression du e-commerce au Maroc. Les prévisions seront à la hausse pour un bon moment encore.

E-commerce VS paiement en ligne

Toute transaction effectuée en ligne ne relève pas forcément du e-commerce. Or, il est étonnant de voir que les statistiques en question mettent dans le même panier des activités de paiement en ligne (telles les factures téléphoniques, d'eau et électricité) et celles liées au vrai e-shopping. Les 315 000 transactions (44%) doivent donc ne pas nous induire en erreur. Faites le calcul vous-mêmes et vous verrez que le e-commerce est loin d'avoir atteint les chiffres avancés. Il en est de même pour les 50 000 transactions (7%) concernant les services publics.

Certes, l'habitude de payer ses factures en ligne peut booster le e-commerce, mais ce genre d'activité n'est aucunement un acte d'achat qui, lui, est au cœur de toute définition du e-commerce qui se respecte.

Cet amalgame entre le paiement en ligne et le e-commerce vient du fait que l'on focalise davantage sur les rentrées en ligne que sur ce dont bénéficie le consommateur.

Ce flou dans les statistiques est encore plus pesant quand on sait qu'au niveau de la toile, il existe bel et bien une activité informelle dont on ne connaît pas le chiffre d'affaires. Pensez aux différentes pages Facebook mise en place par des milliers d'individus qui vous proposent des produits allant de l'habillement jusqu'aux séjours touristiques et autre voyage. Sauf que dans ce cas de figure, le paiement ne se fait

pas en ligne, mais à la livraison ou une fois sur place. Un mode de paiement que choisissent d'autres entreprises, qui elles, ne sont pas du tout informelles, mais qui ne sont pas affiliés à Maroc télécommerce ou ne disposent pas de plateforme dédiée de paiement en ligne: le contre remboursement. Il y a donc un chiffre d'affaires non calculé, mais qui est bien réalisé sur Internet.

Relation corollaire entre le e-commerce et le paiement par carte bancaire (CB), ce dernier enregistre des chiffres encourageant pour l'exercice 2011, selon les statistiques avancées par le Centre Monétique Interbancaire. En effet, «Les commerçants affiliés au CMI ont enregistré, au courant de l'année 2011: 15,8 millions d'opérations de paiement, par cartes bancaires marocaines et étrangères, pour un montant global de 13,1 milliards de DH, en progression de 10,3% par rapport à l'année précédente.

Par ailleurs, durant l'année 2011, les cartes marocaines à validité internationale ont réalisé 272 milles opérations à l'étranger, retraits et paiements, pour un montant global de 534,2 millions de DH, en progression de 30,8% par rapport à l'année précédente.

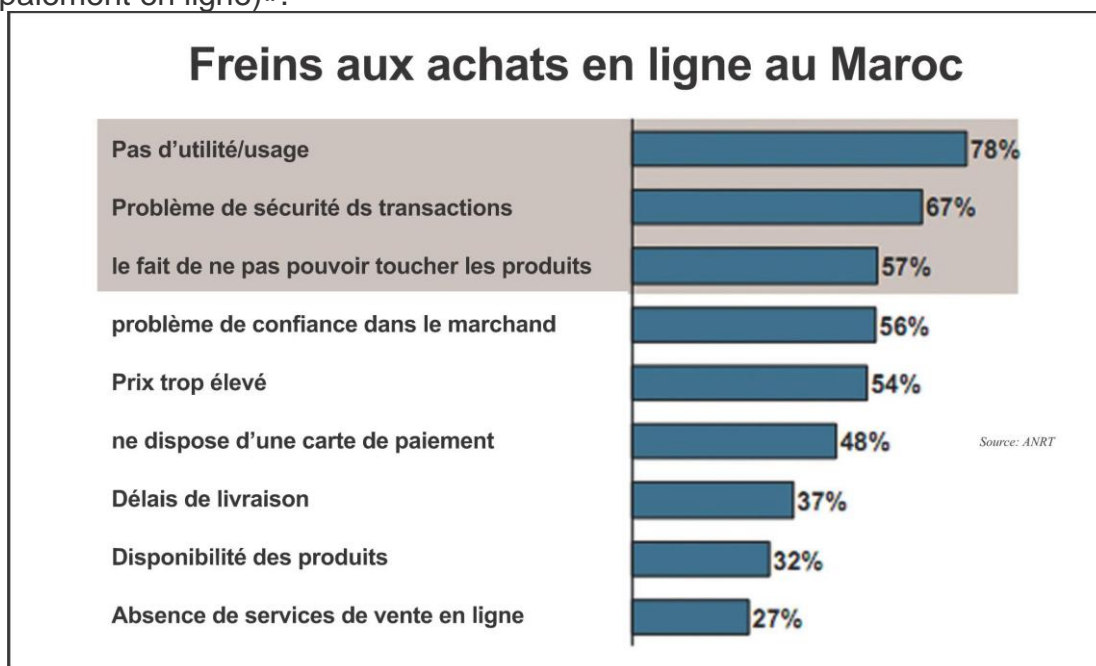
Le paiement en ligne via cartes bancaires auprès des sites marchands affiliés au CMI a connu une progression de 72% en passant de 295,1 MDH durant l'année 2010 à 507,4 MDH durant l'année 2011. L'activité par cartes marocaines a évolué de 75,4% tandis que l'activité par cartes étrangères a progressé de 19,2% durant cette même période. Le nombre de transactions e-commerce est passé de 295 milles à 670 milles opérations (multiplié par 2,3). Ce nombre constitue une progression de 116% par rapport à 2010. La part des secteurs d'activités en nombre de transactions est répartie comme suit : Shopping (31%), Paiement de créances (de 44%), Voyages et événements (18%), e-gov (7%). Le panier moyen s'établit pour sa part à environ 750 DH pour les paiements par carte bancaire, en baisse de 20% par rapport au 2010 (900 DH). Cette baisse est justifiée par le développement des transactions dans les secteurs d'activités autres que le voyage dont le panier moyen est situé à environ 1500 DH et portant sur des produits et des services de plus en plus variés portant sur un panier moyen de 300 DH. L'offre continue de croître: 300 contrats signés à fin 2011 contre 140 à fin 2010. L'arrivée de nouveaux sites continue d'alimenter le dynamisme des ventes en ligne. L'offre en ligne est de plus en plus riche et le nombre de site actifs a dépassé 200.



Ces chiffres encourageants relatifs aux transactions en ligne ne doivent pas être l'arbre qui cache la forêt. En effet, sur 8 millions de cartes circulant sur le marché, le recours au paiement en ligne par le consommateur marocain reste encore timide. Plusieurs raisons sont à prendre en considération: l'informatisation des foyers laisse encore à désirer; la pénétration d'internet n'a pas encore atteint sa vitesse de croisière, surtout au niveau de l'ADSL. Les banques, de leur côté, ne sensibilisent pas encore assez leurs clients aux opportunités que peut leur offrir la détention d'une carte bancaire pour effectuer des achats en ligne. Pire encore, même le paiement par CB auprès des commerçants n'est pas encore à son apogée. Ce qui a poussé le CMI à encourager l'usage de la carte bancaire en proposant aux bancarisés ayant effectué des achats par CB de pouvoir profiter d'une réduction de 10% sur le montant à débiter.

Des obstacles à gogo

«En dépit des efforts importants déployés par les acteurs privés et publiques pour le développement de ce secteur, plusieurs contraintes restent à lever définitivement pour permettre au e-Commerce de jouer son vrai rôle de levier pour le développement de l'économie nationale et l'amélioration de la vie du citoyen», reconnaît Maroc Telecommerce. Ces obstacles, selon Maroc Telecommerce, se résument en quelques points qui se présentent comme suit : «le manque de mécanismes d'appui aux porteurs de projets e-commerce pour la mise en place et la promotion de leurs sites marchands ; le manque de projets d'envergures; l'adaptation des services de paiement à la demande du Marché et aux contraintes des e-marchands ; la limitation de l'offre actuelle au B2C, principalement, et enfin les contraintes bloquant le développement accéléré de l'usage (achat avec ou sans paiement en ligne)».



La confiance avant toute chose

Averty.ma a effectué une enquête auprès d'un échantillon de plus de 1000 internautes pour mettre sous la lumière l'état des lieux du e-commerce au Maroc ainsi que les obstacles qui le plombent encore. La méfiance à l'égard du paiement en ligne reste la principale raison qui empêche les internautes à effectuer des achats en ligne. 47,9% d'entre eux affirment rester méfiants et 6,8% ne font pas du tout confiance. 31% sont confiants alors que 13,6% du panel font une entière confiance aux sites e-marchands marocains.

Concernant les raisons qui empêchent les internautes à effectuer des achats en ligne, hormis l'aspect de la confiance qui vient en tête du peloton, d'autres raisons s'ajoutent pour plomber encore l'envol de l'achat en ligne. Vient d'abord l'inquiétude sur la protection des données personnelles (16,2%), suivie du manque de garantie sur le paiement (12,2%), puis celle liée à la livraison (11,4%) et le manque de confiance dans le service après-vente chez les sites e-marchands (11,2%). D'autres obstacles, certes minimes, mais néanmoins réels, ont été avancés par les personnes qui ont participé à l'enquête: manques de garanties sur la description des biens (9,9%) l'offre des produits et services non attractive (9,6%); carte bancaire non adaptée ; absence de conseil lors de l'achat ainsi que la complexité technique d'accès à l'achat en ligne.

L'ANRT avait elle aussi réalisé une enquête qui a fait ressortir quelques obstacles que voici : pas d'utilité/usage (78%); problème de sécurité de transactions (67%); le fait de ne pas pouvoir toucher les produits (57%) ; le problème de confiance dans le e-marchand (56%); le prix trop élevé ((54%) et le délai de livraison (37%).

Quelles solutions adopter ?

Pour résoudre le principal obstacle lié à la confiance, un cadre juridique idoine, propice et propre au e-commerce doit être de mise. En effet, le secteur est jusqu'à présent régit par la loi n° 53-05 relative à l'échange électronique de données juridiques, promulguée le 30 novembre 2007. La sécurité des transactions est, elle aussi pointée du doigt, mais il faut avouer que le consommateur reste peu informé sur ce registre, puisque concernant les sites affiliés à Maroc Telecommerce ou au CMI, ils jouissent d'une sécurité au niveau des transactions en ligne dont on ne peut douter. Dans ce registre, Maroc Telecommerce nous apporte des éclaircissements forts intéressants. «En plus des efforts fournis par le CMI et les banques marocaines pour le développement de l'usage de la carte d'une manière général, des actions de promotions spécifiques au paiement en ligne sont envisagées en 2012 et un nouveau concept de sécurisation 3D-Secure ou assimilé sera lancé en 2012 par des banques marocaines. Il permet au client de contrôler l'usage de sa carte de paiement sur internet par des codes confidentiels supplémentaires et qu'il est le seul à connaître. En plus de son apport en termes de sécurité pour le client, ce concept a à un apport réglementaire permettant de garantir le marchand en cas fraude. Ce concept lancé il y quelques années seulement dans le monde a été généralisé assez rapidement dans plusieurs pays dont l'Europe ou le marché du E-commerce est estimé à plus de 180 Milliards d'euros et plus de 141 millions de cyberacheteurs actifs. A noter que la plate-forme Maroc Telecommerce a été certifié 3D-secure en

2007 et acceptait toutes les cartes internationales dotées de ce mécanisme depuis cette date. L'adoption de ce concept très complexe et coûteux par les banques marocaines, quelques années seulement après les banques européennes et pour un marché très restreint et très faible en termes de cartes et de volumes, est une décision courageuse, très appréciée par les acteurs concernés par ce business vu son impact très positive».

LE E-COMMERCE AU MAROC EN 2011

"Les résultats de l'enquête Averty sur le E-commerce au Maroc (Septembre 2011). Une enquête menée auprès de 1018 personnes dont l'objectif est de présenter aux e-marchands et nouveaux porteurs de projets de vente en ligne un état des lieux sur l'usage d'internet et le comportement d'achat des internautes marocains pour leur apporter une meilleure offre."

Evolution du E-commerce au Maroc depuis premier trimestre 2010

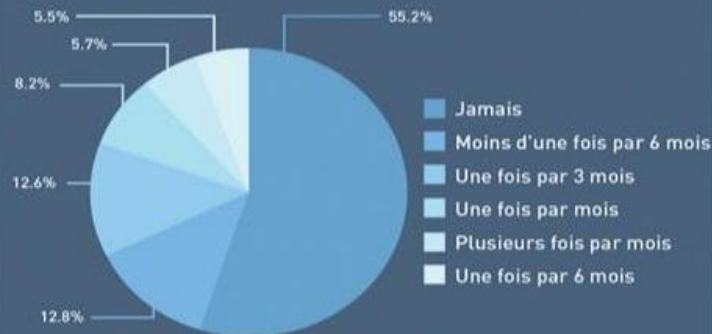


0 1 0 1 8

LE NOMBRE TOTAL DES PARTICIPANTS À L'ENQUÊTE



1 A quelle fréquence moyenne faites-vous des achats (autres que le paiement des factures) sur les sites e-commerce au Maroc ?



2 Les raisons qui vous motivent à acheter sur internet ?



Par ailleurs, hormis cet aspect sécuritaire qui s'avère un vrai obstacle psychologique auprès du consommateur, il ne faut pas oublier que le e-commerce ne peut connaître son véritable envol que s'il est porté essentiellement là le e-business BtoB, surtout au niveau des PME PMI. Or, dans un pays où le tissu économique est composé de plus de 80% d'entreprises de petites et moyennes tailles, il est étonnant de constater que le e-commerce BtoB est presque pas au stade embryonnaire, oserons-nous dire. Cette limitation du e-commerce au BtoC, «ne permet pas au marché marocain de tirer profit de ce levier dans les échanges B2B qui sont plus importants que le B2C en termes de volumes et impact économique», reconnaît Maroc Telecommerce. Et si le BtoC est le plus répandu, cela n'empêche pas de constater que les entreprises qui s'y activent sont gérées par de jeunes entrepreneurs «ou de sociétés IT qui manquent de moyens, d'expérience en commerce et marketing ou de crédibilité sur le marché. Aussi, pour tirer ce marché vers le haut et dépasser le stade de projets de pépinières, 2012 doit connaître l'implication de grandes entreprises et enseignes commerciales».

Bref, «le nombre et les possibilités de choix restent encore très limités en comparaison avec le potentiel commercial du marché local et en comparaison avec des pays équivalents au Maroc au niveau social et économique. La présence des marchands marocains sur le marché international reste également très timide et pénalisent lourdement la compétitivité des entreprises marocaines».

Fatourati bientôt opérationnel

Maroc Telecommerce prépare le lancement d'une nouvelle plate-forme de paiement Multi canal baptisé Fatourati qui constituerait une révolution dans le domaine du paiement au Maroc (cf.: www.fatourati.ma). Cette plate-forme opérationnelle est le fruit de 2 ans de travail. Elle permettra à partir de début 2012, aux entreprises privées et publiques marocaines d'avoir accès d'une manière optimale à une dizaine de canaux (GAB, le mobile, les agences et Internet) et moyens de paiement (cash, carte, virement et prélèvement, m-paiement) opérés par plusieurs institutions financières de références. Ce concept permet de répondre à des exigences complexes et multiples à la fois des fournisseurs du service de paiement (entreprise ou administration) et à leurs clients (particuliers et entreprises).

L'Europe progresse

Au cours des quatre dernières années, le e-commerce sur le vieux continent a connu une croissance plus forte qu'aux Etats-Unis, une tendance qui devrait se confirmer en 2012, selon une étude réalisée par le Centre for Retail Research pour le comparateur en ligne Kelkoo. Outre-Atlantique, le shopping en ligne devrait ainsi progresser de seulement 12% à 224 milliards de dollars, tandis qu'il atteindra 208,5 milliards de dollars en Europe, en augmentation de 16 % par rapport à 2011. La France (+22%) et la Pologne (+24%) enregistreront les plus fortes progressions.