

**LE PRESIDENT DU FASO,
PRESIDENT DU CONSEIL DES MINISTRES,**

*Visa CF n° 0567
09/09/2013 RW*

- VU la Constitution ;
- VU le décret n° 2012-1038/PRES du 31 décembre 2012 portant nomination du Premier Ministre ;
- VU le décret n°2013-002/PRES/PM du 02 janvier 2013 portant composition du Gouvernement ;
- VU la loi n° 15/94 du 5 mai 1994 portant Organisation de la concurrence au Burkina Faso ;
- VU la loi n° 033-2001/AN du 04 décembre 2001 portant modification de la loi n° 15/94/ADP du 5 mai 1994 portant organisation de la concurrence au Burkina Faso ;
- VU loi n° 061-2008/AN du 27 novembre 2008 portant réglementation générale des réseaux et services de communications électroniques au Burkina Faso ;
- VU la loi n° 045-2009/AN du 10 novembre 2009 portant réglementation des services et des transactions électroniques au Burkina Faso ;
- VU le décret n° 2004-485/PRES/PM du 10 novembre 2004 portant adoption de la stratégie d'opérationnalisation du plan de développement de l'infrastructure nationale d'information et de communication ;
- VU le décret n°2013-104/PRES/PM/SGGCM du 07 mars 2013 portant attributions des membres du Gouvernement ;
- Sur rapport du Ministre du Développement de l'Economie Numérique et des Postes ;
- Le Conseil des Ministres entendu en sa séance du 26 juin 2013 ;

DECRETE

ARTICLE 1 : Est adoptée la Cyberstratégie sectorielle e-Commerce dont le document est joint en annexe au présent décret.

ARTICLE 2 : Le Ministre du Développement de l'Economie Numérique et des Postes, le Ministre de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat et le Ministre de l'Economie et des Finances sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret qui sera publié au Journal Officiel du Faso.

Ouagadougou, le 13 septembre 2013

Le Premier Ministre



Beyon Luc Adolphe TIAO

Le Ministre de l'Industrie, du Commerce
et de l'Artisanat

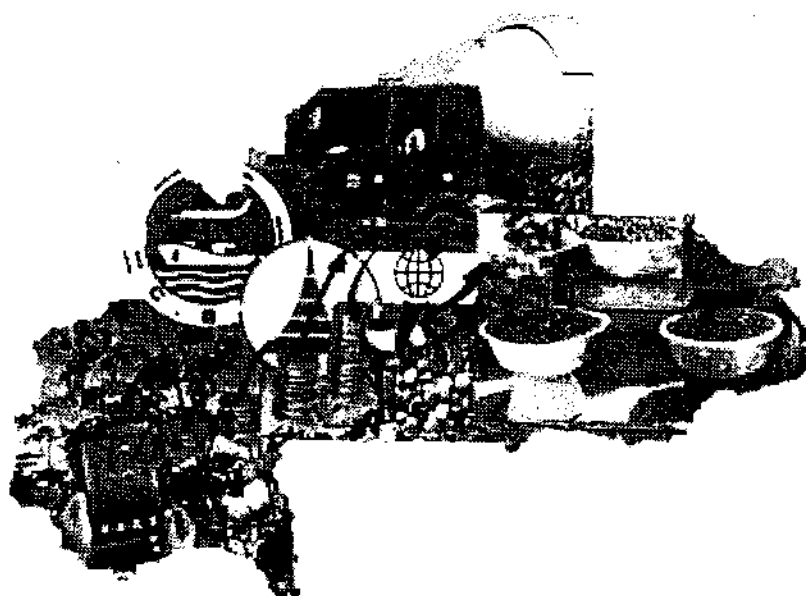
Le Ministre du Développement de
l'Economie Numérique et des Postes

Patiendé Arthur KAFANDO

Jean KOULIDIATI

Le Ministre de l'Economie et
des Finances

Lucien Marie Noël BEMBAMBA



Cyberstratégie sectorielle e-Commerce

Elaborée avec le concours de la CEA



Janvier 2013

Préface de S.E.M. le Premier Ministre

Le Burkina Faso, pays carrefour au cœur de l'Afrique occidentale, a choisi, dans un contexte de mutations économiques majeures, de faire de la promotion des échanges commerciaux, un des instruments majeurs de son développement.

Avec l'avènement des technologies de l'information et de la communication, l'activité du commerce connaît un tournant décisif grâce à des applications de plus en plus sophistiquées, qui sont porteuses d'opportunités de développement.

En effet, il est désormais admis par tous que les TIC peuvent contribuer à la croissance économique d'un pays, notamment, en :

- augmentant la productivité dans tous les secteurs ;
- favorisant l'expansion du marché au-delà des frontières pour bénéficier des économies d'échelle ;
- abaissant les coûts et développant des produits ainsi que des services nouveaux ;
- donnant accès à la recherche ;
- contribuant à une meilleure gouvernance, condition essentielle à la croissance, par le biais d'une participation, d'une responsabilité et d'une transparence plus accrues.

Les économies des pays en développement peuvent grandement bénéficier de l'introduction des TIC. Elles permettent aux entreprises d'être plus réactives face aux évolutions du marché et d'améliorer l'efficacité de leur fonctionnement. Dans les pays les moins avancés, l'impact économique des TIC sur des entreprises souvent de petite dimension est loin d'être négligeable et peut être fort lorsque les TIC aident à introduire une démarche d'innovation, même modeste.

Dans un contexte de libéralisation des échanges, les TIC peuvent, en favorisant les gains de productivité, permettre aux entreprises burkinabé de jouer le jeu de la concurrence internationale à armes moins inégales. L'enjeu est de s'adapter aux mutations économiques profondes liées à la généralisation des TIC et de saisir les nouvelles opportunités qu'offre la société de l'information.

Conscient de cela, notre pays, dans le cadre de la mise en œuvre de sa cyberstratégie nationale, a élaboré une cyberstratégie sectorielle e-Commerce afin d'améliorer, grâce aux TIC, la compétitivité de l'économie nationale et favoriser son insertion dans l'économie régionale et mondiale.

La vision définie: « **Des services commerciaux modernes, fluides et ouverts sur le monde pour une économie compétitive et performante grâce aux TIC** » est appuyée par un plan d'actions cohérent, réaliste et réalisable. Cinq axes stratégiques ont été dégagés :

1. la création d'un environnement propice à l'essor du e-commerce;
2. le renforcement des capacités des acteurs du e-commerce en TIC;
3. la promotion des entreprises et des produits burkinabé sur le marché mondial;
4. l'amélioration de l'accès à l'information économique et aux opportunités d'affaires;
5. la réduction des délais et des coûts des transactions commerciales.

La généralisation de l'utilisation des TIC par les acteurs du commerce nécessite une approche participative. La concertation avec les différents acteurs du commerce, qu'ils représentent l'Administration, les partenaires au développement, les usagers ou les prestataires de services TIC, sera en effet un facteur déterminant de réussite.

Aussi, j'invite les responsables de départements ainsi que tous les partenaires faisant partie du secteur « e-Commerce » à prendre toutes les dispositions utiles pour réunir les conditions les meilleures afin de réussir la mise en œuvre des projets de cette cyberstratégie sectorielle pour un commerce bénéfique et plus profitable pour le Faso.

S.E.M Beyon Luc Adolphe TIAO

Premier Ministre, Chef du Gouvernement

SOMMAIRE

GLOSSAIRE	8
I. INTRODUCTION.....	13
I.1. LE CONTEXTE ET JUSTIFICATION	13
I.2. LE E-COMMERCE	14
I.3. LA DEMARCHE METHODOLOGIQUE.....	16
I.3.1. Les enquêtes et interviews.....	16
I.3.2. Les ateliers de restitution et de validation.....	17
I.3.3. L'atelier gouvernemental.....	17
II. VISION STRATEGIQUE ET MISSION	18
II.1. LA VISION.....	18
II.2. LA MISSION	18
II.3. LES BENEFICES POUR LE BURKINA FASO	19
III. ETAT DES LIEUX	22
III.1. SUR LE PLAN DE LA LEGISLATION.....	22
III.2. SUR LE PLAN INSTITUTIONNEL.....	23
III.3. SUR LE PLAN DE LA PENETRATION ET DE L'USAGE DES TIC	24
III.3.1. Les télécommunications	24
III.3.2. L'informatique et l'internet.....	26
III.4. LES PERCEPTIONS VIS-A-VIS DES TIC.....	32
III.5. L'ANALYSE SWOT	33
III.5.1. Les forces et les faiblesses	33
III.5.2. Les opportunités et les menaces.....	34
IV. OBJECTIFS STRATEGIQUES.....	36
IV.1. LA CREATION D'UN ENVIRONNEMENT PROPICE A L'ESSOR DU E-COMMERCE.....	37
IV.2. LE RENFORCEMENT DES CAPACITES DES ACTEURS DU E-COMMERCE EN TIC	38
IV.3. LA PROMOTION A L'ECHELLE MONDIALE DES ENTREPRISES ET DES PRODUITS BURKINABE	38
IV.4. L'AMELIORATION DE L'ACCES A L'INFORMATION ECONOMIQUE	39
IV.5. LA REDUCTION DES DELAIS ET DES COUTS DES TRANSACTIONS COMMERCIALES	39
V. RECOMMANDATIONS DE MISE EN ŒUVRE.....	40
V.1. LES INSTITUTIONS DE MISE EN ŒUVRE.....	40
1) Le Comité d'Orientation et de Pilotage de la Société de l'Information (COPSI).....	40
V.2. LA COMMUNICATION ET LA SENSIBILISATION.....	42
V.3. LE FINANCEMENT DE LA STRATEGIE	42
V.4. LES MESURES A PRENDRE	43
VI. PROGRAMMES ET PLANNING DES ACTIONS 2013-2017.....	44
VI.1 : PROGRAMME 1 : LA REGLEMENTATION DU E-COMMERCE	44
VI.2. PROGRAMME 2 : LE DEVELOPPEMENT DES INFRASTRUCTURES DE COMMUNICATION COMMERCIALE	45
VI.3. PROGRAMME 3 : LA SECURISATION DES TRANSACTIONS ELECTRONIQUES	46
PLANNING DES ACTIONS.....	48

VI.4. PROGRAMME 4 : LE RENFORCEMENT DES CAPACITES ET L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE	48
VI.5. PROGRAMME 5 : LE E-MARKETING.....	51
VI.6. PROGRAMME 6 : LA FACILITATION DES TRANSACTIONS COMMERCIALES	53
VI.7. LES PRINCIPES DIRECTEURS DE REALISATION DES PROJETS	55
VII. ANNEXESS	57
VII.1. LES FICHES DE PROJETS	57
VII.1.1. <i>Le centre de ressources technologiques.....</i>	<i>58</i>
VII.1.2. <i>Le centre de facilitation des opérations du commerce extérieur</i>	<i>59</i>
VII.1.3. <i>Le centre de ressources en sécurité des systèmes d'information.....</i>	<i>60</i>
VII.1.4. <i>La plate-forme informatique pour la CCI-BF.....</i>	<i>61</i>
VII.1.5. <i>La plateforme intégrée de gestion des sociétés d'Etat.....</i>	<i>62</i>
VII.1.6. <i>L'infrastructure à clé publique (PKI)</i>	<i>63</i>
VII.1.7. <i>La plateforme d'authentification électronique</i>	<i>64</i>
VII.1.8. <i>La plateforme de paiements électroniques.....</i>	<i>66</i>
VII.1.9. <i>Les paiements électroniques des impôts, taxes et services publics.....</i>	<i>67</i>
VII.1.10. <i>Le Business Gateway</i>	<i>68</i>
VII.1.11. <i>Le portail sur les entreprises burkinabé.....</i>	<i>69</i>
VII.1.12. <i>Le système d'information des valeurs boursières.....</i>	<i>70</i>
VII.1.13. <i>Le système d'information des opportunités d'affaires.....</i>	<i>71</i>
VII.1.14. <i>La plateforme intégrée des formalités de création d'entreprises et des actes de construire</i>	<i>72</i>
VII.1.15. <i>Le portail « Investir au Burkina ».....</i>	<i>73</i>
VII.1.16. <i>Le e-tourisme.....</i>	<i>74</i>
VII.1.17. <i>Le Salon Virtuel des Arts et de l'Artisanat</i>	<i>75</i>
VII.1.18. <i>Les Musées Virtuels</i>	<i>76</i>
VII.1.19. <i>Le Cadastre Minier</i>	<i>77</i>
VII.1.20. <i>Le Marché Virtuel</i>	<i>79</i>
VII.2. LES ENQUETES ET INTERVIEWS.....	81
VII.3. LES REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	84

SIGLES ET ABREVIATIONS

AMADE	: Accès aux Marchés de l'Aide publique au Développement
ARCE	: Autorité de Régulation des Communications Electroniques
ARCEP	: Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes
ARTEL	: Autorité de Régulation des Télécommunications
BDRS	: Base de Données à Référence Spatiale
BRVM	: Bourse Régionale des Valeurs Mobilières
CBC	: Conseil Burkinabé des Chargeurs
CCI-BF	: Chambre de Commerce et d'Industrie du Burkina Faso
CCVA	: Centre de Contrôle des Véhicules Automobiles
CDMA	: Code Division Multiple Access
CEDEAO	: Communauté Economique Des Etats de l'Afrique de l'Ouest
CEA	: Commission Economique pour l'Afrique
CEFORE	: Centre de FORMalités des Entreprises
CID	: Circuit Intégré de la Dépense
CIE	: Comptabilité Intégrée de l'Etat
CIL	: Commission de l'Informatique et des Libertés
CIR	: Circuit Intégré de la Recette
CSLP	: Cadre Stratégique de Lutte contre la Pauvreté
DELGI	: Délégation Générale à l'Informatique
DGACM	: Direction Générale de l'Aviation Civile et de la Météorologie
DGD	: Direction Générale des Douanes
DGI	: Direction Générale des Impôts
DGSI	: Direction Générale des Services Informatiques
DGTCP	: Direction Générale du Trésor et de la Comptabilité Publique
DGTTM	: Direction Générale des Transports Terrestre et Maritime
DHD	: Développement Humain Durable

DSL	: Digital Subscriber Line
EPE	: Etablissements Publics de l'Etat
ERP	: Enterprise Resource Planning
ESI	: Ecole Supérieure d'Informatique
FESPACO	: FESTival PAnafricain du Cinéma de Ouagadougou
GIM UEMOA	: Groupement Interbancaire Monétique de l'UEMOA
GIS	: Geographic Information System
IBAM	: Institut Burkinabé des Arts et Métiers
IFU	: Identifiant Financier Unique
IGB	: Institut Géographique du Burkina
INSD	: Institut National de la Statistique et de la Démographie
IP	: Internet Protocol
LS	: Ligne Spécialisée
MCPEA	: Ministère du Commerce, de la Promotion de l'Entreprise et de l'Artisanat
MCTC	: Ministère de la Culture, du Tourisme et de la Communication
MDENP	: Ministère du Développement de l'Economie Numérique et des Postes
MEBF	: Maison de l'Entreprise du Burkina Faso
MEF	: Ministère de l'Economie et des Finances
MESS	: Ministère des Enseignements Secondaire et Supérieur
MMCE	: Ministère des Mines, des Carrières et de l'Energie
MPTIC	: Ministère des Postes et des TIC
OMC	: Organisation Mondiale du Commerce
OMD	: Objectifs du Millénaire pour le Développement
ONAC	: Office NAational du Commerce extérieur
ONASER	: Office NAational de la SEcurité Routière
ONATEL	: Office National des TELécommunications
ONI	: Office National d'Identification
ONTB	: Office National du Tourisme Burkinabé

ONU	: Organisation des Nations Unies
PIB	: Produit Intérieur Brut
PIN	: Personal Identification Number
PKI	: Public Key Infrastructure
PME	: Petites et Moyennes Entreprises
PRGB	: Plan d'actions pour le Renforcement de la Gestion Budgétaire
RESINA	: RESeau Informatique National de l'Administration
SCADD	: Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable
SIAO	: Salon International de l'Artisanat de Ouagadougou
SIGASPE	: Système Intégré de la Gestion Administrative et Salariale du Personnel de l'Etat
SIMP	: Système d'information Intégré des Marchés Publics
SINTAX	: Système INTégré de TAXation
SMS	: Short Message Service
SMSI	: Sommet Mondial sur la Société de l'Information
SONABEL	: Société NAtionale Burkinabè d'ELectricité
SONABHY	: Société NAtionale Burkinabé d'HYdrocarbures
SONAPOST	: Société Nationale des POSTes
SYDONIA	: Système de gestion des opérations en douane
SWOT	: Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats
TELMOB	: Réseau de téléphonie mobile de l'ONATEL
TIC	: Technologies de l'Information et de la Communication
UA	: Union Africaine
UEMOA	: Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
UO	: Université de Ouagadougou
VIASCAN	: (Service de) Visualisation, Analyse Spatiale et de Cartographie Numérique

GLOSSAIRE

AUTHENTIFICATION : Procédure consistant à vérifier ou à valider l'identité d'une personne ou de toute autre entité, lors d'un échange électronique, pour contrôler l'accès à un réseau, à un système informatique ou à un logiciel. Une entité peut être une organisation, un dispositif, un document ou un message. L'authentification fait généralement appel à des techniques de cryptographie à clé publique. Elle implique que les utilisateurs confirment et valident leur identité par des moyens techniques, tels que la signature numérique, les certificats numériques, les identifiants et les mots de passe associés. Un identifiant peut être un nom d'utilisateur, un numéro d'identification ou tout autre élément d'identification (un numéro de permis, par exemple). L'authentification est utilisée, au début d'un échange, pour vérifier l'identité de l'utilisateur demandant accès. Au cours et à la fin de l'échange, l'authentification peut être redemandée pour vérifier à la fois l'intégrité du contenu et la validité de la signature d'un message reçu.

CRYPTAGE : La conversion de données en clair et lisibles en une forme appelée cryptogramme que des personnes réceptrices non autorisées ne peuvent pas comprendre. Le décryptage est le processus consistant à reconvertir dans leur forme originale les données cryptées de manière à les rendre intelligibles. Parmi les types de cryptage courants figure le cryptage symétrique et asymétrique (à clé publique).

CRYPTOGRAPHIE À CLE PUBLIQUE : Cryptographie dans laquelle on utilise une paire de clés asymétriques, une clé publique et la clé privée correspondante, pour crypter et décrypter les données. Dans un système cryptographique à clé publique, les utilisateurs possèdent deux clés relatives et complémentaires, l'une pouvant être révélée publiquement, l'autre devant rester secrète. La cryptographie asymétrique permet donc d'assurer que le message envoyé demeure confidentiel, et ce, sans être contraint d'utiliser une voie sûre afin de s'échanger auparavant des clés. La première clé demeure privée et secrète et n'est connue que par son détenteur. L'autre est publique et figure habituellement dans un répertoire électronique. Si l'on utilise la clé publique pour crypter un message, la clé privée permet alors de le décrypter. La cryptographie asymétrique permet également l'utilisation de la signature numérique qui permet de corroborer l'origine d'un message (on utilise la clé privée pour signer et la clé publique pour vérifier la signature).

CYBERCAFE : Établissement commercial permettant aux clients de se restaurer tout en ayant accès à un ordinateur connecté à Internet. L'acronyme anglais « CAFE » signifie « Communication Access For Everybody », ce qui se traduit en français par « accès à la communication pour tous ». Les services proposés dans les cybercafés varient. Certains établissements ne sont que des bars dotés de micro-ordinateurs, tandis que d'autres offrent une variété de services culturels reliés à la technologie d'Internet. Les cybercafés sont, comme les télécentres, des points d'accès partagés.

E-COMMERCE : Ensemble des activités commerciales effectuées par l'entremise des réseaux informatiques, tel le réseau Internet, incluant la promotion et la vente en ligne de produits et

services, la vente d'information, l'échange de correspondance électronique, etc. Le e-commerce inclut également le paiement par transfert électronique de fonds et par carte de crédit. Les termes *commerce en ligne*, *cybercommerce* et *commerce virtuel* se rapportent spécifiquement au réseau Internet, alors que le terme *commerce électronique* est un générique. Dans notre contexte, le e-commerce désigne également l'utilisation des TIC pour gérer l'ensemble des processus opérationnels et des processus métiers d'une entreprise.

E-GOUVERNANCE : Manière de diriger et d'administrer grâce à l'utilisation d'Internet et des TIC, d'améliorer l'efficacité et le contrôle dans la gestion, d'améliorer les services offerts au public, de développer la responsabilisation et la transparence dans les relations entre les citoyens, les entreprises et l'Administration. Au sens premier, *gouvernance* désigne la manière dont le pouvoir est exercé dans la gestion des ressources économiques et sociales d'un pays, en vue de son développement. Le terme *e-gouvernance* a un sens plus large que *e-gouvernement*. Alors que le gouvernement électronique fait référence à l'ensemble des services gouvernementaux accessibles aux citoyens par Internet, la gouvernance électronique suppose une extension aux services offerts par les entreprises et favorise une participation directe des clients dans certaines décisions afin de refléter leurs besoins réels.

ERP : Un ERP (Enterprise Ressource Planning) ou Progiciel de Gestion Intégré (PGI) est un logiciel qui permet de gérer l'ensemble des processus opérationnels d'une entreprise, en intégrant l'ensemble des fonctions de cette dernière comme la gestion des ressources humaines, la gestion comptable, la gestion financière, mais aussi la vente, la distribution, l'approvisionnement et le commerce électronique. Le principe fondateur d'un ERP est qu'il est construit de manière modulaire (modules indépendants entre eux) tout en partageant une base de données commune. Ainsi, on peut parler d'ERP lorsqu'on est en présence d'un système d'information composé de plusieurs applications partageant une seule et même base de données, par le biais d'un système automatisé prédéfini, et éventuellement paramétrable (un moteur de *workflow*).

INFRASTRUCTURE À CLE PUBLIQUE : Système de gestion des clés de cryptage et des certificats numériques utilisés pour sécuriser les transactions électroniques et les échanges d'information confidentiels effectués sur les réseaux comme Internet. Dans un système cryptographique à clé publique, les utilisateurs possèdent deux clés relatives et complémentaires, l'une pouvant être révélée publiquement (la clé publique), l'autre devant rester secrète et connue que par son détenteur (la clé privée). Cette paire de clés servira pour crypter et décrypter les données, mais aussi pour signer et vérifier la signature numérique. L'infrastructure à clé publique est conçue autour de trois acteurs : l'expéditeur d'un message (signé ou crypté), son destinataire et un tiers de confiance. Elle tente de répondre à quatre besoins de sécurité des échanges électroniques : l'authentification (garantir l'identité du signataire du message : l'expéditeur est bien celui qu'il prétend être), l'intégrité des données (garantir l'absence d'altération frauduleuse ou accidentelle de l'information : le message n'est pas modifié), la confidentialité (rendre la lecture de l'information inintelligible pour des tiers non autorisés : le message est crypté) et la non-répudiation (obtenir la preuve de l'émission ou de la réception d'une information : impossibilité de nier avoir signé ou reçu un message). Une

infrastructure à clé publique est un système reposant sur un ensemble de technologies, de normes et de politiques qui permettent d'assurer un environnement sécuritaire aux transactions électroniques.

INTERNET : Réseau informatique mondial constitué d'un ensemble de réseaux nationaux, régionaux et privés, qui sont reliés par le protocole de communication IP et qui coopèrent dans le but d'offrir une interface unique à leurs utilisateurs. Internet peut être considéré comme un support virtuel et non comme un support électronique. En effet, Internet n'est pas un support physique sur lequel sont stockées les données consultées, mais il rend accessible à l'internaute l'ensemble des données numériques stockées sur les serveurs qui sont reliés au réseau. Il a été construit à partir d'un projet de l'agence de recherche de l'armée américaine (DARPA). L'internationalisation d'Internet s'est faite peu à peu et elle se poursuit toujours. Le terme *Internet* a été formé à partir de l'anglais *INTER connected NETworks*, qui veut dire *réseaux interconnectés*. C'est donc un réseau de réseaux. *Net* est l'abréviation familière du mot *Internet*. Lorsque la bande passante est suffisante, Internet peut être utilisé comme support physique pour la téléphonie et pour la diffusion des émissions radio et télé.

INTRANET : Réseau informatique privé qui utilise les protocoles de communication et les technologies du réseau Internet. Pour assurer la sécurité des intranets lorsqu'ils sont reliés au réseau Internet, ils sont dotés d'un coupe-feu.

LOGICIEL LIBRE: Logiciel livré avec son code source pour qu'il puisse être copié, modifié et redistribué, évoluant ainsi de façon continue vers une version plus perfectionnée, dans un contexte de développement coopératif et communautaire. Malgré certaines similitudes, il ne faut pas confondre le logiciel libre avec le logiciel gratuit; même si à l'heure actuelle, la plupart des logiciels libres sont distribués gratuitement ou à un prix dérisoire. Linux (du nom de son premier concepteur, le Finlandais Linus Torvalds, et du système Unix qui est à son origine) et le serveur Web Apache sont deux exemples de logiciels libres. On emploie le terme *logiciel ouvert*, parce que le code source est rendu public.

OPEN SOURCE (LOGICIEL) : Voir « LOGICIEL LIBRE ».

PAIEMENT ELECTRONIQUE : Paiement sécurisé que l'on effectue par voie électronique en utilisant le réseau Internet ou tout autre réseau comme les réseaux des compagnies de téléphonie mobile, afin de régler ses achats de produits et de services. Pour pouvoir effectuer un paiement électronique, on doit d'abord avoir accès à un réseau et pouvoir utiliser un des différents systèmes de paiement électronique (carte de crédit, chèque électronique, porte-monnaie électronique, etc.).

PAIR-à- PAIR: voir PEER-TO-PEER.

PEER-TO-PEER : Peer-to-Peer ou P2P est un modèle d'échange d'information d'égal à égal entre des ordinateurs interconnectés par un réseau. Contrairement au modèle client-serveur où les serveurs fournissent les informations et les clients les consomment, dans le modèle P2P tout acteur joue à la fois le rôle de client et de serveur. Au-delà, le P2P désigne le modèle économique qui y est associé, qui permet une mise en commun à une vaste échelle de données et d'autres ressources du réseau, débouchant sur une réduction des coûts de communication et l'amélioration des performances. A l'origine, le P2P désigne une technologie d'échange de fichiers entre internautes, permettant à deux ordinateurs reliés à Internet de communiquer directement l'un avec l'autre sans passer par un serveur central. De ce fait, il a été popularisé par les systèmes de partage de fichiers tels que Napster, Emul, BitTorrent, etc.

SIGNATURE NUMERIQUE: Données sous forme électronique logiquement associées à un message et utilisées par une personne, ou pour le compte d'une personne, dans l'intention d'identifier cette personne. On emploie également le terme *signature électronique*.

TIC : Les Technologies de l'Information et de la Communication rassemblent l'ensemble des technologies du domaine de l'informatique, des télécommunications et du multimédia.

TIERS DE CONFIANCE: Un tiers de confiance est un organisme agissant dans le cadre d'une infrastructure à clé publique, se portant garant des transactions ou des échanges pour des parties entre lesquelles la confiance réciproque ne va pas forcément de soi. Il peut jouer les rôles suivants:

1. autorité de certification: définit une politique de gestion des certificats numériques et la fait appliquer;
2. autorité d'enregistrement: vérifie que le demandeur de certificat numérique est bien la personne qu'il prétend être, et ce conformément aux règles définies dans la politique de certification. Elle garantit la validité des informations contenues dans le certificat numérique;
3. opérateur de certification: assure la fourniture et la gestion des certificats numériques. Son rôle consiste à mettre en œuvre une plate-forme technique sécurisée, et ce dans le respect des exigences énoncées dans la politique de certification.

SITE PORTAIL : Site Web proposant, en plus d'un moteur de recherche, une foule d'informations et de services utiles et attrayants, qui est conçu pour guider les internautes et faciliter leur accès à l'information et aux services. Les portails peuvent proposer, par exemple, un service de courrier électronique, les actualités, la météo, les cotes de la Bourse, des liens sur des sites thématiques (ex. : cinéma, voyage, sport), des raccourcis pour des achats en ligne, etc. Il existe des portails généralistes et des portails thématiques (ex. : portail sur la photographie), dont certains sont personnalisables. Ainsi, un site portail mis en place par un gouvernement, peut constituer un point d'accès central aux renseignements et services gouvernementaux disponibles en ligne, ainsi qu'à l'ensemble des sites des ministères et organismes qui lui sont associés. Un portail gouvernemental offre un éventail de services informatifs et transactionnels, notamment sur des sujets touchant de près la vie des citoyens.

SITE WEB : Un site Web est un ensemble de pages web hyperliées entre elles et mises en ligne à une adresse Internet. On dit aussi site Internet, le Web reposant sur Internet. Les pages Web peuvent être consultées en suivant les hyperliens, et cette consultation s'appelle une « visite », car les hyperliens permettent de consulter toutes les pages du site sans le *quitter*. Pour créer un site Web, il faut: 1) élaborer la structure et le contenu des pages Web; 2) héberger le site sur un serveur Web permanent connecté à Internet; 3) réserver l'adresse Internet à laquelle le site sera accessible.

TECHNOLOGIES WEB 2.0 : Un site peut être considéré comme relevant d'une approche web 2.0 s'il utilise de manière privilégiée les techniques suivantes :

1. architectures REST ou services Web;
2. techniques d'interfaces riches telles que J2EE (JSF), .NET, AJAX;
3. JavaScript, CSS;
4. syndication et agrégation de contenu (RSS, Atom);
5. Etc.

TELECENTRE : Endroit où est regroupé tout l'équipement informatique nécessaire à la communication, à la formation, au télétravail, etc. En Afrique, les télécentres sont des entreprises privées qui sont créées dans les villes et villages pour offrir principalement un accès partagé au téléphone et accessoirement à Internet. Les télécentres communautaires polyvalents ont vocation à offrir une gamme plus variée de services, à favoriser la participation des utilisateurs, tant au niveau de la propriété, de la gestion et de l'exploitation qu'à celui de la définition des services à offrir.

WEB : Le « World Wide Web », littéralement la « toile (d'araignée) mondiale », communément appelé le *Web*, parfois la *Toile* ou le *WWW*, est un système permettant de mettre sur Internet des documents hypertextes liés entre eux et pouvant contenir du texte, des images, de la vidéo et d'autres formes de contenu multimédia. Ces documents, contenus dans des pages Web, peuvent ensuite être cherchés et consultés à l'aide d'un navigateur. Le Web est une des nombreuses applications d'Internet.

WEB 2.0 : L'expression « Web 2.0 » désigne l'ensemble des technologies et des usages Web permettant aux utilisateurs d'interagir de manière simple avec le contenu et la structure des pages et aussi entre eux. En particulier, le Web 2.0 désigne le Web transformé en plate-forme pour des applications en ligne, avec des interfaces riches permettant une interactivité forte comparable à celle qu'offrent les applications traditionnelles. C'est un Web participatif, social et d'intelligence collective. Le web 2.0 est défini par son *contenu*, l'évolution vers le web 2.0 n'a donc rien à voir avec l'évolution des standards de communication.

I. INTRODUCTION

I.1. Le contexte et justification

Le gouvernement du Burkina Faso est depuis plusieurs années persuadé que les conditions d'une croissance durable ne peuvent être créées qu'à travers une bonne gouvernance, un accroissement du revenu des populations notamment sa frange la plus pauvre, et une amélioration de la compétitivité des entreprises afin de garantir l'insertion de son économie dans l'économie sous-régionale et mondiale.

Le Burkina Faso ne pourra pas atteindre les objectifs fixés dans la Stratégie de Croissance Accélérée pour un Développement Durable (SCADD) et les Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) sans la création d'un ensemble de conditions objectives pouvant permettre un bond décisif dans le processus de développement économique.

Les progrès réalisés dans le domaine des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) ont permis une avancée sans précédent sur les questions de la communication, l'accès à l'information pour le développement, la gestion des entreprises, et sont de nos jours déterminants pour le développement économique d'un pays.

C'est ainsi que dans le CSLP, le Burkina Faso a adopté en 2004 une cyberstratégie nationale pour promouvoir les technologies de l'information et de la communication. Cette cyberstratégie a été élaborée avec la participation des parties prenantes que sont l'administration publique, le secteur privé, la société civile et les partenaires au développement. Elle est devenue le principal cadre de référence de la promotion de la société de l'information et à ce titre, le cadre d'orientation pour la prise en compte des technologies de l'information et de la communication dans les politiques et stratégies sectorielles de développement. Elle entend contribuer à l'édification d'une société moderne afin de (1) simplifier la vie des citoyens et des entreprises en leur offrant des services de meilleure qualité et d'accès plus facile, (2) renforcer ainsi leurs capacités, (3) accroître la compétitivité des entreprises, (4) améliorer la transparence, la bonne gouvernance et l'efficacité au sein des administrations publiques, y compris dans les collectivités territoriales.

Au regard du caractère transversal de la cyberstratégie nationale, sa mise en œuvre ne peut être envisagée efficacement que dans le cadre des politiques et stratégies sectorielles de développement, sur la base d'un mouvement d'ensemble, inclusif, cohérent et intégrateur. Pour ce faire, elle prévoit la réalisation de cyberstratégies spécifiques dans les cinq secteurs suivants :

- Le e-gouvernement ;
- La e-santé et protection sociale ;
- Les e-services pour le développement du monde rural ;
- La e-éducation ;
- Et le e-commerce.

Dans l'économie globale naissante, le e-commerce est devenu un composant essentiel de la stratégie des entreprises et des gouvernements, et un catalyseur du développement économique. L'intégration des TIC au commerce et à la gestion des entreprises a révolutionné les relations entre organisations, et entre les organisations et les consommateurs. Plus spécialement, l'utilisation des TIC a amélioré la productivité, réduit les coûts et les temps de transaction, encouragé la participation des citoyens et de la clientèle, amélioré la collaboration.

Avec le développement de l'Internet et du Web, la distinction entre les marchés traditionnels et le marché global est en train de disparaître. De même, les avantages que pouvait tirer une entreprise compte tenu de sa taille et de sa position géographique sont aussi en train de disparaître. Dans ce contexte de globalisation de l'information et de l'économie, l'enjeu principal est devenu le positionnement stratégique, la capacité d'une entreprise à déterminer les nouvelles opportunités et d'utiliser ses compétences et ses capacités humaines pour tirer profit de ces opportunités à travers une stratégie de e-commerce simple et pratique. Le e-commerce, couplé avec une stratégie et des politiques appropriées, permet aux petites et moyennes entreprises d'être compétitives par rapport aux grandes entreprises, et constitue ainsi un outil puissant pour la croissance économique des pays en développement. Cependant, ceci ne sera possible que s'il y a la volonté politique, une bonne gouvernance, un secteur privé motivé et supporteur d'une stratégie nationale.

I.2. Le e-commerce

Le e-commerce, ou commerce électronique, désigne un ensemble d'activités commerciales effectuées en utilisant des outils et un réseau informatique comme Internet, pour développer, promouvoir, vendre, payer et délivrer des biens et des services. Il concerne donc toute forme de transaction commerciale dans laquelle les participants interagissent électroniquement et non par contact physique ou direct. Le commerce électronique est souvent associé à la vente et à l'achat sur Internet ou toute transaction impliquant le transfert électronique de fonds ou les cartes bancaires. Les termes « commerce en ligne », « commerce virtuel » et « cybercommerce » se rapportent spécifiquement à l'utilisation du réseau Internet pour effectuer ce genre de transactions. Dans notre contexte, le e-commerce inclut aussi l'utilisation des technologies de l'information et de la communication pour améliorer le management des entreprises, les processus de traitement, la gestion clientèle, etc.

On distingue plusieurs formes de e-commerce :

Le commerce entre entreprises (B2B e-commerce) est le type de commerce effectué par les entreprises entre elles. Les transactions sont réalisées à travers des sites web où vendeurs et acheteurs interagissent ou par échange de documents électroniquement. Les applications dans ce

domaine sont la gestion des stocks et des chaînes d'approvisionnement (traitement des ordres d'achat, gestion du cycle commandes-livraisons-factures), gestion de la distribution (transmission des documents de livraison, informations sur les changements des conditions d'opération et de livraison), gestion des paiements (systèmes de paiements électroniques).

Le commerce entre les entreprises et les consommateurs (B2C e-commerce) est le commerce qui implique les informations et la promotion envers les clients, l'achat de biens physiques, de biens électroniques (logiciels, documents numériques, musique, vidéos, etc.) et la livraison électronique de biens par l'entremise de réseaux informatiques. Ainsi, la forme la plus répandue du e-commerce B2C est la vente en ligne et les informations en ligne comme les informations boursières, touristiques, de comparaison de prix de billets d'avion etc. Dans ce domaine, quelques sites sont récemment apparus au Burkina Faso : itconseil.com et ouagashop.com (vente en ligne), globalyare.com (information sur les appels d'offre en Afrique de l'Ouest), jobetudes.net (offres d'emploi et de formation).

Le commerce entre les entreprises et le gouvernement (B2G e-commerce) est effectué entre les entreprises et l'Administration publique. Il concerne l'utilisation de l'Internet pour la gestion des marchés publics, le paiement des taxes et impôts, le paiement et la livraison de documents divers, etc. Dans ce type de e-commerce, le secteur public joue donc un rôle de leader dans la réalisation du e-commerce, et c'est le gouvernement qui a le plus intérêt à rendre ses procédures plus efficaces. En effet, les systèmes de gestion en ligne améliorent la transparence, réduisent les risques d'irrégularité et contribuent à lutter contre la corruption.

Le commerce entre consommateurs (C2C e-commerce) est le commerce entre individus privés ou consommateurs. Il est caractérisé par l'essor des marchés électroniques et des ventes aux enchères en ligne. Ce type de e-commerce a trois (03) formes:

- Les ventes aux enchères facilitées par un site portail comme eBay, qui permet de faire les offres en ligne ;
- Les systèmes pair-à-pair (peer-to-peer), comme BitTorrent et autres systèmes d'échange de fichier et de monnaie électronique ;
- Les annonces classées.

Le commerce consommateurs-entreprises (C2B) concerne les ventes aux enchères inverses, où le consommateur est le leader et dirige les transactions. Par exemple, un voyageur envoie une requête aux compagnies aériennes, demandant le meilleur coût pour aller d'une ville à une autre et reçoit des offres de ces compagnies.

Le commerce mobile (m-commerce) concerne la vente et le paiement de biens et services en utilisant les technologies de communication sans fil, comme les téléphones portables. La livraison de biens en utilisant ces technologies étant très rapide, sécurisée et facilement extensible à beaucoup de

consommateurs, le m-commerce a le potentiel de surpasser le e-commerce utilisant les liaisons filaires. Ceci est encore plus vrai pour le Burkina Faso, où le nombre d'utilisateurs de téléphones mobiles dépasse de loin les utilisateurs d'Internet, et où la pénétration de cette utilisation est de loin la plus étendue sur l'ensemble du territoire comme le montre l'état des lieux.

I.3. La démarche méthodologique

Les principaux objectifs dévolus à l'étude pour l'élaboration de cette stratégie sont:

- De définir la vision du Burkina Faso en matière d'intégration et d'utilisation optimale des TIC dans le domaine du commerce et la conduite des affaires ;
- De faire ressortir les gains que la nation pourra tirer si elle assurait sa transition vers une telle vision et ce que cela pourrait lui coûter, afin de renforcer sa conviction sur un tel choix stratégique ;
- D'identifier les principaux obstacles et les principaux atouts pour la généralisation de l'utilisation des technologies de l'information et de la communication dans la perspective de cette transition ;
- De formuler des recommandations permettant de lever ces obstacles ;
- D'élaborer des programmes cohérents, réalistes et réalisables pour une transition progressive vers la vision définie.

La réalisation de l'étude sur l'élaboration de la cyberstratégie e-commerce a été menée selon une démarche participative, en impliquant les différents acteurs concernés. L'étude a comporté essentiellement trois phases :

-La réalisation des enquêtes de recueil d'opinions et de perceptions qui a permis de collecter des informations sur l'existant dans le domaine de la législation, des institutions, des infrastructures TIC et de l'usage qui en est fait, des forces, des faiblesses et des perceptions de la société burkinabè par rapport aux TIC ;

-La phase de définition de la vision et de formulation de la stratégie qui a permis d'une part, de définir le futur désiré du commerce au Burkina-Faso et d'autre part, de proposer une stratégie pour réaliser la vision.

- La définition d'un plan d'actions réalistes et réalisables pour une transition progressive vers la vision définie, et des fiches pour les projets majeurs.

I.3.1. Les enquêtes et interviews

La première phase des enquêtes a consisté à identifier les entités structurelles qui seront couvertes par l'étude. Les enquêtes ont été menées de janvier à avril 2008 à Ouagadougou et en octobre et novembre 2009 à Koudougou et à Dédougou. En plus des enquêtes, il s'est avéré nécessaire de faire des interviews auprès de certaines structures clés afin d'avoir leurs idées et avis sur la question. Ainsi

des rencontres ont été organisées avec les représentants de 18 structures du 28/01/2010 au 24/02/2010. Le détail des structures qui ont été sélectionnées pour les enquêtes et les interviews est donné en annexe.

I.3.2. Les ateliers de restitution et de validation

Cet atelier va réunir l'ensemble des acteurs du secteur du e-commerce afin de :

- Les sensibiliser et recueillir leurs avis et suggestions sur la cyberstratégie;
- Les mettre en confiance et les impliquer dans la réalisation de la stratégie.

I.3.3. L'atelier gouvernemental

L'objectif de cet atelier est de sensibiliser les membres du Gouvernement directement concernés par la stratégie e-commerce. En particulier, il faut parvenir à les mobiliser en faveur de la création des instances de mise en œuvre que sont le comité de pilotage sectoriel et le secrétariat permanent.

II. VISION STRATEGIQUE ET MISSION

II.1. La vision

La vision du Burkina Faso pour utiliser les TIC dans le secteur du commerce est définie comme suit: « **DES SERVICES COMMERCIAUX MODERNES, FLUIDES ET OUVERTS SUR LE MONDE POUR UNE ECONOMIE COMPETITIVE ET PERFORMANTE GRACE AUX TIC** ».

La formulation de cette vision s'appuie sur la vision du Burkina Faso en matière de développement et de gouvernance formulée dans l'étude nationale prospective « Burkina 2025 » et sur les objectifs annoncés de la Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable (SCADD). Dans l'étude « Burkina 2025 », le Gouvernement a formulé un projet de société et une vision à l'horizon d'une génération, en vue d'améliorer la gouvernance politique, économique et administrative, et d'assurer un environnement approprié à la lutte contre la pauvreté et au renforcement du Développement Humain Durable (DHD). L'étude a retenu que le secteur des services est un levier important et un catalyseur pour l'atteinte des objectifs du CSLP et des OMD.

La vision du Burkina Faso en matière de e-commerce est d'utiliser les technologies de l'information et de la communication pour créer des services de qualité, modernes et ouverts sur le monde afin d'améliorer le climat des affaires, la performance et la compétitivité des entreprises pour un développement accéléré et durable.

II.2. La mission

Pour atteindre la vision du Burkina Faso en matière de e-commerce définie ci-dessus, la mission principale est de réaliser une économie moderne et compétitive en utilisant les TIC pour moderniser les services et la gouvernance des entreprises. L'accomplissement de cette mission passe par la réalisation des missions spécifiques suivantes:

- Mettre en confiance les citoyens, les entreprises et l'Administration publique afin qu'ils acceptent effectuer des transactions électroniques de manière libre et sécurisée. Il faudra prendre les mesures à même de gagner cette confiance, en éliminant les barrières, en garantissant la transparence des transactions et en ayant un mécanisme de résolution prompt des litiges ;
- Développer les capacités des entreprises afin qu'elles aient les moyens d'utiliser les TIC comme un élément fondamental de gestion, comme un levier pour accroître leur performance et leur compétitivité, et qu'elles les utilisent effectivement dans la conduite de leurs affaires ;
- Entreprendre des réformes pour diversifier et rendre efficaces la structure économique et la protection de la propriété intellectuelle, notamment en favorisant le développement des e-emplois, basé sur une compétition libre et disciplinée. Comme le e-commerce concerne aussi

les transactions internationales, il est important d'ériger des règles qui sont en accord avec celles des autres nations afin que les consommateurs et entreprises burkinabé ne soient pas désavantagés ;

- Développer des infrastructures de communication et des accès à l'Internet fiables, rapides et pas chers ;
- Développer des services en ligne innovants et faciles à utiliser, faisant en particulier appel aux technologies convergentes que sont le Web 2.0, les systèmes d'information géographique et la téléphonie mobile.

II.3. Les bénéfices pour le Burkina Faso

Au cours de la décennie écoulée, les efforts du Burkina Faso ont porté sur la réduction de la pauvreté, à travers l'élaboration et la mise en œuvre du CSLP. Cependant, en dépit des progrès économiques réalisés, l'indicateur de la pauvreté humaine a continué à s'aggraver, passant de 58,6% en 2001 à 64,2% en 2003, puis à 58,3% en 2004, pour connaître une baisse à 51,8% en 2007¹.

En ce qui concerne les échanges commerciaux avec l'extérieur, le tableau suivant donne un récapitulatif des valeurs des exportations et des importations du Burkina Faso pour la période allant de 2001 à 2007. En plus du faible volume de ces échanges, la balance commerciale a continué à se détériorer, passant de -278 058 000 000 FCFA en 2001 à -695 520 000 000 FCFA en 2007. En 2001, les exportations ont représenté 31,24% des importations contre 24,33% en 2007.

Tableau 1 : Volume des exportations et des importations en millions de FCFA

Année	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Exportations	126 327	118 033	182 467	206 594	175 038	221 040	223 690
Importations	404 385	402 225	446 777	534 552	619 214	819 030	919 210
Balance commerciale	-278058	-284192	-264310	-327958	-444176	-597990	-695520

Source : INSD

L'étude nationale prospective « Burkina 2025 », qui a permis de formuler la vision du Burkina Faso pour l'atteinte des objectifs du développement économique et humain, reconnaît que les technologies de l'information et de la communication constituent une opportunité pour le désenclavement, la promotion de la gouvernance politique, économique et administrative, et est une

¹ Source : INSD (Institut National de la Statistique et de la Démographie)

source de croissance et de compétitivité de l'économie. De même, cette étude a décelé que l'une des faiblesses au niveau sectoriel est que le bas niveau d'introduction des technologies de l'information et de la communication ne permet pas de profiter des opportunités offertes. C'est dans sa capacité à acquérir et à adapter les technologies que le Burkina Faso devra réussir le défi de sa percée vers le progrès.

Pour remédier au risque de marginaliser encore plus des pays les plus pauvres, et de les mettre à la marge d'une économie mondiale globalisante de plus en plus dépendante des TIC, il est urgent de passer à un environnement propice à un développement inclusif et durable. La vision du Burkina Faso en matière de e-commerce va lui permettre de s'insérer dans la société de l'information et de l'économie sous-régionale et mondiale plus rapidement, afin de bénéficier sans attendre des effets positifs de ces technologies.

De manière spécifique, la mise en œuvre de la stratégie e-commerce va permettre au Burkina Faso de :

- **Améliorer la productivité de l'économie:** un des facteurs de réussite du e-commerce est l'existence d'un intranet pour que les traitements soient effectués de manière efficiente. Le e-commerce améliore les processus de traitement dans les domaines suivants :
 1. Les processus de production, qui incluent l'approvisionnement et la gestion des stocks, le traitement des paiements, la collaboration et les liens avec les fournisseurs ;
 2. Les processus centrés sur les clients, qui incluent le marketing, la vente en ligne, le traitement des commandes et des encaissements, le support aux clients, etc. ;
 3. Les processus internes de gestion, qui incluent la formation des employés, le partage d'informations et la collaboration interne, la vidéoconférence, les recrutements.
- **Réduire les coûts et le temps des transactions et améliorer l'accès aux informations économiques :** Le e-commerce réduit le temps et les coûts de transaction et de recherche d'informations en améliorant l'accès à l'information. L'utilisation des TIC permettant de suivre l'évolution de la demande mondiale et des prix dans les marchés mondiaux, et d'orienter les agents économiques vers des créneaux porteurs.
- **Augmenter les opportunités d'accès aux marchés, améliorer la compétitivité et accroître les échanges commerciaux:** l'utilisation des technologies de l'information et de la communication dans les procédés de fabrication et de distribution est un facteur déterminant dans la compétitivité des entreprises. Le e-commerce permet aux Petites et Moyennes Entreprises (PME) d'atteindre un marché global, au même titre que les grandes entreprises et celles qui ont les moyens de mettre en place des réseaux de marketing et de vente à l'échelle mondiale. Il réduit ainsi les barrières de pénétration des marchés.
- **Améliorer le climat des affaires et des investissements :** l'établissement d'une infrastructure e-commerce aide à créer un environnement propice aux affaires, en améliorant les interactions et les interfaces entre le gouvernement et les entreprises et entre les entreprises elles-mêmes. En facilitant les transactions commerciales et financières, en éliminant les redondances dans les procédures et en se concentrant sur la livraison efficace

des services, le e-commerce crée un environnement des affaires favorable aux investissements.

- **Augmenter les recettes et fidéliser la clientèle:** en améliorant l'accès aux services et le confort dans le paiement des biens, des services, des taxes et des impôts, le e-commerce encourage les citoyens à s'intéresser et à contribuer au budget de l'Etat, et permet de fidéliser les clients des entreprises privées. En construisant la transparence, le e-commerce peut aider à lutter contre la corruption.
- **Diversifier les sources de croissance économique, créer des emplois et réduire la pauvreté :** avec la multiplicité des formes de contact (téléphone, e-mail, fax, chat,), les télé-services (centres d'appel, centres de contact) apportent de nouvelles voies de création d'emplois. Les télé-services gèrent certaines tâches pour les entreprises quelque soit leur position géographique pour commercialiser (prospection, vente par téléphone, sondage), informer (renseignements divers), supporter les clients (service après-vente, résolution de problèmes techniques). En outre, l'accès aux technologies ne signifie pas seulement leur acquisition, mais également leur maîtrise et leur appropriation par les Burkinabé qui pourront ainsi créer des entreprises locales en mesure de concevoir des solutions adaptées.

La mise en œuvre d'une stratégie e-commerce va aider le Burkina Faso à s'approprier les technologies de l'information et de la communication pour se mettre dans la voie du progrès et du développement économique. S'il n'arrivait pas à le faire, les conséquences pourraient être désastreuses:

- L'arriération technologique, les entreprises étant incapables de maîtriser les TIC et à les adapter pour en faire des outils de développement, avec pour corollaire la stagnation de l'économie et la fuite des cerveaux ;
- L'accroissement de la pauvreté parce que les entreprises ne sont pas assez performantes pour créer suffisamment de richesses permettant de satisfaire les besoins des citoyens ;
- La marginalisation économique due à l'incapacité à participer aux échanges commerciaux mondiaux et à s'insérer dans l'économie mondiale. L'incapacité à exporter liée à l'incapacité à produire va entraîner un déséquilibre trop important entre les importations et les exportations avec pour corollaire la sortie massive de devises pouvant entraîner un défaut de paiement et la déconnection de l'économie mondiale.

III. ETAT DES LIEUX

L'ambition du Burkina Faso dans le domaine du e-commerce, telle que reflétée par la vision définie plus haut, est de réaliser une économie performante et compétitive en utilisant les TIC pour moderniser les services, améliorer la gouvernance économique et la gestion des entreprises grâce à un secteur Commerce dominé et dynamisé par les transactions électroniques. La réalisation de cette ambition ne peut se faire sans une stratégie de mise en œuvre qui prend en compte l'état de préparation du pays dans les domaines suivants :

- L'existence de lois et de règlements dans le domaine de la protection des données personnelles, des transactions électroniques et de la sécurité pouvant mettre en confiance les individus, les entreprises et l'Administration ;
- L'existence d'institutions permettant de réguler et de stimuler le secteur par l'élaboration et la mise en œuvre de la réglementation et des politiques de promotion des technologies de l'information et de la communication;
- L'existence d'une infrastructure physique, d'applications et de services pouvant répondre aux besoins des utilisateurs dans le domaine du commerce et de la gestion des affaires;
- Les perceptions des citoyens vis-à-vis du e-commerce et des TIC de manière générale.

L'état des lieux présente l'existant dans chacun des domaines identifiés ci-dessus, afin de 1) faire une analyse et identifier les principaux obstacles et les principaux atouts pour la mise en œuvre de la stratégie e-commerce et 2) faire des recommandations permettant de lever les éventuels obstacles.

Des enquêtes de recueil d'informations, d'opinions et de perceptions ont été conduites au niveau central à Ouagadougou et dans deux autres provinces du Burkina. L'état des lieux est une synthèse des résultats de ces enquêtes et d'informations recueillies auprès d'institutions et d'entreprises pour compléter et mettre à jour les résultats de ces enquêtes.

III.1. Sur le plan de la législation

Sur le plan de l'existant en matière de lois et règlements nous pouvons citer :

- La loi n° 061-2008/AN du 27 novembre 2008 portant réglementation générale des réseaux et services de communications électroniques au Burkina Faso ;
- La loi n°045-2009/AN du 10 novembre 2009, portant réglementation des services et des transactions électroniques au Burkina Faso;
- La loi n° 51/98/AN du 4 décembre 1998, portant réforme du secteur des télécommunications au Burkina Faso, et qui a ouvert le secteur à la concurrence ;
- La loi 010-2004/AN du 20 Avril 2004 portant protection des données à caractère personnel ;
- La loi n°15/94 du 5 mai 1994 portant Organisation de la Concurrence au Burkina Faso ;
- La loi n°033-2001/AN portant modification de la loi n°15/94/ADP du 5 mai 1994 portant organisation de la concurrence au Burkina Faso ;

- L'avant-projet de loi rectificative de la loi sur la protection de la propriété littéraire et artistique pour prendre en compte les productions et diffusions liées aux technologies de l'information et de la communication ;
- Le projet de loi corrective de la loi relative à la protection des données à caractère personnel ;
- La relecture du code pénal et du code de procédure pénale permettant de lutter contre la cybercriminalité.

III.2. Sur le plan institutionnel

La politique gouvernementale en matière de technologies de l'information et de la communication est mise en œuvre par le Ministère des Postes et des Technologies de l'Information et de la Communication (MTPEN), créé en 2006 par la fusion de la Délégation Générale à l'Informatique et du Ministère des Postes et des Télécommunications. Il est chargé à ce titre, entre autres :

- De mettre en place et gérer les infrastructures de postes, les réseaux informatiques et de télécommunication pour l'Administration ;
- D'élaborer des normes et contrôler leur application ;
- de la promotion des technologies de l'information et de la communication ;
- De la tutelle technique des sites Web de l'Administration ;
- De la supervision et de la validation des schémas directeurs informatiques ;
- De la formation professionnelle du personnel chargé des postes et des TIC ;
- De la formation des agents de l'Administration en informatique.

Une Autorité de Régulation des Communications Electroniques (ARCE) a été créée en 2009 pour remplacer l'Autorité de Régulation des Télécommunications (ARTEL). Elle est placée sous la tutelle du Premier Ministre. L'ARCE a un mandat plus étendu que l'ARTEL et inclut dans ses missions la régulation des communications électroniques de façon générale, y compris celle relative aux réseaux informatiques et notamment Internet. L'ARCE a pour missions, entre autres :

- Le règlement des litiges relatifs au secteur des communications électroniques ;
- L'élaboration de propositions visant à adapter le cadre juridique, économique et sécuritaire dans lequel s'exercent les activités des communications électroniques et à garantir une concurrence effective, tenant compte de la neutralité technologique de la réglementation ;
- Le suivi du respect de la réglementation en vigueur ;
- L'encouragement et le maintien d'un marché efficace et d'une concurrence effective et saine entre les entités engagées dans l'industrie des communications électroniques ;
- La réglementation de la protection et de la sécurité des données dans le contexte des communications électroniques sans préjudice de la réglementation relative à la protection des données à caractère personnel ;
- La mise en œuvre de la politique de développement du service universel, conformément aux dispositions communautaires relatives à l'accès et au service universel ainsi qu'aux obligations de performance des réseaux ;
- La mise en œuvre de la politique tarifaire applicable aux services de communications électroniques ;
- Le suivi du développement des nouvelles technologies et la prescription de mesures pour stimuler et faciliter l'investissement dans le secteur des communications électroniques ;

- L'encouragement à la connectivité régionale des communications électroniques et au commerce des services.

Une Commission de l'Informatique et des Libertés (CIL) a été créée en 2004 au terme de la loi 010-2004/AN du 20 Avril 2004 portant protection des données à caractère personnel, avec pour missions, entre autres:

- De veiller à ce que les traitements automatisés ou non, publics ou privés, d'informations nominatives soient effectués conformément aux dispositions de la loi N° 010-2004/AN portant protection des données à caractère personnel;
- D'édicter des mesures législatives ou réglementaires en vue d'adapter la protection des libertés à l'évolution des procédés et techniques informatiques;
- De conseiller les personnes et organismes qui ont recours au traitement automatisé d'informations nominatives.

Au MDENP il existe un projet de création d'une agence de promotion des TIC pour exécuter les projets du Gouvernement dans le domaine des TIC, rechercher et mettre en œuvre les solutions les plus appropriées, assurer une formation d'excellence du personnel technique, etc.

Un autre projet du MDENP vise la création d'un parc technologique pour promouvoir la création d'entreprises nationales dans le domaine des TIC et favoriser l'installation d'entreprises internationales.

III.3. Sur le plan de la pénétration et de l'usage des TIC

III.3.1. Les télécommunications

Les télécommunications sont assurées par trois opérateurs: l'ONATEL, ZAIN et TELECEL. L'ONATEL, qui est l'opérateur historique et privatisé partiellement en 2006, jouit de fait du monopole de la téléphonie fixe et de l'accès à l'international. Les deux autres opérateurs, privés, assurent uniquement le service de la téléphonie mobile.

Le réseau de transmission interurbain de l'ONATEL est constitué de liaisons hertziennes numérisées et de liaisons par fibre optique. Le réseau national est raccordé par fibre optique à la Côte d'Ivoire, au Mali, au Sénégal, au Maroc et au Bénin, avec un accès à la fibre optique sous-marine via la Côte d'Ivoire, le Sénégal, le Maroc et le Bénin. En plus de cette infrastructure, un réseau de téléphonie rurale utilisant la technologie CDMA (Code Division Multiple Acces) a été déployée.

Au niveau de l'Administration, il y a le réseau convergent voix et données RESINA (RESeau Informatique National de l'Administration), qui permet de faire de la téléphonie sur IP (Internet Protocol) et est raccordé au réseau de l'ONATEL. Le tableau ci-dessous donne un récapitulatif du nombre d'utilisateurs du téléphone fixe et mobile au Burkina Faso.

Tableau 2 : Couverture géographique de la téléphonie fixe

Région	Population	Nombre de lignes	Télé-densité
Boucle Mouhoun	1 434 847	2 775	0,19%
Cascades	524 956	1 818	0,35%
Centre	1 523 980	73 319	4,81%
Centre-Est	1 132 023	2 667	0,24%
Centre-Nord	1 203 073	2 797	0,23%
Centre-Ouest	1 183 473	4 154	0,35%
Centre-Sud	638 137	829	0,13%
Est	1 209 399	2 070	0,17%
Hauts-Bassins	1 410 284	20 553	1,46%
Nord	1 182 770	3 006	0,25%
Plateau-Central	693 137	604	0,09%
Sahel	969 881	1 175	0,12%
Sud-Ouest	624 056	979	0,16%
Total Burkina	13 730 016	116 746	0,85%

Source : ARTEL 2008

Tableau 3 : Couverture géographique de la téléphonie mobile

Région	Population	Nombre de lignes	Télé-densité
Boucle Mouhoun	1 434 847	229 821	16%
Cascades	524 956	142 875	33%
Centre	1 523 980	1 262 006	83%
Centre-Est	1 132 023	335 090	30%
Centre-Nord	1 203 073	214 144	18%
Centre-Ouest	1 183 473	385 962	33%
Centre-Sud	638 137	147 264	23%
Est	1 209 399	205 268	17%
Hauts-Bassins	1 410 284	702 828	50%

Nord	1 182 770	256 513	22%
Plateau-Central	693 137	175 162	25%
Sahel	969 881	137 959	14%
Sud-Ouest	624 056	121 131	19%
Total Burkina	13 730 016	4 316 023	32%

Source : ARTEL 2008

III.3.2. L'informatique et l'internet

Le deuxième plan directeur informatique national 1996-2000 a défini une vision pour le développement des TIC au plan national. Ceci a permis de mener des actions pilotes dans le domaine de l'informatique et de l'Internet et d'obtenir les résultats suivants:

- L'existence de l'épine dorsale du réseau Internet de l'ONATEL et le raccordement du réseau national par fibre optique à la Côte d'Ivoire, au Mali, au Sénégal, au Bénin et au Maroc, avec un accès à la fibre optique sous marine via la Côte d'Ivoire, le Sénégal, le Bénin et le Maroc ;
- Le passage de 128 Mbits/s par seconde en 1998 à 642 Mbits/s dans le sens montant et 620 Mbits/s dans le sens descendant au 31 décembre 2009 de la bande passante de la connexion internationale à Internet de l'ONATEL ;
- L'installation à Ouagadougou du réseau gigabits Ethernet convergent voix, données et vidéo de l'Administration RESINA, qui relie une soixantaine de bâtiments à Ouagadougou, et est interconnecté aux treize (13) chefs-lieux de régions par liaisons spécialisées (LS). L'extension de ce réseau à Ouagadougou par WiMax à très haut débit avec une capacité de raccordement de quatre cent cinquante (450) sites, situés dans un rayon d'environ 15 Km. Le RESINA offre une connexion sécurisée de 40 Mbits/s à Internet;
- L'existence au MDENP du projet de backbone national en fibre optique qui a pour ambition de construire une infrastructure universelle mutualisée pour le transport de la voix, des données et de la vidéo, accessible sur toute l'étendue du territoire;
- L'octroi d'agréments à vingt-et-neuf (29) fournisseurs d'accès à Internet dont dix (10) sont actifs;
- L'existence de seize (16) centres d'accès communautaires ADEN (Appui au DEsenclavement Numérique) et de dix (10) centres communautaires de l'Association des Municipalités du Burkina Faso;
- L'existence de plusieurs sites Web (portail) et en particulier pour tous les ministères et des structures gouvernementales qui intéressent le e-commerce (la Direction Générale du Trésor et de la Comptabilité Publique (DGTCP), la Direction Générale des Douanes (DGD), la Direction Générale des Impôts (DGI), APPEX-Burkina (ex ONAC), la Chambre de Commerce et d'Industrie du Burkina Faso (CCI-BF), la Maison de l'Entreprise du Burkina Faso (MEBF), etc.), pour les institutions bancaires et financières, et pour certaines grandes entreprises comme la SONABEL, l'ONEA, la SONAPOST, les opérateurs de télécommunication, etc ;
- L'existence de quelques sites de vente et d'information en ligne : itconseil.com et ouagashop.com (vente en ligne), globalyare.com (information sur les appels d'offre en Afrique de l'Ouest), jobetudes.net (offres d'emploi et de formation), SIM SONAGESS (Système d'Information sur les Marchés) qui propose des bulletins d'informations en ligne sur les marchés des produits agricoles.

On peut également citer :

- Le réseau de la SONAPOST qui connecte actuellement 53 bureaux de poste dont 33 par Liaisons Spécialisées et 20 par RTC ;
- Le réseau de l'ONEA ;
- Le réseau de la SONABEL ;
- Le réseau de communication par radio du Ministère de la Santé utilisé actuellement par 213 formations sanitaires en zone rurale.

Sur le plan des applications et des services, les grandes entreprises et sociétés d'état, et quelques ministères ont élaboré des schémas directeurs informatiques qui ont permis de définir une vision pour l'utilisation des TIC dans la réalisation de leurs objectifs stratégiques.

Au niveau du Ministère de l'Economie et des Finances, les schémas directeurs informatiques de 1990, 1994 et 2007 ont permis de définir des projets et développer des applications métiers parmi lesquelles nous pouvons citer :

- Le Système INTégré de TAXation (SINTAX), utilisé par la DGI pour saisir les déclarations d'impôts, effectuer les redressements fiscaux, saisir et suivre les recouvrements des impôts ;
- Le SYDONIA, utilisé par la DGD pour saisir les déclarations douanières, les paiements des droits de douanes et autres taxes et frais. SYDONIA permet également de suivre le mouvement des marchandises sur le territoire national ;
- Le Circuit Intégré de la Recette (CIR), conçu et réalisé dans le cadre du Plan d'actions pour le Renforcement de la Gestion Budgétaire (PRGB). Le CIR est un système intégré de gestion des recettes (prévision des recettes, émission des titres et suivi du recouvrement) et est intégré à toutes les applications utilisées dans les structures du Ministère de l'Economie et des Finances intervenant dans le circuit des recettes ;
- Le Circuit Informatisé de la Dépense, qui a été développé pour l'élaboration du budget volet dépenses, le suivi et le contrôle des dépenses depuis la phase d'engagement jusqu'à la mise en paiement ;
- La Comptabilité Intégrée de l'Etat (CIE) ;
- Le Système d'information Intégré des Marchés Publics (SIMP) qui implémente les procédures de gestion internes à l'Administration des appels d'offre.

Aucune de ces applications n'offre pour le moment des services en ligne aux citoyens. On peut cependant noter l'étude effectuée par la Direction Générale des Services Informatiques (DGSi) pour identifier les services susceptibles d'être mis en ligne, en incluant les paiements en ligne des impôts, des taxes, des dossiers d'appel d'offre, et la consultation de leur solde par les agents de l'Etat, etc.

Au niveau de la SONAPOST :

- L'existence de systèmes de transfert rapide d'argent (Western Union, Mandat Express, Mandat Express International, TELIMAN) et disponibles sur tout le réseau postal ;
- L'existence du portail philatélique qui présente les timbres burkinabé aux collectionneurs du monde entier, avec le souhait de pouvoir recevoir les paiements de manière électronique ;
- L'existence du projet de « Courrier hybride », combinant le courrier physique et électronique pour permettre à ceux qui n'ont pas accès à Internet d'envoyer et de recevoir rapidement du courrier et des documents ;

- La réalisation de l'étude sur la refonte du système d'information de la SONAPOST qui a proposé la réalisation d'un système intégré de gestion bancaire des opérations financières avec un volet e-SONAPOST pour la banque et les services en ligne, et le paiement électronique ;
- La nécessité d'avoir un tiers de confiance pour sécuriser les transactions électroniques en utilisant les technologies de sécurité à clé publique (confidentialité, intégrité et authentification des informations échangées).

Au niveau du Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat (MICA):

- L'existence du TradePoint à APEX-Burkina. Le TradePoint est un site Web permettant aux opérateurs de publier leurs opportunités d'affaires. Le projet initial prévoyait la possibilité d'effectuer toutes les formalités pour l'exportation des produits sur place en un seul lieu, avec la possibilité de payer les frais y relatifs en ligne. A ce jour, même le site Web n'est pas vraiment opérationnel;
- L'existence du système « Affaires Mobiles », qui comprend le système d'alerte aux marchés et le WebToSMS. Le système d'alerte aux marchés permet d'alerter les acteurs par SMS de l'évolution des prix des produits sur le marché international. Le WebToSMS permet d'informer par SMS les entreprises qui sont abonnées des opportunités d'affaires ;
- L'existence du système d'Accès aux Marchés de l'Aide publique au Développement (AMADE), financé par l'Organisation Internationale de la Francophonie, qui permet d'alerter les entreprises sur les appels d'offres nationaux et internationaux liés à l'Aide Publique au Développement (APD) ;
- L'existence à la CCI-BF du fichier National des Entreprises et des Regroupements d'Entreprises (fichier NERE);
- L'existence à APEX-Burkina (EX ONAC) du projet de Centre d'Information Commerciale (CIC) qui propose la mise en place de bases de données commerciales prenant en compte aussi bien les produits, les opérateurs économiques et les opportunités et interconnectant toutes les structures d'information de la chaîne des exportations de manière à asseoir un guichet unique ;
- L'existence à la CCI-BF et à la MEBF des projets d'amélioration et d'accélération des procédures de création d'entreprises et de commerce extérieur, de création d'une bourse électronique des locaux, terrains et immeubles vacants, de création d'une plate-forme d'information réactive envers les entreprises et les groupements professionnels, etc. ;
- Le plan d'actions 2007-2012 de la CCI-BF qui accorde une place de choix à l'évolution des systèmes d'informations, afin de mieux faire connaître les entreprises et leurs produits, de renforcer leurs capacités et promouvoir les usages des TIC, etc.;

Au niveau du Ministère des Mines, des Carrières et de l'Energie (MMCE):

- L'existence de la base de données « Cadastre Minier » qui contient les données sur le secteur minier du Burkina. La consultation de cette base de données se fait localement à travers une application monoposte et il serait souhaitable d'avoir une interface Web ;
- L'existence du projet de système de collecte et de gestion des statistiques, et de mise à disposition de ces statistiques à travers un site Web.

Au niveau du Ministère de la Culture, du Tourisme et de la Communication (MCTC):

- L'existence du projet de répertoire des acteurs culturels (les entrepreneurs culturels et les artistes);

- L'existence du projet e-tourisme pour améliorer la visibilité des acteurs du secteur du tourisme et les services en utilisant les TIC à travers la mise en place d'un système de gestion de destinations (SGD);
- Le besoin de pouvoir mettre en ligne les informations sur les formalités d'exportation des objets d'art ;
- Le besoin d'utiliser les TIC pour développer les visites des musées (musées virtuels avec paiement électronique).

Au niveau du Ministère de la Jeunesse et de l'Emploi (MJE):

- L'existence du site web de l'Observatoire Nationale de l'Emploi et de la Formation (ONEF : <http://www.onef.bf>) : Menu d'une base de données sur l'emploi et la formation professionnelle, il met en ligne les offres d'emploi au Burkina mais aussi de la sous-région ;
- L'existence du site web de l'Agence Nationale pour l'Emploi (ANPE : <http://www.anpe.bf>) : Ce site comporte un espace qui permet aux offreurs d'emplois de publier leurs offres en y mettant toutes les informations utiles et aux demandeurs de retrouver des offres d'emploi et de stages.

Au niveau du Ministère des Transports :

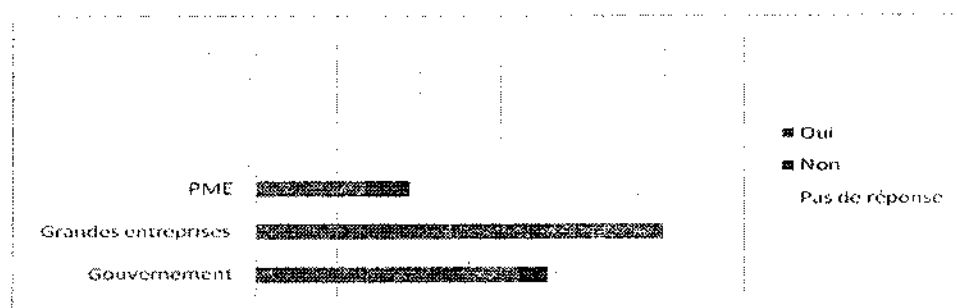
- L'existence d'une base de données sur les transports ;
- L'existence d'une base de données sur les statistiques des transports ;
- L'existence de l'application GATT (Gestion Automatisée des Titres de Transport);
- L'existence du projet de sécurisation des titres de transport (cartes grises, permis de conduire et cartes de transport) ;
- Le besoin exprimé par la DGTMM, le CCVA et l'ONASER d'un système intégré permettant d'avoir les informations sur les véhicules et le parc national en tout temps et partout sur le territoire national (interconnexion DGTMM-Douanes-CCVA-Police-Gendarmerie-ONI) ;
- L'existence au CBC des logiciels de gestion des transports terrestres nationaux et internationaux et des transports maritimes, permettant d'avoir des informations sur les corridors de transport, une traçabilité des marchandises et des statistiques sur les importations et les exportations ;
- L'existence au CBC des projets du Datacenter, de bourse virtuelle de fret et d'extension des logiciels de gestion des transports.

Au niveau des institutions financières et bancaires, nous pouvons citer :

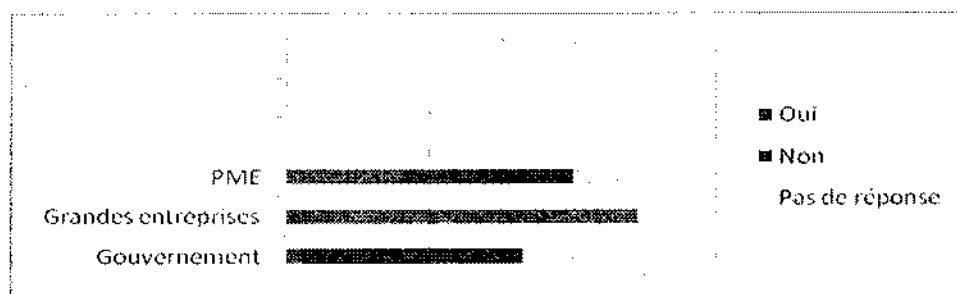
- Le développement de la monétique, notamment les porte-monnaie électroniques (cartes VISA, etc.) ;
- L'existence des systèmes de transfert rapide d'argent comme Western Union, Money Express ;
- La possibilité d'accéder aux informations sur les comptes clients à travers Internet et d'effectuer certaines transactions en ligne ;
- La possibilité de payer les factures d'électricité au niveau des banques par chèque, qui montre l'intérêt et la volonté des entreprises à faciliter le paiement des factures par les clients;
- L'existence de plateformes de paiements électroniques au niveau national, sous-régional et international (INOVA PAY, GIM UEMOA, AFRICARDS, etc.).

Les graphiques ci-dessous donnent une idée de la capacité des structures à utiliser les TIC pour atteindre leurs objectifs stratégiques. Pour l'Administration, la capacité à mettre en œuvre une politique TIC est très faible, la plupart des structures n'ayant pas de structure chargée de cette mise en œuvre. Les organes chargés de la définition de la politique d'utilisation des TIC sont souvent les DEP (Direction des Etudes et de la Planification). Les PME utilisent le plus souvent des prestataires externes pour réaliser leurs projets dans le domaine des TIC.

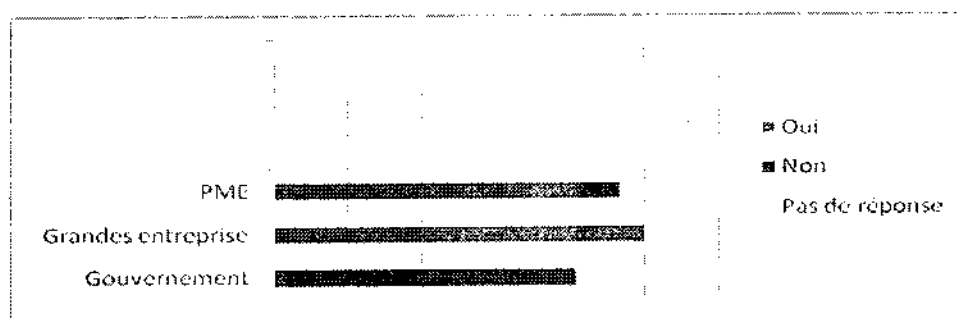
Existe-t-il un organe chargé de la définition des politiques, plans et stratégies de votre structure ?



Existe-t-il un schéma directeur, un plan ou une stratégie d'utilisation des TIC pour la réalisation de vos activités ?



Existe-t-il une structure chargée de la mise en œuvre de votre schéma directeur, plan ou stratégie des TIC ?



Le tableau ci-dessous donne un récapitulatif des usages faits de l'Internet et des outils de communications par l'Administration et les entreprises. Les enquêtes ont montré que le gouvernement au niveau central a le niveau de pénétration le plus élevé avec 82% qui ont accès à Internet (ceci est probablement dû à la connexion du réseau RESINA à Internet).

Tableau 4 : Usage des outils de communication

	Gouvernement	Grandes entreprises	PME
Téléphone fixe	66%	83%	89%
Téléphone mobile	81%	89%	83%
% d'ordinateurs connectés	61%	76%	60%
% d'employés utilisant l'Internet	82%	60%	35%
Email	82%	60%	7%
Messagerie instantanée (chat)	32%	28%	13%
Achats en ligne	3%	12%	3%

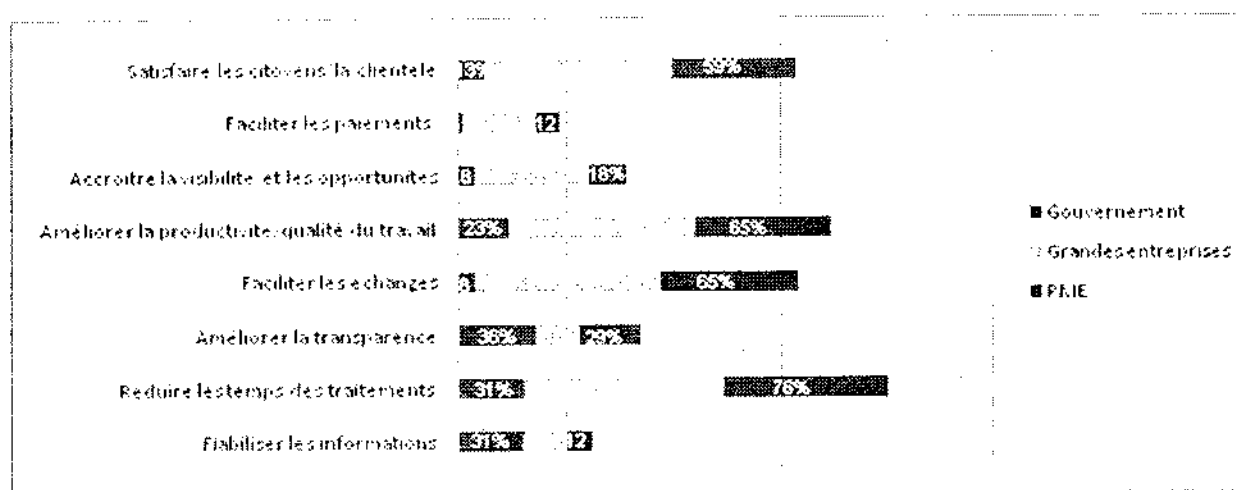
Le tableau suivant donne l'état de l'usage des logiciels avancés (gestion de projets, outils de planification, outils d'aide à la décision), des applications métiers et des sites Web par l'Administration et les entreprises. Les grandes entreprises utilisent le plus les TIC de manière avancée, avec 100% utilisant les TIC pour le corps de leur métier. On peut également citer la bonne utilisation des sites Web par l'Administration et les grandes entreprises. Cependant, pour la quasi-totalité des sites Web gouvernementaux, la mise à jour des informations ne se fait pas fréquemment.

Tableau 5 : Usage des logiciels, des applications métiers et des sites Web

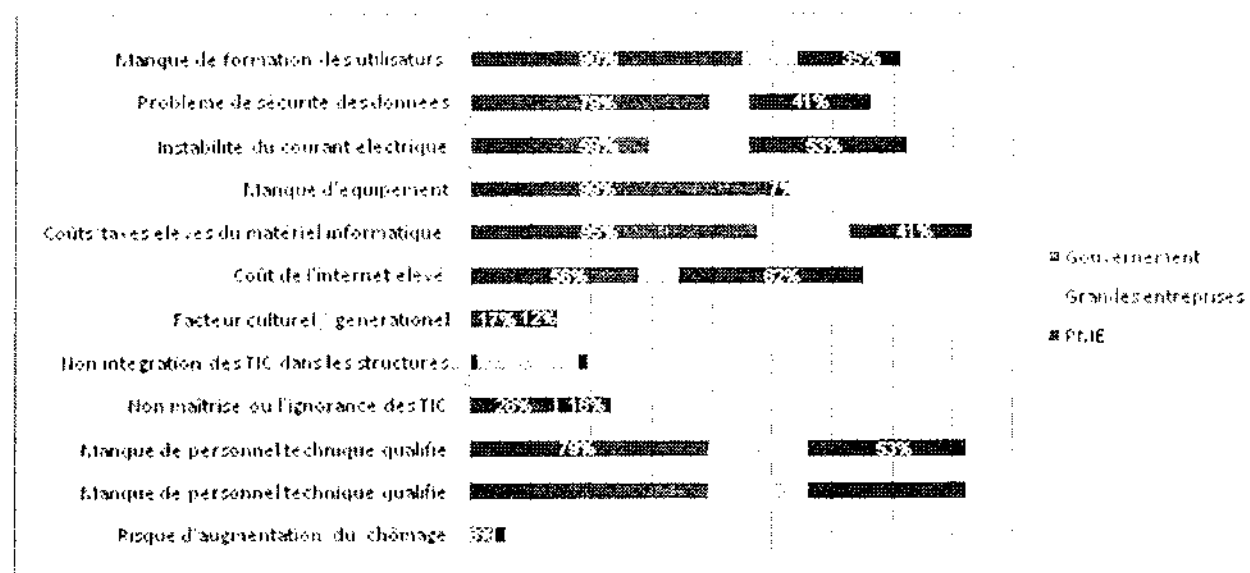
	N'utilise rien	Logiciels de base (bureautique)	Logiciels avancés	Applications métiers	Sites Web
Gouvernement	0%	85%	8%	78%	98%
Grandes entreprises	0%	100%	68%	100%	100%
PME	1%	61%	17%	7%	61%

III.4. Les perceptions vis-à-vis des TIC

Le tableau ci-dessous donne un récapitulatif des facteurs que les usagers considèrent comme pouvant être favorables à l'utilisation des TIC dans la gestion des entreprises et au sein de l'Administration.



Le tableau ci-dessous donne un récapitulatif des facteurs que les structures enquêtées considèrent comme pouvant être défavorables à l'utilisation des TIC dans les entreprises et dans l'administration.



III.5. L'analyse SWOT

La vision qui a été définie est une ambition pour le futur, mais réaliste et réalisable. L'avènement du futur souhaité dépend de la volonté des pouvoirs publics, des citoyens, et surtout du secteur privé, à y adhérer et à travailler pour la réalisation de la vision. Cependant, les actions à mener doivent être identifiées de manière à s'appuyer sur les facteurs favorables à la réalisation de ce projet de société, et surtout de manière à résoudre les problèmes et les difficultés qu'engendrent les facteurs défavorables.

Une lecture croisée entre la vision et l'état actuel des TIC et de la société au Burkina Faso permet d'une part, de dégager les facteurs favorables contenus dans chacun d'eux pour réussir la vision et d'autre part, de déceler les facteurs défavorables qui menacent la réalisation de cette vision. Ce diagnostic stratégique, établi suivant la méthode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) présente les facteurs internes (les forces et les faiblesses) et les facteurs externes (les opportunités et les menaces) au champ d'action de la stratégie qui peuvent favoriser ou entraver la réalisation du futur souhaité.

III.5.1. Les forces et les faiblesses

Les forces:

- La volonté politique affirmée du Gouvernement de développer les services et la reconnaissance que les TIC peuvent contribuer à atteindre rapidement les objectifs;
- L'existence de stratégies au niveau de certains ministères pour utiliser les TIC afin d'améliorer les services et atteindre leurs objectifs (Ministère de l'Economie et des Finances, Ministère de

la Culture, du Tourisme et de la Communication, Ministère des Transports, Ministères des Mines, des Carrières et de l'Energie, MDENP, etc.) ;

- L'existence d'études et de projets dans le domaine des transactions électroniques qui montrent l'intérêt accordé au e-commerce (MEF, SONAPOST, SONABEL, ONEA, CCI-BF, MEBF, etc.) ;
- Le souhait et la volonté de l'Administration et de certaines entreprises d'Etat de pouvoir offrir des options de paiements électroniques pour les services (Ministère de l'Economie et des Finances, Ministère chargé du tourisme, SONAPOST, CCI-BF, SONABEL, ONEA, etc.) ;
- Les efforts déployés par le MDENP pour mettre en place un backbone national et de l'infrastructure physique des TIC ;
- La volonté de poursuivre l'amélioration du climat des affaires ;
- La volonté d'accroître le niveau de recouvrement des recettes de l'Etat ;

Les faiblesses:

- Le manque de confiance dans les transactions financières électroniques (problèmes de sécurité, d'honnêteté des acteurs) empêche les acteurs de participer de manière enthousiaste au e-commerce ;
- Le manque de capacité en TIC des structures gouvernementales et des PME ne leur permet pas de définir et de mettre en œuvre des stratégies d'utilisation des TIC ;
- L'absence d'une politique nationale de cybersécurité ;
- L'inexistence au plan national d'une structure chargée de mettre en œuvre une politique de sécurité et de superviser l'infrastructure physique et logicielle des TIC contre les attaques de cybercriminalité ;
- L'insuffisance en quantité et en qualité des ressources humaines techniques pour développer ou mettre en œuvre des solutions TIC fiables et sécurisées ;
- Le manque de compétence en TIC des employés dû à l'inexistence de politique de formation limite leur capacité à utiliser les TIC de manière effective pour leur travail ;
- Le très faible débit des liaisons internet (620 Mbits/s pour le nœud national et 40 Mbits/s pour toute l'Administration) ne permet pas d'accéder convenablement et de manière fiable aux services qui seront mis en ligne sur Internet ;
- Les coûts élevés de l'accès à Internet et du matériel constituent un handicap à la mise en place des connexions réseaux, à l'équipement des structures en matériel TIC et à la vulgarisation des TIC dans la société burkinabè ; ces coûts élevés sont en partie dus aux taux élevés des taxes et des impôts sur le matériel TIC ;
- Le manque de connaissance par certains responsables du potentiel des TIC, ne leur permet pas de les considérer comme un outil permettant d'atteindre les objectifs stratégiques de leurs structures.

III.5.2. Les opportunités et les menaces

Les facteurs externes qui peuvent favoriser ou entraver la réalisation de la vision du e-commerce sont présentés ci-dessous.

Les opportunités:

- L'existence de plateformes de paiements électroniques (INOVA PAY, GIM UEMOA, AFRICARDS, etc.) et d'institutions financières et de téléphonie mobile acceptant les transactions et les paiements électroniques ;

- L'organisation de grandes foires de dimension internationale (FESPACO, SIAO, SITHO, SITICO, Forum panafricain sur les meilleures pratiques des TIC, etc.) est une opportunité pour promouvoir les services qui seront mis en ligne dans ces domaines;
- Le taux croissant de la pénétration de la téléphonie mobile, même en milieu rural ;
- L'existence de plusieurs fournisseurs d'accès à Internet, et notamment ceux utilisant le réseau mobile (Airtel, TELECEL, TELMOB) ;
- La tendance à la baisse des coûts d'acquisition de certains équipements de base, notamment les ordinateurs ;
- L'existence de quelques sites de vente et d'information en ligne ;
- La reconnaissance par les citoyens des atouts des TIC dans leur vie quotidienne.

Les menaces:

- La faiblesse des ressources du pays et sa forte dépendance vis-à-vis de l'aide extérieure pour les besoins de financement des investissements;
- Le faible pouvoir d'achat des populations qui limite son accès aux services offerts par les TIC; la plupart des citoyens n'ayant pas les moyens de s'offrir un ordinateur ou une connexion à Internet ;
- Le faible niveau d'instruction et d'alphabétisation de la population limite sa capacité à utiliser les services du e-commerce ;
- La peur du changement fait que certains employés résistent à adopter les TIC comme outil de travail ;
- Le manque de confiance à l'appareil judiciaire qui souffre d'un manque de compétences pour résoudre les litiges liés au commerce électronique;
- La non disponibilité de l'électricité, la faible couverture du territoire et la non fiabilité du réseau électrique.

IV. OBJECTIFS STRATEGIQUES

L'atteinte de la vision du Burkina Faso dans le domaine du e-commerce suppose la mise en œuvre d'une stratégie prenant en compte l'ensemble des facteurs et des techniques qui doivent être en place au niveau de chaque acteur du e-commerce. Une boucle de transaction e-commerce implique les acteurs et les techniques suivants :

Le **vendeur**, qui doit avoir les composants suivants:

- Un site Web ayant les capacités de e-commerce (un serveur sécurisé de transactions, la capacité de placer et de prendre des commandes en ligne);
- Un intranet pour que les commandes soient traitées de manière efficiente;
- Des employés formés aux TIC pour gérer la chaîne des traitements et maintenir le système de e-commerce.

Les **partenaires**, qui incluent:

- Des institutions offrant des services de transactions électroniques (traitement de cartes de crédit et de transfert électronique de fonds);
- Des compagnies de transports, opérant au niveau national et international, pour faciliter le transport des biens physiques à l'intérieur et à l'extérieur du pays. Pour les transactions concernant les consommateurs individuels, les prix de transport de petits paquets doivent être compétitifs, pour qu'il ne soit pas trop cher d'acheter en ligne par rapport à l'achat sur le marché local;
- Une autorité servant de tiers de confiance pour assurer l'identité des participants, l'intégrité et la sécurité des transactions.

Les **consommateurs** qui:

- Forment la masse critique de la population ayant accès à Internet et disposant de revenus permettant l'utilisation par exemple de cartes de crédit ;
- Sont disposés à acheter des biens sur Internet au lieu de vouloir les inspecter physiquement avant d'acheter.

Les **entreprises** qui, ensemble, forment une masse critique de compagnies (surtout dans les chaînes d'approvisionnement) disposant d'accès à Internet et ayant la capacité de placer et de prendre des commandes sur Internet.

Le **gouvernement** qui doit établir:

- Un cadre légal pour les transactions électroniques (incluant les documents et les signatures électroniques);

- Des institutions judiciaires pour faire respecter le cadre légal (les lois et règlements) et protéger les consommateurs et les entreprises des fraudes, entre autres.

Et finalement, l'infrastructure physique de communication (**Internet, réseaux de téléphonie mobile**) dont l'utilisation effective dépend de:

- Une infrastructure robuste, fiable et rapide;
- Une structure de prix qui ne pénalise pas les consommateurs pour être restés trop longtemps en ligne à acheter des biens et services.

La formulation des objectifs stratégiques vise à créer un environnement propice à l'essor du e-commerce et dans lequel les conditions préalables à l'atteinte de la vision sont réalisées. Cette formulation s'appuie sur les forces de l'état actuel des TIC au Burkina Faso et permet de palier aux faiblesses identifiées dans l'analyse SWOT. Les objectifs stratégiques sont:

- *Objectif stratégique 1* : Créer un environnement propice à l'essor du e-commerce;
- *Objectif stratégique 2* : Renforcer les capacités des acteurs du e-commerce en TIC;
- *Objectif stratégique 3* : Promouvoir les entreprises et des produits burkinabé sur le marché mondial;
- *Objectif stratégique 4* : Améliorer l'accès à l'information économique et aux opportunités d'affaires;
- *Objectif stratégique 5* : Réduire les délais et des coûts des transactions commerciales.

Les objectifs stratégiques définissent les axes prioritaires de la stratégie e-commerce à développer dans le court et le moyen terme.

IV.1. La création d'un environnement propice à l'essor du e-commerce

La réalisation de cet objectif stratégique va permettre de créer les conditions préalables pour réussir la mise en œuvre de la stratégie et pour que les services qui seront mis en ligne soient effectivement utilisés avec succès. Les conditions préalables les plus importantes sont à nos yeux:

- L'existence d'une infrastructure physique fiable et rapide;
- L'existence d'une législation qui protège le consommateur et met en confiance les citoyens, les entreprises et l'Administration publique pour qu'ils utilisent les services et les transactions électroniques de manière libre et rassurante;
- La mise en place de dispositifs et de technologies garantissant la sécurité de l'information et des réseaux; une culture de la cybersécurité doit être encouragée, développée et mise en œuvre en coopération avec tous les partenaires et tous les organismes compétents.

L'atteinte de cet objectif va nécessiter également un cadre politique et réglementaire favorable, propice à la concurrence et technologiquement neutre, afin d'éliminer les barrières, garantir la transparence des transactions et résoudre les litiges. Pour y parvenir, les objectifs spécifiques suivants doivent être atteints :

- *Objectif spécifique 1.1* : Développer et pérenniser l'infrastructure physique ;

- *Objectif spécifique 1.2* : Créer un cadre légal pour gagner la confiance des acteurs;
- *Objectif spécifique 1.3* : Créer un environnement et un cadre réglementaire favorable et propice à la libre concurrence;
- *Objectif spécifique 1.4* : Mettre en place les ressources nécessaires pour garantir la cybersécurité.

IV.2. Le renforcement des capacités des acteurs du e-commerce en TIC

L'enjeu principal de la performance et de la compétitivité des entreprises est devenu la capacité à déterminer les nouvelles opportunités et d'utiliser ses compétences et ses capacités humaines pour tirer profit de ces opportunités à travers l'utilisation des TIC. Un plan de développement de l'utilisation des technologies de l'information et de la communication doit être défini pour permettre aux acteurs du e-commerce (Administration publique, entreprises privées, citoyens) de s'approprier ces technologies et les usages qu'elles permettent. Ceci passe notamment par des choix technologiques afin de réduire les besoins en spécialistes, la formation en nombre suffisant de techniciens aux compétences reconnues pour satisfaire les besoins en personnel qualifié, la formation des utilisateurs afin de créer pour tous les Burkinabé des conditions idéales d'accès et de participation à la société de l'information, et la promotion de la création de petites et moyennes entreprises dans les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Les objectifs spécifiques suivants doivent en particulier être poursuivis :

- *Objectif spécifique 2.1* : Développer l'expertise nationale dans le domaine des TIC ;
- *Objectif spécifique 2.2* : Renforcer les capacités managériales et de décision des entreprises par l'utilisation des TIC;
- *Objectif spécifique 2.3* : Renforcer les capacités des citoyens en TIC.

IV.3. La promotion à l'échelle mondiale des entreprises et des produits burkinabé

Les TIC atténuent les obstacles traditionnels d'accès aux marchés, donnant ainsi à tous la possibilité d'accéder aux marchés locaux et mondiaux de façon plus équitable. L'objectif ici est d'utiliser les techniques du e-marketing pour diffuser à l'échelle mondiale les potentialités du Burkina et des facilités offertes aux opérateurs économiques afin de promouvoir 1) les investissements et l'installation des entreprises du domaine des TIC au Burkina; 2) les entreprises, les produits et les services du Burkina Faso notamment dans le domaine du tourisme, des arts, de la culture, des mines, etc. Le e-marketing, en utilisant les technologies et applications du Web 2.0 permet en effet de développer un marketing des services et des produits à un niveau jamais atteint auparavant : l'interactivité permanente est de mise et il est possible d'intégrer une composante marchande avec des paiements en ligne. Un éventail de canaux de diffusion s'offre ainsi au Burkina Faso et peut constituer autant de leviers de développement des services et des investissements.

- *Objectif spécifique 3.1* : Diffuser à l'échelle mondiale les potentialités du Burkina dans le domaine des mines, des arts et du tourisme;
- *Objectif spécifique 3.2* : Diffuser les facilités offertes aux investisseurs et aux opérateurs économiques ;
- *Objectif spécifique 3.3* : Diffuser l'information sur les entreprises burkinabé.

IV.4. L'amélioration de l'accès à l'information économique

Cet objectif stratégique vise à collecter, traiter et disséminer l'information économique et commerciale à partir des bases de données nationales et des réseaux mondiaux afin de mieux informer les opérateurs économiques et les structures de production sur les opportunités d'affaires et les prix des produits sur le marché mondial.

Dans le monde rural, le cellulaire est en train de connaître un bond extraordinaire. Dans la mise en œuvre de la stratégie e-commerce, il faut faire participer le monde rural en incluant des interfaces d'accès adaptées, incluant l'accès par les téléphones mobiles.

- *Objectif spécifique 4.1* : Diffuser l'information sur les cours mondiaux des produits ;
- *Objectif spécifique 4.2* : Diffuser l'information sur les opportunités d'affaires.

IV.5. La réduction des délais et des coûts des transactions commerciales

Une des caractéristiques du e-commerce est que le secteur privé joue un rôle de leader. Cependant, l'Etat doit donner l'impulsion en développant des initiatives pour améliorer l'accès aux services offerts par l'Administration, faciliter le paiement des impôts, des taxes et des factures, réduire les délais et des coûts des transactions financières afin d'améliorer 1) la qualité des interactions avec les citoyens et les entreprises, 2) la transparence, et 3) les performances dans la collecte des recettes. L'Etat doit pour cela proposer des partenariats avec le secteur privé dans le développement des offres de e-commerce.

- *Objectif spécifique 5.1* : promouvoir les paiements électroniques;
- *Objectif spécifique 5.2* : faciliter les transactions de commerce extérieur
- *Objectif spécifique 5.3* : faciliter les transactions de commerce intérieur.