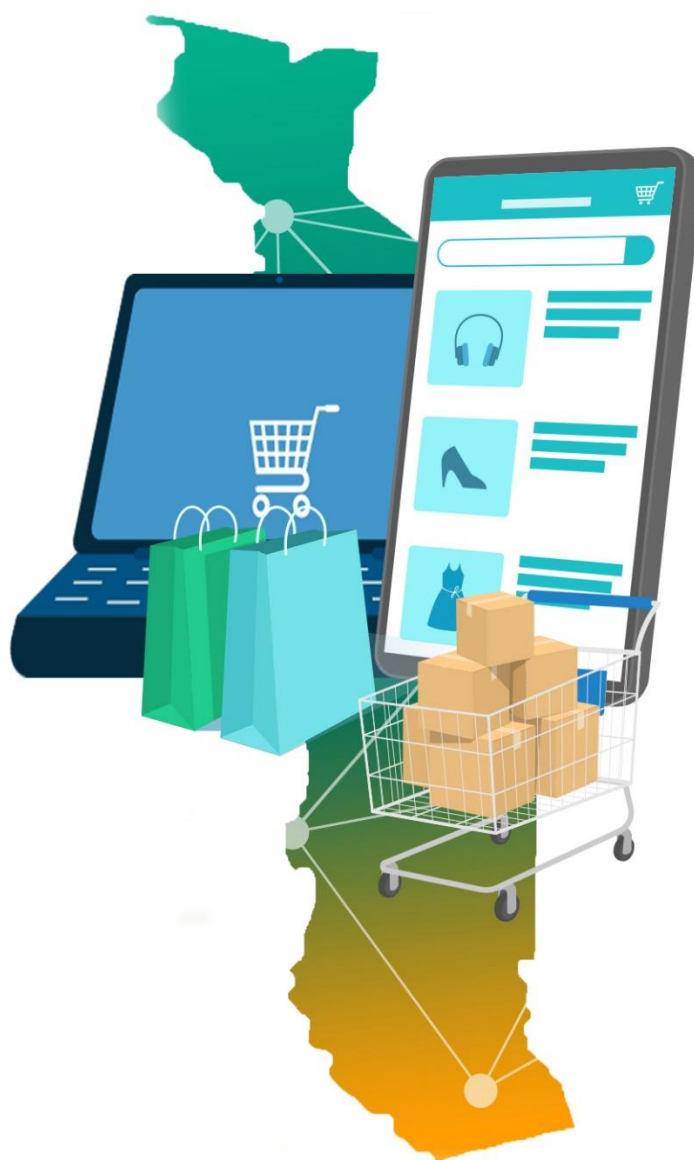




RÉPUBLIQUE TOGOLAISE

MINISTÈRE DU COMMERCE, DE L'INDUSTRIE
ET DE LA CONSOMMATION LOCALE

ETUDE POUR LE DEVELOPPEMENT DU COMMERCE ELECTRONIQUE DU TOGO ET LA STRATEGIE NATIONALE 2022 - 2026



Décembre 2021

1	ETUDE SUR LE DEVELOPPEMENT DU COMMERCE ELECTRONIQUE AU TOGO	ii
	PRÉFACE	ii
	ABRÉVIATIONS	iii
	APERÇU	v
1.1	MÉTHODOLOGIE	1
1.2	CONCLUSIONS DANS LES SEPT DOMAINES THÉMATIQUES	2
1.3	LOGISTIQUE DU COMMERCE ET FACILITATION DES ÉCHANGES.....	18
1.4	SOLUTIONS DE PAIEMENT.....	22
1.5	CADRE JURIDIQUE ET RÉGLEMENTAIRE	26
1.6	DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES POUR LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE	30
1.7	ACCÈS AU FINANCEMENT	34
	CONCLUSION	41
2	STRATEGIE NATIONALE DE DEVELOPPEMENT DU COMMERCE ELECTRONIQUE (2022-2026)	42
2.1	INTRODUCTION.....	42
2.2	ENJEUX ET DEFIS DU COMMERCE ELECTRONIQUE AU TOGO	43
2.3	ANALYSE SWOT DU SECTEUR.....	44
2.4	VISION DU TOGO SUR LE COMMERCE ELECTRONIQUE	45
2.5	AXES STRATEGIQUES	45
2.6	MATRICE D' ACTIONS STRATEGIQUES	55

1 ETUDE SUR LE DEVELOPPEMENT DU COMMERCE ELECTRONIQUE AU TOGO

PRÉFACE

Le ministère du commerce, de l'industrie et de la consommation locale a recruté le cabinet Deal & Consulting en octobre 2021, pour réaliser une étude sur le développement du commerce électronique au Togo. Cette mission doit permettre au ministère de disposer d'un diagnostic national sur le secteur du e-commerce togolais, d'un plan stratégique pour développer le e-commerce au Togo et enfin, d'une proposition de projet structurant pour le e-commerce, d'une durée de cinq ans.

L'état des lieux du e-commerce togolais, objet de ce présent rapport, est en fait, l'actualisation d'une précédente étude menée en 2018, avec l'appui de la CNUCED. Le diagnostic du secteur consiste ainsi à actualiser l'évaluation rapide de l'état de préparation du Togo au commerce électronique.

Le nouveau diagnostic suit la méthodologie et la structure qui avaient été adoptées. Les avantages et les obstacles du pays sont présentés par domaine thématique pertinent, correspondant à celui défini par l'initiative ETrade for All :

- Évaluation de la préparation au commerce électronique et formulation de stratégies,
- Infrastructures TIC et services,
- Logistique du commerce et facilitation des échanges,
- Solutions de paiement,
- Cadre juridique et réglementaire,
- Accès au financement,
- Développement des compétences en commerce électronique.

ABRÉVIATIONS

AFD	Agence française de développement
AFE	Accord sur la facilitation des échanges
ANPGF	Agence Nationale de Promotion et de Garantie de Financement des PME/PMI
ANSR	Agence Nationale du Spectre des Radiofréquences
API	Application Programming Interface/Interface de programmation d'applications
ARCEP	Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes
ARTP	Autorité de Régulation des Télécommunications et des Postes
BAD	Banque africaine de développement
BCEAO	Banque Centrale des États de l'Afrique de l'Ouest
BNDE	Banque Nationale pour le Développement Économique
BOAD	Banque Ouest Africaine de Développement
BPEC	Banque Populaire pour l'Épargne et le Crédit
BTCI	Banque Togolaise pour le Commerce et l'Industrie
CAS-IMEC	Cellule d'Appui et de Suivi des Institutions Mutualistes ou Coopératives d'Épargne et/ou de Crédit
CB	Carte bancaire
CCI	Chambre de Commerce et d'Industrie
CEDEAO	Communauté Économique des États de l'Afrique de l'Ouest
CEPTEC	Centre d'Étude et de Formation Informatique et Professionnelle
CERT	Computer Emergency Response Team/Centre d'alerte et de réaction aux attaques informatiques
CFE	Centre des Formalités des Entreprises
CIC	Centre informatique et de calcul
CIR	Cadre intégré renforcé
CNFE	Comité national pour la facilitation des échanges
CNP	Conseil National du Patronat
DAES	Département des affaires économiques et sociales des Nations Unies
EDIC	Étude diagnostique pour l'Intégration du Commerce
ENSI	École Nationale Supérieure d'Ingénieurs
ESGIS	École Supérieure de Gestion, d'Informatique et des Sciences
ESIAJ	École Supérieure d'Informatique, d'Administration et de Gestion (Amor Dei)
ESIG	École Supérieure d'Informatique et de Gestion (Global Success)
ETFP	Enseignement technique et de la formation professionnelle
FAI	Fournisseur d'Accès Internet
FAIEJ	Fonds d'Appui aux Initiatives Économiques des Jeunes
FEFA	Fédération des Entrepreneures et Femmes d'Affaires
FNFI	Fonds National de la Finance Inclusive
GIZ	Deutsche Gesellschaft Internationale Zusammenarbeit
GDG	Groupe des Développeurs Google (GDG Lomé)
IAI	Institut Africain d'Informatique
IDE	Investissements directs étrangers
IFNTI	Institut de Formation aux Normes et Technologies de l'Informatique
IMF	Institution de microfinance
IMPACT	International Multilateral Partnership Against Cyber Threats
ITC	International Trade Center / Centre du commerce international
IXP	Point d'échange Internet
LOSITO	Loi d'Orientation sur la Société de l'Information au Togo
LTE	Loi sur les transactions électroniques
MASPPA	Ministère de l'Action Sociale, de la Promotion de la Femme et de l'Alphabétisation

MCC	Millennium Challenge Corporation
MCPSP	Ministère du Commerce et de la Promotion du Secteur Privé
MDBAJEJ	Ministère du Développement à la Base, de l'Artisanat, de la Jeunesse et de l'Emploi de Jeunes
MDP	Ministère de la Planification du Développement
MEF	Ministère de l'Économie et des Finances
MEPSFP	Ministère des Enseignements Primaire, Secondaire et de la Formation Professionnelle
MESR	Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche
MFPTRA	Ministère de la Fonction Publique, du Travail et de la Réforme Administrative
NRI	Networked Readiness Index
OIF	Organisation internationale de la Francophonie
OIT	Organisation internationale du travail
OMC	Organisation mondiale du commerce
OMD	Organisation mondiale des douanes
OMT	Organisation mondiale du tourisme
OTR	Office Togolais des Recettes
PAPED	Programme de l'Accord de Partenariat Économique pour le Développement
PIP	Programme d'Insertion Professionnelle
PMA	Pays les moins avancés
PME	Petites et moyennes entreprises
PNUD	Programme des Nations Unies pour le développement
PRADEB	Programme d'Appui au Développement à la Base
RGPD	Règlement général sur la protection des données à caractère personnel
R&D	Recherche et développement
SAV	Service après-vente
SCAPE	Stratégie de Croissance Accélérée et de Promotion de l'Emploi
SEGUCE	Société d'Exploitation du Guichet Unique du Commerce Extérieur au Togo
SFD	Systèmes financiers décentralisés
SPT	Société des Postes du Togo
TGIX	Togo Internet Exchange Point
TIC	Technologies de l'information et de la communication
TPE	Très petites entreprises
TRIE	Transit Routier Inter-États
TVA	Taxe sur la valeur ajoutée
UCAO	Université Catholique de l'Afrique de l'Ouest
UEMOA	Union Économique et Monétaire Ouest Africaine
UIT	Union internationale des télécommunications
UNCDF	United Nations Capital Development Fund / Fonds d'équipement des Nations Unies
UPU	Union postale universelle
UTB	Union Togolaise de Banque
VAD	Vente à distance
WARCIP	West African Regional Communications Infrastructure Program / Programme Régional Ouest-Africain de Développement des Infrastructures de Communications
WEF	World Economic Forum / Forum économique mondial
WDI	World Development Indicators / Indicateurs du développement dans le monde
WTM	Communauté Women TechMarkers

APERÇU

Le commerce électronique est un secteur naissant au Togo. Même s'il existe encore un certain nombre d'obstacles à lever afin de faciliter son développement, le secteur bénéficie d'un contexte national favorable qui pourrait accélérer les réformes requises. Le Togo a en effet réalisé un bond en avant dans le domaine des Technologies de l'information et de la communication (TIC) entre 2016 et 2020, après une longue période de latence. Les progrès plus notables sont : une augmentation significative de la pénétration de la téléphonie mobile, un marché de l'Internet fixe fortement redynamisé par l'arrivée de deux nouveaux opérateurs, le développement constant de l'Internet mobile. La loi d'orientation sur la société de l'information (LOSITO) ainsi que la loi sur les transactions électroniques (LTE) ont été adoptées et le décret d'application de cette dernière a été promulgué. Le projet de réseau E-gouvernement connectant tous les Ministères et institutions publiques a été inauguré en 2017. En outre, le pays s'est doté d'un point d'échange Internet (IXP).

Ces avancées considérables ont pu être réalisées grâce à la volonté du Gouvernement togolais de placer le développement des TIC au centre de ses priorités, notamment à travers l'adoption de deux déclarations de politique sectorielles consécutives axées sur l'économie numérique. Cependant, le commerce électronique ne dispose pas, jusqu'à présent, d'une politique dédiée, même s'il figure comme axe prioritaire à développer dans la récente mise à jour de l'Étude diagnostique pour l'intégration du commerce (EDIC) et de l'évaluation rapide de l'état de préparation au commerce électronique.

Le commerce électronique suscite néanmoins un vif intérêt de la part des autorités, car il est à l'intersection de la volonté de renforcer les TIC et de celle visant à favoriser le commerce, entrepreneuriat et l'emploi des jeunes, trois thématiques présentes dans l'ensemble des outils politiques de développement.

Cet élan renforce la dynamique sous régionale qui vise à créer une synergie entre les efforts menés au niveau national. L'impulsion d'institutions régionales, telles que l'Union Économique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA) et la Communauté Économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), a encouragé les États membres à harmoniser les politiques d'intégration économique, y compris le cadre réglementaire applicable au commerce électronique. L'approfondissement de l'intégration régionale et l'importance stratégique, dans ce contexte, du commerce électronique ont été reconnus par les Ministres du Commerce de l'UEMOA dans la Déclaration ministérielle en date du 29 septembre 2017¹. Ils ont également recommandé la mise en œuvre d'un plan de travail au niveau régional. Une première étape dans la préparation de ce plan a été initiée par la Commission de l'UEMOA, en coopération avec la CNUCED, avec l'organisation d'un atelier régional sur le commerce électronique, à Ouagadougou, du 9 au 11 octobre 2018.

A l'heure actuelle, le développement du commerce électronique au Togo sous forme de volume de transactions en ligne est relatif. Le marché national demeure restreint, du fait notamment du faible raccordement à l'Internet fixe et mobile, du nombre limité de paiements en ligne ou encore de la complexité des livraisons en dehors de Lomé. Cependant, de plus en plus de commerçants se lancent dans l'aventure de la vente digitale ou s'y intéressent. Les start-up technologiques sont à l'origine d'idées

¹ [Http://www.uemoa.int/sites/default/files/bibliotheque/declaration_ministerielle_cm_cce.pdf](http://www.uemoa.int/sites/default/files/bibliotheque/declaration_ministerielle_cm_cce.pdf)

innovantes qui permettent de contourner les problèmes existants en créant une fenêtre d'opportunité pour développer un commerce électronique adapté aux réalités du pays et populariser ainsi les transactions sur Internet. Le potentiel au niveau national existe donc, mais à condition que le commerce électronique s'adapte aux réalités du pays (utilisation des transactions par téléphone mobile, etc.), et que les efforts nécessaires soient entrepris pour lever les contraintes existantes. Le pays a également du potentiel s'il veut renforcer sa position comme plateforme régionale dans le domaine du commerce électronique en utilisant ses avantages au niveau de l'infrastructure par rapport à la sous-région.

Afin de stimuler le développement du commerce électronique, le Togo devra se focaliser sur les fondamentaux. Ceux-ci ont été clairement mis en évidence dans le cadre de cette étude, à travers les enquêtes réalisées ainsi que les diverses consultations de l'ensemble des parties prenantes impliquées dans le commerce électronique. Les obstacles les plus prégnants, par-delà l'accès à l'Internet, sont les procédures pour mettre en place les paiements électroniques, la logistique et l'encadrement des modes de livraison, ainsi que la cyber sécurité et la protection du consommateur. Ces deux dernières questions sont essentielles, car fortement corrélées au manque de confiance du consommateur dans les moyens de paiements en ligne, problème commun à toute la sous-région.

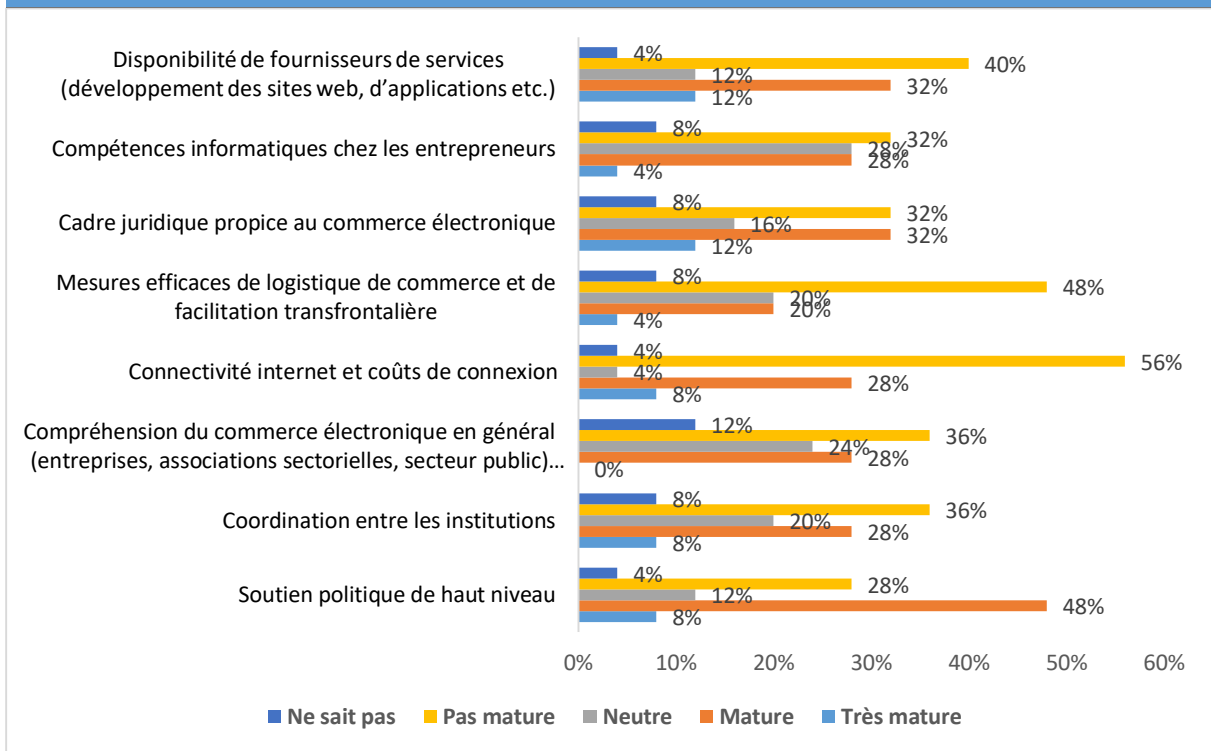
Cette évaluation a pour vocation de recenser et d'analyser les contraintes les plus importantes dans les sept domaines requis pour la mise en place du commerce électronique. Le document fournit également une matrice d'activités, lesquelles contribueront à résoudre les problèmes énumérés et à mettre en place un environnement favorable au développement du commerce électronique. La mise en œuvre de ces actions demandera aux ministères concernés un effort constant de coordination et la consultation suivie des acteurs impliqués. Elle demandera également un effort de mobilisation des ressources.

A ce titre, le Togo a été récemment sélectionné pour le Programme Seuil (Threshold) du Millennium Challenge Corporation (MCC)². Ce fonds américain d'aide au développement, doté de 35 millions USD, table sur deux objectifs : l'amélioration de l'accès aux services TIC pour tous les Togolais et la formalisation de l'accès à la terre. Par conséquent, il constitue une réelle opportunité pour le financement de certaines recommandations de la matrice d'actions, en particulier celles liées au développement des infrastructures. À travers la plateforme d'eTrade for all, d'autres appuis techniques et solutions pourraient être identifiés.

Le Togo bénéficie donc d'un cadre favorable avec une bonne dynamique de réformes et une volonté affirmée du Gouvernement de légiférer en faveur des TIC et du commerce électronique. La présente étude qui intervient à un moment opportun, pourra servir de base pour mettre en place un environnement favorable à la croissance du commerce électronique.

² Pour plus d'informations, voir : <https://www.mcc.gov/where-we-work/country/togo>

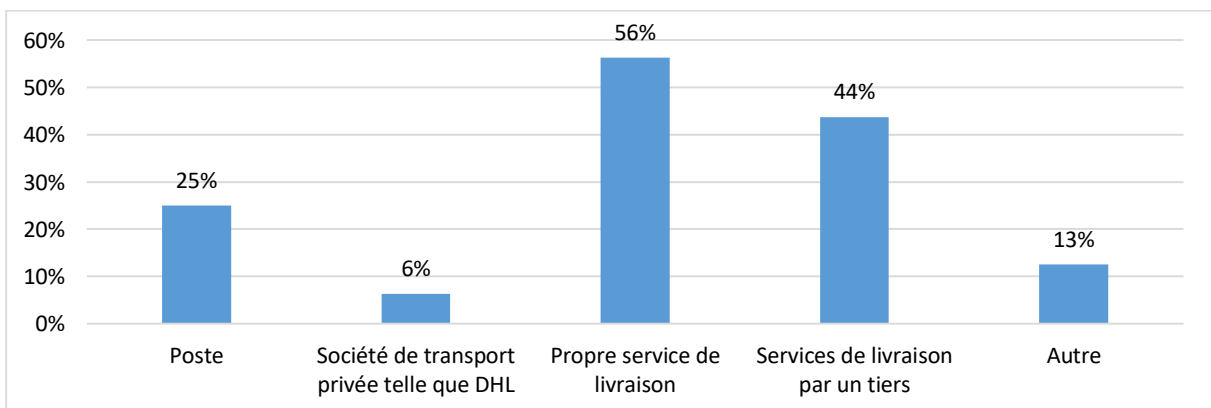
Figure 1 : Perception du niveau de maturité des facteurs essentiels au commerce électronique du point de vue du secteur public



Source : Données des entretiens, 2021

Près de la moitié des acteurs du secteur public estime que le soutien politique de haut niveau pour le développement du commerce électronique est important. La majorité d'entre eux estime que la connectivité internet et les coûts de connexion actuellement pratiqués sont des freins au développement du commerce électronique. Il en est de même pour les facteurs tels que les mesures efficaces de logistique de commerce et de facilitation transfrontalière, et la disponibilité de fournisseurs de services (développement des sites web, d'applications etc.). Ils ont des avis plus ou moins partagés quant aux autres facteurs en l'occurrence la coordination entre les institutions et les compétences informatiques chez les entrepreneurs.

Figure 2 : Prestataires utilisés par le secteur privé pour expédier les produits

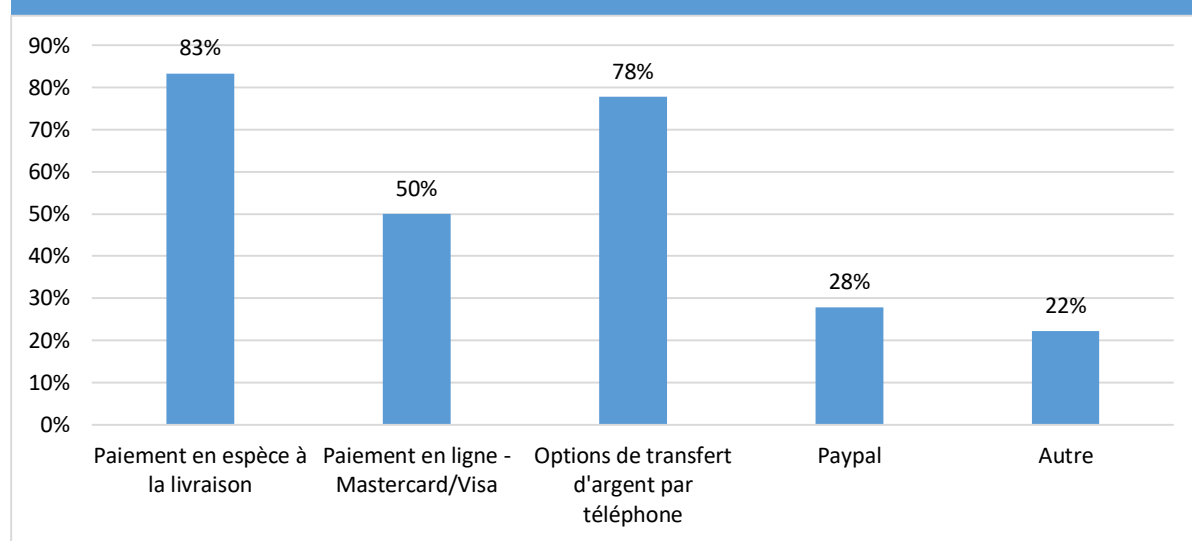


Source : Données des entretiens, 2021

Les prestataires que le secteur privé utilise pour expédier les produits sont en majorité leur propre service de livraison. Près de leur moitié sollicite également les services de livraison par un tiers. Une structure du secteur

privé sur 4 fait recours à la poste pour expédier ses produits, et très peu sollicitent les sociétés de transport privé telles que DHL.

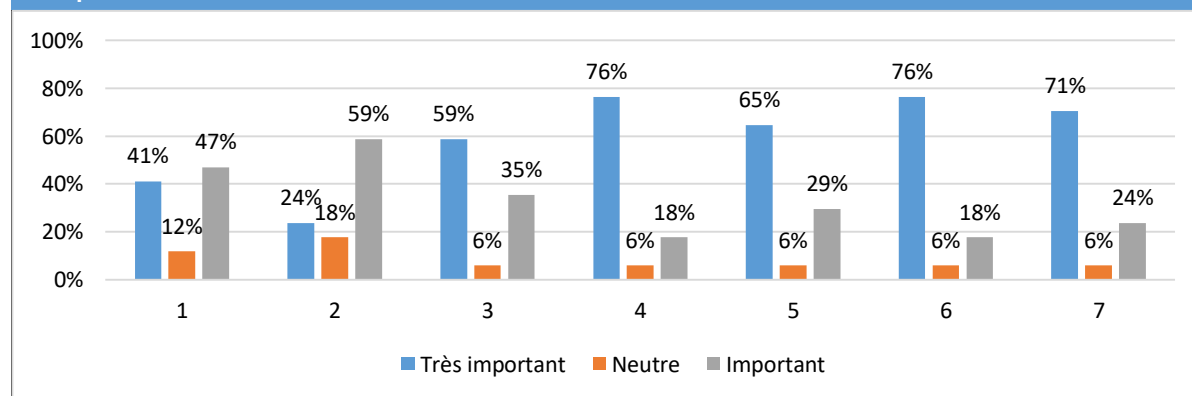
Figure 3 : Moyens de paiements utilisés par le secteur privé



Source : Données des entretiens, 2021

Les moyens de paiements les plus utilisés par le secteur privé sont en majorité le paiement en espèce à la livraison, suivi des options de transfert d'argent par téléphone. La moitié des structures du secteur privé fait également recours aux moyens de paiement en ligne tels que les Mastercard/Visa. Un petit nombre parmi eux utilise le Paypal pour les paiements.

Figure 4 : Perception par le secteur privé de l'importance des facteurs relatifs au développement des compétences



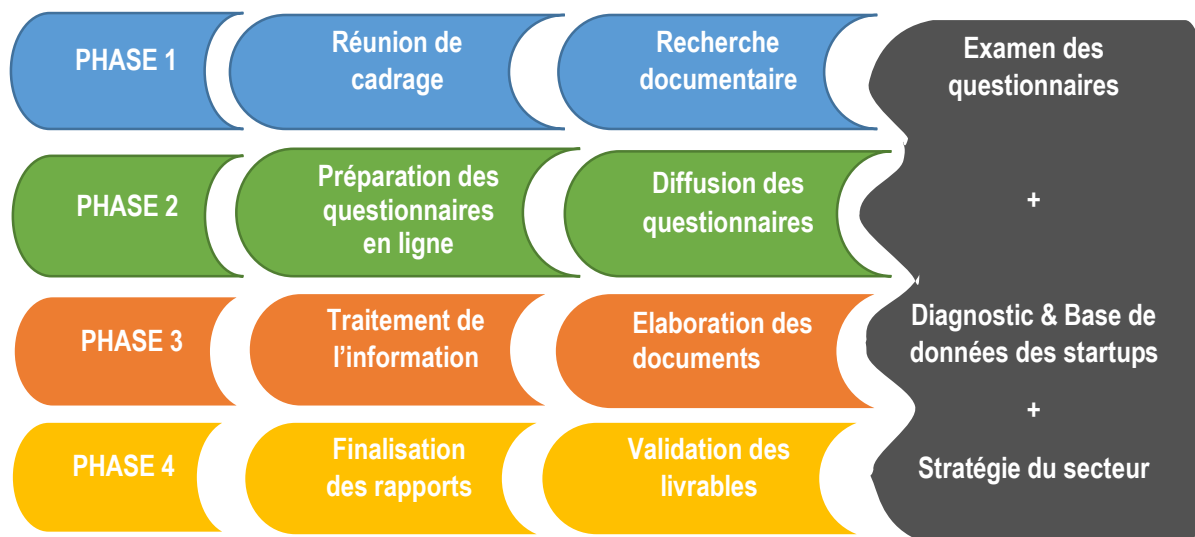
Source : Données des entretiens, 2021

1	2	3	4	5	6	7
Création ou opérationnalisation d'une structure ministérielle dédiée à la promotion du commerce électronique	Renforcement des capacités en matière de commerce électronique pour les fonctionnaires des ministères concernés	Renforcement des capacités sur le commerce électronique pour les petites et moyennes entreprises	Éducation sur les TIC et le commerce électronique dans les universités et les écoles secondaires	Intégrer la dimension du commerce électronique dans les activités de promotion commerciale existantes	Sensibiliser les consommateurs au commerce électronique	Améliorer les connaissances sur les opportunités existantes pour les start-ups, les petites et moyennes entreprises si elles s'engagent dans le commerce électronique

1.1 MÉTHODOLOGIE

Une approche en quatre phases a été mise en place pour l'évaluation rapide de l'état de préparation du Togo au commerce électronique, afin d'assurer un niveau élevé de participation et d'engagement des principales parties prenantes dans le processus de consultation.

Figure 5 : Méthodologie de l'évaluation



Phase 1 | Octobre 2021 : Réunion de cadrage et recherche documentaire. Elle a permis de fixer la méthodologie à adopter et d'extraire les nouveaux développements sur le secteur depuis 2018 et des données actualisées.

Phase 2 | Octobre-novembre 2021 : Adaptation des questionnaires en ligne par l'équipe (reprise des questions de l'étude CNUCED 2018, pour amorcer une série chronologique, questions supplémentaires) et diffusions destinées aux secteurs public et privé (acteurs cibles du précédent sondage) et des associations de consommateurs (nouvel acteur destinataire du questionnaire en ligne), diffusés 159 parties prenantes au Togo (lors de l'étude de 2018, 106 organisations avaient été interrogées). Au total, 71 réponses aux questionnaires remplis en ligne ont été utilisées pour cette évaluation. A cette source d'information, s'ajoute l'organisation d'entretiens auprès des acteurs du e-commerce au Togo. L'objectif était d'exposer des questions plus ouvertes, de discuter autour des priorités d'une stratégie sur le secteur, facteur aussi d'appropriation et donc de participation effective aux actions futures, en plus de sensibiliser à répondre au questionnaire en ligne. 30 entretiens ont été effectués auprès du secteur privé, public et des associations, y compris représentatrices des consommatrices.

Phase 3 en cours | Octobre-novembre 2021 : traitement de l'information au fur et à mesure de la réception des informations pour pouvoir proposer dans les délais impartis, deux projets structurants pour le e-commerce au Togo. Un des deux projets sera sélectionné, après consultation, par le ministère du commerce.

Phase 4 | A venir Novembre - décembre 2021 : Finalisation des résultats et validation.

Le diagnostic du secteur est finalisé et présenté dans ce présent rapport. Les autres livrables concernent :

- La base de données des entreprises du e-commerce et des incubateurs togolais, avec leurs caractéristiques ;
- Le plan stratégique pour le développement du e-commerce au Togo ;
- Le descriptif d'un projet structurant le e-commerce togolais, sur 5 ans. Ces analyses seront discutées lors d'un atelier de validation, regroupant les principales parties prenantes du e-commerce.

1.2 CONCLUSIONS DANS LES SEPT DOMAINES THÉMATIQUES

1.2.1 Evaluation de l'état de préparation au commerce électronique et formulation des stratégies

Le classement du Togo dans divers indices internationaux démontre une performance relativement moyenne de l'ensemble du secteur des TIC, même si elle apparaît en constante amélioration.

En utilisant les deux classements les plus importants, lorsqu'on souhaite faire des comparaisons internationales, on constate que le Togo a régressé par rapport au niveau de 2017.

- L'indice du commerce électronique B2C de la CNUCED : le Togo est classé 131^e en 2020 alors qu'il occupait la 111^e place sur 144 pays en 2017. Le Sénégal qu'il a devancé en 2017, a nettement progressé et occupe actuellement la 99^e place alors qu'il était à la 112^e place en 2017. Il devance néanmoins certains de ses compétiteurs régionaux tels que le Bénin, le Burkina Faso et le Mali. Ceci montre qu'il y a encore beaucoup d'effort à faire dans les domaines couverts par l'indice, qui sont les suivants : *la pénétration dans l'utilisation de l'Internet, le nombre de serveurs sécurisés par million d'habitants, la pénétration dans l'utilisation de cartes de crédit, et la fiabilité des services postaux.*
- L'indice de développement des TIC de l'UIT : classé 156^e sur 176 pays, le Togo a une moins bonne performance que celle de ses voisins (Sénégal ou Mali).

Tableau 1: Classement CNUCED et ITU d'une sélection de pays de la sous-région Afrique de l'Ouest

PAYS	INDICE DU COMMERCE ELECTRONIQUE B2C, CNUCED			INDICE DE DEVELOPPEMENT DES TIC, IUT
	2020	2019	2017	
GHANA	81	101	105	116
NIGERIA	94	88	80	143
SENEGAL	99	98	112	142
COTE D'IVOIRE	119	119	104	131
TOGO	131	129	111	156
BENIN	134	140	138	161
BURKINA FASO	139	143	128	162
MALI	142	133	124	155
MAURITANIE	145	145	126	151

Source : CNUCED 2021

1.2.1.1 Politiques nationales liées aux TIC, au gouvernement en ligne et au commerce électronique

Les TIC sont aujourd'hui au cœur des politiques de développement au Togo et pris en compte au plus haut niveau au sommet de l'Etat³.

Le Togo a adopté ces dernières années plusieurs politiques publiques pour transformer l'orientation, la structure et la compétitivité de branches de production, de secteurs ou de technologies spécifiques. Ces

³ En témoigne la déclaration du Président de la République : « La transition numérique ne peut avoir du sens que lorsque les mutations qu'elle occasionne, bénéficient aux populations. En ce sens, la convergence entre l'innovation technologique et le développement est nécessaire pour construire un meilleur avenir dans notre pays et œuvrer à l'amélioration des conditions de vie de nos concitoyens ».

politiques nationales visent l'accélération du développement et la promotion des secteurs clés de l'économie comme celui du commerce électronique. Ces politiques ont pris plusieurs formes. Ce sont souvent des politiques sectorielles comme dans le commerce ou dans l'économie numérique. Ces quatre dernières années, ces politiques se sont davantage apparentées à des politiques globales.

Quant à la stratégie de développement du e-commerce, elle est en cours d'élaboration par le Ministère du Commerce, de l'Industrie et de la Consommation Locale.

1.2.1.2 Politique nationale de développement du commerce 2011

Le Togo a élaboré en novembre 2011 une politique nationale de développement du commerce. Ce document se veut une référence en matière de commerce au Togo. L'ambition était de promouvoir le secteur du commerce en mettant en avant les secteurs porteurs. Cette politique est assortie de recommandations notamment en matière de formation sur les métiers du commerce et le financement du commerce. Aujourd'hui, ce document peut être d'un intérêt pour les startups et les acteurs du commerce électronique même si son actualisation s'avère pertinente à effectuer.

1.2.1.3 Déclaration de la politique sectorielle du ministère chargé de l'économie numérique 2018-2022

La déclaration de politique du secteur de l'économie numérique est un document de référence nationale en matière de développement du secteur des TIC et des effets induits des TIC sur l'ensemble des autres secteurs de l'économie.

L'objectif est de faire du Togo un hub de services et un centre international d'innovation et de compétence digitale. Pour ce faire, cette stratégie se repose sur quatre axes :

- **Axe 1** : Développer les infrastructures locales, nationales et internationales ;
- **Axe 2** : Favoriser la diffusion des TIC dans l'économie et l'accroissement des usages pour les couches les plus vulnérables ;
- **Axe 3** : Renforcer la concurrence sur l'ensemble des segments du marché ;
- **Axe 4** : Garantir la souveraineté numérique nationale, notamment la cyber sécurité et la protection des citoyens.

1.2.1.4 Plan National de Développement (PND) 2018-2022

Pour faire face aux défis de développement, le Togo s'est doté en 2018 d'un plan national de développement pour la période 2018-2022. Le PND a pour objectif d'accélérer la transformation économique du Togo. En clair, l'ambition est de transformer structurellement l'économie, pour une croissance forte, durable, résiliente, inclusive, créatrice d'emplois décents pour tous et induisant l'amélioration du bien-être social au Togo. Pour ce faire, le PND repose sur les axes suivants :

- **Axe 1** : Mettre en place un hub logistique d'excellence et un centre d'affaires de premier ordre dans la sous-région ;
- **Axe 2** : Développer des pôles de transformation agricole, manufacturiers et d'industries extractives ;
- **Axe 3** : Consolider le développement social et renforcer les mécanismes d'inclusion.

1.2.1.5 Feuille de Route gouvernementale (FDR) 2020-2025

Le Gouvernement togolais a adopté en 2020 une feuille de route gouvernementale pour la période 2020-2025. La vision est de faire du Togo, **un pays en paix** une nation moderne avec une croissance économique inclusive et durable. Elle se décline en trois axes stratégiques et 10 ambitions avec un portefeuille de 42 projets et réformes prioritaires.

Cette feuille de route s'articule autour des axes suivants :

- Renforcer l'inclusion et l'harmonie sociales et consolider la paix ;
- Dynamiser la création d'emplois en s'appuyant sur les forces de l'économie ;
- Moderniser le pays et renforcer ses structures ;

Des projets comme :

- Environnement Numérique de Travail (ENT),
- e-ID Togo (en vue de l'inclusion numérique des services publics),
- Aménagement Numérique du Territoire (ANT) (en vue d'élaborer et mettre en œuvre une stratégie d'accès aux « Haut et Très Haut Débits » et réaliser un Schéma Directeur d'Aménagement Numérique (SDAN) du territoire avec des mesures d'accompagnement réglementaires, institutionnelles et organisationnelles).

Les politiques sectorielles ayant une incidence sur le développement du e-commerce (et de l'entreprenariat) sont les suivantes :

- Politique agricole du Togo (2015-2030),
- Politique nationale de l'industrie,
- Plan directeur de développement et d'aménagement touristique du Togo,
- Politique nationale de développement de l'artisanat,
- Code de l'investissement,
- Programme de l'Accord de Partenariat Économique pour le Développement (PAPED),
- Stratégie nationale de consommation locale.

Le commerce électronique figure en exergue de la récente mise à jour de l'Étude diagnostique pour l'intégration du commerce (EDIC) du Togo, réalisée par le CIR en juin 2017.

Un certain nombre de recommandations spécifiques sont consacrées, notamment la mise en place d'un dispositif juridique et institutionnel pour le commerce électronique, un répertoire national des plateformes de commerce électronique, l'élaboration d'un cadre stratégique pour le commerce électronique (notamment dans le secteur du tourisme) et la mise en place d'appuis pour les entreprises s'engageant dans le commerce électronique (incubateurs, soutiens techniques et financiers, journées de promotion et structure d'appui dédiée au sein du Ministère du Commerce et de la Promotion du Secteur Privé)⁴.

Le développement du commerce électronique a également bénéficié, entre 2013 et 2014, du programme TrainForTrade de la CNUCED, qui a permis au Togo de former environ une centaine d'acteurs publics et privés en matière de législation et de pratique du commerce électronique. Cette formation a conduit à intégrer des mesures clés dans la Déclaration de politique sectorielle 2011-2015 concernant les modifications des lois sur les transactions électroniques.

1.2.1.6 Stratégies régionales

► ODD

Notamment les objectifs de développement durable 5, 8, 9 et 17.

► UEMOA

Il s'agit notamment de l'évaluation de l'état de préparation au commerce électronique UEMOA 2020. Concernant l'indice du commerce électronique B2C de la CNUCED, qui couvre 152 pays, le Togo est

⁴ Rapport final de la mise à jour de l'EDIC, 2017

classé 128^{ème}. On remarque que globalement pour le commerce électronique transfrontalier, les statistiques officielles sont inexistantes ou rares dans la plupart des pays de l'UEMOA, et une multiplication d'agences en charge de l'économie numérique conduisant à une forme de concurrence entre les différentes institutions et/ou ministères techniques.

Cadre réglementaire

L'UEMOA bénéficie d'un cadre juridique préparé par la CEDEAO pour favoriser les transactions électroniques, y compris le commerce électronique :

- L'Acte additionnel A/SA.2/01/10 portant transactions électroniques définit les outils pour réglementer les activités de transaction électronique, notamment les obligations et les responsabilités des acteurs, ainsi que des mesures pour sécuriser ces transactions.
- L'Acte additionnel A/SA.1/01/10 relatif à la protection des données à caractère personnel met en place un mécanisme de protection pour la collecte de ces données, leur traitement, leur transmission, leur stockage et leur utilisation. Il préconise également la mise en place dans chaque État membre d'une structure en charge de la protection des données personnelles.
- La Directive C/DIR/1/08/11 du 19 août 2011 portant lutte contre la cybercriminalité vise à adopter de nouvelles infractions spécifiques aux TIC et à adapter le droit pénal de fond et la procédure pénale des États membres au phénomène de la cybercriminalité. Ces législations n'ont pas été toutes transposées au niveau domestique, leur application demeure insuffisante et ne prend que peu en compte les aspects émergents de l'écosystème numérique.

► CEDEAO

De son côté, la Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), a saisi la CNUCED en mai 2020 d'une demande d'accompagnement pour établir une stratégie régionale sur la base des sept évaluations de l'écosystème du commerce électronique effectuées dans la région, à savoir, chronologiquement, au Sénégal, au Togo, au Burkina Faso, au Mali, au Bénin, au Niger et en Côte d'Ivoire et d'autres stratégies nationales et régionales disponibles.

► Union Africaine

Union africaine qui a notamment adopté en février 2020 la Stratégie de Transformation Numérique pour l'Afrique 2020-2030 en vue d'accélérer cette transformation² et la Zone de libre-échange continentale africaine (ZLECAf).

En effet, la 33^{ème} session ordinaire de l'UA qui s'est tenue en février 2020 a rappelé les échéances : celle de la finalisation de la phase I des négociations de la ZLECAf (sur les biens, services et règles d'origine) prévue en juin 2020, a été repoussée en début 2021 à cause de la pandémie. Quant aux négociations de la phase II, elles concernent les protocoles sur l'investissement, les droits de propriété intellectuelle et la politique de concurrence. En outre, alors qu'il avait été décidé que les négociations de la phase III se concentreraient sur un protocole sur le commerce électronique, ce dernier sera finalement négocié en parallèle avec les thématiques de la phase II. La Commission de l'UA a déjà entamé les préparatifs pour les négociations à venir sur le commerce électronique, y compris en vue de mobiliser des ressources pour le renforcement des capacités des négociateurs.

Cadre réglementaire

Au niveau de l'Union Africaine, la Convention de Malabo du 27 juin 2014 sur la cyber sécurité et la protection des données à caractère personnel constitue le texte de référence dans l'encadrement du commerce électronique et de l'économie numérique en général. Destinée à s'appliquer à l'échelle continentale, cette convention régit les transactions électroniques, notamment la signature

électronique, la protection des données à caractère personnel, la cyber sécurité et la lutte contre la cybercriminalité. Elle va ainsi plus loin dans la réglementation que les textes de la CEDEAO applicables aux États de l'UEMOA qui ne traitent pas de la cyber sécurité. Elle constitue donc l'instrument régional le plus complet. Toutefois, son entrée en vigueur dans les États africains se fait attendre, puisqu'elle est suspendue à sa ratification par quinze États membres. Or, à ce jour, seuls quatorze pays l'ont signée (dont la Guinée-Bissau et le Togo) et cinq seulement l'ont ratifiée (dont le Sénégal). Avec le développement rapide des technologies et partant, les nouveaux enjeux et défis posés par le numérique, les textes de la CEDEAO et la Convention de Malabo nécessitent une mise à niveau pour s'adapter au contexte numérique actuel et apporter des réponses attendues, notamment la prise en compte de l'impact des technologies émergentes sur l'encadrement juridique (blockchain, big data, open data, données personnelles, cloud, etc.).

1.2.1.7 Cadre Mondial

Les discussions sur l'Initiative de Déclaration Conjointe (IDC), ont été entamées en mars 2019. En mars 2020, 83 pays au total avaient rejoint l'initiative, y compris cinq pays de la CEDEAO, à savoir le Bénin, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, le Nigéria et le Sénégal.

Les pays discutent les termes d'un accord futur sur la base de propositions au sein de groupes de discussion. Les thèmes abordés à ce jour incluent :

- La facilitation des échanges et la logistique,
- Les flux de données,
- La confidentialité,
- Les télécommunications,
- Un moratoire permanent sur les droits de douane sur les transactions électroniques,
- L'accès à l'Internet et aux données,
- La non-discrimination et la responsabilité,
- La protection des consommateurs,
- La transparence et la coopération.

Des divergences subsistent entre les parties. Les membres de l'OMC dans leur ensemble n'ayant pas accepté de négocier l'accord, sa nature même, ainsi que ses relations avec le système commercial multilatéral, restent floues.

1.2.1.8 Cadre institutionnel

Le remaniement et la modernisation du cadre institutionnel prévus par la précédente Déclaration de politique sectorielle ont été concrétisés en 2017 avec la mise en place de l'Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes (ARCEP) et de l'Agence Nationale du Spectre des Radiofréquences (ANSR).

Ces deux nouvelles institutions spécialisées sont venues remplacer l'ancienne Autorité de Régulation des secteurs de la Télécommunications et des Postes (ARTP). Les décrets portant sur l'organisation et le fonctionnement de l'ARCEP et de l'ANSR ont été promulgués en 2015 et 2016. Le consortium AfricSearch & ICEA, constitué d'un cabinet togolais et d'un cabinet international, a été recruté avec le concours de la Banque mondiale, pour assurer la mise en place opérationnelle de l'ARCEP et de l'ANSR.

Toutefois, le commerce électronique ne dispose pas, quant à lui, d'un cadre institutionnel ou d'une coordination spécifique.

Une telle coordination est cependant importante, du fait du large éventail d'acteurs impliqués dans le domaine, qui va au-delà de ceux impliqués dans les TIC. Au cours des consultations à Lomé menées par la CNUCED entre le 5 et 7 juin 2018, les parties prenantes ont exprimé leur volonté de mettre en place une telle coordination afin de partager les expériences et de renforcer leur pouvoir de négociation sur les problématiques clefs liées au commerce électronique. Une possible intégration de cette coordination dans le cadre de la Chambre de Commerce et d'Industrie (CC) ou le Conseil National du Patronat (CNP) a également été proposée par les parties prenantes.

Le nombre d'institutions impliquées dans le domaine du commerce électronique est très élevé. Ces institutions sont listées dans le Tableau 2, par thématique d'intervention.

Tableau 2 : Liste des institutions publiques par domaine de compétence dans le commerce électronique

N°	Thématiques du commerce électronique	Institutions responsables
1	Évaluation de la préparation au commerce électronique et formulation de stratégies.	Ministère du Commerce, de l'Industrie, et de la consommation locale, Ministère de l'Economie Numérique et de la Transformation Digitale, Ministère de la Planification du Développement, Ministère de l'Économie et des finances , Ministère de la Fonction Publique, du Travail et de la Réforme Administrative, Banque Centrale des États de l'Afrique de l'Ouest, Autorité de régulation des communications électroniques et des postes, Agence Nationale de Promotion de Garantie et de Financement des PME/PMI, Agence nationale de cybersécurité, Centre des Formalités des Entreprises, Ministère de la promotion de l'Investissement, Ministère de la sécurité et de la protection civile du Togo, Ministère de l'Action Sociale, de la Promotion de la Femme et de l'Alphabétisation, Ministère des travaux publics, Ministère du Développement à la Base, de l'Artisanat, de la Jeunesse et de l'Emploi des Jeunes, Office Togolais des Recettes, Port Autonome de Lomé, Primature/Secrétariat Général du gouvernement, Société Aéroportuaire de Lomé Tokoin, Société des Postes du Togo
2	Infrastructures TIC et services	MENTD, MCICL, ARCEP, Ministère des Infrastructures et des Transports (MIT), FAI (Togocom – y compris Togocel, Café informatique, Moov, Télolis, GVA)
3	Logistique du commerce et facilitation des échanges	MENTD, MCICL, Société des Postes du Togo (SPT), Office Togolais des Recettes (OTR), Centre des Formalités des Entreprises (CFE).
4	Solutions de paiement	BCEAO, ARCEP, MENTD, Banque Togolaise pour le Commerce et l'Industrie (BTCl), ORABANK, Société Générale du Togo.
5	Cadre juridique et réglementaire	ARCEP, MENTD, MCICL, BCEAO
6	Développement des compétences en commerce électronique	Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche (MESR), Ministère des Enseignements primaire, secondaire, technique, et de l'artisanat (MEPSTA), Ministère du Développement à la Base, de l'Artisanat, de la Jeunesse et de l'Emploi des Jeunes (MDBAJEJ), Ministère de l'Action Sociale, de la Promotion de la Femme et de l'Alphabétisation (MASPFA), Universités et instituts de formation.
7	Accès au financement	BCEAO, MENTD, MCICL, MDBAJEJ, MEF, Banques commerciales, Fonds National de la Finance Inclusive (FNFI), Fonds d'Appui aux Initiatives Économiques des Jeunes (FAIEJ), Agence Nationale de Promotion de Garantie et de Financement des PME/PMI (ANPGF).

1.2.1.9 Secteur du commerce électronique au Togo

Les sites de commerce électronique du Togo sont principalement spécialisés dans la revente et la distribution de biens et services technologiques.

Une liste de sites de commerce électroniques est présentée dans le tableau ci-dessous.

Tableau 3 : Sites de commerce électronique au Togo

Nom	Domaine	Mail	Plateforme utilisée
AgriCol	Plateforme de mise en relation des petits exploitants agricoles avec les investisseurs	infos@agricol-tg.com	livrem228.com
Allorest365	Relais des restaurants de Lomé et du made in Togo & magasin de vente de tous produits	valtagbo@gmail.com barbara@biziye.com contact@biziye.com	alloreto365.com lardm.com
Assihub-Togo	Plateforme d'annonces, Vente en ligne	assihubmail@gmail.com serviceclients@assihub.com	http://assihub.com/
Assime24.com	Vente en ligne	brainpowertg@gmail.com	assime24.com
ASSIVITO	Achat et vente en ligne	services@assivito.com sadkotogo@gmail.com	https://www.assivito.com/
Assiyéyé	Site de vente en ligne de produits artisanaux.	laposte@laposte.tg	www.laposte.tg / https://assiyeyeme.tg
BiDif	Prestation de services en développement web et mobile	contactbidif@gmail.com	www.bedif.net
Boenli	Site de vente des produits	boenlitogo@gmail.com	https://boenli.business.site/
CarAsigbe	Portail d'annonces automobiles, achat, vente import de véhicules, motos et pièces de rechanges.	togo@africargroup.com	https://www.carasiqbe.com/
Dashmake	développement d'applications web/mobile, l'ingénierie réseaux, les jeux vidéo et la publicité 2D/3D.	hsadstartup@gmail.com	www.dashmake.com
Chap	transport des colis et courriers	contact@chapchap.com	www.chapchap.tg
CinetPay	Paiement en ligne par mobile money et carte bancaire en Afrique francophone et dans le monde entier	yvon.baliki@cinetpay.com ; laure.gbhone@cinetpay.com togo@cinetpay.com	https://cinetpay.com
Civic Bag	Vente en ligne de papier, Sacs, Cartons et Emballages écologiques recyclés	228civicbag@gmail.com	https://civicbag.com/
CoinAfrique	Plate-forme d'achat et de vente en ligne	elom@coinafrique.com	https://tg.coinafrique.com/
DCN Technologies	Prestation de services en informatique	contact.dcn techno@gmail.com	Réseaux sociaux
Delivroum	e- commerces de produits alimentaires ou non alimentaires		Application mobile
E-agribusiness	e-agribusiness	info@e-agribusiness.com	e-agribusiness.com abusiness.store

Nom	Domaine	Mail	Plateforme utilisée
E-centreconvivial	Application web et mobile assistant et accompagnant les adolescents dans leur vie sexuelle	togo@econvivial.org	www.e-centreconvivial.org
El Elyon Concept	Réseau, Interconnexion; création de site web	info.elelyon.technologie@gmail.com	elelyon.wireless.tg
El-yanaa	Vente ,Achat , Location	info@el-yanaa.com	http://www.el-yanaa.com/
Energy generation	Energie, agriculture, santé à travers l'entrepreneuriat et la technologie	contact@energy-generation.org	www.energy-generation.org
Fidmiq	e- commerce agroalimentaire	fidmiq@gmail.com	https://www.facebook.com/FidmiqEnt/
Fimuun	E-Commerce, Réseaux, vente de matériel informatique	arfado2000@yahoo.fr contact@fimuun.net dissirama@fimuun.net contact@dissirama.com	https://www.fimuun.net/
GF Store	e-commerce de la GF CORPORATION	gfstorelondrina@hotmail.com	https://www.facebook.com/GalabarofStore
Gozem	Plateforme technologique de transport	support@gozem.co	https://gozem.co/tg/fr/
Group Cieltel	Revente, distribution (tous types de produits)		http://cieltel.com/
Impex divine épice	e-commerce agroalimentaire	sef2magnon@gmail.com	www.divieepices.org
Jacque Créations	Boutique en ligne	jacquebijoux@gmail.com	http://jacquiecreations.com/
Jmsa mall	Vente en lignes de vêtements, chaussures et accessoires	pimoar2010@gmail.com info@jmsamall.com	jmsamall.com
Kekeli lab	TIC - Education & Formation	info@kekelilab.education.com	kekelilab.education.com
K-lebasse	Boutique en ligne de vêtements de chaussures et d'articles de cuir	boutique@k-lebasse.com	http://www.k-lebasse.com/
La Gastillo	Revente, distribution		http://www.lagastillo.net/ecommerce.html
Leodo	vente en ligne de la diaspora..	info@leodo.ch ekeoula@gmail.com	http://www.leodo.ch/
Lomé Shopping	Boutique en ligne de gamme de produits disponible à l'international	sales@lomeshopping.com info@lomeshopping.com	https://lomeshopping.com/
Look d'Ange	Mode et accessoires		http://www.jmcpartenaires.com/
Made In Togo	Plateforme de commerce électronique de produits togolais	infos@madeintogo.com	https://madeintogo.com/
Maono	Développement d'application mobile	maono.co	maono.co

Nom	Domaine	Mail	Plateforme utilisée
Maplechap	Plateforme de commerce en ligne de réservation de place bus et hôtel à distance	support@maplechap.com	http://www.maplechap.com/
Miaplenou	Plate-forme d'achat et de vente en ligne des appareils électroniques et électro-ménagers	contact@miaplenou.com g.ayawo@miaplenou.com	https://tg.miaplenou.com/
Missjos	Boutique en ligne spécialisée dans la mode féminine, vêtements, cosmétiques, chaussures, bijoux	joellesenaya@gmail.com abdelkhalif@gmail.com	http://www.missjos.com/
Moemia	E-Commerce, Logistique, Commerce import-export	darwinyawovi@gmail.com	https://moemia.jp/
Nahêni	Prêt à porter en ligne de vêtements et d'accessoires	naheni.tg@gmail.com	https://naheni-batik.afrikrea.com/
NetMaster	Ingénierie système, création et hébergement web, création et vente de domaine .tg & générique	support@netmaster.tg	www.netmaster.tg
Nicelia	Site de vente dont la livraison est gratuite partout au Togo	info@nicelia.com	www.nicelia.com
Oel Marketplace	Site e-commerce d'habits pour femmes et enfants.	george@oel.tg pub@tedidev.com tedidev7@gmail.com	https://oel.tg/
Okpafaces	Développement de solutions éducatives web et mobiles au grand public	contact@okpafaces.com	http://www.okpafaces.com/
Open SDF	Internet et Informatique	contact@opensdf.tk	open.sdf30.com
Scoops Chocotogo	Vente en ligne de produits agroalimentaires	chocotogo.bio@gmail.com	www.chocotogo.com
Société Mijiyawa	Aide à l'investissement, vente, crédits, tontines		https://societemijiyawa.com/
Thacs	vente en ligne de produits cosmétiques, accessoires et vêtements	maevadesouza@thacs.com	https://www.thacs.com/
Togosimé	Vente en ligne de produits alimentaires et divers		https://togosime.fr.gd/
Top Fournitures services	e-commerce des fournitures scolaires, de mobiliers de bureau & matériels informatiques au Togo	contact@topfournitures.com	www.topfournitures.com
YourElegance Shop	Boutique de vente en ligne de vêtements & produits cosmétiques	Marcatayi@gmail.com Partner@youreleganceshop.com	https://www.youreleganceshop.com/
Zonoa	Education et TIC	contact@zonoa.net jpaihnard@zonoa.net	www.zonoa.net

Encadré 1 : La Société Mijiyawa met en place un commerce électronique adapté aux besoins togolais

La Société Mijiyawa est une entreprise sociale togolaise qui fournit des produits et services traditionnels adaptés aux besoins de la population tout en utilisant des moyens de vente en ligne. L'ensemble des biens vendus par la société sont accompagnés de services et prestations qui permettent de faciliter les démarches de l'acquéreur, et l'entreprise livre l'ensemble de ses biens aux clients (le paiement s'effectue à la livraison). La liste des produits et services proposés est très variée. Parmi ceux-ci, on peut citer :

- ▶ Aide à l'investissement au Togo et accompagnement
- ▶ Vente de biens :
 - À la diaspora en Afrique (produits alimentaires et matériels via Internet)
 - Enseignes lumineuses
 - Véhicules motorisés
 - Accessoires de voitures/pneus
 - Articles scolaires et bureautiques
- ▶ Crédits sur la vente de biens (0% selon le financement islamique) :
 - Crédits alimentaires
 - Crédits électroménagers et électroniques
 - Crédits sur les véhicules (motos et voitures)
- ▶ Tontines scolaires (pour les fournitures scolaires)

Source : <https://societemijiyawa.com> et brochure promotionnelle de la société Mijiyawa.

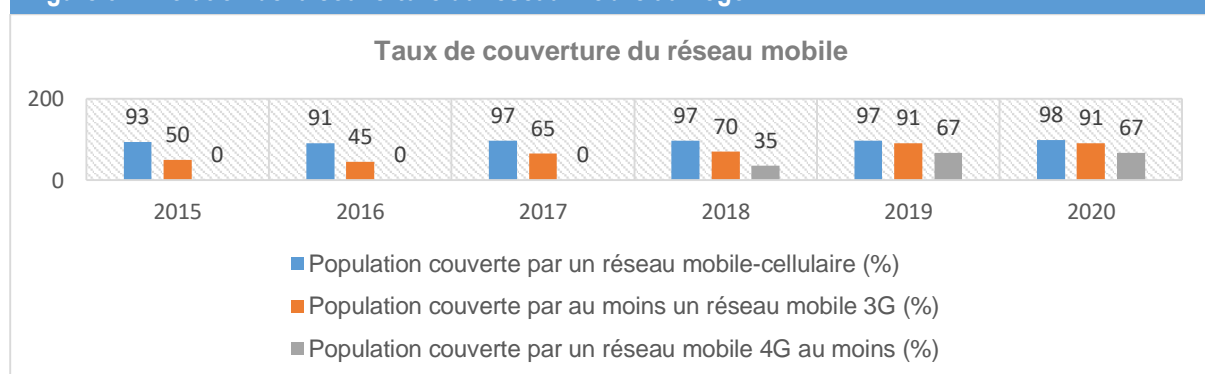
1.2.2 Infrastructure tic et services

Le Togo compte depuis peu quatre opérateurs sur le marché de l'Internet fixe et deux opérateurs sur le marché de l'Internet mobile. Le groupe public TOGOCOM est présent sur les deux marchés avec sa filiale Togocel.

1.2.2.1 Pénétration de l'Internet, fiabilité, accessibilité, latence, débit, couverture

Le Togo se classe parmi les premiers dans la sous-région au regard de l'infrastructure de connectivité Internet, tant au niveau de l'Internet haut-débit fixe, qu'au niveau de la pénétration de l'Internet mobile

Figure 6 : Évolution de la couverture du réseau mobile au Togo



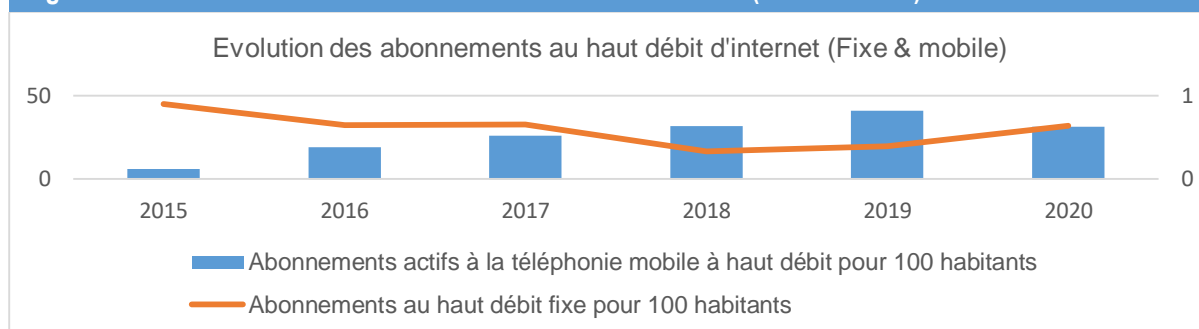
Source : ITU 2021

La population togolaise est couverte à 98% par un réseau mobile cellulaire. Cette évolution montre que la totalité de la population peut être couverte d'ici quelques années si les efforts sont continus. Si la 4G ne couvre que les 2/3 de la population (3 ans après son lancement), la 3G quant à elle a atteint un niveau relativement élevé de 91%, un niveau acceptable pour la pratique du e-commerce.

Tableau 4 : Liste des FAI au Togo et types d'accès à l'Internet proposés

Internet fixe	TOGOCOM	Fibre, ADSL, Wifi public
	CAFE Informatique & Télécommunications	BLR
	Teolis SA	LTE, faisceaux hertziens (commercialisé mais toujours en cours d'installation)
	Group Vivendi Africa	Fibre (commercialisé mais toujours en cours d'installation à Lomé)
Internet mobile	Togocel	Couverture réseau 4G, 3G
	Moov	Couverture réseau 4G, 3G+

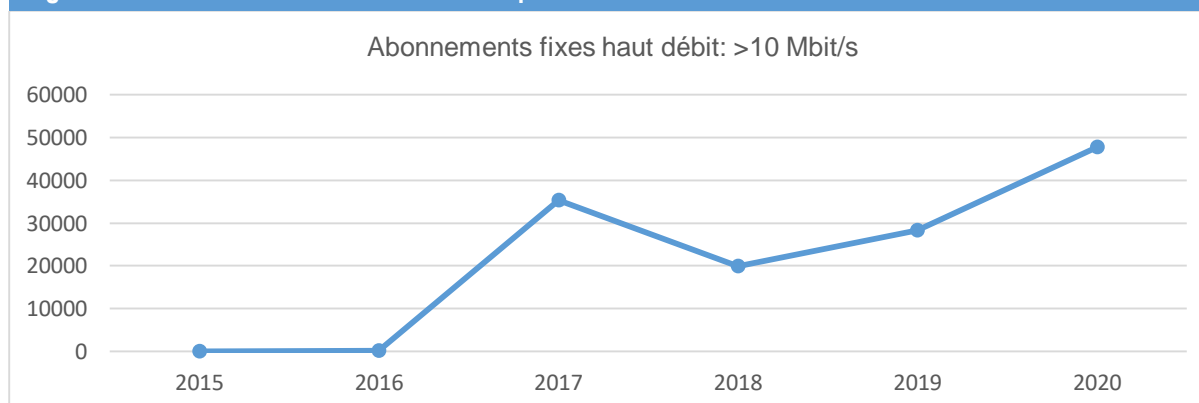
Figure 6 : Evaluation des abonnements au haut débit d'internet (Fixe & Mobile)



Source : ITU, 2021

Les abonnements actifs à la téléphonie mobile à haut débit d'internet ont considérablement augmenté entre 2015 et 2019 allant de 5 à 40 pour 100 habitants. Cette augmentation a connu un repli entre 2019 et 2020. Dans le même temps, les abonnements au haut débit fixe ont considérablement baissé allant de 40 à 15 entre 2015 et 2018. Ils ont ensuite augmenté à partir de 2018 pour atteindre près de 30 pour 100 habitants en 2020. Cette évolution constatée au niveau du fixe, est probablement due à l'arrivée de nouveaux fournisseurs d'accès internet sur le marché à partir de 2017. En effet, le 7 juin 2017, deux licences de fournisseurs d'accès Internet (FAI) ont été attribuées respectivement : à TEOLIS SA qui fournit des services d'accès Internet basés sur la technologie LTE, et au Groupe Vivendi Africa Togo (GVA Togo) qui fournit des services d'accès Internet basés sur la fibre optique à domicile (FTTH). Ces deux nouveaux opérateurs ont lancé la commercialisation de leurs services respectivement en février et mars 2018. Il est également constaté une augmentation de la souscription au haut débit du fixe supérieur à 10Mbps, plus du doublement des abonnements entre 2018 et 2020 comme le montre la figure suivante.

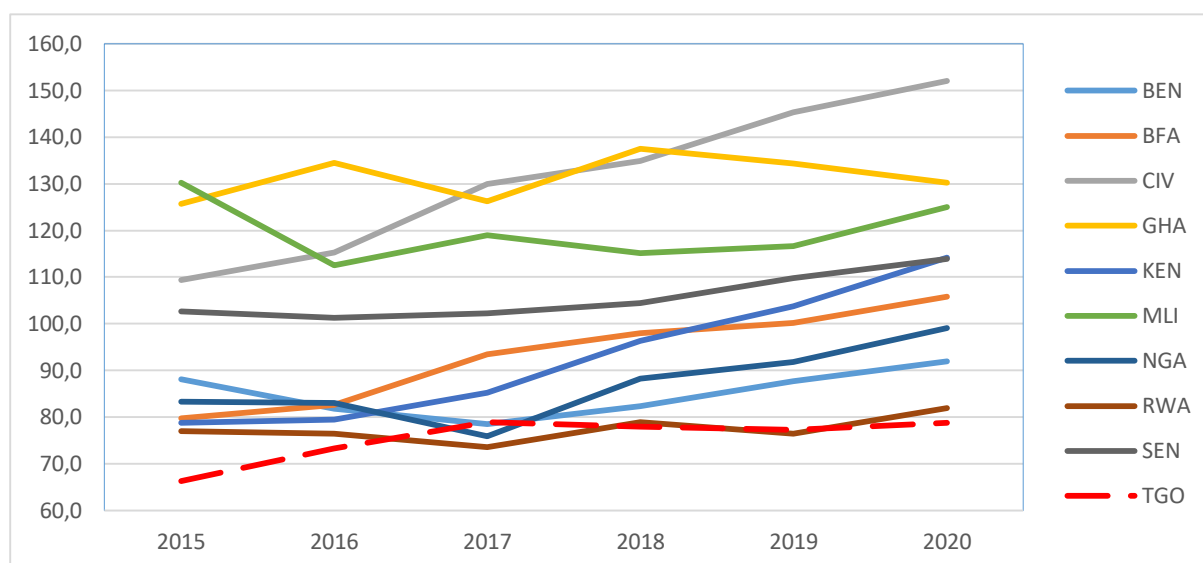
Figure 7 : Abonnements fixes haut débit supérieur à 10 Mbit/s



Source : ITU 2021

En matière de connectivité, le Togo reste à un niveau relativement faible par rapport à d'autres pays voisins en ce qui concerne les abonnements aux services mobiles.

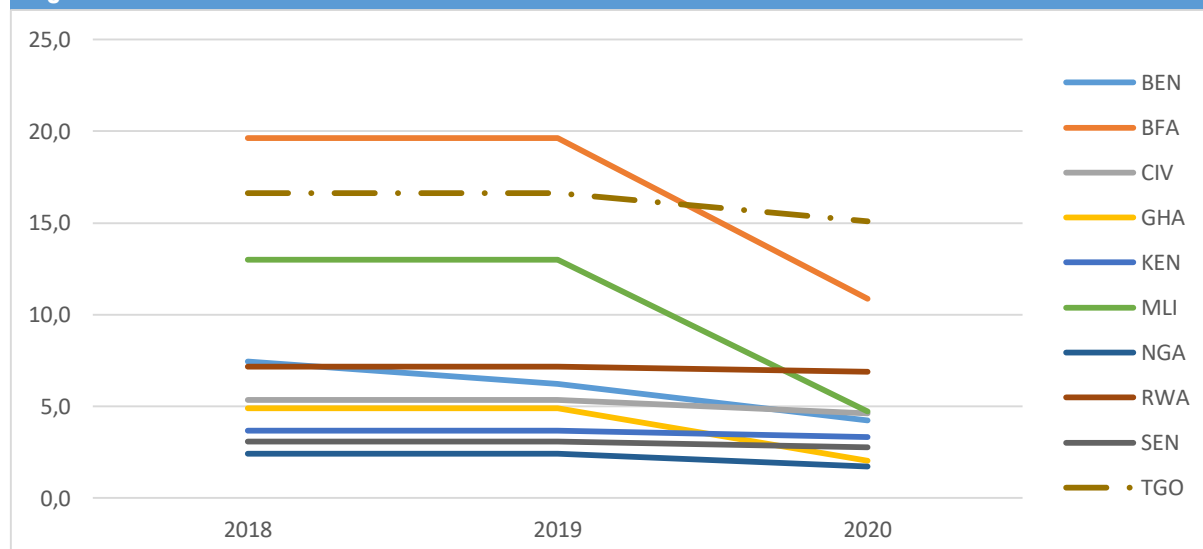
Figure 8 : Abonnements aux services de téléphonie mobile pour 100 habitants



Source : Données de l'ITU, 2021

Cette faiblesse peut s'expliquer par les coûts encore relativement élevés par exemple du haut débit mobile. Si on considère la charge que représente le panier de services mobiles à haut débit sur le revenu national brut, cette part reste élevée (15,1% en 2020), comparée aux pays comme le Burkina Faso (10,1%), le Bénin (4,2%), le Sénégal (2,8%) ou encore le Ghana (2,0%).

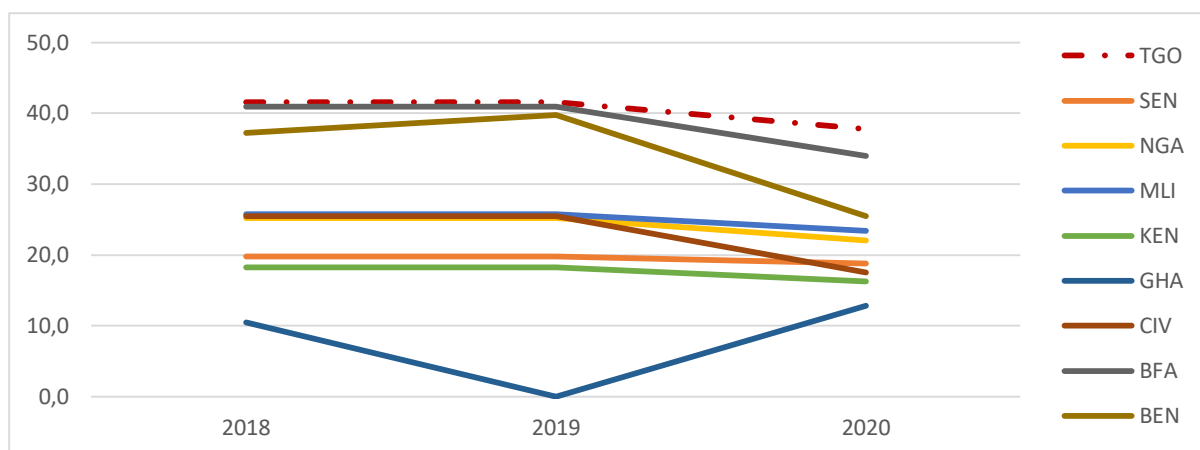
Figure 9 : Panier de services mobiles à haut débit en % du Revenu National Brute



Source : construit à partir des données de l'ITU, 2021

Le panier des services fixes à haut débit est aussi coûteux au Togo que dans les pays de comparaison choisis. Au Togo, le panier des services fixes à haut débit correspond à environ 40% du revenu national brut alors que cet indicateur n'est que d'environ 20% au Sénégal, et encore moins élevé en Côte d'Ivoire et au Ghana.

Figure 10 : Panier de services fixes à haut débit en % du Revenu National Brute



Source : Données de l'ITU, 2021

Ainsi, même si les prix ont baissé ces dernières années, la charge par rapport au revenu des utilisateurs reste encore élevée, une situation qui peut constituer un frein pour le commerce électronique.

Le marché des Fournisseurs d'Accès à Internet (FAI) fixe a considérablement évolué sur les deux dernières années. Cependant, le principal fournisseur public, TOGOCOM, maintient sa domination.

Le marché des FAI est aujourd'hui libre au Togo. Les FAI ont en effet la possibilité d'acheter de la bande passante internationale auprès du fournisseur de leur choix, avec accès aux câbles sous-marins, à la voie satellitaire, ou à la voie terrestre en se raccordant aux frontières. Toutefois, le groupe TOGOCOM domine toujours le marché, même si cette domination ne débouche pas sur une meilleure qualité de services selon les parties prenantes présentes aux consultations. D'après celles-ci, les connexions à l'Internet fixe fournies par Togocom sont généralement très lentes, instables et la qualité de service de la voix est inférieure aux seuils minimaux fixés par l'Agence de régulation nationale (ARCEP). En outre, les délais de réponse du service après-vente (SAV) sont longs, près de deux semaines selon certains témoignages. Cette longue période de résolution est parfois due à la difficulté d'identifier la panne sur la ligne, en raison de la vétusté des installations. Les coupures de courant sont également une cause fréquente de ces problèmes de connexion. Par conséquent, la couverture géographique et la qualité du raccordement électrique doivent être améliorées.

Des mesures sont actuellement prises pour diversifier les sources d'énergie et améliorer le mode d'électrification des villes et des campagnes. La production énergétique est restée à son niveau de 2013, soit 161 MW, mais le nombre de nouveaux abonnés a fortement progressé, passant de 20 792 en 2013 à 32 193 en 2016, soit un taux d'accroissement de 55%. En parallèle, le taux d'électrification nationale s'est étoffé, passant de 23% en 2010 à 26,5% en 2015, tout en demeurant largement insuffisant. De plus, le coût de l'électricité au Togo est nettement supérieur à la moyenne régionale. Ce qui a poussé bon nombre d'entreprises à investir dans l'acquisition de groupes électrogènes qui constituent une source d'électricité encore plus onéreuse⁵.

Le marché de l'Internet fixe va vraisemblablement devenir plus concurrentiel avec le lancement des offres commerciales des deux nouveaux FAI depuis mars 2018.

Le Togo compte aujourd'hui quatre fournisseurs d'accès à l'Internet : TOGOCOM, CAFE Informatique & Télécommunications, et les deux nouveaux arrivants, TEOLIS SA et GROUP VIVENDI AFRICA (GVA)

⁵ Rapport final de la mise à jour de l'EDIC, 2017

Togo. Le marché de la connectivité mobile, voix et Internet, a lui aussi connu un développement important sur les deux dernières années.

Les deux opérateurs mobiles traditionnels sont Togocel (filiale de TOGOCOM) et Moov AfricaTogo. En janvier 2016, la licence de Moov a été étendue à la 3G. Suite à cela, le taux de pénétration de l'Internet mobile est passé de 7% en 2014 à 20.6% en 2016 selon les chiffres d'ITU et à 35.6% en 2017 selon ceux du MPEN, et les prix de l'Internet mobile ont chuté de plus de 50% en 2 ans. Les licences 4G ont été attribuées en juin 2018. Togocel, qui a obtenu sa licence en juin 2018, est en voie de finaliser la mise en place de la couverture de Lomé et de Kara. Le déploiement est également en cours pour les autres grandes villes du pays. L'introduction de la 4G au Togo devrait accélérer encore davantage la dissémination de l'Internet haut débit, comme cela a été le cas dans les pays voisins où la 4G a été introduite. Du côté de la téléphonie mobile, même si le taux de pénétration a augmenté de manière très importante (il a atteint 82.98% fin 2017, soit un quasi-doublement depuis 2012), le Togo reste en retard par rapport à la région.

Malgré ces avancées, des efforts restent à produire sur la qualité du service réseau et sur l'Internet mobile. La couverture réseau en dehors de Lomé est loin d'être satisfaisante. Le décret relatif au service universel des télécommunications, adopté le 18 avril 2018, a pour objectif de contraindre les opérateurs mobiles à couvrir des zones qui ne sont pas forcément économiquement viables pour eux. Cette couverture universelle s'aligne sur l'une des principales priorités de la nouvelle Déclaration de politique sectorielle.

Un autre problème récurrent est l'incompatibilité du matériel utilisé par les consommateurs avec les fréquences utilisées par les opérateurs mobiles. Le consommateur n'est pas informé de ces incompatibilités lors de l'achat de smartphones neufs ou de seconde main et ne pense pas à s'assurer de leur conformité avec les fréquences locales.

Encadré 2 : Gratuité des frais d'itinérance mobile et coopération régionale dans l'espace UEMOA/CEDEAO

Par la décision 09/2006/CM/UEMOA, le Comité des Régulateurs (CRTEL), structure regroupant les Autorités nationales de régulation des États membres de l'UEMOA, a été créé. Cette instance de concertation sous régionale encourage la mise en œuvre d'une politique de régulation harmonisée dans le secteur des télécommunications. Régi par le protocole d'Abidjan, un projet de règlement sur le Free Roaming a été validé lors de la 15^{ème} réunion des ministres en charge des télécommunications et des TIC de la CEDEAO en octobre 2017. Les pays qui ont rejoint l'initiative sont : le Sénégal, le Burkina Faso, la Guinée Conakry, le Mali, la Côte d'Ivoire, le Togo et plus récemment, le Bénin. Ce dispositif définit un cadre juridique et tarifaire harmonisé pour l'itinérance sur les réseaux publics de communications mobiles dans les pays membres de la CEDEAO, reposant sur trois leviers essentiels :

- La gratuité de la réception des appels venant des États signataires vers le pays visité, mais sur la base d'un forfait-plafond de 300 minutes tous les 30 jours ;
- La tarification au prix local des appels/SMS émis à partir du pays visité vers les autres pays signataires ;
- Un dispositif commun de lutte contre la fraude pour pérenniser le système.

Dans le but d'accélérer l'harmonisation et la transposition nationale du cadre réglementaire régional de développement des TIC, un réseau interparlementaire des TIC de l'Afrique de l'Ouest, en abrégé RIPTIC-CEDEAO, a vu le jour en 2017 à Niamey. En lien avec les objectifs de ce nouveau cadre de dialogue politique, la mission en charge du projet de refonte du Code des Télécommunications au Sénégal vise, entre autres, à réaliser un audit stratégique du cadre juridique institutionnel et l'analyse du niveau de transpositions des textes communautaires UEMOA/CEDEAO.

Sources : UEMOA, CEDEAO, ARCEP.

Tableau 5 : Indicateurs TIC de ITU

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Abonnements fixes à large bande : 256kbit/s - <2Mbit/s						65090	46715	9000	2160	363	1116
Abonnements fixes à large bande : 2 à 10 Mbit/s						967	2023	6276	4054	3258	3855
Abonnements fixes à large bande : >10 Mbit/s						15	25	35274	19941	28278	47736
Total des abonnements fixes à large bande	27225	34039	41493	6915	12610	66072	48763	50550	26156	31899	52706
Abonnements au téléphone fixe pour 100 habitants	0,93	0,91	0,91	0,90	0,75	0,72	0,45	0,47	0,48	0,54	0,56
Abonnements au téléphone mobile pour 100 habitants	40,52	40,86	48,90	61,30	63,27	66,30	73,31	78,85	77,89	77,20	78,71
Abonnements actifs au haut débit mobile pour 100 habitants	0,03	0,47	1,27	1,44	2,95	5,90	19,14	26,19	32,00	41,10	31,31
Abonnements fixes à large bande pour 100 habitants	0,42	0,52	0,61	0,10	0,18	0,90	0,65	0,66	0,33	0,39	0,64
Individus utilisant l'internet, total (%)	3,00	3,50	4,00	4,50	5,70	7,12	11,31	12,36			

Source : ITU 2021

1.2.2.2 Principaux projets d'infrastructure

La volonté du gouvernement togolais de développer l'économie numérique s'est matérialisée sous la forme de nombreux projets d'infrastructure. La plupart de ces projets ont été lancés entre 2015 et 2018. Les projets d'envergure sont listés ci-après :

- i. **Le réseau E-gouvernement** : Ce projet a permis l'installation d'un réseau de plus de 250 km de fibre optique reliant quelque 560 bâtiments de l'administration publique dans la ville de Lomé. Il a été lancé le 24 avril 2017, en partenariat avec le PNUD et le Département des affaires économiques et sociales des Nations Unies (DAES). La mise en place de la connexion haut-débit entre les principaux organes du Gouvernement a pour vocation :
 - L'amélioration de la circulation des informations, avec la mise en place d'une messagerie gouvernementale et d'outils de travail collaboratif pour les membres du gouvernement ;
 - Le rapprochement des citoyens grâce à la mise en ligne d'un portail pays (www.togo.gouv.tg) permettant d'accéder à l'ensemble des sites étatiques, dont le site www.service-public.gouv.tg qui recense les démarches administratives et permettra prochainement la création d'entreprise en ligne, afin de faciliter les démarches des citoyens et des investisseurs ;
 - Le rapprochement avec les collectivités locales grâce à la connexion avec l'initiative E-Village.

- ii. **Le Programme Régional Ouest-Africain de Développement des Infrastructures de Communications (WARCIP)** : Dans le cadre de ce programme de la Banque mondiale, l'État togolais a reçu une subvention de 30 millions de dollars. Celle-ci a déjà permis, en juin 2017, la mise en place d'un Point d'échange Internet (IXP)⁶. Il s'agit en effet d'interconnecter les FAI et d'assurer la gestion des échanges locaux au niveau national, sans transiter par l'international. Il est géré par l'association « Togo Internet Exchange Point » ou TGIX.

Le programme a également permis de lancer la construction d'un centre d'hébergement de données (« carrier hotel »). Ce « data center » mettra à disposition des entreprises un espace, de l'énergie, un circuit de refroidissement, etc. pour qu'elles puissent entreposer en toute sécurité leurs serveurs, leurs équipements de réseau ou encore leurs équipements de stockage. Il est prévu, dans le cadre de ce projet, l'acquisition et la revente en gros de capacités Internet internationales, pour améliorer les conditions d'accès des fournisseurs de services à des coûts plus bas.

- iii. **Le projet Wifi Campus** : ce projet a consisté en une mise à disposition de l'Internet haut débit dans les universités et les CHU, avec la mise en place d'un nouveau réseau doté d'une capacité de plus de 300 Mbps, à travers le déploiement d'un vaste réseau de hotspots wifi ainsi que le raccordement à la fibre optique de 121 bâtiments sur l'ensemble des campus universitaires et des centres hospitaliers universitaires du pays. L'inauguration du Wifi Campus a eu lieu en janvier 2018. L'initiative Wifi Campus, comprend aussi la création d'un fonds de « Transformation digitale des universités » ayant pour vocation de mettre à disposition les ressources financières nécessaires pour moderniser les campus universitaires. Passé le quota de 100 heures offertes, les usagers ont la possibilité de procéder à l'achat d'heures supplémentaires de connexion subventionnées. L'argent

⁶ Un IXP est une infrastructure physique permettant aux différents FAI et opérateurs de réseaux d'échanger du trafic Internet entre leurs réseaux de systèmes autonomes grâce à des accords mutuels d'appariement

collecté par l'opérateur sera reversé à ce fonds, créé pour permettre aux universités publiques du pays d'amorcer leur transition digitale, d'élaborer et de mettre en œuvre des projets innovants pour leur modernisation.

- iv. **Le projet Wifi public, avec l'installation de hotspots wifi dans des lieux publics :** L'opérateur TOGOCOM a installé des accès Wifi publics d'une capacité de 100 Mbit/s dans plusieurs grandes localités, qui permettent aujourd'hui à plusieurs centaines de milliers de personnes d'avoir accès à l'Internet haut débit.
- v. **Le projet E-Village pour l'administration électronique :** ce projet consiste en l'équipement des 4 400 chefs de village et chefs de canton d'un téléphone portable, d'une carte Sim et d'un crédit téléphonique mensuel. Cet ensemble est complété par une plateforme innovante de recueil permanent, d'analyse et de traitement d'informations

Encadré 3 : Le Togo sélectionné pour le programme de seuil du MCC et Compact for Africa du G20

Le Togo a récemment été sélectionné comme pays bénéficiaire de deux programmes d'aide majeurs visant à améliorer l'environnement des affaires et à favoriser les investissements privés qui à terme pourront faciliter l'écosystème du commerce électronique.

Le premier est le Programme de seuil (Threshold), programme de subvention du Millennium Challenge Corporation (MCC), une agence d'aide internationale américaine, qui consiste à accompagner les pays s'étant engagés à améliorer leurs performances en matière de bonne gouvernance, de liberté économique et d'investissement dans le capital humain. Ce programme, doté de 35 millions de dollars, table sur deux objectifs : l'amélioration de l'accès aux services TIC pour tous les Togolais, et l'élargissement de l'accès à la terre par la reconnaissance et la protection des droits fonciers coutumiers, ainsi que le développement d'un cadre réglementaire permettant de mettre en œuvre le nouveau code foncier. Afin d'être sélectionné, le Gouvernement togolais a dû satisfaire à un certain nombre d'indicateurs clés du MCC, ce qui a accéléré le processus de réformes sur les deux dernières années en matière de bonne gouvernance, et plus particulièrement dans le domaine des TIC.

Le second programme est le Programme Compact With Africa du G20. Le Togo a été officiellement admis au sein du groupe des pays africains retenus en juin 2017 par la présidence allemande du G20. L'objectif du Compact With Africa est de créer un cadre propice aux investissements privés dans les pays africains. Ce nouveau partenariat économique vise donc à renforcer les investissements privés dans les pays retenus, notamment dans le domaine des infrastructures. Tout comme pour le Programme de seuil du MCC, chaque pays doit démontrer, pour être sélectionné, sa volonté réformatrice par le biais d'un programme élaboré en accord avec les principales institutions internationales (FMI, Banque mondiale et BAD notamment), favorisant l'investissement privé et permettant de soutenir la croissance sur le long terme. Dans sa démarche, outre celui des institutions internationales, le Togo a bénéficié de l'appui de plusieurs pays membres du G20.

Source : <https://www.mcc.gov/where-we-work/country/togo> et <https://autogo.tg/admission-togo-sein-groupe-compact-with-africa-g20/>

1.3 LOGISTIQUE DU COMMERCE ET FACILITATION DES ÉCHANGES

1.3.1 Modalités de livraison

Le Togo occupe la deuxième place au niveau régional dans l'indice de fiabilité des services postaux, ainsi que dans la facilité des envois internationaux. Cependant, malgré ses bons résultats dans ces deux indicateurs, l'aspect « livraison et logistique » a unanimement été signalé par les parties prenantes au commerce électronique comme l'un de principaux freins à leur activité.

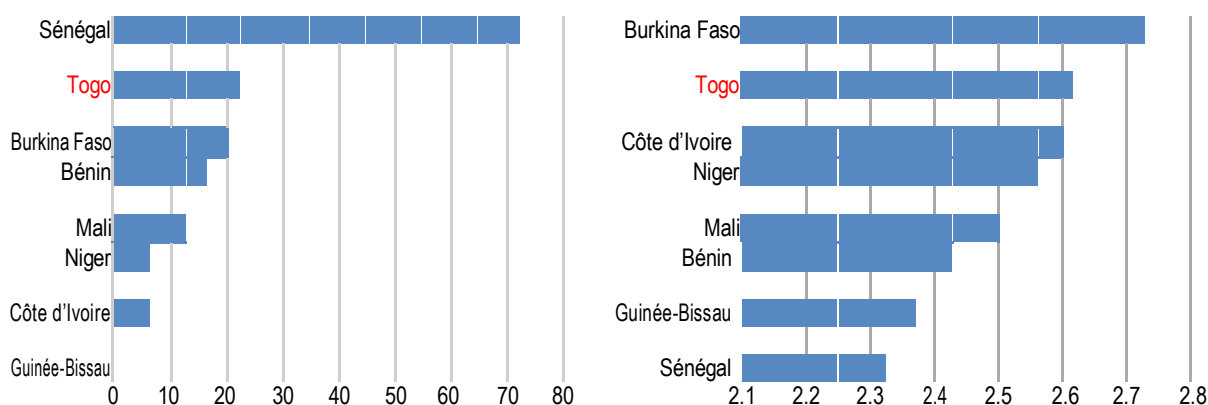
Les services postaux sont relativement bien développés au Togo comparés à ceux de pays voisins tels que le Bénin ou le Ghana, avec une bonne répartition des services.

La poste fonctionne avec plus de 80 bureaux locaux répartis sur le territoire togolais. Elle dispose d'un service « post tracker » qui permet le suivi en ligne des colis au niveau national, ce qui peut être très utile pour les plateformes de commerce électronique. Néanmoins, comme cette option requiert un paiement supplémentaire, les plus petites compagnies n'ont pas les moyens de l'utiliser. À l'international, les envois sont réglementés, et le suivi est inclus par défaut dans chaque envoi.

L'adressage, comme dans beaucoup de pays de la sous-région, reste un problème majeur. Une campagne d'adressage a été effectuée à Lomé il y a une dizaine d'années, mais cet adressage n'a pas pu aboutir et n'est pas exhaustif. De plus, les adresses restent très peu utilisées à ce jour, car les noms des rues sont mal indiqués et le repérage se fait par des points stratégiques de la ville. Dans toutes les zones situées en dehors de la capitale, y compris les autres villes du pays, l'adressage est inexistant. Pour pallier cette difficulté, la plupart des entreprises de livraison ou les plateformes de e-commerce utilisent le GPS comme moyen de localisation. Au-delà du problème d'adressage, l'envoi des colis se heurte au problème d'identification du destinataire. Les individus sont actuellement identifiés par le biais de leur numéro de téléphone, puisque l'adresse n'est pas une donnée disponible. Afin d'y remédier un vaste projet d'identification nationale biométrique des citoyens, intitulé « e-ID Togo », a été initié au Togo.

Selon les parties prenantes, le niveau de facilité de livraison se distingue très fortement si l'envoi est destiné à la capitale, aux autres zones du pays ou à l'international. Pour ce qui est des envois nationaux destinés à la capitale, les services de coursiers sont très nombreux à Lomé et la Poste fournit des services suffisants et abordables. Toutefois, dès que les envois ont une destination extérieure à Lomé, il n'y a plus de services de livraison en dehors de la poste, les prix deviennent une contrainte et le suivi est optionnel et cher. Pour ce qui est de l'international, le même problème de coût se pose avec la Poste. Un nouveau service « DHL e-commerce » existe, mais il demeure également peu abordable, notamment à cause des prix élevés du transport aérien régional. Afin d'économiser sur ces envois, les opérateurs se tournent volontiers vers des moyens informels, confiant par exemple leurs colis aux individus (chauffeurs des transports routiers tels que les bus ou les convois). Ces moyens comportent cependant des risques considérables et n'offrent aucune garantie quant à la livraison de la marchandise.

Figure 11 : Indice de fiabilité des services postaux et facilité des envois internationaux



Source : UPU et Indice de performance logistique de la BM

Un problème concernant spécifiquement les envois à l'étranger est l'imprédictibilité de l'application de taxes et tarifs sur la marchandise, car cette application se fait sur décision du douanier. Si la marchandise est considérée comme personnelle, elle ne sera pas imposée, mais si elle est considérée comme potentiellement commercialisable, un ensemble de taxes lui sera appliqué. Il n'y a donc, selon ce système, pas de critères nets ni de seuil de minimis appliqué.

Le développement des plateformes de commerce électronique est actuellement entravé par le fait que ces entreprises ne sont pas en mesure de sous-traiter leur service de livraison.

La plupart des plateformes de commerce électronique gèrent l'ensemble de la chaîne, y compris la livraison, ce qui diminue fortement leur capacité de livraison par jour et augmente les coûts. Cela s'explique d'abord par un problème de confiance vis-à-vis des livreurs extérieurs, qui n'ont en général aucune qualification. Les commerçants n'ont par ailleurs aucune garantie que le livreur va remettre le bien ou la marchandise à son destinataire, surtout si celle-ci a de la valeur (c'est le cas, par exemple, du matériel informatique). Un autre problème qui se pose lors d'une collaboration avec des services de livreurs traditionnels est la difficulté à organiser la politique des retours (inscrite dans la nouvelle loi sur les transactions électroniques de 2017).

1.3.2 Facilitation des échanges⁷

Le Togo est signataire de l'Accord de Facilitation des Échanges (AFE) de l'OMC depuis le 1er octobre 2015.

Il a également soutenu la mise en œuvre de cet accord en mettant en place le Comité national pour la facilitation des échanges (CNFE) en application de l'article 23.2. Le CNFE a été institué par le décret présidentiel N° 2016-101/PR du 20 octobre 2016. En 2016, deux réunions ont été tenues au cours desquelles les membres ont réfléchi au décret d'application et au règlement intérieur. En 2017, quatre réunions trimestrielles du CNFE ont été organisées. Trois ateliers d'information et de sensibilisation se sont tenus à destination des transitaires, importateurs et exportateurs, transporteurs etc. Il a également été procédé à la catégorisation des mesures de l'AFE. Une tournée de sensibilisation et d'information à l'adresse des organismes présents aux frontières a été effectuée. Quatre grandes frontières ont été couvertes : le port de Lomé, Kodjoviakopé, Sanvée-Condji et Cinkassé. En 2018, outre les réunions trimestrielles, deux ateliers ont été programmés, l'un sur l'analyse des goulots d'étranglement et l'autre sur les mesures de catégorie B⁸. Il y a eu par la suite la catégorisation des mesures de catégorie C assortie des fiches de projets pour leur mise en œuvre validés lors d'un atelier en 2020.

Concernant l'art 7.2 sur les paiements électroniques, beaucoup d'efforts restent à faire afin de permettre aux opérateurs de disposer de solutions innovantes en la matière. Les travaux de catégorisation des mesures de fond de l'AFE ont permis, entre autres, de relever quelques insuffisances dans les solutions de paiement proposées par les banques. À celles-ci s'ajoutent le manque d'incubateurs performants liés au commerce électronique, couplé à une connexion Internet défectueuse. Pour cette raison, le Comité a notifié une mesure de catégorie C afin de pouvoir bénéficier d'une assistance technique pour une mise en œuvre complète de ladite mesure au profit de l'ensemble des opérateurs économiques.

⁷ Cette section s'appuie en grande partie sur le Rapport final de la mise à jour de l'EDIC, 2017

⁸ Pour plus d'informations sur les catégories des mesures : <https://www.tfadatabase.org/notifications/implementation>

Tableau 5 : Indicateurs Doing Business – Commerce transfrontalier 2020

Indicateurs	Togo	Afrique subsaharienne	Pays de l'OCDE
Respect des procédures de commerce transfrontalier			
Délai à l'exportation (en heures)	67	97.1	12.7
Coût à l'exportation (USD)	163	603.1	136.8
Délai à l'importation (en heures)	168	126.2	8.5
Coût à l'importation (USD)	612	690.6	98.1
Respect des exigences en matière de documentation			
Délai à l'exportation (en heures)	11	71.9	2.3
Coût à l'exportation (USD)	25	172.5	33.4
Délai à l'importation (en heures)	180	96.1	3.4
Coût à l'importation (USD)	252	287.2	23.5

Source : *Doing Business 2020, Banque Mondiale*

Cette performance du pays s'explique par des nombreuses réformes impulsées par le gouvernement notamment la facilité de création d'entreprises et le raccourcissement du délai d'enregistrement, la baisse du coût de raccordement à l'électricité, la réduction des coûts et délais d'obtention de permis de construire, la simplification des formalités de transfert de propriété ou encore l'accès à l'information sur le crédit.

Dans un souci de facilitation du transport et du commerce, la Société d'Exploitation du Guichet Unique du Commerce Extérieur au Togo (SEGUCE) a été mise en place en 2013 dans le cadre d'un partenariat public-privé. Ce Guichet Unique est une plateforme de haute technologie conçue pour gérer tous les mouvements des marchandises, quel que soit le type d'acheminement.

Le Togo s'est doté d'une plateforme électronique qui interconnecte plusieurs agences, aussi bien pour les procédures d'importation et d'exportation que pour les paiements afférents, avec pour conséquence la réduction du temps nécessaire aux opérations d'importation et d'exportation. Plusieurs projets s'exécutent aujourd'hui à travers l'amélioration des services des transports, du commerce et des douanes, en particulier, l'UEMOA favorise l'interconnexion des systèmes informatiques douaniers du Togo, du Burkina Faso, du Mali et du Niger avec la mise en place d'un logiciel dénommé Sydonia world. Le problème majeur tient aux délais et coûts liés à la logistique de l'importation des marchandises qui, souffre aujourd'hui du non-respect des procédures de commerce transfrontalier et de transport intérieur. En ce qui concerne les exportations, le problème ne se pose pas avec acuité, ce qui explique son rang relativement bon de 121ème (même s'il est en recul). Cela se reflète aussi dans les délais et coûts à l'export limités par rapport à la moyenne subsaharienne, parfois même en dessous de la moyenne des pays OCDE (indicateur du coût de la documentation à l'export).

On note aussi la facilitation de la création d'entreprises à travers la mise en place du Centre des Formalités des Entreprises du Togo (CFE Togo), un guichet unique qui résout le problème de la multiplicité des services.

La mise en place d'un service en ligne sur le site du CFE Togo permet également de formaliser l'ensemble des procédures en ligne. Ce guichet réduit le coût et la durée des formalités pour la création d'entreprise

au Togo. Cependant, des efforts restent encore à faire pour mettre en place des guichets au niveau des régions afin d'accompagner les processus de déconcentration et de décentralisation.

Au niveau du transport routier, le Togo dispose d'un ensemble de grands réseaux stratégiques (le raccordant aux pays voisins) pour la plupart en bon état, notamment l'axe littoral le raccordant au Bénin et au Ghana. Le Togo possède trois corridors routiers qui desservent le port de Lomé et les pays de la sous-région. Le corridor Lomé - Ouagadougou, qui constitue l'épine dorsale du réseau routier togolais, abrite un poste de contrôle juxtaposé aux frontières, à Cinkassé, mis en service en 2010. Depuis la mise en œuvre du Programme régional de facilitation du transport et du transit routier en Afrique de l'Ouest en 2003, certaines mesures ont été réalisées ou sont en voie d'avancement ; il s'agit notamment de la création des institutions de facilitation (comités nationaux et comités de gestion de corridors), de la mise en place de postes de contrôle juxtaposés aux frontières, de l'harmonisation des procédures douanières et de l'interconnexion des systèmes informatiques des douanes. En revanche, l'application de la Convention Transit Routier Inter-États (TRIE) de la CEDEAO⁹ adoptée dès 1982 demeure insuffisante. Il subsiste un nombre important de contrôles, de prélèvements de caution et de véhicules ne remplissant pas les conditions d'agrément définies dans la Convention, réduisant ainsi la fluidité du trafic sur les corridors et aux frontières.

Comme solution à cet état de fait que le Togo et le Burkina Faso ont trouvé une entente pour s'acheminer vers la mise en marche effective de la garantie unique à leurs douanes (Togo-Burkina). Le protocole d'accord entre les deux pays frontaliers devrait entrer dans sa phase d'opérationnalisation dès le 1er octobre 2020.

1.4 SOLUTIONS DE PAIEMENT

1.4.1 Moyens de paiement utilisés

Comme dans beaucoup de PMA, le paiement en espèces à la livraison est le principal moyen de paiement utilisé. La population du Togo utilise majoritairement l'argent liquide. L'usage des espèces rythme la plupart des transactions clés, et même les salaires sont en général versés sous cette forme. Cela explique le manque de confiance persistant des consommateurs dans le paiement électronique. Les acheteurs préfèrent payer après avoir vu les produits, du fait que les risques de fraude restent importants, surtout auprès des opérateurs informels. Le taux de bancarisation de la société demeure faible et majoritairement concentré à Lomé. L'informel joue également un rôle important travers des tontines (plans d'investissement communautaires), les caisses de solidarité et les banquiers ambulants. Une start-up a compris cette tendance et s'est positionnée sur ce segment afin de connecter la population payant en cash, notamment avec les plateformes de commerce électroniques.

Le second moyen de paiement utilisé par les plateformes de commerce électronique est le paiement par Mobile Money, avec Tmoney (de Togocel) et Flooz (de Moov).

Cependant, les deux opérateurs télécom ne facilitent pas l'accès à leurs outils aux plateformes de commerce électronique, car aucune d'entre elles n'ouvre l'accès aux API (Application Programming Interface) qui permettrait aux développeurs de faciliter leur intégration avec les plateformes de commerce électronique existantes. Les seuls opérateurs ayant réussi à connecter leurs plateformes de commerce électronique à ces moyens de paiement ont mené des négociations informelles avant d'établir des solutions adéquates pour leur entreprise, en installant un module spécifique par opérateur. Il n'existe donc

⁹ La convention TRIE est une convention douanière entre les pays de la CEDEAO ayant pour objet de faciliter la circulation des marchandises en transit de manière à supprimer les successions de procédures nationales et les vérifications physiques

aucune solution commune. Une nouvelle plateforme vient cependant d'être créée (Paygate global) qui se positionne comme intermédiaire, ou intégrateur, pour mettre à disposition une API avec Flooz, en prenant une commission fixe sur les encaissements de 4%. Cette solution popularisera très certainement l'intégration du commerce électronique avec les moyens de paiement Mobile Money, à condition que d'autres intégrateurs rentrent sur le marché afin de faire baisser les commissions et d'éviter une situation « entonnoir ». Toutefois, il faut noter que ces deux solutions de Mobile Money ne permettent aucun suivi de paiement.

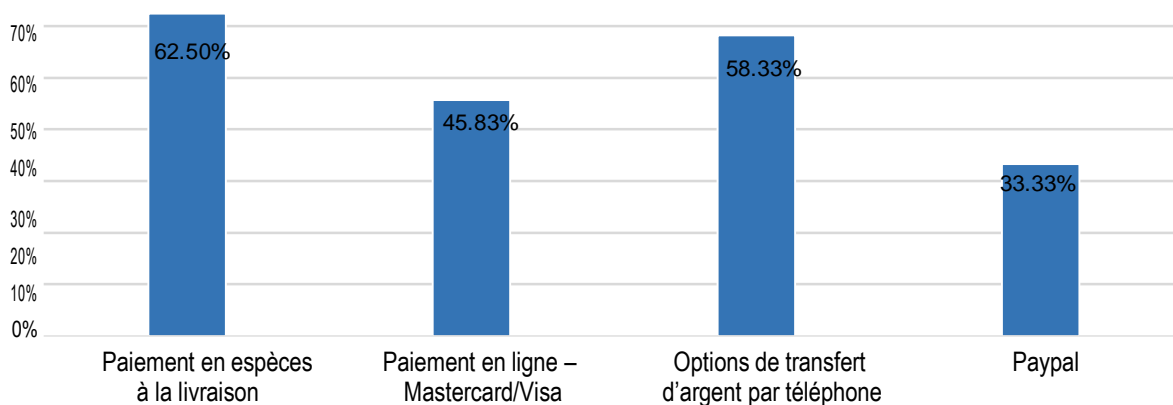
Le paiement en ligne avec carte bancaire vient en troisième position. Cependant, ces solutions de ventes en ligne sont très compliquées à mettre en place, et sont principalement destinées au marché étranger.

Aucune banque togolaise ne propose aujourd'hui de passerelle de paiement pour la vente à distance (VAD). De plus, beaucoup de banques du Togo sont des succursales de banque régionales ou internationales, or l'ouverture d'une API ou d'une passerelle VAD relève d'une décision stratégique sur laquelle le personnel basé au Togo n'a aucun pouvoir décisionnaire, nécessitant ainsi des procédures longues à l'international. Cela constitue l'un des principaux freins au commerce électronique, surtout pour les marchés internationaux habitués aux paiements par carte bancaire (CB). En effet, pour les clients comme pour les marchands, la possibilité de payer et d'encaisser de l'argent par carte bancaire via la passerelle sécurisée d'une institution bancaire reconnue créerait un climat de confiance immédiat, qui permettrait d'augmenter les ventes. Les opérateurs ayant réussi à mettre ces paiements en place sont passés par des comptes dans des banques étrangères, mettant à disposition des contrats de VAD. Cependant, l'ouverture de comptes en banques à l'étranger reste extrêmement difficile pour des petites entreprises locales.

En ce qui concerne Paypal, il vient en dernière position, car son installation nécessite, tout comme le paiement en ligne par CB.

Paypal présente certes des avantages en termes d'installation et d'utilisation, mais il est actuellement impossible pour une plateforme de commerce électronique d'ouvrir un compte business ou un compte acceptant des paiements depuis le Togo. De plus Paypal ne reconnaît pas le franc CFA. Cela oblige donc à créer un compte dans un pays dont la monnaie est reconnue par Paypal, ce qui pose un problème de gestion des devises et de la fiscalité. Des pourparlers pour la reconnaissance d'une banque togolaise par Paypal pourraient être entrepris avec l'appui de la BCEAO.

Figure 12 : Moyens de paiements utilisés par le secteur privé



Source : Données des entretiens, 2021

Encadré 4 : Semoa, une solution innovante pour transformer la liquidité en monnaie électronique

Semoa est une entreprise franco-togolaise qui propose un service de bornes « CashPay » permettant d'encaisser des paiements en liquide, destinés tant aux plateformes de commerce électronique qu'aux opérateurs de télécommunications, mais également aux services civils, pour les paiements de factures d'électricité par exemple. Les clients ont la possibilité d'effectuer leurs règlements en espèces sur des bornes automatiques en points-relais, qui peuvent être intégrés dans des commerces ou des lieux publics sécurisés (aéroport, commerces, poste, universités, hôpitaux, etc.).

Pour les plateformes de commerce électronique, il s'agit d'un service complémentaire aux paiements en ligne car il permet de recevoir des paiements de personnes ne disposant pas d'autre moyen que les liquidités (ce qui représente un marché potentiel très important). Semoa dispose également d'une branche d'activité autour des services des opérateurs télécom auxquels elle offre Mobile Money. Avec les bornes Semoa-Payments, ces derniers ont la possibilité de propulser leurs services rapidement et à des coûts raisonnables en permettant à leurs clients de déposer de l'argent sur leur porte-monnaie électronique.

Semoa s'ancre ainsi parfaitement dans la réalité de la sous-région, où l'argent liquide reste le principal moyen de paiement, tout en favorisant la transition vers la monnaie électronique en passant notamment par les solutions bien connues de la population, comme Mobile Money.

Source : <https://cio-mag.com/togo-la-startup-semoa-remporte-deux-prix-au-concours-startup-of-the-year-africa/>

1.4.2 Régulation des moyens de paiement

La BCEAO fournit le cadre réglementaire de la monnaie électronique, y compris la protection des détenteurs (qui se met en place au niveau national).

Dans les huit pays de l'UEMOA, le marché des services financiers numériques est régi par la BCEAO, principal organisme de régulation des activités du secteur financier dans la région, y compris la monnaie électronique. Le cadre réglementaire de cette dernière, identique dans les huit États membres de l'UEMOA, est considéré comme favorable au porte-monnaie électronique, en grande partie parce que les fournisseurs de services financiers bancaires et non bancaires peuvent obtenir des agréments pour fournir des produits de monnaie électronique et se faire concurrence. L'instruction relative à la monnaie électronique de la BCEAO de 2015 (n°008-05-2015)¹⁰ précise les rôles et les obligations des différents acteurs de la chaîne de valeur de la monnaie électronique, en particulier ceux des banques à l'égard des opérateurs techniques (par exemple, les opérateurs de téléphonie mobile). Pour accompagner ces nouvelles instructions, la BCEAO a élaboré et adopté un cadre de supervision spécifique régissant l'émission et la distribution de monnaie électronique (UNCDF 2017).

Toutefois, les parties prenantes au Togo ont signalé une réglementation extrêmement rigide au niveau de la BCEAO concernant les comptes en devises étrangers.

Des problèmes se posent notamment lorsqu'il s'agit de créer des comptes pour les plateformes électroniques ayant vocation à l'export (visant par exemple la diaspora). Le mécanisme de création d'entreprise mis en place par le Gouvernement du Togo s'est d'ailleurs heurté aux mêmes difficultés. Le CFE a été contraint de se doter d'un compte en devises à l'extérieur de la zone BCEAO pour pouvoir fonctionner et encaisser les frais inhérents à la création d'entreprises togolaises.

¹⁰ https://www.bceao.int/sites/default/files/2017-11/instruction_no008_05_2015_intranet.pdf

Le dispositif réglementaire mis en place par la BCEAO devrait rendre les établissements non-bancaires (SFD) plus autonomes vis-à-vis des banques. Cela permettra de stimuler le développement des SFD de deuxième génération tels que le crédit numérique, l'épargne et la micro-assurance. Certains aspects réglementaires restent toutefois flous ou incomplets, notamment en ce qui concerne les exigences d'ouverture de compte, l'identification, la réglementation des intermédiaires bancaires, et l'accès au canal sécurisé USSD¹¹.

Encadré 5 : Cadre de supervision de la monnaie électronique

Les établissements de monnaie électronique (EME) sont habilités à offrir des services de paiement adossés à la monnaie électronique exclusivement au sein de l'UEMOA. Ce dispositif de supervision repose sur trois piliers majeurs :

- L'autodiscipline des émetteurs et gestionnaires de monnaie électronique, qui vise à inciter les acteurs à mettre en place au sein de leurs organisations des dispositifs efficaces de gestion des risques ;
- La discipline de marché, qui se réfère à l'obligation faite aux émetteurs de monnaie électronique de mettre à la disposition de leur clientèle, les conditions tarifaires applicables aux opérations ;
- Les exigences réglementaires, qui se rapportent au respect des conditions minimales requises pour préserver la sécurité des services de paiement adossés à la monnaie électronique. Il s'agit notamment de i) la robustesse du dispositif organisationnel appréciée à travers la capacité de l'émetteur de monnaie électronique à gérer les risques financiers et opérationnels inhérents à son activité, et ii) la sécurité des infrastructures techniques déployées pour l'offre de services de paiement adossés à la monnaie électronique qui recouvrent la disponibilité, l'intégrité, la confidentialité et la traçabilité des opérations.

Source : BCEAO

L'approfondissement de la réglementation dans le sens de l'interopérabilité des services financiers proposés par différents opérateurs est actuellement en préparation par la BCEAO et il est prévu qu'elle entre en vigueur en 2020.

Des fintech proposent à présent de nouveaux services, comme les plateformes d'agrégation de paiement sur Internet, qui nécessitent un encadrement réglementaire plus adapté.

L'UNCDF organise sur une base trimestrielle des réunions du Groupe de travail sur la finance digitale, créé en avril 2016. Le Groupe de travail est présidé par le Ministère des Finances et la Banque centrale.

L'objectif de ce cadre de concertation est d'offrir une plateforme d'échange, de discussions, et de partage de bonnes pratiques dans le secteur de la finance digitale. Il a pour missions d'aider l'écosystème évoluer et surtout de promouvoir auprès des régulateurs, des gouvernements, des fournisseurs de services financiers, les innovations nécessaires pour toucher les couches vulnérables. Cette plateforme de dialogue offre des perspectives intéressantes pour approfondir les solutions au niveau national dans l'adaptation du cadre réglementaire mis en place par la BCEAO.

¹¹ Le canal USSD (service supplémentaire pour données non structurées) est un service de données à faible bande passante compatible avec tout type de téléphone, qui utilise des codes sous forme d'hashtag (#). Il représente la meilleure option pour les personnes à faible revenu (coût, facilité d'utilisation et de déploiement)

Encadré 6 : Le nouveau service de compte d'épargne ECO CCP de la Poste

Le compte ECO CCP est un produit innovant, lancé en mai 2018 par la Société des Postes du Togo (SPT), en partenariat avec les opérateurs de téléphonie Togocel et Moov. Il vise à accroître le taux de bancarisation des populations, à améliorer l'inclusion financière du monde rural, à promouvoir et encourager la mobilisation de l'épargne des couches sociales vulnérables, à contribuer à l'éducation financière des jeunes et à sensibiliser le monde rural à l'économie digitale.

Le compte ECO CCP est destiné à permettre aux Togolais des zones reculées du pays de disposer instantanément et sans aucune formalité d'un compte épargne gratuit et rémunéré à partir d'une application mobile tenant lieu de porte-monnaie électronique.

A travers la mise en œuvre du compte ECO CCP, le Togo veut atteindre le chiffre de 300 000 comptes mobiles avec une épargne nette mobilisée de 5 à 10 milliards de FCFA.

Source : <https://www.republiquetogolaise.com/gouvernance-economique/1805-1839-eco-ccp-une-solution-bancaire-inno-vante-pour-faciliter-la-vie-des-populations>

1.5 CADRE JURIDIQUE ET RÉGLEMENTAIRE

L'un des aspects clés de développement du commerce électronique en dehors de toutes autres considérations autres que les politiques et les stratégies cohérentes est la disposition pour les Etats d'un environnement juridique propice. Le cadre juridique favorable au commerce électronique est généralement constitué de la législation relative à la signature électronique ; aux paiements en ligne ; à la protection des consommateurs (notamment la restriction des courriers indésirables, le droit de rétractation incluant les procédures de retour des produits achetés par voie électronique et le règlement des litiges en ligne) ; à la sécurité en ligne ; aux règles relatives à la responsabilité des intermédiaires ; à la vie privée et la protection des données personnelles.

En sus de ces éléments, il reste tout aussi indéniable qu'un cadre général favorable aux communications électroniques demeure un terreau fertile pour le développement du commerce électronique.

Dans ce sens, Le Togo s'est engagé depuis quelques années dans une réforme juridique des secteurs de communications électroniques et du commerce électronique en adoptant respectivement la loi n°2012-018 du 17 décembre 2012 sur les communications électroniques dite « LCE », modifiée par la loi n°2013-003 du 19 février 2013 puis la loi n° 2017-006 du 22 juin 2017 d'orientation sur la société de l'information au Togo (LOSITO). Le décret n°2018-070 relatif au service universel des communications électroniques a été également pris.

Spécifiquement sur le commerce électronique, le Togo a adopté la loi n°2017-07 du 22 juin 2017 relative aux transactions électroniques (LTE) et son décret d'application : décret n°2018-062/PR du 21 mars 2018 portant réglementation des transactions et services électroniques au Togo. De même, la loi n° 2018-026 du 7 décembre 2018 sur la cybersécurité et la lutte contre la cybercriminalité et la loi n° 2019-014 du 29 octobre 2019 relative à la protection des données à caractères personnel ont été adoptées.

- **La loi sur les communications électroniques (LCE)**

La LCE s'applique aux différentes activités du secteur des communications électroniques sur le territoire togolais et vise essentiellement entre autres à réaliser progressivement un marché ouvert et concurrentiel pour les réseaux et services de communications électroniques dans l'intérêt des utilisateurs ; à favoriser l'accès du plus grand nombre aux services de communications électroniques et à faciliter le développement socioéconomique par le développement du secteur des communications électroniques

et des technologies de l'information et de la communication. Cette loi crée un cadre favorable aux activités de communications électroniques sans lequel l'exercice des activités de commerce électronique ne peut véritablement prospérer.

- **La LOSITO**

La LOSITO assure l'établissement des principes juridiques fondamentaux, parmi lesquels l'accès aux TIC, la liberté de participation à la société de l'information, l'accès à l'éducation et la formation à l'utilisation du cyberspace, la protection et la sécurité de l'information. Cette loi donne les grandes lignes directrices des futurs textes législatifs et réglementaires relatifs à la société de l'information. Elle contribue au côté de la LCE à asseoir un cadre juridique favorable aux activités liées aux TIC.

- **La LTE et son décret d'application**

La LTE, composante essentielle du dispositif législatif afférent au commerce électronique, vise essentiellement à créer un environnement propice au commerce électronique et à faciliter la dématérialisation des formalités administratives. La LTE et son décret d'application concourent à garantir la confiance et la sérénité dans le secteur du commerce électronique au Togo.

- **Le décret relatif au service universel**

Le décret n°2018-070/PR du 18 avril 2018 relatif au service universel des communications électroniques pris en application de la LCE vise à assurer la disponibilité des services de communications électroniques de base à toute personne morale ou physique résident sur le territoire national togolais indépendamment de sa zone géographique de résidence.

- **La loi sur la cyber sécurité et la lutte contre la cybercriminalité**

La loi sur la cyber sécurité et la lutte contre la cybercriminalité répond au besoin pour le Togo de disposer d'un cadre juridique et institutionnel de protection de son cyberspace au regard de la fulgurante ascension des activités de cyber délinquance et de cybercriminalité dans le monde. Elle assure une prise en charge efficace et effective de la cyber sécurité sur toute l'étendue du territoire. Elle a permis la mise en place de l'Agence Nationale de la Cyber sécurité (ANCy) qui est l'Autorité nationale en charge de la cyber sécurité au Togo.

- **La loi relative à la protection des données à caractère personnel**

La loi relative à la protection des données à caractère personnel offre une protection efficace des libertés et droits fondamentaux des personnes physiques, à l'égard du traitement de leurs données à caractère personnel au Togo. Elle s'est inspirée des principes directeurs qui réglementent l'usage des fichiers informatisés contenant des données à caractère personnel édictés par l'Assemblée générale de l'ONU en 1990 et des exigences internationales en matière de transfert de données vers des pays tiers. Elle prend également pour base les principes fondamentaux consacrés par la loi d'orientation sur la société de l'information en République togolaise. Elle a permis la création de l'Instance de Protection des Données à Caractère Personnel (IPDCP), toujours pas opérationnelle, qui est l'autorité nationale de protection des données personnelles.

La méconnaissance du cadre juridique est un frein au développement de la confiance des utilisateurs dans le commerce électronique.

En effet, la plupart des entreprises de commerce électronique n'étaient pas informées de l'adoption de la nouvelle loi LTE et de la promulgation de son décret, alors que ces textes sont fondamentaux pour leur activité. Les consultations qui ont eu lieu dans le cadre de cette évaluation ont permis d'informer le secteur privé de l'existence de ces textes et de leur contenu. Cependant, un accompagnement plus poussé en termes de vulgarisation et de renforcement des capacités sera nécessaire pour les entrepreneurs, non seulement pour qu'ils en prennent connaissance, mais aussi pour qu'ils les comprennent et se les approprient.

1.5.1 État des lieux des cyber législations¹²

Transactions électroniques

La LTE et son décret d'application constituent le cadre légal du commerce électronique au Togo en ce qu'ils définissent les conditions d'exercice de cette activité et celles de la reconnaissance juridique des certificats et signatures électroniques émanant des pays tiers. Ce cadre légal renferme également des dispositions relatives à la signature et au certificat électronique et à la sécurisation des sites web (ce qui permettra de renforcer la confiance vis-à-vis du commerce électronique). Les conditions d'exercice des prestataires de services en ligne figurent également dans le décret : il précise les informations à mettre à la disposition de la clientèle au sujet des personnes exerçant une activité de commerce électronique ; celles à mettre à la disposition du public par les services de communication au public en ligne ; enfin, il informe les consommateurs sur l'ensemble de leurs droits notamment leur droit de rétraction (tous les prestataires de services doivent offrir la possibilité de se faire rembourser sa commande en ligne).

La transparence est un autre élément essentiel du décret : il exige des prestataires de services de fournir les données permettant l'identification de quiconque a contribué à la création de contenu en ligne. Il fait de l'ARCEP l'autorité de certification¹⁸.

Un point faible de la LTE est toutefois l'absence de dispositions pour le commerce transfrontière, sauf pour la reconnaissance des certificats et des signatures étrangères (art. 88) et pour les actes CEDEAO d'application obligatoire. Afin de combler ce décalage, le Togo pourrait adopter la Convention des Nations Unies sur l'utilisation de communications électroniques dans les contrats internationaux (New York, 2005).

Cybersécurité et lutte contre la cybercriminalité

Conscient de la menace que constituent les activités de cybercriminalité pour les Etats et leurs économies, le Togo a adopté la loi sur la cybersécurité et la lutte contre la cybercriminalité. Cette loi a créé l'Agence nationale de la Cybersécurité et le Computer Emergency Response Team (CERT) national qui sont aujourd'hui opérationnels. Leur mission essentielle est d'assurer la cybersécurité sur le plan national en prévenant les cyberattaques ou à riposter efficacement contre ces attaques au besoin tout en combattant au quotidien les activités de cybercriminalité.

Protection des données et respect de la vie privée

Dans le domaine de la protection des données personnelles, le Togo s'est doté d'une loi relative à la protection des données à caractère personnel qui s'est fondée sur l'Acte additionnel de la CEDEAO

¹² Cette section s'inspire en grande partie de la récente analyse sur l'harmonisation des législations relatives au commerce électronique au sein de la CEDEAO, réalisée en 2015. Des mises à jour issues des résultats de l'évaluation ont été intégrées là où cela se révélait nécessaire

A/SA.1/01/10 du 16 février 2010 relatif à la protection des données à caractère personnel et la Convention de l'Union Africaine sur la cybersécurité et la protection des données à caractère personnel dite Convention de Malabo. De plus, l'Assemblée nationale a autorisé le 29 juin 2021 le Gouvernement togolais a ratifié la Convention de Malabo en vue d'assurer une coopération efficace et efficiente en tant qu'en matière de cybersécurité que de lutte contre la cybercriminalité et de protection des données à caractère personnel.

Protection des consommateurs

La protection des consommateurs ne fait pas au Togo l'objet de réglementations spécifiques. Cependant, les dispositions de la LTE constituent un cadre législatif et réglementaire suffisant. Une section entière de la LTE (Section 4) est consacrée au droit de rétraction du consommateur qui est une garantie fondamentale en termes de protection du consommateur en commerce électronique.

Contenus en ligne

Les contenus en ligne ne font pas objet de réglementations spécifiques au Togo. Mais la LTE, la loi sur la cybersécurité et la lutte contre la cybercriminalité et la loi n°2020-001 du 07 janvier 2020 relative au Code de la presse et de la communication en République Togolaise constituent un cadre légal assez fourni sur les contenus en ligne au Togo.

Régulation des noms de domaines

La gestion du domaine « .tg » est confiée à l'ARCEP conformément à la LCE. Le domaine « .tg » se veut maintenant plus accessible pour promouvoir le Togo à l'international depuis Internet avec un coût plafonné 10 000 francs CFA (environ 15 €) au lieu de 49 000 francs CFA (environ 75 €) précédemment. Une ébauche de législation pour régler les différends liés au nom de domaine « .tg » est en cours.

1.5.2 Autres lois et réglementations pertinentes

[Le Conseil des ministres a adopté le décret n°2020-116/PR du 23 décembre 2020 portant sur le déploiement national de réseaux de communications électroniques en fibre optique](#)

Pour promouvoir l'accès facile et de qualité à internet au Togo, le Gouvernement a adopté le décret portant sur le déploiement national de réseaux de communications électroniques en fibre optique. L'un des objectifs visés par ce décret est l'amélioration de la qualité des services mobiles. En effet, pour améliorer la qualité de services des réseaux mobiles, le décret invite dorénavant les opérateurs de réseaux de communications électroniques à raccorder leurs tours téléphoniques aux réseaux de fibre optique se trouvant à proximité. Cette mesure vise à renforcer le débit offert par les réseaux d'internet mobile, notamment dans les zones rurales. L'amélioration de la qualité des services des réseaux mobiles fait d'ailleurs partie des préoccupations des acteurs du commerce électronique au Togo. La mise en application de ce décret devrait considérablement résoudre les problèmes de qualité des services internet soulevés par les acteurs et de surcroît booster le secteur du commerce électronique.

1.6 DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES POUR LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Le manque de compétences dans le domaine des TIC et du commerce électronique doit être pallié, du fait de la croissance à venir du secteur.

C'est pourquoi il est nécessaire de réformer le système éducatif au niveau du supérieur dès à présent en visant le moyen et le long terme. Une stratégie nationale de développement de l'Enseignement technique et de la formation professionnelle (ETFP) est en cours de finalisation. Jusque-là, aucune étude n'a été menée sur les compétences TIC et plus spécifiquement, le commerce électronique. Cette section se base donc sur les résultats des enquêtes et les déclarations obtenues au cours des consultations à Lomé. La lenteur des institutions à changer les méthodes d'enseignement et à adapter les contenus aux nouvelles compétences techniques requises et nécessaire, ainsi que le manque de concertation transparente et de collaboration avec le secteur privé, sont les principales raisons de ce retard.

La lenteur institutionnelle dans la mise à jour des parcours de formations et un manque de moyens dédiés à l'enseignement supérieur public conduisent à une inadéquation entre les formations existantes et les nouveaux emplois disponibles.

Il en résulte des formations inadaptées aux besoins actuels dans un domaine en évolution constante. La révision des parcours de formation prend plusieurs années et l'intégration de cours TIC actualisés serait un investissement majeur. À l'heure actuelle, les principales universités publiques ne disposent pas du matériel informatique requis pour l'enseignement du codage par exemple. Une solution à court terme pour pallier ce manque de formations adaptées serait d'intégrer aux formations existantes sur les TIC des formations continues à la carte. Ces formations pourraient être plus flexibles et ajustables d'année en année, en attendant de pouvoir revoir l'ensemble du parcours de formation. Par ailleurs, les institutions d'enseignement supérieur privées sont généralement plus dynamiques et plus aptes à répondre aux nouvelles demandes des PME dans le secteur technologique, d'autant que les universités souffrent d'un manque de locaux et sont en sous-effectif de formateurs.

Le manque de mécanisme de consultation du secteur privé crée un fossé entre le système éducatif et le marché du travail. Selon les parties prenantes, il n'existe aucun mécanisme de transmission d'information entre le secteur privé et le système éducatif. Les institutions de formation professionnelle et les universités ont plutôt tendance à mener des études sur le marché du travail de façon unilatérale pour adapter leur offre de cours au lieu de dialoguer avec le secteur privé, se privant ainsi d'ajuster davantage l'enseignement aux réalités du terrain. Pour tenter de remédier au problème, l'ARCEP, en collaboration avec l'École Nationale Supérieure d'Ingénieurs (ENSI), est en train de dresser un état des lieux afin de revoir les parcours disponibles dans le domaine des TIC, tout en consultant le secteur privé. La finalisation de cet état des lieux est prévue pour la fin de l'année 2018.

Les méthodes d'enseignement apparaissent comme un problème majeur, plus important même que la qualité des formations techniques. Les entreprises se plaignent davantage des compétences générales et relationnelles de leurs employés que de leurs compétences techniques. La méthodologie d'apprentissage dans les écoles supérieures reste très théorique, avec peu d'analyses de cas pratiques. Les méthodes d'examen sont elles aussi restitatives des connaissances plutôt que réflexives (qui mettraient les étudiants en situation). Un des effets collatéraux de cette façon d'enseigner est la valorisation du diplôme davantage que celle du savoir-faire acquis. Les parties prenantes parlent de

« diplômite ». Cela bien que le système éducatif peine à donner aux étudiants le goût de l'apprentissage autonome et les forme plus à mémoriser qu'à apprendre. Il apparaît donc que la façon de dispenser le savoir doit être repensée dans son ensemble en incluant davantage de cas pratiques et des stages en entreprises. Il serait également utile de mettre en place une formation axée sur entrepreneuriat afin d'inculquer aux étudiants certaines compétences générales et relationnelles requises pour travailler en entreprise. Du côté des sociétés, il faudrait développer des plans d'intégration afin d'enseigner d'emblée aux nouvelles recrues la culture d'entreprise (vision de l'entreprise, procédures d'encadrement, valeurs que l'entreprise essaye de défendre).

Les connaissances limitées des consommateurs dans le domaine du commerce électronique et leur manque de confiance dans les transactions électroniques sont également d'un frein majeur à son développement.

Cela a été confirmé par les entreprises de commerce électronique au cours de l'enquête réalisée sur le terrain. La sensibilisation des consommateurs apparaît donc comme la seconde action à entreprendre (voir Figure 9). Des campagnes de sensibilisation, telles celles menées dans les pays de la sous-région et notamment au Sénégal, pourraient renforcer la connaissance du consommateur et par conséquent sa confiance dans les transactions électroniques. Les parties prenantes ont également mentionné l'utilité de mettre en place des showrooms de commerce électronique, un accompagnement des acheteurs dans leurs achats en ligne et des campagnes de promotion du commerce en ligne.

1.6.1 Identification des écarts de compétence

Les nouveaux diplômés manquent d'esprit d'initiative et d'autonomie selon les entreprises consultées.

Elles ont listé les compétences générales (soft skills) suivantes comme étant celles qui manquaient le plus aux nouveaux employés issus de formations et d'écoles supérieures :

- ▶ Manque de rigueur dans l'accomplissement des tâches ;
- ▶ Manque d'autodiscipline et de ponctualité ;
- ▶ Manque de volonté d'auto-apprentissage (lié aux méthodes d'apprentissage dans les formations existantes) ;
- ▶ Manque d'autonomie, d'esprit d'initiative et de capacité de planification (les nouveaux employés requièrent un suivi constant) ;
- ▶ Manque de professionnalisme (par exemple : souci de protection de son poste dans l'entreprise et donc rétention de l'information, ce qui empêche le transfert de compétences entre les employés) ;
- ▶ Manque d'esprit d'entreprise.

Certaines compétences techniques ont toutefois également été signalées comme manquantes ou faibles :

- ▶ Manque de nouvelles qualifications : par exemple, les « community managers » qui ont pour fonction de mobiliser la population sur un thème donné. Cela requiert des connaissances sur la communication de masse et de telles compétences ne sont pas enseignées ;
- ▶ Compétences sur l'environnement procédural pour la mise en place de normes de qualité dans le cadre du développement de logiciels : les procédures requises pour respecter les différentes normes qualité pour les logiciels (par exemple, ISO9000) deviennent de plus en plus strictes. Les connaissances des

dernières normes en la matière sont insuffisantes (exemple : la mise en place d'API répond à de nombreuses normes spécifiques).

Les participants aux groupes de discussion ont également voulu mettre l'accent sur certaines nouvelles compétences techniques requises par le développement du secteur du commerce électronique au Togo. Ces compétences sont les suivantes :

- ▶ Juridiques : Compréhension du nouveau Règlement Général de l'Union Européenne sur la protection des données (RGPD), entré en vigueur le 25 mai 2018, et des questions autour de la cybersécurité ;
- ▶ Technologiques : Nouveaux langages de développement web. Ces nouvelles façons de coder sont beaucoup moins lourdes que celles enseignées actuellement dans les formations professionnelles. La « mise à jour WordPress¹³», par exemple, est un processus peu enseigné à l'heure actuelle.

1.6.2 Formation supérieure et formation professionnelle

Dans le domaine des TIC, les formations disponibles sont réparties entre deux principaux acteurs : le service public et les institutions privées, plus nombreuses. Ni l'un, ni les autres ne dispensent de cours spécifiquement dédiés au commerce électronique.

Cette liste n'inclut pas les centres de formation professionnelle se focalisant sur des secteurs autres que les TIC, mais dispensant parmi leurs enseignements des cours d'informatique de base (par exemple, un centre de formation dans le secteur agricole fournissant un cours sur l'utilisation de matériel informatique).

Tableau 6 : Liste des établissements éducatifs publics et privés proposant des formations TIC

Public/ privé	Institutions	Formations
Public	Université de Lomé	Génie Logiciel Maintenance et Réseaux Informatiques
	Centre Informatique et de Calcul (CIC) Intégré à l'Université de Lomé, principale institution de formation dans les TIC au Togo.	Académie CISCO pour la formation et la préparation du CCNA (CISCO Certified Network Associate) Centre Virtuel Africain (CVA) ouvert aux enseignants pour le partage des cours en ligne Projet Pan Africain e-Network, un programme de télé-enseignement en partenariat avec quatre (4) universités indiennes : Madras, Delhi, Amity International et Birla Institute of Technology and Science (BITS) pour des Master en informatique, des MBA, des certifications en comptabilité et en électronique
	Université de Kara	Mathématiques et informatique appliquées Physique appliquée-Électronique et Informatique
	Institut Africain d'Informatique (IAI)	
Privé	Université Catholique de l'Afrique de l'Ouest (UCAO)	Développeur d'Applications, Mathématiques et Informatique, Réseaux Informatiques et Télécom
	Carrefour Informatique et Bureautique-Institut des Nouvelles Technologies Appliquées (Kara, Kpalimé, Sokodé, Lomé)	
	Centre d'Étude et de Formation Informatique et Professionnelle (CEFIP)	
	École Supérieure d'Informatique, d'Administration et de Gestion (ESIAG-Amor Dei)	

¹³ WordPress est un système de gestion de contenu en ligne gratuit, libre et open-source. Ce logiciel écrit en langage PHP repose sur une base de données MySQL. Sa mise à jour requiert certaines précautions afin d'éviter une perte de données et de maintenir une possibilité de retour vers l'ancienne version en cas de dysfonctionnement de la nouvelle version.

École Supérieure de Gestion, d'Informatique et des Sciences (ESGIS)
École Supérieure d'Informatique et de Gestion (ESIG-Global Success)
Lome Business School (LBS)
Institut de Formation aux Normes et Technologies de l'Informatique (IFNTI)

Source : *Annuaire statistique de l'enseignement supérieur.*

Encadré 7 : Africa Coworkers – le seul incubateur pour les start-up technologiques au Togo

Africa Coworkers est un incubateur d'entreprises dans le domaine des nouvelles technologies, créé au Togo il y a une dizaine d'années. La spécificité d'Africa Coworkers est d'appuyer l'incubation par le biais du coworking qui vise à mettre les forces en commun en vue de développer des projets d'entreprises et une économie collaborative.

Africa Coworkers a récemment reçu l'appui financier de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF) à travers le programme de promotion de l'emploi par l'entrepreneuriat chez les jeunes et les femmes en Afrique subsaharienne francophone. Grâce à cet appui, Africa Coworkers a inauguré son siège le 25 Mai 2018 à Lomé, afin d'accompagner dans de meilleures conditions les jeunes entrepreneurs. Il s'agit du premier espace de coworking du Togo. Il est ouvert à tout jeune désireux de démarrer son entreprise sans pour autant avoir d'importants moyens. Africa Coworkers soutient déjà une vingtaine de start-up, y compris dans le commerce électronique, les TIC et le tourisme.

Le centre dispense également des formations, notamment dans le domaine du commerce électronique. Avec le développement du e-coworking, plus de mille entrepreneurs ont déjà bénéficié d'un accompagnement sous forme de formations, d'échanges et de conférences. Africa Coworkers a notamment mis en place un Programme d'Insertion Professionnelle (PIP) qui comporte trois volets : la recherche d'emploi, l'entrepreneuriat et l'entrepreneuriat web. Il s'agit d'un ensemble de formations à destination des jeunes. Le web entrepreneuriat repose sur le e-working qui permet aux jeunes d'apprendre à vendre leurs compétences et connaissances sur Internet.

Parmi les prochains objectifs d'Africa Coworkers figure l'organisation d'un grand salon d'entrepreneuriat destiné à réunir autour de ce thème les institutions étatiques et les organismes privés. Par ailleurs, Africa Coworkers ambitionne de construire un réseau d'investisseurs afin d'assurer un financement aux porteurs de projets.

Source : <https://jeunesse.francophonie.org/actualites/item/678-togo-l-oif-accompagne-un-espace-de-travail-collaboratif-pour-les-femmes-et-les-jeunes-entrepreneurs>

1.6.3 Environnement des start-up technologiques (tech start-up)

Les start-up technologiques sont actuellement peu nombreuses et ne bénéficient pas de soutien.

La scène de l'entrepreneuriat se présente comme suit : le Togo compte une cinquantaine de grandes entreprises, les autres étant des PME et de très petites entreprises (TPE). Parmi ces TPE, 75 à 80% relèvent du domaine informel et un peu moins de 1% emploient plus de 5 personnes. Ainsi, le travail indépendant et informel reste la principale activité au Togo et il s'agit le plus souvent d'activités de subsistance. Bon nombre des PME et TPE relèvent du secteur de l'agroalimentaire, ce qui explique que la plupart des incubateurs ou initiatives d'appui au financement soient focalisées sur ce secteur. Le secteur des nouvelles technologies étant naissant, très peu d'institutions d'appui existent. On pourra citer Africa Coworkers comme un des rares incubateurs spécialisés (voir Encadré 7). Parmi les start-up technologiques intéressantes, voici certaines initiatives :

- Dashmake, qui a mis en place SOS System, une application de secourisme avec une option géolocalisation <http://www.dashmake.com/fr/> ;
- Semoa-Togo, qui propose des bornes de paiement CashPay (voir Encadré 4) <https://www.semoa-group.com/> ;
- DJP, qui offre des expériences de réalité virtuelle ;
- Live Y Dream, une agence spécialisée dans la communication digitale <https://liveydream.com/> ;

- Allo Resto, une application de restauration en ligne <http://dev.allorestomaison.com/index.Php> ;
- SOEVA, un projet d'application pour livrer à l'international en C2C (incubé chez Africa Coworkers, il doit être mis en place dans quelques mois).

Encadré 8 : Start-aid – une volonté de partager les idées à succès « Made in Togo » (<http://start-aid.com/a-propos/>)

Start-aid est un tout nouvel incubateur. Créé en juin 2018, il a pour vocation de faire partager les succès des start-up au Togo en utilisant les réseaux sociaux, à travers des vidéos et des podcasts. L'idée derrière cette initiative est en premier lieu d'inciter les jeunes Togolais à se lancer dans l'aventure d'entrepreneuriat, et de leur donner des exemples de réussite locale. L'ambition de Start-aid est de stimuler et d'accompagner les initiatives entrepreneuriales au Togo, et par la suite dans la région.

Start-aid doit également ouvrir prochainement un espace dédié à la promotion de l'entrepreneuriat à Lomé et mettre à la disposition de son public un environnement de travail adéquat, y compris un espace de coworking et de networking équipé d'une connexion Internet. L'incubateur vise également à se doter d'une dimension pédagogique en proposant une assistance sous forme de formations et d'autres types d'accompagnement pour le développement de nouveaux projets.

Source : CNUCED, 2018.

1.7 ACCÈS AU FINANCEMENT

1.7.1 Banques et institutions de microfinance

Le Togo compte au 31 décembre 2020, seize (16) établissements de crédit répartis en 14 banques et 2 établissements financiers à caractère bancaire. Avec un total de bilan de 3 039,9 milliards de francs soit 7,4% du marché de la sous-région UEMOA, le Togo occupe la 6^{ème} place sur 8 (BCEAO, 2021¹⁴). Ces différentes banques opèrent dans 247 (en 2019). Le nombre de comptes bancaires de la clientèle a connu une progression extraordinaire pour atteindre 1 101 252 en 2019 contre 780911 en 2018, soit une progression de 41% en un an. Le nombre de guichets automatiques de banque (GAB) a augmenté de cinq (5), portant le nombre total de GAB à 290 à fin 2019 contre 285 en 2018.

Tableau 7 : Etablissements de crédit au Togo

N°	Établissement bancaire	Appartenance (Filiale ou locale)	Prêts spéciaux entreprises
1	Banque Internationale pour l'Afrique au Togo (BIA-TOGO)	Capital détenu majoritairement par Attijariwafa Bank (Maroc)	Non
2	Banque Togolaise pour le Commerce et l'Industrie (BTCI)	Locale	Oui
3	ECOBANK-Togo	Groupe ETI	Oui (dont PME)
4	Société Inter Africaine de Banque (SIAB)	Locale	Non
5	ORABANK-Togo	Groupe Orabank	Oui
6	Union Togolaise de Banque (UTB)	Locale	Oui
7	Banque Atlantique Togo (BAT)	Groupe Banque Populaire du Maroc	Non
8	Banque Sahélo-Saharienne pour l'Investissement et le Commerce-Togo (BSIC-Togo)	Banque régionale basée en Libye	Oui
9	Sunu Bank (ex BPEC)	Groupe SUNU	Oui

¹⁴ Annuaire des banques, établissements financiers à caractère bancaire et compagnies financières de l'UMOA 2020

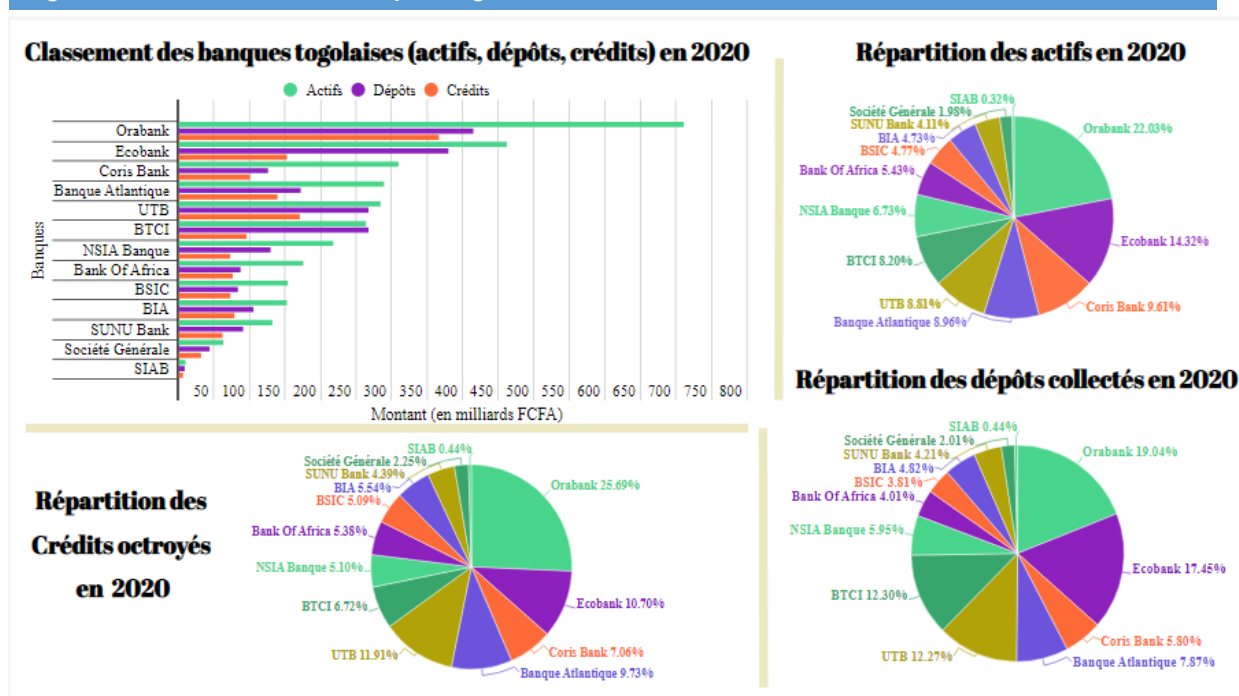
N°	Établissement bancaire	Appartenance (Filiale ou locale)	Prêts spéciaux entreprises
10	Succursale de NSIA Banque Bénin au Togo (NSIA Banque-Togo)	Groupe NSIA, régional basé en Côte d'Ivoire	Oui
11	Bank Of Africa-Togo (BOA-Togo)	Groupe Banque Marocaine du Commerce Extérieur	Oui
12	Coris Bank International-Togo (CBI-Togo)	Groupe Coris, régional basé à l'Île Maurice	Oui
13	Succursale de la Société Générale-Bénin au Togo (Société Générale-Togo)	Filiale de la banque française du même nom	Oui
14	African Lease Togo (ALT)	African Lease Group	Non
15	Fonds de Garantie des Investissements Privés en Afrique de l'Ouest (GARI)		Non
16	Caisse Régionale de Refinancement Hypothécaire de l'UEMOA (CRRH - UEMOA)		Non

Source : Données de la BCEAO

La situation des banques togolaises à la fin de 2019, en termes de bilan était excellente comparativement à celle de 2018. Les emplois et les ressources ont connu des progressions respectives de 10,1% et de 7,2% en 2019. Le produit net bancaire s'élève à 122 200 en 2017, 131 114 en 2018 et 139 730 millions de francs en 2019, soit une progression de 6,6% entre 2018 et 2019.

Selon Togo First (2021) Orabank a maintenu sa place de première banque opérant sur le territoire togolais, avec un total bilan de 710 milliards FCFA en 2020, alors que l'écart avec son dauphin Ecobank (462 milliards FCFA) continue de se creuser d'année en année. Si Ecobank maintient sa deuxième place sur les actifs ainsi que les dépôts, la banque panafricaine s'est fait arracher son rang de deuxième prêteur en 2020 par l'Union togolaise de Banque (UTB). Les crédits accordés par Ecobank à l'économie ont diminué de 21%, sous l'effet de la Covid-19. La banque publique - UTB - en passe de privatisation, est quant à elle, désormais le deuxième prêteur de l'économie avec un encours de 170 milliards FCFA, soit une croissance de 9% par rapport à une année plus tôt.

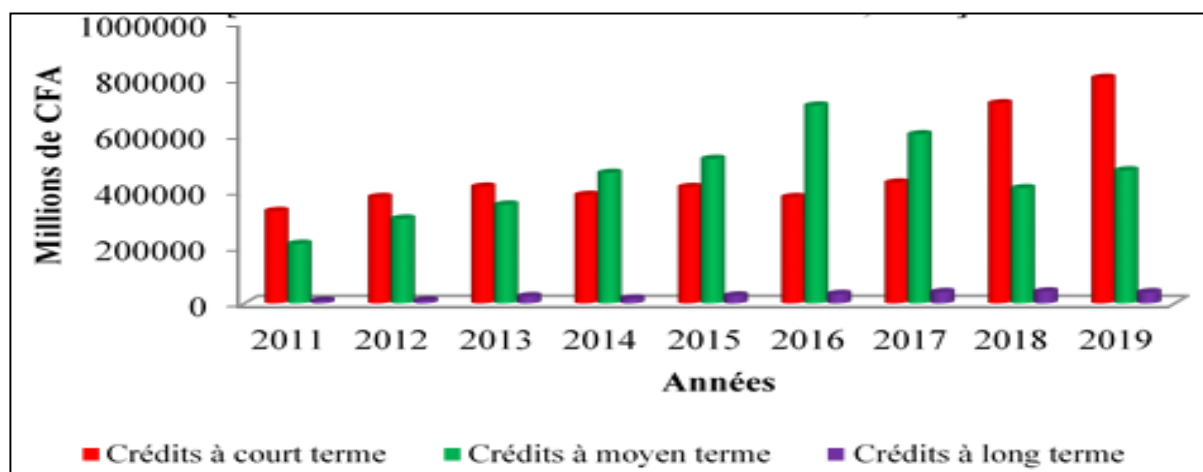
Figure 13 : Classement des banques togolaises en 2020



Source : Classement des banques togolaises en 2020, Octobre 2021.

Les services offerts par les banques togolaises sont restés majoritairement les crédits à court et moyen termes et les titres de placement. L'ensemble de ces trois services représente 77,43% des emplois totaux des banques. Au niveau des ressources, les dépôts à vue (DAV) et les dépôts à termes s'élèvent à plus de 86,8%. Globalement, les services offerts par les banques togolaises ont connu une croissance de 10,1% pour les emplois et de 7,2% pour les ressources en 2019.

Figure 15 : Evolution de la structure des crédits de banque maturité (2011 - 2019)



Source : Auteur sur données de la BCEAO, 2019

Cette prédominance des crédits à moyen terme sur toute la période indique que les banques octroient plus de crédits pour le financement de petits et moyens projets tels que l'immobilier résidentiel et les besoins d'expansion des entreprises privées. Par contre, la réduction de la part des crédits de court terme traduit le fait qu'elles financent de moins en moins les opérations courantes du secteur privé et peut-être de l'Etat. Les crédits de court terme étant devenu plus prépondérant les deux dernières années, ils peuvent constituer un frein aux projets d'investissements qui nécessitent beaucoup plus les crédits de moyen et long termes.

Depuis quelques années, les institutions de microfinance jouent un rôle de plus en plus important dans le secteur financier en termes de mobilisation d'épargne et d'inclusion financière. Les utilisateurs des services de microfinance sont en majorité des ménages à faibles revenus et des microentreprises du secteur informel ne pouvant ni remplir les conditions ni supporter les frais de banque. Selon la BCEAO (2020), le paysage de la microfinance est composé de 77 institutions dont 6 réseaux constitués de 86 structures de base. L'ensemble comprend 72 IMCEC (institutions mutualistes ou coopératives d'épargne et de crédit), 3 associations et 2 sociétés. Il est à noter également que le nombre de SFD disposant d'un encours d'épargne et/ou de crédit supérieur ou égal à 300 millions de FCFA s'établit à 52 à la fin d'année 2019. Une analyse de la répartition du financement des SFD par secteur d'activité (INSEED, 2020), fait apparaître une prédominance des secteurs suivants :

Tableau 8 : Répartition du financement des SFD par secteur d'activité

N°	Secteurs d'activités	Part en pourcentage
1	Commerce, Hôtels et Restaurants	58,0
2	Immobilier	16,8
3	Agriculture, élevage, chasse, pêche, sylviculture, pisciculture et aquaculture	9,1
4	Autres	5,4
5	Transports, entrepôts et Télécoms	4,8
6	Autres Services Divers	3,3
7	Industrie manufacturière	1,0
8	Électricité, gaz, eau	0,6
9	Industrie extractive	0,5
10	Assurances, services aux entreprises	0,3

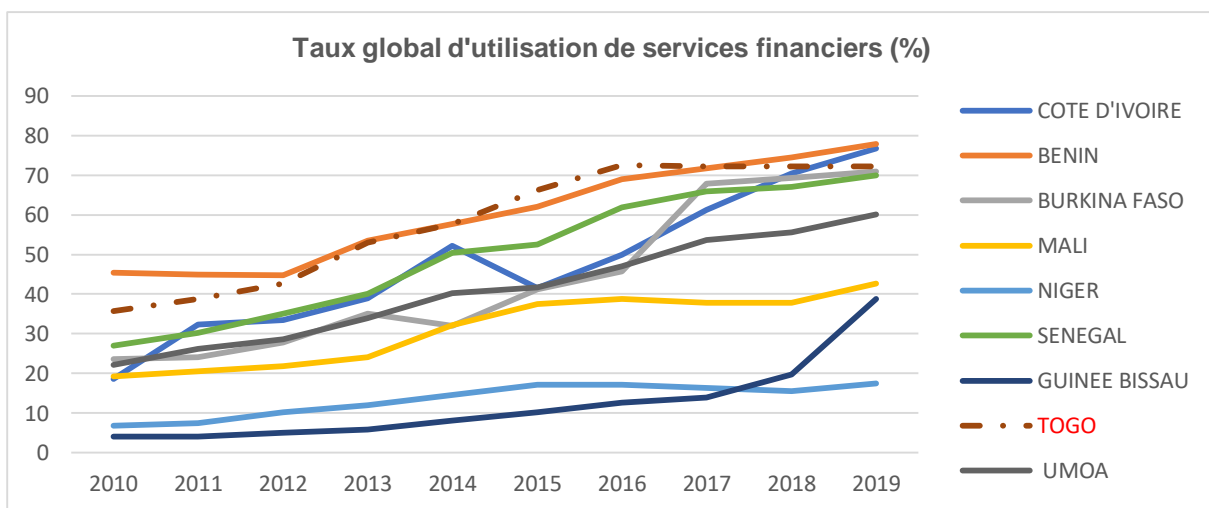
Source : INSEED, 2020

Les financements du secteur sont essentiellement à court terme (63,4%) et moyen terme (36,7%). Enfin, les taux d'intérêt débiteurs annuels varient entre 5,0% et 24,0%, et les taux d'intérêt créditeurs annuels offerts sur les dépôts des membres, bénéficiaires ou clients, oscillent dans un intervalle de 3,5% à 7,0% (BCEAO, 2020).

Par ailleurs, le taux de bancarisation élargi, calculé en rapportant le nombre de personnes physiques âgées de plus de 15 ans, titulaires de comptes de dépôt ou de crédit ouverts dans les banques, la poste, le Trésor et les SFD, s'établit à 78,47% en 2019, contre 68,63% en 2018 et 73,32% en 2017 (BCEAO, 2021). La contribution du secteur de la microfinance à cette performance se situe en moyenne à plus de 50% sur les trois années. Cette performance témoigne des efforts des acteurs financiers, notamment les SFD, dans le renforcement de l'inclusion financière au Togo.

En somme, le taux global d'utilisation des services financiers (TGUSF) du Togo reste l'un des meilleurs dans l'UEMOA comme le montre le graphique suivant.

Figure 14 : Taux global d'utilisation de services financiers (%)

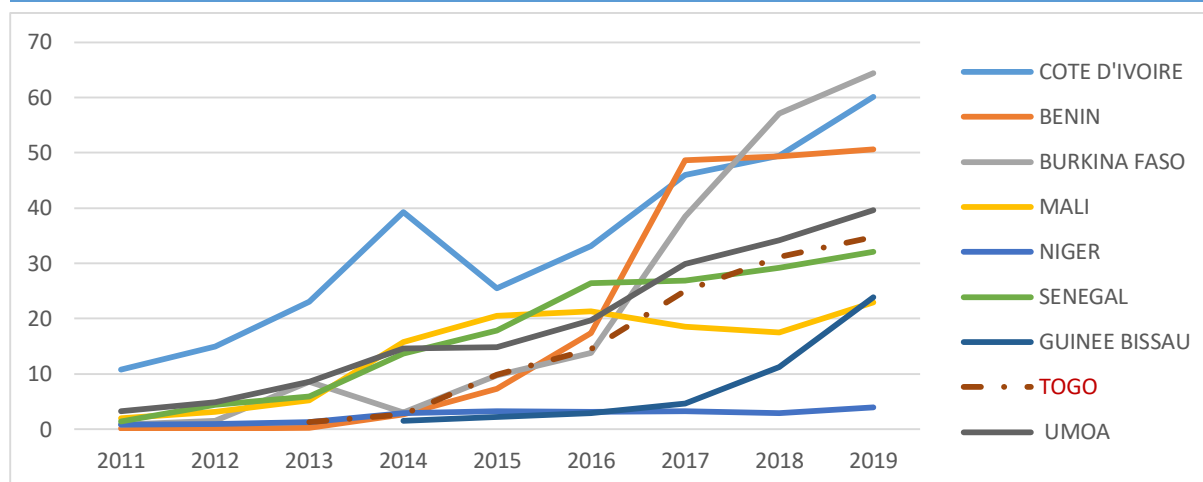


Source : Données de la BCEAO, 2020.

NB : le taux global d'utilisation des services financiers (TGUSF) est calculé en prenant comme base, la population adulte et nombre de comptes de monnaie électronique actifs.

Cependant, le taux d'utilisation des services de la monnaie électronique reste faible au Togo (en dessous de la moyenne de l'UEMOA). Or ces derniers types de services sont les plus utilisés dans le commerce électronique.

Figure 15 : Taux d'utilisation des services de monnaie électronique



Source : Données de la BCEAO, 2020.

NB : le taux d'utilisation des services de monnaie électronique (TUSME¹⁵) est calculé en prenant comme base, la population adulte et nombre de comptes de monnaie électronique actifs.

Outre les banques et les institutions de microfinance, la Société des Postes et Télécommunication (SPT) évolue aux côtés des banques en fournissant quelques services financiers, tels que la gestion des comptes courants et des comptes d'épargne, les transferts financiers comme le Transfert Express National (TEN), le Mandat Express International (MEI), Postgiro, etc.). Elle exécute également en partenariat des opérations de transferts financiers avec une demi-douzaine de sociétés de transferts financiers tels que : Western Union, Money gram, Eurogiro, et fait des opérations de change. Les deux sociétés de téléphonie mobile TogoCel (Togocom) et Moov-Togo (Moov Africa) assurent de façon différenciée en zones urbaines et rurales, des services de transferts d'argent mobile (Mobile Money) à travers leurs plateformes respectives Tmoney et Flooz. Elles ont ouvert de nouveaux points de services et améliorer ainsi la couverture du territoire en 2019, même si les clients réclament des améliorations substantielles des services proposés.

1.7.2 Incubateurs et accélérateurs d'entreprises, capital-risque

En dehors des systèmes de financement classiques, les institutions d'appui financier aux PME, surtout celles impliquées dans le secteur technologique, sont extrêmement rares.

Parmi les systèmes d'appui, on peut citer les organismes suivants :

- **Fonds National de la Finance Inclusive (FNFI)** : Le FNFI a été mis en place en 2014 par le Gouvernement togolais pour faciliter l'accès des personnes pauvres ou à revenus intermédiaires aux services financiers de base.
- **Agence Nationale de Promotion et de Garantie de Financement des PME/PMI (ANPGF)** : Hébergée par le CCI, l'ANPGF procède du souci des autorités de doter le pays d'une institution

¹⁵ Base comptes de Monnaie Electronique actifs = Nombre de personnes physiques titulaires de comptes de monnaie électronique actifs auprès des Emetteurs de Monnaie Electronique (EME), des banques émettrices de monnaie électronique et d'autres institutions financières / population adulte.

spécifiquement dédiée aux PME/PMI. Cependant, selon les parties prenantes, l'ANPGF ne finance pas les entreprises actives dans le commerce.

- **Fonds d'Appui aux Initiatives Économiques des Jeunes (FAIEJ)** : Ce dispositif d'appui technique et financier intégré au Ministère du Développement à la Base, de l'Artisanat, de la Jeunesse et de l'Emploi des Jeunes, vise l'insertion socioprofessionnelle des jeunes à travers la promotion de l'entrepreneuriat. Cependant, le fonds se focalise sur les entreprises de l'agroalimentaire. De plus, les délais pour l'obtention d'un prêt peuvent être extrêmement longs. Les entrepreneurs présents aux consultations témoignent n'avoir pas pu s'appuyer sur le FAIEJ pour se lancer et avoir dû trouver d'autres modes de financement.
- **Programme d'Appui au Développement à la Base (PRADEB)** : Financé par la BOAD et le Gouvernement togolais pour soutenir la politique de développement à la base du Togo afin d'améliorer les conditions de vie des populations vulnérables, parmi lesquelles les jeunes. Ce programme se focalise lui aussi sur le secteur agricole.
- **WoeLab** : Premier laboratoire de fabrication numérique au Togo (ou Fablab). Son objectif est d'accueillir, de former, d'incuber et d'accélérer une dizaine de projets de start-up à forte valeur ajoutée. Dans le cadre de WoeLab a été conçue W. Afate, la première imprimante 3D fabriquée entièrement à partir de composants électroniques recyclés.
- **Innov'Up** : Centre entrepreneurial de femmes au Togo, doté d'un incubateur d'entreprises, Innov'Up est une initiative de la Fédération des Entrepreneures et Femmes d'Affaires du Togo (FEFA).
- **Africa Coworkers** : regroupement de jeunes entrepreneurs africains innovants, spécialisé dans les nouvelles technologies. Il s'agit également d'un incubateur qui accompagne actuellement une vingtaine de start-up selon un mode payant et non-payant (par le biais du capital risque).
- **Female Tech Camp Togo** : Campus de formation aux nouvelles technologies destiné aux lycéennes, aux étudiantes et aux femmes entrepreneures.
- **Communauté Women TechMarkers (WTM)** : La communauté basée à Lomé est la section féminine du Groupe des Développeurs Google Lomé (GDG-Lomé). Son principal objectif est d'inciter les femmes à s'intéresser aux nouvelles technologies et de faire valoir leurs compétences dans ce domaine.
- **Energy Generation Incubator et Co-working Space** accueillent des start-ups prometteuses dans le domaine de l'énergie, mais pas seulement. Les services d'incubation incluent un coaching personnalisé, avec formation et mentorat, ainsi qu'un soutien dans les activités quotidiennes et les défis rencontrés. Afin de soutenir le développement d'un écosystème entrepreneurial international, l'incubateur accueillera des projets issus de l'Academy, mais aussi plusieurs projets de milieux et de pays africains différents.
- **Afristack** a pour objectif principal de donner des formations pratiques en technologie et en entrepreneuriat. Pour AfriStack, il est important d'offrir un accompagnement pratique à travers des structures d'incubation pour les jeunes sur le plan financier et technique. Par conséquent, plusieurs programmes ont été mis en place : AfriStack Coding ; AfriStack Hack ; AfriStack Tech Club ; AfriStack Tech Educative ; AfriStack Tech4Kids ; AfriStack ProxiTech
- **Ghiyada Africa** est un incubateur social des associations, des ONGs, des entreprises /Startups, des personnes morales, et autres. Il permet à toutes ces structures naissantes ou en voie de création, de faire leurs premiers pas, en les accompagnants par un soutien logistique (un cadre pour exercer leurs activités, les salles de réunion ou de conférence, etc.) et/ou des conseils. Le but visé est de permettre aux jeunes entités naissantes de se concentrer sur l'innovation qui a motivé leur création, sans risquer

de trébucher précocement en raison de problèmes matériels ou de la méconnaissance de difficultés récurrentes.

- **CUBE** : Le Centre Urbain de Business et d'Entrepreneuriat (CUBE) est une structure d'accompagnement à l'entrepreneuriat innovant et un centre de recherche et développement dont la mission est de contribuer au développement de l'Afrique par la promotion de l'entrepreneuriat, la formation, la recherche et l'innovation de haut niveau en adéquation avec les besoins du marché et de croissance du continent.
- **ECOHUB** est un espace de créativité et d'innovation qui aide à concrétiser les rêves des entrepreneurs, inventeurs et créateurs. C'est aussi un espace de partage qui permet à des projets innovants de voir le jour. ECOHUB a démarré ses activités d'accompagnement des entreprises et des porteurs de projets en 2016, avec comme premier programme le AGRIHACK TALENT (une initiative qui vise à aider au développement des innovations TIC pour l'agriculture). Un programme qui a été piloté avec l'appui des partenaires tels le Centre Technique de Coopération Agricole et rurale (CTA) et d'autres partenaires locaux (AGET, FAIEJ, CAFE Informatique, Etc.).
- **Djanta Tech Hub** est un campus technologique construit pour la promotion et la valorisation de l'entrepreneuriat, de la créativité et du développement économique par le numérique, la technologie, l'innovation et la recherche. Il dispose notamment d'espace de coworking, d'un incubateur et d'un accélérateur d'entreprises, de salles disponibles pour héberger des conférences et des réunions.
- **Nunya Lab** est un incubateur innovant d'accompagnement de l'entrepreneuriat des jeunes créé par Arrêté Interministériel N°003/20/MDBAJ/MEF du 07 mai 2020, avec pour mission de promouvoir les startups au service des secteurs clés de développement du Togo et des offres de services visant à favoriser l'émergence d'entreprises innovante.

Ces mécanismes d'appui sont à l'heure actuelle les seuls disponibles. En effet, les investisseurs en capital-risque sont inexistant au Togo. L'intervention de « Business Angels », ou des incitations fiscales pour l'investissement dans les start-ups technologiques, viendraient combler un manque flagrant pour le développement de l'entrepreneuriat au Togo. La plupart des incubateurs ne se focalisent pas sur le secteur des TIC et du commerce électronique. Il manque donc des organismes ayant suffisamment de compétences dans le domaine des nouvelles technologies, y compris du commerce électronique, pour donner confiance aux banques et pallier auprès d'elles le manque de garanties. Il faut donc une politique d'attraction des IDEs dans le domaine des nouvelles technologies et du e-commerce.

Encadré 10 : Ecobank Fintech Challenge

La banque Ecobank a mis en place un concours annuel dans le domaine de la Fintech pour les 33 pays africains où elle est implantée, dont le Togo. L'édition 2018 a permis la sélection de 20 finalistes, choisis parmi plus de 800 candidats (pour cette édition aucune entreprise, togolaise n'a été sélectionnée). Les finalistes seront intégrés dans Ecobank Fintech Fellowship pour une période d'un an. Ecobank s'engage à collaborer avec eux pour leur permettre d'accéder aux opportunités suivantes :

- Plan d'investissement allant jusqu'à 500 000 dollars.
- Offres de services et de partenariats avec les filiales locales d'Ecobank pour les nouvelles entreprises à fort potentiel.
- Promotion lors du lancement de produits multinationaux : l'opportunité, pour les nouvelles entreprises, de lancer leurs produits sur les 33 marchés d'Ecobank en Afrique.
- Soutien au réseautage et au mentorat ; promotion de la marque de l'entreprise.

Ce concours a pour ambition d'utiliser l'infrastructure panafricaine de la banque comme facilitateur de croissance de ces nouvelles entreprises afin qu'elles s'étendent au-delà des frontières locales. Ecobank renforce son offre à travers des partenariats stratégiques, notamment avec Konfidants, Microsoft 4Afrika et Accion Venture Lab.

Source : <http://ecobankfintech.com/fr/>

CONCLUSION

Cette évaluation de l'état de préparation du Togo au commerce électronique montre bien qu'il s'agit d'un secteur naissant. Toutefois, ce secteur bénéficie d'un contexte national favorable qui pourrait accélérer les réformes requises.

Le développement du commerce électronique se heurte à de nombreux obstacles : manque d'infrastructures, de solutions de paiement, de logistique et d'encadrement des modes de livraison ; déficience en termes de cybersécurité.

Afin de stimuler le développement du commerce électronique, le Togo devra donc se focaliser sur les fondamentaux et concentrer ses efforts sur les points suivants :

- Amélioration du cadre de gouvernance du secteur (cadre stratégique et de coordination institutionnelle) et de sa réputation auprès de la population ;
- Amélioration du cadre de concurrence et de transparence des FAI ;
- Renforcement des réseaux de livraison à l'intérieur du pays ;
- Libéralisation de l'accès aux API des opérateurs et diversification des services financiers pour les paiements conventionnels en ligne ;
- Renforcement du cadre juridique pour la cybersécurité ;
- Ajustement de l'offre de formation dans les domaines des TIC et du commerce électronique aux besoins des entreprises ;
- Développement d'une offre de financement (incubateurs, capital-risque, « Business Angels », etc.) spécifiquement dédiée aux start-up technologiques.

La mise en place d'un comité regroupant et coordonnant les acteurs du commerce électronique serait un préalable essentiel pour la suite de la mise en œuvre des priorités énumérées ci-dessus. Il pourrait être en charge de leur pilotage. Il permettrait non seulement de canaliser l'information entre le secteur privé et le secteur public, mais constituerait également un pôle de défense efficace pour les acteurs du commerce en ligne.

Le commerce électronique ayant une vocation transversale, qui va au-delà des technologies de l'information et de la communication, il est essentiel que le Ministère du Commerce et de la Promotion du Secteur Privé et le Ministère des Postes et de l'Économie Numérique appuient conjointement le pilotage des activités. Il serait alors important que des points focaux soient identifiés au sein de ces deux institutions pour assurer une coordination institutionnelle soutenue du comité sur le commerce électronique.

La mise en œuvre des priorités identifiées dans cette évaluation contribuera à créer un environnement favorable au développement du commerce électronique au Togo.

2 STRATEGIE NATIONALE DE DEVELOPPEMENT DU COMMERCE ELECTRONIQUE (2022-2026)

2.1 INTRODUCTION

Dans sa volonté d'opérer une transformation digitale de l'économie nationale, le Gouvernement positionne le commerce électronique comme l'un des secteurs de croissance qui mérite une attention particulière. Dans cette logique, et désireux de favoriser le commerce, l'entrepreneuriat et l'emploi des jeunes, le Togo avec l'appui de la Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement (CNUCED) a réalisé une évaluation sur l'état de préparation au commerce électronique au Togo en 2018. Depuis cet état des lieux du commerce électronique au Togo, des mutations ont eu lieu dans le secteur nécessitant une actualisation du rapport de la CNUCED.

De même, la volonté étant de promouvoir le commerce électronique, il devient nécessaire d'élaborer pour le secteur une stratégie nationale arrimée aux politiques nationales de développement économique et social visant à créer des emplois et à réduire la pauvreté notamment la Feuille de Route (FDR 2025), la politique de promotion de la consommation locale, etc.

La stratégie inclut des mécanismes de facilitation et de développement du commerce électronique, de protection des intérêts des consommateurs et des entreprises et servira de guide au Gouvernement en matière de politiques et législations pour l'atteinte de ses objectifs de développement. De plus, cette stratégie l'identifie les chaînes de valeur du marché des produits du commerce électronique auxquelles le Togo devrait spécifiquement participer et dans lesquelles il devrait accroître sa part du commerce électronique mondial et régional. Elle identifie naturellement les actions à mettre en œuvre par les gouvernants pour le développement effectif du secteur du commerce électronique au Togo.

Enfin, la stratégie est élaborée autour de cinq (05) axes stratégiques pour le développement du commerce électronique au Togo à l'horizon 2026.

AXES STRATEGIQUES	OBJECTIFS STRATEGIQUES	ACTIONS A MENER
AXE 1 : Hub logistique des TIC	Permettre un accès effectif au e-commerce	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faciliter l'accès à l'internet 2. Exploiter le dynamisme créé par les réseaux 3. Rendre efficace de la Chaîne de livraison et logistique 4. Faciliter le e-commerce transfrontalier 5. Faciliter l'accès à la population vulnérable
AXE 2 : Compétitivité des entreprises du e-commerce	Favoriser l'émergence d'entreprises du e-commerce compétitives	<ol style="list-style-type: none"> 1. Connaître le e-commerce dans son environnement d'intervention 2. Professionnaliser les e-commerçants 3. Accroître les débouchés 4. Développer les capacités d'innovation des entreprises 5. Rendre accessible les financements aux entreprises 6. Améliorer la représentativité des entreprises du e-commerce 7. Mettre sur pied une fiscalité relative aux activités du e-commerce 8. Faciliter le paiement électronique 9. Booster certains secteurs prioritaires
AXE 3 : Offre et demande de biens	Rapprocher l'offre de e-commerce des besoins	<ol style="list-style-type: none"> 1. Connaître les besoins des consommateurs 2. Etablir la confiance

et services du e-commerce	et des habitudes de consommation de la population (au Togo, diaspora, étrangers)	3. Promouvoir la culture du e-commerce
AXE 4 : Compétences adéquates dans le e-commerce	Disposer de RH spécifiques de qualité	1. Renforcer les compétences dans le e-commerce 2. Rendre adéquate la formation et emploi des jeunes dans le e-commerce
AXE 5 : Promotion du e-commerce	Créer un cadre public de promotion du e-commerce	1. Faire la veille sur le secteur du e-commerce 2. Renforcer le cadre réglementaire/ vulgarisation 3. Instaurer le cadre de dialogue 4. Digitaliser l'économie 5. Renforcer les compétences de certains ministères dans le e-commerce

2.2 ENJEUX ET DEFIS DU COMMERCE ELECTRONIQUE AU TOGO

L'une des difficultés majeures du commerce électronique au Togo est la fracture numérique où il existe un accès inéquitable aux outils entre les populations urbaines et celles rurales. Il transparaît ensuite que le développement du commerce électronique est limité par l'accès à l'Internet qui dépend de la qualité et de la robustesse des infrastructures TIC tant au niveau de la dorsale que du maillage et de l'accès au dernier kilomètre. Ces difficultés d'accès à l'Internet sont nourries par l'inégal accès à l'électricité.

D'un autre côté, la fiabilité de la logistique sur laquelle repose le commerce électronique est mise en rude épreuve : les services de livraison sont insuffisants et la qualité des services postaux perfectible. On note en même temps de sérieux problèmes relatifs aux infrastructures routières et à l'adressage.

Dans le même rang des enjeux majeurs, l'on note la dématérialisation des paiements, la définition et l'application d'un cadre juridique relatif à la sécurisation de l'ensemble des intervenants de la chaîne logistique du commerce électronique.

Ainsi, les défis et les enjeux du commerce électronique peuvent se résumer aux points suivants :

1. Défis communs à toute l'économie nationale

- Développement des infrastructures de base : routes, accès à l'électricité
- Alphabétisation
- Renforcement du cadre juridique afférent à la protection des consommateurs
- Bancarisation
- Logistiques et facilitation du commerce, adressage

2. Enjeux liés à l'économie numérique

- Renforcement des infrastructures TIC et l'amélioration des prix
- Éducation numérique par des formations et des sensibilisations
- Vulgarisation et mise en œuvre du cadre juridique afférent au cyber espace)
- Dématérialisation des paiements

3. Enjeux spécifiques au commerce électronique

- Développement de plate-forme de commerce électronique
- Éducation au commerce électronique
- Vulgarisation et mise en œuvre du cadre juridique spécifique aux transactions électroniques et au règlement des litiges
- Encourager la formalisation des entreprises informelles du e-commerce

2.3 ANALYSE SWOT DU SECTEUR

MENACES	OPPORTUNITES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Existence de fraudes et arnaque dans l'usage de la monnaie électronique, 2. Volume important des entreprises informelles du e-commerce, 3. Manque de mécanismes d'authentification des paiements sur les plateformes marchandes, 4. Atteinte à la sécurité des plateformes dédiées au e-commerce. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Secteur en pleine croissance, 2. Forte progression du mobile au Togo, 3. Existence des autorités de confiance (ANCy, CDA, ARCEP, etc), 4. Utilisation accrue du mobile money (Tmoney, Flooz,), 5. Existence de places de marchés établies (Plateforme du e-commerce).

ATOUS	CONTRAINTES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cadre politique favorable (SPCL, déclaration de la politique sectorielle du ministère chargé du numérique, PND 2022, FDR 2025, décret portant sur la création de la Direction du commerce électronique etc.), 2. Cadre réglementaire important (LOSITO, LTE, LCE, Loi sur la cybersécurité, Loi sur la protection des données, Décret sur le service universel, etc.), 3. Pénétration croissante de l'internet mobile, 4. Existence de nouveaux FAI sur le marché (Vivendi Africa et TEOLIS), 5. Existence d'une infrastructure de connectivité acceptable, 6. Existence de centre de formation en économie numérique, 7. Existence des entreprises du e-commerce, 8. Existence des incubateurs pour l'accompagnement des startups du e-commerce, 9. Existence d'association dans le secteur du e-commerce (Togo Pride), 10. Existence d'une protection légale des consommateurs. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cadre politique embryonnaire, 2. Cadre réglementaire incomplet, 3. Mauvaise qualité de l'internet, 4. Difficultés d'exploitation optimale des infrastructures de connectivité existantes, 5. Manque de compétences spécifiques dans le e-commerce, 6. Inexistence de politique dédiée à l'accompagnement du secteur du e-commerce, 7. Manque d'informations des acteurs (consommateurs, entreprises du e-commerce) sur le cadre législatif et réglementaire du commerce, 8. Manque de fiscalité propre au secteur du e-commerce, 9. Insuffisance d'adressage (Physique et numérique), 10. Incertitude sur la qualité du produit, 11. Méfiance dans les paiements en ligne, 12. Doute sur la sécurisation de livraison.

2.4 VISION DU TOGO SUR LE COMMERCE ELECTRONIQUE

Dans sa dynamique de croissance, le Togo ambitionne, conformément à la Feuille de Route gouvernementale (FDR 2025), atteindre une digitalisation accrue de son économie.

Les projets de digitalisation énoncés dans la FDR 2025 ont été intégrés dans une stratégie pour la transformation digitale du Togo à l'horizon 2025, « Stratégie Togo Digital 2025 », avec trois (3) principaux objectifs qui sont : (i) inclure tous les citoyens dans le système social et économique, (ii) digitaliser les services publics et sociaux et (iii) accélérer la transformation de l'économie et faire du Togo un hub digital.

Le gouvernement togolais est conscient que la transformation digitale par l'adoption des TIC va avoir un impact important sur le développement du commerce électronique au Togo. La transformation digitale va induire sur l'industrie et le commerce au Togo une réduction des coûts de production et de distribution, une expansion des marchés d'exportation, une forte augmentation des transactions commerciales surtout en ligne. Encore mieux, elle va étendre la portée du marché des producteurs locaux des biens et services. Dans cette lancée, les transactions commerciales en ligne vont prendre une accélération sans précédent.

Dans ce contexte, il devient opportun pour le Gouvernement d'avoir une vision claire pour le développement du commerce électronique au Togo.

C'est dans cette logique que le Gouvernement ambitionne de faire du Togo à l'horizon 2026 une référence continentale en matière du commerce électronique. Ainsi, en 2026, le Togo dispose d'un secteur du commerce électronique dynamique, compétitif et accessible à tous.

Pour y parvenir, cette vision s'endosse les objectifs stratégiques suivants :

- i. Permettre un accès effectif au e-commerce ;*
- ii. Favoriser l'émergence d'entreprises du e-commerce compétitives ;*
- iii. Rapprocher l'offre de e-commerce des besoins et des habitudes de consommation de la population (au Togo, diaspora, étrangers) ;*
- iv. Disposer de RH spécifiques de qualité ;*
- v. Créer un cadre public de promotion du e-commerce.*

2.5 AXES STRATEGIQUES

Après le diagnostic du secteur du commerce électronique au Togo en l'occurrence les enquêtes menées auprès des parties prenantes de la mission, cinq (05) axes stratégiques ont retenu pour le développement du commerce électronique au Togo à l'horizon 2026.

AXE STRATEGIQUE 1 : Hub logistique des TICs

1.1 Accéder à l'internet

Un accès internet effectif de la population togolaise passe par la pratique de tarifs modérés pour bénéficier d'internet et une qualité acceptable pour des opérations de e-commerce.

- **Tarifs internet et qualité du réseau/ marché concurrentiel et infrastructures**

En ce qui concerne le coût d'accès à internet, il s'agit de le réduire, l'objectif conseillé étant d'atteindre le niveau de 2% du Revenu Net par tête.

La qualité du réseau internet est également à améliorer, supprimer les coupures et pouvoir avoir accès effectivement à des sites à contenu dense.

La performance d'internet et son accessibilité en termes de prix relèvent d'abord d'une meilleure organisation de l'offre des opérateurs de télécommunications. La transparence sur la fixation des prix de détail de l'Internet doit être considérée pour permettre aux consommateurs de mieux comparer les tarifs.

Plus généralement la concurrence sur le marché des télécommunications doit être favorisée sur la téléphonie et l'Internet mobiles afin d'étendre la couverture du réseau 4G sur le territoire national.

Le contrôle sur les opérateurs quant au SAV doit être renforcée, notamment pour réduire les fréquences des coupures.

La législation nationale permet aux opérateurs déjà installés dans une zone de faciliter le partage de leurs infrastructures implantées avec d'autres opérateurs pour permettre une meilleure qualité des services et une effectivité de concurrence au profit des consommateurs. Dans la pratique, les opérateurs « puissants » sont réticents pour cette pratique.

Il s'agit également de motiver des opérateurs au partage de leurs infrastructures implantées avec d'autres opérateurs (RAN Sharing par exemple), déjà inscrit dans la législation nationale.

L'accès à un réseau internet plus performant demande, en outre le développement des infrastructures.

- **Disponibilité de l'internet partout sur le territoire national**

L'accès aux infrastructures réseaux pour les utilisateurs loin des centres de production et de grande consommation doit être assuré.

En particulier, les zones en libre accès, ciblant des populations cibles (étudiants) ou hors Lomé doivent bénéficier d'une réelle communication afin que leur existence soit connue à l'ensemble de la population.

Outre un accès à l'électricité plus étendu dans les zones rurales, il s'agit d'exploiter le relatif bon taux d'équipement en téléphonie mobile pour bénéficier des services internet.

1.2 Exploiter le dynamisme créé par les réseaux

L'activité du e-commerce est fortement supportée par les réseaux sociaux (type WhatsApp, Facebook), et même lorsque l'entreprise possède un site, le premier contact avec le client est souvent via ces réseaux. Dans ce contexte, il s'agit d'encadrer et de promouvoir le développement de ces réseaux.

1.3 Efficience de la Chaîne de livraison et logistique

L'objectif est de développer toute la chaîne de valeur du e-commerce : du site internet aux clients finaux. Dans ce cadre, la première étape est d'effectuer un inventaire de toute la logistique nécessaire

- **Lieux de livraison**

Un des avantages du e-commerce sur le commerce classique est pour le client de recevoir ses produits à domicile. Pour valoriser cet avantage, la priorité doit être accordée à la livraison le plus près possible du client.

Dans cet objectif, l'un des éléments est un adressage complet du territoire

Il s'agit de réaliser l'adressage des rues en poursuivant le projet national d'adressage dans le but de disposer d'un système unifié et pouvoir retrouver facilement les destinataires des colis au moment de la livraison.

Les modalités de livraison doivent être innovantes. La mise en place de l'adressage numérique est une des solutions à l'identification de la localisation du client.

La seconde solution novatrice est le déploiement des points relais. Elle repose notamment sur l'utilisation du vaste réseau de la Poste et peut s'appuyer sur d'autres opérateurs ayant des agents habilités, présents dans un grand nombre de lieux sur le territoire national. Une collaboration étroite entre ces opérateurs et les fournisseurs de services logistiques est à établir pour les zones actuellement moins desservies.

- **Les services logistiques de livraison**

En parallèle à l'amélioration des infrastructures de transport, les réseaux de livraison existants demandent à être optimisés en privilégiant leur coordination pour un maillage effectif du territoire. Le recours au transport de proximité (taxis, zems), de par leur importance, doit être davantage systématique, organisé (pouvoir faire appel à un groupe et non pas un particulier) et assorti de garantie quant à la qualité de la livraison.

Est, en outre, à valoriser une mutualisation des forces des entreprises du e-commerce dans la livraison.

L'innovation est un levier important, là encore, pour l'optimisation de la logistique. Des conditions propices à ce domaine d'innovation pour les start-up et les centres de recherches sont à mettre en place.

Enfin, il est important de garantir la livraison, notamment par une couverture d'assurance pour le secteur logistique plus étendue.

1.4 Facilitation du e-commerce transfrontalier

- **Réduction du délai**

Réduire le délai de dédouanement dynamise le commerce transfrontalier, et, par la même, le e-commerce qui a le potentiel de constituer une partie conséquente de ce commerce. Cet objectif renvoie à simplifier et accélérer les procédures aux frontières, à intensifier l'intégration des opérateurs dans le système de guichet unique dans le but de faciliter le dédouanement des marchandises.

- **Réduction du coût**

Des délais plus courts participent aussi à la baisse du prix de revient des marchandises. Cette réduction du coût des produits transfrontaliers passe, de plus, par une révision de la fiscalité qu'ils supportent pour qu'elle soit davantage incitative au développement de ces activités commerciales (taux d'imposition régime de franchise de douane en dessous d'un certain seuil de valeur du bien).

Plus généralement, il faut faciliter l'accès aux marchés étrangers pour les entreprises du e-commerce en diffusant l'information sur les opérations douanières et les modalités d'obtention des licences et autres documents administratifs requis.

- **Suppression de l'incertitude sur le prix de revient**

La méconnaissance du prix final du bien par les consommateurs ou les entreprises du e-commerce est un frein à lever. L'information quant aux différents coûts aux frontières doit être clairement indiquée et le prix final affiché. La diffusion de cette information auprès des intéressés demande le développement d'outils d'information en ligne.

Commerce transfrontalier, combler les lacunes de la LTE Avec l'appui régional et international, favoriser l'adoption de la Convention des Nations Unies sur l'utilisation de communications électroniques dans les contrats internationaux (New York, 2005).

1.5 Accès aux populations vulnérables

L'équipement en téléphonie mobile, compatible avec l'utilisation d'internet, est le premier défi pour les populations les plus vulnérables, sous peine d'exclure une partie de la population togolaise du e-commerce. La couverture internet contribue aussi à l'intégration de ce groupe de la population et passe par la gratuité des services, la mutualisation des coûts d'accès au réseau.

Par ailleurs, les interfaces du e-commerce doivent être développées en adéquation avec les freins auxquels font face les populations vulnérables à savoir, par exemple, si elles sont équipées, la faiblesse du réseau, la barrière linguistique et le faible le degré d'alphabétisation.

AXE STRATEGIQUE 2 : Compétitivité des entreprises du e-commerce

2.1 Connaître son environnement d'intervention

Le domaine du e-commerce est un environnement très évolutif et demande à ces acteurs une forte réactivité et des facilité d'adaptation. La connaissance du défi de ce secteur, régulièrement actualisé, est un défi majeur pour le dynamisme, voire la survie, des entreprises du e-commerce.

L'information sur l'évolution du marché du e-commerce passe par la réalisation d'études, la veille statistique, les modèles de succès du e-commerce, la vulgarisation de la réglementation. Sa diffusion est assurée par les media, les campagnes de sensibilisations par les autorités publiques. Les entreprises du e-commerce, dans ce cadre amélioré, prennent connaissance des meilleures conditions pour lancer son activité, affinent leur étude de marché, cernent mieux leurs débouchés.

2.2 Professionnalisation des e-commerçants

L'objectif est d'accroître la réactivité des entreprises du e-commerce dans le traitement des commandes pour réduire les délais de livraison, de renforcer leur processus de contrôle de la qualité et de la conformité des articles demandés (dès la présentation sur le site, en postant des photos non mensongères).

Cette démarche renvoie à la possibilité d'échanges d'expérience avec des entreprises modèles et un accompagnement technique accessibles aux entreprises du e-commerce.

Encourager la diversification des services TIC par le conseil et l'assistance technique dans le domaine de la R&D, afin de faciliter l'intégration des PME dans les chaînes de valeur de la sous-région et du monde.

Accroître les débouchés

- Accès à des places de marché établies,
- Développement de places de marché électroniques nationales en étroite collaboration avec le secteur privé.
- Meilleure exposition des produits togolais aux marchés régionaux et internationaux.

2.3 Développer les capacités d'innovation des entreprises

Renforcer les incubateurs dans les nouvelles technologies, leur permettant d'accompagner les PME dans ce domaine.

Inciter à l'investissement dans les start-up locales comme alternative aux investissements dans le foncier, à travers des campagnes de promotion et des incitations fiscales (délai pour la perception des taxes sur les fonds investis sur un an).

Promouvoir les opportunités d'investissement privé à travers des mesures incitatives pour l'établissement de sociétés de capital-risque et de réseaux de « Business Angels ».

Mettre en place un fonds de garantie des industries du commerce électronique afin de leur faciliter l'accès aux prêts nécessaires à l'élaboration de leur business plan.

Mener des campagnes d'information sur les programmes de financement ouverts aux start-up, microentreprises et petites entreprises par l'intermédiaire des associations professionnelles et des fédérations.

2.4 Financement accessible aux entreprises

- Trouver des investisseurs clés en e-commerce importants avec des appuis du gouvernement (facilitation d'installation et du secteur privé (banques),
- Renforcer le dialogue entre la BCEAO, le Gouvernement, les start-up technologiques et les banques,
- Diversifier les garanties.

2.5 Formalisation

Grâce au commerce électronique, encourager la reconnaissance et la transition d'un nombre considérable d'entreprises informelles, de petites et de microentreprises vers l'économie formelle et accélérer leur inclusion financière.

- La réglementation sur le KYC (know your customer) passe par la formalisation des e-commerçants en majorité informels. Donc créer des mécanismes qui incitent à la formalisation.
- Identifier les sous-secteurs candidats pour la création d'une voie de transition vers le commerce formel.
- Réaliser une évaluation complète du secteur informel, y compris des principaux types d'emplois informels et des sous-secteurs clés du secteur informel au Togo. Sur la base de cette analyse, identifier les sous-secteurs candidats à la création d'une voie de transition vers le secteur formel. Collecte de données par le biais de groupes de discussion et de consultations avec les ONG sur les attitudes dominantes à l'égard de la formalisation, les principaux obstacles, les mesures incitatives et dissuasives au sein du secteur informel.
- Utiliser le commerce électronique pour encourager la formalisation du secteur informel notamment pour :
 - ❖ Faire connaître les programmes, politiques et mesures de soutien du gouvernement visant à soutenir le secteur des affaires et à promouvoir la croissance des petites entreprises sont souvent hors de portée des petites entreprises et des commerçants informels ;
 - ❖ Pour adhérer à un marché électronique, accéder aux conseils aux entreprises et aux facilitations de prêts ;
 - ❖ Pour appliquer les mesures réglementaires et renforcer la protection sociale ;
 - ❖ Mener un projet pilote visant à transformer un grand nombre d'entreprises informelles de l'économie souterraine de la nourriture et des vendeurs du marché de la rue en entreprises formelles, à soutenir le développement d'une industrie artisanale basée sur une plateforme électronique pour la cuisine/restauration maison et à créer des opportunités d'entreprenariat pour les femmes dans ce sous-secteur.
- Des incitations fondées sur des données empiriques et des mesures réglementaires spéciales pour la formalisation.

Sur la base d'études et d'analyses empiriques, explorer la viabilité de l'adoption d'une loi sur l'esprit d'entreprise afin de soutenir la transition des entreprises informelles vers l'économie formelle et d'encourager la formalité.

2.6 Améliorer la représentativité des entreprises du e-commerce

Créer une association des entreprises du e-commerce. Le secteur privé opérant dans le secteur du commerce électronique est organisé pour assurer la défense des intérêts de l'ensemble du secteur. L'association constituera un groupe de décision, d'organisation et de structuration des acteurs du commerce électronique afin de créer une synergie pour la mise en œuvre des présentes recommandations.

2.7 Réduire les coûts des services de support

Paiement mobile : Tarification trop élevée appliquée par les opérateurs téléphoniques : 3% pour Moov Money et 4% pour Tmoney au Togo (Au Cameroun, la tarification sur Orange money et MTN money et au Sénégal sur Orange money et Free money est de 2,5 %).

2.8 Fiscalité

- Imposition sur les transferts d'argent. Normalement, il ne devrait pas avoir une double imposition sur les paiements marchands et le paiement des salaires qui est de 2% contrairement à 0% en RCI et au Sénégal.
 - ❖ Au plan national, la législation permet de taxer toute transaction électronique. L'une des difficultés est l'identification : identifier tous les acteurs informels du secteur.
 - ❖ Le projet de loi de finances de 2022 propose que toutes les plateformes de e-commerce soient identifiées.
- Une législation fiscale particulière pour les e-commerçants.

Art 175 du CGI s'applique aux activités du e-commerce. Les plateformes de e-commerce ont l'obligation de fournir des informations aux services fiscaux. Sauf que rien n'est prévu pour les logiciels. Mais au Togo conformément à une directive de l'OMC, le support et les logiciels peuvent faire objet de taxation selon les politiques de l'Etat. Au Togo, le support et les logiciels sont taxés.

2.9 Paiement électronique

- Sensibilisation des entreprises au paiement électronique ;
- Mesures d'inclusion financière axées sur le secteur informel :
- Vaste campagne de sensibilisation aux portefeuilles mobiles auprès des entreprises non bancarisées/ des informations d'introduction sur les opportunités commerciales du commerce électronique rendues possibles par les paiements électroniques,
- Séances d'information sur la fourniture mobile de micro financement aux bénéficiaires de prêts avec des informations de base sur les opportunités commerciales du commerce électronique rendues possible grâce aux paiements électroniques,
- Encourager les fournisseurs de services financiers (banques, IMF, la Poste, entreprises de téléphonie mobile), à développer des produits financiers numériques adaptés aux besoins des clients et compatibles avec les plateformes de commerce électronique,
- Inciter les banques à ouvrir des API, avec l'appui de la BCEAO, afin de faciliter l'intégration de moyens de paiements en ligne pour la VAD,
- Libéraliser l'accès aux API et mettre ainsi en place leur interopérabilité avec d'autres systèmes. Favoriser l'entrée sur le marché de nouveaux intégrateurs, ou intermédiaires, permettant aux

plateformes de commerce électronique d'installer facilement des moyens de paiement comme Flooz ou T-Money sur leurs sites web,

- Renforcer la coopération au sein de l'UEMOA/BCEAO pour la mise en place de l'interopérabilité des services financiers (y compris entre Ecobank et T-Money),
- Entamer des négociations, sous l'égide de la BCEAO, avec Paypal pour bénéficier de la reconnaissance des banques togolaises (la reconnaissance doit porter sur le crédit et la devise),
- Revoir à la baisse les taxes sur le paiement mobile par Flooz et T-money, en dessous de 4%.

2.10 Booster certains secteurs prioritaires

Dans le secteur du tourisme, sensibiliser l'hôtellerie (particulièrement en dehors de Lomé, dans les régions à fort potentiel touristique) et les agences de voyage aux réservations en ligne, à travers booking.com, et autres plateformes, et à l'utilisation du paiement électronique.

- Renforcer la chaîne entreprise de commerce électronique et les fournisseurs de services logistiques,
- Mettre en place un écosystème de commerce électronique, qui se présentera sous la forme d'une chaîne de valeur composée de commerçants, des FAI, des opérateurs de logistique, et des banques,

Favoriser le développement du secteur de l'entreposage en facilitant la procédure de demande de licence. Lancer une plate-forme électronique intégrée pour l'octroi de licences

AXE STRATEGIQUE 3 : Offre et demande de biens et services du e-commerce

3.1 Connaître les besoins des consommateurs

L'identification des besoins des consommateurs, qu'ils soient résidents sur le territoire togolais, expatriés ou étrangers, est indispensable pour assurer l'activité des entreprises du e-commerce. Dans ce but, des études sont réalisées à partir d'enquêtes sur le territoire et par l'intermédiaire des ambassades et des concertations avec les associations de consommateurs sont organisées.

3.2 Appréhension du prix

Le prix des produits du e-commerce est ressenti ou réellement plus élevé que sur le marché traditionnel. La réduction du prix sous-tend l'accès à des volumes de produits plus importants.

De plus, il faut promouvoir la communication des entreprises du e-commerce autour des prix pratiqués, affichage du prix final (y compris les frais annexes comme la livraison) pour supprimer l'incertitude quant au prix, l'existence d'un pouvoir de négociation (certains sites le pratiquent d'autres pas), exonérer les frais lorsque le produit ne convient pas.

3.3 Etablir la confiance

La confiance des consommateurs dans le e-commerce est un défi majeur. L'objectif est de renforcer cette confiance de la clientèle via :

- Sécurisation des plateformes de e-commerce au Togo : Certification des plateformes, sécurité des données personnelles, promotion de la sécurisation des plateformes par l'Etat par des actions stratégiques, lutte contre la cybercriminalité,
- La qualité des services et produits, par l'adoption d'une charte de contrôle qualité par les entreprises, la mise en place de contrôle extérieur,
- Sécurisation des livraisons, et plus particulièrement sur les produits alimentaires,

- Le règlement des litiges, en instituant un observatoire des services et pratiques en ligne et un mécanisme de règlement des litiges, via un organe représentatif du secteur du e-commerce, en renforçant les capacités et compétences des juristes dans les problématiques spécifiques au commerce électronique.

3.4 Assurer les transactions financières par des moyens de paiement existants et fiables

Supprimer la réticence de payer en ligne est un enjeu important pour l'attractivité du e-commerce.

- Sécuriser les moyens de paiement en ligne, dès la création de l'activité, par des partenariats avec les organismes financiers et les autorités publiques, mise en place de certification,
- Assurer la possibilité de moyens de paiement diversifiés (notamment le paiement par CB exige la qualité du réseau internet, un taux de bancarisation en forte progression, un coût des cartes réduits,
- Le paiement par mobile passe par un accès sans discontinuité aux services, facilitation à l'obtention des API :
 - Sécurisation,
 - Accessibilité des cartes de paiement et des moyens de paiement électroniques,
 - Paiement à la livraison par transfert (tmoney, flooz (taux de bancarisation trop faible, paiement majoritaire à la livraison).

3.5 SAV

Rendre effectif le service après-vente, souvent absent, participe à l'attractivité du e-commerce. La qualité des produits, en respectant l'application de la garantie, la possibilité de rétractation sont des moyens de respecter cet objectif.

3.6 Conception des interfaces en adéquation avec habitudes des consommateurs

La conception des interfaces numériques du e-commerce doit satisfaire les habitudes des consommateurs. Cette conception :

- Doit être en adéquation avec la nature des équipements de la population,
- Exploiter l'habitude d'utiliser les réseaux sociaux.

3.7 Culture du e-commerce

Acquérir une meilleure culture dans le e-commerce repose sur :

- Un plan de communication sur les avantages du e-commerce, notamment à travers les media, et sur les outils de paiement électronique,
- Le recours aux TIC dans les processus de formation,
- La sensibilisation à l'utilisation des TIC et l'accroissement des connaissances quant à leurs potentialités et à leur risque,
- Le développement des démarches administratives utilisant des interfaces numériques,
- Un niveau d'éducation général plus élevé.

AXE STRATEGIQUE 4 : Compétences adéquates dans le e-commerce

4.1 Mieux cerner la demande de compétences dans le numérique et le e-commerce

Les compétences requises par les entreprises du e-commerce doivent être connues et largement diffusées. Cet objectif demande d'instaurer un partenariat entre les représentants des entreprises du e-commerce et les organismes de formation.

Les profils relatifs au commerce électronique sont alors redéfinis, en adéquation avec la recherche des entreprises et les programmes de formation spécifiquement adaptés aux nouvelles technologies et en particulier au commerce électronique.

4.2 Comblant le manque de compétences effectives

Le renforcement des compétences des futurs employés ou des entreprises hébergées par des incubateurs requiert des investissements, au sein des organismes de formation en termes d'équipement électronique nécessaire aux cours d'informatique et d'accès à internet de qualité.

Les formations, au sein des organismes de formation et des incubateurs, doivent intégrer des interventions de spécialistes du e-commerce électronique, y compris des entreprises togolaises, pour un partage de leurs expériences et pour l'amorçage du développement des réseaux de collaborateurs.

Plus globalement, les programmes de formation ont intérêt à développer les compétences en entrepreneuriat.

De plus l'harmonisation des offres de formation en e-commerce est requise ainsi que le renforcement de leur visibilité.

Des formations en ligne, accessibles aussi aux entrepreneurs doivent être développées.

Pour la formation professionnelle, outre l'adoption des mêmes pratiques que pour la formation initiale, une collaboration entre les différentes institutions publiques et les incubateurs qui proposent des formations dans le e-commerce doit être institué pour mutualiser leurs valeurs-ajoutées.

Enfin, les services de support aux e-commerce doivent bénéficier d'une évolution de l'offre de formation, en correspondance aux besoins du e-commerce.

4.3 Développer l'employabilité des jeunes

L'objectif est de favoriser le rapprochement des jeunes au e-commerce en créant des canaux de collaboration.

Il s'agit, d'abord de créer des contrats d'apprentissage, permettant l'alternance entre l'organisme de formation et l'entreprise du e-commerce dans le processus d'apprentissage.

Ensuite, créer des interfaces pour que des jeunes, développeurs de sites web ou de magasins virtuels puissent offrir leur services en tant qu'indépendants aux entreprises du e-commerce.

AXE STRATEGIQUE 5 : Promotion du e-commerce

5.1 Veille sur le secteur

Les autorités publiques doivent assurer une veille du marché du e-commerce afin d'en clarifier les défis et diffuser l'information traitée.

Il s'agit de connaître :

- Les entreprises du secteur. Une liste des entreprises existantes doit être établie et actualisée régulièrement, en indiquant leurs caractéristiques,
- Les débouchés, en identifiant notamment les besoins des consommateurs,
- Les stratégies d'intervention des entreprises, du secteur public, des consommateurs. L'enquête type CNUCED, dont les questionnaires en ligne ont été actualisés, peut être relancée tous les 3 ans. La création d'un observatoire des bonnes pratiques du e-commerce participerait également à la satisfaction de cet objectif.

5.2 Renforcer le cadre réglementaire et le vulgariser

Le cadre réglementaire, bien que récemment enrichi, doit apporter une réponse à certaines problématiques, tout en étant aussi flexible que le secteur est fortement évolutif.

En particulier, la réglementation doit :

- Renforcer la protection des consommateurs,
- Mettre en place une institution spécialisée de contrôle dédiée à cette protection.

Le rôle des autorités publiques est, plus en aval, de vulgariser le cadre réglementaire en faveur des acteurs et des populations en leur donnant aussi la possibilité de poser des questions et soulever leurs problématiques, en continu par l'intermédiaire d'une interface numérique ou à fréquence régulière (panels, communications structurelles permanentes sur les médias, carrousels structurels).

5.3 Instaurer un dialogue

Un dialogue entre les entreprises du e-commerce, entre ces entreprises et le secteur public, et avec les associations de consommateurs doit être initié par les autorités publiques et avoir un caractère régulier. Maintenir un dialogue exige de :

- Créer un cadre structurel de discussion entre les acteurs, y compris pour mieux coordonner les actions publiques
- Organiser des événements fréquents sur l'état des lieux du commerce électronique

5.4 Développer des synergies entre le public et le privé

Les autorités publiques doivent avoir pour objectif de valoriser les entreprises du e-commerce nationales et le savoir-faire local, éloigné du e-commerce. Cette ambition passe par la promotion de ces entreprises, via des interfaces numériques, des événements et à travers le réseau d'ambassades.

Pour ce qui est des problématiques de logistique du commerce électronique, les autorités publiques doivent établir une coopération entre les secteurs public et privé (diversité de l'offre de la poste togolaise en proposant une offre spécifique aux petites entreprises - coût réduit des services de livraison et accélérés axés sur l'exportation, services spécialisés sur les besoins des entrepreneurs du commerce électronique – guichet réservé etc).

5.5 Digitalisation de l'économie

La digitalisation de l'économie et des procédures administratives participent à répandre la culture du e-commerce.

Dans ce cadre, il s'agit de renforcer les projets en cours sur :

- Dématérialisation de l'économie et transformation digitale,
- Dématérialisation des procédures,
- Développement de la signature électronique,
- Renforcer l'opérationnalisation l'ATD à très court terme.

5.6 Facilitation à l'accès au financement

L'appui des autorités publiques est requis pour faciliter l'accès aux entreprises du e-commerce qui évoluent, de par leur nature, dans un environnement récent et donc non maîtrisé par les organismes de crédit. Faciliter les garanties et l'installation d'investisseurs y participent.

5.7 Renforcer les compétences des ministères du e-commerce

Pour assurer ces nouvelles missions, listées ci-dessous, les ministères impliqués dans le e-commerce doivent bénéficier d'un renforcement de leurs compétences. En particulier, la future DH e-commerce, au sein du ministère du commerce doit se doter d'un programme de formation annuel.

2.6 MATRICE D' ACTIONS STRATEGIQUES

AXES STRATEGIQUES		RESULTATS ATTENDUS	INDICATEURS	RESPONSABLE	BUDGET FCFA	ECHEANCE DE REALISATION				
						2022	2023	2024	2025	2026
Axe stratégique 1 : Hub logistique des TIC										
OS 1 : Permettre un accès effectif au e-commerce										
Action 1 : Facilitation de l'accès à l'internet										
Activité1.1	Réduire les coûts d'internet	Coûts de l'internet rabaissés	Coûts d'internet réduits (FCFA)	MENTD, ARCEP, MCICL, FAI	0	☐				
Activité1.2	Renforcer la concurrence sur le segment internet	Nouvelles offres concurrentielles offertes	Nombre de nouvelles offres	MENTD, ARCEP, MCICL, FAI	0	☐				
Activité1.3	Améliorer la qualité du réseau internet	Difficultés de connexion rabaissés	Perturbations liées à la connexion internet finies	MENTD, ARCEP, MCICL, FAI	0	☐				
Activité1.4	Renforcer la couverture internet sur tout le territoire national	Internet disponible partout sur le territoire	Nombre de cantons couverts	MENTD, ARCEP, MCICL, FAI	0	☐				
Action 2 : Exploitation du dynamisme créé par les réseaux sociaux										
Activité2.1	Mettre les réseaux sociaux à contribution	Pages dédiées spécialement au e-commerce disponibles	Nombre de pages dédiées	MCICL	0	☐	☐	☐	☐	☐
Activité2.2	Encadrer et promouvoir les réseaux sociaux dédiés au e-commerce	Pages dédiées au e-commerce existent et proposent des contenus responsables	Nombres de pages proposant de contenus responsables	MENTD, MCICL, MCM, ARCEP, HAAC, ANCy	4 000 000	☐	☐	☐	☐	☐
Action 3 : Efficience de la Chaîne de livraison et logistique										
Activité3.1	Mener un adressage physique et numérique du territoire	Le territoire national est adressé physiquement/numériquement	Nombre de communes ayant un adressage physique	MATDDT, MENTD, SPT, Communes		☐	☐	☐	☐	☐

AXES STRATEGIQUES		RESULTATS ATTENDUS	INDICATEURS	RESPONSABLE	BUDGET FCFA	ECHEANCE DE REALISATION				
						2022	2023	2024	2025	2026
			Nombre de localités ayant un adressage numérique							
Activité3.2	Développer les points de relais	Des points relais disponibles sur toute l'étendue du territoire	Nombre de points relais installés	MCICL, SPT	0	☐	☐	☐	☐	☐
Activité3.3	Recourir aux transports de proximité (Taxi moto, Taxi)	Sociétés de transport spécialisées dans les livraisons disponibles sur tout le territoire	Nombre de sociétés de transport dédiées à la livraison	MTRFA, MCICL, Sociétés de transport	0	☐	☐	☐	☐	☐
Activité3.4	Garantir les livraisons par des couvertures d'assurance	Les livraisons sont couvertes par une assurance	Nombre d'entreprises de e-commerce ayant souscrit à l'assurance	MCICL, Compagnies d'assurance, Entreprises du e-commerce	0	☐	☐	☐	☐	☐
Action 4 : Facilitation du e-commerce transfrontalier										
Activité4.1	Réduire le délai de dédouanement	Délai de dédouanement réduit	Délai de dédouanement réduit (Jours)	MEF, OTR, MCICL, SEGUCE	0	☐	☐			
Activité4.2	Réduire les tarifs de dédouanement	Tarifs de dédouanement réduits	Tarifs de dédouanement réduits (%)	MEF, OTR	0	☐	☐			
Activité4.3	Supprimer l'incertitude sur les couts de revient	Couts de revient finaux connus de tous sur la plateforme de vente	Couts de revient finaux clairement indiqués	MCICL, Entreprises du e-commerce	0	☐	☐	☐	☐	☐
Action 5 : Facilitation de l'accès au e-commerce à la population vulnérable										
Activité5.1	Rendre disponible auprès des populations vulnérables les outils du e-commerce (Smartphones,	Outils de e-commerce disponibles aux couts	Nombre d'actions menées pour rendre ces outils disponibles	MEF, MENTD, ARCEP, MDBJEJ	0	☐	☐	☐	☐	☐

AXES STRATEGIQUES		RESULTATS ATTENDUS	INDICATEURS	RESPONSABLE	BUDGET FCFA	ECHEANCE DE REALISATION				
						2022	2023	2024	2025	2026
	Ordinateurs, centres publics d'accès internet, etc.)	abordables auprès des populations vulnérables								
Activité5.2	Sensibiliser les populations vulnérables sur les plateformes du e-commerce existants	Les populations vulnérables sensibilisées sur l'existence des plateformes du e-commerce	Nombre de sensibilisations effectuées par an	MCICL	50 000 000 (10000000 x 5)	☐	☐	☐	☐	☐
Activité5.3	Concevoir une interface en adéquation avec les habitudes des consommateurs	Une interface en adéquation avec les habitudes des consommateurs disponible	L'interface disponible	MCICL	3 000 000	☐	☐			

Axe stratégique 2 : Compétitivité des entreprises du e-commerce

OS 2 : Favoriser l'émergence d'entreprises du e-commerce compétitives

Action 1 : Connaissance du e-commerçant de son environnement d'intervention

Activité1.1	Sensibiliser les e-commerçants sur la nécessité de faire la veille statistique et de recourir aux modèles de succès du e-commerce	Les e-commerçants sensibilisés sur la nécessité de faire la veille statistique et de recourir aux modèles de succès du e-commerce	Une sensibilisation effectuée par an	MCICL	37 500 000 (7500000 x 5)	☐	☐	☐	☐	☐
Activité1.2	Sensibiliser les e-commerçants sur la réglementation relative au e-commerce	Les e-commerçants sensibilisés sur la réglementation relative au e-commerce	Nombre de sensibilisations effectuées par an	MCICL, MENDT, ARCEP, ANCy	37 500 000 (7 500 000 x 5)	☐	☐	☐	☐	☐

Action 2 : Professionnalisation des e-commerçants

AXES STRATEGIQUES		RESULTATS ATTENDUS	INDICATEURS	RESPONSABLE	BUDGET FCFA	ECHEANCE DE REALISATION				
						2022	2023	2024	2025	2026
Activité2.1	Encourager la formalisation des entreprises du e-commerce	Toutes les entreprises du e-commerce devenues formelles	Nombre d'entreprises formelles	MCICL, CFE, CCIT, OTR,	0	☐	☐	☐	☐	☐
Activité2.2	Accompagner les e-commerçants dans le processus de contrôle de la qualité et de la conformité des produits	Les e-commerçants outillés dans le processus de contrôle de la qualité et de la conformité des produits	Nombre de e-commerçants outillés	MCICL, CCIT	750 000 (5 000 x 5)	☐	☐	☐	☐	☐
Activité2.3	Créer un cadre de partage d'expériences pour les e-commerçants	Cadre de partage d'expériences pour les e-commerçants créé	Mise en place du cadre de partage d'expériences pour les e-commerçants	MCICL, Associations du e-commerce	750 000 (5 000 x 5)	☐	☐	☐	☐	☐
Action 3 : Accroissement des débouchés										
Activité3.1	Faciliter l'accès à des places de marchés établis	Les e-commerçants ont un facile accès à des places de marchés établis	Nombre de e-commerçants ayant accès aux places de marchés établis	MCICL, TOGO PRIDE	750 000 (5 000 x 5)	☐	☐	☐	☐	☐
Activité3.2	Développer de place de marché électronique nationale en étroite collaboration avec le secteur privé	Place de marché électronique nationale en étroite collaboration avec le secteur privé développé	1 place de marché opérationnelle	MCICL, Entreprises du e-commerce	5 000 000	☐	☐			
Activité3.3	Faciliter l'exposition des produits togolais aux marchés régionaux et internationaux	Les produits togolais exposés aux marchés régionaux et internationaux	Nombre de e-commerçants exposant aux marchés régionaux et internationaux	MCICL, CETEF, CCIT	1 000 000 (200 000 x 5)	☐	☐	☐	☐	☐
Action 4 : Développement des capacités d'innovation des entreprises										

AXES STRATEGIQUES		RESULTATS ATTENDUS	INDICATEURS	RESPONSABLE	BUDGET FCFA	ECHEANCE DE REALISATION				
						2022	2023	2024	2025	2026
Activité4.1	Renforcer les incubateurs et startups dans les nouvelles technologies	Les incubateurs et startups dans les nouvelles technologies bénéficient de renforcement de capacités	Nombre de renforcement de capacité effectué par an	MCICL, Incubateurs, Startups, ATD	15 000 000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Activité4.2	Promouvoir les opportunités d'investissements privés dans le e-commerce	Les opportunités d'investissements privés dans le e-commerce existent	Nombre d'opportunités créées par an	MCICL, MPI, CNP, Togo Invest	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Activité4.3	Mettre en place un fonds de garantie des entreprises du e-commerce	Un fonds de garantie des entreprises du e-commerce disponible	Le fonds de garantie opérationnel	ANPGF, FAIEJ, MIFA, PNPER	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Activité4.4	Mener des campagnes d'information sur des programmes de financement ouverts aux startups et aux TPE	Des campagnes d'information sur des programmes de financement ouverts aux startups et aux TPE effectuées	Nombre de campagnes effectuées par an	MCICL, ANPGF, FAIEJ, MIFA, PNPER, Incubateurs	37 500 000 (7 500 000 x 5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Action 5 : Financement accessibles aux entreprises										
Activité5.1	Trouver des investisseurs clés en e-commerce importants avec des appuis du gouvernement (facilitation d'installation et du secteur privé (banques)	Des investisseurs clés en e-commerce disponibles	Nombre d'investisseurs disponibles par an	MCICL, MPI, Banques	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Activité5.2	Renforcer le dialogue entre la BCEAO, le Gouvernement, les	Dialogue entre la BCEAO, le Gouvernement, les start-	Le cadre de dialogue des acteurs créé	BCEAO, MCICL, Banques	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

AXES STRATEGIQUES		RESULTATS ATTENDUS	INDICATEURS	RESPONSABLE	BUDGET FCFA	ECHEANCE DE REALISATION				
						2022	2023	2024	2025	2026
	start-up technologiques et les banques	up technologiques et les banques créé		commerciales, Startups, INPIT						
Action 6 : Améliorer la représentativité des entreprises du e-commerce										
Activité6.1	Aider à la création d'une association des entreprises du e-commerce	Association des entreprises du e-commerce créée et opérationnelle	1 association créée et opérationnelle	MCICL, Entreprises du e-commerce	1 500 000	<input type="checkbox"/>				
Activité6.2	Outiller les associations d'entreprises du e-commerce pour la mise en œuvre des recommandations de la présente étude	Les associations d'entreprises du e-commerce outillées et les recommandations de la présente étude mise en œuvre	Recommandations effectivement mises en œuvre	MCICL, Entreprises du e-commerce	5 000 000 (1 000 000 x 5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Action 7 : Disposition d'une fiscalité relative aux activités du e-commerce										
Activité7.1	Adopter une législation fiscale particulière pour les e-commerçants	Législation fiscale particulière pour les e-commerçants adoptée	1 législation disponible	MEF, OTR	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Activité7.2	Sensibiliser et vulgariser les e-commerçants sur cette législation fiscale	Les e-commerçants sensibilisés sur la législation fiscale et le texte vulgarisé	Nombre de sensibilisation et de vulgarisation effectuées par an	MCICL, MEF, OTR, CCIT	37 500 000 (7 500 000 x 5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Action 8 : Paiement électronique										
Activité8.1	Encourager les fournisseurs de services financiers en développant des services financiers numériques adaptés aux besoins du e-commerce	Des services financiers numériques adaptés aux besoins du e-commerce développés	Nombre de nouveaux services financiers numériques disponibles par an	Banques commerciales, Intégrateurs, Opérateurs de mobile money	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

AXES STRATEGIQUES		RESULTATS ATTENDUS	INDICATEURS	RESPONSABLE	BUDGET FCFA	ECHEANCE DE REALISATION				
						2022	2023	2024	2025	2026
Activité8.2	Inciter les banques à ouvrir des API avec l'appui de la BCEAO afin de faciliter l'intégration des moyens de paiement en ligne pour la VAD	Des API des banques ouvertes	Nombre d'API de banques ouvertes	Banques commerciales, Intégrateurs	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Activité8.3	Faciliter l'entrée sur le marché des nouveaux intégrateurs	Nouveaux intégrateurs disponibles	Nombre de nouveaux intégrateurs disponibles par an	BCEAO, MCICL, MENTD, ARCEP	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Activité8.4	Revoir la baisse des taxes sur les paiements mobile	Taxes sur les paiements mobile réduites	Taxes baissées (%)	BCEAO, MENTD, ARCEP	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Action 9 : Booster certains secteurs prioritaires										
Activité9.1	Renforcer la chaîne entreprise de commerce électronique et les fournisseurs de services logistiques	La chaîne entreprise de commerce électronique renforcée	1 chaîne existante	MCICL, Sociétés de transport, Entreprises du e-commerce, FAI	7 500 000 (1500000 x 5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Activité9.2	Mettre en place un écosystème de commerce électronique sous forme d'une chaîne de valeur composée des structures de l'Etat, des commerçants, des FAI, des opérateurs de logistique et des banques	Ecosystème de commerce électronique mis en place	1 écosystème effectif	MCICL, FAI, Banques commerciale, Sociétés de transport, Entreprises du commerce	5 000 000 (1000000 x5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Activité9.3	Favoriser le développement du secteur de l'entrepasage en facilitant la procédure de demande de licence (Lancer une plate-forme électronique intégrée pour l'octroi de licences)	Plate-forme électronique intégrée pour l'octroi de licences	1 plateforme développée	MCICL, CFE, CCIT	3 000 000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

AXES STRATEGIQUES	RESULTATS ATTENDUS	INDICATEURS	RESPONSABLE	BUDGET FCFA	ECHEANCE DE REALISATION					
					2022	2023	2024	2025	2026	
Axe stratégique 3 : Offre et demande de biens et services du e-commerce										
OS 3 : Rapprocher l'offre de e-commerce des besoins et des habitudes de consommation de la population (au Togo, diaspora, étrangers)										
Action 1 : Connaître les besoins des consommateurs										
Activité1.1	Mener des études sur les besoins des consommateurs	Etudes sur les besoins des consommateurs effectuées	Nombre d'études menées par an	MCICL, Association des consommateurs	35 000 000 (7000000x5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Activité1.2	Partager les résultats de cette étude avec les entreprises	Les entreprises sensibilisées sur les besoins des consommateurs	Nombre de sensibilisations effectuées par an	MCICL, Association des consommateurs	3 750 000 (750 000x5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Action 2 : Etablir la confiance										
Activité2.1	Mener des actions pour sécuriser les plateformes de e-commerce au Togo (Certification des plateformes, sécurité des données personnelles, promotion de la sécurisation des plateformes par l'Etat par des actions stratégiques, lutte contre la cybercriminalité)	Plateformes de e-commerce sécurisées	Nombre de plateformes certifiées	MCICL, ARCEP, ANCy, IPDCP	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Activité2.2	Créer une structure destinée au contrôle de la qualité des services et produits mis en ligne	Structure destinée au contrôle de la qualité des services et produits mis en ligne créée	La structure opérationnelle	MCICL, MENTD, ANCy, ARCEP	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Activité2.3	Mettre en place un mécanisme de sécurisation des livraisons	Mécanisme de sécurisation des livraisons mis en place	Le mécanisme fonctionnel	MCICL, Compagnies d'assurance, Entreprises du e-commerce	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

AXES STRATEGIQUES		RESULTATS ATTENDUS	INDICATEURS	RESPONSABLE	BUDGET FCFA	ECHEANCE DE REALISATION				
						2022	2023	2024	2025	2026
Activité2.4	Mettre en place un observatoire des services et pratiques en ligne	Observatoire des services et pratiques en ligne mis en place	L'observatoire opérationnel	MCICL, MENTD, ARCEP, IPDCP, ANCy, Associations des consommateurs, Entreprises du e-commerce	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Activité2.5	Rendre opérationnel un mécanisme de règlement de litiges lié au e-commerce	Mécanisme de règlement de litiges lié au e-commerce opérationnel	Le mécanisme opérationnel	MJRIR, Tribunaux de commerce, Entreprises du e-commerce, Association des consommateurs	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Activité2.6	Rendre effectif le service après-vente	Service après-vente effectif	Service après-vente effectif	MCICL, Entreprises du e-commerce	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Action 3 : cultures du e-commerce										
Activité3.1	Disposer d'un plan de communication sur les avantages du e-commerce	Plan de communication sur les avantages du e-commerce disponible	Le plan de communication disponible et mis en œuvre	MCICL	1 000 000	<input type="checkbox"/>				
Activité3.2	Développer une plateforme dédiée aux informations sur le commerce électronique au Togo	Plateforme opérationnelle	la plateforme développée et opérationnelle	MCICL, Entreprises du e-commerce	4 000 000	<input type="checkbox"/>				
Axe stratégique 4 : Compétences adéquates dans le e-commerce										
OS4 : Disposer de RH spécifiques de qualité										
Action 1 : Compétences dans le e-commerce										
Activité1.1	Réaliser une étude sur les compétences requises par les entreprises du e-commerce	Les compétences requises sont connues	1 étude réalisée	MCICL, Entreprises du e-commerce	7 000 000	<input type="checkbox"/>				

AXES STRATEGIQUES		RESULTATS ATTENDUS	INDICATEURS	RESPONSABLE	BUDGET FCFA	ECHEANCE DE REALISATION					
						2022	2023	2024	2025	2026	
Activité1.2	Diffuser les résultats de cette étude	Résultats sont connus	Le nombre de diffusions effectuées	MCICL, Association des consommateurs	3 000 000 (750 000 x4)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Activité1.3	Recommander des modules de formation adéquats aux centres de formation	Modules de formation intégrés dans les curricula de formation	Nombre de modules de formation disponibles et intégrés	MCICL, Centre de formation	0			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Activité1.4	Développer et rendre accessible aux e-commerçants des formations en ligne	Les e-commerçants sont formés en ligne	Nombre de e-commerçants formés en ligne	MCICL, Centre de formation	10 000 000			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Action 2 : Employabilité des jeunes											
Activité2.1	Favoriser le mécanisme des contrats d'apprentissage	Contrats d'apprentissage opérationnels	Nombre de contrats d'apprentissage mis en œuvre	MCICL, Centre de formation, Entreprises du e-commerce	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
Activité2.2	Créer une interface pour les services des jeunes indépendants	Une interface est créée	L'interface créée et opérationnelle	MCICL, Entreprises du e-commerce	3 000 000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
Activité2.3	Accompagner les jeunes pour le développement des sites web, magasins virtuels destinés aux entreprises du e-commerce	Les jeunes sont accompagnés	Nombre de jeunes accompagnés	MCICL, Entreprises du e-commerce, Incubateurs, startups	1 000 000 (200 000x 5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Axe stratégique 5 : Promotion du e-commerce											
OS 5 : Créer un cadre public de promotion du e-commerce											
Action 1 : Veille sur le secteur du e-commerce											
Activité1.1	Etablir et actualiser régulièrement la base de données des	Base de données fiable disponible	1 Base de données actualisée disponible	MCICL	1 000 000 (200 000x 5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

AXES STRATEGIQUES		RESULTATS ATTENDUS	INDICATEURS	RESPONSABLE	BUDGET FCFA	ECHEANCE DE REALISATION				
						2022	2023	2024	2025	2026
	entreprises existantes dans le secteur									
Activité1.2	Identifier constamment les besoins des consommateurs	Besoins de consommateurs identifiés	Nombre d'études sur les besoins des consommateurs réalisées	MCICL, Associations des consommateurs, Entreprises du e-commerce	35 000 000 (7 000 000 x 5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Activité1.3	Etablir un benchmark des stratégies nationales du e-commerce	Des stratégies nationales du e-commerce connues et comparées	1 benchmark réalisé	MCICL	7 000 000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Action 2 : Renforcement du cadre réglementaire										
Activité2.1	Procéder à la vulgarisation du cadre réglementaire existant	Le cadre réglementaire est connu	Nombre de vulgarisations effectuées	MCICL, MENTD, ARCEP, ANCy, IPDCP	10 000 000 (2000000x 5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Activité2.2	Renforcer les dispositions relatives à la protection des consommateurs	De nouvelles dispositions sur la protection des consommateurs adoptées	Les nouvelles dispositions adoptées	MCICL, MENTD	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Activité2.3	Mettre en place une institution spécialisée dédiée à cette protection	La protection des consommateurs effective	L'institution mise en place	MCICL	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Action 3 : Instauration d'un cadre de dialogue										
Activité3.1	Créer un cadre structurel de discussion entre les parties prenantes	Discussion structurelle entre les parties prenantes créée	Le cadre structurel de discussion créé et opérationnel	MCICL, MEF, Association des consommateurs, Entreprises du e-commerce, Intégrateurs, OTR,	1 000 000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

AXES STRATEGIQUES		RESULTATS ATTENDUS	INDICATEURS	RESPONSABLE	BUDGET FCFA	ECHEANCE DE REALISATION				
						2022	2023	2024	2025	2026
				Banques commerciales, Incubateurs, Sociétés de transport, Compagnies d'assurance						
Activité3.2	Organiser de façon fréquente des évènements sur l'état des lieux du e-commerce	Etats des lieux fréquemment organisés	Nombre d'états des lieux du e-commerce organisés	MCICL, Association des entreprises du e-commerce	25 000 000 (5000000x5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Action 4 : Digitalisation de l'économie										
Activité4.1	Dématérialiser les procédures	Procédures complètement dématérialisées	Nombre de procédures dématérialisées	MENTD	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Activité4.2	Opérationnaliser la signature électronique	La signature électronique est devenue opérationnelle	L'Autorité de certification est opérationnelle	MENTD	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Activité4.3	Renforcer l'opérationnalisation de l'Agence Togo Digital	ATD est opérationnelle	Transformation digitale effective	MENTD	0	<input type="checkbox"/>				
Action 5 : Renforcement des compétences de certains ministères dans le e-commerce										
Activité5.1	Procéder au renforcement des compétences en e-commerce du personnel clé de certains ministères	Le personnel clé de certains ministères reçoivent des formations en renforcement de capacité	Nombre de renforcement de capacité opérés par an	MCICL, MENTD, MPI, MEMPPC	35 000 000 (7000000x5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Activité5.2	Doter la direction du e-commerce d'un programme de formation annuel	Programme de formation annuel disponible	La nombre de formations exécutées par an	MCICL	7 000 000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>