



E-commerce et paiement électronique au Maroc

Plus de 5 milliards de dirhams en 4 mois

Imane Nigrou
inigrou@aujourd'hui.ma

La vertigineuse croissance que connaissent les premiers mois de 2016 n'est pas sans être adossée au soutien politique pour la promotion du secteur et des initiatives qui s'en sont suivies telle l'opération de paiement de la vignette automobile en ligne.

Après une longue année charnière, les premiers mois de 2016 présentent de bons chiffres pour ce qui est du volume du e-commerce au Maroc. 10,3 millions de transactions par carte bancaire marocaine ont été enregistrées entre janvier et avril 2016, générant ainsi un volume global de plus de 5,2 milliards de dirhams. Ces chiffres, et bien d'autres, ont été annoncés lors du 3ème rendez-vous du e-commerce et du paiement électronique, tenu mardi à Casablanca et organisé par Maroc Telecommerce, en partenariat avec la CGEM, l'APEBI, ainsi que le Centre monétique interbancaire sous le thème « Paiement multicanal, le nouveau levier de l'économie numérique ».

2016 se définit d'ores et déjà comme « l'année du virage pour le paiement électronique au Maroc ». Tel qu'expliqué par les responsables du Centre monétique interbancaire (CMI), c'est là une dynamique qui ne sera pas sans faire du marché des solutions d'encaissement et de paiement électronique, un nouveau levier de l'économie numérique du Royaume. Ainsi, le nombre et le montant global des transactions connaissent une croissance soutenue et propulsée par l'évolution de l'usage des technologies de l'information ainsi que la démocratisation des réseaux de télécommunications. « L'activité de paiement en ligne continue de croître très fortement en raison des nouveaux services payables en ligne. Le nombre d'opérations de paiement en ligne a réalisé une progression moyenne annuelle de +28,2% sur la période 2013-2016 », apprend-on auprès de Mikael Naciri, directeur général du CMI. Celui-ci indique que, globalement, l'activité de paiement par cartes bancaires marocaines est en progression soutenue (TPE, eCom, VAD). Elle a généré pendant les 4 premiers mois de 2016 pas moins de 5,2 milliards de dirhams (plus de 10,3 millions de transactions, ndlr). « Pour moi, il existe un avant et un après 2014 », explique la même source en faisant référence à l'année où les banques ont imposé une

authentification pour les transactions en ligne. Ce dispositif, qui a mis du temps à être mis en place, a de surcroît rassuré les cyberconsommateurs quant à la sécurité du recours au e-paiement. Quant à la vertigineuse croissance que connaissent les premiers mois de 2016 (+30% de transactions), elle n'est pas sans être adossée au soutien politique pour la promotion du secteur et des initiatives qui s'en sont suivies telle l'opération de paiement de la vignette automobile en ligne. Il est sans rappeler à ce titre que les activités phares du paiement en ligne restent celles liées aux grands facturiers, aux compagnies aériennes et à l'eGov. Selon le CMI toujours, le nombre d'opérations de paiement en ligne eGov aurait réalisé une progression moyenne annuelle de +118,6% sur la période qui s'étale de 2013 à 2016. « Même sans l'opération vignette, l'évolution reste importante et s'établit à 50% », précise Mikael Naciri. Quant au montant global des paiements en ligne eGov, il a enregistré sur cette même période une progression moyenne annuelle de +117,2%. On parle ici d'une évolution de pas moins de 73,2 millions de dirhams cumulés entre janvier et avril 2016 contre un volume global de 15,8 millions de dirhams en 2015.

« Le nombre d'opérations de paiement en ligne eGov a réalisé une progression moyenne annuelle de +118,6% sur la période qui s'étale de 2013 à 2016.

Kaymu livre son premier diagnostic du M-commerce au Maroc

Le mobile révolutionne l'achat en ligne

«Le M-commerce révolutionne l'achat en ligne car il rend celui-ci possible dans n'importe quelle situation de mobilité principalement à travers un smartphone ou une tablette».

Kawtar Tali
ktali@aujourd'hui.ma



Les appareils mobiles rivalisent les ordinateurs en e-commerce. La tendance s'inverse au Maroc. Le mobile devient en 2016 le premier canal de vente en ligne. C'est ce que souligne Kaymu dans sa première étude dédiée au M-commerce, analysant à la fois les transactions effectuées depuis une application et les achats depuis les versions mobiles de sites e-commerce. «Le M-commerce révolutionne l'achat en ligne car il rend celui-ci possible dans n'importe quelle situation de mobilité principalement à travers un smartphone ou une tablette. Une façon de consommer qui répond à une réelle évolution des usages et des comportements d'achat, y compris au Maroc», explique Sevan Marian, direc-

teur général de Kaymu Maroc. Et de poursuivre que «le mobile est devenu aujourd'hui notre premier canal de ventes. Chaque action, amélioration et nouveau développement seront aujourd'hui plus que jamais pensé d'abord pour l'usage mobile que cela soit sur nos applications ou la version mobile de notre site».

Les chiffres révélés sont extraits des outils d'analyse de la plate-forme marchande. Selon Kaymu, 56% des commandes proviennent du mobile. Dans le cas de Kaymu, l'application arrive à mieux convertir la visite d'un utilisateur en commande et ce contrairement au site mobile qui se veut la première source de trafic sur la plate-forme. Le taux de conversion de l'application est

estimé à 5%. Se référant à l'étude, le nombre de téléchargements d'application a augmenté, en une année de 680%. Les téléchargements sont passés d'environ 20.000 en 2014 à plus de 157.000 entre 2015 et 2016. S'agissant des acheteurs, l'étude démontre que le profil du M-consommateur reste assez proche de celui du e-consommateur. Selon la même source, le client passe en moyenne 8 minutes sur le mobile contre 5 minutes sur l'ordinateur (desktop). La répartition géographique démontre que la moitié des M-consommateurs marocains vient de Casablanca. Rabat et Marrakech enregistrent des taux respectifs de 8 et 6%. La mode masculine vient en tête des intérêts des ache-

teurs sur mobile. Le taux évoqué par l'étude est de 79% contre 58% enregistré sur ordinateur (desktop). De par ces indicateurs, Kaymu Maroc trace le profil type d'un M-consommateur: un trentenaire, issu de Casablanca, connecté sur la version mobile du site depuis un appareil Android et qui y passe environ 8 minutes avant de finalement acheter une montre ou un T-shirt. «Le profil type livré par cette étude, principalement homme et très urbanisé, est assez réducteur quant à la diversité des profils ouverts à l'achat en ligne. Ceci prouve que le mobile est à peine à un stade embryonnaire au Maroc et sera certainement confronté à un rééquilibrage à court et moyen termes», conclut Sevan Marian.

Le e-commerce au Maroc équivaut au CA d'un seul hypermarché

Imane Nigrou
inigrou@aujourd'hui.ma

Les chiffres sont bons mais pas assez pour parler d'une bonne activité de paiement en ligne. C'est en tout cas ce que pense le président de la commission e-commerce et e-entreprise au sein de la CGEM, Mounir Alaoui. Celui-ci a indiqué lors du 3ème rendez-vous dédié à l'e-commerce, que le volume global de ce marché au Maroc reste faible. Au moment où la cyberconsommation prend une autre tournure et où le canal numérique connaît une forte dynamique, le bilan ne serait pas très beau.



«Lors des journées nationales du consommateur, nous nous sommes amusés à faire le calcul et il s'avère que tout le e-commerce au Maroc correspond au chiffre d'affaires d'un hypermarché comme celui de Mārjane Hay Riad à Rabat», avait-il annoncé avant d'ajouter qu'en France, qui n'est pas le pays le plus développé en la matière, le paiement électronique représente 10% du commerce de l'Etat. Le problème selon lui se situe au niveau d'une sous-estimation de l'importance de ce domaine. «J'ai assisté, en 1983, à l'Ecole Mohammadia des ingénieurs à la mise en

place de la toute première connexion internet au Maroc. Certains disaient que les Marocains ne savaient pas lire et écrire et donc le Net ne marcherait jamais au Maroc. Il en a été de même pour le mobile et aujourd'hui, on vit la même chose avec le paiement électronique. On pense qu'on est différents du reste du monde. Par-tout, les gens commandent et achètent sur Internet. Pourquoi pas au Maroc ? », Ironise-t-il avant d'appeler à plus de communication pour aller de l'avant car beaucoup de gens ignorent toutes les transactions qu'il est possible de faire via le Net.