



ECOWAS COMMISSION
COMMISSION DE LA CEDEAO
COMISSÃO DA CEDEAO

TERMES DE REFERENCE

Étude et plan d'action sur le commerce électronique mettant l'accent sur les femmes, les jeunes, les personnes handicapées et les petits commerçants dans la région de la CEDEAO

I. CONTEXTE

Le commerce électronique et l'économie numérique offrent de nouvelles opportunités d'intégration régionale, de croissance économique, de diversification industrielle et de création d'emplois dans la région de la CEDEAO. L'utilisation accrue d'Internet au cours des dix dernières années, reflétée par l'augmentation de la couverture Internet mobile et par l'engagement ferme des gouvernements de la région en faveur de la transformation numérique pour atteindre les objectifs de développement économique, social et environnemental, souligne les ambitions de la région et les progrès réalisés. La région de la CEDEAO affiche un taux de couverture de l'Internet de 41 %, ce qui représente une avancée considérable par rapport aux 2 % de 2005. De plus en plus de personnes utilisent l'Internet à des fins commerciales. Cette augmentation est en partie due à une augmentation de la couverture de l'Internet, à l'adoption d'appareils mobiles, au développement de systèmes de paiement innovants et à une population jeune croissante.

Malgré tous les facteurs positifs qui créent des prévisions optimistes pour le commerce électronique dans la région, des lacunes subsistent lorsque l'on considère les conditions préalables au commerce électronique transfrontalier dans chacun des 15 États membres de la CEDEAO. Ces défis concernent les obstacles qui entravent la facilitation des échanges, l'accès coûteux et inégal aux infrastructures et services TIC, la protection et la confiance insuffisantes des consommateurs en ligne, la faible adoption des compétences commerciales et de commerce électronique, ainsi que l'absence de données spécifiques sur l'activité liée au commerce électronique dans la région. En outre, il s'agit de fournir une orientation politique fondée sur des données probantes pour faire progresser l'adoption et l'innovation dans le secteur.

En juillet 2023, la Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) a élaboré la Stratégie de commerce électronique de la CEDEAO dans le but de soutenir les États membres de la CEDEAO dans leurs efforts visant à utiliser la technologie pour accélérer le changement structurel et le développement, et favoriser l'intégration régionale, notamment par la diversification économique, la création d'emplois et des activités commerciales plus inclusives.

La stratégie s'inspire de toutes les initiatives menées par la CEDEAO, l'Union africaine (UA) et les pays africains en matière de commerce électronique et de développement numérique (telles que la vision 2063 de l'Union africaine, la Stratégie de transformation numérique de l'Afrique) , la Zone de libre-échange continentale africaine (ZLECA) et d'autres programmes/projets pertinents mis en œuvre par l'initiative E-Commerce pour tous et d'autres partenaires de développement et soutiendra également directement les efforts de la Communauté pour promouvoir la coopération et l'intégration régionales.

La stratégie est composée des quatre objectifs stratégiques suivants : (i) Renforcement institutionnel ; (ii) Garantir la confiance tout au long de la chaîne d'approvisionnement du commerce électronique, des producteurs aux consommateurs ; (iii) Intelligence du commerce électronique : Améliorer l'accès aux statistiques du commerce électronique et aux informations sur les marchés de la CEDEAO ; et (iv) Favoriser l'inclusion pour le développement du commerce électronique dans la CEDEAO en mettant l'accent sur les femmes, les jeunes, les personnes handicapées et les commerçants transfrontaliers informels (CTI).

Afin de garantir l'efficacité et l'inclusivité de la stratégie, il est nécessaire de mener une étude axée sur les groupes marginalisés tels que les femmes, les jeunes, les personnes handicapées ¹et les petits commerçants ². En conséquence, la Commission de la CEDEAO, avec l'appui de la Banque mondiale, cherche à recruter un consultant pour préparer un programme détaillé avec un plan d'action pour soutenir la mise en œuvre de la stratégie de commerce électronique de la CEDEAO.

II. OBJECTIF DE LA MISSION

L'objectif de la mission est d'entreprendre une étude et de préparer un plan d'action détaillé axé sur les femmes, les jeunes, les personnes handicapées et les petits commerçants pour soutenir la mise en œuvre inclusive de la stratégie de commerce électronique de la CEDEAO.

III. PORTÉE ET RESPONSABILITÉS

Travaillant sous la Coordination du Commissaire aux Affaires économiques et à l'agriculture de la Commission de la CEDEAO, et sous la supervision directe du Directeur du commerce, le consultant devra s'acquitter des responsabilités suivantes :

- a. Examiner la littérature et les données existantes : analyser les rapports, les données et la littérature actuels liés au commerce électronique, à l'inclusion numérique et au statut socio-économique des groupes cibles.

¹ Les personnes handicapées comprennent les personnes qui souffrent de déficiences physiques, mentales, intellectuelles ou sensorielles de longue durée qui, en interaction avec diverses barrières, peuvent entraver leur participation pleine et effective à la société sur la base de l'égalité avec les autres (article 1 de la Convention relative aux droits des personnes handicapées).

² Les petits commerçants désignent les personnes ou les micro et petites entreprises engagées dans le commerce transfrontalier et le commerce local, avec un effectif de moins de 50 employés et un chiffre d'affaires annuel inférieur à 160 000 USD.

- b. Mener des recherches primaires : réaliser des enquêtes, des entretiens ou des discussions de groupe avec les parties prenantes concernées, notamment les agences gouvernementales, les organisations de la société civile, les entreprises et les groupes vulnérables eux-mêmes.
- c. Évaluer l'état actuel : Évaluer l'état actuel de l'inclusion numérique et de la participation au commerce électronique parmi les femmes, les jeunes, les personnes handicapées et les petits commerçants.
- d. Identifier les obstacles et les défis : Identifiez les obstacles auxquels ces groupes sont confrontés pour accéder et s'engager dans des activités de commerce électronique.
- e. Élaborer des recommandations et un plan d'action : Formuler des recommandations concrètes et un plan d'action détaillé avec des activités spécifiques, des échéanciers, des parties responsables et des besoins en ressources pour relever les défis identifiés et promouvoir une inclusion significative.
- f. Intégrer les commentaires et s'aligner sur la stratégie : Intégrer les commentaires des parties prenantes et s'assurer que le programme s'aligne sur les objectifs de la stratégie de commerce électronique de la CEDEAO.
- g. Présenter les résultats : transmettre les résultats, les recommandations et le programme proposé aux parties prenantes concernées pour examen et validation.

Plus précisément, le consultant suivra trois axes principaux de travail :

Tâche 1. Mener des enquêtes pour identifier les obstacles rencontrés par les groupes vulnérables et les petits commerçants pour accéder au commerce électronique, l'utiliser et vendre en ligne, ainsi que pour identifier comment les entreprises facilitent ou entravent l'accès.

1.1 Enquête 1. Individus issus de groupes vulnérables. L'objectif sera d'identifier les obstacles et les limites auxquels sont confrontés les personnes handicapées, les jeunes et les femmes pour accéder aux plateformes de commerce électronique.

Taille et composition de l'échantillon : Enquête auprès d'un échantillon représentatif d'au moins 30 personnes par pays provenant d'au moins 7 pays de la CEDEAO, dont la Gambie, la Guinée, la Guinée-Bissau, le Cap-Vert, le Nigéria, la Côte d'Ivoire, la Sierra Leone et le Sénégal.

Conception du questionnaire : Élaborer un questionnaire comportant des sections sur i) les données démographiques (sexe, âge, pays de résidence, revenu, type de handicap ou de déficience, éducation), ii) l'utilisation du commerce électronique (fréquence, plateformes utilisées, etc.), iii) et les obstacles à l'accès (fonctionnalités d'accessibilité, coût et accès à Internet et aux paiements numériques, restrictions matérielles/logicielles, limitations des compétences numériques, etc.)

1.2 Enquête 2. Entreprises proposant des produits et services en ligne. L'objectif sera d'identifier comment les entreprises facilitent ou entravent l'accès des personnes handicapées, des jeunes et des femmes aux achats en ligne.

Taille et composition de l'échantillon : Enquête auprès d'un échantillon représentatif d'au moins 15 entreprises par pays d'au moins 7 pays de la CEDEAO, dont la Gambie, la Guinée et la Guinée-Bissau.

Conception du questionnaire : Élaborer un questionnaire couvrant i) les informations sur l'entreprise (nom, taille, pays d'exploitation, type de produit/service), ii) les caractéristiques d'accessibilité et les mesures d'inclusion (mises en œuvre ou prévues), iii) les coûts et les défis

(quantifier les coûts associés et les obstacles rencontrés par les petits commerçants si des exigences d'accessibilité sont imposées).

1.3 Enquête 3 : Petits commerçants. L'objectif sera d'identifier les obstacles rencontrés par les petits commerçants dans l'utilisation du commerce électronique pour les transactions nationales et transfrontalières.

Taille et composition de l'échantillon : L'échantillon doit être représentatif et comprendre au moins 30 commerçants par pays d'au moins 7 pays membres de la CEDEAO, y compris certains commerçants transfrontaliers informels (CTI) et divers secteurs.

Conception du questionnaire : Le questionnaire pourrait inclure les obstacles réglementaires perçus (par exemple, la charge réglementaire, les coûts élevés de conformité réglementaire) ainsi que les obstacles écosystémiques (par exemple, le manque de systèmes d'adressage, le coût élevé des services logistiques, le manque d'options de paiement numérique, le manque de confiance des consommateurs dans le commerce électronique, l'absence d'accès à des alternatives de financement, les coûts d'importation élevés) et les limitations directes des petits commerçants (par exemple, les compétences - numériques, financières, marketing, logistique, plan d'affaires, infrastructure, etc.).

Langue : Le questionnaire doit être rédigé en anglais, en français ou en portugais, selon les besoins, et adapté aux besoins particuliers du groupe de discussion.

Collecte de données : le consultant déterminera la méthode de collecte de données la plus efficace (en ligne, en personne ou une combinaison des deux) à l'aide d'enquêtes et d'entretiens impliquant un mélange de questions ouvertes et fermées. Le consultant sera chargé de s'assurer que les avis de confidentialité sont approuvés par les participants.

Tâche 2. Évaluation et recommandations basées sur les résultats de l'enquête et des consultations

- Une analyse SWOT et une évaluation devraient être menées en tenant compte des résultats des enquêtes et de toute consultation supplémentaire avec des groupes de parties prenantes tels que les agences gouvernementales et les organisations de personnes handicapées. Un ensemble de recommandations politiques sera élaboré pour améliorer l'accès des groupes vulnérables et des petits commerçants au commerce électronique, par exemple en imposant des exigences aux entreprises de vendre en ligne pour faciliter les achats en ligne des personnes handicapées³. Des exemptions pour les petits commerçants pourraient être suggérées pour éviter des charges réglementaires supplémentaires qui limitent l'entrée sur le marché. Les recommandations pourraient également inclure la réduction des charges réglementaires, l'accès à la formation, la facilitation du financement et l'incitation à la formalisation des transactions commerciales internationales.

³ Il est conseillé de revoir la directive européenne sur l'accessibilité ([Directive \(UE\) 2019/882](#)), en particulier les obligations visant à garantir l'accessibilité des sites Web de commerce électronique. Cette directive a) comprend des exigences d'accessibilité pour le commerce électronique via des sites Web et des services basés sur des appareils mobiles, b) s'applique à la vente en ligne de tout produit ou service, et c) contient des exemptions réglementaires pour les microentreprises. Les principes d'accessibilité sont les suivants : 1) Perceptibilité, 2) Opérabilité, 3) Compréhensibilité, 4) Robustesse.

Tâche 3. Un plan d'action pour permettre la mise en œuvre d'une stratégie de commerce électronique inclusive

Élaborer un plan d'action décrivant les actions spécifiques, les parties responsables, les délais et les exigences pour la mise en œuvre des recommandations conformément à la stratégie de commerce électronique de la CEDEAO. Il s'agira de tirer parti de l'analyse et des évaluations des données recueillies lors des enquêtes pour fournir un ensemble de recommandations visant à soutenir la mise en œuvre inclusive de la stratégie de commerce électronique de la CEDEAO. Le plan d'action et les recommandations devraient prendre en compte :

- Comment faciliter l'accès des groupes vulnérables (personnes handicapées, jeunes et femmes) au commerce électronique dans l'espace CEDEAO.
- Comment aborder et réduire les obstacles auxquels sont confrontés les petits commerçants qui vendent en ligne et s'engagent dans le commerce électronique transfrontalier au sein de la région de la CEDEAO.

La Direction du commerce de la CEDEAO sera chargée de faciliter les contacts disponibles entre les parties prenantes des pays membres et de partager les rapports ou les directives pertinents que le consultant doit prendre en compte lors de l'élaboration de l'étude demandée.

IV. LIVRABLES

Les livrables de cette mission sont les suivants :

#	Livrable	Chronologie	Calendrier de paiement
0	Rapport initial : détaillant la méthodologie proposée, le plan de travail et les outils de collecte de données.	Semaine 2	15%
1	Rapport intermédiaire : résumant les résultats des enquêtes, y compris une analyse des défis, des opportunités et des recommandations. Le consultant est tenu de partager la base de données contenant les informations recueillies lors des enquêtes.	Semaine 8	20%
2	Projet de plan d'action : décrivant des interventions spécifiques pour soutenir l'inclusion des groupes vulnérables et des petits commerçants dans le commerce électronique dans la région.	Semaine 10	35%
3	Rapport final : intégrant les commentaires des parties prenantes et présentation du plan d'action finalisé ainsi que des recommandations de mise en œuvre.	Semaine 13	30%

V. DURÉE ET LIEU PRÉVUS

La durée prévue pour la mission est de quatre-vingt-dix jours (90) jours.

Le consultant peut travailler à distance mais devra se rendre à Abuja si nécessaire. Tous les frais de déplacement et l'indemnité journalière de subsistance seront payés séparément conformément aux règles et réglementations en vigueur au sein de la Banque mondiale.

VI. QUALIFICATIONS ET EXPÉRIENCE

Qualifications et compétences

- Diplôme universitaire supérieur (c'est-à-dire Master) en commerce, droit, économie, transformation numérique, ingénierie informatique, études de développement ou domaine connexe pertinent pour la mission
- Expérience démontrée dans la conduite de recherches et le développement de programmes liés au commerce électronique, à l'inclusion numérique et au développement socio-économique.
- Connaissance de la région de la CEDEAO et de sa dynamique socio-économique, notamment en ce qui concerne les femmes, les jeunes, les personnes handicapées et les petits commerçants.
- Solides compétences analytiques et capacité à traduire les résultats en recommandations concrètes.
- Excellentes compétences en communication et en présentation.

Expérience professionnelle

- Dix (10) années d'expérience avérée dans la formulation de politiques commerciales, l'intégration régionale et le développement ou dans des domaines connexes
- Cinq (5) années d'expérience avérée dans le commerce numérique/e-commerce

Langue

- Anglais et français. Le portugais est un plus.

VII. CONTACT

Pour plus d'informations, veuillez contacter M. Kolawole Sofola , Directeur du Commerce à ksofola@ecowas.int