



République Tunisienne

LA STRATÉGIE NATIONALE EN MATIÈRE DE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Afin de développer le secteur des technologies de la communication et du commerce électronique la Tunisie a mis sur pied une stratégie nationale s'articulant autour des grands axes suivants:

Infrastructures des communications :

- Le développement et la modernisation des infrastructures et ce par le renforcement et l'extension des réseaux et l'introduction des nouvelles technologies.

Cadre juridique et réglementaire :

- La mise en place d'un cadre juridique et réglementaire des échanges commerciaux et du commerce électronique et ce à partir de Août 2000.

Certification électronique et sécurité informatique :

- La création de l'Agence Nationale de Certification Électronique (ANCE) et de l'Agence Nationale de Sécurité Informatique (ANSI) et ce dans le but d'instaurer un climat de confiance et de sécurité des transactions électroniques.

Paiement électronique :

- La Tunisie jouit de deux solutions de paiements électroniques: le e-Dinar de la poste tunisienne et le paiement par carte bancaire "Serveur de paiement sécurisé" SPS-SMT de la Société Monétique de Tunisie.

Mis à part le Système de virement des Gros Montants Tunisiens (SGMT) de la Banque Centrale de Tunisie et la nouvelle Carte d'Allocation Touristique (CAT).

Ressources humaines, développement des compétences et culture du savoir:

- La valorisation des ressources humaines par la restructuration de la formation universitaire et de la recherche, et l'instauration d'un système de formation continue et de recyclage permettant d'assurer l'amélioration des capacités professionnelles des agents du secteur.

Coopération internationale et partenariats :

- Le développement des activités dans le domaine des télécommunications aux niveaux national et international permet à la Tunisie d'être un pôle technologique en plein essor.

Cette stratégie est renforcée par les orientations fixées dans le cadre du programme Présidentiel électoral qui visent à consolider les fondements de l'économie du savoir, à travers un ensemble de programmes ayant pour objectifs la généralisation du haut débit (ADSL), la consécration du principe de l'Internet pour tous, l'encouragement de la production de contenus et de services immatériels, la consolidation du rôle de la société civile dans la diffusion de la culture numérique, l'intégration du pays dans la carte mondiale de l'économie de l'intelligence et l'attraction des investissements étrangers dans ce domaine, compte tenu notamment de l'importance des ressources humaines et des compétences dont dispose la Tunisie.



DIRECTION DU DÉVELOPPEMENT DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE ET DE L'ÉCONOMIE

Tel : (+216) 71 89 00 70 / 477 - FAX : (+216) 71 84 67 17 / 71 78 13 24
Email: mcmr@ministeres.tn

www.commerce.gov.tn



QU'EST-CE-QUE LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE ?

■ Techniquement

Le commerce électronique (le e-commerce) est une activité commerciale qui s'effectue sur des réseaux reliant des dispositifs électroniques (principalement des ordinateurs).

■ Fondamentalement

Le commerce électronique est un moyen peu coûteux de relier des ordinateurs pour effectuer des tâches qui exigent depuis toujours beaucoup de temps et d'argent de la part des entreprises. Il s'agit par exemple de la vente de produits, de la facturation, du contrôle des inventaires et de la communication avec les fournisseurs et les clients.

Selon l'Agence Tunisienne de l'Internet :

«Le commerce électronique est l'ensemble des méthodes d'achat, de vente, et d'échanges de toute nature utilisant à la fois l'informatique et les télécommunications».

Le concept du commerce électronique présente nécessairement les 3 traits suivants:

- ➔ Échange à finalité commerciale;
- ➔ Multiplicité de la nature de l'échange: Tout échange permettant d'atteindre l'objectif d'achat ou de vente;
- ➔ Utilisation des technologies de l'information, et notamment Internet comme support pour tout ou partie du processus commercial.

QUELLES SONT LES DIFFÉRENTES FORMES DE E-COMMERCE ?

L'usage des technologies de l'information dont l'Internet, des réseaux de communications et autres moyens électroniques et technologi-ques pour des fins commerciales...

Le commerce électronique peut donc être :

- ➔ entre entreprises : B2B
- ➔ entre entreprises et clients : B2C
- ➔ entre consommateurs : C2C
- ➔ entre l'administration et citoyens : G2C
- ➔ entre l'administration et entreprises : G2B

QUELS SONT LES avantages pour l'entreprise ?

Le commerce électronique offre les avantages suivants :

- ➔ Réduire les coûts;
- ➔ Faciliter l'échange d'informations;
- ➔ Travail collaboratif;
- ➔ Accroître la productivité et les ventes;
- ➔ Développer de nouveaux marchés; de nouveaux horizons;
- ➔ Vecteur d'expansion géographique: Hausse des ventes et clientèle étrangère;
- ➔ Désintermédiation et accès direct aux marchés;
- ➔ Décloisonnement et marché global.

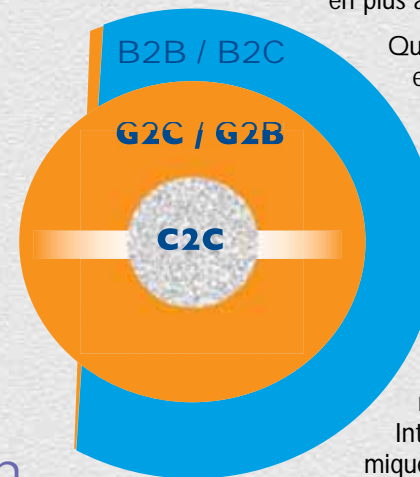
QUELS SONT LES objectifs pour s'intégrer dans le commerce électronique ?

- ➔ Améliorer la compétitivité des entreprises tunisiennes;
- ➔ Favoriser et permettre l'accès à de nouveaux marchés;
- ➔ S'insérer dans les circuits de distribution à l'étranger;
- ➔ Maximiser les marges commerciales tunisiennes par la réduction des intermédiaires;
- ➔ Promouvoir de nouveaux services et produits à l'export.

LE COMMERCE ELECTRONIQUE : moteur de changement de l'économie

Le commerce électronique connaît un essor remarquable depuis quelques années.

La position concurrentielle des entreprises et leur pérennité dépend de leur capacité à exploiter ce nouvel environnement sur des marchés qui tendent de plus en plus à se décloisonner et à s'élargir.



Quelques soit son secteur d'activité et sa taille, l'entreprise tunisienne doit tirer profit de ce moteur de changement de la nouvelle économie.

En effet, l'internationalisation rapide de l'univers commercial et la compétitivité de nos produits notamment sur les marchés extérieurs impliquent l'adoption des affaires électroniques et des technologies Internet par les opérateurs économiques tunisiens.