

Le Liban est paré pour le développement du commerce en ligne



Malgré un faible taux de pénétration des cartes bancaires, le Liban dispose d'atouts non négligeables pour le développement du commerce en ligne, selon la Cnuced. Photo istockphoto.com

LIBAN - ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

Une étude onusienne place de manière inattendue le Liban parmi les trois pays arabes potentiellement les mieux préparés au développement du commerce électronique.

Philippe HAGE BOUTROS | OLJ

15/04/2015

Dans l'édition 2015 de son rapport sur l'économie de l'information, la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (Cnuced) classe le Liban au 51^e rang mondial (sur 130 pays étudiés) parmi les pays les mieux armés pour le développement du commerce électronique. Le rapport de la Cnuced place le Liban juste derrière la Russie et devant le Costa Rica, dans un classement dominé par trois pays européens : le Luxembourg, la Norvège et la Finlande. Plus surprenant, le Liban est également le deuxième mieux classé parmi les pays arabes, derrière Bahreïn (34^e rang mondial) et devant les Émirats arabes unis (66^e) ou encore l'Égypte (68^e). « Les pays les mieux classés ne sont pas forcément ceux qui brassent le plus de transactions, mais ceux qui présentent les meilleures dispositions pour se convertir au commerce en ligne », explique à L'Orient-Le Jour Rami Zaatari, chef du département de diffusion et de communication des données statistiques à la Commission économique et sociale pour l'Asie occidentale (Cesao).

Concrètement, chaque pays est classé selon l'indice du commerce électronique B2C (entreprise à consommateur) élaboré par la Cnuced. « Cet indice est un nouvel outil qui permet d'identifier les forces et les faiblesses de chacun des pays étudiés sur ce type d'activité. Le classement n'a qu'une valeur indicative : bien qu'au niveau mondial, le commerce électronique entre entreprises (B2B) s'avère dix fois plus important en valeur, les transactions de type B2C sont plus représentatives de l'intégration d'un pays dans l'économie numérique », commente Rami Zaatari.

(Pour mémoire : Un prêt de 6 millions de dollars au Liban pour des applis mobiles)

Le paiement, talon d'Achille libanais

Pour élaborer cet indice B2C, la Cnuced s'appuie sur quatre critères d'évaluation : la généralisation des services postaux, le taux de pénétration des cartes de crédit, le maillage de l'infrastructure Internet et la quantité de serveurs sécurisés pour une population donnée. Chacun de ces paramètres est évalué à travers un score calculé à partir de l'agrégation de données fournies par la Banque mondiale, l'Union internationale des télécommunications (UIT) et l'Union postale universelle. Le score final correspond à l'indice B2C, conforme à la moyenne de ces quatre scores. Il est de 57,7 pour le Liban et se décompose ainsi : 52 % de Libanais ont accès à Internet, 100 % de la population peut se faire livrer son courrier à

domicile, le taux de pénétration des cartes bancaires est de 11 % et le pays dispose en moyenne de 67,6 serveurs sécurisés par million d'habitants.

« La diffusion des cartes bancaires au Liban constitue donc le point faible majeur du Liban dans son aptitude à servir de vivier pour le commerce électronique », commente M. Zaatari. Un avis partagé par Karim Saikali, fondateur de l'agence spécialisée dans le marketing électronique E-comLebanon.com et de la plateforme de commerce en ligne BuyLebanese.com. « Les banques pourraient inciter les ménages les moins aisés à intégrer progressivement l'économie numérique, en supprimant, par exemple, les frais d'utilisation des services bancaires en ligne ou en délivrant gratuitement les cartes destinées à régler leurs achats sur Internet, suggère-t-il. Le secteur public doit également participer à cet effort, en élargissant la palette de services administratifs en ligne, par exemple. »

Le Liban figure aussi parmi les mauvais élèves en ce qui concerne l'état de la réglementation du commerce électronique. Le rapport de la Cnuced relève ainsi l'absence de législation effective dans chacun des quatre domaines sélectionnés comme marqueurs : sécurité des transactions électroniques ; protection du consommateur ; accès à l'information et protection de la vie privée ; et répression de la cybercriminalité.

« Il reste encore beaucoup de travail à faire en plus du travail réglementaire. Il faut faire correspondre l'offre de biens et de services en ligne aux besoins du marché afin de développer le commerce électronique de façon cohérente », confirme M. Saikali. Or, à l'exception de cette dernière catégorie, tous les domaines cités ont déjà fait l'objet de projets de loi qui n'ont pas encore été votés par le Parlement, à l'image de la loi sur les transactions électroniques qui est passée fin mars en commission parlementaire. « Le comble, c'est que le Liban fait partie des premiers pays arabes à avoir lancé des projets de loi pour encadrer le commerce électronique », se désole M. Zaatari.

Classement du Liban : attention au biais statistique

Le positionnement relativement bon du Liban en termes d'indice du commerce électronique B2C (entreprise à consommateur) de la Cnuced s'explique peut-être par certaines approximations statistiques. Pour les Émirats arabes unis, par exemple, le pourcentage de la population qui peut se faire livrer son courrier à domicile est établi à 0 % du fait que cette donnée est répertoriée comme « non déterminée » par l'Union postale universelle, utilisée comme source par la Cnuced pour cet indicateur. Il suffirait que, dans la réalité, 36 % de sa population ait accès à ce service, pour que les Émirats arabes unis (66e) passent devant le Liban (51e).

Lire aussi

[Le monde arabe, eldorado des développeurs libanais de jeux mobiles ?](#)

[Économie numérique : « Pour être compétitif, le Liban doit offrir de meilleurs salaires »](#)

[RETOUR À LA PAGE "ÉCONOMIE"](#)