

# La logistique et le e-commerce entre performance et défi en Afrique : Cas du Maroc

**HAMRI Mohammed Hicham, ECH-CHARRADY Wiam**

*Université Ibn Zohr, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Agadir Maroc*

---

**Résumé :** Le commerce électronique gagne du terrain au Maroc et en Afrique du Sud et ne cesse de se développer en cette période de crise, stimulé par la recherche d'une solution simple et rapide pour gagner du temps de livraison. En fait, ces dernières années il a considérablement augmenté. Cette tendance est encore confirmée par la pandémie de Covid-19 qui a fortement stimulé la digitalisation des services.

La crise du Covid 19 a été un moteur de changement pour de nombreuses entreprises. Son impact sur les habitudes de consommation est particulièrement marqué. Cela fait de l'expérience en ligne le nouvel Eldorado des e-commerçants. Les consommateurs d'aujourd'hui se tournent désormais vers l'internet pour effectuer les achats. Cette tendance s'accompagne d'une demande accrue en termes de livraison. Les organisations de fournisseurs, qu'elles soient publiques ou privées, ont l'obligation de fournir le meilleur service à la clientèle tout en procurant une entière satisfaction. La structure doit répondre à ses attentes afin de le fidéliser et même d'attirer de nouveaux clients. La face cachée du e-commerce en est l'un des aspects essentiels. C'est l'un des piliers de la différenciation dans un marché en plein essor. Un service efficace livré dans les délais est un avantage concurrentiel précieux.

**Mots clés :** E-commerce, Achat en ligne, logistique, digitalisation, la pandémie.

---

## 1. Introduction

Au cours des dernières décennies, il y a eu une véritable révolution dans les technologies de la communication, qui a donné naissance à un nouveau type de commerce appelé "e-commerce" qui a changé la façon dont les distributeurs produisent des services marchands et le processus d'achat pour les acheteurs. En fait, le commerce électronique se développe rapidement, d'autant plus que le nombre de transactions et d'acheteurs en ligne, les commandes en souffrance en ligne, la demande des clients et la portée géographique augmentent. Toutes ces restrictions affectent la logistique et modifient les plans logistiques d'un nombre croissant d'e-commerçants qui étendent leurs opérations pour vendre en ligne. La logistique est souvent le maillon faible du e-commerce, et sa mission est de fournir aux clients le produit attendu, dans la quantité considérée, au bon endroit, au bon moment, à moindre coût.

La logistique e-logistique a trouvé la réponse en faveur du développement de ces différentes formes de e-

commerce, notamment celles liées au commerce « business-to-consumer ». Cependant, la pratique de la logistique du commerce électronique pose de nombreux problèmes et défis aux praticiens du commerce électronique, car ils sont directement liés à l'aménagement de l'espace. Optimiser la livraison en réponse aux consommateurs nécessite une gestion optimale de tous les processus. Le e-commerce a un bel avenir, et selon plusieurs études menées par des professionnels du secteur, les ventes sur Internet devraient encore doubler à l'avenir. Face à un potentiel de croissance aussi énorme, les sites de e-commerce ne peuvent en aucun cas se contenter d'offres dites traditionnelles, capables de satisfaire des clients devenus experts en la matière et de naviguer entre les sites. Ils doivent fournir un service de qualité qui répond aux exigences des clients, maintenir ses profits et surtout se démarquer et se positionner comme une référence du marché, pour lequel les e-commerçants doivent effectivement se doter d'un réseau de distribution réactif et efficace pour bien gérer l'augmentation du débit et de la transportabilité, adopter le Order tracking et garantir le meilleur niveau de qualité de livraison. La logistique devient ainsi un facteur de différenciation pour le e-commerce, alors dans quelle mesure la fonction logistique peut-elle jouer un rôle déterminant dans le cadre du e-commerce ? Dans quelle mesure la logistique s'avère-t-elle une valeur ajoutée pour le e-commerce ? Pour répondre à cette problématique, nous avons d'abord

Pour répondre à cette problématique nous allons dans un premier temps définir le e-commerce, aborder son évolution dans le temps et l'illustrer par des statistiques. Dans un second temps nous démontrons l'existence de la relation indissociable

« E-commerce et logistique » et comment cette dernière peut déterminer le succès ou l'échec des différentes organisations

## **2. Le E-commerce : Une Croissance Exponentielle dans le Monde et au Maroc**

Le concept de commerce électronique recouvre plusieurs définitions et peut être compris au sens étroit ou au sens large. Nous utiliserons ici une définition intermédiaire plus large que le commerce strictement électronique, qui, selon l'OCDE, comprend « réalisé par des sociétés, des particuliers, des organismes administratifs ou toute autre entité publique ou privée et « par le biais de réseaux électroniques » ». Nous incluons donc dans e-ventes ou achats commerciaux de biens ou de services qui ne sont effectués qu'en partie via des réseaux électroniques.

Contrairement à nous, la Fédération Française de la Vente à Distance ne prend pas en charge les ventes e-commerce commandées par d'autres canaux de communication que l'électronique, notamment le courrier pour la vente par correspondance. De ce fait, la vente à distance les incluant n'est que d'environ 10% supérieure au e-commerce. Selon la Commission européenne, "le commerce électronique permet de faire des affaires par voie électronique". Il est basé sur le traitement et la transmission électroniques de données, y compris le texte, le son et la vidéo. Il couvre une variété d'activités, y compris le commerce de biens et de services, la messagerie en ligne, les transferts d'argent électroniques, les activités de commerce électronique, les connaissances électroniques, les enchères commerciales, la conception et l'ingénierie collaborative, la saccharification en ligne, les marchés publics, les ventes directes aux consommateurs et services après-vente équipements médicaux professionnels) et services (services d'information, services financiers et juridiques par exemple), activités "traditionnelles" (santé, éducation par exemple) et activités "nouvelles" (centres commerciaux virtuels, par exemple). (Commission européenne, 1997).

Autrement, Le commerce électronique est la vente ou l'achat de biens ou de services sur un réseau informatique en utilisant des méthodes spécifiquement conçues pour recevoir ou passer des commandes. Même si des biens ou des services sont commandés par voie électronique, il n'est pas nécessaire de payer et délivrer en ligne.

Peuvent être effectuées entre des entreprises, des ménages, des particuliers, des gouvernements et d'autres organisations publiques ou privées.

## 2.1 Le E-Commerce : Les aperçus théorique du e –commerce

Le e-commerce a gagné sa place en temps de crise mondiale, notamment lors de la crise sanitaire « Covid 19 », et le e-commerce a prouvé son efficacité à répondre aux besoins des consommateurs en apportant des services rapides et efficaces. La crise sanitaire mondiale affecte les habitudes de consommation dans tous les pays concernés. La fermeture des commerces dits "non essentiels" a eu un autre effet de balancier sur le modèle économique proposé. Il s'avère que la digitalisation et la maturité digitale d'une entreprise et sa capacité à être agile sont des indicateurs clés de sa pérennité. En effet, le commerce électronique a un bel avenir en Afrique, une tendance évidente pendant cette pandémie, avec le nombre d'acheteurs en ligne en croissance de 18% par an depuis 2014, a déclaré la Société financière internationale (IFC) dans un récent rapport. . Selon l'institution, en 2020, la taille du marché africain du commerce électronique est estimée à 20 milliards \$.

## 2.2 Le E-commerce au Maroc, un défi de la consommation

Au Maroc, le secteur du e-commerce a connu un bond important pendant la crise sanitaire. Elle devient l'un des principaux axes du développement économique mondial. Les intervenants ont convenu que la crise du covid 19 n'était qu'un accélérateur d'un mouvement de fond entamé il y a longtemps. La croissance est également au rendez-vous, en effet on dénombre plus de 1 000 sites de e-commerce actifs, soit une augmentation de 300 par rapport au comportement de l'année précédente. Les achats en ligne font de plus en plus partie des habitudes des Marocains en raison de la commodité qu'il offre aux consommateurs. pas encore sur leur radar, sinon l'orateur a souligné Propositions (4% à 10%) du Directeur Général Fahd Bennani dans les pays d'Afrique et des pourtours de la Méditerranée contre le retard du Maroc dans ce domaine au niveau régional, taux de vente Internet de 2% contre des propositions de (4% à 10%) dans des pays Africains et du pourtour méditerranéen, pour Fahd Bennani directeur général d'IWACO, « ceci est expliqué par la faiblesse de l'écosystème des startups au Maroc qui souffrent du manque de financement ».

Contrairement à l'avis de Said Elamrani PDG de First Telecom, qui a expliqué ce retard par le facteur du temps ainsi que la lenteur des entreprises marocaines à s'adapter, pour lui les distributeurs marocains ont besoin non seulement de ressources et de patience pour intégrer le marché du e-commerce, mais également ils doivent s'armer de compétences et d'expertise pour les accompagner dans cette démarche. Selon une étude récente du statistiques faite par L'AGENCE ECOFIN, le Domain du e-commerce électronique africain devrait valoir 24,7 millions de dollars cette année et 40,7 millions de dollars d'ici 2025. Des facteurs tels que le Covid-19 et les obstacles qu'il crée ont conduit à imposer la prospérité au commerce conventionnel. Cette étude a pour objectif de mettre en relief les pays africains les mieux préparés à l'essor de ce mode de business tout en se basant sur un indice qui est établi sur la base de facteurs comme le développement et le déploiement d'internet, ainsi que sur la qualité de vie numérique, comme le montre le classement africain des pays les mieux disposés à s'engager dans l'e-commerce ci-dessous.

Classement African des pays les mieux disposés à s'engager dans le E-commerce 2020

## Classement africain des pays les mieux disposés à s'engager dans l'e-commerce (2020)



RANG AFRIQUE	PAYS	VALEUR DE L'INDICE	RANG MONDIAL	RANG AFRIQUE	PAYS	VALEUR DE L'INDICE	RANG MONDIAL
1	MAURICE	58,4	69	23	DJIBOUTI	27,7	125
2	AFRIQUE DU SUD	56,5	73	24	ETHIOPIE	27,5	126
3	TUNISIE	54,6	77	25	LESOTHO	27,4	127
4	ALGÉRIE	52,5	80	26	ANGOLA	26	128
5	GHANA	51,9	81	27	TOGO	23,2	131
6	LIBYE	49,7	85	28	SOUDAN	21,7	132
7	KENYA	49	88	29	BÉNIN	20,7	134
8	NIGÉRIA	46,2	94	30	MOZAMBIQUE	20,1	136
9	MAROC	44,8	95	31	MADAGASCAR	19,2	137
10	SÉNÉGAL	44,1	99	32	BURKINA-FASO	18,4	139
11	NAMIBIE	43,9	100	33	GUINÉE	18,1	140
12	BOTSWANA	38,7	104	34	MALAWI	18	141
13	GABON	38	105	35	MALI	17,5	142
14	EGYPTE	36,6	109	36	LIBÉRIA	16,9	144
15	TANZANIE	36,6	110	37	MAURITANIE	15	145
16	CAMEROUN	35,5	111	38	SIERRA LEONE	14,4	146
17	OUGANDA	34,9	112	39	CONGO	12,9	147
18	ZIMBABWE	30,5	118	40	RDC	12,8	148
19	CÔTE D'IVOIRE	30,4	119	41	COMORES	12	149
20	ZAMBIE	30	120	42	BURUNDI	8,3	150
21	ESWATINI	28,4	123	43	TCHAD	7,1	151
22	RWANDA	28,3	124	44	NIGER	5,6	152

SOURCE : CONFÉRENCE DES NATIONS UNIES SUR LE COMMERCE ET LE DÉVELOPPEMENT



Cependant, il faut souligner que l'e-logistique est confrontée à plusieurs enjeux, la première chose à retenir est que les consommateurs en ligne ont des comportements et des exigences différents de ceux des consommateurs des réseaux de distribution physiques. Les internautes n'ayant pas accès au produit, leurs exigences seront fortes, tant sur la qualité du produit que sur la livraison (délai à respecter). Et s'ils ne tiennent pas leurs promesses, des sanctions seront bientôt imposées au e-commerce, soit un taux de 35% des clients ayant eu une expérience de livraison négative changeront de site e-commerce (Fevad). Cela peut également conduire à de mauvais avis clients. C'est dommage pour les boutiques en ligne de savoir que 88% des consommateurs demandent un avis avant d'effectuer un achat.

Par conséquent, il est nécessaire de comprendre toutes les tâches de la logistique au centre du client final, car ce dernier est plus central et important que la logistique traditionnelle.

Une autre question centrale est la rentabilité. Faut prendre en considération l'implantation logistique, en effet, elle doit s'adapter au e-commerce de la société et à ses coûts. Il faut savoir trouver un équilibre financier entre le chiffre d'affaires de la boutique en ligne et les frais liés aux frais de port pour ne pas

vendre à perte. L'e-logistique ne se limite pas à la gestion des livraisons, elle doit aussi assurer la gestion des délais et des stocks. Afin d'assurer une bonne gestion des délais, l'entreprise doit adapter et optimiser sa stratégie Supply Chain, d'être transparente auprès de ses clients ainsi de garantir une meilleure organisation de ses relations commerciales.

### 3. La dialectique E-commerce et logistique

La logistique est au cœur des activités e-commerce réussies et, de fait, le seul contact spécifique entre un marchand web et ses clients. Cela signifie que derrière la virtualisation de l'acceptation des commandes, la qualité de la réception des marchandises est aussi importante que le contact en magasin. De ce point de vue, non-livraison, retards, erreurs de livraison par rapport aux commandes, problèmes de retour, etc. sont interprétés par le client comme un mauvais service. Par conséquent, la qualité des services logistiques et leurs conséquences est un nouveau sujet dans le commerce électronique B2C.

#### 3.1- Quelques chiffres

**Au MAROC en 2020 :** l'activité e-commerce continue de croître, notamment en période de crise sanitaire liée à la pandémie du nouveau coronavirus. Ce dernier a considérablement stimulé le commerce électronique en 2020. Selon les statistiques du Centre de paiement électronique interbancaire (CMI), les transactions e-commerce par cartes domestiques ont enregistré une hausse de 43% en 2020.

Selon CMI, les transactions nationales de commerce électronique par carte ont augmenté de 43 % en 2020.

Un total de 1,4 millions. Mikael Naciri, directeur général du Centre Monétique Interbancaire, a déclaré que le commerce électronique prend de l'ampleur au Maroc et que les paiements en ligne augmentent de manière assez régulière, avec des transactions atteignant 900 000 en janvier 2020 et par la suite. Il précise qu'il est tombé à 1,4 million, décembre 2020. « L'année 2020 avait très bien commencé pour l'activité du paiement en ligne en raison des restrictions de déplacement imposées par la crise sanitaire liée au nouveau coronavirus (Covid-19) et l'apparition de nouveaux modes d'achat et de consommation », a expliqué le Directeur général.

Selon CMI, ces tendances notables sont assez persistantes dans les paiements en ligne, principalement en raison de la confiance croissante des clients dans les achats en ligne et de la nécessité d'assurer une numérisation généralisée des services publics et la continuité de certaines activités. Protéger la consommation de la vie privée "Cette tendance a été portée par l'émergence de sites Web développés dans divers domaines dans cette affaire. Le nombre de sites de commerce électronique qui étaient actifs pendant cette crise était de janvier 2020. Il est passé de 772 sites actifs en décembre 2020 à 1 100, sites actifs en décembre 2020.

Il s'agit aussi du lancement significatif des applications déployées et adoptées par la grande distribution et les différentes market places », a détaillé Mikael Naciri, qui participait à un webinaire organisé sous le thème « la logistique de l'e-commerce à l'ère du Covid-19 », organisé le 13 janvier.

**Au MAROC en 2021 :** Selon le CMI, le dernier rapport sur les activités de commerce électronique du Maroc daté du 30 septembre 2021, montrant que les activités de commerce électronique du Maroc ont augmenté de 48,4% et 30,5% par rapport à la même période en 2020. A été montré. En effet, le e-commerce a enregistré 14,9 millions de transactions au

En détail, une hausse de 48,1% en nombre d'opérations à 14,3 millions de transactions, et de 29,9% en

montant à 5,3 MMDH, a été enregistrée sur l'activité des paiements en ligne des cartes bancaires marocaines. En ce qui concerne les cartes bancaires étrangères, l'activité a progressé de 58,4% en nombre d'opérations, à 559.000 transactions durant les 9 premiers mois de 2021, et de 41,4% en montant, soit 319,3 millions de dirhams (MDH) cours des trois premiers trimestres 2021.

De même, au premier semestre 2020, les sites marchands et les sites de facturation Transaction de remboursement complétée à 6 millions d'intersections de cartes bancaires Le Maroc et les entreprises étrangères disposent à elles seules de 29 milliards de dirhams, soit une hausse de 31,3% et 23,6% en volume par rapport à la même phase de 2019 (chiffres CMI), avec plus de 1 000 actifs de site e-commerce à fin 2020, 300% augmentation par rapport à 2019.

Selon CMI, les paiements de transactions en ligne ont augmenté de plus de 46,5 %, dépassant les 13 millions au cours de cette phase.

### **3.2 L'E-logistique : Un moyen de développement pour les territoires**

Pendant le blocus lié à la pandémie de coronavirus, le e-commerce a fait des progrès remarquables, ce qui a conduit au développement de l'e-logistique. Selon la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement « CNUCED », le Maroc se classe cinquième dans le commerce électronique après ses concurrents le Nigeria et l'Afrique du Sud. A cet égard, les achats en ligne du Maroc ont augmenté de + 41,4% en 2020 et les volumes de transactions ont augmenté de + 28% par rapport à 2019. L'activité électronique a récemment atteint un pic au Maroc et a impacté la culture de consommation au premier trimestre 2021. Avec +31% d'échanges de 1,8 milliards de dirhams, cette croissance représente un défi auquel E-logistique vient d'apporter des solutions et des réponses en termes de souplesse et de rapidité.

La logistique du e-commerce est un facteur important dans la lutte contre la crise sanitaire du coronavirus. Il garantit la continuité des services pour répondre aux besoins de base, y compris l'approvisionnement alimentaire et la distribution des ressources financières.

Le coronavirus nous obligeait à recourir massivement au télétravail, et la logistique était un nouveau concept pour trouver des solutions aux problèmes liés à ce nouveau mode de vie. La logistique joue un rôle important dans le développement de notre territoire et est une source d'efficacité, notamment pour l'économie. Le développement économique ne serait pas possible sans une logistique efficace, car la logistique contribue à la création d'emplois et permet une meilleure intégration des opérations logistiques dans les zones urbaines. Région Vous pouvez également optimiser le flux de marchandises en croissance pour réduire la congestion croissante dans la ville. La logistique occupe le cinquième rang en termes de travail au niveau régional, mais la logistique est la plus importante source de création de valeur pour les entreprises car elle recule ses bases de production.

## **4. Conclusion**

Au Maroc, comme dans le reste du monde, le e-commerce s'est énormément développé pendant la crise sanitaire, ce qui a mécaniquement entraîné le développement des capacités logistiques. Cette crise sanitaire en 2020 va affecter le comportement des consommateurs, notamment ceux habitués à commander en ligne, ainsi que les habitudes liées à l'achat de produits de première nécessité, de biens de consommation durables, de vêtements et de services.

Dans cet esprit, gardez à l'esprit qu'il existe une relation importante entre le commerce électronique et la logistique. Oui, la e-logistique représente un axe stratégique du e-commerce qui doit être considéré et non ignoré afin de fidéliser les clients et d'acquérir un avantage concurrentiel.

L'e-logistique est un métier qui a vu le jour récemment avec l'essor de la vente en ligne et le e-commerce, la logistique du e-commerce a donné naissance à une activité de service qui nécessite des moyens de traitement et des compétences de travail adaptés afin de répondre aux attentes des clients.

Au fil du temps, avec les nouvelles technologies, les méthodes de vente ont connu de profondes évolutions nécessitant des moyens de traitement et des compétences bien spécifiques.

L'évolution de la « e-logistique » marocaine découle de plusieurs évolutions qui bouleversent le secteur de la logistique et entraînent des changements structurels et des ajustements au niveau de la prestation logistique.

Le développement de la "e-logistique" est principalement lié à l'essor du e-commerce, qui progresse régulièrement depuis de nombreuses années au Maroc.

## **BIBLIOGRAPHIE**

- [1] Aftalion, F., Poncet P. (2003), Les techniques de mesure de performance, EditionEconomica.
- [2] Christopher, M. (1998), Logistics and Supply Chain Management, Second Edition, London,Prence Hall, 294 p.
- [3] Emery, P. (1997), La logistique de l'entreprise, Supply Chain Management, Edition HermesScience Publications.
- [4] Jacquet, S. (2011), Management de la performance : des concepts aux outils
- [5] Le Moigne, R. (2017), Supplychain management, Achat, production, logistique, transport,vente 2 ème , Edition Dunod.
- [6] Salgado, M. (2013), La performance : une dimension fondamentale pour l'évaluation desentreprises et des organisations.
- [7] <http://www.lavieeco.com/votre-argent/13088-banque-en-ligne-les-operations-que-vous-pouvez-realiser.html>
- [8] <http://www.aujourd'hui.ma/special-e-commerce-details2033.html>