

# 10 ACCOMPAGNER LA NUMÉRISATION : QUELLE POLITIQUE EURO-MÉDITERRANÉENNE ?

La numérisation des économies est une mutation majeure comparable à ce que fut l'industrialisation. Cette mutation est trop importante pour en laisser la conduite stratégique au seul niveau national, qui ne constitue plus un espace pertinent. Elle nécessite une politique euro-méditerranéenne globale visant à créer un espace numérique commun.

relations, peut réduire la méfiance, mais il peut aussi en induire en étant associé à de mauvaises prestations ou à des politiques coercitives. D'où l'importance de définir une stratégie régionale et une gouvernance appropriée. L'Union européenne est en train de le faire. La région méditerranéenne en a besoin également.

encourager ce type de politique. Une meilleure mise en réseau des différentes agences de régulation, indépendantes, et un renforcement des capacités d'expertise seraient de nature à faciliter des normes techniques communes, le développement d'une industrie des contenus et l'émergence d'un marché commun.



P. Musso, N. Kerdjoudj, R. Chehik, 2012

## UN SECTEUR PORTEUR AVEC DES POSSIBILITÉS D'ALLIANCES INDUSTRIELLES

Cette politique commune doit être pensée dans une logique de coproduction impliquant des partenariats industriels, un partage de la valeur ajoutée, des investissements de long terme, une approche par filières et le développement, au Sud, des contenus et des activités à forte valeur ajoutée permettant la création d'emplois.

## LA SÉCURITÉ ET LA CONFIANCE DOIVENT ÊTRE ASSURÉES AU NIVEAU RÉGIONAL

Pour développer les échanges entre les deux rives, il faut garantir la sécurité des transactions et la confiance dans les échanges. Le numérique, en opacifiant les

## DES COOPÉRATIONS ENTRE RÉGULATEURS SONT NÉCESSAIRES

Le rôle qui doit être joué par le régulateur est clé. Dans un environnement qui évolue très rapidement, entre régulation laxiste ou trop encadrante, il doit décider où mettre le curseur pour

Participation à Connec'Sud, 2014



## DE LA CONSOMMATION NUMÉRIQUE À LA PRODUCTION DES CONTENUS : LA FILIÈRE TIC

Les pays du Maghreb ont les ingrédients minimums pour profiter de la révolution numérique (stratégies nationales, compétences, zones technologiques, fonds de soutien dédiés, infrastructures et accès à la 3G, etc.). Au-delà des annonces, ils doivent assurer la bonne exécution des politiques envisagées afin d'atteindre les résultats escomptés. De plus, les logiques mises en place restent fragmentées, voire concurrentes. Davantage de coopération intermaghrébine permettrait à ces pays de profiter des économies d'échelle, de proposer une offre attractive pour leurs champions nationaux et pour les investisseurs internationaux et ainsi faire du numérique un levier de

leur émergence. L'essor des champions nationaux maghrébins est également souhaitable notamment dans la mise en place d'une filière. Ils sont également clés si l'ont réfléchi dans le cadre d'une Verticale Afrique-Méditerranée-Europe.

Un autre élément clé est la formation. Des ingénieurs et de compétences numériques sont disponibles au Sud, mais un nombre insuffisant, d'où l'intérêt de développer des coopérations également dans ce domaine.

### LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE : LES DÉBUTS D'UNE INTÉGRATION VERTICALE ?

L'Afrique a la plus faible pénétration du commerce électronique B2C (2.2%). Le retard est important et le potentiel considérable. Malgré des différences de développement entre les pays du Maghreb et ceux de l'Afrique sub-saharienne, l'Afrique a des atouts : forte pénétration du mobile, émergence d'une classe moyenne, politiques soutenant le développement du secteur, monnaie commune (FCFA), une certaine intégration monétaire grâce au GIM-UEMOA, des diasporas très actives. La réflexion de l'IPEMED met en exergue dix recommandations en vue d'un commerce électronique source de développement et d'intégration verticale.

### LES PRINCIPALES IDÉES DÉFENDUES PAR L'IPEMED

- Renforcer la coopération entre agences de régulation
- Mettre en place une politique e-romed globale autour d'un *cloud computing* et d'une charte d'usage et de référence
- Déployer une stratégie industrielle et une filière encourageant le développement des contenus et de services liés aux TIC (14 axes d'évolution identifiés)
- Promouvoir un commerce électronique acceptable pour les populations, promouvant les contenus et produits locaux et accessible à tous.

## CHIFFRES CLÉS

6

INTERVENTIONS PUBLIQUES



9

MISSIONS DANS LES PSEM



5

PUBLICATIONS



## PUBLICATIONS MAJEURES



*Palimpsestes*, n°7  
« La confiance dans la société numérique »  
juillet 2011



*Études & Analyses*  
« Les technologies de l'information au Maroc en Algérie et en Tunisie »  
octobre 2014



*Construire la Méditerranée*  
« Le commerce électronique en Afrique »  
février 2016

## EXPERTS ASSOCIÉS



Alain  
Ducass



Wahiba  
Hammaoui



Rachid  
Jankari



Pierre  
Musso