

Marchés urbains et émergence du e-commerce : hybridité et dynamique commerciale à Cotonou au Bénin

Urban Markets and the Rise of E-Commerce: Hybridization and Commercial Dynamics in Cotonou, Benin.

Auteur 1 : DANNOU Fifamè Romance Marlène.

Auteur 2 : ADJALO Djiwonou Koffi.

Auteur 3 : TONOU Kossi Dossavi.

Auteur 4 : DANNOU Finanfa Romaine Marilyn.

Auteur 5 : ZINSOU-KLASSOU Kossiwa.

DANNOU Fifamè Romance Marlène, (Master)

Centre d'Excellence Régional sur les Villes Durables en Afrique (CERViDA-DOUNEDON), Université de Lomé

ADJALO Djiwonou Koffi, (<https://orcid.org/0009-0007-0291-2993>, Maître Assistant)

Département de Géographie, Faculté des Sciences de l'Homme et de la Société, Université de Lomé

TONOU Kossi Dossavi, (Docteur, Enseignant vacataire)

Département de Géographie, Faculté des Sciences de l'Homme et de la Société, Université de Lomé,

DANNOU Finanfa Romaine Marilyn, (Master)

Centre d'Excellence Régional sur les Villes Durables en Afrique (CERViDA-DOUNEDON), Université de Lomé

ZINSOU-KLASSOU Kossiwa (Professeure titulaire en géographie humaine et économique)

Département de Géographie, Faculté des Sciences de l'Homme et de la Société, Université de Lomé

Déclaration de divulgation : L'auteur n'a pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.

Conflit d'intérêts : L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêts.

Pour citer cet article : DANNOU F. R. M., ADJALO D. K., TONOU K. D., DANNOU F.M.R.et ZINSOU-KLASSOU K (2025) « Marchés urbains et émergence du e-commerce : hybridité et dynamique commerciale à Cotonou au Bénin », African Scientific Journal « Volume 03, Num 33 » Pp: 1866 – 1884.



DOI : 10.5281/zenodo.18200743

Copyright © 2025 – ASJ



Résumé

Les marchés urbains sont au cœur de la vie économique et sociale des villes du monde. A Cotonou comme dans de nombreuses villes en voie de développement, nous observons l'essor du e-commerce qui transforme profondément les dynamiques économiques locales, en bousculant les pratiques commerciales traditionnelles des marchés urbains. Cet article étudie cette transition en analysant l'impact de l'adoption du e-commerce sur la dynamique commerciale de Cotonou au Bénin. Les observations directes et l'administration d'un questionnaire nous ont permis d'explorer les enjeux liés à l'inclusion numérique et à l'adaptation des acteurs économiques locaux dans la commune de Cotonou. Cette commune compte 34 marchés urbains, 324 boutiques, plus de 900 marketplaces, plusieurs sites de e-commerce local et des plateformes commerciales (Alibaba, Sheine France, 1688, etc..) et plusieurs réseaux sociaux (Facebook, Tiktok, Whatsap, Instagram...) qui favorisent l'essor du e-commerce. Le commerce électronique occupe une place importante dans l'écosystème économique de Cotonou. Il a profondément transformé la dynamique commerciale locale en offrant de nouvelles opportunités aux entreprises et en modifiant les habitudes de consommation. Cependant, cet essor présente plusieurs défis, dont la méconnaissance du cadre juridique encadrant l'e-commerce au Bénin, qu'il faut relever à travers le renforcement de la sensibilisation, l'innovation et l'accessibilité aux lois pour faciliter la transition numérique des entreprises et favoriser le développement optimal du e-commerce à Cotonou.

Mots clés : Marché urbain, e-commerce, Marketplaces, dynamique commerciale, site de e-commerce, plateforme commerciale.

Abstract

Urban markets are at the heart of the economic and social life of cities around the world. In Cotonou, as in many developing cities, we observe the rise of e-commerce, which is profoundly transforming local economic dynamics by disrupting traditional commercial practices in urban markets. This thesis focuses on this transition by studying the impact of e-commerce adoption on the commercial dynamics of Cotonou in Benin. Direct observations and field surveys allowed us to explore the issues related to digital inclusion and the adaptation of local economic actors in the municipality of Cotonou. Cotonou has 34 urban markets, 324 shops, over 900 marketplaces, several local e-commerce websites and commercial platforms (Alibaba, Shein France, 1688, etc.), and several social media networks (Facebook, TikTok, WhatsApp, Instagram...) that promote the growth of e-commerce in Cotonou. E-commerce plays a significant role in Cotonou's economic ecosystem. It has profoundly transformed local business dynamics by offering new opportunities to companies and changing consumer habits. However, this growth presents several challenges, including a lack of awareness of the legal framework governing e-commerce in Benin. These challenges must be addressed through increased awareness, innovation, and improved access to laws to facilitate the digital transition of businesses and promote the optimal development of e-commerce in Cotonou.

Keywords : Urban market, e-commerce, marketplaces, commercial dynamics, e-commerce website, commercial platform.

Introduction

Les marchés urbains constituent des espaces centraux de distribution et de consommation, influençant fortement l'économie des villes africaines (Zoma, Dahani & Sangli, 2022). Ils jouent un rôle économique et social majeur, en dynamisant l'économie locale, en valorisant les produits régionaux et en renforçant la cohésion sociale. Leur importance est également internationale : dans l'Union Européenne, ils ont contribué à hauteur de 1 160 milliards d'euros à la valeur ajoutée en 2010, illustrant leur poids dans la croissance économique. Cependant, la démocratisation d'Internet et l'essor du commerce électronique ont profondément transformé le paysage commercial mondial. Selon la Fédération de E-commerce et Vente A Distance (FEVAD) (2020), la croissance du e-commerce dépasse aujourd'hui 50 %, modifiant l'organisation des marchés physiques et les modes de consommation. Le commerce électronique apparaît désormais comme un levier essentiel de développement. Il offre aux consommateurs la possibilité d'acheter à tout moment, avec un accès élargi aux produits et une facilité de comparaison des prix. Pour les entreprises, il représente la possibilité d'atteindre des clients au-delà des limites géographiques imposées par le commerce hors ligne (CNUCED 2023, P. 9). Les pratiques promotionnelles en ligne accentuent cette attractivité. Par exemple, dans le secteur de l'habillement, 55 % des ventes en ligne concernent des promotions, contre 33 % sur l'ensemble du marché. À l'échelle mondiale, sa part dans les ventes totales a atteint 12,4 % en 2019 (Oudjane & et Saraoui, 2023). Cette montée en puissance du e-commerce entraîne une hybridation du commerce, combinant marchés physiques et plateformes numériques. En Afrique cependant, cette transition demeure complexe en raison de défis liés à la démographie, à l'économie, aux politiques publiques et au chômage. Au Bénin, malgré l'existence d'une loi encadrant l'e-commerce, la gestion de cette hybridité reste difficile, notamment en raison des risques liés à la cybersécurité, de la possible diminution d'emplois dans les marchés physiques ou encore des impacts environnementaux de la logistique.

La ville de Cotonou, pôle économique du Bénin et siège du marché international de Dantokpa considéré comme l'un des plus grands marchés d'Afrique de l'Ouest, est au cœur de ces transformations. L'essor du commerce électronique y redéfinit progressivement les flux commerciaux, les comportements d'achat et l'organisation des acteurs marchands. De ce constat, il s'avère indispensable de mener des réflexions sur le sujet suivant : Marchés urbains et émergence du e-commerce, hybridité et dynamique commerciale à Cotonou au Bénin. Il suscite une interrogation majeure : quel est l'impact de l'adoption croissante de l'e-commerce sur la dynamique commerciale de Cotonou ? L'objectif visé par cette étude est d'analyser les effets de la croissance du e-commerce sur les marchés physiques et sur l'organisation

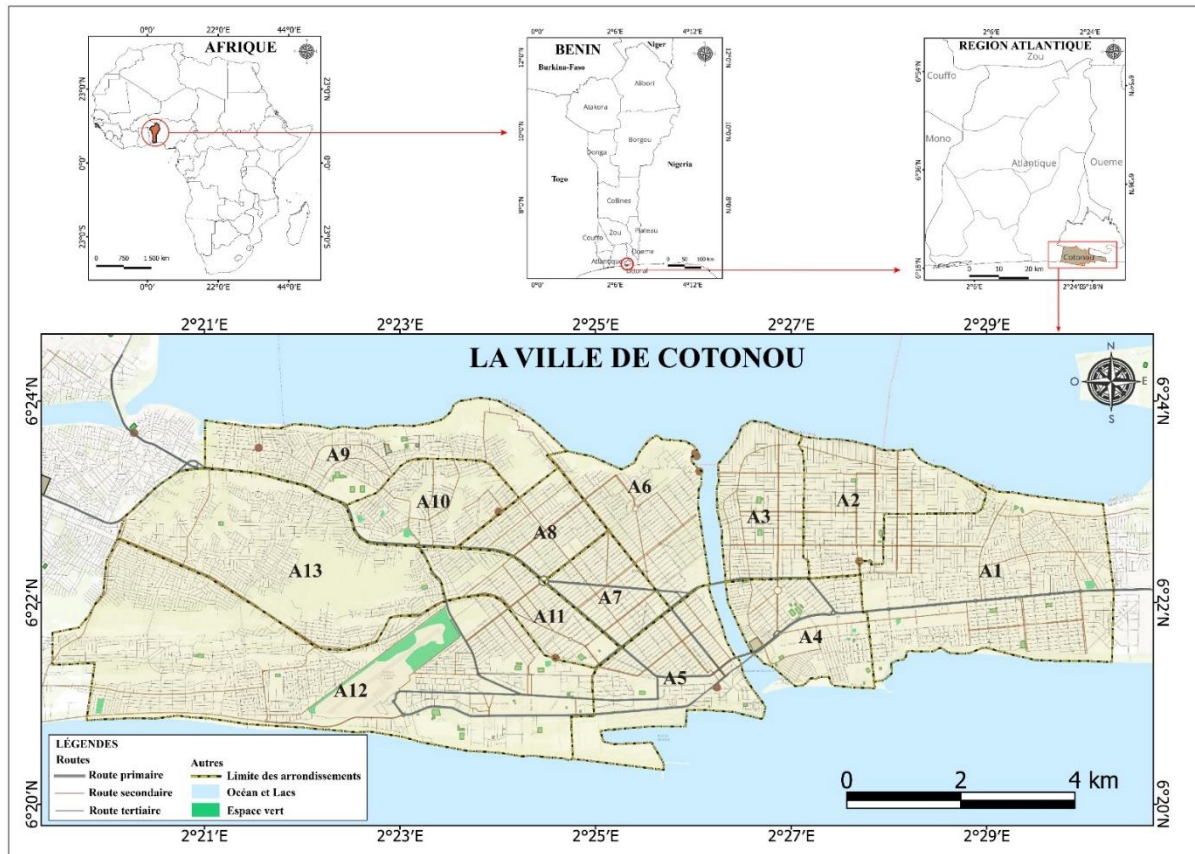
commerciale de Cotonou. Pour y parvenir, en dehors de l'introduction, le développement de l'article est fait sur trois points suivi d'une conclusion. Le premier point présente la méthodologie utilisée à travers la mise en exergue du cadre géographique de la recherche, le mode de collecte et de traitement des données. Le deuxième qui fait l'exposé des résultats obtenus accompagnés de leur interprétation est essentiellement axé sur la dynamique commerciale de Cotonou, les facteurs explicatifs de l'adoption du e-commerce et l'impact de cette adoption sur la dynamique commerciale. Quant au troisième point, il offre une discussion basée sur une analyse critique mettant en relief le rôle de la téléphonie mobile et de l'internet dans l'essor du commerce numérique, les avantages et les limites de ce commerce à Cotonou. Enfin, la conclusion proposée résume les principaux résultats, souligne les défis et propose des perspectives pour de futures recherches.

1. MATERIEL ET METHODE

1.1. Présentation de l'espace de recherche

Cette recherche a été effectuée dans la commune de Cotonou est située dans le Sud Est de la République du Bénin entre 6°20 et 6°24 de latitude Nord et 2°20 et 2°29 de longitude Est. Elle est limitée au Nord par le lac Nokoué, au Sud par l'Océan Atlantique, à l'Est par la commune de Sèmè-Podji et à l'Ouest par la commune d'Abomey-Calavi. Cotonou est la grande ville et abrite le principal port de la république du Bénin avec 1 228 667 hbts en 2021 (Plateforme population Data). Le site est coupé en deux par un chenal appelé "*lagune de Cotonou*", communication directe entre le lac et la mer, creusé par les Français en 1894. La liaison entre les deux parties de la ville est assurée par trois ponts. Elle constitue la seule commune du département du Littoral donc confondue à celui-ci et couvre une superficie de 79 km², dont 70% est située à l'Ouest du chenal. La situation géographique de Cotonou fait d'elle un centre économique et commercial vital pour le pays et la région. Sur le plan économique, Cotonou se positionne comme le principal centre de décision politique et économique du pays, grâce à ses nombreuses infrastructures. En effet, la ville abrite l'unique port maritime du Bénin, la majorité des ministères, l'un des plus grands marchés d'Afrique de l'Ouest, ainsi que l'essentiel des services administratifs. Bien que quelques industries soient présentes, le commerce reste l'activité dominante, représentant la principale source de revenus des ménages. Cette dynamique est renforcée par l'existence du marché Dantokpa et la proximité du Nigeria. La figure 1 ci-dessous illustre le plan de la situation géographique de la commune de Cotonou.

Figure N°1 : Plan de la situation géographique de la commune de Cotonou



Source : IGN-Bénin et travaux de terrain, octobre 2024

1.2. Collecte des données

Les données utilisées proviennent des recensements RGPH-1 à RGPH-4 réalisés par l'Institut National de la Statistique et de la Démographie (INStAD), ainsi que des informations relatives aux marchés urbains et à l'e-commerce dans la commune de Cotonou. Une recherche documentaire approfondie a également été menée à partir d'ouvrages généraux et spécialisés (livres, thèses, mémoires, revues et rapports) en lien avec la thématique étudiée. Cette phase documentaire a été complétée par des recherches sur des plateformes accessibles telles que Cairn.info ou Google Scholar afin de télécharger et exploiter des documents pertinents pour l'étude. L'ensemble de ces informations a ensuite été enrichi par les données recueillies lors des travaux de terrain. Des entretiens ont été réalisés auprès de petites et moyennes entreprises (PME), de consommateurs, d'e-consommateurs et de personnes ressources. Le choix des petites et moyennes entreprises s'est appuyé sur les critères de définition retenus par le gouvernement béninois, selon lesquels une PME compte entre un et quatre-vingt-dix-neuf employés. Les entreprises sélectionnées répondent donc à cette classification. Concernant l'échantillonnage, un choix aléatoire a été privilégié afin de respecter les principes méthodologiques de l'étude.

Ne disposant pas du nombre exact de personnes appartenant aux groupes cibles, nous avons opté pour un sondage aléatoire. Trois critères de sélection ont ainsi été retenus :

- Être âgé de 18 à 60 ans ;
- Avoir vécu dans la ville les cinq dernières années ;
- Être bénéficiaire d'une boutique virtuelle ou physique dans la Commune.

1.3. Traitement de données

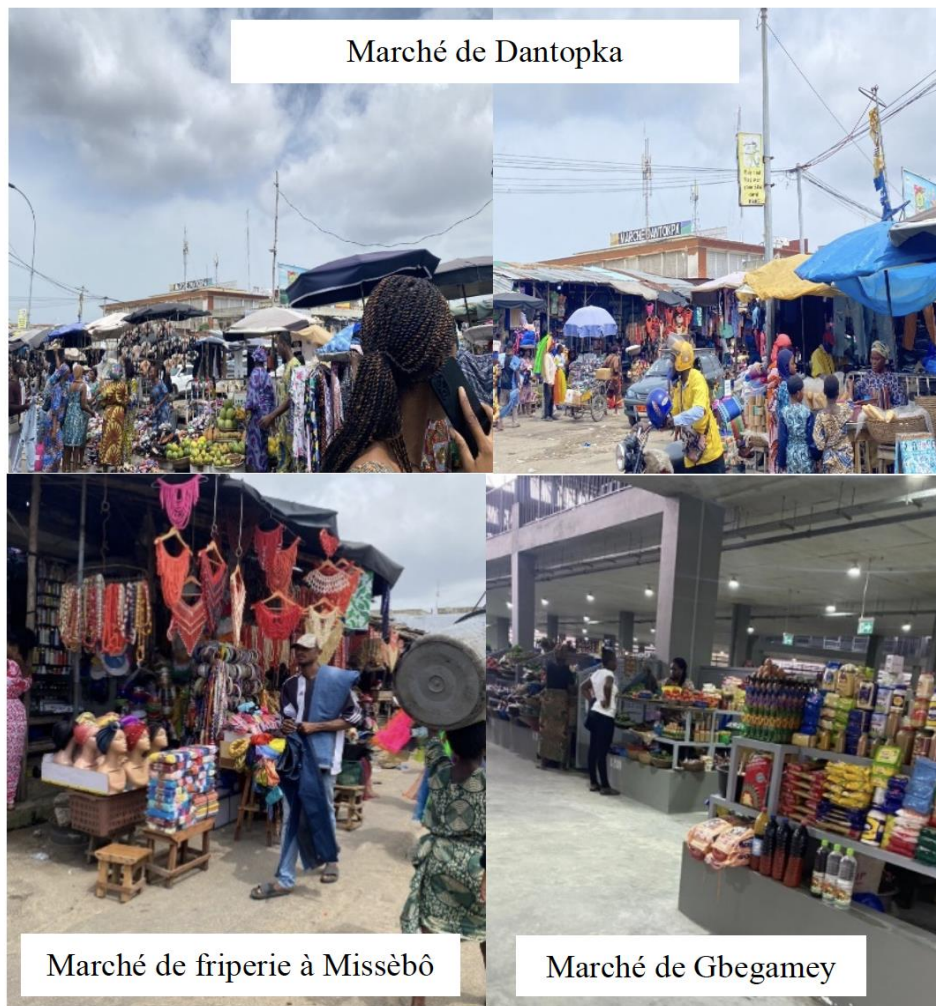
Le traitement des données concerne le dépouillement des fiches d'enquêtes et du guide d'entretien. Après cette étape, les informations ont été classées selon les objectifs fixés. Ensuite, a suivi l'analyse et l'interprétation des résultats à l'aide de l'ordinateur avec les logiciels tels que Word 2013 et de l'Excel 2013. Par ailleurs, le logiciel QGIS a permis de réaliser les cartes. De même, le modèle SWOT nous a permis d'identifier les facteurs internes qui expliquent l'émergence du e-commerce à Cotonou. Les facteurs internes concernent les forces et faiblesses tandis que ceux externes abordent les opportunités et les menaces qui agissent sur la dynamique commerciale de Cotonou. Ainsi, nous avons pu déterminer les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces qui interagissent sur la l'essor du commerce électronique dans la commune de Cotonou.

2. Résultats

2.1. Dynamique commerciale de Cotonou

Cotonou est une ville à forte vocation commerciale, où le commerce constitue l'activité dominante. Selon le RGPH-4 d'Institut National de la Statistique et de l'Analyse Économique (l'INSAE), les principales branches d'activités sont le commerce, la restauration et l'hébergement (40,5 %), suivis des « autres services » (24,7 %) et des « industries manufacturières » (14,6 %). Bien que Cotonou soit une commune urbaine, elle compte 413 ménages agricoles sur 154 346, soit seulement 0,27 %. La prédominance des services commerciaux s'explique par la position géostratégique de la ville : présence du corridor, de la plateforme portuaire et de nombreux services administratifs. L'économie locale reste toutefois largement marquée par l'informel. Cotonou abrite également plusieurs marchés d'importance locale, nationale et internationale. Le marché Dantokpa, l'un des plus grands d'Afrique de l'Ouest, constitue le principal centre d'affaires de la ville. Il regroupe des grossistes alimentant semi-grossistes et détaillants, et bénéficie d'une attractivité renforcée par la présence de grands magasins tenus principalement par des commerçants libanais, indopakistanaï et chinois installés au Bénin. La planche 1 ci-dessous montre quelques marchés urbains à Cotonou.

Planche N°1 : Quelques marchés urbains à Cotonou

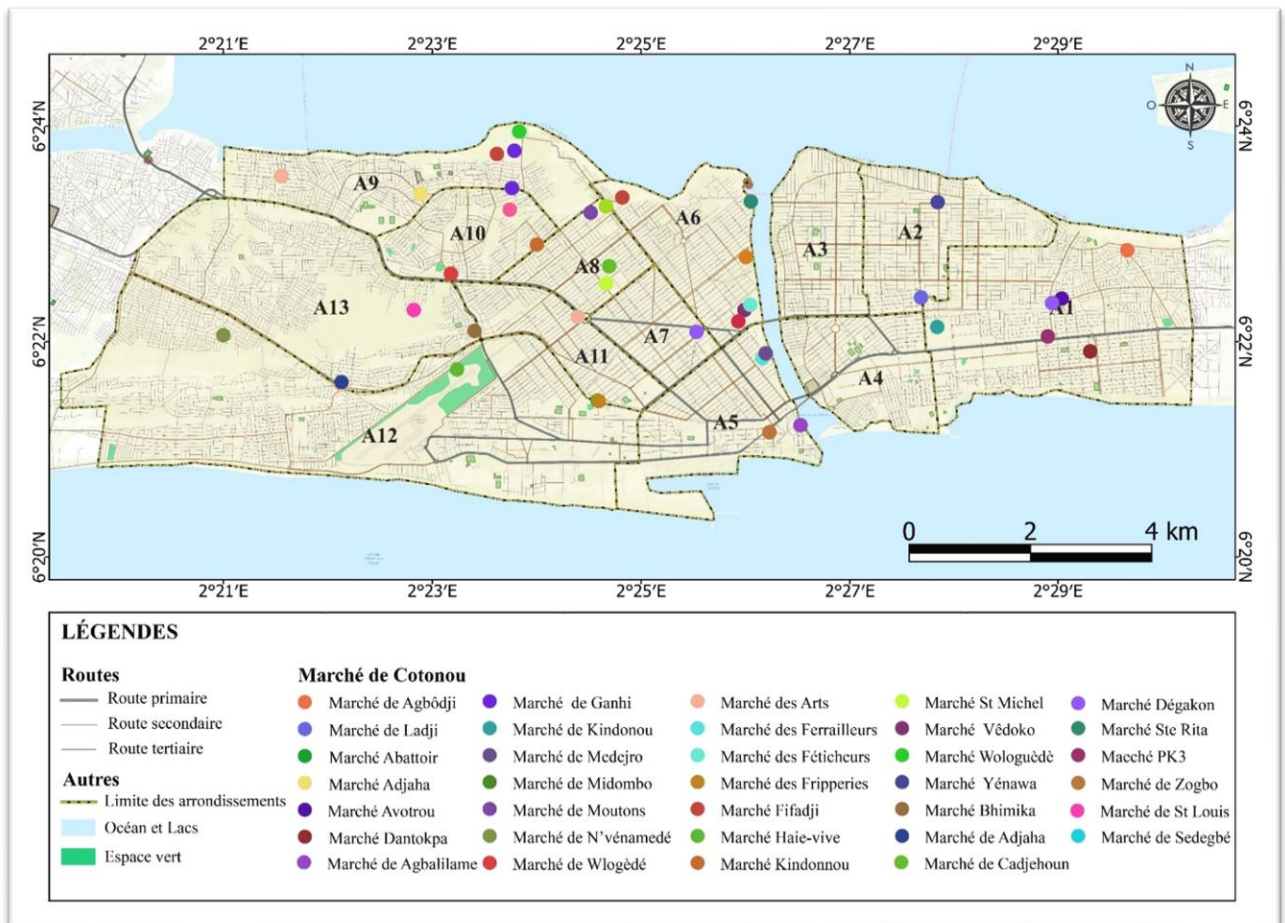


Source : Prise de photo, DANNOU F. R. M., Octobre 2024

La planche ci-dessus présente quelques marchés urbains à Cotonou. La ville de Cotonou, capitale économique du Bénin, compte 34 marchés urbains répartis dans ses 13 arrondissements. À ces marchés principaux s'ajoutent des marchés secondaires (environ trois par arrondissement), ainsi que de nombreuses boutiques et magasins le long des grandes artères, ce qui participe au dynamisme commercial de la ville. Dans le cadre de son Programme d'Actions, le Gouvernement béninois a lancé une modernisation des infrastructures commerciales afin d'améliorer les conditions de travail des commerçants et de renforcer la compétitivité du secteur. Ainsi, neuf nouveaux marchés urbains ont été aménagés à des points stratégiques tels que PK3, Tokplégbé, Aïdjèdo, Gbgamey, Mènontin, Wologuèdè, Cadjèhoun, Midombo et Sainte-Trinité. Ces équipements modernes intègrent des espaces de vente sécurisés, des entrepôts de stockage, des systèmes d'assainissement et des infrastructures adaptées aux besoins actuels. L'objectif global est de rendre les marchés plus fonctionnels, d'améliorer l'expérience des consommateurs et de renforcer le rôle de Cotonou comme pôle

commercial majeur tout en soutenant une croissance économique inclusive. La figure 2 ci-dessous présente les différents marchés urbains à Cotonou.

Figure N°1 : Carte des marchés urbains de Cotonou



Source : IGN-Bénin et travaux de terrain, octobre 2024

2.2. Les facteurs explicatifs de l'adoption du e-commerce à Cotonou

L'adoption de l'e-commerce à Cotonou est influencée par des facteurs spécifiques au contexte socio-économique et technologique du pays.

2.2.1. Facteurs technologiques et logistiques

Pour **67 % des e-consommateurs**, l'accès à une connexion internet stable et à des réseaux mobiles performants facilite l'utilisation des sites et plateformes de commerce en ligne. À Cotonou, la présence de trois opérateurs (MTN, Moov Africa et Celtis) garantit une connexion fiable et accessible, favorisant ainsi l'essor du e-commerce. Le développement du commerce en ligne est également stimulé par la montée en puissance de **plateformes locales** proposant des produits adaptés aux besoins des Béninois (alimentation, habillement, électronique, etc.). Par ailleurs, la généralisation du **paiement mobile** grâce aux services Mobile Money (MTN MoMo, Moov Money) permet à une large partie de la population, même non bancarisée,

d'effectuer facilement des transactions en ligne. Cela élargit considérablement la base de consommateurs et renforce l'adoption du e-commerce à Cotonou. La planche N°2 présente les logos des trois opérateurs mobiles au Bénin.

Planche N°2 : Réseaux mobiles du Bénin



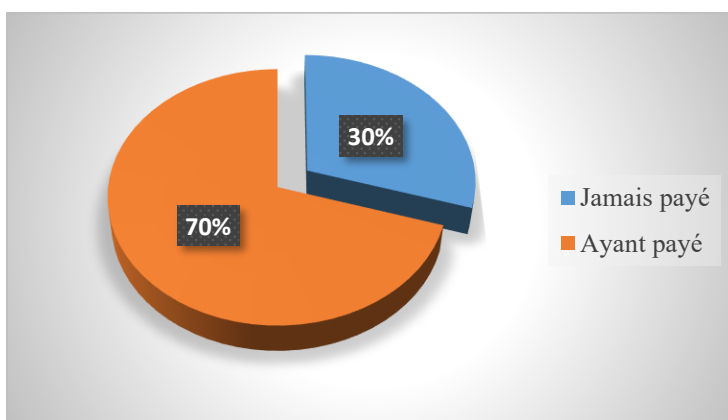
Source : Sites internet des réseaux mobiles du Bénin

La planche N°2 montre les trois réseaux mobiles présents au Bénin. Leur large couverture facilite l'accès à Internet à Cotonou, en particulier dans les zones urbaines et périurbaines. Cette connectivité renforcée soutient pleinement l'essor du e-commerce, en offrant aux consommateurs comme aux commerçants la possibilité d'effectuer des transactions en ligne de manière plus simple et plus rapide.

L'adoption du commerce électronique est également stimulée par l'amélioration continue de la qualité du réseau grâce aux technologies 3G, 4G et bientôt 5G, qui garantissent une connexion plus stable et performante. Parallèlement, la forte progression de l'usage des smartphones, notamment chez les jeunes urbains, facilite l'accès aux plateformes numériques. Ces appareils permettent de naviguer, de comparer et d'acheter des produits en ligne avec aisance, contribuant ainsi de façon significative au dynamisme du e-commerce à Cotonou.

La figure 3 ci-dessous illustre la fréquence de la population ayant effectué au moins un paiement en ligne.

Figure 3 : Proportion de la population ayant réalisé au moins un paiement en ligne



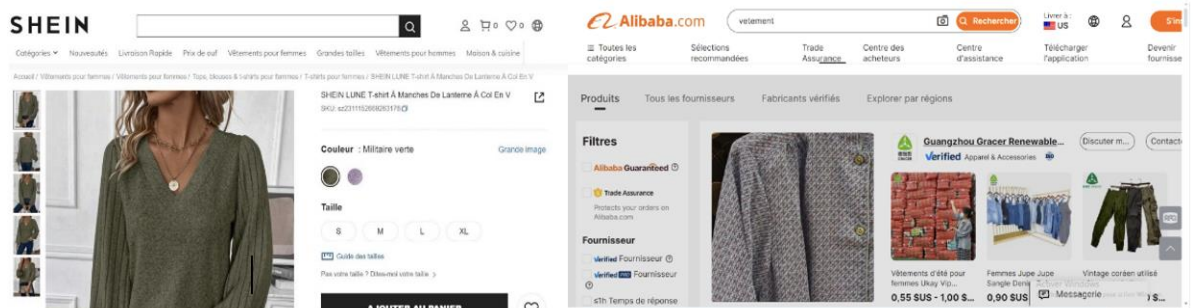
Source : Travaux de terrain, octobre 2024

D'après cette figure, 70 % de la population ont effectué au moins un achat en ligne. Cette statistique montre une adoption croissante du commerce électronique, avec une majorité de personnes ayant expérimenté l'achat en ligne au moins une fois. Cela reflète l'évolution des comportements d'achat, soutenue par l'amélioration de l'accès à Internet, l'augmentation de l'utilisation des smartphones et la simplification des plateformes de paiement en ligne.

L'essor de l'e-commerce à Cotonou est soutenu par la présence de nombreuses plateformes commerciales. Des sites locaux comme Jumia et Coin Afrique Bénin, ainsi que des plateformes internationales telles que Shein, Amazon, 1688, Alibaba, Jiji.ng ou Pinduoduo, offrent des services adaptés aux besoins des consommateurs béninois et facilitent l'accès à une large gamme de produits. Les réseaux sociaux jouent également un rôle essentiel dans cette dynamique. Des plateformes comme Facebook, TikTok et WhatsApp sont largement utilisées par les commerçants pour promouvoir leurs produits, atteindre un public plus vaste et faciliter les ventes en ligne.

La planche ci-dessous illustrent quelques-unes des plateformes les plus utilisées pour pratiquer l'e-commerce à Cotonou.

3. Planche N°3 : Plateformes numériques les plus utilisées dans l'e-commerce au Bénin



Source : <https://us.shein.com/>

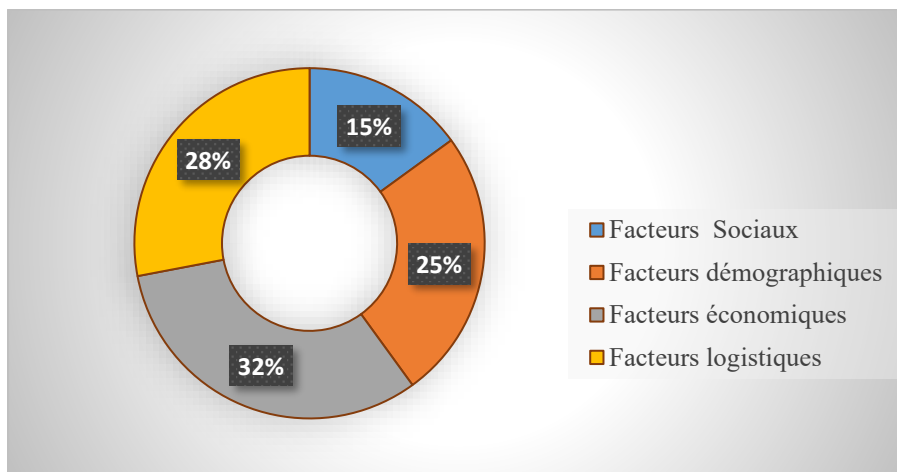
<https://www.alibaba.com/>

3.1.1. Facteurs économiques

Plusieurs facteurs économiques expliquent l'essor de l'e-commerce à Cotonou. Les plateformes en ligne offrent une **transparence des prix**, permettant aux consommateurs de comparer facilement les offres et de faire des économies. Elles fournissent également des informations détaillées et des avis d'utilisateurs, ce qui aide à prendre des décisions d'achat plus éclairées. L'e-commerce offre aussi un **gain de temps considérable**, car les achats et les livraisons peuvent se faire à domicile sans déplacement. Cette commodité rend l'expérience d'achat plus pratique, rapide et flexible. Enfin, il donne accès à une **plus grande diversité de produits**, y compris ceux qui ne sont pas disponibles dans les magasins locaux, renforçant ainsi son

attractivité auprès des consommateurs béninois. Pour 72 % des e-commerçants, les plateformes en ligne réduisent fortement les coûts liés aux magasins physiques, comme le loyer, le personnel ou l'entretien. L'absence d'une boutique physique permet aux jeunes entrepreneurs de se lancer plus facilement, avec moins de dépenses initiales. Grâce à une chaîne d'approvisionnement optimisée et à des services de livraison efficaces, les coûts de distribution sont également réduits. L'e-commerce offre en plus un marché sans frontières, permettant aux commerçants d'atteindre une clientèle mondiale et aux consommateurs d'accéder à des produits variés souvent indisponibles localement. Les transactions sont devenues simples et sécurisées grâce à des interfaces intuitives. Enfin, la tarification compétitive proposée par certaines plateformes encourage davantage l'adoption du commerce en ligne à Cotonou. La figure ci-après présente les facteurs explicatifs de l'adoption de l'e-commerce à Cotonou.

Figure N°4 : Facteurs explicatifs de l'adoption de l'e-commerce à Cotonou



Source : Travaux de terrain, octobre 2024

3.2. Impact de l'adoption du e-commerce sur la dynamique commerciale de Cotonou

L'e-commerce au Bénin regroupe toutes les ventes effectuées via un canal internet. Cela inclut la vente via les réseaux sociaux (WhatsApp, Facebook, TikTok, Instagram, etc.), les plateformes commerciales et les sites internet. Ainsi, les marchés urbains de Cotonou combinent les transactions (ventes et achats) physiques et virtuels. Cette hybridité impacte la dynamique commerciale de la ville du fait qu'elle permet aux consommateurs de faire leurs achats directement sur les plateformes ou sites et d'être livrés sans se déplacer. L'enquête réalisée auprès des consommateurs montre que la principale raison qui motive les achats en ligne à Cotonou est le gain de temps et la commodité. De plus, l'apparition de l'e-commerce dans la commune de Cotonou a permis la création de nouvelles activités pour la jeunesse sur les plateformes commerciales. La création d'une boutique virtuelle, ne nécessitant pas

forcément la disponibilité de marchandises, permet à plusieurs jeunes de présenter des images de produits de leurs fournisseurs sur les plateformes afin d'attirer des clients potentiels. Cela a contribué à la réduction du taux de chômage dans la commune et à la création de nouveaux emplois. L'adoption de l'e-commerce à Cotonou a donné naissance à plusieurs autres activités. Parmi celles-ci, le service de livraison (planche N°4) constitue une nouvelle activité issue des services en ligne. Cette activité ne nécessite ni un budget de démarrage important, ni un diplôme pour débiter. Elle permet ainsi aux personnes, diplômées ou non, mais confrontées au chômage, de pratiquer une activité rémunératrice pour subvenir à leurs besoins.

Planche N°4 : Service de livraison à Cotonou

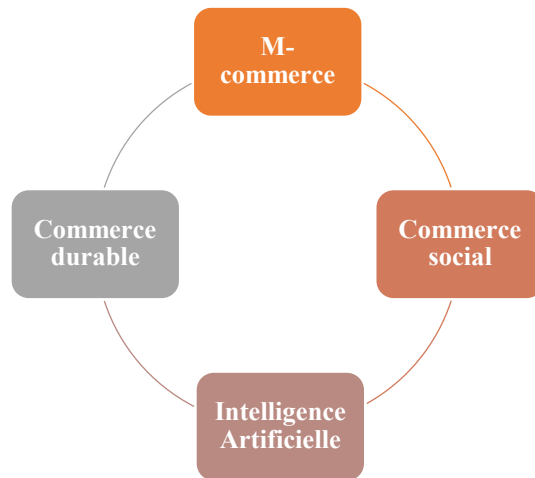


Source : Prise de photo, DANNOU F. R. M., Octobre 2024

En intégrant le commerce électronique, les entreprises touchent un public plus large, augmentent leur visibilité et étendent leur portée géographique. Cela entraîne une croissance des ventes, une diversification des canaux de distribution et une amélioration de l'expérience client. Les enquêtes réalisées auprès des e-commerçants montrent que plus de 60 % de leurs clients sont virtuels. De plus, l'adoption de l'e-commerce à Cotonou a entraîné un changement dans les modèles traditionnels de vente au détail, favorisant ainsi une transition vers des opérations plus axées sur le numérique. Cela a stimulé l'innovation au niveau des petites et moyennes entreprises, encouragé l'optimisation des processus commerciaux et offert de nouvelles opportunités de croissance pour les entreprises qui saisissent les avantages du commerce en ligne. Ce changement a favorisé l'essor du "**Commerce social**" à Cotonou en intégrant des fonctionnalités d'achat directement sur les réseaux sociaux ; les entreprises peuvent vendre sans que l'utilisateur n'ait à quitter l'application (Facebook Shop, Instagram Shopping, TikTok Shop).

La figure N°5 ci-dessous montre la tendance actuelle de l'e-commerce à Cotonou.

Figure N°5 : Tendance actuelle de l'e-commerce à Cotonou



Source : Travaux de terrain, octobre 2024

La figure N°5 montre la tendance actuelle du e-commerce à Cotonou. Selon nos enquêtes, 80% des achats en ligne sont effectués via des appareils mobiles. Cela a permis l'essor du commerce social, qui intègre des fonctionnalités d'achat directement sur les réseaux sociaux, permettant ainsi aux entreprises de vendre sans que les utilisateurs n'aient à quitter l'application.

3.2.1. L'e-commerce, un manque à gagner pour la croissance économique de Cotonou

La croissance de l'e-commerce dans la capitale béninoise constitue un manque à gagner pour la commune sur le plan des recettes générées par les taxes communales (tableau N°1).

Tableau N°1 : Participation du commerce physique et du e-commerce aux recettes propres de l'Etat

Type de commerce	Nombres de boutiques	Recettes générées à la commune (an)	Chiffre d'affaires d'un commerçant par mois
Commerce physique	324	350 à 500 millions	105.000f
E-commerce	≤ 150.000	-	≤ 600.000f

Source : Travaux de terrain, Octobre 2024

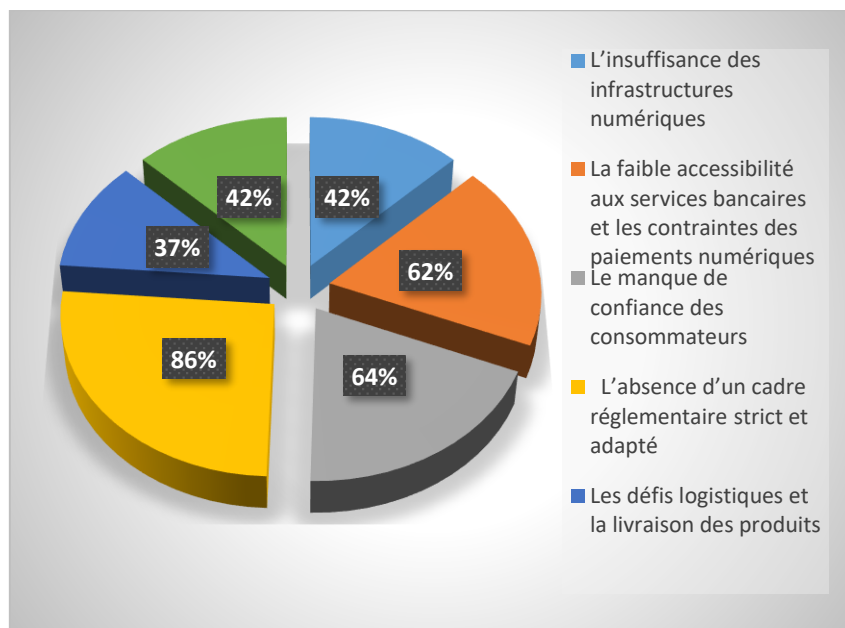
L'e-commerce ou encore le commerce électronique, présente d'énormes avantages que ce soit pour les commerçants, les consommateurs, mais également pour le développement de la commune de Cotonou. Il apparait comme un outil de développement pour la dynamique commerciale de Cotonou. L'e-commerce à Cotonou a véritablement commencé en 2020 suite à l'avènement du Covid-19. Dans la foulée, l'on assiste à l'émergence d'une dizaine de boutique

en ligne et 3 « marketplace », contre aujourd’hui une centaine de boutique en ligne et plus de 900 marketplaces. Cependant, malgré son essor et ces multiples avantages qu’il présente, il constitue un manque à gagner. En effet, l’e-commerce au Bénin malgré qu’il soit régi par une loi, ne génère aucunes recettes à l’Etat. Les recettes issues des infrastructures marchandes à Cotonou participent entre 300 et 500 millions de FCFA au budget communal (PDC 2 de Cotonou). De ce fait, l’e-commerce qui est un outil important pour le développement commercial de Cotonou n’est pas légiféré, ce qui ne rapporte aucun centime dans le budget communal.

3.2.2. Contraintes liées à l’essor et à la gestion efficiente du e-commerce à Cotonou

Malgré son essor croissant, l’e-commerce à Cotonou fait face à de nombreux défis qui freinent son développement et limitent son impact sur la dynamique commerciale de la ville. Ces obstacles concernent aussi bien les infrastructures que la réglementation et la confiance des consommateurs. La figure ci-dessous présente les facteurs qui constituent des freins pour l’essor du commerce électronique dans la commune de Cotonou au Bénin.

Figure N°6 : Facteurs constituant des freins à l’essor du e-commerce



Source : Travaux de terrain, Octobre 2024

La figure N°6 présente les facteurs constituant des freins à l’essor du e-commerce. De ce fait, nous avons :

- **L’insuffisance des infrastructures numériques**

L’accès à une connexion Internet stable et abordable reste un défi pour de nombreux acteurs du e-commerce à Cotonou. Les coupures fréquentes d’Internet et le coût élevé des données mobiles

ralentissent l'essor des transactions en ligne. Selon nos enquêtes, 42% des acteurs du e-commerce sont confrontés aux défis d'insuffisance des infrastructures numériques à Cotonou

- **La faible accessibilité aux services bancaires et les contraintes des paiements numériques**

Une proportion importante de la population de Cotonou ne dispose ni de compte bancaire ni de solutions de paiement électronique adaptées. La prédominance des paiements en espèces à la livraison (cash on delivery) limite l'automatisation des transactions et réduit leur sécurité.

- **Le manque de confiance des consommateurs**

De nombreux acheteurs hésitent à effectuer des achats en ligne en raison des risques de fraude, des arnaques et de la qualité parfois douteuse des produits livrés. L'absence de garanties solides et de mécanismes efficaces de remboursement ou de retour des articles amplifient cette méfiance.

- **L'absence d'un cadre réglementaire strict et adapté**

Bien que le Bénin ait adopté le Code du numérique pour encadrer le commerce électronique, son application reste limitée. Le manque de réglementation claire sur la protection des consommateurs, la fiscalité du e-commerce et la gestion des litiges constitue un frein au développement du secteur.

- **Les défis logistiques et la livraison des produits**

Le système de livraison à Cotonou est encore peu structuré. Le manque d'adresses précises (surtout dans les zones un peu reculées du centre-ville) et d'un réseau de distribution efficace entraîne des retards et des coûts élevés de transport, ce qui limite l'expansion du commerce en ligne.

3.2.3. Propositions d'approches de solutions pour une gestion efficaces de l'e-commerce et des marchés urbains à Cotonou au Bénin.

- Améliorer la couverture Internet et réduire les coûts d'accès aux technologies numériques.
- Renforcer la sensibilisation et l'accessibilité aux lois en vigueur afin de favoriser la confiance, la sécurité et l'innovation dans ce secteur en pleine expansion.
- Offrir des formations aux jeunes entrepreneurs et commerçants pour mieux utiliser les plateformes en ligne.
- Renforcer les mécanismes de sécurité pour protéger les paiements en ligne et les données des utilisateurs.

- Encourager la collaboration entre le gouvernement et les acteurs du secteur privé pour développer le secteur de l'e-commerce.
- Sensibiliser les consommateurs et les commerçants sur les avantages et les bonnes pratiques de l'e-commerce.
- Développer des systèmes de livraison plus efficaces pour réduire les délais et les coûts de transport.

4. Discussion

Le commerce électronique connaît une croissance continue depuis plusieurs années, et l'un des principaux moteurs de cette expansion est la facilité d'accès aux plateformes en ligne grâce aux smartphones. D'après la Commission de la science et de la technique au service du développement du Conseil économique et social des Nations unies (2013, p. 3), la révolution du téléphone mobile a élargi de manière spectaculaire l'accès aux services téléphoniques de base dans le monde. De même, l'accès Internet à bas débit (commutation et téléphones mobiles de deuxième génération – 2G) s'est considérablement développé chez de nombreuses populations à revenu faible ou moyen. L'essor du commerce numérique est lié à celui de la technologie. Les progrès technologiques récents, notamment l'automatisation, l'intelligence artificielle, les systèmes autonomes et la robotique, ont amélioré la productivité, les loisirs et le confort, tout en suscitant craintes et inquiétudes (Lopes, 2019, p. 13). D'après le même auteur, ces évolutions ont fondamentalement façonné la manière dont les biens et services sont produits, stockés, distribués et consommés, affectant les modes de vie et les systèmes productifs actuels. Selon Oudjane & Saraoui (2023, p.23), l'évolution du commerce électronique en Algérie est indissociable des tendances mondiales qui influencent le secteur. Mettant l'accent sur le rôle de la téléphonie mobile dans le commerce électronique, Corredera (2020, p.21) souligne que l'essor des dernières technologies mobiles joue un rôle majeur dans la croissance du commerce électronique. Le besoin de commodité pour effectuer ses achats a conduit au développement des achats sur téléphone mobile.

L'e-commerce, ou commerce électronique, offre de nombreux avantages tant pour les commerçants que pour les consommateurs, tout en constituant un levier important pour le développement économique de Cotonou. Le commerce électronique est vu comme un moteur d'innovation, de compétitivité et de croissance économique inclusive (Corredera, 2020, p.19). Il devient ainsi un moteur pour la dynamique commerciale de la ville. L'accès à Internet à haut débit est un facteur déterminant, tout comme la disponibilité des terminaux connectés et la diversité des connexions au réseau (Keck & al, 2023, p.1). La pénétration des smartphones, avec un taux d'utilisation en forte augmentation, facilite l'accès aux plateformes de commerce

en ligne. Une étude menée par Rakuten montre que 70 % des Français citent le prix comme leur principale motivation pour acheter en ligne (Français, 2015, p.25). Ce constat est également valable dans le contexte de Cotonou, où la compétitivité des prix joue un rôle majeur dans l'adoption du e-commerce.

Outre le prix, d'autres facteurs expliquent cette adoption du commerce électronique : le gain de temps, une offre plus large et plus détaillée, ainsi que l'accès géographique. Prenant le cas des entreprises, CNUCED (2023, P. 9) souligne que le commerce électronique peut apporter plusieurs avantages aux entreprises, le plus important étant la possibilité d'atteindre des clients au-delà des limites géographiques imposées par le commerce hors ligne. La réduction des coûts opérationnels est un autre avantage du commerce électronique, notamment parce qu'il n'est pas nécessaire d'avoir un point de vente physique. Venant aux consommateurs, la même source met en relief le gain de temps et d'argent, la facilitation de la recherche de biens et de services qui correspondent le mieux aux besoins exprimés et le divertissement. Ces éléments contribuent à l'élargissement du marché du e-commerce à Cotonou, de manière similaire aux résultats obtenus dans nos recherches sur l'émergence de ce secteur dans la ville.

Cependant, malgré ses nombreux avantages pour les entreprises et les consommateurs, l'e-commerce comporte aussi certains inconvénients. Le cadre juridique, souvent insuffisant ou mal appliqué, complique la protection des droits des commerçants et des consommateurs. D'après Français (2015), des facteurs mineurs, comme l'obligation de créer un compte ou de se connecter pour accéder aux moyens de paiement, peuvent également conduire à l'abandon du panier de commande.

Des améliorations significatives des processus transactionnels et logistiques, les achats en ligne en Afrique risquent de rester limités aux segments des plus riches de la population urbaine. Les marchés urbains jouent un rôle crucial dans la croissance du e-commerce, soutenus par une forte demande, des infrastructures adaptées et une population de plus en plus connectée. Toutefois, des défis subsistent, notamment en matière de concurrence, de logistique et d'impact environnemental. Pour répondre à ces enjeux, les entreprises doivent constamment innover pour satisfaire les attentes des consommateurs urbains et améliorer l'efficacité de leurs opérations.

Conclusion

L'étude de cette thématique nous a permis d'analyser les différents impacts de l'adoption du e-commerce sur la dynamique commerciale à Cotonou au Bénin. Ainsi, Cotonou dispose de 34 marchés urbains répartis dans ses arrondissements où nous avons des marchés secondaires (3 par arrondissements), de 324 boutiques, de plus de 900 marketplaces, de plusieurs sites et plateformes commerciales (Alibaba, Shein France, 1688, etc..) et de plusieurs réseaux sociaux (Facebook, Tiktok, WhatsApp, Instagram...) qui contribuent à la dynamique commerciale de Cotonou. L'essor du e-commerce à Cotonou a profondément transformé la dynamique commerciale locale en offrant de nouvelles opportunités aux entreprises et en modifiant les habitudes de consommation. Grâce aux nombreux marchés urbains, boutiques, marketplaces et plateformes en ligne, les commerçants bénéficient d'une plus grande visibilité et d'un accès élargi à leur clientèle. Cette transition vers le numérique a permis aux entreprises d'augmenter leur portée et d'adopter des stratégies innovantes pour rester compétitives face aux défis du commerce moderne.

Cependant, la méconnaissance du cadre juridique encadrant l'e-commerce au Bénin constitue un frein à son développement optimal. Bien que des réglementations existent, de nombreux commerçants et consommateurs ignorent leurs droits et obligations, ce qui les expose à des incertitudes et à un manque de protection dans leurs transactions en ligne. Ainsi, pour garantir une croissance durable du commerce numérique à Cotonou, il est essentiel de renforcer la sensibilisation et l'accessibilité aux lois en vigueur afin de favoriser la confiance, la sécurité et l'innovation dans ce secteur en pleine expansion. L'avenir du e-commerce à Cotonou dépendra de la capacité des acteurs économiques et des autorités à structurer ce marché émergent tout en accompagnant les entrepreneurs dans leur transition numérique. Une meilleure formation, des infrastructures adaptées et une vulgarisation efficace du cadre législatif permettront de maximiser les avantages du commerce en ligne et de renforcer la compétitivité des entreprises locales sur les marchés nationaux et internationaux.

BIBLIOGRAPHIE

1. CNUCED (2023) : Le commerce électronique dans une perspective de genre et de développement, 42 p., https://unctad.org/system/files/official-document/ditc2023d1_fr.pdf
2. Conseil économique et social des Nations unies (2013) : Accès Internet à haut débit pour une société numérique équitable, 40p., https://unctad.org/system/files/official-document/ecn162013d3_fr.pdf
3. Corredera D. N. (2020) : Guide de l'UPU sur le commerce électronique, 104 p. <https://www.upu.int/UPU/media/upu/publications/Final-Nov-update-Ecommerce-guide-FR.pdf>
4. FEVAD (2020) : Chiffres clés e-commerce 2020, Fédération du e-commerce et de la vente à distance, 36 p.
5. Français G. (2015) : E-commerce, Mémoire professionnel en vue de l'obtention du Diplôme Européen d'Études Supérieures en e-commerce, École de commerce de Lyon, 49 p.
6. Keck M., Gillani S., Dermish A., Grossman J. & Rühmann F. (2023) : Le rôle du haut débit dans l'économie numérique, 40 p.
7. Lopes C., (2019) : Le commerce numérique et les droits de l'homme, in Le commerce numérique en Afrique : Implications en termes d'inclusion et de droits de l'homme, pp 13-19, <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/genf/15805.pdf>
8. Mairie de Cotonou (2018) : Plan de développement communal de deuxième génération, 276 p.
9. Oudjane M. & Saraoui Y. (2023) : État des lieux du e-commerce en Algérie : enjeux et perspectives, Mémoire de Master en Sciences Commerciales, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, 73 p.
10. Zoma V., Dahani I. & Sangli G. (2022) : Participation des marchés urbains au développement en Afrique, Quest Journals, Journal of Research in Humanities and Social Science, 2022, 10 (5), pp.21-31. fhal-03678602, <https://hal.science/hal-03678602v1>