



Par WISSEM OUESLATI
EXPERT IT & E-COMMERCE

EINSTEIN ET LE DILEMME DE L'E-MOUCHE (E-DHEBBANA)

Si on demandait aux acteurs du e-commerce en Tunisie leur avis sur le sujet, vous auriez certainement une des réponses types suivantes : il n'y a pas assez d'offres. Les e-commerçants vous diront que les clients n'ont pas confiance et se montrent réticents. Les consultants fonctionnels vous indiqueront qu'une chaîne e-commerce est aussi forte que son maillon le plus faible et feront une analyse détaillée métier par métier pour trouver ce fameux maillon faible. Les nouveaux promoteurs ou porteurs d'idées de projet vont se plaindre des commissions élevées que les banques appliquent sur les transactions. Les logisticiens invoqueront les problèmes de la livraison comme les retards ou encore le trou noir postal ou le fait qu'à un certain moment, il n'y a plus de traçabilité. Les responsables marketing vous parleront de manque de communication, les experts sécurité de cryptage de paiement, et de problèmes de sécurité, SSL certificat 128/256, que seuls les techniciens décryptent comme le jargon des médecins spécialistes qu'eux seuls peuvent comprendre, que le consommateur n'a pas be-

soin de savoir et enfin les clients réciteront leurs histoires avec des colis arrivés en mille morceaux à leurs domiciles quand ce n'est pas un flash-disk qui met plus de trois semaines pour faire Tunis-Sousse et la liste est encore longue...

Comme dans tout secteur, chacun peut voir la réalité suivant son positionnement et surtout son intérêt puis donner une conclusion relative à une défaillance due à sa logique ou même allant jusqu'à impliquer parfois les méfaits de la révolution.

Je commence souvent mes conférences et formations par l'exemple de la mouche, à laquelle un enfant a coupé les deux ailes et bien qu'il lui ait crié 'echechch', elle n'a pas volé. L'enfant en déduira que si on coupe les ailes d'une mouche elle n'entendra plus, personne ne pourra le convaincre du contraire tant qu'on ne lui a pas expliqué comment vole une mouche et par analogie chaque acteur du e-commerce en Tunisie pourra tirer sa propre conclusion tant qu'on n'a pas compris comment se comporteront les autres acteurs du e-commerce et pour rester dans le digital, humoristiquement, comprendre comment vole notre super

e-dhebbana.

Pour entamer la résolution des problèmes complexes, voire les dilemmes, l'art de poser la bonne question est fondamental. Einstein disait : « S'il me restait dans ma vie 60 minutes, j'en consacrerai 59 minutes pour poser la bonne question et une minute pour la réponse ». En l'absence d'une étude scientifique complétée par une analyse des différents chiffres souvent annoncés par les entreprises et les institutions, les intermédiaires de paiement, il n'est pas possible de parvenir à la bonne conclusion. Une ancienne étude faite par le ministère du Commerce, mais qui reste superficielle et manque de profondeur, n'a pas servi la cause de ce secteur complexe et surtout très dynamique. Certes, il y a des points remarquables et parfois même contradictoires comme la tendance actuelle de la montée de sites de deals et achats groupés inspirés du célèbre « Groupon » où on cherche toujours dans cette période de crise un « Bon Deal » et « Discount ». Paradoxalement, on remarque aussi une perception erronée du Tunisien vis à vis du e-commerce ou une confusion entre deux aspects très liés

comme e-commerce et e-paiement car on peut parfois acheter sur Internet sans passer par le e-paiement. C'est le manque de sensibilisation et d'information qui est à l'origine de cette confusion.

E-PAIEMENT DITES-VOUS

Pour la récurrente question du e-paiement : tant qu'il n'y pas augmentation du nombre de sites acceptant la carte bancaire et offrant une large panoplie de produits ou services, le consommateur restera méfiant vis à vis de l'utilisation du paiement électronique, pourtant sécurisé. Mais le problème réside dans la perception du consommateur : l'exemple d'un citoyen qui paye sa facture STEG sur Internet puis suite à un problème de compensation se retrouve privé d'électricité, l'intox qui circulera sera manifestement comme suit : «Méfiez-vous du paiement des factures sur web ». Et comme la mauvaise information se propage très vite, telle une mutation génétique, du style : « Le paiement sur Internet en Tunisie n'est pas sécurisé », devenant une réalité et même une e-phobie

E-commerce c'est bien deux mots : « E »+ « commerce », donc c'est

du commerce avant tout. Qui dit commerce dit une relation humaine avec un vrai humain à servir (je le précise car bientôt il y aura parmi nous des humanoïdes) qu'il faut lui faciliter la vie rapidement car le comportement du consommateur a bien changé dans un monde digital offrant de nouveaux outils bouleversant le quotidien allant d'une commande d'un sandwich à domicile, ou beauté & coiffure à domicile (GlamSquad.com) et même un abon-

nement le Bitcoin , cette monnaie purement virtuelle et décentralisée. Le site a été fermé par le FBI en 2013 mais depuis sont apparus SilkRoad 2 et 3...

Je conclurais par dire que l'e-commerce ou plus largement le commerce connecté (qui est un sujet beaucoup plus vaste) où la frontière entre les canaux physiques et virtuels a disparu, est une manière de vivre et de penser qu'il faut instaurer. Se focaliser sur les problèmes techniques ne bouleversera

pas pour autant notre économie digitale, c'est en observant les bateaux flottants qu'on réussit. Les exemples de l'Estonie ou du Brésil où l'économie digitale vient d'être instaurée, prouvent que l'e-commerce a le vent en poupe. L'e-commerce en Tunisie c'est un chemin à entreprendre ; j'aime le comparer à e-TAO : dans la philosophie



ment mensuel de chaussures pour femme comme shoedazzle.com, fondé par la star de la télé-réalité Kardashian, et allant jusqu'à même au divorce on-line, sans oublier de citer les ventes et achats de drogues et autres armes entre particuliers à l'instar du fameux SlikRoad vendant au grand public tous types de drogues et d'armes utilisant comme moyen de paie-

chinoise, TAO est une philosophie de vie désignant le chemin de l'Homme et les Chinois utilisent souvent ce préfixe pour signifier l'art de faire une chose ; e-TAO sera l'art de faire du e-commerce en Tunisie ensemble avec l'étudiant, le transporteur, le médecin, l'artisan et nos écoliers qui feront voler notre e-mouche « e-dhebbana » prochainement.