

REPUBLIQUE DU CAMEROUN

*Paix – Travail – Patrie*

-----  
INSTITUT NATIONAL  
DE LA STATISTIQUE



REPUBLIC OF CAMEROON

*Peace – Work – Fatherland*

-----  
NATIONAL INSTITUTE  
OF STATISTICS

**ENQUETE ANNUELLE DANS  
LES ENTREPRISES  
(EAE 2017)  
Concurrence et commerce  
électronique**

## RESUME EXECUTIF

La présente étude s'est appesantie sur deux champs d'analyse à savoir : (i) la concurrence et (ii) le commerce électronique dans les entreprises. S'agissant de la concurrence dans les entreprises, la loi N<sup>0</sup> 90/031 du 19 août 1990, révisée par la loi N<sup>0</sup> 2015/018 du 21 Décembre 2015 régit l'activité commerciale et la concurrence dans les entreprises au Cameroun. Cette loi sanctionne toute pratique susceptible de restreindre la concurrence, étant donné que celle-ci est bénéfique aux consommateurs. Ce dispositif a permis de stimuler la concurrence entre les entreprises et de la réglementer. L'étude révèle en effet que la concurrence apparaît comme une caractéristique principale du tissu productif national en 2017. En effet, 85,5% des entreprises formelles en activité sur le territoire ont déclaré être concernées par le phénomène.

La concurrence est davantage observée au sein des entreprises individuelles et des SARL où toutes les unités observées ont déclaré être en situation de concurrence. Par contre, seuls les 2/3 des entreprises à capitaux publics sont en concurrence. La concurrence est plus prononcée dans certains sous-secteurs d'activité notamment l'industrie textile ainsi que les hôtels et restaurants.

L'activité des entreprises est fortement menacée par la concurrence des produits asiatiques, notamment chinois. En effet, 25% des unités estiment que ces derniers sont ceux qui leur font le plus concurrence. Les produits en provenance de l'Union Européenne constituent la troisième menace la plus importante ; 12,2% des entreprises étant concernées, après les produits locaux qui concernent 20,5% des unités.

Les entreprises qui pratiquent des prix inférieurs à ceux de leurs concurrents représentent 38,6% des unités tandis que celles dont les prix sont supérieurs constituent 20,8% des unités en situation de concurrence.

Un focus a été fait sur les entreprises qui ont déclaré que leurs prix sont supérieurs à ceux de leurs concurrents, traduisant ainsi la non compétitivité-prix de ces dernières. L'analyse des déterminants de la non compétitivité-prix des entreprises a été faite au moyen de l'estimation d'un modèle probit/logit sur plusieurs catégories de variables susceptibles d'expliquer le phénomène. Il ressort des résultats du modèle que les produits d'origine asiatique ont un impact significatif et positif sur la probabilité que les prix de l'entreprise soient supérieurs à ceux de ses concurrents. Aussi, l'approvisionnement en matières premières et la pression fiscale sont les difficultés évoquées par les entreprises et qui ont un impact significatif et

positif sur le risque qu'elles soient non compétitives sur le plan du prix. Par contre, la faible maîtrise du marché ainsi que le coût du transport n'impactent pas significativement le risque que les prix de l'entreprise soient supérieurs à ceux de ses concurrents.

Concernant le commerce électronique, l'avènement des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) offre de nouvelles opportunités aux entreprises nationales en termes de gestion de leurs transactions avec leurs partenaires externes (fournisseurs, clients, Etat, etc.) ainsi qu'avec leur personnel. La culture du numérique est davantage ancrée dans les usages des entreprises et la pratique du e-commerce s'installe peu à peu dans les habitudes.

Ainsi, la présence de l'ordinateur dans les entreprises modernes apparaît comme une évidence au regard des avancées qui s'opèrent dans le domaine électronique. Les résultats de l'étude confortent cette idée dans la mesure où presque toutes les entreprises de l'échantillon (96,8%) déclarent utiliser au moins un ordinateur dans l'exercice de leur activité. Cependant, moins de la moitié du personnel (45,5%) utilise un ordinateur pour usage professionnel. Cette proportion varie en fonction du sous-secteur d'activité. Elle est plus élevée dans certains sous-secteurs notamment les banques et assurances (88,9%), la branche « information et communication » (79,8%) et faible dans l'industrie du bois (17,13%) ainsi que dans les industries chimiques (28,76%).

En ce qui concerne la possession d'une connexion internet, l'étude montre que plus de neuf entreprises sur dix, soit 92,3% disposent d'une connexion internet (filaire ou sans fil). Pour ce qui est du site web, l'étude révèle que moins de huit entreprises sur dix (70,5%) déclarent en posséder un, le secteur tertiaire étant celui dans lequel les entreprises possèdent le plus un site web (80,5%). Les résultats de l'étude montrent que par ordre d'importance, les entreprises utilisent leur site web pour proposer : (i) la description de biens ou services mis sur le marché et les listes de prix (48,8%) ; (ii) les liens permettant d'accéder aux pages de l'entreprise dans les médias sociaux (27,8%) ; (iii) la commande ou la réservation en ligne (24,2%).

Par ailleurs, près d'un tiers des entreprises (30,7%) déclarent avoir un profil d'utilisateur, un compte ou une licence d'utilisateur sur un réseau social ; 10,1% disposent d'un blog ou un micro blog ; 9,7% disposent des sites web de partage de contenu multimédia et 8,5% ont un profil utilisateur sur wiki.

Moins d'une entreprise sur cinq (16,5%) déclarent avoir passé en 2016 des commandes de biens ou de services via un site web. En outre, le chiffre d'affaires hors taxes généré par des

commandes reçues via un site web ou une application représente 14,4% du chiffre d'affaires global.

Les services de transfert mobile money/mobile banking, couramment utilisés par les entreprises, sont MTN mobile money (40,7%), Orange money (40,3%), et Afrikpay (8,5%).

Les transactions les plus fréquemment réalisées par les entreprises via mobile money sont majoritairement le transfert d'argent (17,7%), suivi des opérations de retrait/dépôt d'argent sur le compte mobile money (14,9%) et le paiement de factures avec mobile money (10,9%).  
/.

## EXECUTIVE SUMMARY

This study is interested in two fields of analysis, namely: (i) competition and (ii) e-commerce in enterprises. As regards competition in enterprises, Law No. 90/031 of 19 August 1990, amended by Law No. 2015/018 of 21 December 2015 regulates business activities and competition in enterprises in Cameroon. This Law provides for the punishment of any practices likely to impede competition, as it benefits consumers. It has enabled to trigger competition between enterprises and regulate it. The study reveals that competition is a main feature of the national productive fabric in 2017. Indeed, 85.5% of the formal enterprises in activity all over the country have said to be concerned by the issue.

Competition is observed more specifically within private enterprises and Limited Liability Companies where all the units surveyed have said to be facing competition. In contrast, only 2/3 of state-owned enterprises are in competition. Competition is more severe in a number of sub-sectors of activity, particularly the textile industry, as well as hotels and restaurants.

The activity of enterprises is strongly threatened by competition from products from Asia, and particularly from China. Indeed, 25% of the units consider that competition from products from China is particularly severe. Products from the European Union are the third most important threat: 12.2% of the enterprises are concerned, after local products, which concern 20.5% of the units.

Enterprises with prices below those of their competitors represent 38.6% of the units, whereas those with higher prices represent 20.8% of the units in competition.

Focus was made on the enterprises, which held that their prices are higher than those of their competitors. This reflected the non-competitiveness of their prices. The analysis of the

determinants of the non-competitiveness of prices of enterprises was made by means of estimation of a probit/logit model on many categories of variables likely to account for the issue. It appears from the model results that products from Asia have significant and positive impact on the risk that the prices of the enterprise be higher than those of its competitors. In addition, supply in raw materials and tax burden are the difficulties mentioned by enterprises as having significant and positive impact on the risk that they might not be competitive as regards prices. However, the poor mastery of the market, as well as transportation costs have no significant impact on the risk that the prices of the enterprise be higher than those of its competitors.

As regards e-commerce, the advent of Information and Communication Technologies (ICT) provide new opportunities to national enterprises in terms of management of transactions with their external partners (providers, clients, State, etc.), as well as with their personnel. The digital culture is observed more specifically in enterprises and the practice of e-commerce is gradually gaining grounds.

Thus, having a computer in a modern enterprise seems obvious with regard to the developments in the field of electronics. The results of the study support this idea inasmuch as almost all enterprises in the sample (96.8%) report using at least one computer for the conduct of their businesses. However, less than half of the personnel (45.5%) use a computer for business purposes. This percentage varies depending on the sub-sector of activity. It is even higher in a number of sub-sectors, particularly in banks and insurance companies (88.9%), as well as in the "information and communication" field (79.8%) and low in the wood industry (17.13%), as well as in chemical industries (28.76%).

As regards the Internet, the study shows that over nine enterprises on ten, that is 92.3% have Internet connection (wired or wireless). With regard to websites, the study reveals that less than eight enterprises on ten (70.5%) report having one, as the tertiary sector is the one in which websites appear to be more available in enterprises (80.5%). The findings of the study show that, by order of importance, enterprises use their websites to propose: (i) description of goods or services on the market and price lists (48.8%); (ii) links to access the enterprise pages in social media (27.8%); (iii) online orders or reservation (24.2%).

In addition, close to one third of the enterprises (30.7%) report having a user profile, a user account or license on a social media; 10.1% have a blog or micro-blog; 9.7% have websites for multimedia content sharing, and 8.5% have a user profile on wiki.

Less than one enterprise on five (16.5%) report having ordered goods or services through a website in 2016. Moreover, the turnover excluding taxes generated by orders registered through a website or an application represents 14.4% of the global turn over.

Mobile money/mobile banking transfer services commonly used by the enterprises are MTN mobile money (40.7%), Orange money (40.3%) and Afrikpay (8.5%).

Transactions most commonly completed by the enterprises through mobile money are mainly money transfer (17.7%), followed by withdrawal/deposit operations on mobile money accounts (14.9%), and payment of bills with mobile money (10.9%).