



GUIDE PRATIQUE DE L'ECOSYSTEME NATIONAL DE COMMERCE ELECTRONIQUE DU BURUNDI

Bujumbura, Août 2025



REMERCIEMENTS

Ce document est l'aboutissement logique d'un travail collaboratif qui a commencé depuis Novembre 2023 et qui a abouti grâce à la participation de toutes les parties prenantes intervenant directement dans l'écosystème de commerce électronique au Burundi. Qu'il me soit donc permis de leur présenter nos vifs remerciements.

Nous tenons à exprimer notre sincère gratitude à Monsieur Fernand MATENDO, dont l'expertise bénévole a été un facteur déterminant dans la réussite de cette initiative. Nous reconnaissons son engagement et son dévouement, qui ont grandement contribué à la réalisation de ce Guide.

Nous remercions également les Ministères ayant les finances, l'économie numérique, le commerce et l'intégration régionale dans leurs attributions, la Banque de la République du Burundi (BRB), l'Office Burundais des Recettes (OBR), la Chambre Fédérale de Commerce et d'Industrie du Burundi (CFCIB), la Chambre Sectorielle des TIC, de l'innovation technologique et de l'économie numérique, la Chambre Sectorielle des Banques et des Etablissements financiers (ABEF), le Réseau des Institutions de Microfinance (RIM) ainsi que l'Association Innovation pour la bonne collaboration durant l'élaboration de ce Guide.

Ce travail n'aurait pas pu aboutir sans l'engagement des institutions tant publiques que privés notamment les plateformes e-commerce, les fournisseurs des systèmes de paiement électronique (Banques, Microfinances, fintechs), les acteurs de la chaîne logistique locaux et internationaux, les régulateurs et les agences de certification des produits. Leur participation active et leurs contributions ont permis d'avoir un document qui répond aux besoins réels du pays en matière de commerce électronique. Que chacun trouve dans ces lignes la preuve de notre profonde reconnaissance.

Nos remerciements vont particulièrement aux entreprises Burundi Shop, Afriregister, Mediabox, DHL, Lumicash, Leapa et OSA qui ont participé au financement de cette initiative.

Enfin, nous souhaitons exprimer notre gratitude à Monsieur Jean Claude GATETE pour son assistance dans la rédaction de ce guide, notamment pour sa contribution à la saisie du texte.

**Le Directeur Général de l'Agence de Régulation
et de Contrôle des Télécommunications**

Dr Samuel MUHIZI

I. INTRODUCTION

Le marché e-commerce électronique représente aujourd'hui 2,64 milliards cyberacheteurs, soit 33,3 % de toute la population mondiale. En 2022, les achats en ligne ont généré un chiffre d'affaires de 6,1 mille milliards de dollars avec une progression qui pourrait atteindre 8 mille milliards de dollars fin 2028 (Estimations d'eMarketer).

Le marché du commerce électronique au Burundi est en pleine croissance avec une estimation à 12 millions de dollars en 2024, avec des prévisions qui pourrait atteindre 81,17 millions de dollars pour 2025 (Selon Statistica). Les chiffres réels d'e-commerce dépassent de loin ces estimations car nombreux achats en ligne se passent aujourd'hui sur les réseaux sociaux et sont réglés via les moyens de paiement alternatifs qui ne peuvent pas être pris en compte dans les chiffres officiels.

Pour exploiter pleinement le commerce électronique en tant que véritable moteur de développement et d'innovation au Burundi, il était nécessaire de mettre en place un écosystème national inclusif, dynamique, cohérent et coordonné où tous les acteurs peuvent interagir de manière efficace et durable.

II. ECOSYSTEME NATIONAL DE COMMERCE ELECTRONIQUE DU BURUNDI

L'écosystème national de commerce électronique du Burundi constitue un cadre inclusif, ouvert et collaboratif, établi par consensus entre les acteurs des secteurs public et privé engagés dans la promotion du commerce en ligne à l'échelle nationale. Sa mission est de mutualiser les efforts pour assurer la bâtir un écosystème national, sécurisé, fiable et accessible à tous, en favorisant une gouvernance partagée du commerce électronique.

Portée par l'Agence de Régulation et de Contrôle des Télécommunications (ARCT), avec la participation de la Banque de la République du Burundi (BRB), l'Office Burundais des Recettes (OBR), la Chambre Fédérale de Commerce et d'Industrie du Burundi (CFCIB), ainsi que la Chambre Sectorielle des TIC, et avec l'appui technique de la société Burundi Shop, cette initiative a été lancée le 23 novembre 2023, à l'occasion d'une réunion de réflexion sur la contribution du commerce électronique à l'économie nationale.

Depuis lors, la dynamique s'est progressivement élargie, réunissant à ce jour plus de 50 institutions publiques et privées activement engagées. Ce processus a permis de consolider l'initiative en un cadre de concertation permanent et dynamique, dans l'esprit d'aborder de manière collective et collaborative, l'ensemble des enjeux liés au développement du commerce électronique au Burundi.

Cet écosystème collabore étroitement avec les ministères sectoriels concernés, notamment :

- ❖ Le Ministère en charge du Commerce dans la mise en place de la politique sectorielle du commerce électronique.
- ❖ Le Ministère en charge des Finances et de l'Économie numérique dans les réformes juridiques et fiscales ainsi que les procédures douanières.
- ❖ Le Ministère en charge de l'Intégration régionale dans la collaboration avec les cadres et mécanismes sectoriels régionaux et continentaux.

L'écosystème national du commerce électronique constitue un cadre stratégique fondamental, reposant sur une synergie entre secteurs public et privé. Aligné aux orientations régionales et continentales, il favorise l'intégration numérique et la transformation économique du Burundi.

En combinant expertises multisectorielles et dialogue public-privé, cette initiative a ouvert la voie à une gouvernance concertée qui renforce la compétitivité du pays sur la scène régionale et internationale.

III. LES ACTEURS DE L'ECOSYSTEME

L'écosystème national du commerce électronique du Burundi regroupe les principaux acteurs qui interviennent dans l'opérationnel, la régulation et l'arbitrage. Ils sont organisés en 5 groupes de travail:

Groupe 1 : Plateformes locales de commerce en ligne

Ce groupe rassemble les propriétaires de plateformes e-commerce, unis pour offrir des services fiables, accessibles et adaptés aux normes nationales, aux standards internationaux et aux réalités locales. Cinq entreprises pionnières du secteur en font déjà partie.

Groupe 2 : Fournisseurs des systèmes de paiement

Ce groupe réunit les principaux fournisseurs de services de paiement digitaux au Burundi, incluant banques commerciales, institutions de microfinance, opérateurs de paiement mobile et passerelles de paiement.

Groupe 3 : Acteurs de la chaîne logistique de livraison

Ce groupe rassemble les acteurs clés de la chaîne logistique, notamment les transitaires internationaux (Poste, DHL, FedEx, AGL, ...), les transporteurs locaux et régionaux, les agences en douane, les organismes de certification et l'Administration douanière.

Groupe 4 : Les régulateurs des services de commerce électronique

Ce groupe rassemble les institutions des services directement liés au commerce électronique dont notamment :

- L'Autorité de Régulation et de Contrôle des Télécommunications (ARCT) en charge de la régulation technique,
- La Banque de la République du Burundi (BRB) pour la régulation des systèmes de paiement,
- L'Office Burundais des Recettes (OBR) en charge des questions fiscales,
- La Commission Indépendante de la Concurrence (CIC) pour les affaires commerciales.

Groupe 5 : Le mécanisme d'arbitrage

Ce groupe réunit les experts issus de la CFCIB, des chambres sectorielles et d'autres associations professionnelles actives dans le commerce électronique.

IV. GUIDE PRATIQUE DE L'ECOSYSTEME

La création d'un écosystème national de commerce électronique efficace nécessite une approche coordonnée face aux défis liés aux plateformes e-commerce inadaptées, à l'absence des systèmes de paiement e-commerce qui soient accessibles et à la chaîne logistique inappropriée. Avec autant des défis, il était crucial d'élaborer un Guide pratique pour la mise en place de cet écosystème. C'est ainsi que toutes les parties prenantes se sont mises ensemble pour produire ce Guide pratique de l'écosystème national de commerce électronique du Burundi.

Ce guide détaille les aspects techniques et opérationnels du commerce électronique ainsi que l'interopérabilité entre les différentes plateformes et autres acteurs locaux, en tenant compte des particularités locales notamment le contexte socio-économique et les réalités locales pour être pertinemment applicable. En somme, ce guide a été donc une étape significative pour le développement du commerce en ligne au Burundi, car il offre un cadre national de commerce électronique adapté aux défis et opportunités spécifiques du pays.

Le guide de l'écosystème du commerce électronique au Burundi fournit des lignes directrices claires pour un commerce électronique sécurisé, en clarifiant les rôles des acteurs et leurs interactions. Il détaille le fonctionnement des plateformes, des systèmes de paiement, de la chaîne logistique, de la certification des produits ainsi que du mécanisme de régulation et d'arbitrage afin de garantir une protection juste des consommateurs.

Ce guide est donc un outil essentiel pour promouvoir l'environnement de confiance pour un commerce électronique au Burundi.

V. MODALITES TECHNIQUES ET OPERATIONNELLES DE L'ECOSYSTEME NATIONAL DE COMMERCE ELECTRONIQUE DU BURUNDI

QUOI	MODALITES TECHNIQUES	MODALITES OPERATIONNELLES
MODALITES TECHNIQUES ET OPERATIONNELLES DES SITES WEB MARCHANDS		
1. Configuration des Sites Web marchands	Les sites web marchands, les systèmes de paiement locaux et les chaînes logistiques nationales et internationales qui désirent opérer les activités e-commerce au Burundi doivent établir un mécanisme d'échange des données permettant d'effectuer les transactions d'achat ou de vente au Burundi	1. Les informations relatives aux transactions d'achat et vente d'un bien ou service seront interchangeées entre les parties prenantes et communiquées aux régulateurs à travers un mécanisme d'intégration technique (API), des e-mails ou autre mécanisme approprié 2. Les transactions doivent être effectuées en toute transparence
	L'interopérabilité entre les parties prenantes est obligatoire et non négociable	Les critères et conditions d'interopérabilités convenues sont les suivants : 1. Le site web marchand doit être sécurisé 2. Le propriétaire du site web marchand doit être légalement établi au Burundi 3. Signature d'un accord de confidentialité 4. Le site web marchand doit avoir un compte au moins dans une banque ou établissement financier établi au Burundi et doit intégrer au moins un système de paiement sécurisé

MODALITES TECHNIQUES DES SYSTEMES DE PAIEMENTS		
2. Création des comptes fiduciaires	Toute commande est obligatoirement réglée par l'intermédiaire d'un compte fiduciaire	1. Les fournisseurs des systèmes de paiement mettent à la disposition des sites web marchands leurs API avec sa documentation technique et les tarifs appliqués 2. Le paiement e-commerce doit être effectué sous-forme de virement du compte ou du portefeuille du client vers le compte fiduciaire. 3. Tout fournisseur de système de paiement e-commerce doit disposer d'un compte fiduciaire dédié ouvert dans une banque commerciale ou dans une institution de Microfinance de première et de troisième catégorie
3. Transfert des données de facturation du site web marchand vers le système de paiement e-commerce local au Burundi	Pour qu'un paiement soit initié, le site web marchand doit envoyer au fournisseur des services de paiement e-commerce une facture contenant les données obligatoires suivantes: 1. Numéro de commande 2. Le nom et la brève description de l'article ou du service 3. Le montant de la commande et les autres coûts y relatifs 4. Le nom du client acheteur 5. Le numéro de téléphone 6. Les noms et les numéros de comptes de tous les bénéficiaires du paiement 7. Le nom et le NIF du vendeur/prestataire de service	Le site doit générer ces informations de façon sécurisée à travers un système intégré (API), à travers des e-mails ou un autre canal approprié
4. Processus de paiement du client vers le compte fiduciaire	Sur base des données de facturation reçues du site web marchand, le client sélectionne le mode de paiement de son fournisseur du système de paiement e-commerce ainsi que le mode de paiement, puis il effectue un virement de son	Le montant est viré de son compte bancaire ou de son portefeuille vers le compte fiduciaire

	compte vers le compte fiduciaire qui est confirmé par une notification de paiement lui envoyé par le fournisseur de son système de paiement	
	Le montant du paiement de la facture sera retenu dans le compte fiduciaire jusqu'à la notification pendant 4 jours.	Les bénéficiaires du paiement de la facture sont notifiés du paiement par le fournisseur du système de paiement.
5. Transfert du paiement du compte fiduciaire vers les comptes des bénéficiaires	Les bénéficiaires recevront leur paiement dans les 4 jours après confirmation de la livraison par un OTP généré automatiquement par le site web marchand ou par notification de l'exécution du service ou prestation ou de l'exécution automatique du service	1. S'il n'y a pas de réclamation dans les 4 jours, le montant est dispatché parmi les bénéficiaires 2. Sur base des instructions se trouvant dans la facture générée par le site web marchand, le gestionnaire du compte fiduciaire effectue le virement du compte fiduciaire vers les comptes de tous les bénéficiaires
	L'annulation ou le retour de la marchandise doit être notifié automatiquement ou à travers une voie de communication appropriée	En cas d'annulation de la commande ou de retour de la marchandise, le gestionnaire du compte fiduciaire exécute l'opération d'extourne sur instruction du propriétaire du site marchand par voie de communication appropriée.
	Les parties prenantes (les propriétaires des sites web marchands, les fournisseurs des systèmes de paiement, les fournisseurs des passerelles de paiement, les gestionnaires de la chaîne logistique) doivent mettre en place un mécanisme de gestion des litiges.	En cas de divergence entre le client et le vendeur, un processus d'investigation est enclenché par l'organisme d'arbitrage ou le cas échéant le régulateur. Dans de tel cas, c'est lui qui donne l'ordre de paiement des bénéficiaires d'effectuer l'opération d'extourne.
6. Rémunération du système de paiement	Les sites web marchand intègrent dans le prix du produit, les commissions liées au service de paiement.	Les commissions liées à ce paiement sont payées (supportées) par le marchand. La marge tarifaire retenue applicable sur les transactions de paiement e-commerce au Burundi étant de 1-3%

MODALITES TECHNIQUES ET OPERATIONNELLES DE LA CHAÎNE LOGISTIQUE ASSOCIEE AU COMMERCE ELECTRONIQUE		
7. Les acteurs de la chaîne logistique locale	1. Agents de collecte 2. La Poste et les transporteurs locaux 3. Les agents de livraison dernier kilomètre 4. Les gestionnaires des points de relais provinciaux 5. Les points de collecte dans des centres urbains 6. Le marchand 7. Les compagnies d'assurances 8. Le fournisseur du système de paiement(le gestionnaire du compte fiduciaire)	1. Les acteurs doivent se faire inscrire auprès du régulateur 2. Les sites web marchands doivent inclure les frais d'assurance dans les frais de livraison 3. Les transporteurs et/ou les transitaires doivent mettre en place un mécanisme de tracking des colis
8. Les acteurs de la Chaîne logistique régionale	1. Agents de collecte 2. La Poste et les transporteurs locaux pour la chaîne logistique nationale 3. Les Agences de transport régional 4. Les transitaires 5. Les institutions de certification des produits 6. L'Administration douanière 7. Les compagnies d'assurances 8. Agences en douane 9. Les agents de livraison dernier kilomètre 10. Les gestionnaires des points de relais provinciaux 11. Les gestionnaires des points de collecte dans des centres urbains 12. Le marchand 13. La banque 14. Le fournisseur du système de paiement(le gestionnaire du compte fiduciaire)	
9. Les acteurs de la Chaîne logistique internationale	1. Agents de collecte 2. La Poste et les transporteurs locaux pour la chaîne logistique nationale 3. Les transitaires	

	4. Les institutions de certification des produits 5. L'Administration douanière 6. Les compagnies d'assurances 7. Agences en douane 8. Les agents de livraison dernier kilomètre 9. Les gestionnaires des points de relais provinciaux 10. Les gestionnaires des points de collecte dans des centres urbains 11. Le marchand 12. Le fournisseur du système de paiement (le gestionnaire du compte fiduciaire)	
10. Les Points de collecte et de livraison	Tous les sites web marchands doivent disposer des points de relais et de livraison	1. Les points de relais sont créés dans des villes et les points de livraison dans des centres urbains ; 2. Toutes les plateformes e-commerce doivent déclarer leurs points de relais et de livraison
11. Transfert des données de commande	Tous les sites web marchand établi au Burundi doit envoyer des données de commande aux partenaires de la chaîne logistique avec les précisions suivantes : - Les détails de la commande ; - Les coordonnées précises du destinataire ; - Les points de collecte et de livraison	Les données relatives à la commande peuvent être envoyées par un mécanisme d'intégration technique (API), par e-mails ou autre mécanisme approprié.
12. Les autorisations pour l'exportation ou importation	Tous les sites web marchands qui veulent vendre les produits en dehors du Burundi doivent avoir les autorisations nécessaires	1. Doivent indiquer la liste des produits à exporter et les pays auxquels ils peuvent livrer ; 2. Licence d'exportation du Burundi des produits indiqués ; 3. Licence d'importation dans les pays indiqués
13. La certification des marchandise	Tous les produits à exporter doivent être certifiés	La certification peut être faite auprès de BBN ou d'un autre organisme de certification reconnu.

14. Dédouanement	L'Administration fiscale doit mettre en place un mécanisme d'accès aux données permettant le dédouanement des produits achetés en ligne	1. L'Administration fiscale doit disponibiliser les tarifs applicables aux produits exportés et importés ; 2. L'Administration fiscale doit fixer le minima applicable aux produits importés en ligne et le taux y afférent ; 3. Pour les achats en ligne, les déclarations utilisent le NIF du transitaire ou de la plateforme e-commerce vendeur à la place et lieu de l'Acheteur.
15. Gestion des retours	Tous les sites web marchands doivent mettre en place un mécanisme de retour des marchandises au marchand en cas de non satisfaction de la qualité du produit par le client	1. Les modalités de livraison doivent établir clairement les conditions de retour 2. Les conditions de retour des marchandises devront se référer aux dispositions du Code de commerce du Burundi ainsi qu'aux lois et Réglementations fiscales
16. Tarif commun pour la livraison nationale	La Poste et les transporteurs locaux fixent librement leurs tarifs de façon raisonnable.	Pour fixer les tarifs, les variables suivantes doivent être prises en considération : 1. Poids 2. Volume 3. Distance 4. Assurance 5. Mode de livraison (ordinaire ou express) Ces tarifs doivent être communiqués et approuvés par le régulateur
REGULATION ET D'ARBITRAGE DE L'ECOSYSTEME E-COMMERCE AU BURUNDI		

IV.1. MÉCANISME DE RÉGULATION

17. Autorégulation	Tous les sites web marchands y compris les passerelles de paiement doivent mettre en place leurs propres mécanismes d'autorégulation	1. Tous les sites web marchands doivent afficher clairement les conditions générales d'utilisation 2. Tous les sites web marchands doivent intégrer une fonctionnalité exigeant la lecture et la signature d'un contrat de vente avant de placer une commande en ligne. 3. Le contrat de vente doit être établi conformément aux dispositions prévues dans le code de commerce. 4. Les propriétaires des sites web marchands multi-vendeurs doivent exiger aux vendeurs le respect de la conformité des produits aux descriptions affichés dans la fiche produit, aux exigences réglementaires et aux certifications nécessaires. 5. Tous les sites web marchands doivent disposer d'un espace spécifique pour la réception des réclamations. 6. Toutes les réclamations reçues doivent être traitées et répondus dans 24heures. 7. Tous les propriétaires des sites web marchands doivent mettre en place des règles pour restreindre aux personnes étrangères l'accès aux données personnelles et à la vie privée de leurs clients.
---------------------------	---	---

18. Régulation transactionnelle	Le régulateur transactionnel doit s'assurer que le commerce électronique respecte les exigences légales et réglementaires de la vente commerciale conformément au TITRE XI du Code de commerce	1. Tous les sites web marchands doivent observer de manière spécifique les éléments suivants : - La formation du contrat ; - Les obligations de vendeur en ce qui concerne l'obligation de livraison, de l'obligation de conformité, l'obligation de garantie ; - Les obligations de l'acheteur notamment l'obligation de paiement du prix et de la prise de livraison
19. Régulation technique	L'Autorité de régulation des communications électroniques et postales veille au strict respect de la conformité technique des technologies utilisées par les sites web marchands, les passerelles de paiement, les systèmes de paiement et les acteurs de la chaîne logistique ainsi que le mécanisme de régulation conformément à la loi et aux modalités techniques convenues dans ce document.	Les technologies utilisées doivent garantir la conformité des éléments spécifiques suivants : 1. La reconnaissance de la valeur juridique des messages de données 2. La formation de contrat sous-forme électronique 3. Le Régulateur des Communications électroniques et postales vérifie que les sites web marchands, les plates formes de paiement et celles de livraison sont développés de manière à fournir les éléments décrits à l'Article 145 et la conformité de la procédure exigée à l'article 146 du Code des communications électroniques et postales. 4. Le Régulateur des Communications électroniques et postales vérifie que les sites web marchands, les plateformes de paiement et celles de livraison sont développés de manière à assurer la protection des consommateurs ainsi que la cybersécurité. 5. Le Régulateur doit s'assurer que les fournisseurs des sites web marchands ont mis en place l'espace de gestion des réclamations y compris l'extourne 2. Le Régulateur des Communications électroniques et postales doit s'assurer que tous les acteurs de

		l'Ecosystème national e-commerce disposent d'un système d'assistance opérationnelle 24/7 jours.
20. Régulation financière	La Banque Centrale veille au strict respect de la conformité des procédures de paiement e-commerce conformément à la loi et aux modalités opérationnelles convenues dans ce document.	1. La Banque Centrale doit vérifier que tous les fournisseurs des systèmes de paiement e-commerce disposent des comptes fiduciaires spécifiques 2. La Banque Centrale doit s'assurer que tous les paiements e-commerce passent obligatoirement dans un compte fiduciaire 3. La Banque Centrale doit s'assurer que les fournisseurs des systèmes de paiement e-commerce ont mis en place un mécanisme d'extourne en cas d'erreur, d'annulation ou de la non-exécution de la commande.
21. La régulation fiscale	La régulation fiscale sera assurée par l'Office burundais des recettes (OBR)	1. Pour la déclaration de la TVA, le commerçant fera la collecte et la déclaration conformément à la loi en vigueur. 2. L'Administration fiscale mettra à la disposition des Sites web marchands la grille tarifaire des droits de douane ; 3. Le minima est actuellement fixé à 50 USD (exonéré droit à la porte) mais les autres taxes applicables seront payées ; 4. Pour les déclarations douanières, le déclarant utilisera le NIF du transitaire ou du propriétaire du site marchand suivant le mécanisme appelé prélèvement forfaitaire libératoire; 5. A l'arrivée des marchandises au port (inbond & outbond), la douane procédera à la vérification de la conformité entre la pré-déclaration (des données envoyées par le Site web marchand) et le contenu du paquet reçu.

MÉCANISME D'ARBITRAGE		
22. Les acteurs du mécanisme d'arbitrage	1. Les représentants de la chambre sectorielle des TIC 2. Les représentants de la chambre sectorielle des Banques et établissements financiers 3. Les représentants de la chambre des transporteurs et transitaires	Les représentants sont désignés par leurs chambres sectorielles respectives ; Les représentants doivent justifier d'une certaine expertise en matière de commerce en ligne.
23. Dépôt des plaintes	Les plaintes peuvent être déposées par : 1. Les acteurs de l'écosystème dans leurs relations, 2. Les acheteurs 3. Les vendeurs	Les plaintes sont déposées via une plateforme dédiée ou un autre mécanisme approprié
24. Traitement des plaintes	Les dossiers reçus sont traités par les arbitres désignés.	1. Les plaintes reçues de la part des acheteurs doivent être traitées en 24 heures ; 2. Les plaintes concernant les relations entre les plateformes et les vendeurs doivent être traitées dans un délai maximal de 15 jours ; 3. Les plaintes concernant les relations entre les acteurs de l'écosystème notamment sur l'interopérabilité ou le partage des revenus doivent être traitées dans un délai maximal de 30 jours

LISTE DES INSTITUTIONS AYANT PARTICIPE A L'ELABORATION DE CE GUIDE

PLATEFORMES E-COMMERCE	
1	BURUNDI SHOP
2	MEDIABOX
3	AFRIREGISTER
4	AKAGURIRO
5	IREA PLUS
6	ASYST
FOURNISSEURS DES SYSTEMES DE PAIEMENT	
1	BANCOBU
2	BBCI
3	INTERBANK BURUNDI
4	BCB BANK BURUNDI
5	BCAB
6	KCB BURUNDI
7	ECOBANK
8	FINBANK
9	BGF
10	CRDB
11	BIJE
12	DTB Burundi
13	IHELA CREDIT UNION
14	FENACOB
15	LUMICASH
16	SASAI FINTECH/ECOCASH
17	LEAPA
ACTEURS DE LA CHAÎNE LOGISTIQUE	
1	Régie Nationale des Postes (RNP)
2	DHL BURUNDI
3	BBN
4	EHS/FEDEX
5	UPS BURUNDI
6	GTLC
7	AGL BURUNDI
8	EAST AFRICAN CARGO BURUNDI
9	BURUNDI AIRLINES
10	AIR TANZANIA
11	UGANDA AIRLINES
12	VOLCANO EXPRESS
13	DHL
14	EHS/FEDEX
15	GTLC
16	AGL

REGULATEURS	
1	Agence de Régulation et de Contrôle des Télécommunications (ARCT)
2	Banque de la République du Burundi (BRB)
3	Office Burundais des Recettes (OBR)
4	Agence de Régulation et Contrôle des Assurances (ARCA)
5	Autorité de l'Aviation Civile du Burundi (AACB)
6	Autorité de Régulation des Produits Vétérinaires, des. Pesticides et des Aliments (ABREVPA)
ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES DU SECTEUR PRIVE	
1	Chambre Fédérale de Commerce et d'Industrie du Burundi
2	Chambre Sectorielle des Banques et Etablissements Financiers (ABEF)
3	Chambre Sectorielle des Technologies de l'Information et de Communication (CSTIC)
4	Réseau des Institutions de Microfinance (RIM)
5	Association Innovation
6	Association des Assureurs (ASSUR)
INSTITUTIONS DE SOUTIEN	
1	Ministère des Ressources Minières, de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme
2	Ministère des Finances, du Budget et de l'Economie Numérique
3	Ministère des Affaires Etrangères, de l'Intégration Régionale et de la Coopération au Développement
4	Fonds du Service Universel (FSU)
5	Agence de Développement du Burundi (ADB)
6	Secrétariat Exécutif des Technologies de l'Information et de Communication