

Réalité et perspectives de l'intégration du paiement en ligne sur les sites de e-commerce en Algérie

Reality and prospects of the integration of online payment on e-commerce sites in Algeria

Mesloub Slimane*, LAREMO, Université de Tizi-Ouzou (Algérie),
slimane.mesloub@ummtto.dz

Moussaoui Abdelhakim, LAREMO, Université de Tizi-Ouzou (Algérie),
hakimoussaoui@yahoo.fr

Reçu le:24/05/2023

Accepté le:24/04/2024

Publié le:28/04/2024

Résumé:

La disponibilité des moyens de paiement en ligne, est indispensable pour le bon fonctionnement d'une opération d'achat par internet. Depuis 2016, l'année de lancement officiel de paiement en ligne en Algérie. Les pouvoirs publics en Algérie tentent de généraliser cette méthode de paiement en encourageant les e-marchands à adopter le paiement en ligne sur leurs plateformes.

L'objectif de ce travail de recherche est d'analyser l'état des lieux et les perspectives de l'acceptation de paiement en ligne par les sites du commerce électronique en Algérie.

Mots clés: Paiement en ligne-Sites marchands-E-consommateur-TIC-vente à distance

Jel Classification Codes: J33, L81, L86.

Abstract:

The availability of online payment methods is essential for the proper functioning of an internet purchasing operation. Since 2016, the year of official launch of online payment in Algeria. The public authorities in Algeria are trying to generalize this payment method by encouraging e-merchants to adopt online payment on their platforms.

* *Auteur correspondant*

The objective of this research work is to analyze the state of play and the prospects for the acceptance of online payment by e-commerce sites in Algeria.

Keywords: E-payment, Merchant websites, consumer, ITC, distance selling

Jel Classification Codes: J33, L81, L86.

1. Introduction

Contrairement au commerce physique, le commerce électronique ne permet pas une rencontre directe entre l'acheteur et le vendeur qui doivent généralement conclure leur accord à distance.

L'existence des solutions de paiement en ligne dans le site marchand permet à l'acheteur d'avoir une certaine facilité dans son opération d'achat et permet aussi au vendeur d'éviter plusieurs problèmes tels que les annulations de commandes après envois, les fausses commandes, le refus de recevoir la commande par le client .etc. Ces problèmes apparaissent souvent quand le paiement se fait à la livraison. Plusieurs études ont montré l'existence d'une relation étroite, entre la disponibilité des moyens de paiement en ligne, et l'intention de procéder à un achat par internet, Halim et al concluent que la disponibilité de E-paiement sur les sites marchands a un impact sur la décision de procéder à un achat impulsif chez le consommateur (Halim, Jamardin, & HEBRAD, 2020, p. 851), Nawawi et al ont démontré l'intention d'achat en ligne augmente lorsque le client ressent une facilité d'usage des moyens de paiement sur le site marchand. (Nawawi et al, p. 641)

A cet effet la CNUCED et dans son index e-commerce classe l'acquisition des comptes bancaires et en occurrence des cartes de paiement comme l'un des 4 facteurs les plus importants pour la prospérité de la vente en ligne. (CNUCED, 2021)

L'Algérie et dans sa stratégie visant a assuré une transition numérique efficace de son économie et en parallèle de ses importants investissements dans la modernisation de son infrastructure des TIC, s'est lancée depuis l'année 2016 dans un plan visant à récupérer le retard

enregistré dans l'activité de la vente en ligne avec le lancement officiel du paiement électronique sur internet le 04 octobre 2016 (Belmadani, 2022) , et la loi 18-05 de l'année 2018 visant à encadrer d'une façon légale l'activité d'achat et de vente sur internet. (Journal officiel de la république algérienne, 2018, p. 04).

Après presque 8 ans de la rentrée en vigueur de paiement en ligne en Algérie, il est nécessaire de mettre le point sur l'évolution de cette activité, et cela afin d'être capable de corriger les lacunes enregistrées dans l'adoption de E-paiement sur les sites marchands en Algérie. La question principale de cette étude est : « **Quel est l'état des lieux de l'adoption de paiement en ligne par les sites de commerce en Algérie ?** »

Hypothèses de recherche :

A travers les résultats de cette étude nous visons à confirmer ou à infirmer les hypothèses suivantes :

H1 : Le paiement en ligne est en croissance constante notamment depuis la crise sanitaire covid-19.

H2 : Le nombre de détenteurs des moyens de paiement électronique comme les cartes en Algérie est limité ce qui pénalise l'adoption de paiement en ligne.

H3 : Le nombre de sites marchands qui proposent le paiement en ligne est faible.

Objectifs de la recherche :

- Etudier l'évolution de paiement en ligne en Algérie
- Mettre le point sur les obstacles et les perspectives de l'adoption du paiement en ligne sur les sites marchands en Algérie.

Méthodologie de recherche

Cette étude est d'une nature descriptive et analytique de l'adoption de paiement en ligne sur les sites de e-commerce en Algérie à travers l'exploitation des données de plusieurs sources :

SATIM, GIE Monétique, la banque d'Algérie, ALGERIE Poste, GAAN

Après avoir cerné le cadre théorique, ce travail sera divisé en deux principales parties :

La première partie consiste à analyser l'évolution de l'usage des moyens de paiement électroniques ainsi que leur usage pour le paiement en ligne sur les sites marchands algériens.

La deuxième partie met le point sur les obstacles qui freinent l'adoption du paiement en ligne, et les perspectives visant à développer cette méthode de paiement.

2. Eclaircissement conceptuel

2.1. Définition du commerce électronique

Lorsqu'il s'agit de définir le commerce électronique, on fait toujours référence à l'usage des supports informatiques pour effectuer une transaction à distance. Pour la CNUCED le commerce électronique fait référence aux opérations d'achat et de vente qui se font sur des réseaux informatiques à travers l'usage de plusieurs supports et appareils (réseau internet, ordinateurs, téléphones portables...etc.) (CNUCED, 2015, p. 03)

Pour la commission européenne le E-commerce est l'action d'achat ou de vente des produits sur les réseaux internet ou n'importe quel autre réseau de communication électronique. (Commission européenne, 2019, p. 04)

Kludze et Glen Rowe, définissent le commerce électronique comme un processus d'achat et de vente des produits d'une façon électronique et qui implique la réalisation des transactions en utilisant internet et d'autres réseaux électroniques. (Kludze & Glenn Rowe, 2002, p. 80)

Il existe plusieurs caractéristiques qui nous permettent de différencier entre le commerce électronique et les formes traditionnelles du commerce physique, tout d'abord en terme d'interaction, le commerce électronique ne permet pas une interaction physique entre l'acheteur et le vendeur (Issac & Volle, 2008, p. 35), qui sera remplacé par une interaction virtuelle à travers l'usage des supports informatiques, l'absence de l'interaction concerne aussi la marchandise, l'acheteur ne peut tester son produit qu'une fois réceptionnée, par ailleurs en ce qui concerne la livraison, dans le commerce physique elle se fait d'une façon instantanée après le paiement, sauf dans le cas des produits qui nécessitent une logistique spécifique (produits lourds, sensibles..Etc.). Par contre la livraison dans le

commerce électronique est liée à un délai et à l'usage des services de prestation logistique des sociétés de livraison (DUMANS, 2003, p. 689).

2.2. Le commerce électronique en chiffres

Comprendre l'importance du commerce électronique passe tout d'abord par la présentation des derniers chiffres liés à ce secteur d'activité au niveau mondial, le e-commerce bien qu'il existe depuis le début des années 1990, néanmoins une très forte croissance est constatée ces dernières années, avec l'augmentation de nombre d'internautes et l'effet de la crise covid-19.

Entre l'année 2014 et l'année 2022 et d'après le site spécialisé Statista, les ventes en ligne au niveau mondial ont passé de 1336 milliards de dollars en 2014, pour atteindre les 5564 milliards de dollars en 2022, avec des estimations d'atteindre 7391 milliards USD en 2025. (Statista, 2023)

Cette forte croissance s'explique tout d'abord par l'augmentation de nombre d'internautes au niveau mondial qui est d'après l'union internationale des télécommunications est passé de 1.02 milliards de personnes en 2005 à 4.90 milliards de personnes en 2021 (Union internationale des télécommunications, 2022, p. 21).

L'essor des Smartphones depuis l'apparition de l'Iphone en 2007 est aussi l'un des facteurs ayant conduit à l'augmentation de nombre d'internautes et à la durée de l'usage d'internet du moment qu'il est devenu possible d'accéder à internet dans plusieurs endroits grâce aux technologies d'internet mobile notamment la 4G et la 5G.

La crise Covid-19 ayant causée des effets néfastes sur l'activité économique mondiale en général a permis au commerce électronique de connaître une forte croissance, pour passer de 3351 milliards USD en 2019 à 4248 milliards USD en 2020 une année connue pour être la plus problématique de la pandémie. Une situation qui s'explique par les mesures drastiques prises par les gouvernements pour réduire la mobilité des individus dans le but de lutter contre la propagation de virus, ce qui a conduit à une forte demande sur les services de la livraison à domicile des différents biens et services. Aux USA l'un des marchés principaux du e-commerce au niveau mondial et l'un des pays les plus touchés par la

pandémie et d'après E-Marketer, les ventes en ligne des produits d'épicerie sont passés de 62.2 milliards USD en 2019 à 95.9 milliards USD en 2020 au moment de l'épidémie Covid-19. (EMARKETER, 2021)

2.3. Les méthodes du paiement dans le commerce électronique

Dans le commerce physique, la question du paiement est souvent considérée comme un point banal, contrairement au commerce électronique où la phase de paiement est cruciale pour l'acheteur et le vendeur qui doivent trouver un moyen substituant à la transaction de contact et qui doit fournir un ensemble d'avantages pour les deux parties en termes de sécurité, simplicité, coûts de transaction, anonymat...etc. (Paillès, 2003).

Bien que aujourd'hui une dizaine de systèmes de paiement en ligne se dégage mais les sites de e-commerce sont souvent dotés d'un ensemble récurrents de moyen de paiement que nous allons citer ci-dessus.

2.3.1. Le paiement par carte

La carte bancaire est sans doute le moyen le plus ancien utilisé dans le paiement en ligne sur les sites marchands, simple à utiliser, elle nécessite que le client saisisse ses informations personnelles et bancaires lors de passage à la caisse en ligne, pour que le paiement se passe d'une façon instantanée, il est bien de signaler que plusieurs types de cartes existent, des cartes débit, crédit, prépayée, nationale pour les paiements nationaux et internationale pour les paiements transfrontaliers (VISA-Mastercard) (Duranton, Koch, & Robil, 2022, p. 116).

2.3.2 Les intermédiaires de paiement

Les intermédiaires de paiement à l'instar de Paypal, Lydia, Google pay, etc., proposent de créer des comptes aux quels seront connectées les cartes bancaires des clients, pour éviter de divulguer les informations bancaires et personnelles sur certains sites malveillants et d'éviter les fraudes et les arnaques sur internet. Ils permettent aussi une fluidité d'achat par Smartphones appelé paiement mobile, tels que les achats sur les plateformes d'applications, jeux vidéos, ouvrages.etc. (Verider, 2015, p. 70)

2.3.3. Les bons de paiement à code éphémère :

Il s'agit des tickets achetés dans des magasins physiques, comme PAYSAFE, TRANSCACHE, qui contient un code à usage unique, qui

permet de payer sur des sites e-commerce qui accepte cette méthode de paiement.

2.3.4 Le paiement à la livraison

Payer à la livraison, cash on delivery en anglais, consiste à faire la commande en ligne, et ne payer qu'une fois le produit est reçu, il ne s'agit donc pas d'un paiement en ligne, mais uniquement d'une commande en ligne.

2.4. Des inégalités géographiques dans le paiement en ligne au niveau mondial

Les intermédiaires de paiement, notamment les Mobile Wallets représentent aujourd'hui environ la moitié des transactions de E-commerce au niveau mondial, suivi d'après Statista des cartes bancaires avec un taux de 22%, néanmoins cette utilisation n'est pas égale dans toutes les régions du monde, dans le moment où les mobile Wallets représentent 60% des transactions en ligne dans la région Asie Pacifique, ce mode de paiement ne représente que 20% en Amérique Latine. Par ailleurs en Afrique le paiement à la livraison continue à être le moyen de paiement favorisé des consommateurs en ligne. Au Maroc 66% de consommateurs paient à la livraison, 57% en Egypte et 40% au Kenya. (Statista, 2023)

3. Le paiement en ligne sur les sites marchands en Algérie

Le lancement officiel du paiement en ligne en Algérie remonte au 4 octobre 2016, durant cette première année, seulement quelques entreprises ont été autorisées à proposer cette méthode de paiement sur leurs plateformes, il s'agit notamment des opérateurs téléphoniques, services internet, assurances, transport aérien et quelques organismes administratifs.

3.1. Le cadre légal et réglementaire de paiement en ligne en Algérie

La loi 18-05 de 10 mai 2018, relative au commerce électronique en Algérie a expliquée les conditions relatives au paiement des transactions commerciales électroniques. L'article 27 de la dite loi indique que le paiement peut avoir lieu à distance (en ligne) ou à la livraison de produit (paiement à la livraison). Le même article met l'accent que dans le cas d'un paiement en ligne, la transaction doit se faire exclusivement sur des plateformes de paiement dédiées mises en place et exploitées par la banque

Réalité et perspectives de l'intégration du paiement en ligne sur les sites de e-commerce en Algérie

d'Algérie, Algérie poste et les banques agréées (Journal officiel de la république algérienne, 2018, p. 7).

La connexion des sites de e-commerce à la plateforme de paiement doit être sécurisée via un système de certification électronique d'après l'article 28 de la même loi. L'article 29 donne à la banque d'Algérie l'habileté de contrôler les différentes plateformes de paiement électroniques dans le but de garantir qu'elles répondent aux exigences demandées en matière d'interopérabilité, authentification, sécurité des données et de confidentialité (Journal officiel de la république algérienne, 2018, p. 8).

3.2. L'intégration du paiement en ligne sur les sites marchands algériens

Compte tenu de son autorisation depuis la mise en place de la loi 18-05 de l'année 2018 relative au commerce électronique, les sites du commerce électronique sont capables d'activer le paiement électronique après une demande formulée auprès de la GIE monétique

3.2.1. Présentation de la GIE monétique

Le groupement d'intérêt économique monétique (GIE monétique) a été crée en Juin 2014, dans une vision stratégique visant d'assurer une régulation d'un système monétique interbancaire, Il est composé de 19 membres dont 18 banques et l'établissement d'Algérie poste. La banque d'Algérie est un membre non adhérent de la GIE monétique chargé d'assurer la sécurité des systèmes et des moyens de paiement.

Table N°01.Listes des membres de la GIE monétique

Banques publiques	CNEP, CPA ,BADR, BDL, BEA ,BNA,
Banques privées	BNP Paribas, Société générale, Fransabank,Trust,AGB, Albaraka,Essalam Arab bank , Natixis, ABC bank, Housing bank, HSBC
Poste	Algérie poste
Membre non adhérent	Banque d'Algérie

Source : (Gie monétique, 2023)

3.2.2. Procédure d'intégration du paiement électronique sur les sites marchands

La procédure de l'intégration du paiement électronique se fait à travers une demande à distance destinée à la GIE monétique sur une plateforme dédiée (CIBWEB) et se déroule en cinq phases :

- Le web marchand dépose la demande et remplit le formulaire sur CIBWEB
- LA GIE monétique procède au traitement et la recevabilité de la demande à distance
- Tests et certification à distance du site e-commerce proposé sur une plateforme spécialisée (test CMI)
- Etablissement du procès verbal des tests, envoi après émission de l'autorisation d'intégration du paiement en ligne par la GIE Monétique
- Le site est référencé comme web marchand certifié par la GIE monétique et publié sur la plateforme CIBWEB

3.2.3. Evolution de nombre de sites marchands qui proposent le paiement en ligne

D'après les dernières statistiques de GIE monétique datant de Mars 2024, il existe 512 sites de e-commerce doté du paiement électronique en Algérie.

Table N°02 : Evolution de nombre de sites marchands autorisés à intégrer le paiement en ligne dans leurs méthodes de paiement (2016-2023)

Année	Nombre de sites marchands autorisés à intégrer le paiement en ligne dans leurs méthodes de paiement.
2016	04
2017	07
2018	09
2019	16
2020	31
2021	89
2022	148
2023	179
2024 en cours	29
Total 2016-2024	512

Source : (CIBWEB, 2024)

Pour les trois premiers mois de l'année 2024, GIE Monétique a autorisé le paiement en ligne dans 29 nouveaux sites web marchands.

3.3. Les moyens du paiement en ligne en Algérie

Les sites marchands autorisés a ajouté le paiement en ligne dans leurs méthodes de paiement, s'appuient sur la carte comme un moyen de paiement en ligne, Algérie Poste demeure le plus grand fournisseur des cartes de paiement et de retrait (Eddahabia) avec 12, 6 millions de cartes délivrées jusqu'à janvier 2024. Par ailleurs, les cartes de paiement issues des organismes bancaires sont à l'ordre de 3,8 millions cartes délivrées jusqu'à janvier 2024 d'après les chiffres de la GIE monétique.

Table N°03.Nombre de cartes en circulation en Algérie (janvier 2023)

Nombre de cartes CIB	Nombre de cartes Eddahabia Algérie Poste
3 813 218	12 693 459

Source : (Gie monétique, 2024)

3.4. Le nombre de transactions en ligne entre 2016 et début 2024

Le tableau qui suit nous donne un aperçu de l'évolution de nombre total des transactions en ligne et le montant en Dinar algérien pour la période de 2016- début 202.

Table N°04.Evolution de nombre et le montant des transactions en ligne en Algérie entre 2016 et Février 2023.

Année	Nombre de transactions	Montant en DZD
2016	7366	15 009 842
2017	107 844	267 993 423
2018	176 982	332 592 583
2019	202 480	503 870 361
2020	4 593 960	5 423 727 074
2021	7 821 346	11 176 475 535
2022	9 048 125	18 151 104 423
2023	15 351 354	32 196 672 024
Janvier 2024	1 069 088	3 007 423 813

Source : (GIE MONETIQUE, 2024)

D'après les chiffres de tableau n°.04, nous constatons que les transactions en ligne sur les sites marchands en Algérie sont en plein croissance notamment durant la période 2020-2024.

3.4.1. L'impact de l'adhésion d'Algérie Télécom et de la crise covid-19 sur le paiement en ligne en Algérie

A travers la lecture de l'évolution de nombre de transaction en ligne en Algérie, nous constatons que l'adhésion d'Algérie poste à cet organisme a boosté d'une façon importante le nombre de transactions en ligne, en 2019 avant l'adhésion d'Algérie poste le nombre de transactions en ligne était à 202 480 transactions pour un montant global de 503 870 361 Da avant de passer à 4 593 960 transactions pour un montant global de 5 423 727 074 Da juste après l'adhésion d'Algérie Poste

Cette situation est expliquée notamment par le nombre important de détenteurs des comptes courants postaux (CCP), et en occurrence la carte Eddahabia par apport aux détenteurs des comptes bancaires en Algérie. et les cartes CIB.

Table N°05. Evolution de nombres de comptes bancaires actifs en dinars entre 2009-2020

Année	Nombre de comptes	Année	Nombre de comptes
2009	8 566 479	2010	8 945 501
2011	8 823 783	2012	10 147 409
2013	10 564 224	2014	10 971 639
2015	11 346 007	2016	11 876 800
2017	10 914 746	2018	11 053 224
2019	11 286 720	2020	10 807 055

Source : (Banque d'Algérie, 2023)

Table N° 06. Evolution de nombre de comptes CCP entre 2015-2021

2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
19 118	20 044	20 413	21 374	22 629	23 613	24 714
250	782	478	419	707	552	867

Source : (Ministère de la poste et des télécommunications, 2023)

D'après les données des tableaux n° 05 et n° 06, le nombre de comptes CCP a augmenté de 5 millions de comptes en six ans entre 2015 et

Réalité et perspectives de l'intégration du paiement en ligne sur les sites de e-commerce en Algérie

2021, par ailleurs bien que le nombre de comptes bancaires actifs a augmenté mais la croissance été moins importante (2 240 576 de comptes bancaires en plus entre 2009 et 2021).

Si l'impact de l'adhésion d'Algérie poste était important quant aux nombre de transactions en ligne, la crise sanitaire Covid-19 a participé, de son coté à l'augmentation de ce chiffre, rien que entre 2020 et 2021, le montant global des transactions en ligne a augmenté de 5 752 748 461 DA, cette croissance ne semble pas être occasionnelle compte tenu des chiffres enregistrés en 2023 qui montre une croissance de 77% dans la valeur des transactions en ligne par rapport à l'année 2022..

3.4.2. Analyse des chiffres de paiement par type d'activité commerciale

Le tableau qui suit présente le nombre des transactions en ligne par activité commerciale pour l'année 2023.

Table N°07. Nombre de transactions en ligne par activité commerciale pour l'année 2022

Activité commerciale	Nombre de transactions en 2023
Télécommunications	8 400 869
Services Administratifs	4 086 659
Assurances	36 996
Facturier	640 485
Transport	371 317
Prestataire de services	1 055 672
Sports et loisirs	708 212
Vente de biens	51 154

Source : (GIE MONETIQUE, 2024)

Si le montant des transactions en ligne sur sites marchands en Algérie, est en forte croissance, néanmoins il existe une grande inégalité en termes d'usage du paiement en ligne sur ces sites quand on procède à leur classification par catégorie commerciale.

En 2023 et sur les 15 351 354 transactions enregistrées, plus de 8 400 969 opérations sont issues d'une seule activité commerciale en occurrence celle des télécommunications.

D'une façon globale l'achat et la vente des services (télécommunications incluses) représente la majorité des paiements en ligne sur les sites de e-commerce en Algérie, avec un taux avoisinant les 99.66%.

3.4.3. Le paiement à la livraison le moyen privilégié pour les produits physiques

A travers la lecture des chiffres du paiement en ligne de la GIE monétique, nous pouvons constater que les consommateurs algériens préfèrent le paiement à la livraison quand il s'agit de l'achat d'un produit physique sur internet, en 2022 le nombre des opérations de paiement en ligne pour les catégories des biens était de 51 154 opérations soit un taux de 0.33% de l'ensemble des opérations en ligne de la même période. Des chiffres qu'on peut considérer comme très faibles, notamment lorsque on sait que la catégorie vente des produits est la plus présente sur la liste des 512 sites de e-commerce algériens dotés du paiement en ligne.

3.5. Les entraves de l'adoption de paiement en ligne par les sites marchands algériens

Bien que le paiement en ligne connaisse une forte croissance néanmoins il demeure en retard par rapport aux chiffres réalisés dans d'autres pays à l'exemple des pays de l'Afrique du nord. En Tunisie et pour l'exercice de 2023, le montant des paiements en ligne selon les chiffres de la banque centrale tunisienne était de 1.184 milliards de Dinar tunisien soit 51 milliards de dinar algérien (taux de change pour la journée de 25/03/2024). Cette situation peut être expliquée par le nombre de sites marchands proposant le paiement en ligne dans les deux pays, en Tunisie et selon la banque centrale tunisienne le nombre des sites marchands est de 1256 sites actifs (Banque centrale tunisienne, 2023, p. 1) contre 512 sites en Algérie.

Le paiement en ligne en Algérie est dominé par les entreprises des télécommunications et le paiement des factures, un petit nombre d'entreprises absorbent pratiquement l'ensemble des transactions en ligne, , un ensemble d'entraves ont été soulignées par les opérateurs de domaine à l'instar du groupement algérien des acteurs du numérique (GAAN).

3.5.1. Un cadre fiscal peu encourageant

Le premier point levé par la GAAN est lié à la fiscalité imposée sur le paiement en ligne des sites marchands en Algérie, en 2020 la loi des finances et dans son article 41 a instaurée un taux de TVA réduit à 9% pour les opérations de vente réalisées par voie électronique (Journal officiel de la république algérienne, 2020, p. 15). Néanmoins et depuis la loi des finances de l'année 2022, et conformément à l'article 94 de la dite loi, le taux réduit de la TVA ne s'applique plus sur la vente en ligne (journal officiel de la république algérienne, 2022, p. 37).

Une situation jugée par la GAAN non favorable pour l'adoption du paiement en ligne et elle favorise l'émergence et le développement d'un marché informel du e-commerce en Algérie, le même organisme plaide non seulement pour l'application de ce taux réduit mais pour une exemption temporelle de la TVA dans le but d'encourager les sites marchands à intégrer le paiement en ligne dans leurs sites (GAAN, 2022, p. 19).

3.5.2. Confiance de consommateur vis-à-vis le paiement en ligne des produits physiques.

Le deuxième obstacle freinant l'adoption du paiement en ligne sur les sites marchands en Algérie est en relation directe avec la réticence du consommateur algérien vis-à-vis le paiement à l'avance des produits physiques achetés en ligne, si le paiement des factures et les divers services sur internet commencent à trouver un chemin chez le consommateur algérien, le taux faible de paiement en ligne des produits physiques posent des questions quant à la confiance du consommateur dans les sites de vente en ligne.

Un autre point important à prendre en considération est que les statistiques relatives au paiement électronique en Algérie, montre que le consommateur algérien ne paye en ligne qu'auprès des grandes entreprises disposant d'une certaine notoriété sur le marché (4 entreprises de télécom détiennent 54% des paiements en ligne pour l'année 2022), suivie par le paiement des factures qui sont généralement délivrées par des entreprises étatiques (Sonelgaz,ADE,etc.) , par ailleurs l'idée de procéder à un paiement électronique sur un site méconnu semble à l'heure actuelle loin d'être réalisable.

Une réticence qui peut être référée à une méconnaissance de la loi 18-05 de 18 mai 2018 relative au commerce électronique en Algérie, et qui dans ses articles 21, 22, 23, 24, 25,26 assure une protection au consommateur et un droit au remboursement et retour de produits non conformes.

4. Les perspectives de l'adoption de paiement en ligne en Algérie

Malgré les obstacles qui freinent l'adoption du paiement en ligne en par les sites marchands en Algérie, néanmoins nous constatons à travers l'analyse des chiffres de la plateforme CIBWEB chargée du processus d'adhésion des sites du e-commerce au paiement en ligne, que l'engouement des e-marchands algériens vis-à-vis le paiement en ligne commence à grandir, ce qui justifie le nombre de plus en plus important des sites marchands autorisés à intégrer le e-paiement de la part de la GIE Monétique

Les chiffres de tableau n°02, montrent que la période post-Covid, est caractérisée par une hausse dans le nombre de sites marchands dotés de paiement en ligne en Algérie, ce qui montre que cette culture est de plus en plus adoptée par les professionnels du commerce en ligne en Algérie.

Les pouvoirs publics et dans leur stratégie d'encouragement de l'économie numérique comme une opportunité de diversification de l'économie nationale ont pris un ensemble d'initiatives pouvant participer à un développement réel du paiement en ligne en Algérie.

4.1. La politique nationale de l'encouragement des Startups en Algérie

Le point en commun dans la majorité des intermédiaires de paiement leaders du marché mondial est le fait d'avoir commencé comme des startups, Paypal fondée en 1999 a été financé par des capital risque pour devenir aujourd'hui le leader mondial des solutions de paiement en ligne, la situation est similaire chez Lydia la startup française de domaine de la Fintech.

En Algérie et durant l'année 2020, le fond algérien des startups a été fondé et qui a comme mission de financer les jeunes entreprises innovantes pour la concrétisation de leurs projets. Le financement par capital risque de fond algérien des startups peut atteindre d'après Algérie Presse Services, le

montant de 5 millions de dinars pour les startups nouvellement créée et jusqu'à 50 millions de dinar pour les startups en activité. (APS, 2023)

En même temps , les établissements universitaires commencent à jouer un rôle important dans l'accompagnement des startups à travers la création des incubateurs universitaires qui ont comme rôle , le soutien des jeunes porteurs de projets dans leur début d'activité , notamment dans les démarches juridiques et administratives , ainsi que l'élaboration de leur business modèle.

L'Algérie dispose actuellement de 24 incubateurs universitaires et 34 autres privés, ainsi que un accélérateur de Startup qui joue le rôle de l'intermédiaire entre les Startups et les sources de financement. (Portail national des startups , 2024).

4.2. La nouvelle loi sur l'auto-entrepreneur

L'autre initiative des pouvoirs publics favorisant notamment une probable croissance de nombre de sites marchands en Algérie, consiste à l'adoption la loi sur l'auto-entrepreneur et le lancement officiel de l'agence nationale de l'auto-entrepreneur depuis janvier 2024 (Journal officiel de la république algérienne, 2023, p. 6)

L'importance de la dite loi pour le paiement en ligne et le commerce électronique en Algérie vient de la liste des activités éligibles à ce statut et qui ont une relation directe avec le E-commerce et le E-paiement, à titre d'exemple et d'après le site officiel de l'agence nationale de l'auto-entrepreneur nous pouvons citer les activités suivantes (Agence nationale de l'auto-entrepreneur, 2024) :

- Spécialiste de la vente en ligne
- Développeur des sites e-commerce
- Développeur d'applications
- Développeur logiciel

Les avantages que cette nouvelle loi propose pour les jeunes entrepreneurs telle que la non obligation de l'inscription au registre de commerce et un régime fiscal réduit à 0.5% de chiffre d'affaires et le droit à la sécurité sociale , peut inciter les entrepreneurs du domaine numérique, tels que les vendeurs en ligne et les développeurs a régularisé leur situation ,

ce qui permet une croissance dans le nombre de sites marchands en Algérie, ce qui va participé au développement de commerce et de paiement électronique dans notre pays.

5. Conclusion

. Cette étude nous a permet de mettre le point sur l'état des lieux de l'adoption de paiement en ligne comme une méthode de paiement sur les sites marchands en Algérie. En premier lieu nous avons constaté que les opérations de paiement par internet en Algérie connaissent une hausse considérable d'une année à l'autre , ce que nous avons justifié d'une part par l'impact de la crise sanitaire covid-19 sur les habitudes de consommateur algérien, et d'une autre de l'augmentation de nombre de détenteurs de cartes bancaires notamment depuis l'adhésion d'Algérie Poste à la SATIM ce qui nous mène à confirmer la première hypothèse de notre travail et d'infirmer la deuxième hypothèse.

Par ailleurs et bien que en croissance, le nombre de sites marchands qui proposent le paiement en ligne comme une méthode de paiement en Algérie demeure faible, lorsqu'on le compare avec le nombre d'habitants avoisinant les 50 millions d'habitants, ce qui nous mène à confirmer notre troisième hypothèse.

A travers cette étude nous avons aussi démontré qu'une petite partie de sites marchands dominant la part majoritaire des transactions en ligne la plus part des opérations d'achat en ligne concerne le paiement des factures, les prestations administratives et des télécommunications, en absence presque totale de paiement en ligne pour les achats des produits physique.

Par contre, le paiement en ligne est aujourd'hui l'une des priorités des pouvoirs publics dans la stratégie de l'Algérie visant l'accompagnement efficace de l'économie nationale, la stratégie de l'Etat notamment en ce qui concerne l'accompagnement des startups et les jeunes auto-entrepreneurs, peut avoir un impact positif sur les nouveaux métiers de web dont le e-commerce fait partie.

En guise de recommandations, il est important d'accompagner les professionnels de E-commerce en Algérie et de répondre à certaines revendications d'ordre fiscal et juridique afin de les inciter à adopter le

paiement en ligne sur leurs sites marchands. Les pouvoirs publics sont aussi invités à procéder à des mises à jour de la loi relative au commerce électronique qui n'a connue aucune modification depuis l'année 2018.

Pour conclure, nous pouvons dire que l'adoption de paiement en ligne sur les sites marchands en Algérie n'est qu'à ses débuts, multiplier les efforts étatiques peut encourager les e-marchands à mettre fin à leur réticence vis-à-vis le paiement en ligne.

6. Bibliographie

- Agence nationale de l'auto-entrepreneur. (2024). Consulté le 25,03, 2024, sur <https://activities.anae.dz/>
- APS. (2023). Start-up: Plus de 5000 start-up recensées. Consulté le 13,09, 2023, sur <https://www.aps.dz/economie/150427-start-up-plus-de-5000-start-up-recensees>
- Banque centrale tunisienne. (2023). Les paiements en chiffres en Tunisie, Bulletin n°07. Consulté le 12,03, 2024, sur https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/Bulletin_des_paiements_1.pdf
- Banque d'Algérie. (2023). Nombre de comptes actifs en dinars. Consulté le 05,05, 2023, sur <https://www.bank-of-algeria.dz/nombre-comptes-actifs/>
- Belmadani, S. (2022). les moyens de paiement en ligne en Algérie :Etats des lieux et perspectives. Revue etudes économiques , Vol 16,n°01.
- Brousseau. (2000). Commerce électronique : ce que disent les chiffres et ce qu'il faudrait savoir. revue économique et statistique n° 339-340.
- CIBWEB. (2024). REFERENTIEL DES WEB MARCHANDS AUTORISES. Consulté le 25,02, 2024, sur <https://www.cibweb.dz/fr/annuaires-des-marchands>
- CNUCED. (2021). La Suisse se Hisse en Tête de l'index Mondial du Commerce Electronique. Consulté le 15,02, 2023, sur CNUCED: <https://unctad.org/fr/news/la-suisse-se-hisse-en-tete-de-lindex-mondial-du-commerce-electronique>

- CNUCED. (2015). RAPPORT 2015 sur l'économie de l'information : libérer le potentiel du commerce électronique pour les pays en développement.
- Commission européenne. (2019). Rapport spécial : Commerce électronique la perception de la TVA et des droits de douane reste problématique à bien des égards.
- DUMANS, M. (2003). Concurrence entre commerce électronique et commerce traditionnel. *Revue économique* , Vol 54 n°03, 687-696.
- Duranton, F., Koch, M., & Robil, F. (2022). *Pro en e-commerce*. Edition Vuilbert, Paris
- EMARKETER. (2021). En 2021, les ventes d'épicerie en ligne dépasseront les 100 milliards de dollars. Consulté le 02,11, 2023, sur <https://www.insiderintelligence.com/content/2021-online-grocery-sales-will-surpass-100-billion>
- GAAN. (2022). *Livre blanc du e-commerce , e-paiement en Algérie*.
- GIE MONETIQUE. (2024). *Activité de paiement sur internet* Consulté le 20,03, 2024, sur : <https://giemonetique.dz/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet>
- Gie monétique. (2024). *Cartes en circulation*. Consulté le 15,01, 2024, sur <https://giemonetique.dz/cartes/>
- Gie monétique. (2023). *Les membres*. Consulté le 07, 05, 2023, sur <https://giemonetique.dz/acteurs/les-membres/>
- Halim, E., Jamardin, R., & HEBRAD, M. (2020). The impacts of e-payment system and impulsive buying to purchase intention in E-commerce. *International Conference on Information Management and Technology*.
- Issac, H., & Volle, P. (2008). *E-commerce: de la stratégie à la mise en oeuvre opérationnelle*. Pearson Education, Paris:.
- Journal officiel de la république algérienne. (2023). n°37 de l'année 2023, Décret exécutif n° 23-196.
- Journal officiel de la république algérienne. (2020), n° 15, de l'année 2020, *Loi des finances 2020*.
- journal officiel de la république algérienne. (2022). n °100 de l'année 2022 , *Loi des finances 2022* .

Réalité et perspectives de l'intégration du paiement en ligne sur les sites de e-commerce en Algérie

- Journal officiel de la république algérienne. (2018).n°03 de l'année 2018, Loi n° 18-05
- Kludze, H., & Glenn Rowe, W. (2002). Le rôle de la confiance dans le commerce électronique : une analyse stratégique. Revue Gestion , Vol 27, n°05.
- Ministère de la poste et des télécommunications. (2023). Comptes CCP. Consulté le 05,05 2023, sur <https://www.mpt.gov.dz/ccp/>
- Nawawi, P, Kasuma,J, Konyan,A,Bradi,B, Roney,P, Gregory,M (2023) intention to use e-commerce payment: empirical evidence among consumers in SARAWAK. The 3rd International Conference on Management and Communication.
- Paillès, J.-C. (2003). Les systèmes de paiement électronique sur internet. Les Cahiers du numérique , Vol 4, n°01.
- Portail national des startups . (2024). Trouver un incubateur . Consulté le 10,01, 2024, sur <https://startup.dz/trouver-un-incubateur/>
- Statista. (2023). Distribution of online payment methods in selected African countries as of 2022. Consulté le 16,04,2024 sur : <https://www.statista.com/statistics/1190895/distribution-of-online-payment-methods-in-african-countries/>
- Statista. (2023). Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2026. Consulté le 13,09, 2023, sur <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>
- Union internationale des télécommunications. (2022). Global Connectivity rapport 2022.
- Verider, M. (2015). Innovation, concurrence,et réglementation pour la fourniture des services bancaires en ligne. Revue d'économie financière , vol 4, n°120.