

Les Perspectives du commerce électronique en Algérie

filali, sarra

Doctorante

Université de mostaganem. algerie

Abstract:

E-commerce is today a vector of growth, productivity and competitiveness, both for the company, the individuals, as well as for the country itself in its general operation. Its transversal nature impacts all sectors of the economy. It is also at the origin of the new innovative sectors, and has become a mode of exchange with implications that go far beyond information and communication technologies as we know them. In this research we tried to analyze the development opportunities of e-Commerce in Algeria. The results of this research show that the handicap of e-commerce in Algeria due to the weakness due to electronic payment and human resources qualify in this area

Key Words : e-commerce, ICT, electronic payment, strategy, communication

Résumé:

Le commerce électronique est aujourd'hui un vecteur de croissance, de productivité et de compétitivité, aussi bien pour l'entreprise, les particuliers, ainsi que pour le pays lui même dans son fonctionnement général. Son caractère transversal impacte tous les secteurs de l'économie. Il est également à l'origine des nouveaux secteurs innovants, et s'est transformé en un mode d'échange avec des implications qui vont bien plus loin que les technologies de l'information et de la communication telles qu'on les connaît.

Dans cette recherche on a essayé d'analyser les opportunités de développement du e-Commerce électronique en Algérie. Les résultats de cette recherche montrent que l'handicape du commerce électronique en Algérie dus de la faiblesse due du paiement électronique et des ressources humains qualifier dans ce domaine

Mots clés: commerce électronique, TIC, paiement électronique, stratégie, communication.

Introduction :

Le développement récent des TIC dans les pays du Maghreb et particulièrement l'Algérie, a conduit ces pays à adopter des stratégies numériques afin de s'accrocher à cette révolution technologique.

Selon les prévisions, le volume des transactions électroniques d'entreprise à consommateur devrait doubler et passer de 1 200 milliards de dollars en 2013 à 2 400 milliards de dollars en 2018. En 2015, la CNUCED a créé l'indice du commerce électronique d'entreprise à consommateur, qui mesure l'état de préparation des pays au commerce électronique sur la base des quatre indicateurs suivants : taux de pénétration D'Internet ; nombre de serveurs sécurisés par million d'habitants ; taux de pénétration des cartes de crédit ; et fiabilité des services postaux¹

Cet article s'est concentré sur la problématique suivante :

Quelles sont les opportunités de développement du e-Commerce électronique en Algérie ? Dans cette recherche on s'est basé sur la méthode descriptive analytique et des données statistiques, et que sera présenté en trois parties : La première sera consacrée à la définition du développement des TIC en Algérie.

La deuxième partie est réservée à l'identification des sites marchands en Algérie et réalité de commerce électronique.

Est la troisième partie sera consacrée pour la contrainte de paiement électronique en Algérie.

1. le développement des TIC en Algérie.

L'Algérie a été placée à la 102e position² (sur 176) du classement 2017 des pays selon leur indice de développement des technologies de l'information et de la communication (ICT développement index), établi chaque année par l'Union internationale des télécommunications (ITU), agence spécialisée des Nations unies.

L'Algérie obtient en 2017 un indice de 4.67, et gagne quatre places par rapport au classement de 2016 lorsque son indice de 4.32 la plaçait 106e. Le pays a notamment effectué des progrès non-négligeables dans le nombre d'abonnements mobiles, mais

Aussi en nombre d'utilisateurs d'internet. Au niveau régional, l'Algérie se classe à la 11e position, très proche du Maroc (100e) et de la Tunisie (99e) et juste devant l'Egypte (103e).

L'indice de développement des TIC se base sur onze critères pour établir le classement, répartis en trois axes : l'accès aux TIC, avec notamment le nombre d'abonnement au téléphone fixe ou mobile pour 100 habitants ou encore la bande passante Internet internationale (bits/s) par utilisateur d'Internet ; l'utilisation des TIC, avec par exemple le pourcentage de personnes utilisant Internet ou le taux d'abonnements fixes ou mobiles à large bande pour 100 habitants ; et enfin les compétences en TIC, notamment le taux d'alphabétisation des adultes ou encore le taux de scolarisation supérieure.³

Effort de l'état à promouvoir les TIC.

Ces dernières années la gouvernance internationale a institué un nouveau concept pour décrire la nouvelle ère de diffusion des innovations techniques comme l'informatique, les télécommunications, l'internet, etc. connu par la société de l'information. En Algérie, les pouvoirs publics ont mis en place des politiques afin d'encourager l'équipement et l'utilisation des TIC sur le plan professionnel et domestique. Les principales actions de promotion du secteur des TIC (diffusion, usage, contenu) se résume dans la mis en place du programme OusraTic la stratégie E- Algérie 2013 (un projet très ambitieux qui manque de clarté et de précision), l'ouverture à la concurrence du secteur des télécommunications et de l'Internet et plus récemment le lancement de la troisième génération de la téléphonie mobile « la 3G. Dix ans après, les résultats sont modestes et le déploiement des TIC n'avance pas selon les ambitions de l'état⁴

1.1 Stratégie e-Algérie

La stratégie e-Algérie 2013 s'inscrit-elle dans cette vision d'émergence de la société algérienne du savoir et de la connaissance, en tenant compte des mutations profondes et rapides que le monde connaît. Cette stratégie, qui préconise un plan d'action cohérent et vigoureux, vise à renforcer les performances de l'économie nationale, des entreprises et de l'administration. Elle vise aussi à améliorer les capacités

d'éducation, de recherche et d'innovation, à faire émerger des grappes industrielles TIC, à accroître l'attractivité du pays et à améliorer la vie des citoyens en encourageant la diffusion et l'utilisation des TIC.⁵

Un plan multisectoriel appelé «Stratégie E-Algérie 2013» a été développé articulé autour de treize axes majeurs :

Axe majeur A : Accélération de l'usage des TIC dans l'administration publique

Axe majeur B : Accélération de l'usage des TIC dans les entreprises ; C'est dans ce deuxième axe majeur que s'inscrit l'objectif de développer l'offre de services en ligne : l'e-Banking, l'e-investissement, l'e-procurèment, l'e-business, l'e-registre de commerce et l'e-Commerce.

Axe majeur C : Développement des mécanismes et des mesures incitatives permettant l'accès des citoyens aux équipements et aux réseaux des TIC .

Axe majeur D : Impulsion du développement de l'économie numérique .

Axe majeur E : Renforcement de l'infrastructure des télécommunications à haut et très haut débit.

Axe majeur F : Développement des compétences humaines .

Axe majeur G : Renforcement de la recherche-développement et de l'innovation .

Axe majeur H : Mise à niveau du cadre juridique national

Axe majeur I : Information et communication

Axe majeur J : Valorisation de la coopération internationale

Axe majeur K : Mécanismes d'évaluation et de suivi

Axe majeur L : Mesures organisationnelles .

Axe majeur M : Moyens financiers et planification

Cette stratégie, qui visait donc à conduire l'Algérie vers la société de l'information et l'économie numérique en améliorant l'accès aux services de communication dans le pays, n'a pas atteint ses objectifs notamment l'augmentation des TIC de l'ordre de **8%** du PIB de l'Algérie. Il était également prévu de créer **100 000 emplois** directs et indirects. Ces emplois, nous ne les avons jamais vus ! ⁶

1.2 Le cyberpark de sidi-Abdallah

En Algérie, avec les 2 lignes budgétaires du programme de relance, il y avait aussi celle bien plus conséquente avec un montant de 130 millions de dollars US, pour la création de ce parc technologique. Il s'agit d'une initiative qui occupe une place centrale dans la stratégie d'introduction des TIC dans le pays. A la différence d'autres initiatives dans ce domaine, cette réalisation placée sous la tutelle du ministère de l'Enseignement supérieur et de la recherche scientifique, concerne les entreprises, plutôt que la seule diffusion générale de cette technologie. Ce parc devant notamment promouvoir un pôle de formation et de recherche, une industrie nationale dans le secteur des technologies de l'information et de la communication, ainsi que la création de nouvelles activités économiques du fait d'une utilisation plus accrue de ces technologies par les entreprises, les administrations et les citoyens.

Dans la mesure où il serait envisagé ainsi de promouvoir une industrie dans ce secteur des TIC dans le cadre de ce projet de parc, il s'agirait de celle d'ordinateurs et autres équipements informatiques, ainsi que d'appareils de la téléphonie. Ce qui dans ce cas, créerait une interaction féconde, entre cette industrie des TIC et les autres activités dans ce domaine, dont celles de production de logiciels et de services. Des activités dont le parc doit être doté.

D'une façon générale, en Algérie et dans une certaine mesure dans les deux autres pays du Maghreb central, se trouvent menées deux actions distinctes, lesquelles pourraient néanmoins, être présentées comme complémentaires. Celle d'une part qui, avec le rêve d'un passage quasi-général à une société du numérique, se veut globale puisque devant couvrir presque tout le territoire. Et celle d'autre part, qui, avec l'installation d'un parc, consiste en une concentration particulière en un seul point du territoire pour ainsi dire du centre du pays, dans une région où comme nous l'avons vu plus haut pour l'Algérie et pour le Maroc, se concentre déjà près de la moitié des projets d'investissements. Une double démarche susceptible surtout de contribuer au renforcement de cette concentration, dans la mesure où elle serait contraire, sinon exclusive, par rapport à la réalisation d'impacts disséminés en différents points du territoire compte tenu de potentialités qu'ils peuvent recéler, dans la perspective de

promouvoir plusieurs pôles. Ce qui correspondrait plus au processus déconcentré par lequel les TIC se sont généralement généralisés jusqu'ici dans les pays avancés, à savoir ni de façon égale à l'échelle de tout leur territoire, ni à partir d'un seul pôle fût-il fortement doté comme c'est le cas du Cyberpark de Sidi-Abdellah.

1.3 Indicateurs du développement de la société de l'information :

1.3.1 Réseaux de téléphonie fixe

Le marché des télécommunications en Algérie connaît une forte croissance, notamment en matière de téléphonie fixe, ce dernier a progressé tant en qualité de service qu'en nombre d'abonnés depuis les années 2000.

L'évolution du nombre d'abonnés à la téléphonie fixe en Algérie, tend ces trois dernières années vers une croissance avec plus de trois millions d'abonnés en 2016, par ailleurs le nombre d'abonnés au réseau d'accès radio (WLL), destiné à la zone rurale, a baissé. Cela est conforme à la stratégie de l'État visant à doter ces zones d'une infrastructure de communication plus efficace.

En 2016, la densité de la téléphonie fixe est de 8,26%, contre 8,09 % en 2015, soit une augmentation de 0,17%.

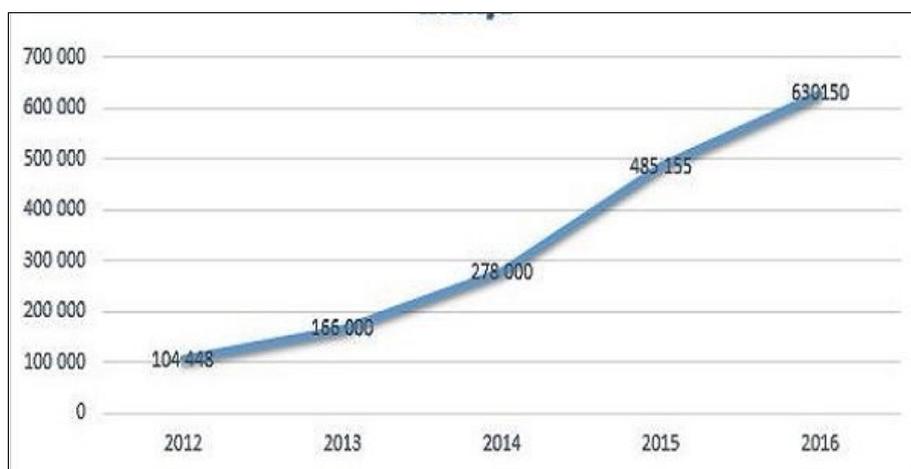
Les abonnements à la téléphonie fixe ont toujours été dominés par les abonnés résidentiels qui représentent en 2016 un taux de 87,16 % du total d'abonnés. Le nombre d'abonnements professionnels de téléphonie fixe est en légère baisse, ce qui est dû à la tendance vers la technologie mobile.

Le taux de pénétration du réseau fixe pour les ménages a augmenté en 2016 pour atteindre 43,40%, grâce au double service (ligne fixe avec Internet) et les prix compétitifs offerts par l'opérateur de la téléphonie fixe Algérie Telecom.

1.3.2. Réseaux mobiles cellulaires

Dans le cadre de la modernisation des infrastructures et de l'amélioration des services, les efforts pour le raccordement à la fibre optique se poursuivent. A la fin de 2016, 1 477 communes ont été raccordées à la fibre optique.

Afin de répondre aux besoins de l'internaute algérien et offrir un service de qualité, la largeur de bande internationale, n'a cessé de croître, et a atteint 630,15 Gbit/s fin 2016.⁷

Figure 01 : Largeur de bande internet internationale an MBIT/S

Source : Ministère de la Poste, des Télécommunications, des Technologies et du Numérique

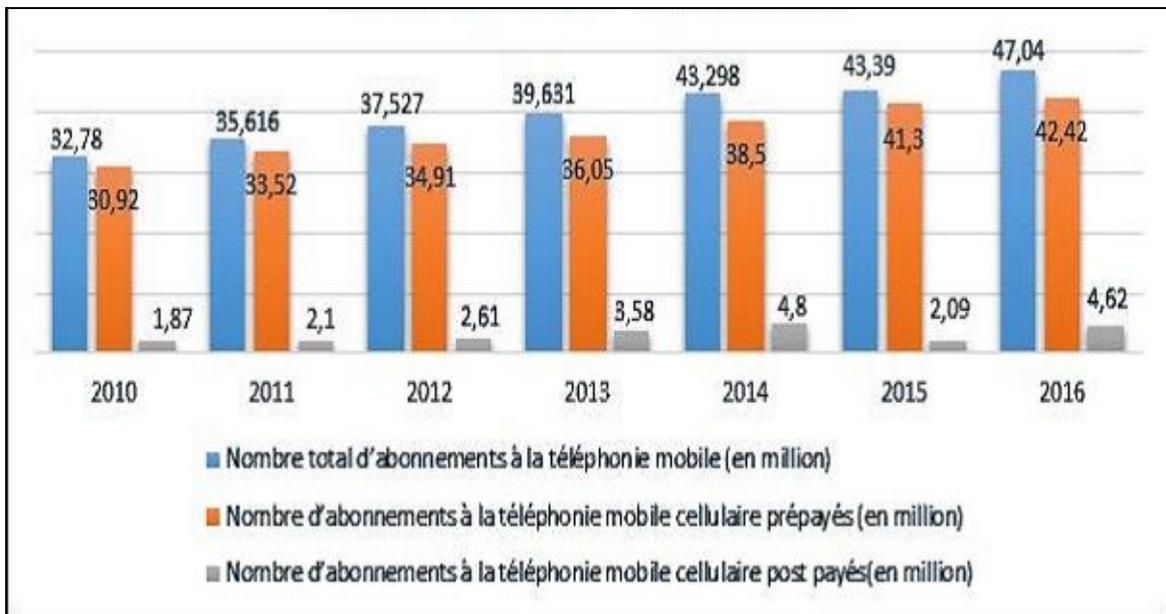
A propos du réseau internet en Algérie, le nombre d'abonnés est de 29,54 millions en fin d'année 2016, dont 26,68 millions enregistrés pour l'internet mobile, le chiffre est vu à la hausse avec l'introduction de la technologie haut débit sans fil en mode fixe (4 G LTE), par ailleurs le la proportion des ménages disposant d'internet, a atteint en 2016 un taux de 35,80%. Aussi, le taux des abonnés au réseau internet atteint plus de 85 % en 2016.

Le nombre d'abonnés à internet à un débit inférieur à 1 Mbit/s est en régression, par contre, en 2016 les abonnements internet avec un débit 1 Mbit/s représentent plus 50% du nombre total d'abonnés.

Le marché de la téléphonie mobile a été ouvert à la concurrence en Algérie suite à la promulgation de la loi générale n° 2000-03 du 05 août 2000 fixant les règles générales relatives à la poste et aux télécommunications, actuellement trois opérateurs de la téléphonie mobile activent sur le marché algérien.

Les services de la téléphonie mobile en Algérie ont connu une nette amélioration, ainsi le taux de la population couverte par le réseau mobile cellulaire a dépassé 98% en 2016, ce qui justifie en partie le nombre d'abonnés qui n'a cessé d'évoluer, atteignant environ de 47 millions d'abonné en 2016 contre 43,39 millions d'abonné en 2015, soit une hausse de 8,42%.

Figure 02 : Evolution du nombre d'abonnés a la téléphonie mobile par type de paiement



Source : Ministère de la Poste, des Télécommunications, des Technologies et du Numérique

Le service de la téléphonie mobile 3G a été lancé en Algérie le mois de décembre 2013. En un seul mois 308 019 abonnés ont été enregistrés, ce chiffre s'est multiplié par 27 en 2014, et a atteint plus de 25 millions d'abonnés en 2016, réalisant cependant un taux de pénétration de l'ordre de 63,04%.

Dans le cadre de la modernisation et du déploiement du réseau des télécommunications sur le territoire national, et la tendance l'économie numérique, Madame la Ministre de la Poste, des Télécommunications, des Technologies et du Numérique a annoncé le 01 Octobre 2016 le lancement officiel de la téléphonie mobile de quatrième génération (4G) en Algérie.

En un seul trimestre, 1 464 811 abonnés ont été enregistrés dont 89,67% des abonnements sont en mode de prépayés.

A propos de la répartition des parts de marché entre les opérateurs, l'ordre n'a pas changé au fil des années. Pour la téléphonie GSM, l'opérateur Orascom Télécom Algérie détient en 2016 la grande part avec 40,31%, suivie par Algérie Télécom Mobilis et Wataniya Télécom Algérie respectivement. Quant au marché de la 3G et la 4G,

Algérie Télécom Mobilis vient en tête avec 41,14% et 48,65 % des parts respectivement.

1.3.3 Internet

1.3.3.1 L'historique de l'Internet en Algérie

A l'instar des autres pays africains, l'Algérie a dès le début de l'année 1997 , exprimé sa volonté de saisir les opportunités qu'offrent les nouvelles technologies de l'information et de la communication pour le développement économique et social du pays. Deux organes furent donc octroyer la mission d'introduire l'Internet en Algérie en 1997 : (CERIST et le MPTIC). En effet, l'informatique a été introduite en Algérie au début des années 19702 avec la création du Centre d'Enseignement et de Recherche en Informatique (CERI) devenu plus tard Institut national d'informatique (INI). Mais à la faveur de l'avènement de la micro-informatique et de la définition d'une politique de rapprochement de l'outil informatique de l'utilisateur final à travers le premier plan directeur informatique national qui a couvert la période de 1991 à 19953 et du deuxième plan pour la période 1996 à 2000, ce qui a donné naissance au CERIST.

En réalité l'Algérie a eu l'accès au réseau Internet en 19914 par le biais de l'Association Algérienne des Utilisateurs d'UNIX et la collaboration de l'Association des Scientifiques (ASA) à travers une connexion avec l'Italie, et se sont rares ceux qui ont eu le privilège de se connecter et en 1993, le CERIST (Centre de recherche et d'information scientifique) une structure universitaire publique devient l'unique fournisseur d'accès aux services Internet ou ISP, quelques abonnés ont été raccordés à ce réseau.

Toutefois, il a fallu attendre le 5 août 1998 pour que les pouvoirs publics autorisent officiellement la fourniture au public d'un accès au réseau Internet par des sociétés spécialisées. Environ 67 entreprises, dont seulement cinq appartiennent au secteur public, se mettaient sur les rangs. En 2005 ont atteint le nombre de 19 fournisseurs de services Internet (FAI ou ISP). Durant le troisième trimestre 2000 , de nouveaux agréments ont été délivrés à dix nouveaux fournisseurs devenant ainsi 28 ISP en Algérie.

En novembre 2003 Lancement de l'ADSL (Asymmetrical Digital Subscriber Line) par l'EEPAD et Algérie Telecom. En 2005 Cinq cent mille lignes Internet à haut débit (ADSL) ont été installées avant la fin de 2007 grâce au partenariat entre Algérie Télécom et l'équipementier chinois Huawei.

En 30 avril 2017 Houda Feraoun annonce Algérie Télécom sera transformé en un seul groupe pour devenir Groupe Télécom Algérie (GTA), et regroupera trois filiales: fixe (AT) mobile (ATM) et satellitaire (ATS).

En effet, c'est ce qu'a annoncé la ministre de la Poste et des technologies de l'information et des télécommunications (MPTIC), Iman Houda Feraoun lors de son passage dans l'émission « l'invité de la rédaction » sur les ondes de la radio nationale. Elle a fait savoir que le conseil des participations de l'Etat (CPE) a adopté une nouvelle réorganisation du groupe d'Algérie télécom, qui réunira ainsi ses trois filiales en un seul groupe. A savoir: Algérie Télécom, Mobilis et Algérie Télécom Satellite.

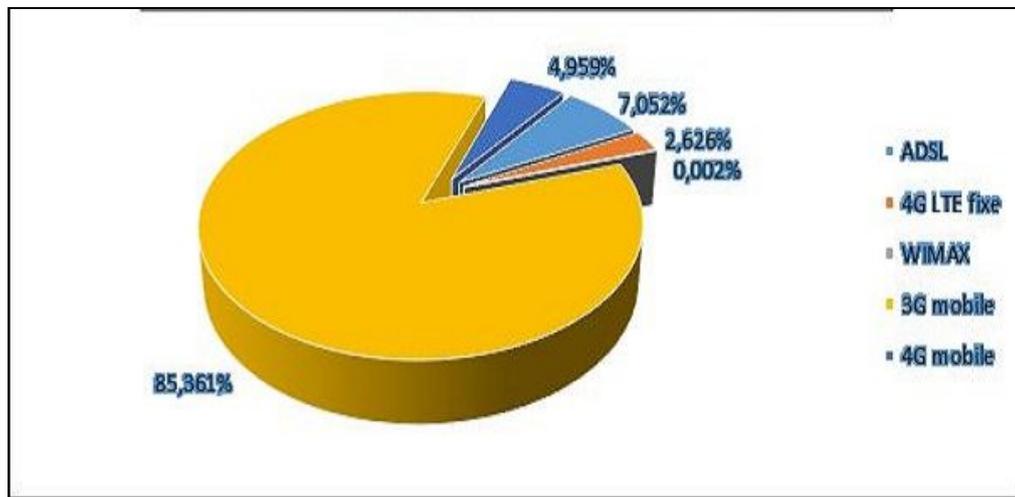
Expliquant cette démarche, la Ministre a relevé que cette restructuration, prévue depuis 2014, est imminente puisque « le modèle actuel d'Algérie télécom n'est pas très avantageux par rapport à son positionnement dans l'économie » d'où la nécessité, pour elle, d'opérer une restructuration.

Ainsi, selon elle les décideurs se trouvaient face à deux choix. Elle explique: « soit ils filialisent la partie de la téléphonie mobile en entreprise indépendante, ou bien mettre en place une autre configuration qui met en valeur chacun des métiers de l'internet ». Et c'est comme ça qu'on a choisi de « créer un groupe Télécom d'Algérie qui disposera de tous les moyens de l'Etat en matière de télécommunications ». Selon elle, cette nouvelle entité aura une « vision globale », qui permettra de couvrir le « maximum du territoire national » en fonction des besoins de chaque zone.

Dans le cadre de la modernisation des infrastructures et de l'amélioration des services, les efforts pour le raccordement à la fibre optique se poursuivent. A la fin de 2016, 1 477 communes ont été raccordées à la fibre optique.

Afin de répondre aux besoins de l'internaute algérien et offrir un service de qualité, la largeur de bande internationale, n'a cessé de croître, et a atteint 630,15 Gbit/s fin 2016.

Figure 03 : Répartition des abonnés internet par type de technologie pour l'année 2016



Source Ministère de la Poste, des Télécommunications, des Technologies et du Numérique

A propos du réseau internet en Algérie, le nombre d'abonnés est de 29,54 millions en fin d'année 2016, dont 26,68 millions enregistrés pour l'internet mobile, le chiffre est vu à la hausse avec l'introduction de la technologie haut débit sans fil en mode fixe (4 G LTE), par ailleurs le la proportion des ménages disposant d'internet, a atteint en 2016 un taux de 35,80%. Aussi, le taux des abonnés au réseau internet atteint plus de 85 % en 2016.

Le nombre d'abonnés à internet à un débit inférieur à 1 Mbit/s est en régression, par contre, en 2016 les abonnements internet avec un débit 1 Mbit/s représentent plus 50% du nombre total d'abonnés

2. Les sites marchands en Algérie et réalité de commerce électronique

Selon les statistiques officielles, plus de 100 000 transactions ont été effectuées depuis le lancement de l'e-paiement en octobre 2016. Cependant, le paiement électronique en Algérie se limite actuellement, au paiement des factures d'électricité, du Gaz et de l'eau, ainsi que certains services d'assurances.

En dépit de « l'absence » de l'e-paiement en Algérie, et l'absence d'un cadre juridique régissant le commerce électronique, de nombreux sites internet spécialisés dans la vente en ligne se sont distingués, et n'ont cessé d'accroître le nombre de leurs

clients. Ces sites ont pensé à d'autres alternatives en l'occurrence : le paiement cash à la livraison, donnant un aperçu d'un « marché très prometteur ». C'est le cas notamment de Jumia, Batolis et Yassir.⁸

2.1 Jumia à l'assaut du marché algérien⁹

Jumia Algérie, qui enregistre actuellement 1,5 million de visiteurs par mois, soit une croissance de 50 % par rapport à 2016, est un des leaders du e-commerce en Algérie leur plateforme numérique permet aux visiteurs de choisir parmi une panoplie de produits, des produits répondant aux exigences des clients, soumis aux normes JUMIA, et aux Standards. « (le paiement en cash) n'a pas empêché d'accroître leur chiffre d'affaire. Chez Jumia, toutes les transactions sont payées en liquide, et le paiement se fait après la livraison.

Concernant la santé du marché du e-commerce en Algérie, Mariem Toumi, la responsable Marketing chez Jumia, fait part de son point de vue « La vente en ligne en Algérie est un marché très prometteur, Depuis notre implantation en 2014, nous avons constaté une augmentation du chiffre d'affaire, avec plus d'un million cinq cent mille visites par mois sur notre plateforme. Le nombre de commandes est en constante augmentation ».

2.2 Batolis, le challenger made in Algeria

Suite à l'engouement du public algérien pour le shopping en ligne, d'autres ont choisi de se lancer dans l'aventure du e-commerce, par exemple Batolis, site d'achat en ligne 100% algérien, qui existe depuis 2015. « Chez Batolis, il offre aux clients le choix entre de nombreux produits, et s'engage à livrer leurs commandes, et ce sur tout le territoire national . Comme la majorité des sites de ventes en lignes en Algérie, la plupart des transactions sont effectuées en cash, ou alors par virement CCP. Ceci dit, le risque de fausses commandes est un fait réel qu'on doit malheureusement gérer au quotidien, après avoir engagé les frais de livraisons.

En effet, à ce jour, les sites de ventes en ligne utilisent le paiement par cash. Le client paie sa commande à la livraison. Une solution risquée pour les e-marchands, et ce à cause des fausses commandes, risque quasi-inexistant dans le cas du paiement électronique vu que le client a déjà payé son produit.

3.2 Yassir, le petit nouveau qui veut révolutionner le mode de transport des algériens

L' e-commerce en Algérie ne se résume pas qu'aux sites marchands, on trouve aussi plusieurs concepts originaux. Yassir en fait partie. Pour faire simple, Yassir est un service innovant qui permet aux algériens (aux algérois pour le moment) de commander un chauffeur avec leur smartphone.

Dans un premier temps, on télécharge l'application. Après la configuration, Yassir nous demande de choisir notre point de départ, puis notre destination. Ensuite, estimation du tarif: 140da, (À titre comparatif, un taxi « compteur ». Pour un taxi dit « coursa » , il faut compter 500-600 da pour la même destination), on accepte la course, et en quelques minutes, on nous attribue un chauffeur, l'application nous annonce le nom du chauffeur, le modèle de la voiture et sa plaque d'immatriculation, ainsi que le trajet qui lui reste à faire avant d'arriver chez nous. Dix minutes plus tard, voici notre chauffeur qui arrive. Le trajet fut agréable et confortable, et le chauffeur très professionnel.

Après avoir choisi un chauffeur, et validé la course, à l'aide d'un algorithme, L'application calcul le prix de la prestation selon plusieurs facteurs : la distance, et l'embouteillage. Une fois arrivé, le client, qui est déjà au fait du prix de sa course, paie son chauffeur en cash. ¹⁰

Les freins au développement du e-commerce en Algérie sont nombreux et sont de plusieurs ordres et à plusieurs niveaux. Il s'agit, entre autres de : la disponibilité pratique des équipements et des moyens individuels de paiement, la sécurisation et l'encadrement légal, une rentabilité qui ne semble pas évidente pour les commerçants, les mentalités d'acquisition de biens et/ou services et enfin notre relation à l'argent qui guide in fine les usages d'achats.

Annoncé depuis des années, la disponibilité des cartes de paiement est toujours loin d'atteindre la masse critique aussi bien chez les usagers des banques que ceux d'Algérie Poste. Cette dernière vient d'annoncer qu'elle va distribuer 5 millions de cartes et mettre à la disposition des commerçants 50.000 TPE, cela devrait s'ajouter aux

2 millions de cartes déjà en circulation et aux quelques 15.000 TPE qui seraient installés d'ici la fin de 2017.

L'avant-projet de loi sur le e-commerce prévoit de rendre obligatoire l'installation des TPE chez les commerçants dès 2018.

Une décision qui permettrait d'améliorer la traçabilité des paiements, de router une partie de l'argent informel vers les banques, et surtout de mettre en place des réflexes à l'établissement d'une économie numérique. Il reste à s'interroger sur la justesse et l'efficacité d'imposer au commerçants d'installer des TPE. La contrainte ne règle rien. Il faut plutôt montrer au commerçant, avec pédagogie, l'intérêt pour lui d'installer un TPE, comme l'augmentation de son chiffre d'affaires. Ce travail de communication devrait se faire avec les commerçants qui seraient près de 70% à ne pas savoir utiliser un ordinateur, selon les chiffres de l'Association nationale des commerçants et artisans algériens (ANCA). Il faut mettre en place des mécanismes qui rendent l'utilisation des cartes de paiement attractive avec un gain évident.

Un cadre juridique à développer

Le manque de cadres réglementaires pour clarifier les rôles et les responsabilités des banques, des opérateurs et des intermédiaires tels que les e-acheteurs, les e-marchands, bloque le développement du e-commerce en Algérie. De tout temps, que cela soit chez nous ou dans le monde, l'usage et ce que l'utilisateur en fait, ont toujours précédé les lois et règlements qui s'en inspirent grandement pour s'écrire et se faire promulguer. L'adoption de la loi sur le commerce électronique qui vient d'être présentée au dernier Conseil des ministres en est une preuve.

Les meilleurs articles de loi sont très souvent incomplets, très vite dépassés, pour certains d'entre eux s'ils ne sont pas suivis par les bons textes d'applications qui les adaptent à la réalité du terrain surtout lorsque ce terrain est aussi versatile technologiquement et rapide dans ses ruptures. Il est donc préférable que les lois ne soient plus aussi explicites temporellement et surtout aussi restrictives comme au "bon vieux temps", sous peine de se voir dépassées avant leur application et, par conséquent, être un frein à la transformation numérique des institutions et des entreprises.

Les paradigmes ont changés, nous avons dorénavant besoin de législateurs 4.0 pour accompagner des députés 3.0 et un Gouvernement qui doit être au moins 2.0.

4.2 Sécurité optimale du commerce en ligne

Certains mettent en avant l'aspect sécurité informatique et piratage pour exprimer leur réticence vis-à-vis de ce mode de paiement. Dans l'absolu, il est vrai que le risque existe et il est même double. Le premier est intrinsèque à la carte de paiement qui peut être volée ou, pour certaines, répliquées. Le second est que l'opération de paiement en ligne à travers Internet n'est pas non plus sans risque.

La sécurisation des transactions à travers Internet est indispensable, encore plus lorsqu'elles sont complètement dématérialisées. La bonne nouvelle est que les méthodes et les techniques pour sécuriser aussi bien la carte de paiement que les transactions en ligne existent et sont totalement prises en charge pour assurer leur confidentialité et leur intégrité.

Les cartes de paiement qui répondent à la norme EMV (EuroPay, MasterCard et Visa) rendent pratiquement impossibles toutes fraudes, tout en réduisant les coûts de protection et d'assurance d'une manière drastique.

En ce qui concerne la sécurisation des opérations en ligne, des méthodes de plus en plus performantes existent pour limiter au minimum toutes les formes d'actes malveillants, dont celle dénommée "3D Secure".

La tendance, à moyen et long terme, est la disparition progressive de la carte de paiement physique qui sera à terme transférée vers le mobile ou un objet connecté équivalent. En attendant de s'en passer, elle a encore de petites belles années devant elle, aussi bien chez nous qu'à l'étranger.

Ce qui est important, c'est améliorer et pérenniser ce que nous avons déjà en terme d'infrastructures Internet et surtout, d'assurer une qualité de service indispensable pour le fonctionnement des paiements électroniques. Car ce type d'applications hautement sécurisées demande un lien qui ne doit souffrir ni de micro coupures encore moins de pertes de connexion.

En plus de la sécurisation des opérations qui doivent passer par des plateformes technologiques certifiées électroniquement, le client qui achète en ligne doit être protégé

du début de la transaction jusqu'à son aboutissement par la bonne livraison du produit ou service commandé.

Le marchand a aussi droit à la même protection contre toutes fraudes ou arnaques pouvant survenir durant les transactions qu'il aura à traiter. Le projet de loi en cours d'examen doit normalement avoir prévu tout ce qui pourrait mal tourner pour protéger les uns et les autres.

3. Le paiement électronique en Algérie comme une véritable contrainte :

Pour ce qui est de la plateforme du système de paiement électronique algérien, autrement dit, le paiement en ligne, il s'articule principalement sur l'utilisation de la carte CIB, et ce, à travers tout un réseau, comme se présente à l'heure actuelle, composé de huit (08) actionnaires entre banques et établissements financiers, à savoir : Al Baraka, BADR, BDL, BEA, BNA, CNEP Banque, CNMA, CPA et 12 autres membres, dont l'Algérie poste, ABC, AGB, Arab Bank, Al Salam bank, BNP, Fransabank, HSBC, Housing Bank, Natixis, SGA, Trust Bank¹¹

aujourd'hui, les banques offrent à leur clientèle la possibilité de retirer de l'argent et de payer leurs factures en utilisant une carte bancaire en vue de garantir la rapidité, la sécurité, et la traçabilité du système de paiement. Mais le processus de lancement du réseau monétique interbancaire doit concerner toutes les banques. Dans ce contexte on présentera ce qui suit:¹²

L'introduction de la carte CIB en Algérie a été envisagée par la plupart des banques à des périodes différentes dont le plus ancien projet remonte à l'année 1975. En effet deux distributeurs de billet installés en 1975 ont été opérationnels pendant une très courte durée. D'autres tentatives faites par la suite sont restées au stade expérimental, juste quelque projets ont vu la lumière et parmi ces expériences réussies on citera l'expérience du :

Le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) qui a commencé son activité monétique en 1989 par l'adhésion à Visa International en qualité de membre principal émetteur et acquéreur, et en 1990 par l'adhésion à Mastercard International en qualité d'acceptant.

Le CPA émet aujourd'hui des cartes Visa International à puce aux normes EMV.

La BADR qui est équipée d'une solution monétique qui permet, la gestion d'une carte de retrait privative pour les clients salariés domiciliés dans les agences BADR. La BEA qui prend en charge la gestion d'une carte pétrolière prépayée et rechargeable pour l'achat de carburant auprès des stations de services naftal en remplacement des bons d'essence.

Algérie poste occupe une place importante, vu le nombre de cartes qu'elle a émis et le parc DAB de son réseau. Après les initiatives individuelles, les banques algériennes ont vite pris conscience que l'existence de plusieurs centres de traitements indépendants entraînerait une multiplication des investissements, des coûts d'exploitation élevés et constituerait un frein à l'interbancaire et à l'interopérabilité des cartes.

C'est dans ce cadre qu'elles ont décidé de la mise en place du projet monétique national en optant pour la mise en commun des moyens. Ainsi est née la SATIM (Société d'automatisation des transactions interbancaires et de la monétique), l'opérateur monétique interbancaire en Algérie pour les cartes domestiques et internationales. Actuellement, la monétique se constitue d'un réseau national composé de : CCP, CNEP-banque, BNA, BDL, CNMA, BEA, BADR, CPA, EL BARAKA, Société Générale, BNP, AGB, NATIXIS, Gulf Bank, ARAB Bank, ABC Bank, Housing Bank, Fransa-banque.

L'adhésion de ces institutions financières au RMI (réseau monétique interbancaire) se concrétise par : La signature d'une convention interbancaire ; La signature de contrats de coopération liés aux services offerts par le RMI;

Le respect des spécifications techniques éditées par le RMI (gestion de fichiers porteurs, délais...).

Dès 1996, la SATIM a démarré le retrait d'espèces à partir des distributeurs automatiques de billets de banque (DAB) en mettant en place un réseau monétique interbancaire. Le domaine de la monétique a poursuivi son affermissement au cours de l'année 2014 avec extension du RMI en atteignant 1 198 536 de cartes fin 2014 contre 1 091 522 fin décembre 2013 et 2 million carte interbancaire CIB à la fin 2016 ¹³

Conclusion :

Le commerce électronique est aujourd'hui un vecteur de croissance, de productivité et de compétitivité, aussi bien pour l'entreprise, les particuliers, ainsi que pour le pays lui-même dans son fonctionnement général. Son caractère transversal impacte tous les secteurs de l'économie. Il est également à l'origine des nouveaux secteurs innovants, et s'est transformé en un mode d'échange avec des implications qui vont bien plus loin que les technologies de l'information et de la communication telles qu'on les connaît. Mais Les freins au développement du e-commerce en Algérie sont nombreux et sont de plusieurs ordres et à plusieurs niveaux notamment en paiement électronique.

Résultats de la recherche :

La politique sectorielle des postes et des télécommunications dénommée e-Algérie 2013 s'est soldée par un échec cuisant. Pas de 3G, absence du paiement en ligne, le paiement par mobile est encore en chantier, nombreuses sont les carences qui bloquent le développement des TIC en Algérie.

Cette stratégie évolue dans un environnement mal adapté pour les TIC et la rareté des ressources humaines qualifiées pour booster les TIC et mettre en pratique les plans d'e-Algérie 2013.

Malgré l'évolution du pays, le maillon faible du système financier algérien reste toujours la carte interbancaire de retrait et de paiement, notamment l'opération de paiement par carte interbancaire CIB.

En effet, à ce jour, les sites de ventes en ligne utilisent le paiement par cash. Le client paie sa commande à la livraison. Une solution risquée pour les e-marchands, et ce à cause des fausses commandes, risque quasi-inexistant dans le cas du paiement électronique vu que le client a déjà payé son produit

Il faut que les autorités Algériennes assurent un accompagnement des e-marchands et des e-consommateurs, à tous les niveaux, cela ne sera que bénéfique pour les entreprises et les clients d'une part, mais aussi, et surtout, à l'État lui-même d'une autre part »

References:

¹ - Nations Unies, **Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement**, Genève, 3 et 4 juillet 2017

² L'Union internationale des télécommunications (ITU),

³ <https://www.tsa-algerie.com/lalgerie-102e-dans-le-monde-dans-le-developpement-des-tic/>

⁴ Par : Fatima Zohra MOUSSAOUI TAIEBI , **Les Tic En Algérie : Représentations Et Nouvelles Appropriations**, La Revue ENSJSI, p96

⁵ <http://www.algerianembassy.ru/>

⁶ N°tic web, La stratégie e-Algérie 2013, un vieux souvenir ?

<http://www.nticweb.com/telecom/7260-la-strat%C3%A9gie-e-alg%C3%A9rie-2013,-un-vieux-souvenir.html>

⁷ <https://www.mptn.gov.dz/fi/content/indicateurs-0>

⁸ <http://m.algerie360.com/conomie-la-ralit-du-e-commerce-en-algrie/>

⁹ <http://m.algerie360.com/conomie-la-ralit-du-e-commerce-en-algrie/>

¹⁰ http://www.huffpostmaghreb.com/2017/12/21/transformation-numerique-_n_18870424.html

¹¹ Me MERBOUHI Samir, HADID Noufyale , **le paiement en Algérie : délits économiques et financiers**, revue nouvelle économie, N°:16 –vol 01-2017, p21

¹² TEBIB Hana, **La monétique et le e-citoyen en Algérie «durant la période 2005-2013 » : la contrainte culturelle Cas des clients de la banque extérieure d'Algérie et la banque de l'Agriculture et du Développement Rural**, Revue des Sciences Humaines –Université Mohamed Khider BiskraNo: 34 mars 2014 p 92

13 KAMELI Mohammed. LAZREG Mohammed, **La carte de Paiement et de Retrait interbancaire CIB**. Dialogue Mediterranean, Algerian n° 11-12 Mars 2016 P 81-94