

COVID- 19: L'explosion du E-commerce COVID 19: The E-commerce boom

TABET DERRAZ Imane

Maître de conférences/Laboratoire LARMHO
Ecole Supérieure de Management Tlemcen (ESMT)
Tabetderrazimane@yahoo.fr

BESSOUH Nadira¹

Professeure /Laboratoire MECAS
Ecole Supérieure de Management Tlemcen (ESMT),
bessouh_nadira@yahoo.fr

Date de soumission : 20-09-2021 Date d'acceptation : 01-12-2021 Date de publication : 31-12-2021

Résumé :

Un nouvel environnement économique, unique et assez complexe, est né avec l'apparition de la pandémie du coronavirus. Ce nouveau contexte économique a permis de résister aux impacts indésirables de cette crise sanitaire. Comme dans la grande majorité des pays, l'Algérie a pris des actions préventives, comme le confinement, distanciation sociale, fermetures de certaines structures commerciales, etc. Ceci a engendré l'apparition soudaine de l'activité commerciale en ligne. Cette étude a pour objectif principal d'examiner les avantages de cette pandémie sur le e-commerce. Les résultats obtenus ont montré que cette crise sanitaire a été l'occasion tant espérée pour lancer le commerce électronique dans notre pays.

Mots clés: Covid 19 ; Confinement ; E-commerce ; Réseaux sociaux ; Algérie.

Code JEL : E66, L81

Abstract :

A new economic environment, unique and quite complex, emerged with the outbreak of the coronavirus pandemic. This new economic context helped to resist the undesirable impacts of this sanitary crisis. As in the vast majority of countries, Algeria has taken preventive actions, such as confinement, social distancing, closure of many commercial structures, etc. This has spawned the sudden emergence of online business activities. The main objective of this study is to examine the benefits of this pandemic on e-commerce. The results obtained showed that this health crisis was the much hoped-for opportunity to launch electronic commerce in our country.

Keywords: Covid 19 ; Confinement ; E-commerce ; Social networks ; Algeria.

Jel Classification Codes: E66, L81

¹ Auteur correspondant

Introduction :

La maladie à coronavirus 2019, plus communément connue sous le nom de COVID-19 (Coronavirus Disease 2019), a été engendrée par le virus SARS-COV2 qui appartient à la famille des coronaviridae¹. L'origine de cette maladie zoonotique et très contagieuse n'est pas encore bien connue. Elle est apparue pour la première fois dans la ville chinoise de Wuhan en décembre 2019, dans la province du Hubei. Cette maladie s'est rapidement propagée dans toute la Chine, ensuite elle s'est très vite répandue à travers le monde, ce qui lui a valu le nom de pandémie. Il faut noter que cette pathologie peut être mortelle pour les personnes âgées ou bien celles atteintes de maladies chroniques. La COVID-19 peut facilement passer d'une personne à une autre. Il est utile de savoir aussi qu'elle peut être transmise par des patients asymptomatiques. Cependant, cela n'a pas été prouvé scientifiquement et avec certitude jusqu'à ce jour. Cette maladie est aujourd'hui au stade de pandémie. D'après l'organisation mondiale de la santé (OMS – 2020), elle a touché un très grand nombre de pays (216) à travers le monde. Une telle situation inédite a dynamisé le commerce en ligne qui s'est subitement développé pendant la période du confinement. En effet, cette crise sanitaire a été une très bonne occasion pour relancer le commerce électronique en Algérie, et ce dans le but de remettre l'économie nationale sur rails et de l'adapter aux changements de la société algérienne. Par conséquent, le présent travail de recherche cherche à établir un bilan des conséquences économiques de la pandémie de la COVID-19 sur le commerce en ligne. A cet effet, ce travail de recherche tente de répondre à la question suivante:

Comment a évolué le commerce en ligne en cette période de crise sanitaire de la COVID 19?

1. Revue de la littérature

1.1 La trajectoire de progression de la pandémie dans le monde

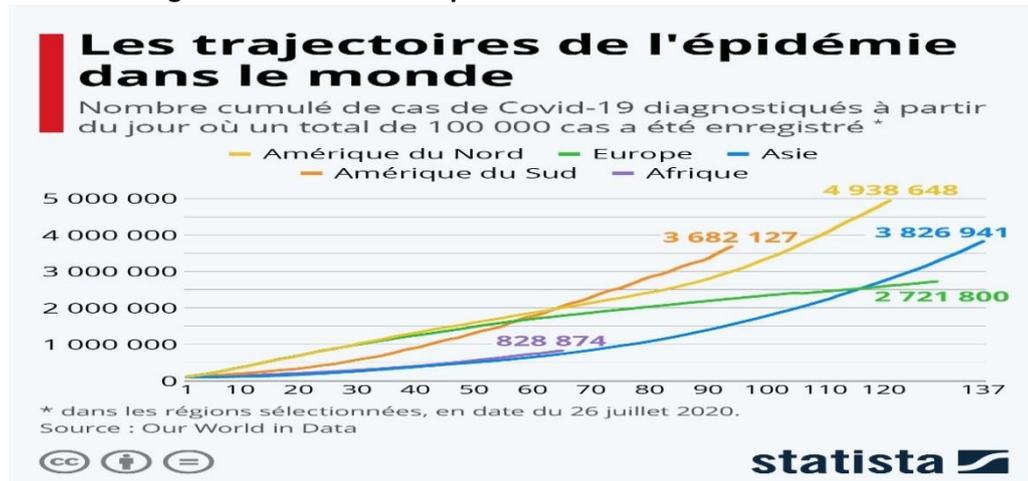
La maladie de la Covid-19 ne cesse de se répandre puisque presque la moitié des malades enregistrés depuis l'apparition de cette maladie ont été dévoilés à partir du début du mois de juillet, avec cinq millions de nouveaux cas². Bien évidemment, les capacités à détecter les personnes contaminées par ce nouveau virus se sont remarquablement améliorées depuis les mois de février et mars 2020. Malheureusement, des chiffres alarmants sont rapportés quotidiennement sur la propagation de la pandémie et l'augmentation du nombre de contaminés dans plusieurs régions du monde. La figure 1 ci-dessous montre clairement que les USA sont les plus touchés. Signalons aussi que le nombre de nouveaux cas détectés augmente progressivement. Aujourd'hui, il existe près de 5 millions de cas en Amérique du Nord, avec 4.2 millions aux États-Unis. En

¹ **KernJulie** (2020). Santé-Covid -19. Futura santé. Voir l'article sur www.futura-sciences.com/santé/définitions/coronavirus-covid-19-18585. Consulté le 02/09/2020.

² **GaudiautTristant** (2020). La trajectoire de l'épidémie dans le monde. voir l'article sur <https://fr.statista.com/infographie/22372/nombre-cas-cumule-de-coronavirus-covid-19-par-region-du-monde/>.

Amérique du sud, 3.7 millions de cas ont été signalés; ce nombre est équivalent à celui trouvé en Asie. Cependant, le nombre de 2.7 millions de cas ont été enregistrés en Europe depuis la fin du mois de décembre 2019. La courbe montrée sur la figure montre un accroissement des contaminations.

Figure 1. Evolution de l'épidémie COVID 19 dans le monde



Source: Statista 2020.

2.2 Tendances du commerce électronique pendant la pandémie de la COVID-19

Il est bien connu aujourd'hui que l'une des tendances les plus importantes relevées pendant cette période de la pandémie de la COVID-19 est le commerce en ligne, communément appelé e-commerce. Des mesures strictes ont été prises par la plupart des pays. La plupart des lieux publics non nécessaires et les commerces sont été fermés; les gens se sont confinés; le déplacement des acheteurs a été beaucoup limité. Par conséquent, les vendeurs et les acheteurs se sont automatiquement rabattus sur les achats en ligne qui sont devenus monnaie courante depuis ce temps-là. Cependant, il faut reconnaître que si une grande partie des secteurs d'activité ont rencontré des problèmes, certains autres ont très bien réussi en adoptant la solution du commerce en ligne. En outre, l'infographie représentée dans la Figure 2 ci-dessous montre clairement le développement de l'ensemble des transactions faites via l'internet à travers le monde, et ce dans différents domaines. Par conséquent, on peut dire que le e-commerce a été en augmentation continue et à grande vitesse malgré l'instabilité économique universelle créée par cette pandémie. D'après Statista, le commerce électronique va certainement continuer à s'épanouir pour atteindre les 23% en 2021. En outre, il a été envisagé que d'ici 2040, environ 95% des achats et ventes devraient s'effectuer via le commerce électronique.¹

D'autre part, la fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD) a indiqué que le social commerce est en augmentation perpétuelle. Aussi, les

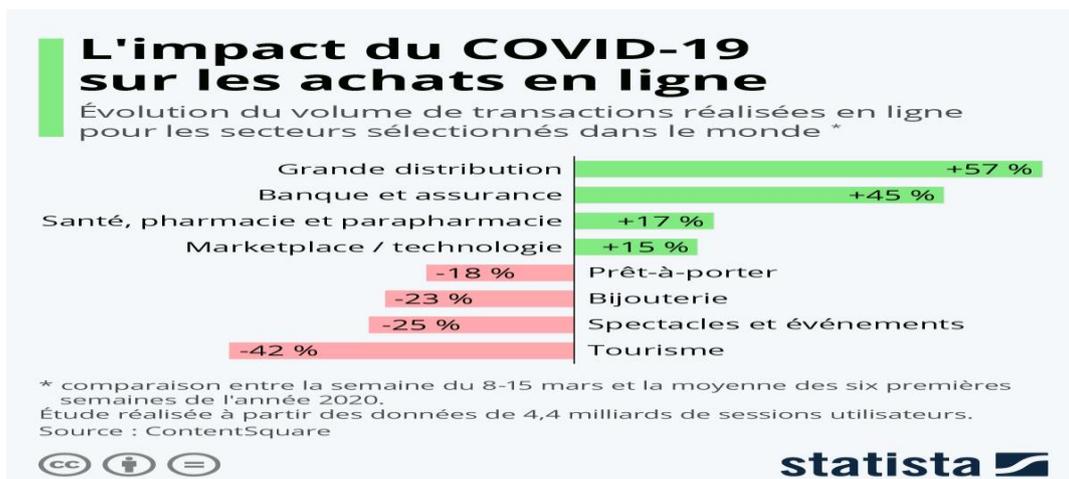
¹ **E-commerce guide**, E-commerce statistique, <https://ecommerceguide.com/ecommerce-statistics/>, 2020, consulté le 05/08/2020.

consommateurs ont plutôt tendance à faire un achat qu'ils ont découvert à travers les médias sociaux car ils estiment que les réseaux sont favorables à leur décision d'achat. De même, 55% des utilisateurs du Gen Z estiment que les achats de vêtements qu'ils ont faits ont été influencés par des publicités vues sur les médias sociaux. En outre, une entreprise sur quatre qui vendent en ligne préfère le réseau social Facebook comme moyen de vente. De plus, environ 40% des détaillants en ligne utilisent les médias sociaux pour générer des ventes. Il faut savoir aussi que les détaillants effectuent des transactions (vente et achat) en ligne via les réseaux sociaux et arrivent à réaliser 32% plus de ventes que ceux qui n'utilisent pas les médias sociaux.¹

2.2.1 L'impact du confinement sur les achats en ligne

Il a été montré que la maladie engendrée par le coronavirus a une grande influence sur les acheteurs et leurs comportements en ligne. Actuellement, la pandémie de la COVID 19 est à l'origine de l'explosion du e-commerce dans le monde entier. A cet effet, une étude a été réalisée dernièrement au cours du premier trimestre de l'année 2020 en utilisant la plateforme d'Experience Analytics Contentsquare qui a analysé 4.4 milliards d'utilisateurs à travers le monde. En effet, il a été trouvé que les transactions enregistrées entre les premières semaines de l'année 2020 et la deuxième semaine de mars de la même année avaient augmenté de 57%. Il faut signaler aussi que la distribution globale a vu la plus grande augmentation des ventes; le secteur de la banque et des assurances vient juste après, avec une croissance de 45%. La figure ci-dessous montre explicitement le classement des besoins par ordre d'importance, en se basant sur la pyramide de Maslow. Il faut préciser aussi que, selon cette pyramide, pour que les consommateurs puissent satisfaire leurs besoins de base (besoins physiologique et sécuritaire), ils achètent essentiellement les produits alimentaires et sanitaires, et tentent d'acquérir tous les équipements nécessaires, comme les appareils électroniques et autres, lui permettant de rester à l'aise à la maison. Cependant, les besoins relatifs au sommet de la pyramide, comme les bijoux et le prêt-à-porter correspondant aux produits et services non essentiels sont en baisse.

Figure 2. Impact de la COVID-19 sur les achats en ligne



1.2 Les bénéficiaires du e-commerce pendant cette pandémie

D'après un grand nombre de chercheurs, le commerce électronique s'imposera comme le vecteur d'une véritable révolution industrielle et un élément incontournable du web dans le futur. Ce commerce devrait jouer un rôle fondamental dans tous les domaines; il pèsera de tout son poids sur l'économie mondiale. En outre, il a été révélé qu'il existe approximativement 12 à 24 millions de sites web spécialisés dans le commerce en ligne dans le monde entier. Ce nombre est en constante progression puisque chaque jour on voit la création de nouveaux sites. Notons aussi que la croissance du commerce électronique doit renforcer la concurrence dans tous les domaines, et c'est pour cela que le commerce électronique pendant cette crise de la COVID 19 est devenu un marché plus rentable que le commerce traditionnel. Pour cela, il a été jugé intéressant de connaître les grands acteurs du domaine du commerce en ligne.¹

Tableau 1. La liste des dix premières entreprises e-commerce dans le monde

	Site Web de vente au détail	Millions
1	Amazon.com	4059 M de dollars 2020
2	EBay.com	1227 M de dollars
3	Rakuten.co.jp	804 M de dollars en 2020
4	Samsung.com	648M.
5	Walmart.com	614 millions de dollars
6	Apple.com	562 millions en 2020
7	Aliexpress.com	532 millions en 2020
8	Etsy.com	395 millions
9	Homedepot.com	292 millions
10	Allegro.pl	272millions

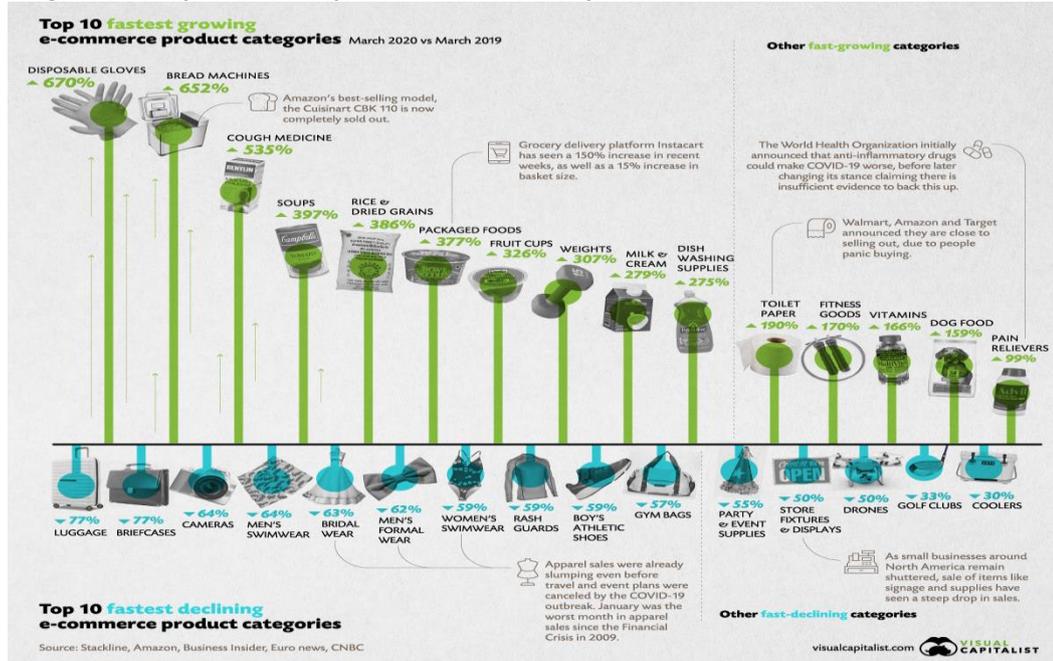
Source : Media plancing, Les 10 plus grandes entreprises dans le e-commerce 2019. <https://www.webmediaplacing.com/articles-par-th%C3%A9matique/les-10-plus-grandes-entreprises-de-commerce-%C3%A9lectronique-au-monde-en-termes-de-chiffre-d-affaires-en-2019>.

distance, la majorité des produits commercialisés sont des produits destinés à être utilisés principalement à la maison, comme le papier toilette, les gants jetables, le congélateur, le bidet, des kettlebells, la machine à pain, la peinture, les puzzles, les pelotons, les livres de coloriage, les purificateurs d'air, les tapis roulants, les vélos stationnaires, les tapis de yoga, les réfrigérateurs, les ballons et matériels d'exercice. En outre, il faut noter que certains produits sont plus vendus comparativement à d'autres. Ainsi par exemple, il a été relevé que le papier hygiénique a été beaucoup plus vendu que les produits de toilette indispensables pour bébés. Aussi, les produits de charcuterie ont été largement commercialisés par comparaison avec l'eau. Ceci nous mène à dire qu'au moment où certaines

¹Media plancing, Les 10 plus grandes entreprises dans le e-commerce 2019. <https://www.webmediaplacing.com/articles-par-th%C3%A9matique/les-10-plus-grandes-entreprises-de-commerce-%C3%A9lectronique-au-monde-en-termes-de-chiffre-d-affaires-en-2019>. Consulté le 05/08/2020.

catégories de produits ont été très fortement demandées, d'autres par contre ont connu une chute libre pendant cette pandémie.¹

Figure 3. Les produits les plus commercialisés pendant la crise de la COVID-19



Source : Jones K (2020). COVID 19 the Pandemic Economy : What are Shoppers Buying Online During Covid 19. From <https://www.visualcapitalist.com/shoppers-buying-online-ecommerce-covid-19/>.

2.5 Les réseaux sociaux les plus fréquentés pendant la crise de la COVID-19

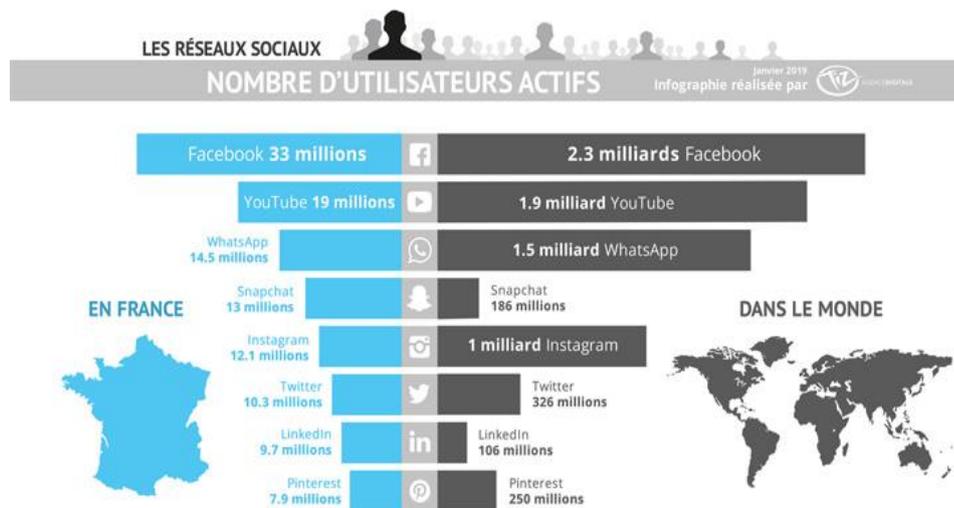
La figure 4 permet de remarquer que le réseau social Facebook a connu une performance jamais atteinte auparavant, ce qui lui a permis de garder la première place en termes de nombre d'utilisateurs par mois. Il faut noter que le nombre de visiteurs de ce site a frôlé les 3 milliards. Cependant, le réseau social de voisinage et divertissement YouTube arrive en deuxième position avec près de 2 milliards d'utilisateurs mensuels actifs. Selon la société de conseil et d'analyse de données, et d'après les études de marché et marketing Kantar, la troisième place revient à l'application de messagerie instantanée gratuite WhatsApp qui a accumulé les gains les plus importants durant cette pandémie de la COVID 19, avec 1.5 milliard d'utilisateurs mensuels.² D'autre part, le réseau social Instagram détient la quatrième place avec un milliard d'utilisateurs par mois. Il est utile de savoir qu'Instagram, grâce aux fonctionnalités diversifiées qu'elle met à la disposition de

¹Jones K (2020). COVID 19 the Pandemic Economy : What are Shoppers Buying Online During Covid 19. From <https://www.visualcapitalist.com/shoppers-buying-online-ecommerce-covid-19/>

²Perez Sarah, Report: WhatsApp has seen a 40% increase in usage due to COVID-19 pandemic, <https://techcrunch.com/2020/03/26/report-whatsapp-has-seen-a-40-increase-in-usage-due-to-covid-19-pandemic/>, consulté le 08/09/2020.

ses clients, a réussi à dynamiser encore plus a société qui l’héberge, i.e. Facebook. Notons que les services offerts par Instagram correspondent parfaitement aux besoins des jeunes internautes qui sont en fait les utilisateurs les plus visés par ce réseau. Ensuite, arrive un autre réseau social de partage d’informations, i.e. Twitter, avec seulement 326 millions d’usagers par mois. Ce nombre relativement bas est vraisemblablement attribué aux fonctionnalités limitées et imprécises, et que beaucoup de personnes n’arrivent pas à comprendre. La sixième position est détenue par un autre réseau social de partage de photographies, i.e. Pinterest, avec 250 millions d’utilisateurs mensuels. Après, le réseau social de montage et de partage de vidéos éphémères Snapchat arrive en septième position avec 186 millions. Enfin, la huitième et dernière place revient à LinkedIn qui est considéré comme le leader des réseaux sociaux professionnels, avec 106 millions d’utilisateurs par mois.

Figure 4. Nombres d’utilisateurs des réseaux sociaux durant la pandémie de la COVID-19



Source : Statista 2020

3. Le commerce électronique en Algérie

L’environnement économique des entreprises a subi des mutations profondes, engendrées principalement par l’utilisation de l’internet, pendant ces dernières années. Ces transformations sont à l’origine de l’apparition d’un nouveau commerce, appelé généralement commerce électronique ¹. Il faut reconnaître que l’Algérie a enregistré un retard significatif dans l’application de ce type de commerce qui se trouve actuellement à l’état embryonnaire. A ce propos, un consultant économiste algérien a indiqué que « le e-commerce est encore au stade

¹ Article apparu dans le journal algérien L’Eco N°61 sur un entretien réalisé par F. Ababsa avec D. Bendjaber le 15 mars 2013.

de l'imagination en Algérie. Il ne représente rien en terme d'activité réelle¹. Ce même économiste ajoute aussi que « on ne peut pas exercer le commerce électronique sur un marché informel, envahi par l'anarchie et en l'absence de transparence, dans un environnement qui ne favorise pas, voire empêche l'émergence de ce type de commerce ». Il continue pour donner son point de vue sur la situation du marché du commerce électronique et son évolution en Algérie en ces termes: « Il est encore trop tôt pour parler de l'évolution de ce marché puisqu'il n'est pas encore sérieusement lancé »².

La croissance de ce type de commerce demeure toujours modeste compte tenu des modalités de paiement électronique qui sont dictées par le gouvernement, avec des dispositions réglementaires pas encore parachevées.

Cependant, tout cela n'empêche pas les entreprises d'entamer cette nouvelle méthode de commerce. En effet, récemment un grand intérêt pour ce type de commerce a été observé, mais cela reste encore insuffisant et loin des espérances attendues, par comparaison avec les succès réalisés dans les pays voisins.

3.1 Etat des lieux sur le commerce électronique en Algérie

En Algérie, le commerce est majoritairement physique, mais dernièrement les algériens ont tendance à s'orienter vers les pratiques commerciales virtuelles. Cependant, il faut reconnaître que cette action est assez complexe puisque le commerce est un secteur qui dépend directement de l'évolution économique et sociale du pays. Dans ce contexte, certains experts algériens ont indiqué que les facteurs socioculturel et économique sont essentiels pour le commerce en ligne algérien, en raison de l'évolution encore délicate et incertaine des technologies de pointe et de leur application très lente. Ceci est en partie dû au comportement et habitudes des consommateurs algériens qui sont toujours réticents à ce type de commerce. En outre, l'aspect législatif des transactions commerciales est un autre facteur déterminant dans le développement du commerce électronique en Algérie. On peut ajouter à cela, la certification électronique qui est une condition indispensable pour garantir la sécurité et la protection des transactions sur les réseaux numériques contre des menaces telles que les attaques informatiques, l'accès à des informations confidentielles, ou le vol de données personnelles.

3.1.1 Le commerce électronique en Algérie pendant la pandémie de la COVID-19

Tout récemment, le consommateur algérien s'est tourné vers le choix du commerce en ligne suite aux fermetures des commerces physiques et de l'instauration du confinement afin de prévenir l'expansion de la pandémie de la COVID-19. Ce type d'achat lui permet de faire des achats sans avoir à se déplacer et sans courir le risque d'être contaminé.³ Ainsi, on remarque l'apparition d'un certain emballement pour les achats en ligne pendant la crise sanitaire actuelle. En effet, le commerce en ligne devient progressivement une alternative choisie par un nombre important

¹**Ould Moussa Y.** Economiste et consultant en finance, « Le e-commerce, tel qu'il est exercé en Algérie, est une forme d'informel », entretien de F. Bouhaci, in J de l'Eco.

²Op cit.

³**Blidi Amel** (2020). Le boom du e-commerce aura-t-il lieu ? <https://www.elwatan.com/edition/actualite/le-boom-du-e-commerce-aura-t-il-lieu-05-04-2020>.

d'acheteurs algériens compte tenu des grands avantages qu'il offre quant à la fluidité des transactions financières et ses échanges commerciaux; ceci permet de « nous faciliter la vie » comme l'affirme Monsieur Iheb Tekkour, spécialiste des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC), dans un entretien accordé au quotidien national El Watan.¹ A ce propos, il dit : « Aujourd'hui, l'occasion se présente pour nos gouvernants de développer les nouvelles technologies. C'est l'occasion de toucher le citoyen lambda qui ne saisissait pas l'utilité de ces services. Le destin nous donne une seconde chance pour rattraper les erreurs passées. Corona ou pas, ces services devront nous faciliter la vie »². Toujours d'après cette même personne, les entraves qui empêchaient l'acheteur algérien de s'orienter vers le e-commerce sont maintenant plus faciles à surmonter. Toujours dans le même contexte, il ajoute: « A l'heure du confinement, les consommateurs algériens sont prêts à reconsidérer leurs choix. Il est essentiel, aujourd'hui, d'encourager les gens à aller vers cette solution ». Cette pandémie a le mérite d'avoir mis à nu la situation réelle de la technologique algérienne qui malheureusement ne réussit pas encore à rejoindre totalement la dynamique technologique mondiale.

Il est indéniablement vrai que le commerce en ligne s'est épanoui durant la période du confinement. A cet effet, Monsieur Hadj Taher Boulenaour, président de l'association nationale des commerçants et artisans, a déclaré que les achats en ligne ont augmenté au cours des derniers mois de l'année 2020, surtout après l'instauration des nouvelles dispositions pour lutter contre l'épidémie du virus Corona. Dans une interview avec Dzaier, il a déclaré que les commerçants, particulièrement ceux auxquels il n'était pas permis d'opérer durant la pandémie, ont profité de la période du confinement pour écouler leur marchandise à travers des réseaux sociaux afin de limiter leurs pertes.³ De la même manière, les consommateurs algériens se sont tournés vers l'internet afin d'acquérir les produits dont ils avaient besoin car la plupart des commerces physiques n'étaient pas autorisés à ouvrir. Ainsi, lors d'une étude menée par le journal quotidien le Maghreb, les commerçants interrogés ont annoncé qu'autour de 80% de leurs produits destinés à l'Aid El Fitr de l'année en cours ont été écoulés par internet, et livrés au domicile de l'acheteur.⁴ En outre, le Directeur de l'Automated Cash Pool, Majid Masoudan, a déclaré à l'agence de presse (APS) que « Les transactions commerciales électroniques en Algérie ont connu une forte augmentation depuis le début de la pandémie de la COVID 19, et la majorité des gens préfèrent actuellement utiliser les cartes CIB et Eddahabia pour le paiement de leurs factures (électricité, gaz, téléphone, eau) et éviter ainsi de se rendre sur place ». Il est utile

¹Lyes C (2020). Algérie : Vers l'émergence du e-commerce a l'heure du confinement ?. Dzairdaily, <https://www.elwatan.com/edition/actualite/le-boom-du-e-commerce-aura-t-il-lieu-05-04-2020> , Consulté le 12/09/2020.

²Op cit.

³ Schahrazed I. (2020). Algérie : les achats en ligne en forte hausse a l'heure du confinement. Dzairdaily, <https://www.dzairdaily.com/algerie-achat-en-ligne-internet-hausse-confinement-2020/>. Consulté le 12/09/2020.

⁴Wali Med (2020). Commerce électronique en Algérie : la corona fait le bonheur du E-commerce. https://lemaghreb.dz/?page=detail_actualite&rubrique=Nation&id=99501.

de signaler que 441 531 transactions commerciales électroniques ont été inscrites entre le 1^{er} janvier et le 30 mars de l'année en cours, via les cartes CIB et Eddahabia. Ceci représente 50% du nombre total des actions e-paiement (873 679) enregistrées en 2019, a déclaré ce même interlocuteur.¹ Ainsi, le groupement d'intérêt économique de monétique

(GIEmonétique) a été sollicité pour de nombreuses demandes émanant de commerçants désirant écouler leurs produits sur Internet. L'augmentation du nombre de sites algériens proposant des services de paiement en ligne, qui est passé de 31 à 45 sites pendant le premier trimestre de l'année 2020, en cette période de crise, a été un vecteur de taille dans l'augmentation des paiements électroniques.

3.2 Le paiement électronique en Algérie

Il est généralement considéré que le commerce électronique et le paiement électronique vont de pair puisque toutes les transactions financières faites en ligne s'accompagnent d'un paiement en ligne. Il faut noter aussi que ce type de paiement demeure encore au stade du balbutiement, en Algérie. Ceci est particulièrement attribué au fait que les organismes concernés n'ont pas accordé suffisamment d'attention à cette nouvelle transition technologique. Pour sa part, Monsieur Iheb Tekkour a expliqué que les banques n'ont pas mené une campagne appropriée pour la promotion de l'e-paiement. Il dit à ce propos: « Parfois les banques elles-mêmes compliquent la situation, obligeant le client à se déplacer pour des brouilles »². Il faut dire aussi que l'utilisation des cartes CIB et Eddahabia n'a pas été suffisamment généralisée et leur adoption par les consommateurs algériens est encore timide. Il ajoute aussi que « Cela n'a pas eu lieu pour trois raisons: le manque de confiance des consommateurs algériens en les cartes bancaires, la lenteur dans la délivrance de ces cartes et l'absence de communication des banques pour promouvoir le e-paiement ».³ En outre, Mourad Mechta, Directeur Général de l'entreprise Guiddini, affirme que « ce n'est pas maintenant, à l'heure où les gens sont obligés de rester chez eux, que l'on fait la promotion de ces services ». Cette entreprise avait, à son tour, entrepris des campagnes promotionnelles afin de lancer et encourager le paiement électronique pendant la vente de ses produits et services. Malheureusement, ces opérations n'ont pas donné les résultats escomptés. Afin de remédier à cela, Mourad Mechta suggère que l'accord «Des avantages fiscaux et parafiscaux» devrait offrir aux commerçants la possibilité «de proposer des produits ou des services à des prix avantageux », et par conséquent pousserait les clients à utiliser plus souvent le paiement électronique. (Ouabel, 2020-elikhbaria.com).

Quant à Issam Bekhti, créateur du site e-commerce Algérie Market, il propose de s'orienter directement vers le paiement mobile ou m-paiement qui n'est autre qu'un paiement effectué en ligne à travers le mobile. Il dit à ce propos que « Dans la mesure où les Algériens ont tous un mobile et ont maintenant la culture du Flexy, le m-paiement devrait s'imposer naturellement, comme cela a été fait au Sénégal ou en Côte d'Ivoire ».⁴

¹Schahrazed I. (2020). Op cit.

² Op cit.

³ Wali Med (2020). Op cit.

⁴ Blidi Amel (2020).Op. cit.

3.3 Les lois Algériennes relatives au e-commerce

Comme l'Algérie ne dispose pas d'un cadre juridique permettant la codification du commerce électronique et la protection des e-acheteurs et des e-marchands, elle risque de développer une économie virtuelle qui à tout moment peut être exposée aux fraudes. Il serait grand temps de généraliser ces transactions commerciales qui à l'heure actuelle demeurent timides et faibles. Il est à noter que, d'après les statistiques officielles, seulement 100 000 transactions ont été réalisées entre le début du lancement des e-paiements en octobre 2016 et la fin de l'année 2019. Ces transactions concernent essentiellement les factures d'électricité, de gaz et d'eau, et certains services des assurances.

Lors d'une session du Conseil des Ministres en 2017, un projet de loi a été approuvé sur le commerce électronique dont l'objectif était de:

- Doter cette activité, qui existe déjà dans notre pays, d'un cadre légal.
- Instituer un contexte de confiance relative à cette activité.
- Elaborer une économie numérique nationale.
- Garantir une protection aux clients.

Il faut signaler aussi que la nouvelle loi relative au e-commerce, proposée et approuvée en avril 2018, mais qui malheureusement comporte un grand nombre de failles, ne permet pas de faire face aux problèmes réels que comporte ce domaine qui est en plein développement. A ce propos, le chercheur Iheb Tekkour souligne que « La loi sur le e-commerce (avril 2018) ne fait pas la différence entre le commerce traditionnel et le commerce électronique. Elle n'aborde pas les applications mobiles. L'on voit bien qu'elle a été élaborée par des bureaucrates qui n'ont jamais exercé dans le domaine et que les spécialistes n'ont pas été associés à sa rédaction. Elle est en déphasage avec la réalité du terrain » (Blidi, 2020).

Pour sa part, le co-fondateur de Webdispo indique que la loi sur le commerce électronique n'est pas fondée sur une volonté politique réelle puisqu'elle n'a pas permis d'ouvrir suffisamment le secteur. Il précise à ce propos que cette loi a rendu le e-commerce très bureaucratique. Néanmoins, il ajoute avec une lueur d'espoir: « Je pense que les choses sont en train de changer dans le bon sens, notamment avec la création d'un portefeuille ministériel dédié aux start-ups. Nous attendons pour voir » (Blidi, 2020).

D'autre part, il a été remarqué que les citoyens se dirigent progressivement vers les magasins en ligne afin d'acheter des produits ou des services. Aujourd'hui, les gens utilisent de plus en plus l'Internet pour faire des achats, régler des factures, contacter des chauffeurs ou acheter des repas. Il faut savoir que beaucoup de sites internet spécialisés dans le commerce électronique se sont distingués, et le nombre de leurs clients ne cesse d'augmenter de jour en jour, et ce malgré que l'Algérie ne possède pas encore de services de e-paiement ni de structures juridiques pour régir ce genre de commerce.

4. Vente de produits et services en ligne

4.1 L'entreprise Jumia

Jumia Algérie est une entreprise de commerce en ligne qui est visité par environ 1.5 millions de personnes chaque mois.¹ Elle est perçue comme l'entreprise

¹www.Jumia.dz, 2019.

pionnière dans le domaine du e-commerce en Algérie. Ainsi, le responsable du Département de Marketing de Jumia précise que le e-commerce est en plein essor avec un marché très prometteur par suite de la variété des produits et services mis à la disposition des clients et aussi de la facilité des transactions. Il ajoute : « Notre plateforme numérique permet à nos visiteurs de choisir parmi une variété de produits conformes aux standards. A Jumia, toutes les transactions sont payées en espèces et payées après livraison ». Toutes ces facilités ont aidé l'entreprise à connaître un développement remarquable. Signalons que Jumia Algérie a été créée en l'année 2014, et aujourd'hui elle détient un chiffre d'affaires considérable.

4.2 L'entreprise Batolis

Batolis est un site de shopping en ligne, 100% algérien, établi en 2015. Cette entreprise a enregistré des chiffres d'affaires encourageants à cause de la flexibilité des modalités de paiement en espèces à la livraison ou par virement CCP. Néanmoins, cette souplesse dans le mode de paiement lui a bien causé des soucis, puisqu'avec le paiement en espèces à la livraison, elle coure le risque des fausses commandes et peut donc subir de grandes pertes. Ce problème ne se pose pas dans le cas du paiement en ligne.

4.3 L'entreprise Yassir

Il faut savoir que le commerce en ligne en Algérie ne se limite pas uniquement aux sites commerciaux; il englobe aussi des idées originales, et Yassir en est un bon exemple. Ce service a développé une application sur smartphone qui met à la disposition des citoyens un ensemble de chauffeurs qui sont enregistrés sur sa plateforme.¹ Ces chauffeurs peuvent être contactés par les utilisateurs de l'application à tout moment et là où ils se trouvent.

D'après les initiateurs de Yassir, l'application Yassir indique au client le lieu de départ et la destination, avec les coûts des services et les itinéraires les plus utilisés et les moins utilisés. Yassir garanti aussi la qualité du service, la sécurité et la confiance.

Le responsable de Yassira indiqué que ce nouveau service draine un nombre croissant d'utilisateurs, et ceci n'est que bénéfique pour l'établissement.² Il précise que « Après la sélection du chauffeur et l'utilisation d'un algorithme pour vérification de l'itinéraire, l'application calcule le prix du service en fonction des facteurs suivants: distance et embouteillage. Une fois le client arrivé à destination, il connaît déjà le prix de la course et paie le chauffeur en espèces.³

Pour conclure, on peut dire que l'instauration du commerce électronique dans notre pays contribuerait certainement au développement de l'économie nationale et serait un élément annonciateur pour le bien être des algériens. C'est un moyen qui est susceptible de généraliser l'utilisation des TIC dans notre pays et par conséquent

¹Takharboucht Samira. (2020). Le e-commerce s'impose comme alternative à long terme, <https://www.lnr-dz.com/2020/05/09/le-e-commerce-simpose-comme-alternative-a-long-terme/>, consulté le 13/09/2020

²Mounir Mounir (2017). Economie : le réalité du E-commerce en Algérie.<http://www.algerie360.com/economie/economie-algerie/economie-la-realite-du-e-commerce-en-algerie/>, consulté le 07/09/2020.

³Op cit

encourager le passage à l'économie de la connaissance et du savoir. Ceci constituerait sûrement une occasion pour développer la société de l'information.

Conclusion :

Cette modeste étude a permis de relever que la pandémie de la COVID 19 a totalement bouleversé le commerce à travers le monde. Des mesures draconiennes, telles que la distanciation sociale, le confinement et autres, prises par la majorité des pays comme mesure de prévention contre la dissémination du virus, ont carrément empêché les citoyens d'aller faire leurs achats dans les magasins. C'est pour cela que le e-commerce a connu une vraie renaissance en cette période de confinement dû à la crise sanitaire de la COVID 19. Ainsi, le commerce électronique a su profiter de cette pandémie pour connaître une augmentation de 57% des transactions électroniques pendant le premier trimestre de l'année 2020 seulement.¹ Ceci n'est malheureusement pas le cas pour l'Algérie. Néanmoins, malgré le retard accusé pour le lancement du e-commerce en Algérie, il n'est pas trop tard. Il est urgent de savoir que ce type de commerce est un vrai moteur pour la relance économique. Il peut avoir un avenir prometteur dans notre pays à condition d'instaurer un système de paiement efficace et moderne.

Références bibliographiques:

Andrienko Olga (2020). Ecommerce& Consumer Trends during Coronaviru .fromhttps://www.semrush.com/blog/ecommerce-covid-19/.

Article apparu dans le journal algérien L'Eco N°61 sur un entretien réalisé par F. Ababsa avec D. Bendjaber le 15 mars 2013.

Benmesli Sonia. (2017). La vente en ligne et le consommateur algérien. Mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention d'un diplôme Master en marketing, université de Tizi-ouzou.

Blidi Amel (2020). Le boom du e-commerce aura-t-il lieu ? https://www.elwatan.com/edition/actualite/le-boom-du-e-commerce-aura-t-il-lieu-05-04-2020.

COMK (2020). E-commerce : le confinement n'aura pas profité à tout le monde.https://comarketing-news.fr/e-commerce-le-confinement-naura-pas-profite-a-tout-le-monde.

Davis Sarah &Toney Laurent (2020). How Coronavirus is Impacting Ecommerce. Fromhttps://www.roirevolution.com/blog/2021/05/coronavirus-and-ecommerce/.

E-commerce guide, E-commerce statistique, https://ecommerceguide.com/ecommerce-statistics/, 2020, consulté le 05/08/2020.

GaudiautTristant (2020). La trajectoire de l'épidémie dans le monde. voir l'article sur https://fr.statista.com/infographie/22372/nombre-cas-cumule-de-coronavirus-covid-19-par-region-du-monde/.

Jones K (2020). COVID 19 the PandemicEconomy : What are ShoppersBuyingOnline DuringCovid 19. Fromhttps://www.visualcapitalist.com/shoppers-buying-online-ecommerce-covid-19/

KernJulie (2020). Santé-Covid -19. Futura santé. Voir l'article sur www.futura-sciences.com/santé/définitions/coronavirus-covid-19-18585. Consulté le 02/09/2020.

La Fédération de l'E-commerce et de la vente à distance, Statistique d'E-Commerce 2020, consulté le 05/08/2020.

OMS. 27 Avril (2020). https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2.4.

¹**COMK** (2020). E-commerce : le confinement n'aura pas profité à tout le monde.https://comarketing-news.fr/e-commerce-le-confinement-naura-pas-profite-a-tout-le-monde.

Lyes C (2020). Algérie : Vers l'émergence du e-commerce à l'heure du confinement ?. Dzairdaily, <https://www.elwatan.com/edition/actualite/le-boom-du-e-commerce-aura-t-il-lieu-05-04-2020> , Consulté le 12/09/2020.

Media plancing, Les 10 plus grandes entreprises dans le e-commerce 2019. <https://www.webmediaplacing.com/articles-par-th%C3%A9matique/les-10-plus-grandes-entreprises-de-commerce-%C3%A9lectronique-au-monde-en-terme-de-chiffre-d-affaires-en-2019>. Consulté le 05/08/2020.

Mounir Mounir (2017). Economie : le réalité du E-commerce en Algérie. <http://www.algerie360.com/economie/economie-algerie/economie-la-realite-du-e-commerce-en-algerie/>, consulté le 07/09/2020.

Ould Moussa Y. Economiste et consultant en finance, « Le e-commerce, tel qu'il est exercé en Algérie, est une forme d'informel », entretien de F. Bouhaci, in J de l'Eco.

Perez Sarah, Report: WhatsApp has seen a 40% increase in usage due to COVID-19 pandemic, <https://techcrunch.com/2020/03/26/report-whatsapp-has-seen-a-40-increase-in-usage-due-to-covid-19-pandemic/> , consulté le 08/09/2020.

Schahrazed I. (2020). Algérie : les achats en ligne en forte hausse à l'heure du confinement. Dzairdaily. <https://www.dzairdaily.com/algerie-achat-en-ligne-internet-hausse-confinement-2020/>. Consulté le 12/09/2020.

Takharboucht Samira. (2020). Le e-commerce s'impose comme alternative à long terme, <https://www.lnr-dz.com/2020/05/09/le-e-commerce-simpose-comme-alternative-a-long-terme/>, consulté le 13/09/2020.

Tristan Gaudiaut (2020). La trajectoire de l'épidémie dans le monde. voir l'article sur <https://fr.statista.com/infographie/22372/nombre-cas-cumule-de-coronavirus-covid-19-par-region-du-monde/>.

Wali Med (2020). Commerce électronique en Algérie : la corona fait le bonheur du E-commerce. https://lemaghreb.dz/?page=detail_actualite&rubrique=Nation&id=99501.
www.Jumia.dz

www.statista.com