

L'évolution du paiement électronique en Algérie pendant la pandémie du COVID-19

The Evolution of Electronic Payment in Algeria During the COVID-19 Pandemic

BOUSSOUF Azzeddine⁽¹⁾, BELKAID Brahim⁽²⁾

¹Doctorant, Université d'Oran 2 Mohamed Ben Ahmed, boussoufazzeddine@gmail.com

²Maître de conférences A, Université d'Oran 2 Mohamed Ben Ahmed, belkaid1brahim@yahoo.fr

Information sur l'article

Reçu le :01/04/2021

Accepté le :26/08/2021

Publié le :15/09/2021

Mots clés:

Mot clé.1: Coronavirus

Mot clé.2: E-Commerce

Mot clé.3: E-paiement

Mot clé.4: TPE

Mot clé.5: Algérie

Codes de classification JEL: G20, L81.

Résumé:

La présente étude a pour vocation d'examiner les conséquences de la crise sanitaire de la Covid-19, qui a bouleversé la santé et l'économie mondiales, sur l'utilisation du paiement électronique en Algérie. Nous avons adopté une approche descriptive analytique pour tenter d'analyser l'évolution de l'usage des moyens de paiement électroniques en Algérie, à savoir, le paiement en ligne sur les sites d'e-commerce et le paiement sur les Terminaux de Paiement Électroniques (TPE), pendant la pandémie du Covid-19. Les résultats indiquent clairement une augmentation considérable de l'utilisation des moyens de paiement électroniques par les ménages algériens, cette augmentation s'est maintenue même après la période du confinement partiel, ce qui démontre une adoption concrète et durable des moyens de paiement électroniques.

Keywords:

Keyword.1: Coronavirus

Keyword.2: E-Commerce

Keyword.3: E-payment

Keyword.4: POS

Keyword.5: Algeria

JEL Classification Codes: G20, L81.

Abstract :

The purpose of this paper is to examine the impact of the Covid-19 health crisis, which disrupted global healthcare and the economy, on the use of electronic payments in Algeria. We have adopted a descriptive analytical approach in an attempt to analyze the evolution of the use of electronic payment methods in Algeria, namely, online payment on e-commerce sites and payment on Electronic Payment Terminals (EPTs), during the Covid-19 pandemic. The results clearly indicate a considerable increase in the use of electronic payment methods by Algerian households, which was maintained even after the period of partial containment, demonstrating a concrete and sustainable adoption of electronic payment methods.

1- L'introduction :

L'émergence des technologies de l'information et de la communication (TIC) a eu un impact considérable sur la vie et les activités des individus et des entreprises. Cette émergence caractérisée par la prolifération mondiale de l'internet a conduit à la naissance du commerce électronique, qui a connu un grand essor grâce aux caractéristiques d'ouverture, de rapidité, d'anonymat, de numérisation et d'accessibilité mondiale de l'internet.

Cependant, la croissance du commerce électronique a créé de nouveaux besoins financiers, qui ne répondent pas, dans de nombreux cas, aux systèmes de paiement traditionnels. C'est dans ce contexte qu'est apparu le paiement électronique, qui est un moyen plus pratique, plus rapide et plus sûr pour effectuer des paiements entre particuliers et entreprises.

Ainsi, les ventes de biens et de services ont considérablement augmenté avec l'adoption de l'utilisation des systèmes de paiement électronique, de telle sorte que les paiements électroniques sont devenus une partie de plus en plus importante du système de paiement mondial.

L'utilisation du paiement électronique présente de nombreux avantages pour les acheteurs, les vendeurs, les banques, les organisations et les gouvernements. Ces avantages ont conduit à la généralisation de ce système de paiement dans le monde entier, y compris l'Algérie, dont le développement et l'utilisation de ce moyen de paiement accusent un retard notable par rapport à la plupart des pays en voie de développement.

L'émergence du nouveau coronavirus au début de l'année 2020 a provoqué une pandémie mondiale de maladie respiratoire appelée COVID-19. Cette pandémie a suscité de grandes inquiétudes en matière de santé publique dans le monde entier, et les gouvernements ont commencé à adopter des mesures de santé publique efficaces, telles que la distanciation sociale et le confinement, pour interrompre physiquement la contagion et ralentir la propagation du virus. Mais ce faisant, ils ont toutefois interrompu la circulation des biens et des personnes, et cela a eu un impact sans précédent sur l'économie mondiale (Carlsson-Szlezak et al., 2020).

Outre les mesures de distanciation sociale et de confinement, la possibilité de transmission du coronavirus par les pièces et les billets de banque a poussé les consommateurs à privilégier l'utilisation des moyens de paiement électronique.

À cet égard, notre étude a comme objectif de répondre à la problématique suivante :

« Quelle a été l'incidence de la pandémie du COVID-19 sur l'utilisation des moyens de paiement électronique en Algérie ? »

De cette problématique découlent les questions subsidiaires suivantes :

Q1 : Quelle a été la répercussion des mesures de confinement lié à la pandémie du COVID-19 sur l'utilisation du paiement en ligne en Algérie ?

Q2 : Quelle a été la répercussion des mesures de confinement liée à la pandémie du COVID-19 sur l'utilisation des terminaux de paiement électroniques en Algérie ?

Ainsi, les hypothèses suivantes ont été proposées :

H1 : Les mesures de confinement lié à la pandémie du COVID-19 ont permis d'accélérer l'utilisation du paiement en ligne en Algérie.

H2 : Les mesures de confinement lié à la pandémie du COVID-19 ont permis d'accélérer l'utilisation des terminaux de paiement électroniques en Algérie.

Afin de répondre à notre problématique, nous allons exposer, en premier lieu, quelques notions sur le commerce électronique, ses avantages, ainsi que ses différents types.

En second lieu, nous présenterons le paiement électronique ainsi que ses différents types disponibles en Algérie.

Et nous terminerons avec notre étude sur l'évolution du paiement électronique en Algérie pendant la période du COVID-19. Cette étude portera sur l'évolution mensuelle du nombre et des montants des transactions en ligne, l'évolution mensuelle du nombre des transactions en ligne par secteur, ainsi que sur l'évolution mensuelle du nombre et des montants des transactions en TPE.

2- Notion sur le commerce électronique

2-1 Définition du commerce électronique

L'émergence de l'internet en tant que vaste réseau public avec des millions de personnes connectées en ligne a donné naissance à une nouvelle place de marché interactive pour l'achat et la vente. Ainsi, pour certains, le commerce électronique signifie simplement la possibilité d'acheter et de vendre des biens, des informations et des services en ligne, par le biais de réseaux publics (Bhasker, 2013, p. 3).

Ainsi, l'e-commerce, ou le commerce électronique a été défini par l'OCDE (2011, p. 72) comme étant : *« ... la vente ou l'achat de biens ou de services, effectués sur des réseaux informatiques par des méthodes spécifiquement conçues pour recevoir ou passer des commandes. Les biens ou services sont commandés par ces méthodes, mais le paiement et la livraison finale des biens ou services ne doivent pas être effectués en ligne. Une transaction de commerce électronique peut être effectuée entre des*

entreprises, des ménages, des particuliers, des gouvernements et d'autres organisations publiques ou privées. »

Cette définition inclus les commandes faites à partir des sites web, extranet et sur l'échange de données informatisé (EDI), comme étant de l'e-commerce, et exclus les commandes faites par téléphone et e-mail.

Néanmoins, l'e-commerce ne se résume pas qu'à l'achat et la vente des biens et service sur internet, il comprend aussi diverses activités économiques quotidiennes telles que la fixation des prix, la conclusion de contrats, les paiements et, dans certains cas, même l'expédition et la livraison de biens et de services (Bhasker, 2013).

2-2 Les avantages de l'e-commerce

Selon Bhasker (2013, p. 5), le commerce électronique dépend directement de l'intégration de la connectivité des réseaux avec les systèmes d'information, ses avantages sont donc en grande partie les mêmes que ceux qui font de l'internet une infrastructure privilégiée. En effet, Internet est disponible dans le monde entier, vingt-quatre heures sur vingt-quatre, sept jours sur sept.

Cet accès mondial offert par l'internet, élargis la portée commerciale des entreprises au-delà de leur emplacement géographique, car n'importe qui, n'importe où dans le monde, peut faire des affaires avec elle par ce moyen. Toutes les entreprises qui proposent des produits ou des services sur le réseau sont sur un pied d'égalité, quelle que soit leur taille. Les petites et moyennes entreprises qui ne sont peut-être pas en mesure de concurrencer les grandes sociétés bien établies, en raison de la visibilité qu'elles ont acquise, peuvent gagner en visibilité sur le marché mondial grâce à l'adoption du commerce électronique.

Cependant, le commerce électronique ne laisse personne indifférent puisque, d'une part, la portée du marché mondial ouvre de nouveaux marchés, et d'autre part, cette portée apporte une pression concurrentielle de la part de ceux qui ont déjà établi leur présence dans le commerce électronique.

Un autre avantage de l'e-commerce c'est qu'il permet de satisfaire rapidement et efficacement les exigences et les besoins des clients grâce à la portée de l'internet. Cette réactivité aux exigences des clients est une grande valeur ajoutée. En outre, la liste des problèmes courants et de leurs solutions, les réponses aux questions fréquemment posées (FAQ), les coordonnées du service clientèle et l'enregistrement automatisé des rapports de problèmes peuvent également être mis à disposition sur le réseau. Les problèmes signalés peuvent être analysés rapidement et des solutions peuvent être fournies instantanément ou être attribuées à un représentant pour le suivi et le traitement ultérieur (Bhasker, 2013, p. 6).

De plus, la mise en place du commerce électronique permet de réaliser des économies considérables grâce à la réduction des coûts. Avec le commerce électronique, une grande partie de la paperasserie liée à cette tâche est évitée, car le placement des commandes, l'exécution, le paiement et les demandes de service se font directement au format électronique. Les coûts d'infrastructure liés à la mise en place de locaux commerciaux et tous les autres frais généraux connexes peuvent être considérablement réduits. Par exemple, les librairies en ligne comme Amazon.com ont prospéré grâce à d'importantes réductions des frais généraux, en évitant les montages en brique et en mortier, répercutant les avantages ainsi obtenus sur les acheteurs (Bhasker, 2013, p. 6).

2-3 Typologie de l'e-commerce

Le commerce électronique utilise les technologies de l'information et de la communication pour effectuer des transactions commerciales entre deux ou plusieurs parties, généralement des entreprises et des consommateurs. Ainsi, en fonction des entités impliquées dans une transaction, le commerce électronique peut être classifié de la manière suivante : Entreprise à entreprise (B2B), Entreprise à consommateur (B2C), Consommateur à entreprise (C2B) et Consommateur à consommateur (C2C).

2-3-1 Entreprise à entreprise (B2B)

Fais référence aux transactions entre et parmi les organisations. Aujourd'hui, environ 85 % du volume du e-commerce est constitué de transactions entre entreprises (Turban et al., 2017, p. 8). Ce type de commerce électronique nécessite que deux ou plusieurs entités commerciales interagissent entre elles directement ou par un intermédiaire (Bhasker, 2013, p. 16).

2-3-2 Entreprise à consommateurs (B2C)

Comprends les transactions de produits ou de services au détail effectuées par des entreprises pour des acheteurs particuliers (Turban et al., 2017, p. 8). Les deux ou plusieurs entités qui interagissent entre elles dans ce type de transaction impliquent une entreprise de vente et un consommateur (Bhasker, 2013, p. 20).

2-3-3 Consommateur à entreprise (C2B)

Il peut être décrit comme une forme de commerce électronique où la transaction, dont le client est à l'origine, comporte un ensemble de spécifications d'exigences et un prix spécifique pour un produit, un service ou un article. Il incombe à l'entité commerciale de commerce électronique de répondre le mieux possible aux besoins des consommateurs (Bhasker, 2013, p. 22).

2-3-4 Consommateur à consommateur (C2C)

Le commerce de consommateur à consommateur est l'activité de commerce électronique qui offre la possibilité d'échanger des produits et/ou des services entre les consommateurs qui sont connectés par l'internet (Bhasker, 2013, p. 22).

3- Notion sur le paiement électronique

3-1 Définition du paiement électronique

Le paiement électronique a suscité beaucoup d'attention de la part des chercheurs au cours des deux dernières décennies en raison de son rôle essentiel dans le commerce électronique moderne. Cela a donné lieu à des recherches vastes et approfondies qui ont permis de dégager différentes perspectives sur les définitions du paiement électronique (Kabir et al., 2015).

Parmi ces définitions, on retrouve celle de Ogedebe et Jacob (2012) qui ont considéré le système de paiement électronique comme toute forme de transfert de fonds via Internet. Pour Aldaas (2021), le paiement électronique (e-payment), peut être défini comme le paiement de biens ou de services sur Internet. Il comprend toutes les opérations financières effectuées à l'aide d'appareils électroniques, telles que les ordinateurs, les smartphones ou les tablettes. De même, selon Adeoti et Osotimehin (2012), le paiement électronique se réfère à un moyen électronique de faire les paiements pour les biens et services acquis en ligne ou dans les supermarchés et les centres commerciaux. Une autre définition suggère que les systèmes de paiement électronique sont des paiements effectués dans un environnement de commerce électronique sous forme d'échange d'argent par des moyens électroniques (Kaur & Pathak, 2015).

En résumé, selon Kabir et al. (2015), un système de paiement électronique peut simplement être défini comme un ensemble de composants et de processus qui permet à deux ou plusieurs parties d'effectuer des transactions et d'échanger des valeurs monétaires par des moyens électroniques.

3-2 Les différents moyens de paiement électroniques

Selon Yu et al. (2002), il existe quatre grandes catégories de systèmes de paiement électronique : le paiement en ligne par carte de crédit, la monnaie électronique, les chèques électroniques et les petits paiements. Ils soulignent en outre que chacun de ces systèmes a ses propres avantages et inconvénients. Ils ont en outre souligné que chaque type pouvait être évalué

à travers ces quatre qualités distinctes, à savoir Aspect technologique, Aspect économique, Aspect social et les aspects institutionnels et juridiques.

3-3 Les différents moyens de paiement électroniques en Algérie

3-3-1 La carte interbancaire (CIB)

La carte interbancaire est reconnaissable au logo CIB du système bancaire électronique interbancaire qui est imprimé sur la carte. Le logo et le nom de la banque émettrice de la carte figurent également sur la carte. Celle-ci est équipée d'un microprocesseur, communément appelé "puce", permettant de gérer et de sécuriser les opérations de paiement. Le titulaire de la carte peut ainsi régler ses achats dans différents points de vente, ainsi que sur internet (*SATIM*, s. d.).

La carte interbancaire est un instrument de paiement et de retrait interbancaire national, qui est accepté chez les commerçants affiliés au réseau interbancaire de paiement électronique et dans tous les distributeurs automatiques de billets (DAB) installés en Algérie (*SATIM*, s. d.).

3-3-2 Les terminaux de paiement électroniques (TPE)

Par terminal de paiement électronique, on désigne tout appareil permettant de traiter un paiement par carte. Ce terminal est relié aux services spécialisés de la banque. Un commerçant peut également intégrer dans son terminal de paiement une fonction de caisse enregistreuse électronique.

Il existe deux types de TPE :

- le TPE fixe avec lecteur de puce PIN-PAD pour les grandes surfaces.
- le TPE mobile pour les petites surfaces (DRAGONS, 1999, cité dans Refafa, 2020).

3-3-3 Les guichets automatiques bancaires (GAB)

Les guichets automatiques bancaires , également appelés "distributeurs de billets", sont des appareils de télécommunication électroniques qui permettent aux clients d'une institution financière d'accéder 24 heures sur 24 à leurs comptes de dépôt ou de crédit afin d'effectuer diverses transactions financières telles que le paiement de factures ainsi que des retraits d'espèces, sans qu'un caissier, un employé ou un guichet de banque ne soit nécessaire .

En outre, si les distributeurs automatiques de la banque font partie d'un réseau bancaire, les déposants particuliers peuvent obtenir un accès direct à leurs comptes de dépôt dans tout le pays, et dans de nombreux cas à

l'étranger, en utilisant les distributeurs d'autres banques du réseau pour effectuer des prélèvements sur leurs comptes (*Les Guichets Automatiques de Banque (GAB)*, s. d.).

4- Méthode et recueils des données

4-1 Méthode de recherche

L'Objectif de cette étude est d'évaluer l'impact qu'a eu la pandémie du Covid-19 sur le paiement électronique en Algérie. Pour ce faire, on a suivi une approche descriptive analytique des différents indicateurs du paiement électronique en Algérie, à savoir, le paiement en ligne et le paiement sur les TPE.

4-2 Recueils et traitement des données

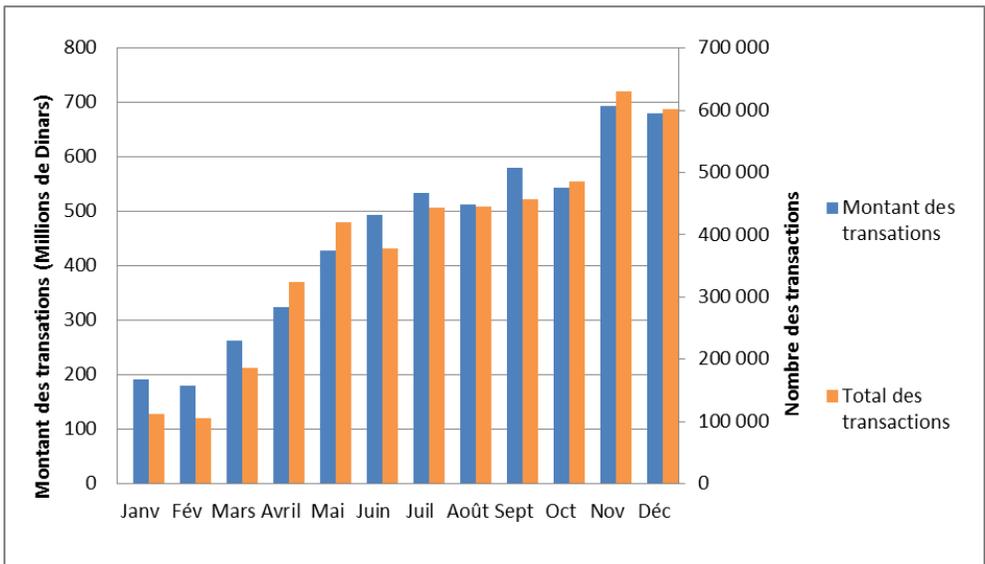
Les données ont été récoltées à partir du site web du GIE Monétique, ces statistiques englobent l'activité monétique mensuelle de l'année 2020 des 19 membres adhérents (dont 18 banques et Algérie poste) du GIE Monétique. Ces données sont sous forme de tableaux, on les a réorganisés sur le logiciel Microsoft Excel, pour ensuite créer différents graphiques pertinents.

5- Résultats

Dans cette section nous allons présenter, décrire et commenter les résultats des graphiques :

5-1 L'évolution mensuelle du nombre et des montants des transactions en ligne

Graphique N°1 : L'évolution mensuelle du nombre et des montants des transactions en ligne



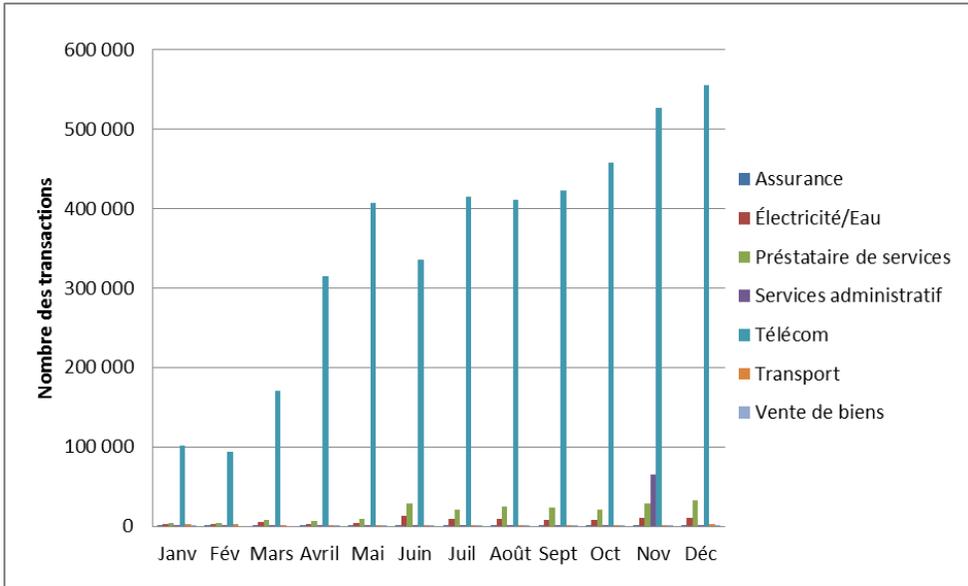
Source : Par les auteurs à partir des données du GIE Monétique.

Le premier graphique montre l'évolution mensuelle du nombre globale ainsi que le montant des transactions en ligne pour l'année 2020 en Algérie. On remarque à partir de ce graphique que le montant des transactions et le total des transactions évoluent quasiment ensemble. Cette évolution connaît à partir du mois de mars une augmentation graduée jusqu'au mois de juin, puis se stabilise relativement jusqu'au mois d'octobre, pour connaître ensuite une augmentation notable pour le mois de novembre. Cette évolution suit parfaitement les mesures de confinement et de déconfinement prises par le gouvernement algérien. Ainsi, l'augmentation du mois de mars correspond aux premières mesures de confinement partiel prises le 23 mars, la stagnation entre le mois de juin et le mois d'octobre concorde avec les mesures de déconfinement progressif prises le 7 juin, tandis que l'augmentation du mois de novembre correspond au durcissement du confinement partiel décidé le 08 novembre. Globalement, le montant des transactions en ligne a connu une augmentation de 284% entre février (Phase d'avant Covid-19) et novembre (Phase d'après Covid-19). Concernant le nombre de ces transactions, l'augmentation a été de 498% pendant la même période.

5-2 L'évolution mensuelle du nombre des transactions en ligne par secteur

Graphique N°2 : Évolution mensuelle du nombre des transactions en ligne par secteur

L'évolution du paiement électronique en Algérie pendant la pandémie du COVID-19

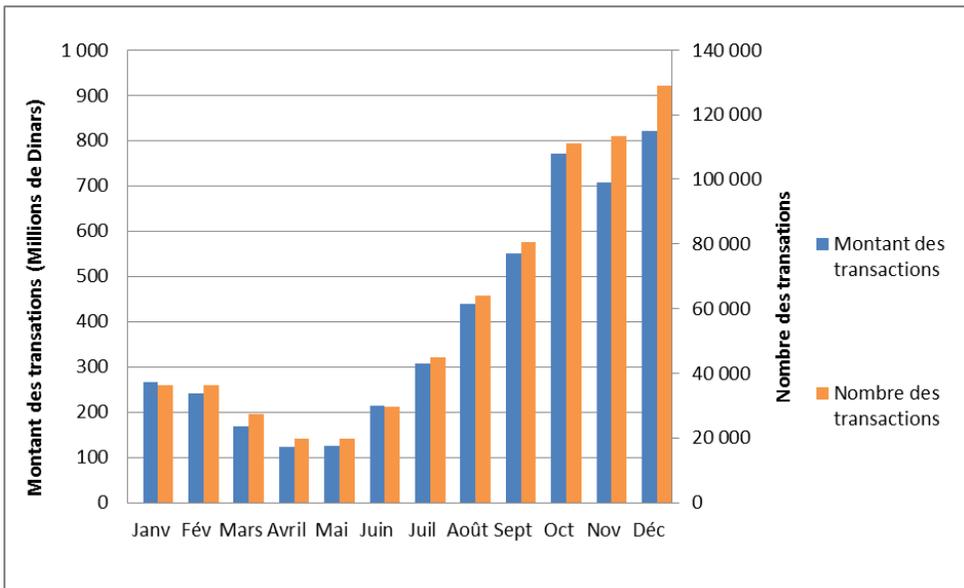


Source : Par les auteurs à partir des données du GIE Monétique.

Le graphique N°2 présente l'évolution mensuelle de l'année 2020 du nombre des transactions en ligne en Algérie, les transactions sont classées par secteurs d'activité. Ce graphique nous permet de constater que le secteur des télécommunications représente la majorité des transactions faite en ligne, ce secteur regroupe les transactions de la téléphonie fixe et mobile (recharge mobile, ADSL, Facture fixe...). Les autres secteurs ne représentent qu'une infime partie des transactions réalisées en 2020, en moyenne, moins de 10% du total des transactions. Le point le plus intéressant de ce graphique est qu'il fait apparaitre clairement une augmentation progressive du nombre des transactions à partir du mois de mars, cette période coïncide avec les premières mesures de confinement partiel mises en place par les autorités algériennes. Le nombre des transactions connaît une stagnation entre le mois de mai et de septembre avec une légère baisse pendant le mois de juin, puis réparent sur une légère croissance à partir du mois d'octobre.

5-3 L'évolution mensuelle du nombre et des montants des transactions en TPE

Graphique N°3 : Évolution mensuelle du nombre et des montants des transactions en TPE



Source : Par les auteurs à partir des données du GIE Monétique.

Le Graphique n°3 illustre l'évolution mensuelle en Algérie du nombre et des montants des transactions en TPE pour l'année 2020. Ici aussi, on remarque que le nombre et les montants se suivent parfaitement sauf pour le mois de novembre où les montants ont connu une baisse alors que le nombre des transactions a continué avec une légère hausse. Il est apparent, d'après ce graphique, que l'évolution du nombre et des montants des transactions a été sévèrement affecté par la décision de confinement du mois de mars, cette baisse a duré jusqu'au mois de mai, puis la tendance s'est inversé, les chiffres ont commencé à augmenter progressivement à partir de juin, cette augmentation s'est poursuivie jusqu'à novembre pour le nombre des transactions, tandis que pour les montants, la progression s'est arrêté au mois d'octobre. D'une manière globale, le nombre des transactions a augmenté de 212% entre février et novembre, tandis que les montants ont augmenté de 207% sur la même période, ce qui valide partiellement notre deuxième hypothèse.

6- Discussion

La présente recherche a été menée afin de déterminer l'effet de la pandémie du COVID-19 sur l'utilisation du paiement électronique en Algérie. Les résultats de cette étude indiquent que la pandémie du COVID-19 a eu un impact très fort sur l'utilisation des différents moyens de paiement électronique en Algérie. Ainsi, d'après les résultats, on constate que l'utilisation du paiement en ligne, mesuré à travers le nombre et les montants des transactions passer en ligne, ont augmenté d'une façon

considérable pendant le premier confinement partiel, qui s'est étalé du mois de mars au mois de juin, ce qui confirme la validité de notre première hypothèse. Cette augmentation peut être expliquée par le fait que les ménages algériens, à cause du confinement, ont été obligés, quand la nature du paiement le permettez, de recourir aux plateformes numériques payer leurs achats ou leurs factures en ligne. Cette hausse a aussi était aidé par les facilités et les avantages qu'ont accordées certaines entreprises (par exemple Algérie télécom) à leurs clients lorsqu'ils régler leurs factures en ligne. Néanmoins, le paiement par TPE a été affecté négativement par le premier confinement partiel, où les commerces et autres activités économiques non nécessaires ont été fermés temporairement, ce qui a réduit fortement l'utilisation de cette technique de paiement.

La phase de déconfinement progressif décidé le 7 juin a permis de relancer l'utilisation des TPE, cette relance s'est poursuivie jusqu'au mois de novembre, ou elle a atteint des niveaux 2 voire 3 fois plus supérieur à ceux observer pendant les deux premiers mois de l'année, et cela confirme partiellement la validité de notre deuxième hypothèse. Une explication possible de ces résultats peut être l'effet de la campagne de sensibilisation lancé par l'Etat pour inciter et encourager l'utilisation de cette méthode de paiement, qui contrairement au paiement en liquide, favoriser la propagation du virus. Cependant, le paiement en ligne est resté relativement stable pendant la période de déconfinement, cela révèle que les ménages algériens qui ont été contraints d'utiliser le paiement électronique ont continué à l'utiliser même après le confinement, ce qui indique que les nouveaux utilisateurs de ce mode de paiement l'ont trouvé très utile et ils ne s'en passent plus, ce qui est grandement encourageant comme résultats.

Les résultats de cette recherche indiquent également que les transactions en ligne sont quasiment dominées par le secteur des télécommunications, qui représente plus de 90% de tous les paiements en ligne.

7- Conclusion et recommandations

Cette étude avait pour objectif d'évaluer l'effet de la pandémie du COVID-19 sur l'utilisation des différents moyens de paiement électronique en Algérie. Dans cette optique, une approche descriptive analytique a été suivie pour tenter d'examiner les répercussions de cette pandémie sur le niveau de l'utilisation des différents moyens de l'e-paiement par les ménages algérien.

Ainsi, les résultats de cette étude indiquent clairement que la pandémie a permis aux ménages algériens qui étaient en général plutôt

sceptiques à l'idée d'utiliser les moyens de paiement en ligne de franchir le pas. Cette adoption s'est faite pour plusieurs raisons, l'une d'elles est que les ménages étaient contraints d'utiliser cette méthode de paiement, en raison des mesures de couvre-feu et de confinement partiel instauré par l'Etat pour lutter contre la propagation du virus. À cela s'ajoutent les efforts consentis par quelques entreprises ainsi que l'Etat pour promouvoir et faciliter l'accès à ce mode de paiement.

Cependant, l'un des résultats les plus importants qui ressortent de cette étude est que les niveaux des indicateurs du paiement électronique n'ont pas baissé même après le confinement partiel bien que les ménages n'étaient plus obligés de l'utiliser. Ce qui indique que les utilisateurs qui ont essayé ce mode de paiement ont apprécié son utilité, est l'utilisent dorénavant d'une façon régulière.

Ces résultats nous mènent à avancer quelques recommandations dans le but d'accélérer l'adoption de ces moyens de paiement électronique en Algérie :

- D'après les résultats de cette étude, contraindre les consommateurs et les commerçants au recours à ces modes de paiement électronique peut donner de bons résultats en matière d'adoption de ces derniers.
- La simplification des procédures relatives à l'inscription et à la mise en place du commerce électronique pour les commerçants.
- Sensibiliser et faire connaître aux commerçants et aux ménages ces moyens de paiement modernes afin de généraliser leurs utilisations.
- Inciter les consommateurs à l'utilisation de l'e-paiement en offrant des promotions ou en réduisant les frais de transactions électroniques.
- Adapter et mettre à jour régulièrement le cadre juridique et la réglementation du e-commerce et du paiement électronique.
- La nécessité de mettre en place des organisations dédiées à l'écoute des consommateurs et des commerçants sur les questions et les difficultés liées à l'utilisation du paiement électronique.

8- Références

- Adeoti, O., & Osotimehin, K. (2012). Adoption of Point of Sale Terminals in Nigeria : Assessment of Consumers' Level of Satisfaction. *Research Journal of Finance and Accounting*, 3(1), 1-6.
- Aldaas, A. (2021). A study on electronic payments and economic growth : Global evidences. *Accounting*, 7, 409-414.
<https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.11.010>
- Bhasker, B. (2013). *Electronic commerce : Framework, technologies and applications*. McGraw-Hill Education.
- Carlsson-Szlezak, P., Reeves, M., & Swartz, P. (2020, mars 27). Understanding the Economic Shock of Coronavirus. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2020/03/understanding-the-economic-shock-of-coronavirus>
- GIE Monétique. (s. d.-a). Consulté 17 janvier 2021, à l'adresse <https://giemonetique.dz/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet/>
- GIE Monétique. (s. d.-b). Consulté 17 janvier 2021, à l'adresse <https://giemonetique.dz/activite-paiement-sur-tpe/>

- Kabir, M., Saidin, S., & Ahmi, A. (2015). *Adoption of e-Payment Systems : A Review of Literature*.
- Kaur, K., & Pathak, D. A. (2015). *E-Payment System on E-Commerce in India*. 5(2), 9.
- Les Guichets Automatiques de Banque (GAB)*. (s. d.). Les clés de la banque Particuliers. Consulté 23 juin 2021, à l'adresse <https://www.lesclesdelabanque.com/web/Cdb/Particuliers/Content.nsf/DocumentsByIDWeb/6W9GZB?OpenDocument>
- Mounia, B. (s. d.). *Coronavirus : Algérie Télécom lance des promotions pour encourager le e-paiement*. Consulté 25 janvier 2021, à l'adresse <https://www.aps.dz/sante-science-technologie/103195-coronavirus-algerie-telecom-lance-des-promotions-pour-encourager-le-e-paiement>
- Nassima, D. (s. d.). *Covid-19 : Réadaptation des horaires de confinement à domicile et report de la rentrée universitaire*. Consulté 25 janvier 2021, à l'adresse <https://www.aps.dz/algerie/112489-covid-19-readaptation-des-horaires-de-confinement-a-domicile-et-report-de-la-rentree-universitaire>
- OCDE. (2011). *OECD guide to measuring the information society*. OECD. <https://doi.org/10.1787/9789264113541-en>
- Ogedebe, P., & Jacob, B. P. (2012). *E-Payment : Prospects and Challenges in Nigerian Public Sector*.
- Refafa, B. (2020). La monétique en Algérie, développement et perspectives. *Journal d'études en économie et Management*, 3(2), 293-307.
- SATIM. (s. d.). Consulté 25 janvier 2021, à l'adresse <https://www.satim.dz/services-cib/carte-cib.html>
- Slimani, K. (s. d.-a). *Coronavirus : Confinement total pour Blida et partiel pour Alger*. Consulté 25 janvier 2021, à l'adresse <https://www.aps.dz/regions/103359-coronavirus-confinement-totale-pour-blida-et-partiel-pour-alger>
- Slimani, K. (s. d.-b). *Déconfinement : La reprise des activités économiques scindée en deux phases à partir du 7 juin*. Consulté 25 janvier 2021, à l'adresse <https://www.aps.dz/economie/105810-deconfinement-la-reprise-des-activites-economiques-scindee-en-deux-phases-a-partir-du-7-juin>
- Turban, E., King, D., Outland, J., & Whiteside, J. (2017). *Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce* (4th ed. 2017). Springer International Publishing : Imprint: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-50091-1>

Yu, H.-C., Hsi, K.-H., & Kuo, P.-J. (2002). Electronic payment systems :
An analysis and comparison of types. *Technology in Society*, 24(3),
331-347. [https://doi.org/10.1016/S0160-791X\(02\)00012-X](https://doi.org/10.1016/S0160-791X(02)00012-X)