
Covid-19, une opportunité pour pérenniser les paiements numériques en Algérie?

Covid-19, an opportunity to sustain digital payments in Algeria?

SIDI MAMMAR Lydia*

Université Mouloud Mammeri de Tizi -Ouzou, Algérie

Sidimammar_lydia@yahoo.fr

Date de soumission: 03/08/2023

Date d'acceptation:30/08/2023

Date de publication: 22/01/2024

Résumé:

L'étude menée dans cet article a pour objectif d'analyser la capacité des habitudes du paiement numérique initiées dans le contexte de la crise sanitaire Covid-19 à se pérenniser dans le temps et constituer un catalyseur pour l'adoption durable des moyens de paiement électroniques en Algérie. Les résultats de notre travail reflètent une amélioration notable et persistante, sur la période 2019- mai 2023, qui laisse présager une voie vers une utilisation continue des paiements électroniques en Algérie. Cependant, cette tendance devrait être appuyée par la levée de certains obstacles d'ordre économique, sociale et réglementaire qui retardent l'entrée de plein pied du pays dans l'ère des paiements numériques.

Mots clés: Covid-19; E-paiement; m-paiement; commerce électronique, obstacles.

Codes de classification Jel: I10, E42, L81, G20.

Abstract:

The study carried out in this article aims to analyze the ability of digital payment habits initiated in the context of the Covid-19 health crisis to perpetuate over time and constitute a catalyst for the sustainable adoption of electronic means of payment in Algeria. The results of our work reflect a noticeable and persistent improvement, over the period 2019-May 2023; which suggests a path towards a continued use of digital payments in Algeria. This trend should be supported by the removal of certain economic, social, and regulatory obstacles that are delaying the country's full entry into the era of digital payments.

Keywords: Covid-19; E-paiement; m-paiement; e-commerce, obstacles.

Jel Classification Codes: I10, E42, L81, G20.

* Auteur correspondant.

1. Introduction:

Au moment où le contexte sanitaire exceptionnel imposé par la pandémie du Covid-19 a réduit les interactions personnelles, les interactions numériques, quant à elles, se sont intensifiées à travers l'accélération de l'automatisation de tous les secteurs de l'économie, particulièrement celui des paiements.

La situation de la crise sanitaire a constitué une occasion inédite pour booster davantage le développement de la finance numérique (Deloitte, 2020, p. 4). Ainsi, en vue de rompre avec l'usage de l'argent liquide, les banques et les établissements financiers ont accéléré la transformation numérique de leurs services financiers afin de les adapter aux nouveaux besoins et attentes des clients manifestés dans le contexte de distanciation sociale imposé par la crise sanitaire.

La Banque Mondiale précise que la crise du Covid-19 a renforcée l'inclusion financière avec un recours amplifié aux paiements numériques. Selon le rapport mondial sur les paiements, les transactions mondiales non monétaires (autres qu'en espèce) ont augmenté de plus de 14 % entre 2018 et 2019, la plus élevée des dernières décennies, pour atteindre plus de 708 milliards de transactions (McKinsey & Company, 2020). Par la suite, en 2020, la partie paiement numérique de toutes les transactions réalisées au niveau mondiale cumule un total de 5 204 milliards de dollars et constitue le segment le plus important au sein de la FinTech (McKinsey & Company, 2021).

L'Algérie à l'instar des pays africains, n'est pas restée à l'ombre de ces métamorphoses et s'est inscrite progressivement depuis le début de la pandémie dans cette dynamique de développement et de vulgarisation des paiements électroniques. En effet, les statistiques publiés par la Banque d'Algérie et le GIE-Monétique (Groupement d'Intérêt Economique) témoignent une accélération significative du processus de « scripturalisation » des paiements avec un engouement sans précédent vers les paiements en ligne en 2020 et la diffusion des paiements mobil à la fin de l'année 2022.

Le nombre d'opérations issues du recours à la carte en vue de règlement en ligne a progressé de +425.3%, passant de 874 453 transactions durant l'année 2019 à 4,5 millions de transactions en 2020 (GIE-monétique, 2020). Cette croissance dans l'adoption et l'emploi des paiements électroniques durant la période de la crise s'explique par les privilèges approuvés par ces moyens de paiement numériques qui se manifestent notamment par la rapidité, l'instantanéité des transactions, la réalisation de opérations de paiement sans contact physique entre l'acheteur et le vendeur, ajoutant à cela le non recours à l'utilisation de la monnaie papier comme recommandé par l'OMS, puisque celle-ci peut constituer un moyen de transmission du virus entre les utilisateurs (Brown, 2020). De l'autre part, par la réalisation de l'interopérabilité CIB/EDAHABIA, faisant suite à l'adhésion d'Algérie Poste au GIE-Monétique, entrée en production le 05 janvier 2020.

En outre, l'année 2022 est marquée par l'introduction d'un nouveau type de paiement, m-paiement, qui est passé en mode opérationnel en mois d'octobre. Ce dernier constitue l'autre projet capital lancé par le GIE-Monétique. Au départ, le service a été actif en intra-bancaire, avant qu'il soit élargi progressivement jusqu'à la couverture de tous les acteurs participant à l'écosystème. Ce projet a pour but de développer le secteur financier du pays à travers la promotion des paiements électroniques et la lutte contre la culture du cash.

Au regard de la volonté manifestée par les pouvoirs publics en Algérie à travers la loi n° 18/05 du 10 mai 2018 relative au commerce électronique et, du contexte de la crise sanitaire qui a exigé un recours inédit aux paiements électroniques, il nous intéresse ainsi de savoir : **« Quelle est l'aptitude des pratiques de paiement initiées pendant cette période à se pérenniser après la pandémie du Covid-19 et voir ainsi dans quelle mesure cette crise a constitué une opportunité pour le développement durable des paiements numériques en Algérie ? »**

Cet article vise à mettre en lumière, à travers une étude descriptive et analytique, l'impact de la crise sanitaire sur l'adoption et l'usage des paiements numériques en Algérie et faire ressortir ainsi les principales raisons qui pourraient contribuer à la pérennisation des paiements électroniques et aussi, les obstacles qui retardent leur déploiement.

Ce travail sera structuré comme suit: Premièrement, nous allons présenter une revue de la littérature succincte en rapport avec notre thème d'étude en mettant en avant les déterminants qui conditionnent l'adoption des paiements numériques. Dans un second temps, nous allons dresser un état des lieux relatif aux performances enregistrées en Algérie en matière de monétique et des paiements électroniques durant la période qui a suivi la crise sanitaire. Enfin, nous terminerons par poser le curseur sur les principaux obstacles qui freinent l'entrée de plein pied du pays à l'ère des paiements numériques.

2. Revue de la littérature :

Le paiement numérique est un concept émergent qui implique une transaction monétaire entre deux personnes ou plus en adoptant une plateforme en ligne ou numérique via Internet (Armash et al., 2010.) au lieu d'échanger de l'argent physiquement. Il s'agit d'une plateforme où aucune interaction physique n'est requise pour payer ou recevoir une somme d'argent qui peut être effectuée via un mobile ou un ordinateur partout dans le monde, 24 heures sur 24.

Aujourd'hui, la dématérialisation complète de l'économie passe inévitablement par la conception de solutions de paiement efficaces de la part des fournisseurs de services de paiement (AfricaNenda et al., 2022). Ces derniers ont nettement accéléré sous l'impulsion de la crise sanitaire covid-19. En effet, en raison des confinements, des circonstances de distanciation sociale et des contraintes d'isolement à domicile, les particuliers sont devenus plus dépendants au paiement de leurs biens sans quitter le confort de leur foyer. Cette situation a

entraîné une forte demande de paiements numériques qui a intégré plusieurs nouveaux clients dans des services cicanstanciés à la conjoncture de la crise.

Cette demande a également conduit d'autres organisations à adopter de nouvelles méthodes de paiement numériques afin de gagner de nouveaux clients ou d'éviter de les perdre au profit de concurrents proposant des moyens de paiement plus pratiques. Ainsi, les opérateurs présents dans les marchés de paiement vont saisir l'opportunité manifestée par le changement des habitudes de consommation durant le contexte sanitaire pour élargir leur marché cible et développer des modèles de paiement pour la période post-covid-19. (David & Maeva, 2020). Ils peuvent créer des services et une stratégie marketing plus appropriés.

L'expérience d'utilisation des paiements numériques démontre plusieurs avantages (Sivathanu, 2019) qui favorise l'attitude à les adopter, à savoir la rapidité, la traçabilité et la protection contre les risques de pertes ou de vols qui s'assimilent à l'usage de l'espèce. Cependant, il existe aaussicertaines contrariétés qui dissuadent l'usage du paiement électronique, à l'exemple des risques de fraudes, de cybercriminalité et la difficulté d'utilisation pour les débutants et les personnes âgées.

Des travaux antérieurs ont soulevés plusieurs facteurs influencant l'adoption du paiement numérique. Eneffet, Wu et al. (2016) précisent que les moyens de paiement numérique accordent des avantages d'utilisations en termes de facilité d'utilisation, d'efficacité, de transparence et d'accessibilité. De plus, l'effort et le niveau de facilité d'utilisation impacte consisèrablement les intentions d'utiliser le paiement numérique (Chopdar et al., 2018, Sivathanu, 2019).

Le système de paiement numérique a été conçu pour permettre aux praticiens d'utiliser plus facilement la technologie pour effectuer des transactions financières. Ainsi, Vinitha et Vasantha (2017) affirment que l'adoption des paiements numériques dépend grandement de la sécurité et de la confiance des clients dans le secteur technologique. Zhao et Bacao (2020) ont reconnu l'importance de l'utilité perçue, qui indique le degré de commodité issue de l'usage de la technologie pour améliorer la performance d'un système particulier. L'avantage d'utiliser les paiements numériques, selon Venkatesh et al (2012), est le coté simple et pratique car les utilisateurs peuvent effectuer des transactions de paiement via des smartphones avec un Connexion Internet et pas besoin d'emporter de l'argent liquide.

De plus, le comportement d'acceptation des nouvelles technologies de l'information manifestée par les utilisateurs et l'effet des nouvelles technologies de l'information tendent aussi à impacter l'orientation des individus vers d'adoption des paiements numériques (Sivathanu, 2019). En effet, la décision des clients d'utiliser des paiements numériques est fortement influencée par la disponibilité et la compréhension par les utilisateurs du système outils de paiement. Les utilisateurs ayant une culture numérique et un taux d'adoption élevé des appareils technologiques tels que les smartphones sont susceptibles d'avoir un plus grand comprendre le

fonctionnement des paiements mobiles et pouvoir les utiliser pour effectuer des achats sur diverses plateformes de commerce électronique.

Les développements technologiques et l'augmentation de l'adoption des nouvelles technologies conduisent à une augmentation de l'expérience des utilisateurs dans les paiements numériques, ce qui conduit à son tour à une confiance accrue et à des intentions comportementales positives d'utiliser les paiements numériques disponibles. De même, les améliorations technologiques telles que les appareils mobiles de quatrième et cinquième générations ont conduit à l'amélioration des expériences utilisateurs grâce à des routines susceptibles de produire les impacts pertinents sur les intentions comportementales des utilisateurs. utilisateurs à adopter les paiements numériques (Lanlan et al., 2019).

Par ailleurs, la performance attendu constitue aussi un facteur incitatif à l'usage d'un paiement numérique (Patil et al., 2020 ; Venkatesh et al., 2012). Celle-ci s'exprime comme la mesure dans laquelle les individus estiment que l'utilisation d'un outil de paiement numérique les aidera à accomplir leur travail. Les particuliers ont tendance à opter pour un paiement numérique si ce dernier est capable de fournir des avantages afin qu'ils puissent susciter une intention à le réadopter régulièrement (Chayomchai et al., 2020). Par ailleurs, l'influence sociale détient aussi un impact positif sur l'intention d'utiliser le paiement numérique (Sivathanu, 2019).

Dans ce cadre, (Venkatesh et al., 2012) atteste que les intentions comportementales d'utilisation des applications mobiles sont susceptibles d'être influencés par les amis, la famille, les anciens utilisateurs et personnalités publiques. Par ailleurs, les conditions facilitantes qui incluent l'orientation, l'assistance et la formation dispensée pour les consommateurs sur la façon d'utiliser la nouvelle technologie constitue aussi un facteur crucial dans le choix de l'usage d'un paiement numérique (Sivathanu, 2019).

De même (Singh & Srivastava, 2018) ont montré qu'apporter des ressources et un accompagnement aux consommateurs en termes de conseils, d'assistance et de formation peuvent accroître l'utilisation de systèmes de paiement numérique. Selon Polites et Karahanna (2012) l'inertie semble avoir un effet sur l'usage d'un paiement en-ligne, celle-ci peut résulter de la satisfaction ressentie lors des expériences précédentes afin que les utilisateurs évitent le risque de se déplacer. L'inertie du consommateur est le choix habituel d'un produit ou d'un fournisseur de services fondé sur l'expérience de consommation passée du consommateur (Solomon et al. 2007).

Par ailleurs, le recul sociale, comme était le cas durant la période de la pandémie, constitue un facteur qui favorise le comportement de demande et d'emploi des paiements numériques par les particuliers (Shi et al., 2019). L'aversion au risque de contamination par le virus est en mesure d'influencer de façon significative l'attitude des individus vers l'adoption des paiements en ligne. Par conséquent, la pandémie du covid-19 a entraîné un recours massif aux paiements numériques à travers le monde. Dans ce cadre, le dernier rapport de la

BRI (Banque des Règlements Internationaux) montre que les consommateurs sont passés de l'argent liquide aux instruments de paiement numériques et sans contact à un rythme sans précédent.

Dans ce qui suit, nous allons analyser de façon détaillée l'évolution constatée en Algérie concernant les progrès de la monétique, des E-paiement et des m-paiement depuis la survenue de la crise sanitaire du Covid-19.

3. Les paiements numériques post-Covid-19 en Algérie: état des lieux en chiffres

Depuis le début des années 2000, le système de paiement algérien a connu un processus de réforme et de modernisation des différents services en vue de le rapprocher des normes universelles. Cette tendance a été appuyée par la mise en œuvre à partir de 2016 de la première transaction e-paiement et le lancement du m-mobilité à la fin de l'année 2022.

Les paiements électroniques en Algérie se concrétisent à travers la participation de plusieurs entités, à savoir: le GIE-monétique (Groupement d'intérêt Economique), la SATIM (Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique), la Banque d'Algérie et Algérie Post.

3.1. Activité de la monétique:

L'analyse de l'activité monétique s'intéresse à retracer l'évolution du 1°) nombre de cartes en circulation émises par le secteur bancaire (CIB) et Algérie Post (EDAHABIA), 2°) du volume des transactions effectuées par cartes et 3°) l'implantation du réseau d'acceptation DAB/GAB.

3.1.1. Emission de cartes:

Les statistiques qui incarnent le volume de cartes émises à l'échelle du pays sont retracées dans le tableau suivant:

Tableau N°01 : Progression annuelle du volume de cartes émises en Algérie (2019-2023)

Année	2019	2020	2021	2022	Mai 2023
Nombre de cartes	8 926 229	9 620 000	11 609 624	13 935 302	15 231 662
Evolution %	-	+7.77	+20.68	+20.03	+9.3
Taux de monétisation (%)	20.28	21.86	26.38	31.67	34.61

Source: GIE Monétique, 2023.

Le tableau ci-haut reflète une progression continue du nombre de cartes émises à travers le pays, passant de 8 926 229 cartes en 2019 à 15 231 662 en mai 2023, soit une augmentation de 70.63%. Par conséquent, le taux de monétisation de la population (Nombre de cartes/Population) est passé, respectivement entre ces deux années, de 20.28% à 34.61%, reflétant une nette progression en la matière.

Il apparaît aussi du tableau que le taux d'évolution de la détention de la carte a connu les rythmes les plus élevés en 2021 et 2022, soit +20.68% et +20.03%. Ceci témoigne de l'impact du covid-19 sur l'accélération de la diffusion de la carte bancaire par les banques et les agences postales et l'adoption de celle-ci par les particuliers, même au-delà de la crise.

Par ailleurs, sur les 15 231 662 cartes mises en circulation pendant le premier semestre 2023, 11 587 329 sont de type « Edahabia » (soit 76.07% des cartes qui sont émises par Algérie Post), contre 3 477 659 de cartes « CIB particulier » et seulement 166 674 cartes « CIB affaire ». Ce résultat témoigne les efforts particulièrement fournis et le rôle primordial qu'occupe le réseau d'Algérie Post dans le cadre des politiques publiques visant l'inclusion financière et la promotion de l'économie numérique.

3.1.2. Structure des transactions effectuées par cartes CIB:

Suivant les statistiques fournies par la Banque d'Algérie, le nombre de transactions effectuées par carte CIB est en perpétuelle évolution d'une année à l'autre, passant de 10.41 millions d'opération en 2019 à 23.86 millions d'opérations en 2021, soit une augmentation de 129.2%. Ce constat s'explique par le surcroît des porteurs de cartes et aussi par le recours relativement massif à l'usage de la carte par la population particulièrement dans le contexte de la crise sanitaire.

Tableau N°02: Evolution du nombre de transactions par carte CIB (en millions DA)

Année	2019	Ratio	2020	Ratio	2021	Ratio
Total des transactions par cartes	10.41	100%	12.92	100%	23.86	100%
Dont : Retraits sur DAB/GAB	9.92	95.38%	11.99	92.85%	21.50	90.10%
Dont : Paiement par cartes	0.48	4.61%	0.92	7.12%	2.35	9.86%

Source: construit à partir des rapports annuels de la Banque d'Algérie, 2019, 2020, 2021.

Cependant, si l'on se réfère à la structure des transactions, il apparait du tableau N°02 que les retraits d'espèces constituent le motif majoritaire des opérations effectuées par cartes, ils représentent plus de 90% du total des transactions réalisées, malgré une légère amélioration enregistrée entre 2019 et 2021, passant de 95.38 à 90.1%. Cette situation reflète une déviation dans l'usage du moyen de paiement électronique (carte) au bénéfice de la monnaie fiduciaire (retrait d'espèces) et un faible recours à l'adoption de la carte pour le règlement des transactions.

Ainsi, un potentiel d'usage de la carte pour le motif de paiement reste encore inexploité. Les facteurs de cette réticence seront développés de façon plus détaillée dans la dernière section de ce présent travail. Dans ce cadre, les banques et les établissements financiers sont contraints de développer une politique marketing à travers la multiplication des campagnes de sensibilisation qui visent à persuader la population des avantages perçus suite à l'usage d'un paiement électronique en mettant en avant des facteurs incitatifs dans un contexte approprié pour les consommateurs.

3.1.3. Réseau d'acceptation (DAB/GAB):

Le nombre de réseaux d'acceptation des cartes CIB et EDHABIA en Algérie est en constante progression, particulièrement durant la période 2019-Mai 2023. Ces évolutions sont retracées dans le tableau suivant :

Tableau N°03: Evolution annuelle des réseaux d'acceptation DAB/GAB

Année	2019	2020	2021	2022	Mai 2023
Nombre DAB/GAB	1 621	3 030	3 053	3 640	3 728
Evolution en %	12.49	86.9	0.75	12.22	*
Retraits	9 929 652	58 428 933	87 722 789	128 025 361	70 345 874
Evolution en %	12.4	488.4	50.1	45.9	*

Source: GIE Monétique, 2023.

Le tableau N°03 étale l'accroissement du nombre de DAB/GAB implanté au niveau national entre l'année 2019 et mai 2023. L'implantation des automates et le nombre de transactions de retraits effectuées ont connu une progression vertigineuse pendant l'année 2020, soit respectivement des hausses de 86.9% et 488.4%, conséquemment à la réalisation de l'interopérabilité CIB/EDAHABIA qui découle de l'adhésion d'Algérie Poste au GIE-Monétique concrétisée à partir de janvier 2020.

Cette situation reflète la détermination relative des autorités monétaires de soutenir le recours aux retraits et paiements numériques, notamment dans la cadre de la crise sanitaire débutée en mars 2020, qui a exigé des mesures exceptionnelles de distanciation sociale.

Cependant, on compte 3 728 DAB en mai 2023, soit un DAB pour 11 000 habitants : résultat qui reste inférieur aux standards communément acceptés à l'échelle internationale qui sont de 1 automate DAB/ pour 5 000 personnes. Dans ce cadre, des efforts additionnels doivent être mobilisés pour couvrir la totalité du territoire national avec un réseau DAB de plus en plus dense (Sidi Mammam L., 2015, p. 153), notamment dans les lieux massivement fréquentés comme les aéroports, les stations de services, les aires de loisirs.

3.2. Paiements électroniques:

Le développement du paiement électronique impose la multiplication des offres de règlement par voie électronique, objectif qui va de pair avec la généralisation des dispositifs d'acceptation (Terminaux de Paiement Electronique-TPE) sur les commerçants. Elle constitue un prérequis d'où les actions diversifiées et à grande échelle menées par les pouvoirs publics, le GIE Monétique, les banques et Algérie Poste.

3.2.1. Implantations TPE:

Les lois de finances pour 2018 (notamment l'article 111), 2019 et 2020, ont mis à la charge des commerçants l'obligation de proposer aux clients la possibilité de s'acquitter de leurs achats en biens et services par voie électronique. Cette obligation désormais légale, se traduit par l'affiliation des commerçants au réseau des accepteurs (de paiement par cartes). Dans ce qui suit, un tableau récapitulatif des chiffres issus de l'évolution des TPE entre 2019 et mai 2023.

Tableau N°04: Evolution du nombre de TPE implantés en Algérie (2019- mai 2023)

Année	2019	2020	2021	2022	Mai 2023
Nombre de TPE	23 762	33 945	37 561	46 263	49 375
Evolution en %	-	42.85	10.65	23.16	6.72

Source: construit par nous-même à partir des statistiques du GIE monétique, 2023.

Le tableau ci-haut indique une augmentation significative des installations TPE implantés Algérie ces dernières années, particulièrement durant l'année 2020. Leur nombre est passé de 23 762 à 33 945, soit une hausse de 42.85%. Ceci témoigne la volonté manifestée par les commerçants algériens, notamment dans le contexte de la crise sanitaire qui a poussé ces derniers à adhérer à la démarche de la SATIM pour se prémunir contre la propagation du virus.

Cependant, relativement au nombre de commerçants enregistrés au niveau du Centre National du Registre du Commerce en mars 2023, soit 2 246 725, le nombre de TPE implanté à cette même année (49 375) demeure également insuffisant, avec un taux de couverture des commerçants par les TPE de 2,19%.

Cette faible densité s'explique notamment par:

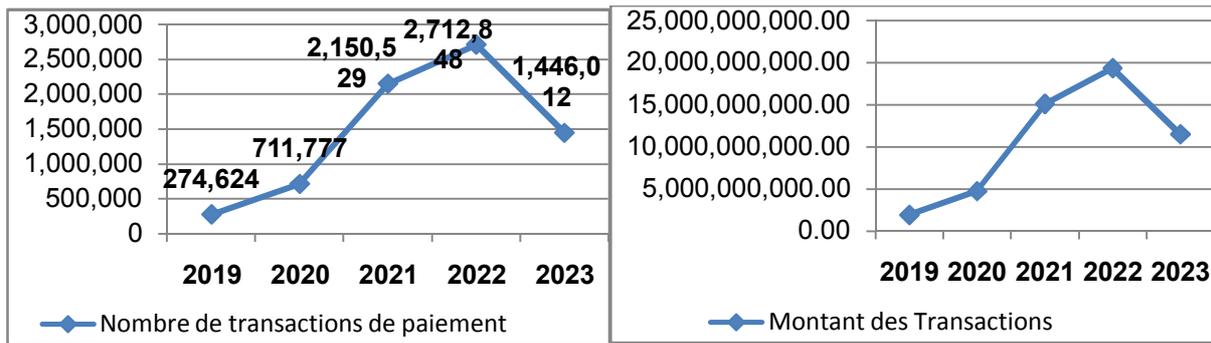
- La réticence des commerçants à la traçabilité des transactions effectuées sur les TPE; puisqu'ils ne désirent pas divulguer l'intégralité de leur chiffre d'affaires et souhaitent ainsi fuir au contrôle du fisc.
- L'absence d'une culture numérique et le manque de confiance dans la crédibilité et la sécurité des actes de paiements réalisés au niveau des TPE. A laquelle s'ajoute, l'insuffisance de campagnes de sensibilisation de proximité avec les commerçants pour les persuader de l'intérêt apporté par l'installation des TPE.
- Certains commerçants refusent l'installation de TPE dans leurs établissements inférant ceci au fait d'avoir besoin en permanence de liquidité en cash pour le paiement des fournisseurs venant livrer leurs magasins.
- Les frais de transaction constituent un élément qui dissuade les commerçants à installer un TPE. En effet, le paiement est gratuit pour le porteur de la carte tandis que, les commerçants sont contraints de verser une commission qui s'élève à 1.5% du montant de la transaction en faveur de leurs banques domiciliataires. Une taxe qui peut nuire à l'installation du TPE par les commerçants.

Par conséquent, le développement du potentiel d'usage de la carte pour le motif de paiement nécessite une démarche active vers la généralisation des installations TPE auprès des commerçants en Algérie. Dans ce cadre, la LFC 2022 oblige les agents économiques à se plier aux dispositions de l'article 111 de la Loi de Finance 2018 (2019 et 2020), dans un délai qui ne dépassent pas le 31 décembre 2023.

3.2.2. Paiement de proximité (TPE):

La progression des installations TPE a permis l'augmentation consécutive des transactions de paiements effectuées en volume et valeur durant la période étudiée.

Figure N°01 : Evolution du nombre et du montant des transactions de paiement sur TPE



Source: construit par nous-mêmes à partir des statistiques du GIE-monétique, 2023.

La figure ci-haut reflète l'augmentation continue du volume des paiements sur TPE effectués par les porteurs au moyen de leurs cartes qui atteint 2 712 848 opérations en 2022 contre 274 624 opérations en 2019, soit une augmentation totale de 887.84%. (Avec le lancement de l'interopérabilité, les statistiques englobent à partir de 2020 les transactions effectuées par carte CIB et EDAHABIA).

Il apparait de la figure que le taux d'évolution des paiements de proximité a connu une progression fulgurante en 2021 et 2022, soit des hausses respectives de 202.14% et 26.14%. Cette situation témoigne l'impact du Covid-19 sur les intentions des consommateurs algériens à utiliser la carte pour le motif de paiements et la pérennisation relative de cette habitude même après la fin de la crise sanitaire.

3.2.3. Paiement à distance (e-paiement):

Dans le contexte du processus de développement et de modernisation du système de paiement engagé en Algérie depuis 2006, le service du paiement par carte CIB sur internet a été lancé en octobre 2016 avec 11 banques et 09 entreprises qui offrent cette prestation à leurs clients. Ainsi, les porteurs de cartes CIB (et EDAHABIA à partir de 2020) peuvent régler des factures et des services auprès des sites web-marchands certifiés.

Les premiers opérateurs à avoir lancé cette prestation à leurs clients englobent : Algérie Télécom, Mobilis, Air Algérie, Société des eaux et d'assainissement d'Alger (SEAAL), Djezzy, Ooredoo et Amana Assurances. Aujourd'hui, l'ensemble des entrepreneurs ont la possibilité d'intégrer le service de paiement en ligne à leurs entreprises sous réserve d'une autorisation délivrée par le GIE-monétique.

Ainsi, le nombre de web-marchands certifiés par la plateforme d'intégration du paiement électronique (CIBWeb.dz) a grimpé rapidement avec l'adhésion continue des entreprises au système particulièrement durant les années 2020 et 2021, conjointement aux circonstances de la crise sanitaire, où le taux d'évolution de ces derniers a connu des hausses respectives de 115.2% et 115.5%.

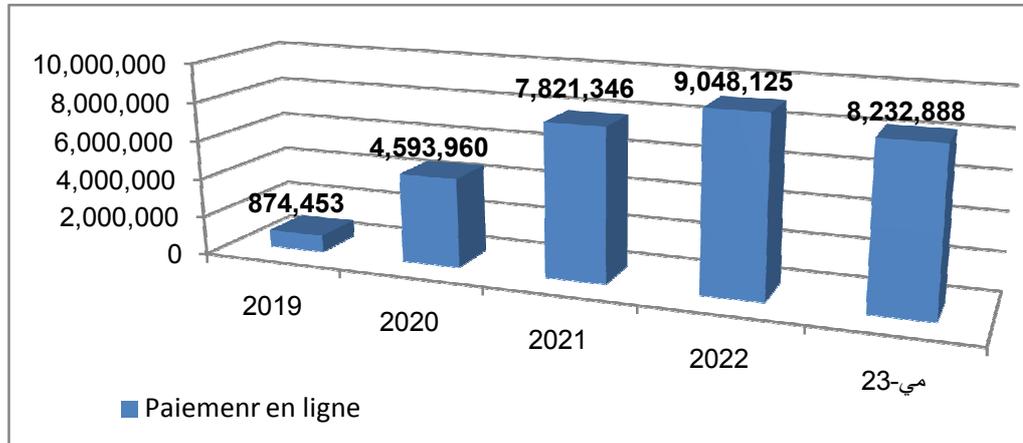
Tableau N°05 : Nombre de sites web-marchands (2019-2023)

Année	2019	2020	2021	2022	Mai 2023
Web-marchands	33	71	153	291	370
Taux d'évolution %	-	115.2	115.5	90.2	27.14

Source: construit à partir des statistiques du GIE-monétique, 2023.

L'augmentation des web-marchands et l'obligation du respect des mesures barrières imposées par les circonstances de la crise sanitaire du covid-19 ont accéléré les initiatives du paiement par internet, conduisant à l'envolée du nombre de transactions en ligne qui ont cumulé en mai 2023, un volume global de 26 566 493 opérations de paiements depuis leur lancement en 2016 (CIBWEb.dz).

Figure N°02 : Nombre de transactions de paiement en ligne (2019- mai 2023)



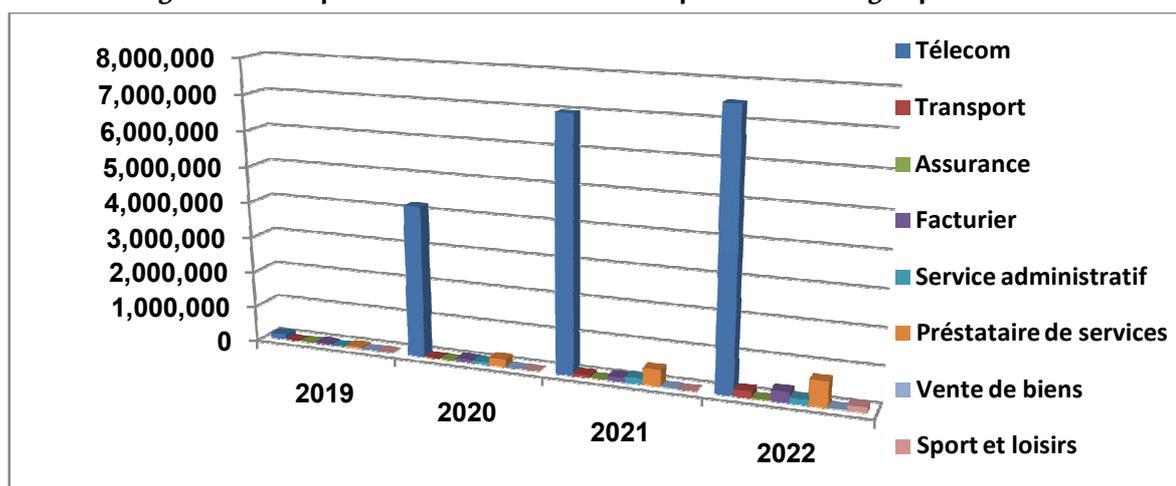
Source: construit à partir des statistiques du GIE-monétique, 2023 et du rapport sur le développement des Indicateurs des services postaux, juin 2021.

La figure ci-dessus illustre clairement que le volume de transactions en ligne (via-internet) n'a pas cessé de croître durant toute la période étudiée, avec un accroissement notable en 2020, soit 4 593 960 opérations de paiement contre 874 453 en 2019 (202 480 par carte CIB et 671 973 par EDAHABIA), soit une hausse de 425.35%. En effet, les mesures inédites de distanciation sociales et du confinement exigés par le contexte de la crise sanitaire ont incité une panoplie d'entreprises publiques et privés ont invité la communauté à réaliser des achats ou régler des factures ou abonnements en ligne. Ainsi, de nombreux citoyens et internautes ont répondu aux appels lancés dans l'objectif d'affaiblir le risque de prolifération du virus par l'argent liquide.

Au-delà, le recours aux e-paiement poursuit sa progression éclatante après le boom réalisé en 2020 dans la mesure où le nombre d'opérations en ligne dépassent 7 millions d'opération en 2021, plus de 9 millions d'opération en 2022, et 8.23 millions d'opération durant seulement cinq (5) premiers mois de l'année 2023.

Ces chiffres reflètent un engouement élevé des particuliers vers les paiements numériques à distance après avoir découvert cette façon simple et rapide de payer leurs recharges, leurs abonnements Internet ou leurs factures dans le cadre de la crise sanitaire. Cette tendance haussière enregistrée depuis 2020 est significative et laisse présager une voie vers une utilisation continue des paiements numériques en Algérie et rattraper ainsi le retard accusé en la matière.

Figure N°03: Répartition des transactions de paiements en ligne par secteur.



Source: construit à partir des statistiques du GIE-monétique, 2022.

La figure ci-haut indique que la majorité des transactions effectuées en ligne avant et après la pandémie du covid-19 portent sur le paiement des prestations « télécom » (Algérie télécoms, Oreedoo, Jezza, mobilis). Il s'agit éventuellement du paiement des abonnements Internet, des recharges ... etc. Dans ce cadre, ceux qui adoptent ce mode de règlement sont déjà accoutumés par l'utilisation d'Internet, malgré qu'il ne s'agit pas formellement d'un achat proprement parler, mais plutôt d'un paiement de factures.

En 2022, ce secteur incarne un taux de 82% du total des transactions de paiement sur Internet, contre 89% en 2021 et 92% en 2020, reflétant ainsi l'adhésion progressive des autres secteurs d'activités vers l'adoption de ce nouveau mode de règlement. C'est le cas notamment du secteur des fournisseurs de services qui arrivent en deuxième position avec 705 114 transactions; soit 7,8% du total des transactions (contre 5,8% du total en 2021).

Le règlement des factures (eau, électricité et gaz) a gagné une place et apparaît en troisième position avec 302 273 opérations en 2022 contre 120 841 opérations en 2021, soit une hausse de 60%. Le secteur des transports a aussi gagné une place et tient la quatrième position avec 195 490 opérations contre 72 164 opérations en 2021, soit une hausse significative de 170%; résultat qui s'explique par le lancement d'une plateforme électronique qui englobent une panoplie de services publics assurés dans plusieurs modalités de transport au profit des particuliers et des opérateurs économiques agréés. Quant aux activités liées aux services administratifs (5^{ème} place), celles-ci ont observé un recul et enregistré 153 957 opérations contre 155 460 en 2021, soit une baisse de (-1,08%).

De plus, l'année 2022 s'est singularisée par le lancement d'une nouvelle activité qui s'attache au paiement en ligne, à savoir les services liés au Sport et loisirs (6^{ème} place), introduite en mois de mai, avec un score de 152 925 opérations réalisées durant sa première année d'introduction. Par ailleurs, le secteur Vente de bien qui a été lancé en 2020, avec uniquement 235 opérations à distance, a réalisé une amélioration éclatante en cumulant 24 169 transactions en 2022, dépassant ainsi le secteur des assurances (23 571 transactions).

Ce constat reflète l'impact positif du covid-19 sur le déploiement du commerce électronique en Algérie. En effet, la nécessité du respect des mesures de protection et de lutte contre la prolifération de la crise sanitaire a orienté la population algérienne vers l'adoption et l'usage des paiements sans contact dans le règlement de leurs achats de biens.

Progressivement, lorsque des nouveaux usagers sont satisfaits de leur première opération réalisée par le canal numérique, ces derniers vont opter de façon définitive pour l'e-paiement. Ceci va parvenir à ancrer et pérenniser ce mode de règlement dans les habitudes de paiement quotidiennes de la population en lieu et place du cash.

3.2.4. Paiement mobile (m-mobile):

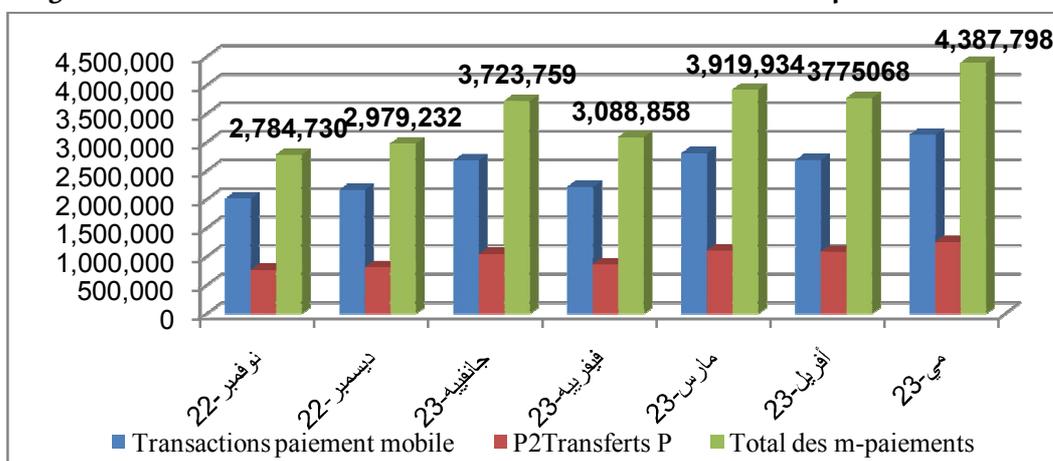
Dans le cadre global du plan de développement du paiement électronique en Algérie, le GIE Monétique a entrepris à partir de 2020, en coopération avec le Ministère des Finances et la Société Financière Internationale (IFC) du groupe Banque Mondiale, des travaux d'études et de conception devant aboutir à la mise en œuvre du paiement mobile en Algérie.

Par conséquent, l'année 2022 a vu l'avènement d'un nouveau mode de paiement, m-paiement, officiellement opérationnel en Algérie. Au préalable, le service a été ouvert en intra-bancaire, avant qu'il soit élargi progressivement jusqu'à la couverture de la totalité des participants à l'écosystème national.

La lutte contre le cash et l'économie informelle, l'inclusion financière et le développement de l'économie numérique semble être les principales motivations privilégiées par l'Algérie lors de la mise en œuvre du projet du paiement mobile (GIE-monétique, 2020).

Dans ce cadre, M-PAY est la première application pour le paiement par téléphone mobile en Algérie qui permet aux acheteurs de payer leurs acquisitions en magasin à partir d'un Smartphone et ce grâce à un code QR généré par le commerçant. Ce dernier est qui sera connecté au réseau interbancaire afin de réaliser des transactions qui seront débitées sur la carte interbancaires (CIB) ou celle de l'Algérie Poste (EDAHABIA).

Figure N°04 : Evolution mensuelle du nombre des transactions de paiement mobile



Source: construit à partir des statistiques du GIE-monétique, 2023.

La figure ci-haut indique un développement appréciable du m-paiement en Algérie depuis sa mise œuvre, avec un total de 5 763 962 transactions pour la clôture de l'année 2022. Ensuite, la progression se poursuit en 2023 et enregistre la croissance la plus conséquente en mois de mai avec 4 387 798 opérations, pour culminer un total de 15 120 349 opérations pendant les cinq premiers mois de l'année en cours, reflétant un accroissement de 162%. La figure reflète également que la majorité des transactions (+70%) s'étalent sur les transactions paiement mobile et le reste concerne les transferts d'argent par mobile (P2P).

L'utilisation du paiement mobile en Algérie comme un moyen de paiement notamment pour le règlement des transactions d'achat reste dans son état embryonnaire dont le développement constitue un réel challenge pour l'avenir.

4. Obstacles qui retardent la généralisation des paiements numériques en Algérie:

En dépit des avancées significatives réalisées en termes d'adoption des moyens de paiement numériques en Algérie, particulièrement, depuis l'avènement de la crise sanitaire, il reste encore du chemin à parcourir et un retard en la matière qui demeure important relativement aux pays frontaliers et au reste du monde. Ceci s'explique par la présence de plusieurs obstacles qui persistent et freinent l'entrée de plein pied du pays dans l'ère des paiements numériques.

4.1. Le poids de l'économie informelle et l'exclusion financière:

Aujourd'hui, l'économie informelle (estimée à plus de 50% du PIB) est très puissante et solidement installée sur le territoire national (Sidi Mammar. L., 2015, p. 224). Cette dernière empêche un pourcentage important des groupes démographiques d'accéder aux services financiers de manière générale, et notamment aux paiements électroniques.

En effet, le paiement en espèces est perçue par commerçants comme un moyen d'éluder et de fuite devant l'imposition. Cependant, les instruments de paiements électroniques permettent aux pouvoirs publics et à l'administration fiscale de capter les transactions illicites, ce qui rend certaines personnes méfiantes devant la traçabilité de leurs actes. Ainsi, l'efficacité du système de paiement électronique est amplement liée à la performance de l'économie dans son ensemble. Pour cela, le taux de bancarisation et la scripturalisation de l'économie est une responsabilité répartie entre le secteur bancaire et les pouvoirs publics (Sidi Mammar. L., 2015, p. 225).

4.2. Un cadre légal et réglementaire peu consolidés:

Il faut noter que l'utilisation des paiements électroniques est, toujours synonyme, pour une grande tranche de consommateurs d'arnaque, de fraude et de cybercriminalité. En Algérie, les opérateurs économiques ne font pas confiance aux transactions effectuées par voie électronique, à savoir l'e-paiement, puisqu'ils considèrent le

cadre légal et réglementaire comme insuffisant pour garantir des procédures simples et des paiements sécurisés (Amnache-chikh S., 2022, p. 444).

Le cadre réglementaire régissant le commerce électronique consacré par la loi n° 18/05 du 15 mai 2018 constitue un avancé en la matière. Cependant, il doit être consolidé et mis à jour régulièrement pour conforter la sécurité des moyens de paiement. En effet, dans un environnement de multiplicité des participants au marché des paiements et de des solutions de paiement proposées, des nouvelles menaces ont tendance à émerger nuisant l'ensemble des adhérents au système de paiement que se soit les utilisateurs, les banques ou les établissements financiers.

4.3. L'implantation de la culture du cash:

En dépit des avancées fulgurantes enregistrées avec l'acquisition de nouvelles habitudes de règlement de transactions, notamment dans le contexte de la crise sanitaire, la population algérienne est résiliente quant à l'adoption effective et majoritaire des instruments de paiement numériques, et manifeste encore une préférence exceptionnelle pour le paiement en espèces.

Contrairement aux transactions réalisées en espèces qui n'impliquant quasiment aucun coût pour le porteur, les autres moyens de paiements comportent des frais de transaction qui freinent les consommateurs à opter pour l'utilisation des paiements numériques (Afrique Nenda et al., 2022, p. 23).

En outre, les mauvaises expériences enregistrées par les clients à travers les pannes répétitives du réseau, l'absence de liquidité, le débit du compte sans retrait effectif, découragent les utilisateurs à se diriger vers les paiements numériques. Ajoutant à cela, la résistance au changement et la réticence des personnes âgées pour la technologie en général: la « techno-phobie ».

5. Recommandations pour instaurer les paiements numériques en Algérie

Dans ce qui précède, nous avons conclu que l'adoption et l'usage des moyens de paiement électroniques en Algérie implique l'adéquation de mesures complémentaires qui s'articulent sur une panoplie de recommandations qui passe inévitablement par une réelle volonté politique de l'Etat.

En effet, la liberté offerte par les autorités financières et monétaires en Algérie dans le choix du mode de paiement de leur transaction a permis à la population d'émerger ses propres lois qui imposent l'espèce comme principal intermédiaire des échanges. Ainsi, il y a une réelle nécessité de consolider les fondements juridiques qui se réfèrent à l'obligation de l'outil de paiement numérique à travers la promulgation de textes et lois qui imposent d'un côté, l'usage de la monnaie électronique dans le paiement des transactions pour des montants bien indiqués et de l'autre côté, l'interdiction de l'usage de l'espèce dans certaines créances. Graduellement, l'éventail des créances peut être élargi graduellement et les montants associés à

chacune d'elles peut aussi être modifiée. Les pouvoirs publics doivent poursuivre l'application de ces textes avec fermeté et condamner toute déviation vers l'usage du cash.

En outre, l'instauration des paiements numériques doit être encouragée par l'allègement des commissions prélevées aux commerçants lors des opérations effectuées sur TPE. De plus, mettre en place des mesures incitatives qui apportent des avantages pécuniaires pour les participants au paiement numérique. Dans ce cadre, un article ministériel a été promulgué par le secteur du commerce en mars 2023, se référant à la diminution du coût des opérations qui se font avec le Centre national du registre de commerce (CNRC), à hauteur de 20%, si ces dernières s'accomplissent via e-paiement (Ministère du Commerce, 2023).

Par ailleurs, le facteur culturel semble avoir une importance primordiale dans la réussite de la transition numérique des paiements en Algérie. De ce fait, les pouvoirs publics doivent consacrer à l'action marketing et communication un rôle décisif à travers une politique commerciale proactive visant à sensibiliser et persuader les citoyens des avantages tirés par les paiements électroniques pour fidéliser les clients et attirer la clientèle potentielle.

6. Conclusion:

L'étude menée dans cet article s'inscrit dans ces travaux ayant pour objectif d'analyser la capacité des habitudes de paiements numériques initiées dans le contexte de la crise sanitaire Covid-19 à se pérenniser dans le temps et catalyser le développement durable des outils de paiement électronique en Algérie.

Les résultats de notre travail reflètent un engouement élevé et persistant des particuliers vers l'usage des paiements numériques de proximité (sur TPE) et à distance (e-paiement et m-paiement), après avoir découvert cette façon simple et rapide de s'acquitter de certaines transactions de biens et services, dans un environnement marqué par les circonstances de la crise sanitaire. La tendance haussière enregistrée depuis 2020 est significative et laisse présager une voie vers une adoption permanente des paiements numériques en Algérie.

Cependant, suivant la structure des transactions effectuées par cartes (CIB et EDAHABIA), il ressort que les retraits d'espèces prédominent l'ensemble des opérations effectuées, ils représentent plus de 90% du total des transactions réalisées, malgré une légère amélioration enregistrée entre 2019 et 2021. Cette situation reflète un détournement du moyen de paiement électronique (carte) en faveur de l'espèce et une mobilisation timide de la carte pour le règlement des transactions. Ainsi, un potentiel d'usage de la carte pour le motif de paiement reste encore inexploité.

En effet, la problématique d'adoption des paiements numériques en Algérie ne relève pas uniquement des prérogatives du secteur bancaire et financier, mais elle dépend aussi d'autres facteurs d'ordre social, réglementaire et technique qui circonscrivent leur généralisation. Il y a lieu d'évoquer l'ampleur de l'économie informelle, la prédominance de la culture du cash et un cadre légal et réglementaire peu consolidés.

A l'heure actuelle, l'Algérie est contrainte d'accélérer la diffusion des transactions numériques dématérialisées et profiter des opportunités offertes par la numérisation des services financiers. Cette démarche est tributaire d'une stratégie nationale d'inclusion numérique permettant l'accès de toutes les catégories et classes sociales aux outils du paiement numérique.

Dans cette perspective, le paiement mobile s'impose en tant que vecteur central de l'inclusion financière. Face à une population sous-bancarisée, l'Algérie dispose aujourd'hui d'un marché de téléphonie mobile assez mature, lui permettant de créer une opportunité décisive pour le déploiement rapide des services financiers mobiles, à commencer par les paiements numériques, qui pourraient libérer ce potentiel encore inexploité et amener dans leur sillage la bancarisation et l'inclusion financière.

6. Liste des références:

1. AfricaNenda, Banque mondiale & Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique (CEA), (2022), « L'état des systèmes de paiement instantanés et inclusifs en Afrique », rapport d'activité. In: <file:///C:/Users/Dual%20Computer/Desktop/PAIEMENT%20NUM2RIQUE/etat%20des%20système%20de%20paiement%20en%20afrique.pdf>. Consulté le : 01/07/2023.
2. Algérie Post, (2021), « Rapport sur le développement des indicateurs des services postaux ». In : <https://www.mpt.gov.dz/wp-content/uploads/2021/11/Rapport-indicateurs-postaux-premier-semester-2021.pdf>.
3. Amnache-Chikh S., (2022), « Le e-commerce en Algérie: enjeux, contraintes et nécessaires revision et renforcement du cadre juridique », revue Critique de Droit et Sciences Politique, Vol .17, N°01, pp. 427-448.
4. Armesh H., Saljoughi. Z., & Kord. B., (2010), « Electronic Payment and its Implications ». Journal of Contemporary Research in Business, pp. 246-256.
5. Banque Mondiale (2022), « La COVID-19 a favorisé l'essor mondial des paiements numériques ». In: <https://www.banquemondiale.org/fr/news/press-release/2022/06/29/covid-19-drives-global-surge-in-use-of-digital-payments>. Consulté le 10/06/2023.
6. Barkhordari. M., Nourollah. Z., Mashayekhi. H., Mashayekhi. Y., & Ahangar. M. S. (2017). « Factors influencing adoption of e-payments systems: an empirical study on Iranian customers ». Information Systems and E-Business Management, Vol. 15, N°1, pp. 89-116.
7. Brown. D., (2020). « Can cash carry coronavirus? » World Health Organization. In: <https://www.usatoday.com/story/money/2020/03/06/coronavirus-covid-19-con-over-using-cash/>. Consulté le : 23/01/2023.
8. Chayomchai Ampol & Ubonwan Suwannapunit (2020), « Factors affecting acceptance and use of online technology in Thai people during COVID-19 quarantine time », Management Science Letters, Vol 10, pp. 3009-3016.
9. Chopdar, P.K., Sivakumar, V.J., (2018), « Understanding continuance usage of mobile shopping applications in India: the role of espoused cultural values and perceived risk », Behaviour and Information Technology Taylor & Francis, Vol. 38, N°1, pp. 42–64.
10. David. G., & Maeva. L., (2020), « L'impact du covid-19 sur l'activité des paiements ». In : <https://www.cgi.com/france/fr-fr/blog/impact-covid19-activite-des-paiements>. Consulté le 5/10, 2021.
11. Deloitte, (2020), « Les services financiers numériques : Arme de lutte contre la progression du COVID 19 et pour la résilience des économies africaines », les Services Financiers Numériques. In: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/fr/Documents/covid-insights/Deloitte_etude-services-financiers-numeriques-afrique.pdf. Consulté le : 22/07/2023.
12. Gholami. R., Ogun. A., Koh. E., & Lim. J., (2010), « Factors affecting e-payment adoption in Nigeria ». Journal of Electronic Commerce in Organizations, Vol. 8, N°4, pp. 51-67.

13. GIE-monétique. (2020). Rapport d'activité : Exercice2020. In : https://giemonetique.dz/uploads/download_file/rapport_activite_2020.pdf. Consulté le 01/07/2023.
14. GSMA,(2021), « State of the Industry Report on Mobile Money». In: https://www.gsma.com//2021/03/GS_MA_State-of-the-Industry-Report-on-Mobile-Money2021_Summary.pdf. Consulté le 25/07/2023.
15. Lanlan Zhang, AidiAhmi, Oluwatoyin Muse Johnson Popoola, (2019), « PerceivedEase of Use, PerceivedUsefulness and the Usage of ComputerizedAccountingSystems : A Performance of Micro and Small Enterprises (MSEs) in China. ». International Journal of RecentTechnology and Engineering (IJRTE), Vol. 8, N°2. pp. 324-331.
16. McKinsey, (2020), « The 2020 McKinsey Global Payments Report ». In : <https://www.mckinsey.com/~-/media/mckinsey/industries/financial%20services/our%20insights/accelerating%20winds%20of%20change%20in%20global%20payments/2020-mckinsey-global-payments-report-vf.pdf>.
17. Pei. Y., Wang. S., Fan. J., & Zhang. M. (2015), «An empiricalstudy on the impact of perceivedbenefit, risk and trust on E-paymentadoption:Comparing quick pay and union pay in China ». Proceedings - 7th International Conference on Intelligent Human-Machine Systems and Cybernetics, IHMSC 2015, N° 2, pp.198-202.
18. Sidi Mammar Lydia, (2015), « Esaie d'analyse de l'impact de la réforme du système de paiement sur l'utilisation des moyens de paiements scripturaux en Algérie : cas de la commune de Tizi-Ouzo », mémoire de magister en Sciences Economiques, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, Algérie.
19. Shi. K., De Vos. J., Yang. Y., & Witlox. F., (2019), « Does e-shopping replace shopping trips?Empiricalevidencefrom Chengdu, China ». Transportation Research Part A: Policy and Practice, Vol. 122, pp. 21-33. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2019.01.027>. Consulté le : 25/06/2023.
20. Singh, S., & Srivastava, R. K. (2018), «Predicting the intention to use mobile banking in India», International Journal of Bank Marketing, Vol.36, N°(2),PP. 357–378.
21. Sivathanu. B., (2019), « Adoption of digital paymentsystems in the era of demonetization in India: An empiricalstudy ». Journal of Science and Technology Policy Management, Vol.10, N°1, pp. 143-171.
22. Patil, P.P., Rana, N.P., & Dwivedi, Y.K. (2018), « Digital payments adoption research:areview of factorsinfluencingconsumer's attitude, intention and usage », In: Al-Sharhan S, et al.,(eds) Challenges and Opportunities in the Digital Era. I3E 2018. Lecture Notes in Computer Science, Springer. Vol 1195, pp. 45-52.
23. Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012), « Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology». Management Information System Quarterly, Vol. 36, N°1, pp. 157–178.
24. Vinitha, K. & Vasantha, S. (2017), « Factors Influencing Consumer's Intention to Adopt Digital Payment-Conceptual Model». Indian Journal of Public Health Research & Development, Vol. 8, N°3, pp. 170-175.
25. Wu, L. H., Wu, L. C., & Chang, S. C. (2016), « Exploring consumers' intention to accept smartwatches. Computers in Human Behavior», 64, 383–392
26. Zhao, Y. & Bacao, F. (2020). « Whatfactorsdeterminingcustomercontinuinglyusingfooddelivery apps during 2019 novel coronavirus pandemicperiod? » International journal of hospitalitymanagement, N° 91.
27. <https://www.giemonetique.dz.consulté> le : 05/07/2023.
28. <https://www.bank-of-algeria.dz/>. Consulté le : 22/07/2023.
29. <https://www.Satim.dz>. Consulté le : 01/07/2023.
30. <https://www.cibweb.dz/fr/>. Consulté le : 13/07/2023.