

Le Commerce Electronique en Algérie : Opportunités et Défis pour les Entreprises

Pr. BESSOUH Nadira & Doc. MESSAI Imen

Ecole Supérieure de Management Tlemcen (ESMT) - Algérie

bessouh_nadira@yahoo.fr

Résumé:

La crise sanitaire mondiale provoquée par le coronavirus (COVID-19) a entraîné un ralentissement économique sans précédent. Toutefois, le commerce électronique (e-commerce) a connu une ascension extraordinaire devenant le principal bénéficiaire de cette situation. En effet, avec la mise en place des mesures de confinement, les entreprises et les consommateurs se sont tournés vers les plateformes en ligne pour acheter et vendre des biens et des services. Cette transformation a également touché les citoyens algériens, dont les habitudes et comportements ont été profondément modifiés par le confinement imposé par le gouvernement le 12 mars 2020. Dans ce contexte, la présente recherche a pour objectif d'étudier et d'analyser les avantages qu'a apportés la pandémie au commerce électronique. Les résultats obtenus ont démontré que cette crise sanitaire a représenté une opportunité tant attendue pour le développement du commerce électronique en Algérie.

Mots clés: E-commerce; Plateformes de vente ; Startup ; Algérie.

I. Introduction :

De nombreuses villes sont soudainement devenues des villes fantômes avec leurs populations cloîtrées chez elles ; un grand nombre d'entreprises a dû fermer. En outre, les magasins et centres commerciaux ont été contraints de fermer ou bien de réduire leurs nombres d'heures de travail, ou encore de recevoir des commandes en ligne et faire la livraison à domicile. Par peur d'être contaminés, les clients fuient généralement les lieux publics. En outre, les gens évitent les rassemblements, et les consommateurs restent confinés et

ne sortent de leurs maisons que dans les cas de nécessité. En effet, le comportement des acheteurs a subitement changé ; ces changements de mode de vie ont eu un effet négatif sur le commerce de détail qui était déjà exposé à des défis énormes bien avant l'avènement de la pandémie de COVID-19. Cependant, cette crise sanitaire, due au coronavirus, a fait que le commerce électronique atteigne des niveaux stratosphériques. Il est utile de citer l'exemple du géant du e-commerce Amazon¹ qui a réussi à réaliser un chiffre d'affaires de **88.9 milliards de dollars** pendant le deuxième trimestre de l'année 2020. A titre de comparaison, l'année précédente, sur la même période, cette même entreprise technologique avait atteint un chiffre d'affaires de **63.4 milliards de dollars**. Pour être plus explicite, l'entreprise Amazon a réalisé des bénéfices allant au-delà des **5.2 Milliards de dollars** pendant le deuxième semestre de l'année 2020. A noter aussi que les ventes nettes de produits se sont élevées à **50.24 milliards de dollars**, et celles des services à **38.67 milliards de dollars** durant le deuxième trimestre de la même année. Par conséquent, on peut se permettre de conclure que le commerce électronique s'est considérablement développé pendant cette crise sanitaire. De la même manière, pendant cette période de confinement, l'achat en ligne s'est imposé comme une des modalités les plus préférées et les plus pratiquées par les acheteurs pour faire des achats. En effet, cette manière d'acheter a pu offrir aux consommateurs un nouveau canal pour acquérir des produits qu'ils peuvent commander en ligne. Elle leur a permis aussi d'effectuer des opérations commerciales directement sur Internet, leur évitant ainsi de se déplacer sur le lieu de vente et encourir le risque de contamination par le virus de la COVID-19. Par conséquent, il est devenu urgent aujourd'hui de mieux comprendre l'évolution des modes d'achat et de dépenses dans les circonstances actuelles de cette pathologie mondiale car ceci va certainement

aider les vendeurs et les consommateurs à mieux réagir, s'adapter et progresser en ces temps difficiles de la pandémie.

A cet effet, ce travail de recherche tente de répondre à la question suivante:
quelles sont les principales opportunités et défis pour les entreprises qui souhaitent se lancer dans ce secteur en pleine croissance?

II. Revue de la littérature

- **Analyse des Tendances du commerce électronique à l'ère de la COVID-19**

Il est bien connu aujourd'hui que l'une des tendances les plus importantes relevées pendant la 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, de nombreuses recherches montrent 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 (2022), le commerce

électronique va certainement continuer à s'épanouir pour atteindre les 34% en 2025. En outre, il a été envisagé que d'ici 2040, environ 95% des achats et ventes devraient s'effectuer via le commerce électronique (E-commerce guide, 2022).

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 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 préfèrent 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 (FEVAD, 2022).

III. Le développement du 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 (Ababsa, 2013). Il faut

reconnaitre 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 de l'imagination en Algérie. Il ne représente rien en terme d'activité réelle. (Ould Moussa cité par Makhloufi & Belattaf). 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 » (Ould Moussa cité par Makhloufi & Belattaf).

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.

IV. Un aperçu 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.

V. Le commerce électronique en Algérie face à la crise sanitaire

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 (Blidi, 2020). Ainsi, on remarque l'apparition d'un certain emballement pour les achats en ligne pendant la crise sanitaire. En effet, le commerce en ligne devient progressivement une alternative choisie par un nombre important 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 Wantan (Lyes, 2020). 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 ». (Lyes, 2020). 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 (Schahrazed, 2020). 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 (Wali, 2020). 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 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 (Schahrazed, 2020). Ainsi, le groupement d'intérêt économique de monétique (GIE monétique) 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.

VI. Les modes de paiement électronique disponible 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.

VII. Les dispositions juridiques encadrant le e-commerce en Algérie

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.

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.

VIII. Les stratégies de Vente de produits et services en ligne pour les entreprises

- **L'entreprise Jumia**

Jumia Algérie est une entreprise de commerce en ligne qui est visité par environ 1.5 millions de personnes chaque mois (Jumia, 2019). Elle est perçue comme l'entreprise 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.

- **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 (Takharboucht ,2020). 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 (Mounir, 2017). 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 (Mounir, 2017).

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

- **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.

- **L'entreprise Dzshopping** est une plateforme de vente en ligne algérienne créée en 2013. Elle propose une large gamme de produits, notamment des vêtements, des chaussures, des bijoux, des accessoires de mode, des produits cosmétiques, des appareils électroniques, des produits de décorations et de l'électroménager. Les clients peuvent passer leurs commandes directement sur le site internet de Dzshopping et payer en ligne via des solutions de paiement électronique sécurisées. Les livraisons sont

effectuées dans différentes villes en Algérie et les délais de livraison varient en fonction de la destination.

Conclusion

L'émergence du commerce électronique en Algérie pendant la pandémie de COVID -19 a présenté à la fois des opportunités et des défis pour les acteurs du marché. D'une part, cela offre une nouvelle plateforme pour les entreprises locales pour atteindre une clientèle plus large et diversifiée, tout en permettant aux consommateurs de profiter d'une expérience d'achat plus pratique et sécurisée. D'autre part, il y a eu des défis tels que l'infrastructure technologique limitée, le manque de confiance des acheteurs en ligne, et la concurrence croissante des grandes plates-formes étrangères. Toutefois, pour que le commerce électronique continue de se développer en Algérie, les parties prenantes doivent travailler ensemble pour surmonter ces défis. Les entreprises algériennes doivent investir dans des technologies de pointe pour améliorer leur présence en ligne et accroître la confiance des consommateurs. Le gouvernement algérien peut aider en créant un environnement réglementaire favorable pour le commerce électronique et en fournissant des incitations fiscales pour les entreprises qui s'engagent dans le commerce en ligne afin de renforcer l'économie numérique du pays.

Références

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.

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>.

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

La Fédération de l'E-commerce et de la vente à distance, Statistique d'E-Commerce 2022, consulté le 05/08/2022.

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

Lyes 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.

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.

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/>.Consultéle 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.

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