

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم
التجارية - جامعة غرداية -

ملتقى وطني

دور التجارة الإلكترونية في دعم نمو
المؤسسات الناشئة

Fiche de participation

Nom et prénom : IBEGHOUCHE Saadia

إبغوشن سعدية

Grade : Doctorante en sciences économiques

Institution de rattachement : Université Mouloud MAMMERI.

Email : sadia.ibegh@gmail.com.

Titre de communication : Les moyens de paiement électroniques et leur contribution au développement du commerce électronique.

Axe de recherche n°05 : البنوك الالكترونية ومساهمتها في التجارة الإلكترونية في الجزائر

Résumé :

Les trente dernières années ont été marquées par le développement des technologies de l'information et des communications, en particulier Internet et le système financier. Le secteur des paiements est l'un des secteurs les plus touchés par le progrès technologique.

La technologie a considérablement modifié la façon dont les consommateurs paient leurs biens et services. En d'autres termes, nous ne comptons plus sur les chèques ou payés en espèces, de nouveaux outils ont émergé qui rendent les transactions financières plus faciles et plus sûres.

L'objectif de cette intervention, est de clarifier quelques notions de base du commerce électronique et du paiement électronique et de se concentrer sur la situation de l'Algérie. Les résultats indiquent que l'Algérie est encore dans sa phase embryonnaire, en termes du commerce électronique. Il reste beaucoup à faire pour intégrer l'utilisation de ces nouvelles technologies.

Mots clés : Commerce électronique, moyen de paiement, monnaie numérique, carte bancaire, Paypal.

ملخص:

تميزت السنوات الثلاثين الماضية بتطور تقنيات المعلومات والاتصالات، وخاصة الإنترنت والنظام المالي. تعتبر صناعة المدفوعات من أكثر القطاعات تأثراً بالتقدم التكنولوجي.

لقد غيرت التكنولوجيا بشكل كبير الطريقة التي يدفع بها المستهلكون مقابل سلعهم وخدماتهم. بمعنى آخر، لم نعد نعتمد على الشيكات أو الدفع نقداً، فقد ظهرت أدوات جديدة تجعل المعاملات المالية أسهل وأكثر أماناً. الهدف من هذا المداخلة هو توضيح بعض المفاهيم الأساسية للتجارة الإلكترونية والدفع الإلكتروني والتركيز على الوضع في الجزائر. وتشير النتائج إلى أن الجزائر ما زالت في طور النشوء من حيث التجارة الإلكترونية. لا يزال هناك الكثير الذي يتعين القيام به لدمج استخدام هذه التقنيات الجديدة.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، وسائل الدفع، العملة الرقمية، بطاقة الائتمان، باي بال.

Abstract :

The last thirty years have been marked by the development of information and communication technologies, in particular the Internet and the financial system. The payments industry is one of the sectors most affected by technological progress.

Technology has dramatically changed the way consumers pay for their goods and services. In other words, we no longer rely on checks or paid in cash, new tools have emerged that make financial transactions easier and safer.

The objective of this intervention is to clarify some basic notions of electronic commerce and electronic payment and to focus on the situation in Algeria. The results indicate that Algeria is still in its embryonic phase, in terms of electronic commerce. Much remains to be done to integrate the use of these new technologies.

Keywords: E-commerce, means of payment, digital currency, credit card, Paypal.

Introduction

Le domaine des transactions commerciales à l'heure actuelle connaît de profondes mutations en raison du développement des technologies d'information et de communication qui a conduit à l'émergence d'un type moderne du commerce appelé le commerce électronique et l'une des exigences de ce dernier la disponibilité des moyens de paiement électronique, l'adoption de ces moyens présente de nombreux avantages tant que pour les consommateurs, entreprises et pour l'économie d'un pays donné.

A cet égard, notre étude a comme objectif de répondre à la question suivante :

Dans quelle mesure les moyens de paiement électronique contribuent-ils à la promotion du commerce électronique ?

Afin de répondre à notre question, nous allons exposer quelques notions sur le commerce électronique, définition, formes, et comme deuxième point les moyens de commerce électronique, et en terminant par un état des lieux de ce développement de commerce électronique dans le monde et en Algérie.

1. Notion sur commerce électronique et du commerce international :

1.1. Définition du commerce électronique :

Le commerce électronique fait objet de plusieurs définitions. Nous distinguons les plus pertinentes comme celle de l'OCDE et AFCEE et Lorentz:

Selon l'OCDE :

Le commerce électronique est définie selon l'Organisation Du Commerce et le Développement Economique, comme « toute forme de transaction liée aux activités commerciales associant tant les particuliers que les organisations reposant sur le traitement et la transmission de données numériques (texte, son, image) ». Aussi autre définition de l'OCDE, « le commerce électronique, est les commandes de biens ou de services effectuées et conformées via électronique via l'Internet ou d'autres plateformes électroniques comme celle exploitée par les opérateurs mobiles ».

-Selon (AFCEE) :

Le commerce électronique selon l'Association Française qu'il a été créée en 1996 pour promouvoir le commerce électronique (AFCEE) est définie comme « l'ensemble des relations totalement dématérialisées que les agents économiques ont les uns envers les autres ». Il peut se rapporter autant à des biens physiques ou virtuels (logiciel, informatique, livre...etc.) qu'aux profils des utilisateurs. Les transactions peuvent être réalisées à partir d'un poste de travail d'un ordinateur, d'un téléphone ou terminal mobile et les paiements par voie électronique peuvent s'appuyer sur des moyens classiques ou émergents les cartes bancaires, les chèques électroniques, les monnaies électroniques et la monnaie numérique.

-Selon Francie Lorentz :

Le rapport Lorentz 1997, est défini le commerce électronique comme l'ensemble des échanges électroniques liés à l'activité commerciale, les échanges d'information et les autres transactions comme les services ; modes de communication et les supports utilisés sont nombreux : téléphone, minitel, réseaux informatique .

De ces trois définitions nous pouvons dire que la notion du commerce électronique est rarement définie de manière précise. Au sens strict, le commerce électronique ne constitue que les transactions en ligne (paiement en ligne).et selon association pour le commerce et le service en ligne (ACSEL), l'e-commerce désigne l'ensemble des échanges commerciaux dans lesquels s'effectue sur un réseau de communication il recouvre aussi une simple prise de commande qu'avec paiement, les achats de biens et de services, qu'ils soient eux-mêmes en ligne ou non .Au sens large, le commerce électronique inclure l'ensemble des usages commerciaux des réseaux .il recouvre toute opération de vente de biens et de services via un canal électronique .

1.2. Différence entre le commerce traditionnel et le commerce électronique :

Pour bien comprendre le concept de commerce électronique, une brève distinction doit être faite entre ce dernier et le commerce traditionnelle, où le commerce électronique se différencie sur trois dimensions, le processus, le produit et la logistique.

Pour Henri Isaac et pierre Volle (2011), la différence entre le commerce électronique et le commerce traditionnel compte trois grandes dimensions à savoir :

- La dimension produit : elle indique si le produit physique ou numérique.
- La dimension logistique : elle précise le mode de livraison du produit.
- La dimension du processus : elle indique le mode de la commande et de paiement.

Tableaux N° (01) : Différence entre le commerce traditionnel et le commerce électronique :

Dimension offre produit/service	Dimension logistique	Dimension processus	Forme du commerce	Exemple
Physique	Physique	physique	Commerce traditionnel	Achat d'un livre dans une librairie
Physique	Physique	Numérique	Commerce électronique classique	Achat d'un livre sur site marchand (fnac.com)
Numérique	Physique	Physique	Commerce traditionnel	Achat d'un logiciel sur un CD-ROM.
Numérique	Physique	Numérique	Service électronique	Développement photo graphique par intermédiaire et envoi par poste des tirages au client
Numérique	Numérique	Physique	Service électronique	Achat d'un billet d'avion électronique sur centre d'appel
Numérique	Numérique	Numérique	Commerce électronique	Achat d'un morceau de musique sur iTunes.

Source : Henri Isaac et pierre Volle (2014).E-commerce : de la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle », Ed. Pearson Education, Paris, page 25.

1.3. Formes du commerce électronique :

Le commerce électronique peut prendre plusieurs formes, en fonction de type des entreprises et en termes de l'activité en elle-même, D'après R.Nemat (2011) , il existe quatre formes de commerce électronique qui est :

- Le B2B (Business to Business): Distingue l'échange électronique entre les entreprises, ce type renvoi donc aux relations interentreprises et les échanges se caractérisent par des relations à longue durée.

- Le B2C (Business to consommateurs) : Ce type destiné aux particuliers. Il renvoie au grand public de biens et de services .il permet à un particulier d'agir à distance par l'intermédiaire d'un réseau de télécommunication.par exemple : un particulier achat un livre auprès d'un site web marchand de fournisseurs (sur JUMIA).

- Le C2C (Consumer to consumer): Ce type est fait référence au commerce entre particuliers, destiné à supporter les échanges de particuliers à particuliers. On voit également se développer des sites où les consommateurs mettent en connu leur informations sur les prestations de services .cette catégorie comprend les échanges entre les personnes physiques.

- Le C2B (Consumer to Business) : Le consommateur offre un bien ou un service aux entreprises en ligne en contrepartie d'un paiement comme par exemple, un auteur vend ses livres à l'e-marchand. En d'autre terme, il s'agit d'un achat à travers les publications des individus, le site sert juste d'un intermédiaire.

Un autre type de commerce électronique fait émergé il s'agit commerce de proximité ou de contact qu' il se caractérise par le contact direct entre l'acheteur et le vendeur dans les différents commerce tel que les hypermarchés, les boulangeries, les tabac...etc.

1.4. Avantages et inconvénient du commerce électronique :

La pratique électronique du commerce offre une multitude d'avantages tant pour l'entreprise ainsi que pour le client et pour l'économie nationale, mais il présente également certains inconvénient. Nous essayons de les présenter ci-dessous :

D'une part le commerce électronique offre aux entreprises (vendeurs sur internet) de nombreux avantages telle que :

- Le commerce électronique permet d'une part pour l'entreprise de s'ouvrir à un nouveau canal de distribution,
- Le commerce électronique est un circuit complémentaire pour certains produits et services de l'entreprise,
- Il permet aussi à l'entreprise de couvrir des niches de marché dont l'atteinte serait jugée, Il apporte une plus forte convivialité par rapport à la VPC (vente par correspondance).
- Commande à distance traditionnelle grâce aux multimédias qui regroupent le son, l'image, la couleur, le texte et l'animation.

- Ainsi ,il favorise l'interactivité en développant une relation personnelle avec le consommateur ou le client, facilitant la vente ,il permet d'envisager des politiques de fidélisation du client à travers une offre de services et à forte valeur ajoutée, il facilite aussi les transactions en évitant à l'acheteur de se déplacer, il donne la possibilité de réduire les prix publics des produits en éliminant la marge laissée habituellement aux intermédiaires. mais aussi permet de l'enregistrement des données via Internet est quasiment automatique et demande peu d'effort donc moins de personnel et il recueille une masse précieuse d'informations sur les habitudes, les besoins de l'internaute.

D'autre part le commerce électronique est avantageux pour les particuliers :

- Le commerce électronique est un excellent outil de présélection, la recherche du meilleur prix, pas de pressions de la part des vendeurs.
- Est un marché de proximité à l'échelle mondiale et Il offre un gain de temps considérable et une offre actualisée (mise à jour régulière), il permet aux clients de connaître de nouveaux produits et de passer des commandes spécifique.

Ainsi, le commerce électronique est très bénéfique pour l'économie nationale, il favorise la croissance économique, de la productivité et de la valeur ajoutée, et la création d'emplois.

Investissements et diffusion des nouvelle technologies ; probable implantation des activités de recherche développement dans les pays à revenu élevé.

En dépit de tous ces avantages, le commerce électronique entraine certains inconvénients pour les entreprises et les clients et qui sont :

Pour l'entreprise :

La résistance psychologique chez certains de ses clients, l'incertitude et le manque de confiance autour de la sécurisation des moyens de paiement, malgré le fait qu'actuellement les méthodes de cryptage de données assurent une confidentialité quasi parfaite lors de la transaction et la résistance des intermédiaires (grossistes, distributeurs) qui craignent une destruction d'emplois assortie d'une perte de chiffre d'affaire sont les principaux inconvénient pour les entreprises.

Alors que pour les clients les inconvénient de e-Commerce sont : l'insécurité des paiements et la peur de tomber sur un cybermarchand mal honnête qui ne livre pas, le manque de relations humaines et le sentiment d'isolement devant sa machine, le manque de contact avec le produit, les détails et tarifs de livraison et les difficultés de recours en cas d'ennuis .

2. Les moyens du commerce électronique : définition et types.

2.1. Définition d'un moyen de commerce électronique :

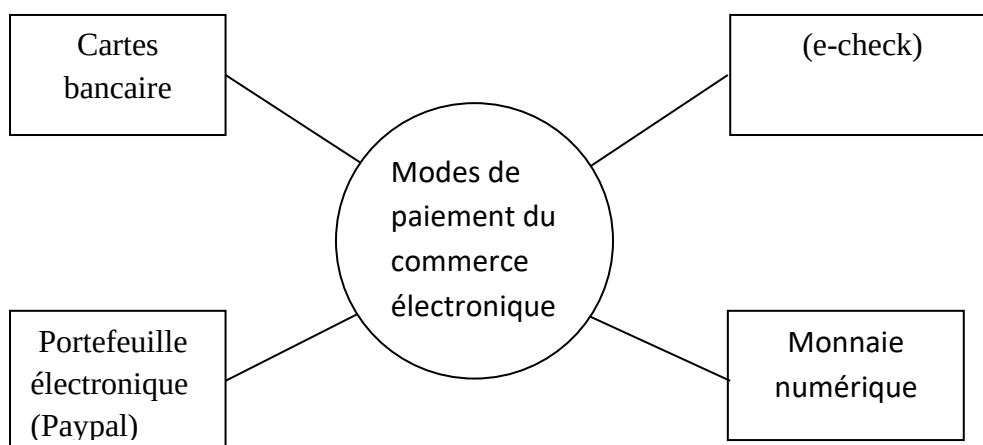
Un moyen du commerce électronique correspond à un moyen de paiement électronique, il s'agit de toute méthode permettant de transfère de la monnaie par

l'intermédiaire de message électronique circulant dans des réseaux de communication (internet, les réseaux téléphonique par exemple) (VERDIER,2009).

Acheter un bien sur internet est devenu une action très populaire aujourd'hui. De nombreux moyen qui été fournis à la clientèle par les institution bancaire ou par les institution non bancaire et aussi par des individu (Bitcoin) ,de la carte au virement en passant par chèques électronique à la monnaie numérique

Pour l'achat d'un bien sur internet, le consommateur a donc le choix entre plusieurs moyens de paiement tels que : la carte de paiement, le chèque électronique, portefeuille électronique et monnaie numérique.

Schéma n° 01 : Modes de paiement du commerce électronique.



Source : réalisé par nos soins d'après plusieurs donné.

2.2.1. La carte bancaire :

La carte bancaire constitue le moyen de paiement universel par excellence, son utilisation est possible dans tout les pays de monde que ce soit pour du paiement de proximité auprès de commerçants, que pour le commerce électronique .La carte bancaire à l'origine est une simple carte en carton (année 1950), puis elle évolue, vers la carte à piste magnétique, carte à puce (1990) jusqu' carte d'aujourd'hui les carte sans contact ou virtuel.

Lors du paiement un achat d'un bien sur internet du marchand , l'acheteur communique son numéro de sa carte bancaire ainsi que la date de validité de cette dernière au commerçant via le protocole de communication SSL qui permet d'établir un canal sécurisé pour la transmission des données. Le commerçant a ensuite la charge de gère la transaction avec sa banque. La figure suivante présente les différents intervenants dans une transaction de paiement par carte sur Internet.

2.2.2. Chèque électronique (e-check) :

Le chèque électronique est basé sur l'idée que le papier peut être substitué par un document électronique et les signatures manuelles peuvent être remplacées par des signatures numériques

2.2.3. Le portefeuille électronique (Paypal) :

Le paypal est le deuxième moyen de paiement le plus préféré par les acheteurs en ligne après la carte de crédit et débit .En effet les utilisateurs de Paypal en augmentation depuis sa création à nos jour pour atteint plus 420 millions de compte actifs en 2021 dans le monde contre 250 millions de compte Paypal en 2018, (forte augmentation de nombre de compte avec l'apparition de la pandémie corona virus). Tandis que, les utilisateurs actifs quotidiens peuvent varier selon les pays, par exemple l'utilisation de Paypal au Royaume-Unis était plus élevée qu'en Allemagne, mais aussi plus élevée dans les autre pays européens.

En 2020, le volume total des paiements de Paypal a augmenté d'environ un tiers d'une année sur l'autre .L'année 2020 est une année où les paiements numérique notamment Paypal a pris de l'importance et ce en raison de la pandémie de corona virus, 936 millions de paiement de paypal en 2020.

La procédure de paiement par compte Paypal peut se réalisé donc en trois étapes :

- L'acheteur choisit PayPal comme moyen de paiement de son objet. Il est redirigé vers la page de paiement de PayPal, sur laquelle il indique son identifiant-adresse email, puis confirme son paiement.
- Le compte PayPal de l'acheteur est débité de la somme indiquée. La somme est soit débitée du solde de son compte si l'acheteur a un solde positif, soit débitée sur la carte bancaire qu'il a rattachée à son compte PayPal.
- Le compte PayPal du vendeur est crédité de la somme envoyée par l'acheteur et moins les frais de réception PayPal. La somme finale vient créditer le solde du compte PayPal du vendeur.

2-2-4- La monnaie numérique (le bitcoin) :

Le bitcoin est une monnaie numérique créée par les individus en 2009 (par SOTOSHI NAKAMOTO) et elle connu aujourd'hui un essor, d'après statista, le nombre d'utilisateur de cette monnaie en 2015 atteignait 3,18 million de personne et aujourd'hui le nombre d'utilisateurs de portefeuille électronique Bitcoin atteint 80 millions dans le monde.

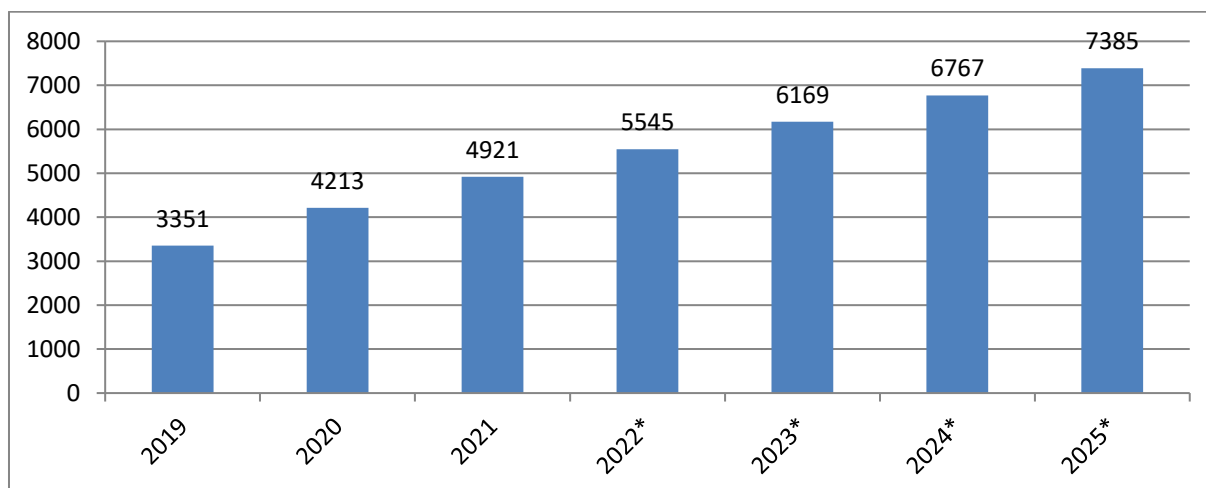
3. Le marché de commerce électronique dans le monde et en Algérie :

Le commerce électronique est lié directement au développement des TIC notamment l'Internet. Plus de 20 ans de ses débuts, le secteur d'internet enregistre une croissance importante et a pris une place importante dans les habitudes des consommateurs et les entreprises. Egalement le commerce se développe avec le développement de l'internet, il

devient actuellement presque un véritable mode de vie de certains pays comme les Etats-Unis, la chine, Royaume-Unis...etc.

En effet, le commerce électronique ne cesse à se développer d'une à une autre, en 2020 selon Statista, la valeur mondiale du commerce électronique était 4 213 milliards de dollars. Des estimations prévoient que la valeur mondiale du commerce électronique va dépasser les 7 000 milliards de dollars d'ici 2025. (Voire figure 2).

Figure N °(02) : Prévisions de chiffres d'affaire du commerce électronique en milliards de dollars de 2019-2025.

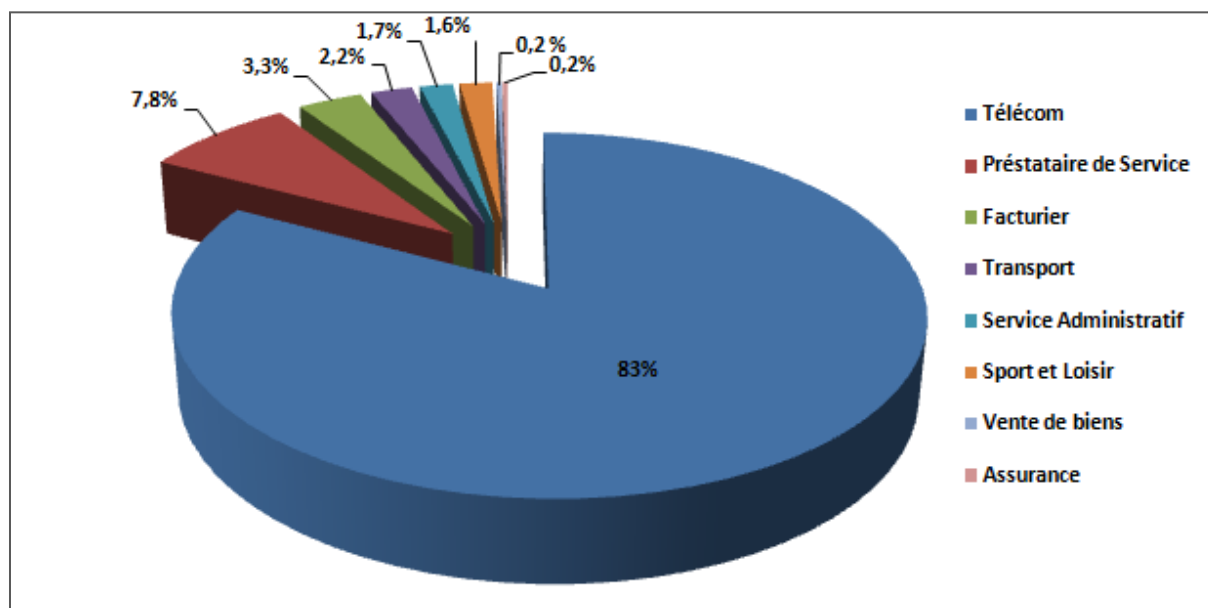


Source : <https://www.emarketer.com/content/worldwide-ecommerces-contunues-double-digit-growth-following-pandimic-push-online>.

3.2. Le marché du e-Commerce en Algérie:

L'Algérie s'oriente vers le commerce électronique de plus en plus afin de diversifier son économie qui basé généralement sur les recettes de hydrocarbure. Actuellement, le marché du e-commerce algérien est en croissance, mais il est loin d'atteindre son potentiel et reste faible par rapport au autre marché des pays développés et les pays maghrébin en particulier Maroc et l'Egypte. Il n'ya pas de chiffre officielles sur les vente en ligne en Algérie. Toutefois selon la Gie-monétique ,le potentiel du marché des paiement sur internet est estimé que de 11,17 milliard de dinars dont 1,92 milliard de dinars vient de la vente de bien sur les sites web marchand (Guidini,jumia) .Malgré les effort de l'état de se développer ce domaine qui est l'augmentation du taux de pénétration de l'internet .La figure ci-dessous présente les dernier statistiques de l'activité de paiement par carte sur Internet par secteur d'activité .(voire la figure).

Figure N°(02) : Répartition de paiement par carte sur Internet par secteur d'activité en 2022 :



Source : [http:// : www.giemonétique.dz](http://www.giemonétique.dz).

5. Conclusion

En guise de conclusion nous pouvons dire que, de plus en plus de nouveaux instrument de paiement numérique apparaissent pour faciliter et sécuriser les transactions, les consommateurs changent leurs habitudes de d'achat de traditionnel et recourent au commerce électronique et surtout pendant la pandémie de corona virus (2019), et continue d'augmenter même après la crise.

Aussi, le développement du commerce international et le commerce est liée au degré de l'adoption des solutions (outils) de paiement numérique par les consommateurs qui dépend la confiance à ces moyens et à la sécurité des transactions. Mais aussi l'apparition des nouveaux instruments de paiement en ligne permettant le développement du commerce électronique.

Concernant l'état de l'Algérie, le commerce électronique en Algérie reste encore au premier stade par rapport au monde et au pays voisin. La réussite la généralisation de ce secteur, dépend l'amélioration tout d'abord la relation entre les clients et banques, encouragement de l'industrie monétique, installation d'un climat de confiance pour changer la culture dans les habitudes de paiement des consommateurs algériens et ce à travers des journées d'études et des campagnes de sensibilisations, encouragement des entreprises pour s'orienter vers la vente en ligne.

Références bibliographiques :

- NASSILI Khadîdja et SALAH Haoues (2017). « Paiement électronique : mécanismes et caractéristiques » Revue d'économie et de statistique appliquée, 2/014.
- MOSTAPHA HASHEM Sherif,(2007). « Paiement électronique sécurisé », presse polytechnique et universitaire romande.
- Quelin bernard « développement du commerce électronique et économie d'internet .in Revue d'économie industriel, vo 84, 2ème trimestre.
- ABDLELOUI Refka, (2012). « Intégration des moyens de paiement non bancaire sur Internet », Thèse doctorat, université Caen Basse-Normandie.
- Henri Isaac et pierre Volle (2014).E-commerce : de la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle », Ed. Pearson Education, Paris.
- AIT SOUDANE Jalia, BENDRACHI Mounia .(2018) « Les défis du e-Commerce : Analyse du contexte Marocain », International journal and Financial stratégie.
- [http:// www.glossaire- international.com/pagr/tout- les- termes/ commerce-international/](http://www.glossaire-international.com/pagr/tout-les-termes/commerce-international/).
- Meriane verdier « paiement et monnaie électronique »Encyclopaedia universalisconsulté le 18 mars 2022.
- PAILLES Jean Claude,(2003) « Les systèmes de paiement sur internet »les cahiers du numérique 2003, p46.
- ABDLELOUI Refka,(2012). « Intégration des moyens de paiement non bancaire sur Internet », Thèse doctorat, université Caen Basse-Normandie.
- Pierre –Paul LEMMYRE ,(2001).Le guide juridique du commerçant électronique- chapitre8- le paiement électronique.
- http://www.ohadalegis.com/paiement_paypal.htm
- LASSOUD Mohamed, (2007) .« Paiement électronique », cours commerce électronique.
- MERCERON Sébastien, (2001). « Le commerce de détail s'initie à la vente sur internet » apparu dans la revue INSEEPREMIÈRE N° 771 .
- [https:// www.giemonétique.dz](https://www.giemonétique.dz),consulté le 18 mai 2023.
- <https://www.emarketer.com/content/worldwide-ecommerces-continues-double-digit-growth-following-pandemic-push-online>.consulté le,20 mai 2023.