

## **L’impact de la pandémie COVID 19 sur le e-commerce en Algérie**

## **The impact of the COVID-19 pandemic on e-commerce in Algeria**

Reçu le : 07-03-2023

Accepté le : 26-06-2023

**Toumi Rahma** : Enseignante à l’Ecole Supérieure de Gestion et d’Economie Numérique (ESGEN), Algérie.

E-mail : rtoumi@esgen.edu.dz

### **Abstract**

E-commerce is today a vector of growth, productivity and competitiveness, both for companies, individuals, as well as for the country itself in its general functioning.

A new economic environment, unique and quite complex, was born with the appearance of the Covid-19 pandemic.

This new economic context has made it possible to withstand the undesirable impacts of this health crisis. As in the vast majority of countries, Algeria has taken preventive actions, such as confinement, social distancing, closures of certain commercial structures, etc.

Our article aims to demonstrate the impact of this pandemic on e-commerce in Algeria and to understand its particularities and reality, especially in relation to electronic payment.

**Keywords :** E-commerce, growth, Covid-19, electronic payment.

**Jel Classification Codes :**

**Résumé :**

Le commerce électronique est aujourd'hui un vecteur de croissance, de productivité et de compétitivité, aussi bien pour les entreprises, les particuliers, ainsi que pour le pays lui-même dans son fonctionnement général.

Un nouvel environnement économique, unique et assez complexe, est né avec l'apparition de la pandémie du Covid-19. Ce nouveau contexte économique a permis de résister aux impacts indésirables de cette crise sanitaire. Comme dans la grande majorité des pays, l'Algérie a pris des actions préventives, comme le confinement, distanciation sociale, fermetures de certaines structures commerciales, etc.

Notre article vise à démontrer l'impact de cette pandémie sur le e-commerce en Algérie et de comprendre ses particularités et sa réalité surtout par rapport au paiement électronique.

**Mots Clés : Commerce électronique, croissance, Covid-19, paiement électronique.**

**Jel Classification Codes :**

## **1. Introduction :**

L'économie mondiale a connu beaucoup de changements et c'est dû principalement à la mondialisation qui prend une ampleur de plus en plus importante dans le monde. Aujourd'hui on parle de la nouvelle économie numérique, devenue une force de vente à l'internationale surtout dans les pays avancés.

Le monde a été touché par la pandémie de coronavirus qui s'est manifesté comme une crise sanitaire mais par la suite son impacte va au-delà du secteur de la santé et les conséquences sont ressenties sur tous les secteurs économiques et sociaux.

Cependant, un nouvel environnement économique unique et plutôt complexe a émergé avec l'apparition du Covid. Cette crise a accéléré l'expansion du commerce électronique vers de nouvelles catégories d'entreprises, de consommateurs et de produits. Cet essor a permis aux consommateurs d'accéder à une large gamme de produits tout en restant confortablement et prudemment chez eux, et aux entreprises de poursuivre leurs activités malgré les restrictions sur les contacts physiques et autres mesures de confinement. Malgré des différences persistantes entre pays, la pandémie a apporté un surcroît de dynamisme au paysage du commerce électronique dans l'ensemble des pays et étendu le périmètre du commerce en ligne à de nouvelles catégories d'entreprises, de consommateurs et de produits.

Comme dans la plupart des pays, l'Algérie a pris des mesures préventives telles que le confinement, la distanciation sociale, la fermeture de certaines structures commerciales et bien d'autres mesures qui ont changé le comportement de consommation des Algériens surtout par rapport aux transactions en ligne ou à ce qu'on appelle le commerce électronique.

**La problématique :**

À cet égard, nous allons essayer de répondre à la problématique suivante :

**Quel est l'impact de la Covid-19 sur le e-commerce en Algérie ?**

De cette problématique découlent plusieurs sous-questions relatives à ce sujet :

- Qu'est-ce que le e-commerce ?
- Quelles sont ses formes ?
- La pandémie de la covid-19 a-t-elle des incidences sur le e-commerce en Algérie ?

**Les hypothèses :**

Afin de répondre à ces questions nous avons émis les hypothèses suivantes :

- Le e-commerce correspond à un ensemble de transactions commerciales réalisées à distance, à travers les interfaces électroniques et digitales.
- Il existe plusieurs formes de commerce électronique qui se déroulent principalement entre trois acteurs : consommateur, entreprise et gouvernement.
- Le e-commerce en Algérie est impacté par la pandémie de la Covid-19.

**Les objectifs de la recherche :**

Notre document de recherche a pour objectif de déterminer les spécificités du e-commerce, mettre en exergue ses types et enjeux, étudier l'impact du Covid-19 sur le e-commerce en Algérie, ainsi de comprendre sa réalité ( défis et perspectives).

**L'importance de la recherche :**

L'importance de la recherche découle de l'importance de développement du e-commerce en Algérie, afin de suivre le rythme de développement des entreprises Algériennes et de favoriser la création des startups tout en essayant de déceler les lacunes et les défaillances et essayer de trouver des solutions. Par ailleurs, la crise

sanitaire a été une très bonne occasion pour relancer le commerce électronique en Algérie, et ce dans le but de remettre l'économie nationale sur rails et de l'adapter aux changements de la société algérienne.

### **La méthodologie :**

Pour répondre à nos questionnements, nous avons effectué une collecte de données issues principalement du GIE Monétique, et d'autres sites spécialisés dans le e-commerce. Ensuite, nous avons analysé l'évolution des données relatives au commerce électronique en Algérie avant et pendant la pandémie de la Covid-19.

## **2.Généralités sur le e-commerce**

### **2.1 Définition**

Le e-commerce désigne le fait de vendre un bien ou un service par voie électronique, via un réseau internet. Entreprises et particuliers peuvent lancer leur activité de e-commerce, tout dépendra ensuite du type de transaction selon les modèles de commerce électronique. On peut dire aussi que le e-commerce (autre appellation du commerce électronique) est un processus d'achat et de vente, par l'intermédiaire d'un ordinateur ou d'un smartphone (Sansonetti , 2020).

Selon l'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (INSEE) le e-commerce peut se définir comme « l'ensemble des transactions commerciales utilisant l'internet ou d'autres réseaux informatiques comme l'échange de données informatisé et impliquant un changement de propriété du bien ou du service commandé. Les biens et les services font l'objet d'une commande déposée via ces réseaux, mais le paiement et la livraison ultime du bien ou du service peuvent être effectués par des

méthodes traditionnelles. Ne sont pas considérées comme relevant du commerce électronique les commandes reçues par téléphone, par télécopieur et par le courrier électronique. Ces outils ne permettent pas une automatisation complète des transactions commerciales. Les transactions bancaires et financières ne relèvent pas du commerce électronique » (INSEE, 2016)

## **2.2 Les types de relations acheteur-vendeur en E-commerce**

Les affaires électroniques du E-commerce tournent autour de trois pôles : Les entreprises, les gouvernements, et particuliers (consommateurs), on peut donc classer les relations entre ces derniers comme suit : il existe 6 types de commerce électroniques

### **2.2.1 Le Business to Consumer (B TO C)**

C'est le commerce électronique destiné au grand public. Il permet au consommateur d'acheter directement sur internet des biens et services pour son usage personnel. Ce type de e-commerce permet à l'entreprise de connaître mieux ses clients et accompagne les prospects depuis la commande à la livraison, c'est l'un des modèles de ventes les plus utilisés d'ailleurs dans le contexte du commerce électronique et celui qui va faire l'objet de notre recherche (Hervier, 2001).

### **2.2.2 Le Business to Business (B TO B)**

Le commerce électronique inter-entreprises concerne les ventes effectuées entre des entreprises, ce type de E-Commerce n'est pas orienté vers le consommateur, souvent les ventes inter-entreprises concernent les matières premières, ou les produits qui sont reconditionnés ou combinés avant d'être vendu au client ; par exemple achat en ligne de la matière première auprès d'un fournisseur.

### **2.2.3 Le consumer to consumer (C TO C)**

C'est l'une des premières formes de E-Commerce, il s'agit de la vente de produit ou de services entre clients, c'est-à-dire de

consommateur a consommateur. Connue aussi sous le nom « échanges commerciaux inter consommateurs » dans ce type de commerce électronique, le site web marchand joue le rôle d'intermédiaire entre les personnes.

#### **2.2.4 Le Consumer to Business (C TO B)**

Il renverse le modèle traditionnel du commerce électronique, il signifie que les consommateurs mettent leurs produits à la disposition des acheteurs commerciaux.

#### **2.2.5 Le Business to Administration (B TO A)**

Ce modèle couvre les transactions effectuées entre les entreprises et les administrations en ligne, comme exemple les produits et services liés aux documents juridiques a la sécurité sociales ...etc.

#### **2.2.6 Le Consumer to Administration (C TO A)**

Même idée que le B2A mais avec des consommateurs vendant des produits ou services en ligne a des administrations, il pourrait inclure des services de consultation en ligne etc. le B2A et le C2A se concentrent tous deux sur l'amélioration de l'efficacité au sein du gouvernement, grâce au soutien des nouvelles technologies d'informations et de communications.

### **2.3 Les modes de paiement du e-commerce**

Avec le développement de la vente à distance et du E-commerce, les moyens de paiement ont dû évoluer et s'adapter aux nouvelles exigences des internautes. Le service est sélectionné en fonction de sa rapidité, de sa sécurité et engendre une satisfaction ainsi qu'une confiance par l'utilisateur ; d'où l'importance de proposer plusieurs modes de paiement (Eben, 2015).

#### **2.3.1 Les cartes bancaires**

La carte bancaire est un moyen de paiement proposé par les banques, composé d'une puce ou d'une bande magnétique, elle permet de retirer ou de transférer des fonds, d'effectuer des paiements directs chez les commerçants et de faire des retraits dans toutes les banques. C'est le mode de paiement le plus fréquent par internet. Il existe de nombreux types de cartes.

#### **2.3.2 Les chèques électroniques**

C'est un dispositif grâce auquel une personne redevable peut débiter le compte bancaire du donneur d'ordre sans avoir de cheque physique en main. Les chèques électroniques gagnent en popularité, d'autant plus que les consommateurs, initiés au paiement accéléré par le biais de transactions par carte de débit, sont de plus en plus sensibilisés à la technologie lors de transactions commerciales simples. Il est populaire pour les destinataires parce qu'ils obtiennent leurs argents beaucoup plus rapidement que par les moyens traditionnels.

### **2.3.3 Transfert de compte à compte**

L'acheteur transfère de son compte le montant d'achat vers le compte bancaire de son vendeur, les transferts de compte à compte sont débités du compte de l'acheteur du montant indiqué, le jour de leur exécution, et aussitôt crédités sur le compte du vendeur.

### **2.3.4 Le service de paiement PayPal :**

C'est un leader incontesté en matière de paiement en ligne, il permet aux acheteurs et aux vendeurs d'envoyer et de recevoir des paiements en ligne. Pour bénéficier de ces services, une personne doit créer un compte puis transmettre diverses coordonnées bancaires à PayPal, tel que le numéro de carte de paiement. C'est un moyen de paiement très utilisé pour ces nombreux avantages tels que : la sécurité de paiement, présence internationale, pas de frais d'installation ni d'abonnement, installation simple et gratuite.

### **2.3.5 L'E carte bleue :**

Ce procédé permet d'associer des coordonnées bancaires temporaires à un compte réel, qui seront transmis sur le réseau, en lieu et place des informations persistantes sur la carte bancaire. L'avantage est même si les coordonnées bancaires sont interceptées, il n'y aura aucun impact sur la sécurité du compte réel. Pour chaque achat en ligne, la banque fabrique un numéro de 16 chiffres, une date d'expiration, ainsi que les 3 chiffres de cryptogramme.

## **2.4 Les avantages et désavantages du e-commerce :**

Le e-commerce ouvre de belles opportunités pour l'entreprise comme pour le client (Benai, 2021):

### **2.4.1 Avantages du e-commerce**

#### **❖ Pour l'entreprise :**

- Acquérir de nouveaux clients et parts de marché ;
- Gestion des ventes en temps réel ;
- Minimiser les coûts : frais de transport, échanges de documents... ;
- Fidéliser les clients ;
- Accroître le chiffre d'affaire et la productivité ;
- Pas besoin de points de vente physiques.

#### **❖ Pour le client :**

- Gagner du temps (facilité de commander, payer et être livré) ;
- Avoir un large choix, une offre variée et un meilleur prix ;
- Possibilité d'achat 24h/24 et 7j/7 ;
- Eviter les ruptures de stocks, stationnement et fils d'attente ;
- Pas de limite géographique théorique.

### **2.4.2 Désavantages du e-commerce**

L'exploitation d'une entreprise de e-commerce ne se limite pas seulement à des avantages. Ce business model présente aussi des désavantages à la fois pour l'entreprise et le client :

#### **❖ Pour l'entreprise**

- Nécessité de connaissances solides en informatique ;
- Prévoir les coûts de la mise en place du e-commerce au sein de l'entreprise ;
- Manque de confiance autour de la sécurisation des moyens de paiement ;
- Des pannes mécaniques peuvent causer des effets imprédictibles sur le processus global.

#### **❖ Pour le client**

La peur de l'insécurité du paiement (possibilité de vol de numéros de carte de crédit) ;

- Manque de confiance en termes de qualité de la commande et la livraison ;
- Incapacité d'examiner personnellement les produits ;
- Difficultés de recours en cas de problème.

### **3. La réalité du e-commerce en Algérie pendant la pandémie de COVID-19**

Le marché mondial du e-commerce est en pleine croissance. Le chiffre d'affaire mondial de l'e-commerce BtoC s'est élevé à 4 938 milliards de dollars en 2021, en hausse de 16,3% par rapport à 2020. La vente en ligne pèse désormais 19% du total des ventes de détail dans le monde, contre 17,9% en 2020 et 13,6% en 2019 (Larmite, 2022). L'ascension du e-commerce est mise en rapport avec l'année 2020. Cette année marque le début de la pandémie mondiale de la covid-19 ainsi que d'un confinement général. Les marchés de niche sont en pleine expansion. C'est dans cette logique que presque toutes les attentes se sont tournées vers les sites e-commerce et leur option de livraison à domicile.

C'est ainsi qu'en 2020, il a été recensé que plus de la moitié de la population mondiale est devenue adepte de la vente virtuelle. En 2021, ce pourcentage est monté à 69,4 % sur toute l'étendue du globe terrestre (Com des grands, 2022).

Loin de ce qui se fait à l'étranger, le e-commerce en Algérie « se fait timide » par rapport aux pays voisins. Le constat de terrain montre que le marché actuel se trouve dans un stade primitif malgré les initiatives d'un certain nombre d'entreprises.

La pandémie de Covid-19 a eu un impact significatif sur le commerce électronique en Algérie, tout comme dans de nombreux autres pays à travers le monde. Il n'existe pas des chiffres officiels mais certaines sources indiquent que la pandémie a entraîné une augmentation de 180%. Selon des études **44%** des algériens ont fait des achats en ligne en **2022**, Les résultats obtenus montrent que

cette crise sanitaire est une opportunité tant attendue pour le lancement du e-commerce dans notre pays (Mizrana, 2022). Les mesures de confinement et les restrictions de déplacement ont entraîné une augmentation significative des achats en ligne dans le pays. Les consommateurs ont préféré acheter en ligne plutôt que de se déplacer dans les magasins physiques, en raison de la crainte d'une exposition au virus. En conséquence, de nombreux commerçants ont commencé à se tourner vers le commerce électronique pour maintenir leur activité, en créant des sites web d'e-commerce et en élargissant leurs canaux de vente en ligne, cela pourrait conduire à une croissance plus rapide du marché à l'avenir.

Selon le dernier rapport annuel de la CNUCED (Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le développement sur le commerce électronique, l'Algérie a gagné 29 places dans le monde, passant de la 109<sup>ème</sup> à la 80<sup>ème</sup> place.

Créé en 1964, le CNUCED est une organisation relevant de l'ONU chargée de l'instauration d'un climat propice pour l'intégration des pays en développement à l'économie mondiale.

Selon le même rapport, l'Algérie fait partie des quatre pays qui ont le plus progressé, aux côtés du Brésil, du Ghana et de la République du Laos. L'Algérie occupe ainsi la 4<sup>ème</sup> place en Afrique (Mizrana, 2022).

Selon le bilan du GIE Monétique, le nombre de sites de commerce électronique en Algérie est passé de seulement 48 en 2020 à 105 au premier semestre 2021, soit une augmentation de 118,75 %.

D'un autre côté, Les services de livraison à domicile de produits achetés en ligne ont connu une croissance importante dans le pays ces dernières années. Les livraisons par courrier ont bondi à 10 000 par jour lors du confinement de 2021 (Mizrana, 2022).

### **3.1 Le paiement électronique en Algérie**

Malgré le retard considérable de l'Algérie dans le domaine du paiement électronique, son lancement a en effet été retardé plusieurs fois. Le service du paiement électronique a été officiellement lancé le 04 octobre 2016, il s'articule principalement sur l'utilisation de la carte CIB, et ce à travers tout un réseau composé de 08 actionnaires entre banques et établissements financiers, à savoir : Al Baraka, BADR, BDL, BEA, BNA, CNEP banques, CNMA, CPA et d'autres membres dont : l'Algérie poste, ABC, AGB, Arab Bank, BNP PARIBS...

Dans une première phase, le service a été ouvert pour les grands facturiers : les sociétés de distribution d'eau, d'énergie (gaz et électricité), de téléphonie fixe et mobile, les compagnies d'assurances et de transport aérien et quelques administrations.

Aujourd'hui, en mois de Janvier de l'année 2023, 307 Web marchands sont adhérents au système de paiement sur internet par carte interbancaire.

A ce jour le nombre global des transactions, depuis le lancement du paiement sur internet, est de **22 941 995** (GIE Monétique, 2023).

#### **3.1.1 Les modes de paiement du e-commerce en Algérie :**

##### **3.1.1.1 Paiement par virement bancaire :**

Un virement bancaire est une opération de transfert de fonds d'un compte à un autre. Il s'effectue électroniquement entre deux comptes bancaires.

##### **3.1.1.2 Paiement par mandat ccp :**

Le paiement par mandat ccp s'effectue à la poste et dans toutes les postes algériennes adressées au nom du site.

### **3.1.1.3 Paiement à la livraison :**

L'acheteur paye sa facture d'achat au moment même de la réception du colis.

### **3.1.1.4 Paiement par epay.dz :**

Il s'agit du premier site de traitement des données liées au paiement sur Internet en Algérie. Ce système permet de bénéficier d'une carte prépayée pour acheter et vendre en ligne ou encore régler ses factures sans se déplacer. Epay.dz se rémunère grâce au prélèvement d'une commission de 3 à 5% sur chaque transaction.

### **3.1.1.5 Paiement par carte bancaire :**

Il s'agit des cartes interbancaires disponibles en Algérie que nous allons présenter après.

## **3.1.2 Les différents supports du paiement électronique**

Les supports électroniques disponibles en Algérie se présentent comme suit :

### **3.1.2.1 La carte interbancaire (CIB)**

La carte CIB est une carte interbancaire, elle est reconnaissable par le logo CIB de l'interbancaire monétique. On y trouve également le logo et la dénomination de la banque émettrice de la carte. Cet instrument peut fournir un seul service qui est le retrait ou le paiement et le retrait(simultanément) interbancaire domestique qui est accepté chez les commerçants affiliés au réseau monétique interbancaire.

**3.1.2.2 La carte EDHABIA :** C'est une carte de paiement et de retrait électroniques sous système EMV (assurant la sécurité des transactions à ses porteurs), permettant d'effectuer diverses opérations de retrait et de paiement sur le compte (CCP), sur les

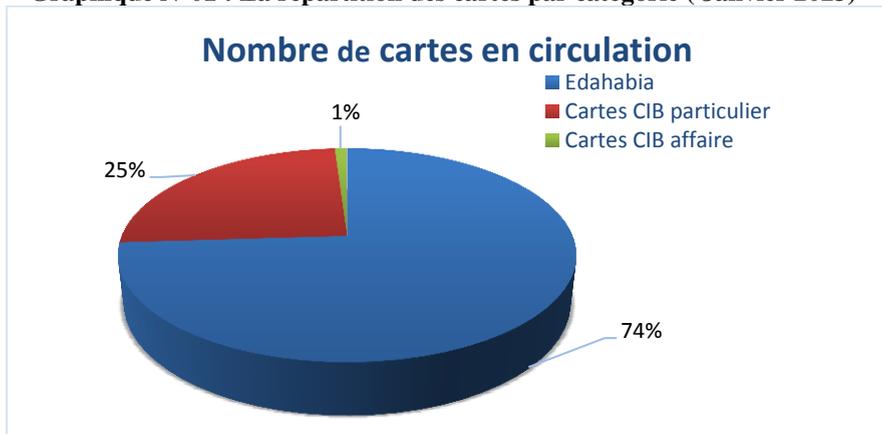
guichets automatiques des banques (GAB) et aussi sur les terminaux de paiement électronique (TPE) ([www.poste.dz](http://www.poste.dz)). Cette carte est distribuée par Algérie poste pour ces clients suite à leurs demandes.

Il faut souligner aussi que les cartes bancaires CIB et carte EDHABIA sont des cartes de débit n'ont pas de crédit, ce qui signifie que le paiement n'aura lieu que si seulement si le client dispose de l'argent sur son compte, et les dépenses sont prélevées au fur et à mesure sur son compte courant

**3.1.2.3 La carte de crédit Visa et Mastercard en Algérie** La carte VISA, est un moyen de retrait et de paiement électronique, permettant d'effectuer des transactions en devises sur des DAB et TPE ainsi qu'Internet dans tous les pays du monde. Une carte de crédit Visa ou Mastercard est une carte qui permet d'effectuer des achats en ligne et dans les supermarchés. Les cartes de crédit Visa ou Mastercard ont le même usage (Benmadani, 2022).

Au court de cette année (2023), le nombre total de cartes en circulation jusqu'au mois de Janvier 2023 a atteint **14 149 537**, soit une augmentation de **+32,08%** par rapport à l'année 2021, La répartition des cartes par catégorie est représentée dans le diagramme en secteur suivant :

Graphique N°01 : La répartition des cartes par catégorie ( Janvier 2023)



Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données du ( GIE Monétique).

Nous constatons que la part des cartes CIB affaire est très faible, elle ne représente que 1% du nombre total des cartes en circulation, cela s'interprète l'abstention des commerçants et des hommes d'affaires de les utiliser. En revanche, les cartes CIB particulier représente 25% du nombre total, cela s'explique par l'utilisation de ces cartes par les petits commerçants et les ménages pour leurs transactions quotidiennes. Ces proportions restent marginales par rapport à la part de la carte Edahabia qui détient la plus grande part avec 74% des cartes en circulation jusqu'au Janvier 2023.

Ci-dessous la répartition par secteur d'activité des transactions de paiement sur internet :

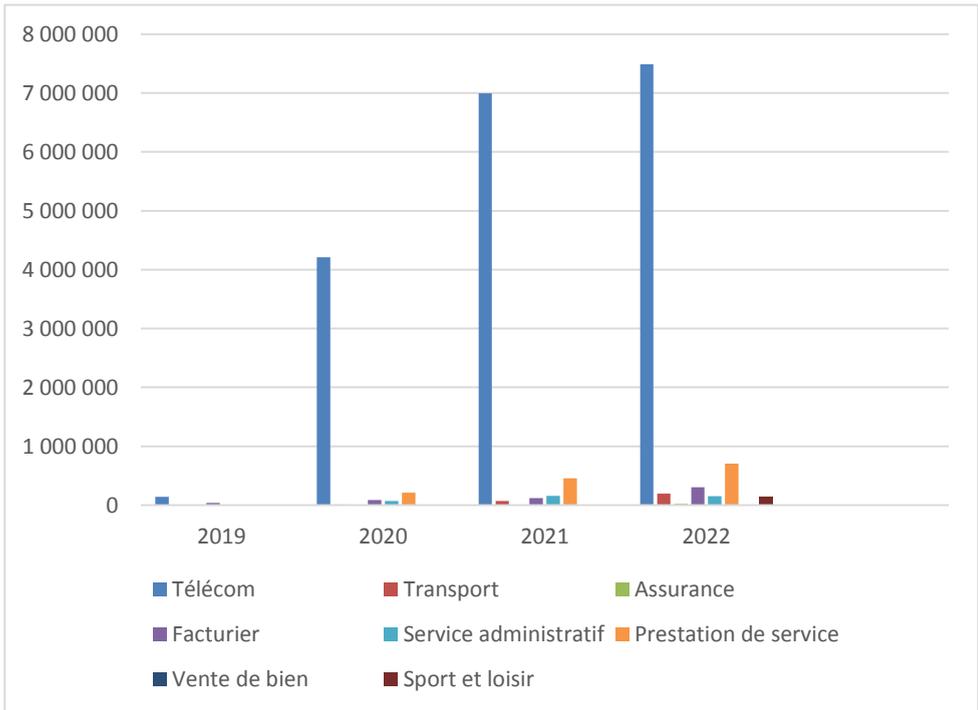
Faisant suite à l'adhésion d'Algérie Poste au GIE Monétique et la réalisation de l'interopérabilité CIB/EDAHABIA, entrée en production depuis le 05 janvier 2020, les statistiques publiées engloberont dorénavant l'activité monétique réalisée par la carte CIB et la carte EDAHABIA

**TableauN°1. La répartition par secteur d'activité des transactions de paiement par internet**

Année	Télécom	Transport	Assurance	Facturier	Service administratif	Prestation de service	Vente de bien	Sport et loisir	Nombre total des transactions	Montant en DZD
2016	6 536	388	51	391	0	0	0	0	7 366	15009 842,02
2017	87 286	5677	2467	12414	0	0	0	0	107 844	267 993 423,40
2018	138 495	871	6439	29722	1455	0	0	0	176 982	332 592 583,28
2019	141 552	6292	8342	38806	2432	5056	0	0	202 480	503 870 361,61
2020	4 210 284	11 350	4845	85676	68395	213 175	235	0	4593 960	5 423 727 074,80
2021	6 993 135	72 164	8372	120841	155 640	457 726	13 468	0	7821 346	11 176 475 535,68
2022	7 490 626	195 490	23 571	302 273	153 957	705 114	24 169	152 925	9048 125	18 151 104 423,96

Source : (GIE Monétique, 2023)

**Graphique N°02 : La répartition par secteur d'activité des transactions de paiement par internet**

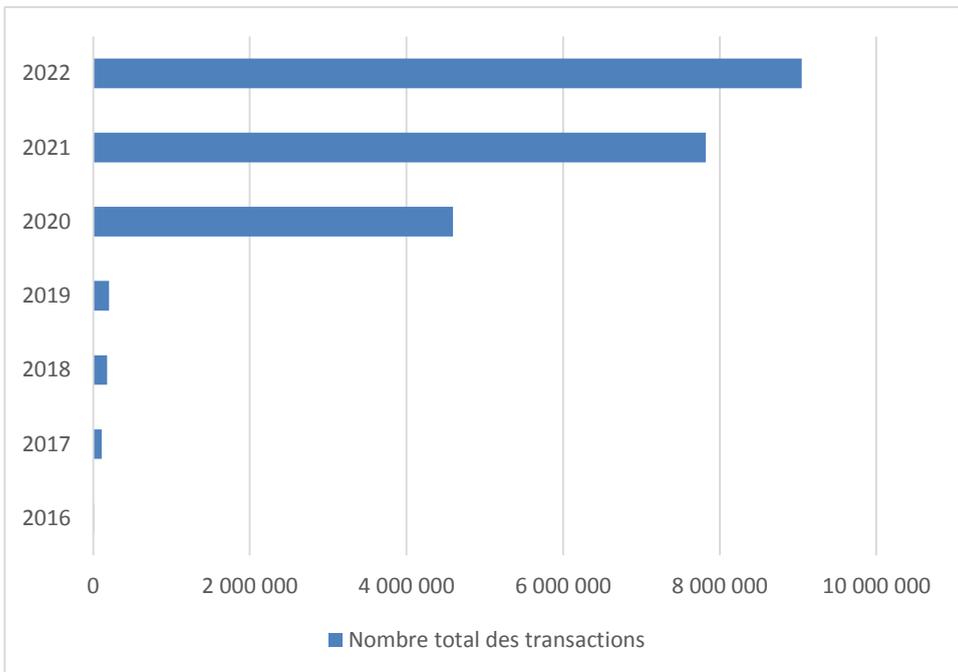


**Source :** réalisé par nous-mêmes à partir des données du ( GIE Monétique).

Le graphique montre l'augmentation des transactions effectuées via internet depuis 2019 jusqu'à 2022 pour tous les secteurs et notamment celui des télécommunications car ces transactions sont effectuées essentiellement via les opérateurs de télécommunications. Cette croissance est due au développement de technologie d'information et de communication, la généralisation d'utilisation d'internet et le

développement de la 4G en Algérie, mais aussi, à l'arrivée de la crise sanitaire de la COVID-19, les chiffres sont devenus spectaculaires, elles sont passées de 202 480 transactions en 2019 à 9 048 125 transactions en 2022.

**Graphique N°03 : L'évolution du nombre total des transactions en ligne**



**Source :** réalisé par nous-mêmes à partir des données du ( GIE Monétique).

On remarque à partir du graphique que le nombre total des transactions en ligne pour tout type confondu du secteur d'activité a augmenté, notamment en l'année 2020, on peut expliquer cette hausse significative par l'impact des mesures de confinement prises par l'état pendant la crise sanitaire de la covid-19, donc Les consommateurs ont préféré

acheter en ligne plutôt que de se déplacer dans les magasins physiques, en raison de la crainte d'une exposition au virus, et depuis, le nombre des transactions de paiement électronique ne cesse d'augmenter.

### **3.1.3 Le paiement mobile en Algérie**

Le paiement mobile, un service récemment lancé en Algérie au début de l'année 2020 par le GIE Monétique permettant aux consommateurs de régler leurs achats depuis un téléphone mobile à l'aide d'une application conçue par le GIE pour smartphone, qui sera reliée au réseau interbancaire pour pouvoir effectuer des transactions qui seront débitées sur la carte interbancaires (CIB) ou celle de l'Algérie Poste, la Golden (EDAHABIA). L'Algérie s'est orientée vers l'adoption du M-paiement pour encourager encore l'adoption de l'e-paiement chez les algériens. Alors, avec le M-paiement, les Terminales de Paiement Electroniques TPE ne sont plus indispensables afin d'effectuer des transactions de paiement électronique dans les espaces commerciaux physique, juste un téléphone et un QR code affiché dans le magasin ou dans un restaurant pour effectuer des paiements, et cela peut réduire la procédure et les démarches pour les opérateurs économiques afin de proposer des paiements électronique -par mobile-pour leurs clients. Le M- paiement est une solution de paiement très rapide et sécurisée, mais qui reste au stade primitif en Algérie. En revanche dans un pays comme l'Algérie où la popularité de la téléphonie mobile a atteint des niveaux hors du commun, le lancement des services du M-paiement permettra de doper l'apport positif des banques à l'économie du pays. Aujourd'hui, la dimension mobilité est devenue une priorité pour les fournisseurs des solutions d'e -paiement. Ces derniers doivent admettre que le nombre de terminaux mobile a largement dépassé le nombre des comptes bancaires.

### **3.2 Classement des meilleurs sites utilisés en Algérie :**

#### **3.2.1 Les sites les plus utilisés en Algérie**

Ci-après la liste des sites internet les plus consultés en Algérie pour l'année 2019. Ce classement est réalisé par Alexa, filiale d'Amazon, qui enregistre le classement des sites web les plus visités dans le monde entier (Hamidouche, 2020).

- 1. Google.com** : Le célèbre moteur de recherche fondée en 1998.
- 2. Youtube.com** : La plateforme N°1 de partager de vidéos en Streaming créé en février 2005.
- 3. Ouedkniss.com** : Le premier site des annonces en Algérie.
- 4. Google.dz** : La version DZ du célèbre moteur de recherche Google.
- 5. Facebook.com** : Le plus grand réseau social qui compte 2,2 milliards d'utilisateurs actifs.
- 6. Yahoo.com** : La société américaine de service web propose plusieurs services gratuits et payants : moteur de recherche, des boîtes à courrier électronique, de la messagerie instantanée, de l'hébergement web et des portails (actualités, finances, etc).
- 7. Ency-education.com** : Un site pédagogique dont le but principal est d'aider les élèves algériens à apprendre et à réussir leurs examens.
- 8. Blogspot.com** : Blogger est une plateforme en ligne gratuite qui facilite la création et la publication de blogs.
- 9. Elbilad.net** : El Bilad est un quotidien généraliste algérien en langue arabe.
- 10. Google.fr** : La version Fr du célèbre moteur de recherche Google.

### 3.2.2 Les meilleurs sites de vente en ligne en Algérie (édition 2021)

le Top 10 du commerce de détail B2C en Algérie avec le paiement électronique CIB à l'exclusion des hôtels, des services financiers est le suivant (selon le nombre de visites) (Yahyaoui, 2021):

- 1- AirAlgerie.dz
- 2- Mobilis.dz
- 3- AlgerieTelecom.dz
- 4- Ooredoo.dz
- 5- L'Algérienne des eaux : ade.dz
- 6- Sonalgaz
- 7- Tassialgerie.com
- 8- Seaal.dz
- 9- Axa.dz
- 10- Jumia.dz

### 3. 3 Les défis du e-commerce en Algérie :

L'e-commerce en Algérie est confronté à certains défis qui freinent l'évolution de ce type de commerce, nous citons ci-après quelques-uns :

- **Paiements en ligne** : Les paiements en ligne sont encore peu développés en Algérie, avec seulement 3% des transactions réalisées en ligne. Les consommateurs ont également des préférences pour les achats en espèces et sont méfiants envers les transactions en ligne. Cela rend difficile pour les entreprises de réaliser des transactions en ligne et d'encourager les consommateurs à acheter en ligne.

- **Logistique et livraison** : La logistique est un autre défi majeur pour le e-commerce en Algérie, avec une infrastructure peu développée pour les livraisons rapides et fiables. Les délais de livraison sont souvent plus longs que prévu, ce qui peut décourager les consommateurs d'acheter en ligne.

- **Réglementation** : Il existe des réglementations strictes en Algérie en matière d'importation de produits, ce qui peut rendre difficile pour les entreprises d'importer des produits étrangers à vendre en ligne. Les entreprises doivent également se conformer à des réglementations fiscales complexes.

- **Connectivité** : Bien que l'utilisation d'Internet et des smartphones en Algérie augmente, la connectivité reste un défi. Certaines zones du pays ont une couverture Internet limitée ou inexistante, ce qui peut rendre difficile pour les consommateurs d'accéder aux sites de commerce électronique.

- **Confiance des consommateurs** : Les consommateurs algériens sont souvent méfiants envers les transactions en ligne en raison de la fraude en ligne et des problèmes de sécurité. Cela peut rendre difficile pour les entreprises de convaincre les consommateurs d'acheter en ligne et d'établir une relation de confiance avec eux.

En somme, bien que le marché du e-commerce en Algérie soit en croissance, il est confronté à de nombreux défis. Les entreprises qui réussiront seront celles qui pourront surmonter ces défis et répondre aux besoins en constante évolution des consommateurs.

### **3.4 Les mesures prises par le gouvernement Algérien pour développer le e-commerce**

Le gouvernement algérien a pris plusieurs mesures pour développer le commerce électronique dans le pays, dans le but de stimuler la croissance économique et de promouvoir l'inclusion financière. En 2018, le gouvernement a adopté une loi régissant le commerce électronique, qui définit les règles applicables aux transactions électroniques et aux prestataires de services de paiement. Cette loi a été saluée comme une étape importante dans le développement du commerce électronique en Algérie.

Le gouvernement a également mis en place des programmes pour soutenir les petites et moyennes entreprises (PME) dans le développement de leur présence en ligne. Par exemple, en 2019, le ministère de l'Industrie et des Mines a lancé un programme de formation pour les PME qui souhaitent développer des sites Web d'e-commerce. Le programme fournit une formation sur les compétences techniques nécessaires pour créer et gérer un site de commerce électronique, ainsi que sur les aspects commerciaux tels que le marketing et la gestion des stocks.

En outre, le gouvernement a travaillé à améliorer l'infrastructure du commerce électronique dans le pays. En 2020, l'Algérie a lancé un projet pour déployer la fibre optique à haut débit dans tout le pays, ce qui devrait améliorer la connectivité Internet et favoriser l'adoption du commerce électronique. Le gouvernement a également travaillé à améliorer les services de logistique pour les entreprises de commerce électronique, en travaillant à la modernisation des ports et des aéroports du pays.

#### **4. Conclusion:**

La pandémie de COVID-19 a eu un impact significatif sur le commerce électronique en Algérie, tout comme dans de nombreux autres pays à travers le monde. Les mesures de confinement et les restrictions de déplacement ont entraîné une augmentation significative des achats en ligne dans le pays. Les consommateurs ont préféré acheter en ligne plutôt que de se déplacer dans les magasins physiques, en raison de la crainte d'une exposition au virus. En conséquence, de nombreux commerçants ont commencé à se tourner vers le commerce électronique pour maintenir leur activité, en créant des sites Web d'e-commerce et en élargissant leurs canaux de vente en ligne.

Cependant, la situation de l'infrastructure du commerce électronique en Algérie est assez limitée, et cela a limité l'ampleur de l'impact de la pandémie sur le commerce électronique dans le pays. De nombreux commerçants n'ont pas été en mesure de maintenir leurs activités en ligne, en raison de problèmes tels que la connectivité Internet limitée, les problèmes de logistique et l'analphabétisme numérique sachant que le taux d'implication des clients dans ce mode de commerce est prometteur, mais cela reste toujours peu par rapport à l'ensemble des transactions que les Algériens effectuent dans leur vie quotidienne. Néanmoins, la pandémie de Covid-19 a accéléré l'adoption de la technologie dans le pays, ce qui peut conduire à une augmentation de la croissance du commerce électronique à long terme.

Pour promouvoir l'e-commerce en Algérie, il est important de créer un environnement favorable en établissant des réglementations claires et en encourageant les investissements dans les infrastructures de télécommunication surtout par rapport aux

solutions du paiement en ligne, ainsi, il est indispensable de sensibiliser les consommateurs à l'utilisation de l'internet et des technologies de l'information pour les achats en ligne. Pour ce faire, les entreprises doivent s'adapter aux besoins des consommateurs Algériens en proposant des produits et des services adaptés à leur marché et en améliorant leur logistique

#### 4. Références :

(2022). Consulté le 03 01, 2023, sur Com des grands:

<https://comdesgrands.com/quelle-est-la-taille-du-marche-mondial-du-e-commerce-en-2022/>

Benai, M. (2021). L'impact de la pandémie du Covid-19 sur le e-commerce en Algérie. *Revue des sciences administratives et financières*, 05(02), p. 564.

Benmadani, S. (2022). Les moyens de paiement électronique en Algérie: état des lieux et perspectives. *Revue études économiques*, 16(01), p. 799.

Eben, B. (2015). *E-commerce: tout savoir avant de créer sa boutique en ligne*. Editions Eyrolles.

GIE Monétique, G. (2023, Janvier). *Activité paiement sur internet*. Consulté le Mars 02 à 11h, 2023, sur GIE Monétique: <https://giemonetique.dz/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet>

Hamidouche. (2020, Mars 07). *liste des sites internet les plus visités en Algérie*. Récupéré sur Lizzoran: <https://lizzoran.com/listes-classements/sports/liste-des-sites-internet-les-plus-visites-en-algerie/#:~:text=Top%2050%20des%20sites%20les%20plus%20visit%C3%A9s%20en,6%20Elkhabar.com%207%20>

Xhamster.one%208%20Amazon.com%20%C3%89% C3%A9ments%20suppl%C3%A9ment

Hervier, G. (2001). *Le commerce électronique : vendre en ligne et optimiser ses achats*. éditions d'organisation.

INSEE. (2016). Consulté le 02 22, 2023, sur institut national des Statistiques et des Etudes Economiques:

<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1769>,

Larmite, C. (2022). *Chiffre d'affaire de l'e-commerce dans le monde*. Consulté le 03 01, 2023, sur Journal du net:

<https://www.journaldunet.com/ebusiness/commerce/100956>

1- Chiffre d'affaires de l'e-commerce dans le monde

(journaldunet.com)

Mizrana. (2022, Juillet 06). *E-commerce en Algérie: comment se porte ce secteur en 2022*. Consulté le Mars 02, 2023, sur

Ecosnet: <https://icosnet.com.dz/e-commerce-en-algerie-comment-se-porte-ce-secteur-en/>

Sansonetti , J. (2020). *Commerce électronique: définitions, avantages et guide pour lancer votre business*. Consulté le

Février 21, 2023, sur wizishop:

<https://www.wizishop.fr/blog/se-lancer-dans-le-e-commerce-avec-les-bonnes-cartes-en-main.html>

Yahyaoui, S. (2021, Septembre). Le commerce électronique en Algérie: état des lieux, freins et perspectives. *Revue des sciences politiques et droit*, vol5(29), p. 397.