**Le commerce électronique en Algérie entre défis et enjeux**

**Sommaire**

**- Introduction Générale**

**Chapitre 1 : les opportunités du commerce électronique …………………P1**

 **Section 1 : le développement de l’Internet commercial…………………..P1**

* 1. **Brève historique de l’Internet…………………………………………P2**
	2. **De l’Arpanet à l’Internet………………………………………………P2**
	3. **Le phénomène Internet et l’expansion du commerce électronique…P5**

**Section 2 : Définition du commerce électronique…………………………..P6**

**2-1) Quelques définitions du commerce électronique ……………………P6**

**2-2) Typologie des définitions du commerce électronique……………….P9**

**2-3) Les frontières du commerce électronique…………………………….P9**

**2-4) Les différents types du commerce électronique……………………..P10**

 **2-4-1) Relations aux particuliers (B toC)………………………….P10**

 **2-4-2) Le commerce électronique interentreprises (B to B)…… P13**

 **2-4-3) Relation concernant les administrations ……………….P20**

**Section 3 : Les facteurs favorisant l’adoption du e-commerce par les entreprises...................................................................................................p22**

**3-1) l’adoption du commerce électronique par les entreprises………….P22**

**3-2) L’impact de l’adoption du commerce électronique sur les entreprisses………………………………………………………………….p25**

**3-3) Avantages du commerce électronique pour les PME……………….P25**

 **3-3-1) Le défi de la compétitivité au développement des PME……P26**

 **3-3-2) Le commerce électronique et son impact sur la productivité et la**

 **rentabilité des PME……………………………………………P 29**

 **3-3-3) Les raisons du retard de l’adoption du commerce électronique**

 **par certaines PME……………………………………………P31**

 **3-3-4) Le commerce électronique et l’ entreprises virtuelles……… ...P34**

**Section 4 : Les enjeux du commerce électronique dans la relation ( B to C)…...........................................................................................................P37**

 **4-1) l’entreprise et son approche du e-commerce…………………….P37**

 **4-2) Avantages et inconvénients du e-commerce pour les entreprises et**

 **les clients……………………………………………………………P40**

**Chapitre 2 : l’environnement juridique et réglementaire du e-commerce**

**………………………………………… …………………………………..p45**

**Section 1 : Ecrits, preuves électroniques……………………………….P46**

* 1. **Des sources juridiques internationales …………………..P46**
	2. **Le rôle fondateur de la loi type de la C.N.U.D.C.I sur le commerce (Commission des Nations Unies pour le droit commercial)………………………………………………….P49**

**1-2-1) Non discrimination internationale………………….P50**

**1-2-2) Neutralité technologique et médiatique ……………P51**

**1-2-3) Equivalence fonctionnelle…………………………..P51**

**Section 2 : Signature électronique et autorité de certification …………P52**

**2-1) Les règles uniformes de la C.N.U.D.C.I sur les signatures électroniques………………………………………………………………..P53**

**2-2) Le projet de la directive européenne sur les signatures électroniques…………………………………………………………………P54**

 **2-2-1) Historique…………………………………………………………P54**

 **2-2-2) Les bases juridiques et techniques de l’Harmonisation européenne………………………………………………………………….P55**

**Section 3 : Les propriétés Intellectuelles …………………………………..P57**

 **3-1) Les actions de l’organisation mondiale de la propriété**

 **intellectuelle ( O .M.P .I) …………………………………………..P58**

 **3-1-1) Historique………………………………………………………….P58**

 **3-1-2) Traité de l’O.M.P.I sur le droit d’auteur et sur les interprétations et exécutions et les phonogrammes…………………………………………P60**

**3-1-3) Autres domaines ……………………………………………………P61**

**3-2) L’harmonisation Européenne en matière de droit d’auteur et droit voisins………………………………………………………………………..P62Section 4 : La réglementation fiscale et douanière du commerce électronique ………………………………………………………………….P66**

 **4-1-1) Le projet d’une imposition spécifique du commerce électronique………………………………………………………………….P66**

 **4-1-2) Le débat Américains sur le « Duty Free Cyberspace »…… P70**

 **4-1-3) L’application de la TVA au commerce électronique…………P71**

 **4-1-4) La qualification fiscale du commerce électronique direct …..P74**

 **4-1-5) Les droits de douanes…………………………………………..P76**

 **4-1-6) Les impôts sur les bénéfices…………………………………….P76**

**Section 5 : Les obstacles d’application…………………………………..P77**

 **5-1) Le rejet de la taxation spécifique……………………………….P77**

 **5-2) Le problème de la double imposition étatique au commerce**

 **Electronique……………………………………………………… P79**

 **5-3) Réflexion prospectives sur la fiscalité applicable au commerce**

 **Electronique………………………………………………………P81**

**5-3-1) Analyse critique de la situation……………………………………..P82**

**5-3-2) Proposition de solutions……………………………………………..P83**

**Chapitre 3 : Les exigences du développement du commerce électronique…………………………………………………........................P87**

**Section 1 : Les moyens de paiement électronique ………………………..P88**

* 1. **Le protocole de paiement par carte bancaire………………………P88**
	2. **Les procédures de pré-compensation : les systèmes de facturation…………………………………………………………….P89**
	3. **Les procédures de règlement hors systèmes bancaire : les systèmes notariés………………………………………………………………..P90**
	4. **Les procédures de règlement hors systèmes monétaires : la monnaie électronique………………………………………………………….P91**
	5. **Une nouvelle forme monétaire : la monnaie électronique………..P92**

**Section 2 : La sécurisation des paiements sur l’Internet…………………P93**

**2-1) Les évolutions des paiements sur Internet :enjeux et conséquences ………………………………………………………………………………...P93**

 **2-1-1) Les évolutions dans le paiement par carte bancaire……………..P93**

 **2-1-2) Les évolutions dans les systèmes de facturation et les systèmes**

 **Notariés…………………………………………………………………….P94**

**2-2) Les principes de sécurisation du paiement en ligne et les moyens de paiement alternatifs………………………………………………………..P99**

 **2-2-1) Les principes fondamentaux de sécurisation des paiements sur**

 **Internet……………………………………………………………………..P100**

 **2-2-2) Les moyens de paiement alternatifs…………………………….P103**

**Section 3 : l’Etat du commerce électronique dans le monde ………………………………………………………………………P110**

 **3-1)La croissance du e-commerce en Europe…………………….P110**

 **3-2) Chiffres et prévisions sur le e-commerce dans quelques**

 **pays Européens ………………………………………………..P112**

 **3-3) Evolution du commerce électronique en Amérique du nord**

 **(Etats-Unis et Canada)………………………………….P116**

 **3-4) Le commerce électronique en Amérique latine………..p121**

 **3-5) Les perspectives du e-commerce en Afrique……………P122**

 **3-6) L’essor du commerce électronique en Asie……………P123**

 **3-7) Le commerce électronique dans le monde Arabe…….P124**

**Chapitre4 : Etat des lieux du commerce électronique en Algérie……………………………………………………………………..P131**

 **Section 1 : Le développement de l’Internet en Algérie…………….P132**

* 1. **Les efforts de l’état pour promouvoir l’utilisation de l’Internet en Algérie……………………………………P133**
	2. **Les principales contraintes s’opposant à l’utilisation d’Internet en Algérie…………………………………..P136**

 **1-2-1) Les contraintes techniques à l’utilisation d’Internet en**

 **Algérie …………………………………………………….P138**

 **1-2-2) Principales contraintes réglementaires…………….P139**

* 1. **Les entreprises Algériennes et le e-commerce………..P141**

**1-3-1) Quelques expériences Algériennes avec le monde du Web…………………………………………………………...P143**

**1-3-2) Les débuts du commerce électronique en Algérie…P145**

**1-3-3) Les pionniers du commerce électronique en Algérie…………………………………………………………P146**

**Section 2 : Le paiement électronique en Algérie……………………….P148**

 **2-1) Le développement du système de paiement électronique…………………………………………………………………P148**

 **2-2) La carte bancaire est à ses premiers balbutiements…P149**

**Section 3 : Les obstacles s’opposant au développement du commerce**

 **électronique en Algérie ………………………………………P151**

**3-1) Etat du système bancaire ……………………………... ……………P151**

 **3-1-1) Les modalités de paiement………………………………….P152**

 **3-1-2) Les transmissions……………………………………………..P154**

 **3-1-3) Les transactions………………………………………………P154**

**3-2) La réglementation et la législation …………………………………P154**

 **3-2-1) Les transactions électroniques……………………………….P155**

 **3-2-2) La propriété intellectuelle……………………………………P155**

 **3-2-3) Les mineurs……………………………………………………P156**

**3-3) L’économie Algérienne et l’informel…………………………….. …P156**

**3-4) l’Etat des infrastructures dédiées à la connexion Internet … …….P157**

**3-5) Les habitudes des consommateurs…………………………………P158**

**3-6) Le sentiment psychologique lié à l’argent ………………………..P158**

**Section 4 : La promotion du commerce électronique en Algérie……………………………………………………………………..P 159**

 **4-1) Les principales actions que doit entreprendre l’Etat………….P159**

 **4-2) Les actions que doit entreprendre l’entreprise…………………..P162**

 **4-3) Les perspectives du e-commerce en Algérie………………………P165**

 **4-4) Les tendances du e-commerce en Algérie…………………………...P166**

**Conclusion Générale………………………………………………………P167**

**Bibliographie ………………………………………………………………P178**