

**Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche  
scientifique**

## **École supérieure de commerce**

**Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de  
Master en sciences financières et commerciales**

**Options : Finance et Comptabilité**

**Finance d'Entreprise**

***Thème :***

***L'impact de l'E-paiement dans le développement de la  
monétique en Algérie***

***Etude de cas : Direction de la monétique « CNEP-Banque »***

**Élaboré par :**

**SAADANE Abdenour  
TOUAHRI Mohammed**

**Encadré par :**

**Pr. DAHIA Abdelhafid**

**Lieu du stage : CNEP Banque-Direction de la monétique Baba Hassen, Alger, Algérie**

**Période du stage : du 14/04/2018 au 14/05/2018**

**2017/2018**



# Remerciements

*Au terme de ces cinq années d'études, nous tenons à exprimer nos vifs remerciements :*

*Tout d'abord au bon Dieu le tout puissant pour son aide et pour nous avoir donné la patience et la volonté pour réussir ce modeste travail.*

*A notre encadreur Mr .DAHIA ABDELHAFID, d'avoir accepté et diriger et de suivre ce travail, nous tenons avant tout de l'exprimer notre reconnaissance pour son méthodologie et son stratégie de développement du sujet qui nous a transmis, et pour les précieux conseils qui a bien voulu nous fournir afin de réaliser ce travail, s'est toujours montré à l'écoute et très disponible tout au long de la réalisation de ce mémoire, ainsi pour l'inspiration, l'aide et le temps qu'il a bien voulu nous consacrer et sans lui ce mémoire n'aurait jamais vu le jour.*

*A tout le personnel de la CNEP-Banque pour l'accueil qu'il nous a témoigné durant notre stage.*

*L'ensemble du corps professoral et administratif de l'ESC.*

*Une particulière reconnaissance pour les membres du jury qui ont pris la peine d'examiner et venir participer à l'évaluation de ce modeste travail, nous tenons à les remercier et solliciter toute leurs bienveillances.*

*Enfin, nous tenons à remercier tous ceux qui nous ont soutenu de près comme de loin à l'élaboration de ce modeste travail.*

# Dédicaces

*Louange à ALLAH, le Tout Miséricordieux, le Très Miséricordieux. Que la paix et le salut soient sur son Messager Mohamed, sa famille et ses compagnons.*

*Je dédie ce modeste travail aux personnes les plus chères à mon cœur :*

*A mes très chers parents AHMED et SOUAD pour leur soutien, leur dévouement, leur sacrifice, leur patience et leur encouragement. Je leur exprime mon respect, mon amour et ma gratitude.*

*« Mes parents ce travail est le fruit de votre sacrifice que vous avez consentis pour mon éducation et ma formation, j'espère être toujours à la hauteur de vos espérances. Que Dieu vous accorde une bonne santé et une longue vie. »*

*A mes chers frères WALI EDDINE et RAID et ma très chère sœur AMIRA sur qui j'ai pu compter et me ressourcer d'affection pour continuer ce travail.*

*A ma grand-mère qui m'aide, me soutient et m'encourage sans cesse. Que Dieu la garde pour nous.*

*A la mémoire de mes grands-parents et ma belle tante WARDA. J'aurai bien aimé vous avoir à mes côtés pour me guider dans mes choix, et assister à ma soutenance, mais la volonté de Dieu nous a séparé. Que Dieu le tout puissant vous ait en sa sainte miséricorde.*

*A tous les enseignants d'ESC qui ont participé à ma formation durant ces trois années, et qui doivent voir dans ce travail la fierté d'un savoir bien acquis.*

*A mon binôme « ABDOU » merci de partager avec moi les moments de joie, de souffrance et de doute.*

*A mes chers amis de l'ESC, au début nous étions des étrangers, maintenant nous sommes des amis unis pour la vie. Je vous remercie pour tous les souvenirs et les bons moments passés ensemble.*

*Qu'ALLAH vous protège et vous laisse pendant très longtemps devant moi.*

*Mohammed*

# Dédicaces

*Il est naturel que ma pensée la plus forte aille vers mon père, qui a œuvré pour ma réussite, n'a cessé de m'inculquer le sens de la responsabilité, de l'optimisme et de la confiance en soi face aux difficultés de la vie. Je lui dois ce que je suis aujourd'hui et ce que je serai demain et je ferai toujours de mon mieux pour rester sa fierté.*

*A la plus belle créature que dieu a créée sur terre, à cette source de tendresse, de patience et de générosité qui a tant sacrifié pour réaliser mes vœux, qui m'a toujours soutenue et continue de le faire par tous les moyens, à toi la joie de mes matins, à la lumière de mes jours... à ma mère !*

*A mes sœurs : Razane, Rama et Ranime qui m'ont toujours troublé par leur tapage en préparant ce travail mais bon elles m'ont aidé à casser la routine du silence et me rappelaient par fois des pauses de repos que je doive les prendre*

*A ma grand-mère, qui malgré son âge, ne cesse de manifester son amour envers moi et ne cesse de prier pour moi ; ses prières me donnent l'énergie et la force pour avancer. J'espère que votre bénédiction m'accompagnera toujours.*

*A mes très chères oncles : Khali Nabil Qui a été à mes côtés depuis mon enfance, j'ai pris par ses conseils créatives et merveilleux et cela m'a donné une autre incitative à persévérer après le soutien de mon père, à toi Khali Yacine je n'oublierai jamais le bon moment qu'on a passé ensemble avant que tu partes en France que dieu soit toujours avec toi à l'étranger !*

*A mes cousins et cousines.*

*Je ne saurais oublier de remercier toutes les personnes qui me sont chères, en particulier :*

*A mes chers amis :*

*Midou mon binôme et mon bras droit avec qui je partageais le stress, la répartition des tâches, la vie universitaire, Et en particulier Fouaz mon ami intime merci pour tes encouragements à moi depuis toutes ces longues années universitaire je te souhaite plus de succès dans ta vie personnelle et professionnelle*

*A mes professeurs qui puissent voir dans ce travail la fierté d'un savoir bien acquis.*

*Abdenour*

**Sommaire :****Introduction Générale.....A-D****Chapitre I : Concepts de bases du paiement en ligne****Section 01 : Evolution de la monnaie et les moyens de paiements .....02****Section 02 : l'e-paiement et e-commerce .....12****Section 03 : Dynamique de l'e-paiement en Algérie .....21****Chapitre 02 : La monétique en Algérie****Section 01 : Présentation générale de la monétique .....30****Section 02 : la plateforme du paiement sur internet .....39****Section 03 : présentation générale de la carte inter bancaire en Algérie.....48****Chapitre 03 :l'incertitude des algériens sur l'utilisation de l'e-paiement****Section 01 : présentation générale de la direction monétique de la CNEP-banque .....61****Section 02 : méthodologie de l'enquête et l'analyse du questionnaire .....68****Section 03 : Analyse globale des résultats et recommandations .....102****Conclusion général .....111**

<b>N° Figure</b>	<b>Intitulée</b>	<b>page</b>
<b>01</b>	Exemplaire d'effet de commerce lettre de change et le billet à ordre	<b>10</b>
<b>02</b>	le fonctionnement de Digicash	<b>13</b>
<b>03</b>	Chiffre d'affaires du e-commerce en Europe Vs le reste du monde	<b>15</b>
<b>04</b>	Les différents acteurs dans la prestation de paiement en ligne	<b>32</b>
<b>05</b>	Distributeur Automatique des Billets	<b>36</b>
<b>06</b>	Evolution du nombre de DAB installé au niveau de CNEP-Banque	<b>37</b>
<b>07</b>	Terminal de Paiement Electronique	<b>38</b>
<b>08</b>	Evolution des nombres de TPE installés au niveau des commerçants adhérents au CNEP-Banque	<b>38</b>
<b>09</b>	Exemple d'une boutique en ligne dans le cas d'une entreprise de commercialisation de produits.	<b>40</b>
<b>10</b>	Les étapes d'Adhésion d'un web-marchand à la plateforme E-paiement	<b>44</b>
<b>11</b>	La carte interbancaire Classique	<b>49</b>
<b>12</b>	La carte interbancaire Gold	<b>49</b>
<b>13</b>	Circuit de la transaction (modèle 4 coins)	<b>50</b>
<b>14</b>	l'évolution du nombre de porteurs de cartes interbancaires	<b>52</b>
<b>15</b>	Cartes CIB autorisées au e-paiement Vs nombre total des cartes	<b>52</b>
<b>16</b>	Organigramme du siège central	<b>64</b>
<b>17</b>	Organigramme de la direction régionale	<b>65</b>
<b>18</b>	les méthodes d'échantillonnage.	<b>69</b>
<b>19</b>	Répartition des personnes interrogées par sexe	<b>75</b>
<b>20</b>	Répartition des personnes interrogées selon l'âge.	<b>76</b>
<b>21</b>	Répartition des personnes interrogées par CSP	<b>77</b>
<b>22</b>	Répartition des personnes interrogées selon leur revenu	<b>78</b>
<b>23</b>	la connaissance du commerce électronique par les Algériens	<b>79</b>

<b>24</b>	La visualisation du commerce électronique par les Algériens	<b>80</b>
<b>25</b>	l'utilisation des sites Web marchands	<b>81</b>
<b>26</b>	L'utilisation du paiement électronique en Algérie	<b>82</b>
<b>27</b>	L'utilisation et le degré de confiance des moyens de moyens par les algériens	<b>83</b>
<b>28</b>	Les raisons qui poussent à l'achat en ligne.	<b>84</b>
<b>29</b>	le degré de confiance des personnes en paiement électronique	<b>85</b>
<b>30</b>	les freins au développement du paiement électronique en Algérie	<b>86</b>
<b>31</b>	L'effectif des personnes ayant rencontré des problèmes de paiement en ligne	<b>87</b>
<b>32</b>	Les différents problèmes de paiement en ligne	<b>88</b>
<b>33</b>	Répartition de l'échantillon selon la détention de la carte CIB	<b>89</b>
<b>34</b>	les possibilités de l'obtention de la CIB	<b>89</b>
<b>35</b>	L'effectif des personnes qui retirent leur argent auprès des guichets de l'agence bancaire	<b>90</b>
<b>36</b>	l'utilisation de la carte bancaire lors du paiement en ligne	<b>91</b>
<b>37</b>	Les services de la carte interbancaire	<b>92</b>
<b>38</b>	la fréquence d'utilisation de la carte CIB par mois pour le paiement en ligne	<b>93</b>
<b>39</b>	La connaissance du commerce électronique par catégorie d'Age	<b>94</b>
<b>40</b>	l'utilisation des moyens de paiements par la catégorie socioprofessionnelle	<b>96</b>
<b>41</b>	La connaissance des détenteurs de la carte CIB de l'existence de l'e-paiement	<b>97</b>
<b>42</b>	La détention de la carte CIB selon les salaires	<b>98</b>

<b>N° Tableau</b>	<b>Intitulé</b>	<b>Page</b>
<b>01</b>	Les exigences d'un système de paiement en ligne.	<b>18</b>
<b>02</b>	Liste des textes juridiques régissant les moyens de paiement électronique	<b>22</b>
<b>03</b>	Les actionnaires de la SATIM	<b>34</b>
<b>04</b>	Evolution du nombre de DAB installé au niveau de CNEP-Banque	<b>37</b>
<b>05</b>	Evolution du nombre de TPE installé au niveau des commerçants adhérents au CNEP-Banque	<b>38</b>
<b>06</b>	Les web marchands adhérents à la plateforme du paiement en ligne.	<b>45</b>
<b>07</b>	l'évolution du nombre de porteurs de cartes interbancaires	<b>51</b>
<b>08</b>	Cartes interbancaires autorisées à l'E-paiement Vs nombre total des cartes.	<b>52</b>
<b>09</b>	Les transactions intra bancaires	<b>54</b>
<b>10</b>	Les transactions interbancaires	<b>54</b>
<b>11</b>	Les transactions interbancaires	<b>55</b>
<b>12</b>	Répartition des personnes interrogées par sexe	<b>74</b>
<b>13</b>	Répartition des personnes interrogées selon l'âge.	<b>75</b>
<b>14</b>	Répartition des personnes interrogées par CSP	<b>76</b>
<b>15</b>	Répartition des personnes interrogées selon leur revenu.	<b>77</b>
<b>16</b>	la connaissance du commerce électronique par les Algériens	<b>78</b>
<b>17</b>	la visualisation du commerce électronique par les Algériens	<b>79</b>
<b>18</b>	l'utilisation des sites Web marchands	<b>80</b>

<b>19</b>	L'utilisation du paiement électronique en Algérie	<b>81</b>
<b>20</b>	l'utilisation et le degré de confiance des moyens de moyens par les algériens	<b>82</b>
<b>21</b>	Les raisons qui poussent à l'achat en ligne.	<b>83</b>
<b>22</b>	le degré de confiance des personnes en paiement électronique	<b>84</b>
<b>23</b>	les freins au développement du paiement électronique en Algérie	<b>85</b>
<b>24</b>	L'effectif des personnes ayant rencontré des problèmes de paiement en ligne	<b>86</b>
<b>25</b>	Les différents problèmes de paiement en ligne	<b>87</b>
<b>26</b>	Répartition de l'échantillon selon la détention de la carte CIB	<b>88</b>
<b>27</b>	les possibilités de l'obtention de la CIB	<b>89</b>
<b>28</b>	L'effectif des personnes qui retirent leur argent auprès des guichets de l'agence bancaire	<b>90</b>
<b>29</b>	l'utilisation de la carte bancaire lors du paiement en ligne	<b>91</b>
<b>30</b>	Les services de la carte interbancaire	<b>92</b>
<b>31</b>	la fréquence d'utilisation de la carte CIB par mois pour le paiement en ligne	<b>93</b>
<b>32</b>	La connaissance du commerce électronique par catégorie d'Age	<b>94</b>
<b>33</b>	l'utilisation des moyens de paiements par la CSP	<b>95</b>
<b>34</b>	La connaissance des détenteurs de la carte CIB de l'existence de l'e-paiement	<b>96</b>
<b>35</b>	La détention de la carte CIB selon les salaires	<b>97</b>
<b>36</b>	la répartition des responsables sur les banques nationales et internationales	<b>98</b>

---

<b>37</b>	répartition des réponses des responsables de banques sur le peu d'engouement d'utilisation de la carte CIB aux achats en ligne par leurs détenteurs	<b>100</b>
-----------	---	------------

<b>N° Annexe</b>	<b>Intitulée</b>
<b>01</b>	Questionnaire sur l'e-paiement et l'e-commerce en Algérie
<b>02</b>	Questionnaire adressé aux responsables des banques

- ABEF** : Association des Banques et Etablissements Financiers.
- ANCE** : Agence Nationale de la Certification Electronique
- BADR** : Banque de l'Agriculture et du Développement Rural.
- BDL** : Banque de Développement Local.
- BEA** : Banque extérieure d'Algérie.
- BIN** : Bank Identification Number.
- BNA** : Banque Nationale d'Algérie.
- BNP** : Banque Nationale de Paris.
- CA** : Chiffre d'Affaire
- CIB** : Carte Inter Bancaire.
- CNEP** : Caisse nationale d'épargne et de prévoyance
- CPA** : Crédit Populaire d'Algérie.
- DAB** : Distributeur Automatique de Billets.
- DIP** : Direction des instruments du paiement.
- EEPAD** : Etablissement d'Enseignement A Distance.
- EMV** : Europay MasterCard Visa.
- GAB** : Guichet Automatique de Banque
- GIE** : Groupement économique d'Intérêt Monétique
- ISO** : International Standardisation Organisation.
- PME** : Porte-Monnaie Electronique.
- RMI** : Réseau Monétique Interbancaire.
- RTC** : Réseau Téléphonique Commuté.
- SATIM** : Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires & Monétique.
- SEEAL** : Société des Eaux et de l'Assainissement d'Alger
- SEPA**: Single Euro Payments Area
- SET**: Secure Electronic Transaction
- SSL** : Secure Socket Layer
- TIC** : Technologies de l'information et de la communication
- TPE** : Terminal de Paiement Electronique.
- TPV** : Terminal Point de Vente.
- UE** : Union européenne
- UEM** : Union Économique et Monétaire
- VSAT** : Installateur national de Réseaux de communication par satellite.

Dans les années à venir, la croissance de l'économie Algérienne dépendra très probablement de la capacité à introduire de ces nouvelles technologies émergentes et à adopter les nouvelles méthodes de transactions commerciales.

De ce fait, les banques Algériennes ont mis un nouveau moyen de paiement, le paiement électronique. Ce dernier est un moyen de paiement permettant d'effectuer des transactions commerciales pour l'échange de biens ou de services sur internet.

Ce moyen de paiement électronique constitue la base du e-commerce. Ce dernier est quasi absent dans les pays en voie de développement. Il en est ainsi pour l'Algérie, où le E-commerce ne semble pas trouver un terrain favorable à son développement. Pourtant il serait essentiel pour nos entreprises d'utiliser ce mode d'échange commercial afin qu'elles puissent rivaliser au niveau international.

Pour ce faire, nous avons tenté dans le premier chapitre de faire une présentation des concepts de bases du paiement électronique, l'évolution de la monnaie des moyens de paiements, et les éléments fondamentaux du commerce électronique.

Le deuxième chapitre est consacré à la présentation de la monétique, la plateforme du paiement électronique et la carte inter bancaire (CIB)

Le troisième chapitre constitue la charpente de notre étude. Dans ce chapitre nous avons exposé l'incidence du paiement électronique dans le développement de la monétique en Algérie et les facteurs qui gênent la vulgarisation à ce nouveau moyen de paiement : l'ignorance et manque de formation sur ce mode de paiement, la culture de cash, le risque de sécurité et le manque de communication et la stratégie marketing par les banques auprès les usagers. Enfin, nous proposons des solutions et des recommandations qui pourront être utiles au développement de système du paiement électronique en Algérie et cela grâce aux deux questionnaires, le premier questionnaire est destiné à 170 personnes au niveau de la wilaya d'Alger et le deuxième questionnaire est destiné aux responsables des différentes banques.

**Mots clés :** e-paiement, e-commerce, les moyens de paiement, carte CIB.

In the coming years, the growth of the Algerian economy will most probably depend on the ability to introduce these new emerging technologies and to adopt new methods of commercial transactions.

As a result, Algerian banks have put a new means of payment, electronic payment. The latter is a means of payment for carrying out commercial transactions for the exchange of goods or services over the Internet.

This electronic payment method is the basis of e-commerce. The latter is almost absent in developing countries. It is so for Algeria, where E-commerce does not seem to find a favorable ground for its development. Yet it would be essential for our companies to use this mode of trade so that they can compete internationally.

In order to do this, we have tried in the first chapter to present the basic concepts of electronic payment, the evolution of the currency of means of payment, and the fundamental elements of electronic commerce.

The second chapter is devoted to the presentation of electronic money, the electronic payment platform and the interbank card (CIB).

The third chapter is the framework of our study. In this chapter we will explain the impact of electronic payment in the development of electronic payment in Algeria and the factors that hinder the popularization of this new means of payment: ignorance and lack of training on this method of payment, cash culture, security risk and lack of communication and marketing strategy by banks to users. Finally, we propose solutions and recommendations that could be useful for the development of electronic payment system in Algeria through the two questionnaires, the first questionnaire is for 170 people in the wilaya of Algiers and the second questionnaire is for managers of different banks.

**Keywords:** e-payment, e-commerce, means of payment, CIB card.

في السنوات القادمة، من المرجح جداً أن يعتمد نمو الاقتصاد الجزائري على القدرة في إدراج التكنولوجيات الجديدة لتبني الأساليب الحديثة للمعاملات التجارية.

نتيجة لذلك، اتخذت البنوك الجزائرية طريقة دفع عصرية منحصرة فيما يعرف بالدفع الإلكتروني. الذي يسمح بتنفيذ المعاملات التجارية عن بعد لضمان وتسهيل عملية تبادل السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت.

ان أساس توظيف التجارة الإلكترونية يعتمد بشكل خاص على وسيلة الدفع الإلكتروني. وهذا الأخير غير متاح تقريبا في البلدان النامية كما هو الحال بالنسبة للجزائر، حيث لا يبدو أن للتجارة الإلكترونية أرضية ملائمة لتطورها. ومع ذلك، سيكون من الضروري لشركتنا استخدام هذا النمط من التبادل التجاري حتى تتمكن من المنافسة على الصعيد الدولي.

لتحقيق هذا، حاولنا في الفصل الأول تقديم عرض للمفاهيم الأساسية للدفع الإلكتروني، تطور العملة ووسائل الدفع، والعناصر الأساسية للتجارة الإلكترونية.

وخصنا الفصل الثاني لعرض الخدمات المصرفية الإلكترونية، وقاعدة الدفع الإلكتروني والبطاقة ما بين البنوك.

الفصل الثالث هو اساس إطار دراستنا، في هذا الفصل سنكشف تأثير الدفع الإلكتروني في تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر والعوامل التي تعيق انتشار هذه الوسيلة التي تشمل النقص الثقافي حول كيفية استخدام هذه الوسيلة، كذلك تدني نسبة الثقافة النقدية لدى الافراد وحتى التجار بحد ذاتهم، ايضا فيما يتعلق بالمخاطر الأمنية التي قد يتعرض لها العملاء من خلال الاختراقات المعلوماتية فيما يخص بياناتهم الشخصية.

وفي الأخير قمنا باقتراح مجموعة من الحلول والتوصيات التي يمكن أن تكون مفيدة لتطوير نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر وهذا بفضل تخصيص استبيانين، حيث يستهدف الاستبيان الأول 170 شخص على مستوى ولاية الجزائر العاصمة، أما الاستبيان الثاني فهو موجه لمديري البنوك التجارية الخاصة منها والعمومية.

كلمات المفتاحية: الدفع الإلكتروني، التجارة الإلكترونية، طرق الدفع

# **Introduction générale**

## Introduction générale

Avec la révolution numérique et au cours de ces dernières années, l'économie mondiale a connu de profonds changements notamment le commerce de détail qui a connu de nombreux développements dans le monde entier. En effet, le développement des nouvelles technologies et les avancées dans le secteur des TIC ont permis l'éclosion d'un nouveau circuit de distribution, qu'est l'e-commerce. Celui-ci a considérablement modifié les comportements des distributeurs, mais également ceux des consommateurs. Les premiers ont dû repenser leur service commercial et les derniers ont revu leur manière d'acheter, en s'informant d'avantage.

L'évolution est aussi présente. On ne constate que les consommateurs utilisent maintenant les avantages de l'e-commerce, soit le commerce en ligne.

Aujourd'hui, ce secteur est en plein essor et avec les nouvelles technologies, qui permettent d'être facilement connectées à internet, les opportunités d'actes d'achats en ligne sont de plus en plus aisées. L'e-commerce est donc un sujet actuel, dont l'importance ne cessera de croître dans les années à venir, d'où l'intérêt d'avoir un aperçu de la situation présente et de ses perspectives.

L'Algérie s'est engagée depuis 1990, dans la voie des réformes axées, principalement de l'environnement pour assurer l'émergence d'un secteur financier concurrentiel et l'intégrer au niveau international. Dans ce cadre, une œuvre de modernisation du système de paiement fut engagée par la mise en place d'un système de compensation électronique de toutes les valeurs bancaires.

Ce nouveau contexte, que l'on assiste à une forte expansion des nouvelles technologies, notamment dans le secteur des services (Informatique, Télécommunications, Internet ...).

Grace aux ces avancées technologiques, les transactions économiques sont devenues beaucoup plus faciles et rapides et c'est dû essentiellement au développement du « commerce électronique ». Véritable moteur de cette nouvelle économie, le commerce électronique constitue un remarquable levier de compétitivité pour les entreprises et un nouvel espace pour les consommateurs.

Malgré le lancement officiel du paiement en ligne par carte CIB en octobre 2016 l'Algérie est très loin derrière ses voisins Marocains et Tunisiens en matière de monétisation.

Notre pays doit multiplier son volume de paiement par 25 pour atteindre le niveau de la Tunisie, et par 750 pour atteindre celui des pays européens.

Le développement de la monétique chez nos voisins Marocains et Tunisiens progresse en étroite corrélation avec le taux de bancarisation. Cette dernière doit d'abord être généralisée pour que l'utilisation de l'offre monétique puisse devenir un réflexe. Si la Tunisie et le Maroc sont avancés dans ce domaine, c'est parce que de gros efforts ont été déployés, impulsés par les centres monétiques interbancaires à travers de continuelles campagnes de sensibilisation. Il y a aussi, bien sûr, le fort climat concurrentiel dominant la scène bancaire et financière qui fait que le secteur de la monétique avance à un grand rythme sur la voie des innovations.

A notre humble avis, le projet e-commerce en Algérie est sur la bonne voie, et il sera concrétisé dans les prochaines années. Les dispositifs techniques sont disponibles, il reste la validation du projet de lois qui est en cours afin de renforcer l'aspect juridique existant dans le domaine du commerce. Une sensibilisation est utile aussi pour établir une confiance entre les clients et ces moyens d'échange qui utilisent les TICs.

Notre travail consiste de comprendre le processus du paiement électronique, son impact dans le développement de la monétique en Algérie et enfin identifier les freins de développement de ce type de paiement en vue de proposer des solutions pour le généraliser. De ce fait, notre problématique consiste à répondre à la question suivante :

**« Quelle est l'incidence de vulgarisation du paiement électronique en Algérie et quelles sont les freins qui gênent la mise en place de ce moyen de paiement ? »**

Pour mieux comprendre ce sujet nous allons essayer tout au long de notre modeste travail à répondre aux questions suivantes :

- Qu'est-ce que c'est un paiement en ligne et est ce qu'il est avantageux pour l'économie Algérienne?
- Quel est le degré d'utilisation du paiement en ligne en Algérie ?
- Quel est l'impact des différents acteurs de la monétique dans le développement du paiement en ligne en Algérie ?

Pour répondre à ces questions nous nous sommes basés sur les hypothèses suivantes :

- **H1** : Le paiement en ligne est un moyen permettant d'effectuer des transactions commerciales sur internet, donc il porte plus d'avantage pour l'économie Algérienne.
- **H2** : Le paiement en ligne en Algérie est connu et très utilisé.
- **H3** : Les dispositifs juridiques et les stratégies mises en place par l'Etat et les banques en matière du paiement électronique sont insuffisants pour son développement.

## **Le choix et l'intérêt du thème :**

En ce qui concerne le choix et intérêts de notre étude, nous avons été motivé à choisir ce sujet et d'abord que nous nous sommes toujours intéressés à tout ce qui est nouvelle technologie et tout ce qui touche à internet, et aussi il y a d'autres raisons, en voici quelques-unes :

- L'intérêt de mettre en exergue un sujet qui n'est pas suffisamment traité par des chercheurs algériens ;
- L'intérêt de développer la culture de la monétique et son utilisation par les acteurs concernés (détenteurs de la CIB, les commerçants, les banquiers) ;
- L'Intérêt de connaître les avantages de l'utilisation du paiement en ligne soit pour les détenteurs de la carte interbancaire CIB, soit pour les commerçants en utilisant le TPE soit pour les banques.

Notre étude découle sur les considérations suivantes :

- L'encouragement de l'utilisation des paiements électroniques ;
- La réduction des coûts des espèces et des chèques ;
- L'incidence des systèmes et des moyens de paiement électronique sur la performance des banques.

## **La méthodologie utilisée :**

Dans ce travail, pour tester nos hypothèses, nous allons adopter une démarche méthodologique à double approche; l'approche descriptive à travers la consultation d'ouvrages, sites internet, articles, document, mémoires et thèses. Dans un second lieu, l'approche analytique pour analyser les deux questionnaires qui nous avons effectué afin d'obtenir les informations nécessaires qui pourraient nous éclairer dans ce travail de recherche.

## **Limites de recherche :**

- La principale difficulté rencontrée dans notre recherche est la non disponibilité de l'information ;
- En matière théorique, l'insuffisance de documentation et les ouvrages concernant la monétique et les moyens de paiement électronique en Algérie.

## **Plan de travail :**

Afin d'apporter des éléments de réponse, nous avons scindé notre travail de recherche en trois chapitres : deux théoriques et un pratique.

Dans le premier chapitre, nous présenterons les concepts de bases du paiement en ligne. Il composera de trois sections théoriques, la première concerne l'évolution de la monnaie et les moyens de paiements, la deuxième expose les éléments fondamentaux de l'e-paiement et du e-commerce et la troisième aborde la dynamique de l'e-paiement en Algérie.

Le deuxième chapitre sera consacré à la présentation de la monétique en Algérie. Il sera scindé en trois sections, la première sera portée une présentation générale de la monétique, la seconde sera présenté la plateforme du paiement sur internet et la dernière sera portée une présentation générale de la carte interbancaire CIB.

Le troisième chapitre de notre travail sera réservé à une étude pratique. Il sera composé de trois sections, la première sera concernée à une présentation de la Direction de la monétique de CNEP-Banque. La deuxième sera portée une analyse de deux questionnaires, le premier questionnaire est destiné à 170 personnes au niveau de la wilaya d'Alger et deuxième questionnaire est destiné aux responsables des différentes banques et à la fin de notre travail nous essaierons de formuler et de proposer quelques recommandations qui pourraient éventuellement être utiles au développement de système du paiement électronique en Algérie.

# **CHAPITRE 1 :**

**Concepts de bases du paiement en ligne.**

## **Introduction**

Les systèmes de paiement et de règlement sont d'une importance essentielle en permettant un traitement efficace des paiements. Ils contribuent au bon fonctionnement d'une économie de marché moderne.

Il en existe plusieurs modèles qui se différencient par les montants ou par les modalités de traitement. Les moyens de paiement sont indispensables dans un système de paiement. Ces dernières sont passées de la monnaie espèce à la monnaie scripturale puis à la monnaie électronique, cette évolution permet de traiter les moyens de paiements toujours plus dématérialisés qui nécessite le développement des systèmes de paiement toujours plus élaborés.

Les technologies de l'information et de la télécommunication ont permis d'automatiser les paiements et de faciliter le traitement des ordres de paiements dans les meilleures conditions de coûts, de rapidité et de sécurité.

Dans ce premier chapitre, nous allons une classification sommaire allant des moyens de paiement classiques au paiement sur internet par carte bancaire (section 1). Puis nous exposons toutes les caractéristiques d'un système de paiement sur Internet (section 2). Enfin, nous allons aborder toutes les exigences liées à ce système afin d'en déduire les critères importants à prendre en compte lors de sa conception (section 3).

## **Section1 : Evolution de la monnaie et des moyens de paiements**

### **1. Evolution de la monnaie :**

#### **1.1 Une brève histoire de la monnaie:**

Au temps des Romains, les poudres à lessiver n'avaient pas encore envahi le marché. On se servait d'ammoniaque extraite d'urine fermentée pour redonner aux vêtements l'éclat du neuf. Non, il ne s'agit pas ici d'un cours d'art ménager ou d'une introduction aux techniques de blanchiment, mais il y a bien un lien avec l'argent. L'empereur Vespasien (69-79), soucieux de s'assurer quelques rentrées supplémentaires, leva un impôt sur les urinoirs. Lorsque son fils Titus lui en fit le grief, l'empereur lâcha cet aphorisme resté célèbre: «pecunia non olet» (l'argent n'a pas d'odeur).<sup>1</sup>

#### **1.2 La monnaie primitive :**

La monnaie n'a pas toujours existé sous ses formes occidentales actuelles: pièces, billets et, plus récemment, monnaie électronique. Les Grecs et les Romains de la Haute Antiquité, notamment, réglèrent leurs transactions en prenant le bœuf comme unité de référence (pecus en latin signifie troupeau, d'où le mot français «pécuniaire»).

D'autres peuples utilisaient le sel, des coquillages des perles et bien d'autres objets. Tout bien n'était cependant pas utilisable en toute circonstance. Bien que le bœuf servît d'unité de compte à l'époque d'Homère et que le bétail fût fort apprécié dans les cultures africaines, ce type de moyen d'échange s'avérait beaucoup moins indiqué pour les commerçants voyageurs. Ce sont eux, précisément, qui avaient besoin de moyens d'échange partout acceptés, pas trop volumineux et, surtout, non périssables. Le sel était très prisé.

Il n'y a pas que dans la Rome antique que les soldats et les officiers étaient payés en sel; un peu partout dans le monde, il existe des preuves que le sel était une marchandise appréciée, un facteur de richesse, un étalon de valeur et un moyen de paiement. Au XIV siècle, Marco Polo mentionna dans son récit de voyage en Chine que le sel était pressé et estampillé de manière officielle, quarante barres de sel valant une barre d'or. De nos jours, le sel et le bétail ont disparu de la circulation monétaire, mais ils ont laissé des traces dans notre langage. Salaire

---

<sup>1</sup> La Banque nationale de Belgique, du franc belge à l'euro, rapport 2005.p15

et solde font référence au *mo sal* (sel en latin), et le mot anglais *free* (pourboire, indemnité) à la même racine que le mot néerlandais *vee*, qui signifie bétail.<sup>2</sup>

Les monnaies primitives, aussi variées que nombreuses, peuvent être regroupées en deux grandes catégories<sup>3</sup> :

**Les produits naturels** : Comme le tabac chez les planteurs de Virginie au XVIIIe siècle ou les dents d'animaux chez les Mélanésiens, sans oublier les innombrables coquillages trouvés sur place ou importés. Les *cypraea moneta* et *annulus*, mieux connus sous le nom de cauris, se sont répandus à travers le monde entier. Les Chinois réalisèrent très tôt les avantages qu'ils pouvaient tirer de l'utilisation de ce coquillage provenant de l'Océan Indien comme moyen de paiement.

Les commerçants arabes et les négociants coloniaux en répandirent l'usage sur la côte orientale de l'Afrique, tandis que les puissances colonisatrices les introduisirent en masse le long de la côte occidentale. Au XIXe siècle, il fit son apparition en Océanie, ainsi qu'en Amérique centrale et du Nord. Il s'agit là de monnaies dites primitives, mais cette expression ne vise pas uniquement les instruments d'échange très anciens. La monnaie primitive a en effet survécu jusqu'il y a peu dans quelques régions du monde, par exemple sous la forme de coquillages en Mélanésie, de fils de cuivre dans le centre du continent africain, ou encore de cigarettes en Europe occidentale durant la Seconde Guerre mondiale.

Économistes et ethnologues ne sont pas toujours d'accord sur l'évolution de la monnaie. La plupart estiment toutefois qu'à l'échange pur et simple de biens (troc) a succédé un échange plus organisé fondé sur un objet précis servant de mesure de valeur. Ce moyen de paiement variait de communauté à communauté ; petit à petit, il s'est divisé et a commencé à porter certaines marques, certains repères d'authenticité, et s'est rapproché ainsi de la monnaie que nous connaissons. Le plus souvent, cet objet déterminé était lié à une seule culture : tel était le cas de la pierre d'aragonite de l'île de Yap (Micronésie, sud-ouest du Pacifique) et du *mokko* (gong de cuivre) de l'île d'Alor (îles de la Sonde, à l'est de Bali).

Outre son rôle commercial, la monnaie primitive revêtait généralement un caractère social ou religieux qui, historiquement, était souvent prédominant. Même de nos jours, la

---

<sup>2</sup> Idem même page

<sup>3</sup> La Banque nationale de Belgique, op.cit. 16-17 (pp)

monnaie n'est pas uniquement un instrument économique : les monnaies peuvent être des objets de collection, et la carte de crédit, un signe de statut social.

**Les objets manufacturés :** constituent la seconde catégorie. On y trouve les tissus de soie de Chine, les nattes de raphia d'Afrique centrale, divers objets métalliques sous leur forme usuelle, dégénérée ou réduite (comme les rouelles et hachettes celtiques, les anneaux d'or de l'Égypte pharaonique, les fils de cuivre et les cloches de fer d'Afrique, ainsi que des lingots d'or, d'argent ou de fer), ou encore les perles de pierre, de verre ou de céramique. Comme les cauris, celles-ci surent conquérir le monde.

### 1.3 définition et rôle de la monnaie :

- **Définition :**

- ✓ R.Barre : « *la monnaie est un bien d'échange généralement accepté au sein d'une communauté de paiement* »
- ✓ A.Chaineau : « *la monnaie est constituée par l'ensemble des moyens de paiements : C'est-à-dire par l'ensemble des actifs acceptés partout, par tous et en tous temps pour le règlement des dettes issus de l'échange* »
- ✓ On peut définir que la monnaie est un objet, outil, moyen d'échange permettant à nous satisfaire contre l'abandonne de ce dernier un besoin indispensable dans nos vie quotidienne

- **Fonctions :**

- Une unité de compte (instrument de mesure de valeur) La monnaie est une unité de valeur qui permet de mesurer la valeur des biens et des services de nature et de qualité très différente. C'est-à-dire un étalon, une unité de mesure commune grâce à laquelle un prix est établi pour chaque bien selon ses spécificités.
- Un instrument d'échange la monnaie facilite les transactions entre les agents économiques car elle est acceptée par tous. Elle est immédiatement disponible et sans frais, c'est un actif liquide, elle est la condition pour rentrer sur le marché, car l'agent économique qui désire acquérir un bien soit il doit posséder la quantité de monnaie nécessaire, soit le moyen d'obtenir cette quantité de monnaie nécessaire comme elle permet d'éviter le troc qui a des inconvénients:

biens non équitables, biens ne se conservant pas et biens qui ne sont pas toujours acceptés de tous. Mais une solution a été trouvée : le contrat.

- Un instrument de réserve de valeur, C'est un moyen qui permet de transférer du pouvoir d'achat. Un agent économique peut, soit utiliser immédiatement la monnaie qu'il détient, soit reporter son achat en le mettant en réserve grâce au mécanisme de l'épargne financière (auprès des banques) ou grâce à la thésaurisation (si l'argent reste chez nous).<sup>1</sup>

#### 1.4. Les différentes phases de développement de la monnaie :

- **Du troc à la monnaie abstraite (monnaie de compte) :**

La notion du troc a toujours été omniprésente dans la nature humaine, c'est l'échange direct, sans monnaie. Toutes les civilisations ont dû commencer par des échanges de cette nature lesquels supposent deux sujets se trouvant dans une situation bien particulière, confrontés à deux principales conditions : la première étant la complémentarité d'intentions des deux coéchangistes et la seconde, qui a trait aux biens échangés, étant l'identité ou au moins la comparabilité des valeurs échangées. Ces deux conditions, qui représentent, en réalité, des inconvénients, offrent une imperfection dans le fonctionnement général de l'économie, donc le troc est particularisé, il ne possède pas une valeur universelle, il ne permet pas de donner une expression unique de l'ensemble des relations d'échange de tous les biens; il ne peut donc se prolonger bien longtemps à l'état pur, et pour être généralisé, il exige l'établissement d'une relation entre un bien spécifique et l'ensemble de tous les autres biens, c'est à dire une unité de compte qui ne pourrait être qu'une monnaie abstraite (la monnaie de compte).

- **De la monnaie abstraite à la monnaie concrète (monnaie matérielle) :** La monnaie concrète (matérielle) permet de ne plus faire l'échange direct d'une marchandise contre une autre, c'est la brisure du troc. On distingue deux principales phases d'évolution<sup>2</sup> :

- **La monnaie marchandise**

A travers l'histoire de la monnaie concrète, on a utilisé certains biens matériels, présentant des qualités fondamentales, comme monnaie pratique d'échange, des biens

---

<sup>1</sup> <https://www.intellego.fr/soutien-scolaire-terminale-stmg/aide-scolaire-economie-gestion/chapitre-1-les-fonctions-et-les-formes-de-la-monnaie/40705> (Consulté le 28/02/2018 à 15 h 20)

<sup>2</sup> DIEMER, (Arnaud) : la monnaie et le marché monétaire, cours en Sciences économiques et de gestion, Université d'Auvergne, Clermont I, 2010, p.04.

divisibles, ayant la confiance de tout le monde. D'abord les biens de consommation courante (le thé, le sel..) puis les biens d'ornementation (perles, bijoux, ...).

➤ **La monnaie métallique**

La monnaie marchandise a été rapidement remplacée par la monnaie métallique qui se définit comme étant la monnaie qui réalise la plus grande perfection.

• **De la monnaie matérielle à la monnaie dématérialisée :**

« La monnaie a suivi une évolution inverse qui est allée de la matière vers la non-matière », elle est passée de l'or et de l'argent aux billets et aux comptes bancaires :<sup>1</sup>

➤ **Les billets de banque (monnaie fiduciaire) :**

Tout d'abord, la forme la plus archaïque, la plus rudimentaire des billets était « le billet représentatif » de monnaie métallique (certificat de métal), ce billet reproduisait exactement l'objet matériel dont on se dépossédait pendant quelques temps. Le nombre de billets émis étant exactement égal au montant du métal déposé. Par la suite, les émetteurs de billets se rendirent compte que les déposants leurs faisaient confiance et ne venaient pas réclamer leurs métaux, alors ils se sont mis à émettre un plus grand nombre de billets dépassant ainsi la valeur du métal déposé : l'émission de la monnaie fiduciaire propre commença<sup>2</sup>.

➤ **Les comptes bancaires (monnaie scripturale) :**

« La monnaie scripturale correspond aux sommes déposées sur les comptes courants ou comptes chèques ouverts par les particuliers ou entreprises auprès d'établissements financiers. La monnaie scripturale circule par le biais de moyens de paiement scripturaux que sont les chèques, les virements bancaires, les prélèvements et les cartes ». Les banques créent la monnaie scripturale, ces comptes seront alimentés par les crédits octroyés, d'où le célèbre adage selon lequel « les crédits font les dépôts »<sup>3</sup>

• **La monnaie électronique**

La monnaie électronique bancaire ou scripturale, par opposition à la monnaie fiduciaire (pièces) qui est émise par la banque centrale et qui ne peut être utilisée que dans le commerce physique, se traduit par l'existence d'un support qui représente l'écriture de sommes d'argent

<sup>1</sup> BICHOT, (Jacques) : La monnaie et les systèmes financiers, édition ellipses, paris, 1997, p.32.

<sup>2</sup> DIEMER, (Arnaud) : Op.cit., p.06.

<sup>3</sup> Fondation canadienne d'éducation économique, l'histoire de la monnaie : Un extrait de La monnaie et la politique au Canada, rapport 1994.

sur des comptes financiers. Comme la monnaie scripturale est un support monétaire dématérialisé, pour circuler, elle doit utiliser des instruments de paiement dont l'unique fonction est de faire circuler les unités de paiement contenues dans cette monnaie d'un compte bancaire à un autre.

## 2. Evolution des moyens de paiements :

Les moyens de paiements sont nés pour répondre au besoin d'échange le plus simplement possible des biens et services tout en bénéficiant d'une sécurité proportionnée avec un placement minime ou très important. Les moyens de paiements vus une évolution induite par solutions techniques élaborées en utilisant des technologies performantes.

Si l'on considère le nombre d'opérations, environ 20 milliards de paiements par espèces et plus 10 milliards de paiements scripturaux sont effectués par an, ces chiffres évoluent avec une progression plus importante des paiements scripturaux, qui doublé en 10 ans, à l'intérieur desquels les paiements par chèque restent globalement stables, en revanche, les paiements dématérialisés et notamment les paiements électroniques augmentent de 5 à 7% par an, cette évolution devrait se poursuivre dans les années à venir pour les particuliers et les entreprises, avec de nouveaux moyens et circuits de paiement et de nouvelles technologies<sup>1</sup>.

### 2.1 Définition d'un moyen de paiement :

- **Définition 1 :**

*« Un moyen de paiement est défini comme une solution, moyen technique ou support, qui permet d'utiliser de la monnaie en vue de réaliser une dépense ou une transaction. De façon plus concrète<sup>2</sup> »*

- **Définition 2 :**

*« Un moyen de paiement est un instrument de paiement permettant à un client donné de réaliser une opération de paiement, c'est-à-dire tout instrument qui permet à son utilisateur de réaliser un transfert de fonds monétaires<sup>3</sup> »*

---

<sup>1</sup> Guy Caudamine, Jean Montier BANQUE et marchés financier, Ed, economica, 1998 .p.467

<sup>2</sup> NAMMOUR, (Fady) : instruments de paiement et de crédit, édition Bruylant, 2009, p.03.

<sup>3</sup> Idem même page

- **Définition 3 :**

*Les moyens de paiement sont définis à l'article L.311-3.C.man.fin, comme : « tous les instruments qui permettent à toute personne de transférer des fonds, quel que soit le support ou le procédé technique utilisé »<sup>1</sup>*

## **2.2. Typologie des moyens de paiement les plus utilisés en Algérie :**

Pour qu'une opération de paiement se noue, il faut que les parties s'accordent sur l'instrument de paiement, en passant de la monnaie espèce à la monnaie scripturale puis à la monnaie électronique, les système de paiements se sont libérés des contraintes des moyens de paiement tout en restant partie intégrante de la fonction monétaire , pour traiter des moyens de paiements toujours plus élaborés , les technologies de l'information et des télécommunications ont permis d'automatiser les paiements dans les meilleurs conditions de cout , de rapidité et de sécurité , les moyens de paiements et les systèmes de paiements sont appelés à se confondre , ces derniers absorbant les moyens de paiement devenus virtuels.

### **2.2.1. Le chèque :**

Le chèque est un écrit par lequel le client , d'une banque ou d'un organisme assimilé donne l'ordre de prélever une somme sur son compte qui sera transférée à un bénéficiaire qu'il désigne, ce dernier peut être soit lui-même ou bien une tierce personne , le client émet le chèque est le tireur par contre la banque sue le chèque a été émis est appelée le tiré.

### **2.2.2 Le virement :**

Le virement est l'opération qui consiste à débiter le compte du client donneur d'ordre pour créditer ou faire créditer du même montant le compte du bénéficiaire , à la différence du chèque qui nécessite une provision du virement ne doit pas nécessairement exister au moment où le client signe son ordre de virement.

### **2.2.3 L'avis de prélèvement**

Le prélèvement est une opération bancaire qui consiste, pour une banque, à débiter le compte de son client qui en a préalablement donné l'autorisation à un créancier. Le client donne, pour se faire, à sa banque mandat de payer et donc instruction de régler le montant présenté par

---

<sup>1</sup> DEKEUWER, (François) : Droit bancaire, édition Dalloz, Lille, 2016, p.49.

le créancier par le débit de son compte. Le créancier, pour pouvoir demander un prélèvement, doit être titulaire d'un Numéro National d'Emetteur.<sup>1</sup>

#### **2.2.4 Effet de commerce**

L'effet de commerce est un moyen de paiement non rattaché à un organisme bancaire propre aux entreprises. Il peut revêtir la forme d'une lettre de change ou d'un billet à ordre. Échangeable, il permet notamment de faire circuler les créances d'un créancier à un autre. L'effet de commerce implique la présence de trois acteurs : un tireur (celui qui l'émet), un tiré (celui qui reçoit l'ordre de payer) et un porteur (celui qui en bénéficie). Concrètement, il est émis par le tireur afin d'ordonner au tiré (son débiteur) un règlement à échéance au profit du porteur. Bien que l'effet de commerce ne soit pas rattaché à un établissement bancaire, une banque peut le racheter au porteur. Elle devient alors l'unique créancière du tiré et se rémunère par l'intermédiaire de commissions et/ou d'agios.<sup>2</sup>

##### **a. La lettre d'échange**

La lettre de change est un instrument de paiement par lequel une personne, le tireur, donne ordre à une autre personne donnée, le tiré, de payer un certain montant à lui-même ou à une tierce personne.

Trois acteurs sont alors concernés par la lettre :

- Le tireur ou fournisseur ou créancier
- Le tiré ou client ou débiteur
- Le bénéficiaire du paiement, ou porteur (généralement le tireur)<sup>3</sup>

##### **b. Le billet à ordre :**

Le "billet à ordre" est un document par lequel le tireur dit aussi le souscripteur, se reconnaît débiteur du bénéficiaire auquel il promet de payer une certaine somme d'argent à un certain terme spécifié sur le titre. Le billet à ordre peut être transmis par voie d'endossement. L'endossement du titre au profit d'une banque lui confère la qualité de bénéficiaire de ce titre. Le billet à ordre n'est pas nul s'il y a identité de nom entre le souscripteur et le bénéficiaire<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Education moyen de paiement, <https://www.mataf.net/fr/edu/glossaire/prelevement>, (Consulté le 02/03/2018 à 15 h 26)

<sup>2</sup> dictionnaire-économique-et-financier, effet-de-commerce, <https://www.journaldunet.com/>

<sup>3</sup> Delpéch (X.), effet de commerce : identité de nom entre souscripteur et bénéficiaire, Recueil Dalloz, n° 33, 29 septembre 2011, Actualité/droit des affaires, p. 2269 à propos de Com. - 13 septembre 2011.

<sup>4</sup> Idem même page

Figure N°01 : Exemple d'effet de commerce lettre de change et le billet à ordre

▪ **Billet à ordre**

Contre le présent BILLET A ORDRE stipulé SANS FRAIS, nous paierons la somme indiquée ci-dessous à :

NOM ET ADRESSE DU BÉNÉFICIAIRE

CODE MONNAIE ISO

A \_\_\_\_\_ LE \_\_\_\_\_

MONTANT POUR CONTRÔLE DATE DE CRÉATION ÉCHÉANCE B.O.R. seulement MONTANT

RIB du SOUSCRIPTEUR

Code établ. Code guichet N° de compte Clé RIB

BON POUR AVAL

NOM et ADRESSE DU SOUSCRIPTEUR

N° SIREN du SOUSCRIPTEUR

Signature du souscripteur

Ne rien inscrire au-dessous de cette ligne

▪ **Lettre de change**

Société (Tireur)  
20 Rue d'Exemple  
94400 Vitry-sur-Seine

Contre cette LETTRE DE CHANGE stipulée SANS FRAIS veuillez payer à l'ordre de **Nous-mêmes**

A Vitry-sur-Seine Le 26/03/2014

Code Monnaie €

Montant pour contrôle 25 000 € Date de création 26/03/2014 Échéance 30 jours de vue LCR seulement Montant 25 000 €

REF Tiré

RIB du tiré

30076 02020 187638200200 59

Code Banque Code Guichet N° de compte Clé RIB

Valeur en : **Marchandises**

Acceptation ou Aval

Signature (tiré) Signature (avaliste)

Nom et adresse du tiré

Société (Tiré)  
12 Rue de l'étoile  
75001 Paris

Signature du tireur

Signature (tireur)

Source : <http://www.comprendrelespaiements.com>. (Consulté le 02/03/2018 à 16 h33).

**2.2.5 La carte bancaire :**

La carte bancaire est un instrument de paiement émis par un prestataire de services de paiement permettant de retirer et de transférer des fonds

Il s'agit d'une carte en plastique dotée d'une puce électronique, associée à un code secret. À chaque paiement, ou retrait, une facturette sur laquelle figure le montant de la transaction est émise. L'évolution technologique a conduit à l'apparition de cartes de paiement dématérialisées, facilitant les transactions sur internet. Cet instrument permet de retirer des espèces et d'effectuer des paiements chez un commerçant (via des terminaux de paiement ou des automates) ou à distance. Le législateur français définit les cartes d'après leurs fonctions. Aux termes de l'article L 132-1 C : « Constitue une carte de paiement toute carte émise par un

établissement de crédit ou par une institution ou un service et permettant à son titulaire de retirer ou de transférer des fonds ». Elle permet de <sup>1</sup>:

- Régler tout achat de biens et services auprès des commerçants affiliés ;
- Retirer de l'espèce auprès des guichets automatiques ;
- Retirer de l'espèce auprès des guichets des agences bancaires.

En réalité, les cartes en Algérie ont deux fonctions :

- **Carte de retrait** : Cette carte permet le retrait d'espèces auprès d'un automate : distributeur automatique de billets (DAB) ou guichet automatique de banque (GAB)

Dans la plupart des GAB modernes, le client insère une carte en plastique munie d'une bande magnétique ou d'une puce contenant les données nécessaires à l'identification du client. Pour demander l'accès à ses comptes, le client saisit un code de quatre à quinze chiffres. Si le code est saisi de façon incorrecte plusieurs fois de suite, la plupart des GAB retiennent la carte dans le but d'éviter des fraudes. Dans le cas contraire, on sélectionne un montant et puis on valide, après cela, le DAB va rendre la carte, on la retire et le reçu de la transaction est imprimé, puis le fonds sera mis à la disposition du client. Ces cartes sont parfois détruites pour éviter que des employés de banque n'en profitent<sup>2</sup>.

- **Carte de paiement** :

Elle permet de régler le créancier en débitant le compte du titulaire de la carte et en créditant celui du créancier. Les cartes de paiement offrent à elles seules une gamme étendue de produits que l'on pourra différencier selon deux critères :

**1. Critère de territorialité** du réseau d'acceptation qui distingue :

- Les cartes « domestiques » utilisables sur le réseau national ;
- Les cartes internationales utilisables dans le réseau international des commerçants

**2. Critère de modalités** de débit des transactions effectuées qui distingue :

- Les cartes à débit immédiat selon lesquelles le compte du titulaire est débité à l'instant même où le paiement est effectué (en temps réel) ;
- Les cartes à débit différé qui permettent à leurs titulaires le regroupement des transactions afin d'effectuer leur règlement en une seule fois (généralement à la fin du mois).<sup>3</sup>

<sup>1</sup> BONHOMME, (Régine), Instruments de crédit et de paiement, édition L.G.D.J, Montpellier, 2015, p.345.

<sup>2</sup> Document internes de la SATIM.

<sup>3</sup> Documents interne de la SATIM

## **Section 2 : E-Paiement et E-Commerce**

Plus de quatre milliards de personnes sont connectées à internet dans le monde en 2017<sup>1</sup> et près de (55%) des internautes qui se connectent quotidiennement. Le développement de commerce sur internet a exigé de développer les moyens de paiement.

Depuis l'invention de la lettre de change au Moyen Age, les intermédiaires financiers n'ont cessé d'imaginer de nouveaux moyens de paiements rendant les transactions plus simples et rapides, sans sacrifier à la sécurité de la circulation monétaire. Le billet de banque est devenu le moyen de paiement privilégié du XXème siècle, avant d'être rejoint par le chèque. Avec la dématérialisation et l'introduction de la carte de crédit, l'évolution des moyens de paiement s'est plus récemment alignée sur celle des technologies numériques<sup>2</sup>.

### **1. Le paiement en ligne :**

Le développement du commerce électronique, avec un rythme de croissance de près de 30 %<sup>3</sup> par an, donne une importance de plus en plus grande à tous les systèmes de paiement en ligne

#### **1.1. L'apparition de paiement en ligne :**

L'histoire du paiement en ligne est encore très récente :

En 1987, David Cham, un cryptographe américain, met au point la signature électronique qui permet les paiements sur internet. En 1994, il crée la société Digicash<sup>4</sup>, Le pionnier du portefeuille électronique<sup>5</sup>, initiative qui peut être considérée comme la première monnaie fiduciaire virtuelle.

---

<sup>1</sup> <https://www.internetworldstats.com/stats.htm> (Consulté le 26/02/2018 à 21 h10).

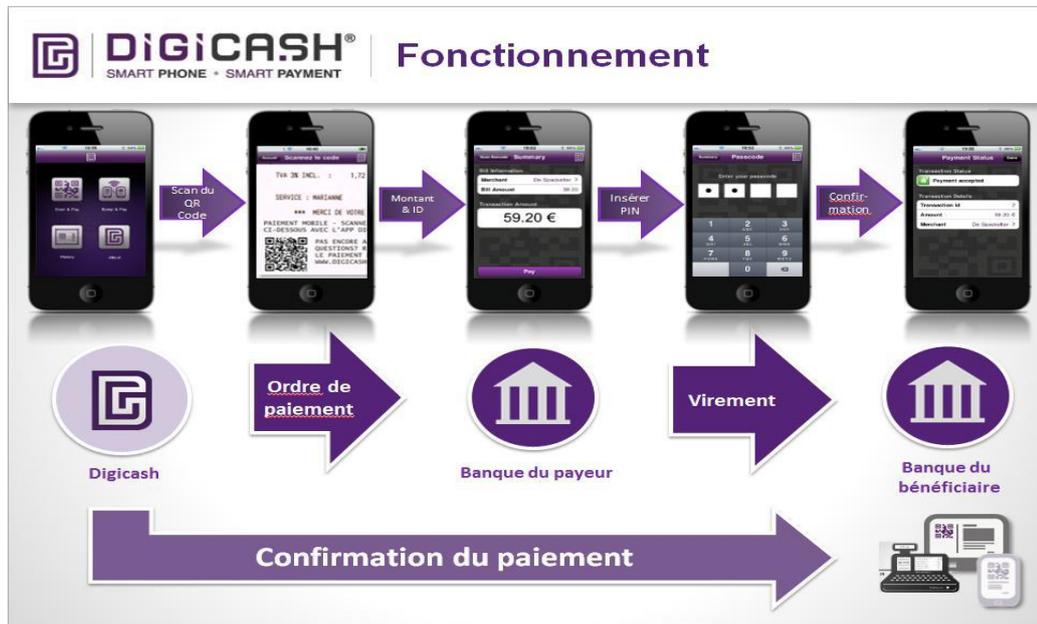
<sup>2</sup> CHAIX, (Laetitia) : *Le paiement mobile : perspectives économiques, modèles d'affaires et enjeux concurrentiels*, Thèse de doctorat en Sciences économiques, Ecole doctorale Droit et sciences politiques, économiques et de gestion, Nice, 2013, p.10.

<sup>3</sup> <http://www.ecommercemag.fr/Definitions-Glossaire/Paiement-en-ligne-245342.htm#Pp0gVQ9PEeVvhWhl.97> (Consulté le 27/02/2018 à 16 h25)

<sup>4</sup> À ne pas confondre avec Digicash Paiements SA, société luxembourgeoise créée en 1992 <http://bit.ly/1bmzwN4>

<sup>5</sup> Benoit (Boutry) : le paiement en ligne, Thèse professionnelle MCI, Université Leonard De Vinci, Courbevoie, 2013, p.14.

Figure N°02 : le fonctionnement de Digicash



Source : <http://bit.ly/1bmzwn4> (Consulté le 27/02/2018 à 17 h10)

En 1994, le protocole HTTPS créé par Netscape, permet de sécuriser les transactions sur internet, grâce au protocole SSL. Le protocole SSL permet une identification mutuelle du serveur et du client, et le transport crypté des données entre ces deux extrémités<sup>1</sup>.

Au même moment, Visa, MasterCard et American Express définissent ensemble le protocole SET. Adapté aux transactions cartes sur internet, donc de la monnaie scripturale, SET, qui s'appuie sur des échanges chiffrés par un système de clef publiques dérivés d'une clef racine entre l'émetteur, l'acquéreur et une passerelle de paiement, ne sera que très peu utilisé car trop complexe à mettre en œuvre. Ce protocole fera place plus tard (2000) à 3-D Secure, plus souple<sup>2</sup>.

Fondé en 1998, Billpoint est un système de paiement basé sur les cartes de crédit acheté par eBay en mai 1999. En 2000, Wells Fargo en a acheté 35 pour cent grâce à un partenariat avec eBay. Après avoir révolutionné les moyens de transmettre l'information, internet vient révolutionner les pratiques commerciales avec le commerce électronique, que ce soit pour le commerce B to B ou B to C et surtout en offrant la possibilité de transmettre de l'argent. En

<sup>1</sup> Benoit (Boutry) : Op.cit., p.14

<sup>2</sup> BOUBAKER, (Nobel El Houssine) : Le paiement sur internet, master spécialisé en Commerce International et Technologie de l'Information, Institut National De Gestion, Sousse, 2002, P.31

effet, les différentes pratiques commerciales et modes de paiement ayant cours dans le monde réel peuvent trouver une traduction complète ou partielle dans le monde interne<sup>1</sup>.

## 1.2 Définition de paiement en ligne :

- **Définition 1 :**

*« Le paiement en ligne est un échange d'argent réalisé à travers un système numérique qui concerne au premier chef les transactions réalisées sur Internet ou via des réseaux de télécommunications, qu'elles soient engagées à partir d'un ordinateur ou d'un smartphone<sup>2</sup> ».*

- **Définition 2 :**

*« Le paiement en ligne est tout simplement un échange d'argent par système électronique. Il s'agit des paiements que l'on réalise sur Internet ou via des réseaux de télécommunications, générés à partir soit d'un ordinateur, soit d'un téléphone mobile<sup>3</sup> ».*

- On peut conclure que le paiement en ligne est un moyen permettant d'effectuer des transactions commerciales pour l'échange de biens ou de services sur internet.

## 1.3 L'E-paiement dans le monde :

### En Etats-Unis :

Les Etats Unis sont le premier marché du e-commerce, avec une progression de 16% en 2012, pour un chiffre d'affaires de 178 b€ (231b\$), qui représente 8% du marché du détail. Une progression de 13% est attendue en 2013, et une tendance à 9% jusque 2017. Le moyen de paiement préféré est la carte, si l'on considère le moyen de paiement final utilisé pour débiter le compte de l'acheteur. Mais si l'on considère la méthode choisie par l'acheteur.

On constate une très forte pénétration des méthodes de paiement alternatives et de l'utilisation des appareils mobiles.

En 2012, sur les sites web, près de 40% des paiements sont effectués par des méthodes alternatives de paiement (PayPal, Amazon, Google). 25% des paiements en e-commerce ont été effectués sur un appareil mobile. Toujours sur le mobile, les méthodes de paiement alternatives sont utilisées à près de 80%, ceci s'explique par le fait que l'on ne paie sur le mobile que si l'on

---

<sup>1</sup> <http://securitenet.blogspot.com>. (Consulté le 27/02/2018 à 21h30).

<sup>2</sup> <https://banque.ooreka.fr>. (Consulté le 28/02/2018 à 12h35).

<sup>3</sup> <http://www.ecommercemag.fr>. (Consulté le 28/02/2018 à 12 h45).

a déjà pré enregistré les informations de paiement. L'utilisation d'un portefeuille électronique s'impose sur le mobile<sup>1</sup>.

### En Europe:

Le monde sans e-commerce est tout simplement impensable aujourd'hui en Europe, réaliser des achats ou des paiements en ligne est devenu si simple qu'il n'est plus nécessaire de se déplacer ou de quitter son domicile, y compris pour l'achat des produits courants. L'Europe réalise un chiffre d'affaires de 363,1 milliards d'euros pour 816 millions habitants. Parmi ces habitants, 565 millions de personnes utilisent Internet et 32 % sont considérés comme des acheteurs en ligne. Le CA réalisé en Europe et parmi les plus gros au monde, se classant juste derrière l'Asie Pacifique et devant les Etats-Unis. L'E-commerce pèse 2,2% du PIB total et représente 645,000 sites en ligne, 3,7 milliards de colis envoyés chaque année et environ 2 million emplois créés, il n'y a aucun doute sur le fait que les ventes en ligne jouent un grand rôle en Europe<sup>2</sup>.

**Figure N°03 :** Chiffre d'affaires du e-commerce en Europe Vs le reste du monde



Source : <https://www.twenga-solutions.com> (Consulté le 28/02/2018 à 18h00).

### En Tunisie :

L'intérêt de la Tunisie pour le commerce électronique a été très tôt comparé aux pays de la région. En effet, l'année 1999 a été marquée par la création d'une commission nationale de commerce électronique chargée notamment de mettre en place une stratégie de développement du secteur et proposer des solutions aux problématiques liées à cette nouvelle

<sup>1</sup> Benoit (Boutry): Op.cit. P.18-19 (pp.).

<sup>2</sup> <https://www.twenga-solutions.com/fr/insights/ecommerce-europe-faits-et-chiffres-2015/> (Consulté le 28/02/2018 à 18h00).

activité. Les travaux de cette commission ont abouti à la promulgation de la loi n°2000-83 du 9 Août 2000. Cette loi a mis en place un cadre réglementaire des échanges et du commerce électronique conformément aux meilleures pratiques adoptées dans le monde.

Durant la dernière décennie, l'activité de commerce électronique n'a pas pu s'imposer en tant que levier de la modernisation du secteur du commerce en Tunisie<sup>1</sup>.

Avec la création de l'Agence Nationale de la Certification Electronique (ANCE), ce n'est qu'en 2005 qu'est intervenu le lancement de deux systèmes de paiement électronique. Le premier système a été le Serveur de Paiement Sécurisé, mis en place par la Société Monétique de Tunisie (SPS –SMT), le second a été lancé par la Poste tunisienne baptisé « e-Dinar », sous forme d'un système de monnaie électronique locale<sup>2</sup>.

### **En Algérie :**

L'Algérie accuse un retard énorme dans le domaine de la monétique et en particulier dans l'activité de paiement en ligne. Les premiers sites de E-commerce algériens sont apparus à partir de 2012<sup>3</sup>.

Le paiement en ligne, il s'articule principalement sur l'utilisation de la carte CIB, et ce, à travers tout un réseau, comme se présente à l'heure actuelle, composé de huit (08) actionnaires entre banques et établissements financiers, à savoir : Al Baraka, BADR, BDL, BEA, BNA, CNEP Banque, CNMA, CPA et 12 autres membres, dont l'Algérie poste, ABC, AGB, Arab Bank, Al Salam Bank, BNP, Fransabank, HSBC, Housing Bank, Natixis, SGA, Trust Bank<sup>4</sup>.

Le réseau monétique interbancaire en Algérie compte vingt (20) institutions financières, avec 1.5 millions de détenteurs de carte CIB, 1500 GAB (Guichet automatique des Billets) et DAB, et 3500 TPE et dont les transactions en dépassées les 15 millions en 2015<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> La République Tunisienne « Ministère de Commerce » [http://www.commerce.gov.tn/Fr/presentation-de-l-environnement-du-e-commerce-en-tunisie\\_11\\_187](http://www.commerce.gov.tn/Fr/presentation-de-l-environnement-du-e-commerce-en-tunisie_11_187) (Consulté le 28/02/2018 à 23h30)

<sup>2</sup> BOUGHZALA, (Yosra) : Obstacles au développement du commerce électronique en Tunisie, Maîtrise en hautes études commerciales, Institut des Hautes Etudes Commerciales, Carthage 2007, p.81.

<sup>3</sup> <http://www.huffpostmaghreb.com/2014/08/16/e-commerce-algerie-vente-en-ligne> . (Consulté le 01/03/2018 à 15h00)

<sup>4</sup> MERBOUHI, (S) et HADID, (N), Le Paiement Electronique En ALGERIE : DELITS ECONOMIQUES ET FINANCIERS, NOUVELLE ECONOMIE, N°:16 –vol 01-2017, p.3.

<sup>5</sup> Statistique obtenue auprès de SATIM (la société de l'automatisation des transactions interbancaires et de Monétique)

Le paiement électronique (e-paiement) a été officiellement lancé en Algérie le mardi 4 octobre 2016. Il s'agit cependant que d'une première phase, car uniquement quelques services seront à la disposition d'un nombre limité de personnes<sup>1</sup>.

#### 1.4 Les différents modes du paiement en ligne :

Ces transactions peuvent se présenter entre professionnels et particuliers de plusieurs manières, à savoir :

- le paiement via un intermédiaire ;
  - la monnaie numérique ;
  - le porte-monnaie électronique ;
  - la carte bancaire.
- **Le paiement via un intermédiaire** s'effectue indirectement, en utilisant le serveur de l'intermédiaire sur lequel sont stockées les coordonnées bancaires des parties. Par des moyens techniques de cryptologies, l'intermédiaire fournit des identifiants à ses clients puis centralise et transmet les échanges d'ordres aux banques respectives. Seuls les identifiants et les données de la transaction circulent sur le réseau en passant par une plate-forme interface équipée d'un firewall<sup>2</sup>.
  - **La monnaie numérique** est une monnaie virtuelle stockée sur le disque dur du consommateur. Il s'agit en fait d'une suite numérique codée à usage unique<sup>3</sup>.
  - **Le porte-monnaie électronique** était un instrument de paiement qui permettait de régler des achats d'un faible montant (inférieur de 30€). Il était commercialisé sous la marque Moneo. Ce porte-monnaie était alimenté en unités correspondant à une somme d'argent créditée par le titulaire<sup>4</sup>.
  - **La carte bancaire** est un moyen de paiement, mis en place par les établissements bancaires par l'intermédiaire d'un réseau, tel que MasterCard, VISA, ou encore American Express, et qui permet de procéder à diverses opérations, comme le retrait

<sup>1</sup> MERBOUHI, (S) ET HADID, (N): Op.cit. p.5.

<sup>2</sup> Banque National De Belgique, Coûts, avantages et inconvénients des différents moyens de paiement, rapport 2005.

<sup>3</sup> Banque National De Belgique, idem

<sup>4</sup> <https://carte-bancaire.ooreka.fr/comprendre/porte-monnaie-electronique> (Consulté le 02/03/2018 à 20h32).

d'espèces à un Distributeur Automatique de Billets, ou bien encore le paiement d'achats auprès des commerçants<sup>1</sup>.

## 2. Le Commerce Electronique

### 2.1. Bien choisir son système de paiement en ligne :

Aujourd'hui, mettre en place un **système de paiement en ligne fiable et performant** est un incontournable pour de nombreux professionnels, entrepreneurs, startups et commerçants. Pour relever les enjeux en gestion de paiement, les **logiciels de transactions à distance**, les **connecteurs de paiement** et les **solutions e-commerce** doivent répondre à la fois aux **exigences des vendeurs et des acheteurs**<sup>2</sup>.

Nous avons choisi de classer ces exigences selon quatre catégories majeures présentées dans le tableau ci-dessous qui sont : exigences technologiques, exigences économiques, exigences sociales et exigences juridiques<sup>3</sup>.

**Tableau N°01: Les exigences d'un système de paiement en ligne.**

	<b>Critères d'évaluation</b>	<b>Source dans la littérature</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Exigences Technologiques</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sécurité</li> <li>– Interopérabilité</li> <li>– Traçabilité</li> <li>– Commodité/Ergonomie</li> <li>– Confiance</li> <li>– Durabilité</li> <li>– Liquidité/convertibilité</li> <li>– Anonymat</li> <li>– Complexité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Bellare and Alii (2000)</li> <li>– Abrazhevich D. (2001)</li> <li>– Sahut (2001)</li> <li>– Wright (2002)</li> <li>– Peffers and Ma (2003)</li> <li>– Tsiakis and Stephanides (2005)</li> <li>– Hadidi et Siripaiboon (1999)</li> <li>– Abrazhevich (2001)</li> <li>– Kannen et Alii (2003)</li> </ul>

<sup>1</sup> <http://www.comparabanques.fr/lexique/carte-bancaire.php> (Consulté le 02/03/2018 à 20h40).

<sup>2</sup> <https://www.appvizer.fr/magazine/finance-comptabilite/gestion-des-paiements/payfacile/e-commerce-bien-choisir-son-systeme-de-paiement-en-ligne> (Consulté le 03/03/18 à 12h45)

<sup>3</sup> REFKA, (Abdellaoui) : Intégration des moyens de paiement non bancaires sur Internet, thèse de doctorat en U.F.R de sciences, Université de Caen Basse-Normandie, 2012, p.23.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Exigences Economiques</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Coûts</li> <li>– Echange atomique</li> <li>– Accessibilité du système</li> <li>– Risque financier</li> <li>– Retour sur investissement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Schmidt et Müller (1999)</li> <li>– Hadidi et Siripaiboon (1999)</li> <li>– Wright (2002)</li> <li>– Chou, Lee, et Chung (2004)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Exigences Sociales</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Installation/souscription</li> <li>– Protection de la vie privée</li> <li>– Accessibilité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Wright (2002)</li> <li>– Lee et Tsang (2003)</li> <li>– Chou, Lee, et Chung (2004)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Exigences Légales</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Légalité du Paiement</li> <li>– Contrat E-commerce</li> <li>– Standards techniques</li> <li>– Transactions internationales</li> <li>– Protection de la propriété intellectuelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Banque des règlements internationaux (2001)</li> <li>– Banque centrale européenne (2003)</li> </ul>

**Source :** <https://tel.archives-ouvertes.fr>. (Consulté le 03/03/2018 à 13 h15).

## 2.2. L'Intérêt du passage au commerce électronique pour l'économie algérienne :

Le passage à l'économie numérique peut être l'élément qui manquait pour relancer l'activité commerciale en Algérie. Voici l'impact du commerce électronique sur l'économie algérienne d'une manière générale<sup>1</sup> :

### 2.2.1. Une baisse des coûts et un accroissement de la concurrence :

Le commerce électronique peut être analysé comme une modification radicale de la structure de coût des entreprises.

Cette modification introduit un coût fixe d'entrée dans cette nouvelle activité, mais rend ensuite possible une baisse significative des coûts de production et de distribution. Le tout dans un environnement marqué par une concurrence accrue et par une relation plus individualisée.

<sup>1</sup> Naima, (A) : Op.Cit., p.71

**2.2.2. Une atteinte des besoins non satisfaits par les voies traditionnelles :**

L'Internet rend possible l'agrégation à l'échelle nationale ou mondiale de besoins de clients trop dispersés pour pouvoir bénéficier de services assurés localement. De nouvelles activités peuvent ainsi être développées d'une manière économiquement viable.

**2.2.3. Un accès élargi aux marchés étrangers :**

Le commerce électronique offre aux entreprises un moyen de disposer d'une vitrine dans tous les pays. Cette ouverture va en particulier amener les PME algériennes habituées à travailler sur le champ local ou national à s'ouvrir pour la première fois sur le marché international.

**2.2.4. L'adhésion à l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) :**

L'économie numérique constitue un véritable coup de pouce pour les entreprises algériennes afin d'accéder aux marchés mondiaux et d'atteindre un nouveau stade de concurrence.

Ainsi, l'Algérie aura de nouveaux arguments dans les négociations pour adhérer à l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), et elle aura saisi de nouvelles chances pour réaliser cet objectif tant attendu.

### **Section 3 : Dynamique de l'e-paiement en Algérie :**

#### **1. Principales dispositions du projet de la loi sur le commerce électronique :**

Le projet de loi relatif au commerce électronique, adopté en octobre dernier en Conseil des ministres, prévoit plusieurs dispositions permettant d'assurer la sécurité du e-commerce tout en définissant les obligations des e-fournisseurs et e-clients.

Tout d'abord, le texte stipule que l'inscription au registre du commerce et la mise en ligne d'un site web hébergé en Algérie sont deux conditions sine qua non pour l'exercice du commerce électronique. Un fichier national des e-fournisseurs inscrits au registre du commerce est institué auprès du Centre national du registre de commerce (CNRC), note le texte, qui définit les informations qui doivent accompagner l'offre commerciale électronique : identification fiscale, adresse, numéro de téléphone, numéro du registre du commerce, garantie commerciale....

Conformément au texte, la commande d'un produit ou d'un service passe par trois étapes obligatoires : la mise à disposition due-consommateur des conditions contractuelles, la vérification des détails de la commande par ce dernier et la confirmation de la commande qui conduit à la formation du contrat. Le projet de loi définit également les informations obligatoires que doit contenir le contrat électronique. Quant aux obligations de l'e-consommateur, le texte stipule qu'il est tenu de payer le prix convenu dans le contrat électronique dès la formation de ce document.

Concernant les transactions commerciales transfrontalières, le projet de loi indique que la vente par voie électronique d'un bien ou d'un service par un fournisseur résident à un e-consommateur établi dans un pays étranger est dispensée des formalités de contrôle du commerce extérieur et des changes lorsque sa valeur n'excède pas l'équivalent en dinars de la limite fixée par la législation en vigueur.

Cependant, le produit de cette vente doit, après son paiement, être porté sur le compte de l'e-fournisseur domicilié en Algérie auprès d'une banque agréée par la Banque d'Algérie ou auprès d'Algérie Poste. Lorsque l'achat électronique se fait à partir de l'Algérie par un e-consommateur auprès d'un e-fournisseur établi dans un autre pays et destiné exclusivement à un usage personnel, il est aussi dispensé des formalités du commerce extérieur et des changes lorsque sa valeur n'excède pas l'équivalent en dinars de la limite fixée par la législation en

vigueur. Aussi, la couverture de paiement électronique pour cet achat est assurée à partir du compte devise personnel du e-consommateur domicilié en Algérie.

Par ailleurs, il est stipulé que les transactions interdites sont celles portant sur les jeux de hasard, paris et loteries, boissons alcoolisées et tabacs, sur les produits pharmaceutiques, les produits portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle, industrielle ou commerciale, tout bien ou service prohibé par la législation en vigueur ainsi que tout bien ou service soumis à l'établissement d'un acte authentique. De même est interdite toute transaction par voie électronique des matériels, équipements et produits sensibles définis par la réglementation en vigueur ainsi que tout autre produit ou service pouvant porter atteinte aux intérêts de la défense nationale, à l'ordre public et à la sécurité publique<sup>1</sup>.

**Tableau N°02 : Liste des textes juridiques régissant les moyens de paiement électronique**

Désignation	Références du texte juridique	Observations
<b>Reconnaissance l'écrit électronique</b>	Loi n°05-10 du 20 juin 2005 modifiant et complétant l'ordonnance n°75-58 du 26 septembre 1975, modifiée et complétée, portant code civil	(Articles 323 bis et 323 bis 1)
<b>Reconnaissance de la signature électronique</b>	Loi n°05-10 du 20 juin 2005 modifiant et complétant l'ordonnance n°75-58 du 26 septembre 1975, modifiée et complétée, portant code civil	(Article 327)
<b>La reconnaissance légale de la carte bancaire, comme moyen de paiement</b>	Loi n°05-02 du 27 Dhou El Hidja 1425 correspondant au 6 février 2005 modifiant et complétant l'ordonnance n°75-59 du 26 septembre 1975 portant code de commerce.	(article 543 bis 23)

<sup>1</sup> <https://www.algeriepatriotique.com/2017/12/11/principales-dispositions-du-projet-de-loi-sur-le-commerce-electronique/>

<b>Le principe de l'irrévocabilité de l'ordre ou de l'engagement depayer donné au moyen d'une carte de paiement.</b>	Loi n°05-02 du 27 Dhou El Hidja 1425 correspondant au 6 février 2005 modifiant et complétant l'ordonnance n°75-59 du 26 septembre 1975 portant code de commerce.	(Article 543 bis 24)
--	--	----------------------

**Source :** Document interne de la GIE monétique

- **Un vide juridique qui tarde à être comblé :**

En marge de la cérémonie d'oblitération de deux timbres-poste consacrés à l'enseignement supérieur et à la recherche scientifique qui s'est tenue en septembre dernier, Madame la ministre de la Poste et des Technologies de l'information et de la communication, Iman Houda Feraoun, a déclaré, que le projet de loi relatif au e-commerce sera soumis au gouvernement avant la fin de l'année.

Le projet de loi ayant pour but de régir les opérations de commerce électronique. Ce texte a été présenté à tous les secteurs concernés par le e-commerce afin qu'il soit enrichi, a-t-elle précisé. Enfin cette dernière a ajouté que ce projet de loi encadrera la relation entre le commerçant et le client dans le monde virtuel, et protégera les deux parties à travers des dispositions de loi. Nous sommes aujourd'hui aux portes de 2019 et ce vide juridique reste béant. Malgré le lancement du paiement électronique (e-paiement) courant octobre 2016, sans un cadre précis pour définir la nature de la relation client/fournisseur, les risques quant à l'utilisation du commerce électroniques restent conséquents. Preuve en est, le e-commerce en Algérie peine à se développer, là où d'autres pays ont attrapé le train en marche. Autre problème, le taux de bancarisation en Algérie avoisine les 30% (seulement) là ou des pays comme l'Allemagne dépassent les 90% ou comme la France frôlent les 100%. Cette préférence des Algériens pour l'argent liquide handicape fortement le marché du e-commerce. Aujourd'hui un algérien lambda est moins susceptible de faire un achat en ligne que de se déplacer lui-même, même s'il en a la possibilité et que ça lui apporterait énormément d'avantages (gain de temps, d'argent, qualité etc...). À l'instar de tbeznyss.com ou nechrifnet.com, beaucoup s'y sont attelés mais peu ont réussi. Seul acteur majeur du secteur actuellement, Jumia.dz, lui aussi peine à décoller, malgré une interface très intuitive, un service de livraison à domicile des produits et

de nourriture, le pourcentage de retours reste important, les acheteurs refusant de s'acquitter de leur note. La gamme de produits quant à elle se veut large mais reste perfectible<sup>1</sup>.

## 2. Le paiement sur Internet en Algérie :

Depuis quelques années, les pouvoirs publics algériens évoquent les nouvelles mesures adoptées dans le cadre du lancement du paiement électronique et affichent, à chaque occasion, leur détermination à venir à bout de tous les obstacles qui empêchent les Algériens d'avoir accès à cette nouvelle méthode de paiement imposée par l'avènement des nouvelles technologies. Malheureusement, les choses ne restent qu'au stade des promesses et le paiement électronique peine à évoluer en Algérie. Pourquoi les Algériens n'arrivent-ils pas à changer leur mode de paiement ? Pourquoi, en dépit de la mise à leur disposition des cartes bancaires, ils demeurent peu confiants et préfèrent payer leurs transactions en liquide ? Est-ce par manque d'information sur ce nouveau mode de paiement ou existe-t-il d'autres raisons ?<sup>2</sup>

La réforme financière et bancaire et l'application du système de paiement global en Algérie sont confrontées à plusieurs obstacles, mais le Ministère des Finances affirme que son plan actuel est de faire en sorte de contribuer à l'introduction du système de paiement via Internet. C'est ce qu'a affirmé le Ministre des Finances, Mohamed Djellab, qui a annoncé en mai 2015 dernier le lancement d'opérations de paiement à distance avant la fin de l'année 2015 en tant que premier pas vers la modernisation du système financier algérien.

Soulignant le fait que la modernisation du système est une opération continue qui repose sur plusieurs axes dont l'introduction du système de paiement via Internet, M. Djellab a reconnu que plusieurs entraves empêchaient l'exécution des réformes financières et bancaire et l'application du système de paiement global en Algérie. Il a par ailleurs, souligné que son département œuvrait pour la généralisation de l'e-paiement qui a été, selon lui, accompagnée par des textes réglementaires visant à sécuriser les opérations et définir les droits et les devoirs des clients.<sup>3</sup>

Se montrant optimiste quant à l'avenir du paiement électronique en Algérie, le Ministre a affirmé que le Groupement d'Intérêt Economique de la Monétique (GIE-monétique), la nouvelle instance instituée avec pour mission la régulation et la gestion de ce nouveau système

---

<sup>1</sup> <https://www.liberte-algerie.com/parteneriat-rdl-soleil-hec-2016-2017/e-commerce-cest-quoi-et-ou-en-est-lalgerie-260520>

<sup>2</sup> le-paiement-sur-internet-en-Algérie-enfin,-la-délivrance, <http://www.nticweb.com> (Consulté le 03/03/2018 à 12 h 41)

<sup>3</sup> Idem

de paiement, aura un important rôle à jouer dans ce domaine. Ainsi, en dépit des retards qui persistent dans le « décollage » du e-paiement en Algérie, le Ministre se veut rassurant en affirmant que les banques sont de plus en plus engagées pour proposer à leurs clients des produits et des prestations variées consistant à encourager l'utilisation des outils du paiement électronique et l'introduction du e-Banking en vue de fournir aux clients toutes les informations sur leurs comptes par le biais d'Internet.

### **2.3. Internet joue un rôle important dans le l'e-paiement :**

Il est difficile d'aborder le paiement en ligne sans évoquer l'essor extraordinaire de l'Internet et la croissance constante du nombre d'utilisateurs du réseau. En effet, le développement d'Internet à un niveau mondial favorise les échanges et les contacts entre la demande des consommateurs et l'offre des commerçants. L'évolution progressive de l'E-commerce favorise l'apparition de nouveaux moyens de paiement et de nouveaux besoins sur Internet.

### **2.4. La situation de l'internet en Algérie**

En dépit de sa richesse, sa jeunesse et sa situation géographique particulièrement stratégique, l'Algérie demeure à la traîne concernant le développement de l'Internet.

Les données les plus récentes de Internet World Stats, qui se basent notamment sur les données de l'Union internationale des télécommunications (ITU), indiquent que l'Algérie a un taux de pénétration de l'internet qui est de l'ordre 45.2% bien derrière la Tunisie et le Maroc. Ces derniers ont déjà franchi le seuil des 50% de la population utilisant internet. L'Algérie compte ainsi uniquement 18.580.000 millions d'internautes sur une population estimée à 41.063.753. Ces données démontrent tout le progrès que les TIC doivent accomplir dans notre pays. Mais si les perspectives sont prometteuses pour Internet en Algérie, malheureusement, les obstacles qui ralentissent dangereusement son évolution sont encore très nombreux. Des obstacles qui expliquent, en partie, le sous-développement de l'Algérie<sup>1</sup>.

### **2.3 Indicateurs digitaux 2018 Au Maghreb :**

La mobilité gagne du terrain au Maghreb. En moyenne, 54% des internautes maghrébins se connectent à partir d'un terminal mobile. Dernier pays de la région à lancer la 3G et la 4G, ce taux est plus faible en Algérie, comparativement au Maroc et à la Tunisie qui arrive en tête.

<sup>1</sup> <https://algeriepart.com/2018/01/23/internet-ne-se-developpe-faut-algerie/>

C'est aussi en Tunisie que le taux de pénétration de l'Internet est le plus important, selon les données du rapport "Digital 2018".<sup>1</sup>

Avec près de 8 millions d'utilisateurs (plus exactement 7,89 millions), le taux de pénétration de l'Internet en Tunisie est de 68% (par rapport au nombre total de la population) est le plus haut au Maghreb. Selon le rapport "Digital 2018" de "We Are Social" et "Hootsuite", c'est aussi en Tunisie que le taux d'usage de l'Internet mobile est le plus important. Avec 7,01 millions d'internautes mobile, soit 60% de la population.

Au Maroc, le nombre d'internautes est de 22,56%, soit un taux de pénétration de 63%. Le taux d'usage de l'Internet mobile au Maroc est de 56%, soit environ 20,3 millions d'internautes mobiles.

**En Algérie**, où l'Internet mobile n'a fait son entrée qu'en décembre 2013, soit près de 9 ans de retard par rapport au Maroc, le taux d'usage a fait un bon extraordinaire. Ainsi, selon les données de "Digital 2018", le nombre des utilisateurs Internet est de 21 millions, correspondant à 50% de la population. Le nombre d'internautes mobiles est de 19 millions en Algérie, soit un taux de pénétration de 46%.

Le trafic Web en Algérie reste dominé par les connexions via laptops et les ordinateurs de bureaux avec 56%, qui enregistrent cependant une baisse de 11% sur une année. Les connexions via terminaux mobiles (smartphones et tablettes) enregistrent une forte hausse sur une année, soit +21%, passant à 44% au début 2018 (dont 3% via des tablettes).

Le nombre d'internautes (toutes plateformes confondues) dans ces trois pays est en forte hausse sur une année (depuis janvier 2017). La Tunisie enregistre le plus fort taux avec +23% (un million de nouveaux utilisateurs), +17% pour l'Algérie (plus 3 millions de nouveaux internautes), et +12% au Maroc (plus de 2 millions sur une année).

Rapporté au nombre de population, le taux de pénétration d'internautes mobiles en Tunisie est le plus fort, parmi les trois pays, avec 60%, contre 56% au Maroc, et 46% en Algérie qui compte quatre ans uniquement depuis le lancement de l'Internet mobile.

### **3. les entraves au développement du commerce électronique en Algérie :**

Dans les pays développés le commerce électronique est très avancé. Ceci grâce aux différentes politiques et actions engagées pour la promotion de ce nouveau mode de transactions

---

<sup>1</sup> Les internautes au Maghreb statistiques actuelles 2018 [www.maghrebemergent.info](http://www.maghrebemergent.info) (Consulté le 03/03/2018 à 13 h 58)

commerciales. Cependant si ce concept connaît un réel développement dans les pays avancés au point de constituer une nouvelle culture et un nouveau mode de vie du citoyen, le développement du paiement électronique en Algérie rencontre toujours plusieurs freins à son évolution et développement, à savoir :

- **L'économie informelle** : autrement dit, l'économie souterraine. Car l'économie algérienne est dominée par l'informel, qui constitue une économie à part entière, parallèle à l'économie légale;
- **La culture de cash** : la société algérienne évolue dans un milieu où domine le cash, au déterminant de l'utilisation des paiements électroniques. Chose qui rend la tâche difficile à l'identification de l'origine de l'argent gagné et des flux financiers.
- **Le sentiment psychologique** : lié principalement à l'utilisation d'argent, et ce, en tenant compte de nos traditions et coutumes. Le citoyen algérien s'attache toujours à la culture du cash ;
- **Infrastructures** : insuffisance des solutions et des ressources techniques en matière de prise en charge de la plateforme e-commerce ;
- **Ancrage juridique** : absence d'un arsenal juridique régissant le e-commerce en Algérie surtout la protection des utilisateurs dans de cette plateforme.
- **Système bancaire** : le faible taux de bancarisation dû principalement au problème de manque de confiance au système bancaire algérien, car il est évident à travers les taux de bancarisation dont les citoyens algériens ne font pas confiance aux banques et établissements financiers.
- **Traçabilité**: nous pouvons expliquer également ce retard au problème de traçabilité, qui gêne surtout les criminels, car le recourt à l'utilisation du paiement électronique va sans doute permettre le dépistage de l'argent et la lutte contre l'évasion et la fraude fiscale ainsi que le blanchiment d'argent, ce dernier étant considéré comme le type de délit économique et financier par excellence.<sup>1</sup>
- **Mobilité des petits commerces** : surtout pour les commerçants ambulants, qui activent d'une manière illégale et sans registre de commerce.
- **Absence de volonté politique** : quel que soit le genre de problèmes posés en Algérie, des solutions juridiques et techniques existent, mais il suffit seulement d'avoir une volonté politique pour faire avancer les choses et rattraper tout ce retard enregistré.

<sup>1</sup> Voir la loi 05.01 modifiée et complétée, relative à la prévention et la lutte contre le blanchiment d'argent.

**Conclusion :**

Nous avons présenté une brève histoire sur la monnaie et son évolution à travers l'histoire depuis les anciens siècles jusqu'à nos jours tout en passant du troc à la monnaie dématérialisé.

Nous avons présenté dans ce chapitre des généralités sur le e-commerce , le e-paiement et ses importances dans la libérations des transactions économiques grâce aux modernisation des systèmes monétiques , aux nouvelles techniques et systèmes de paiement électroniques , qui doivent suivre l'actualité afin de s'adapter aux nouvelles technologies tout en basant dans ce chapitre sur le e-paiement et ses fonctionnalités d'exécution ainsi les entraves qui freinent le développement du commerce électronique en **Algérie**.

La monétique est en phase de développement dans le monde entier qui désigne l'ensemble des traitements électroniques informatiques et télématiques nécessaire à la gestion des cartes bancaires ainsi que des transactions associées, à ce perspective nous allons présenter dans le chapitre qui suit la monétique en **Algérie** , en définissant ses différents acteurs , la plateforme du paiement sur internet , la mise en œuvre du système de la carte en **Algérie**.

## **Chapitre II :**

# **La monétique en Algérie**

**Introduction :**

La monétique indique comme l'ensemble des moyens techniques innovants utilisés pour automatiser les transactions bancaires et monétaires. Ces innovations technologiques exigent les banques à s'adapter à ces nouveaux changements qui modifient l'environnement bancaire.

L'Algérie accuse un certain retard dans le système monétique, avec un taux de bancarisation faible, à cause de l'implantation de la culture du cash. Les autorités bancaires ont introduit des nouvelles réformes pour généraliser l'utilisation de la monétique qui se base sur trois segments : le retrait sur les distributeurs automatiques des billets (DAB), le paiement sur les terminaux de paiement électronique (TPE) et la personnalisation des cartes interbancaire CIB afin de couvrir l'intégralité du territoire national.

Dans ce chapitre, nous proposons une présentation générale de la monétique (première section) puis une étude détaillée de la problématique d'intégration à la plateforme du paiement en ligne en présentant les étapes du processus d'intégration (deuxième section). Nous allons ensuite exposer une description détaillée sur le système de la carte bancaire en Algérie puis nous présenterons son fonctionnement, son mécanisme ainsi que les obligations des différents acteurs lors d'une transaction par carte CIB. Et pour finir on définira les différents avantages et limites liés à son utilisation (troisième section).

## Section 1 : Présentation générale de la monétique

Depuis l'avènement des réformes économiques, les banques algériennes ont engagé des efforts soutenus dans le sens d'une plus grande modernisation de leurs méthodes d'intervention et d'une diversification des produits et services offerts à la clientèle. La monétique a constitué dans ce cadre un vecteur prioritaire qui fait l'objet d'une série d'actions vigoureuses au niveau interbancaire et à l'intérieur de chaque institution. Etant au début d'un tel processus, la communauté bancaire reste attentive aux résultats des expériences menées à l'échelon maghrébin et européen<sup>1</sup>.

### 1. Définition de la monétique

La monétique est « *l'ensemble des techniques électroniques, informatiques, magnétiques et télématiques permettant d'effectuer des transactions des transferts de fonds (carte interbancaire, virement électroniques, ...)* »<sup>2</sup>

Le Larousse Economique 2003, quant à lui, définit la monétique comme « *L'ensemble des moyens techniques utilisés pour automatiser les transactions bancaires et monétaires. La monétique assure notamment la gestion des cartes bancaires, la distribution automatique des billets ainsi que les systèmes électroniques de transfert d'informations ou de fonds* »

On peut définir aussi la monétique comme l'ensemble des procédures et des dispositifs qui utilisent l'électronique et l'informatique pour le développement des transactions bancaires.

### 2. Les différents acteurs du paiement en ligne :

Le **système monétique** fait appel à plusieurs acteurs dont le rôle de chacun est différent et primordial. Les principaux acteurs du système sont<sup>3</sup> :

- **La banque émettrice** : C'est la banque qui met à disposition du porteur une carte. Elle en reste la propriétaire. Elle assure les traitements de débit/crédit du compte du porteur, les mises en opposition et les litiges associés à l'usage de la carte.

<sup>1</sup>LAZREG, (Mohamed) : Développement de la Monétique en Algérie Réalité et Perspectives, thèse de doctorat en Sciences Economiques, de Sciences de Gestion et Commerciales, UNIVERSITE ABOU BAKR BELKAID, TLEMCEM, 2015, p.63.

<sup>2</sup> HASHEM SHERIF M. et SERHROUCHNI A., « La monnaie électronique : Système de paiement sécurisé », Edition EYROLLES, Paris, 1999, P 405.

<sup>3</sup> Document interne de la SATIM.

- **La Banque Acquéreur :** Il s'agit de l'organisme financier qui met à disposition de son client (un commerçant, artisan ou profession libérale) des services d'acquisition de transactions de paiement électronique, notamment grâce à un terminal de paiement électronique (TPE). Plus généralement, il s'agit de la banque du commerçant (pour les paiements) ou la banque du GAB/DAB où s'effectue le retrait.

- **L'Accepteur :**

Il s'agit du commerçant, artisan, ou profession libérale qui accepte les moyens de paiement électronique en guise de règlement. Dans le cas des automates bancaires (GAB, DAB, ARC...) l'accepteur est également l'acquéreur (la banque offrant le service de retrait). En dehors de la France cette position est plus nuancée, notamment aux États-Unis où les automates bancaires sont aussi disponibles dans de simples boutiques (propriété, risques et commissions sont négociés...).

- **Le Porteur :**

Le porteur n'est pas toujours le titulaire du compte courant auquel la carte est adossée (le compte sur lequel seront prélevés les débits) :

- Une société peut mettre à disposition de certains de ses employés des cartes de paiement (carte affaires ou carte business) ;
- Un particulier peut demander une autre carte de paiement pour son conjoint ou un de ses enfants ;
- Un commerçant équipé d'un TPE peut demander une carte de paiement sur son compte professionnel (crédité par le TPE).

- **Domaine interbancaire :**

Dans le domaine interbancaire, il y a trois (03) acteurs<sup>1</sup> :

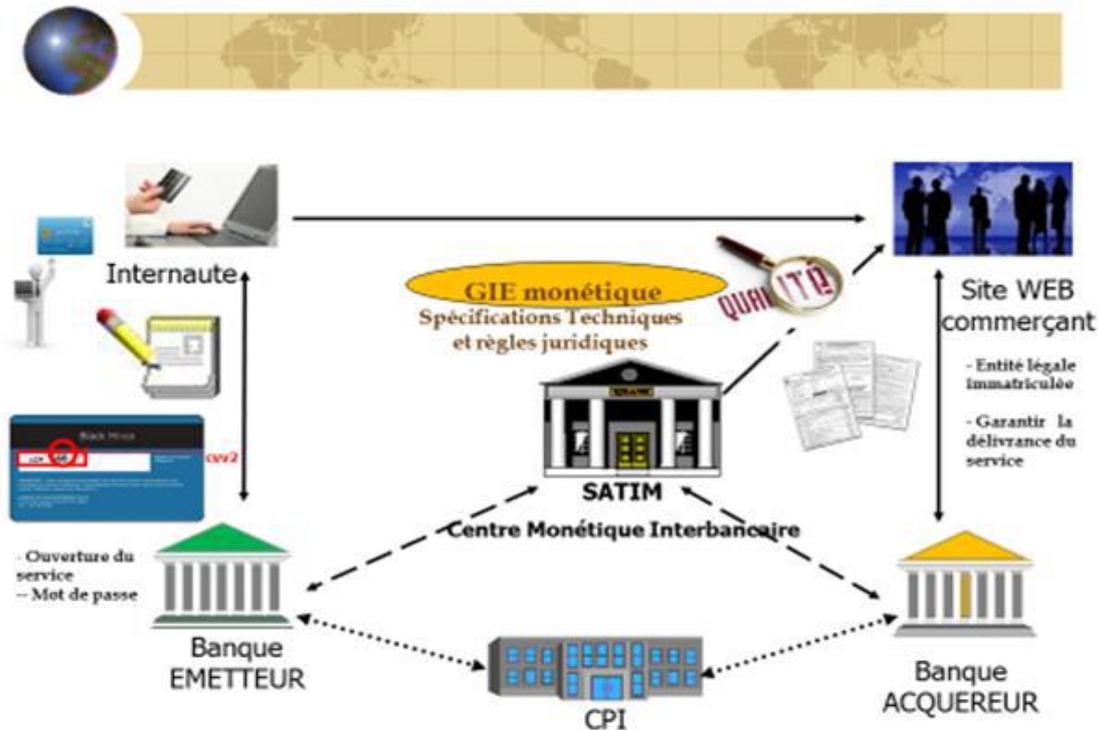
- Le groupement d'intérêt économique et Monétique (GIE), entité communautaire ayant pour objet d'assurer la régulation du système monétique en Algérie;
- La SATIM l'opérateur interbancaire hébergeant la plateforme de paiement en ligne;
- Le Centre de pré-compensation interbancaire (CPI), chargé d'assurer la compensation interbancaire multilatérale de l'ensemble des transactions monétiques opérées par les

---

<sup>1</sup> Document interne de la GIE monétique

porteurs de cartes sur le Réseau Monétique Interbancaire, sur la base des transactions remontées par les banques adhérentes.

**Figure N°04:** les différents acteurs dans la prestation de paiement en ligne



Source : document interne de la SATIM

### 3. Présentation du domaine interbancaire

#### 3.1 Groupement d'intérêt économique de la monétique (GIE monétique)

- **Présentation**

La mise en place d'un système de paiement électronique efficient est une des priorités des pouvoirs publics Algériens. Elle fait partie des outils de modernisation du système bancaire, à l'instar du système de télé-compensation des instruments de paiement de masse.

La création du Groupement d'Intérêt Economique Monétique (GIE Monétique), en juin 2014, est venue appuyer cette démarche stratégique par la régulation du système monétique interbancaire et la définition des missions et des attributions de l'ensemble des acteurs de ce système. Il est également en charge d'assurer l'interbancaire du système monétique et son interopérabilité avec des réseaux monétiques locaux ou internationaux.

Le GIE Monétique est composé de 19 membres adhérents dont 18 banques et Algérie Poste. La Banque d'Algérie y participe en tant que membre non adhérent pour s'assurer de la sécurité des systèmes et des moyens de paiement ainsi que de la production et de la pertinence des normes applicables en la matière, conformément à la réglementation en vigueur<sup>1</sup>.

- **Les fonctions de la GIE monétique**

Le GIE Monétique pilote le système monétique par le biais des fonctions essentielles suivantes :

- La gestion des standards, spécifications et normes dans le secteur de la monétique ;
- La définition des produits monétiques bancaires et des règles de leur mise en œuvre opérationnelle ;
- La gestion de la plate-forme technique de routage ;
- L'homologation ;
- La gestion de la sécurité.

Il concrétise ainsi une transparence dans la définition des normes et des règles de l'activité monétique de façon à libérer les initiatives d'investissement dans l'industrie de la monétique.

L'objectif étant de promouvoir la monétique par la généralisation de l'usage des moyens de paiement électronique.

## **3.2 La Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique (SATIM) :**

### **3.2.1 Création de la SATIM :**

Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique, est une filiale de 08 Banques Algériennes : (BADR, BDL, BEA, BNA, CPA, CNEP, CNMA, ALBARAKA), créée en 1995 à l'initiative de la communauté bancaire, prise dans le cadre d'une vision portant sur le développement et la modernisation des moyens de paiement. L'objet statutaire principal de SATIM porte plus particulièrement sur le développement et la gestion d'un système monétique interbancaire basé sur l'utilisation d'un réseau de transmission de données et la personnalisation des cartes interbancaires sécurisées. Ainsi, SATIM a été conçue comme l'un des instruments d'accompagnement du programme de modernisation des banques.

---

<sup>1</sup> <https://www.giemonetique.dz> (Consulté le 02/03/2018 à 15h18)

Elle est l'opérateur monétique interbancaire, elle réunit aujourd'hui 19 adhérents dans son réseau monétique interbancaire : 18 banques dont 06 publiques et 12 privées qui sont : BNA , BEA , BADR , CPA , BDL , BRK , ALP , CNP , ABC , NTX , SGA , BNP , TRST , ABA , HSG , AGB , FSB , HSBC , ASB, ainsi que Algérie Poste<sup>1</sup>.

**Tableau N°03 : Les actionnaires de la SATIM**

Actionnaires	nombre d'actions	valeur en DA	%
BNA	36	3.600.000	13,74
BADR	36	3.600.000	13,74
BEA	36	3.600.000	13,74
CNEP	36	3.600.000	13,74
CPA	36	3.600.000	13,74
BDL	36	3.600.000	13,74
CNMA	36	3.600.000	13,74
AL BARAKA	10	1.000.000	3,82

**Source :** document interne de la SATIM

### 3.2.2 Les missions de SATIM :

Les principales missions de SATIM sont :

- Développement des moyens de paiement électronique ;
- Met en place et gère la plate-forme technique et organisationnelle assurant une interopérabilité totale entre tous les acteurs du Réseau Monétique en Algérie ;
- Participe à la mise en place des règles interbancaires de gestion des produits monétiques interbancaires en étant une force de proposition. ;
- Accompagne la banque dans la mise en place et le développement des produits monétiques. ;
- Personnalise les chèques et les cartes de paiement et de retrait d'espèces ;

### 3.2.3. Les prestations et les services fournis par la SATIM :

- Le traitement des transactions réalisées au moyen des cartes bancaires sur le réseau monétique interbancaire : Cela consiste en un traitement informatique permettant de

<sup>1</sup> <http://www.satim-dz.com> (Consulté le 03/03/2018 à 23h15)

faire le tri des transactions et de les acheminer vers les banques en vue de la télé-compensation ;

- La personnalisation des cartes : la SATIM assure par ailleurs, la personnalisation des supports carte : embossage, encodage de cartes de retrait normalisées et édition du code confidentiel. Cette prestation fait l'objet d'un contrat de service entre la banque et la SATIM qui définit les obligations des deux parties notamment les délais et les procédures de livraison ;
- L'intégration de DAB : Toute banque possédant des DAB ou souhaitant en acquérir peut intégrer le système monétique géré par la SATIM ;
- Le traitement des litiges interbancaires résultants de l'activité monétique ;
- Gestion de la liste noire, c'est-à-dire des clients douteux.

#### **3.2.4. Le réseau monétique interbancaire algérien:**

Le RMI est un système constitué d'un système central, de Guichets Automatiques de Banque, de Distributeurs Automatiques de Banques et de Terminaux de Paiement Electroniques, utilisés pour les services bancaires, notamment le retrait de billets de banque et le paiement par carte bancaire<sup>1</sup>.

- **Le rôle du RMI SATIM :**

Le rôle du RMI se résume dans les points suivants<sup>2</sup> :

- La préparation et le transfert de flux financiers destinés au pré compensation des transactions DAB ;
- La mise à disposition de DAB par le RMI aux Banques adhérentes ;
- L'intégration au RMI de DAB propre à la Banque adhérente ;
- L'intégration de terminaux de paiement électronique (TPE) ;
- L'intégration du système monétique des banques qui en possède ;
- L'acquisition des demandes d'autorisation de retrait émanant de DAB ;
- Le traitement des transactions DAB pour le compte des Banques adhérentes.

---

<sup>1</sup> LAZREG, (Mohamed), Op.cit., p.71

<sup>2</sup> Document interne de la SATIM.

- **Les objectifs du RMI :**

Les deux principaux objectifs de RMI sont :

- **Assurer l'interopérabilité** : c'est-à-dire assurer l'acceptation de toutes les cartes de retrait et de paiement de toutes les banques adhérentes ;
- **Garantir la sécurité** : en garantissant le respect de la réglementation en vigueur, en assurant les échanges sécurisés des données et en luttant contre la fraude.

### 3.2.5. Des statistiques sur l'activité monétique de la SATIM :

L'activité monétique de SATIM se base sur trois segments : Le retrait sur les distributeurs automatiques des billets (DAB), le paiement sur les terminaux de paiement électronique (TPE) et la personnalisation des cartes interbancaire CIB.

- **Le Distributeur Automatiques des Billets**

Le DAB est un automate qui permet aux détenteurs de la carte CIB d'effectuer les opérations de retrait d'espèces et la consultation du solde du compte.

Le DAB et GAB offrent des avantages aux banques et à leurs clients :

- La disponibilité des services 24h/24 et 7j/7 ;
- L'accès direct à plusieurs services ;
- La disponibilité de l'argent à tout moment ;
- L'épargne de temps ;
- La diminution du risque d'encaissement de faux billets.

**Figure N°05** : Distributeur Automatique des Billets

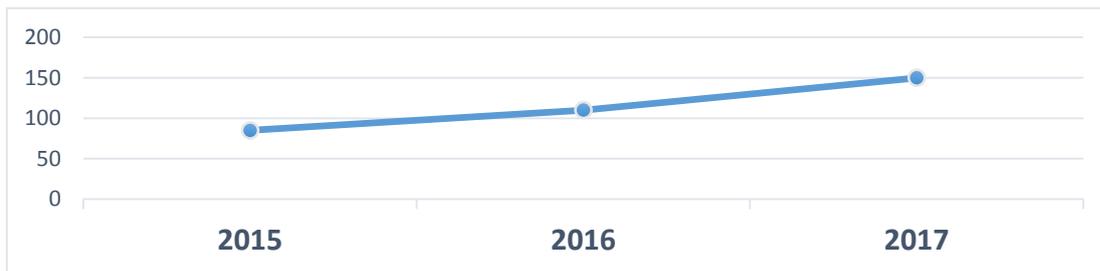


**Source** : la direction de la monétique CNEP-Banque

**Tableau N°04** : Evolution du nombre de DAB installé au niveau de CNEP-Banque

	2015	2016	2017
<b>Nombre de DAB installés</b>	85	110	150

**Source** : la direction de la monétique CNEP-Banque

**Figure N°06** : Evolution du nombre de DAB installé au niveau de CNEP-Banque

**Source** : Excel

D'après le graphe ci-dessus, nous remarquons que le nombre des DAB est en croissance d'une année à l'autre notamment entre l'année 2016 et 2017 à cause de lancement du paiement électronique en Algérie en 04 octobre 2016. Cette évolution s'explique par les efforts fournis par la CNEP-Banque dans le but de vulgariser l'utilisation de ces machines au niveau de toutes les agences.

- **Terminaux de Paiement Electronique**

C'est un équipement spécifique, qui permet aux détenteurs de la carte CIB d'effectuer le paiement de ses achats rapidement et en toute sécurité. Il est doté d'un clavier, d'un écran et d'un logiciel avec mémoire.

Parmi les services que peut offrir le TPE :

- Contrôler les cartes en opposition ;
- Obtenir automatiquement les autorisations ;
- Vérifier les cartes électroniquement ;
- Transmettre les transactions à distance.

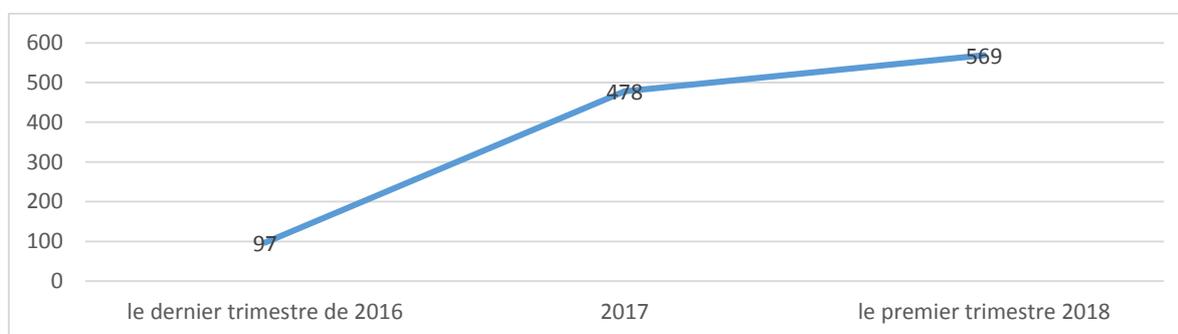
**Figure N°07** : Terminal de Paiement Electronique

**Source** : la direction de la monétique CNEP-Banque

**Tableau N°05** : Evolution du nombre de TPE installé au niveau des commerçants adhérents au CNEP-Banque

	Le dernier trimestre de 2016	2017	Le premier trimestre de 2018
Nombre de TPE installés (cumul)	97	478	569

**Source** : la direction de la monétique CNEP-Banque

**Figure N°08** : Evolution des nombres de TPE installés au niveau des commerçants adhérents au CNEP-Banque

**Source** : EXCEL

D'après le graphe ci-dessus, les terminaux de paiement électronique (TPE) installés au niveau des commerçants adhérant au CNEP-Banque, sont passés de 97 unités en 2016 à 569 unités en premier trimestre de 2018, ce qui signifie que, il y a une volonté affichée dans le but de généraliser l'utilisation du paiement en ligne dans les transactions commerciales entre les agents économiques.

## **Section 2 : La plateforme du paiement sur internet**

### **1. Présentation de la plateforme de paiement sur internet AURES :**

La Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et Monétiques, SATIM a le plaisir d'annoncer à ses clients et aux grandes entreprises la mise à disposition de la première plateforme e-commerce par cartes en Algérie.

L'atout de cette plateforme est caractérisé par l'utilisation de la carte bancaire CIB comme moyen de paiement dans une première phase, d'autres cartes auront la possibilité d'être utilisées sur cette plateforme selon l'évolution de la vente en ligne en Algérie.

De ce fait, toute entreprise désirant offrir le service de vente en ligne ou de paiement de factures pour les détenteurs de cartes CIB aura l'opportunité d'utiliser cette nouvelle technologie et l'avantage de désengorger ses points de ventes dans un cadre totalement sécurisé.

Avant de présenter les fonctionnalités de la plateforme SATIM, il est nécessaire d'identifier les principaux éléments qui rentrent dans le processus de la transaction e-commerce par carte<sup>1</sup>.

- Une interface commerçant appelée parfois « boutique en ligne » développée et mise à la disposition des internautes par le commerçant (Entreprise).
- Une plateforme e-commerce pour le traitement de la transaction par carte, en toute sécurité, mise en place par la SATIM.

#### **1.1. La boutique en ligne :**

Assimilée à un terminal virtuel, elle représente un catalogue électronique en ligne, visible sur le site du commerçant, présentant l'ensemble des produits/services disponibles à la vente, leur prix et parfois leur disponibilité (produit en stock ou nombre de jours avant livraison) ou périodicité couvrant le paiement (facture téléphonique par exemple ou autre) ;

Cette boutique en ligne, offre dans la plupart des cas un système de caddie virtuel (appelé parfois panier virtuel) et permet de conserver la trace des achats du client tout au long de son parcours et de modifier les quantités pour chaque article choisi.

---

<sup>1</sup> BOUMEDJIREK, (Salah) : Le E-paiement pour le développement des activités de la SATIM, MBA international paris, Dauphine université de paris, 2015, p.20.

En fin, un système permettant la prise en charge des transactions acceptées pour couvrir la prestation offerte au client.<sup>1</sup>

**Figure N°09 :** Exemple d'une boutique en ligne dans le cas d'une entreprise de commercialisation de produits.



Source : <http://magasins.listedenaissance.be/site-web-magasin-bebe>

## 1.2. La sécurité :

La plateforme mise en place est un système temps réel sécurisé selon les normes standards de sécurité appelées PCI-DSS, et répond aux règles de sécurités exigées par les organismes internationaux tels que visa et Mastercard dans le traitement des transactions monétiques. Cet avantage permet de valider l'authenticité de la transaction et ce dans tout le processus de son traitement.

Sur le plan technique, la plateforme mise en place est munie d'outils de sécurité utilisant des certificats SSL (128 bits) pour assurer l'intégrité des données transmises, d'outils anti intrusions « firewall » et utilise les langages standards comme JAVA pour offrir une compatibilité avec les sites marchands dans leur processus d'intégration.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> NAIMA, (A) : Automatisation du secteur bancaire et sécurisation des transactions: de la monnaie fiduciaire à la monnaie électronique, thèse d'ingénieur en sciences commerciales, INSAG, 2010, p.41

<sup>2</sup> Idem meme page.

Le point fort de cette plateforme est l'outil d'authentification et de confidentialité appelés 3D-SECURE pour la protection des utilisateurs contre la fraude en ligne, ainsi les coordonnées des cartes bancaires ne peuvent pas être interceptées ou dérobées par des tiers lors des achats. Cet outil n'est pas souvent offert par les sites marchands dans les pays développés.

### **1.3. Les Fonctionnalités :**

Cette nouvelle plateforme offre une Simplicité d'intégration avec les sites marchands utilisant des protocoles web standardisés comme le HTTPS. Pour cela, une simple intégration d'un plug-in sur son site sera nécessaire pour établir la connexion avec la plateforme e-commerce.

La plateforme e-commerce est totalement interbancaire pour les clients des banques qui bénéficient de ce service (adhésion de la banque à la plateforme e-commerce).

Des opérations de débit seront générées à l'issue d'une transaction valide de bout en bout par un achat ou un paiement d'une facture. Quant aux opérations de remboursement, elles seront générés à la demande du commerçant, en utilisant l'interface qui lui sera offerte via la plateforme et ce dans le cas d'un retour de marchandise ou service non rendu.<sup>1</sup>

## **2. Les différents Procédures d'intégration au système d'authentification 3D-SECURE de la plateforme de paiement sur internet:**

### **2.1. Les étapes d'intégration d'un émetteur à la plateforme de l'e-paiement :**

La présente procédure s'applique à tout Emetteur ouvrant le service de paiement sur Internet à ses clients, détenteurs de la carte interbancaire. L'authentification s'effectue au moyen du protocole 3D-SECURE sur la plate-forme de paiement sur Internet. La procédure d'intégration d'un émetteur au système d'authentification 3D-SECURE de la plateforme de paiement sur Internet engage une série d'acteurs et nécessite la satisfaction des prérequis. Elle définit, en outre, les étapes à suivre à l'issue desquelles sera prononcée l'intégration de l'émetteur. Cette procédure fait intervenir<sup>2</sup> :

- ✓ Le GIE Monétique ;
- ✓ Le Centre Monétique Interbancaire (SATIM) ;
- ✓ L'Emetteur.

<sup>1</sup> BOUMEDJIREK, (Salah) op.cit.p.31

<sup>2</sup> Document interne de la GIE monétique.

➤ **Prérequis de la procédure :**

- ✓ Etre membre adhérent au GIE Monétique (Organe de régulation du système monétique interbancaire) ;
- ✓ Signer un contrat d'adhésion au service de paiement sur Internet qui régit la relation entre l'Emetteur et le Centre Monétique Interbancaire.

➤ **Etapas de la procédure :**

La procédure d'adhésion se déroule comme suit<sup>1</sup> :

- ✓ Le Centre Monétique Interbancaire configure l'Emetteur dans l'environnement de test ;
- ✓ Démarrage de la phase de test ;
- ✓ Envoi par l'Emetteur d'un fichier clients contenant un lot de cartes pour lesquelles il souhaite ouvrir le service de paiement sur Internet. Intégration des cartes sur la plate-forme de paiement sur Internet ;
- ✓ Génération et envoi des mots de passe 3D-SECURE, générés pour ces cartes tests, d'une manière sécurisée ;
- ✓ Déroulement du scénario de tests définis dans le cahier de recette (annexé à la présente procédure) en présence des représentants de l'Emetteur ;
- ✓ Etablissement d'un procès-verbal de recette, net de réserves, conjointement signé par les deux parties en indiquant la date d'entrée en production ;
- ✓ Le Centre Monétique Interbancaire déclare l'Emetteur dans la base de données de la plateforme de paiement sur Internet.

## **2.2 Les étapes d'intégration d'un acquéreur à la plateforme de l'e-paiement:**

La présente procédure s'applique à tout Acquéreur ouvrant le service de paiement sur Internet à ses clients, web marchands accepteurs du paiement sur Internet par carte interbancaire. La procédure d'intégration d'un Acquéreur à la plate-forme de paiement sur Internet engage une série d'acteurs et nécessite la satisfaction des prérequis.

---

<sup>1</sup> Document interne de la GIE monétique

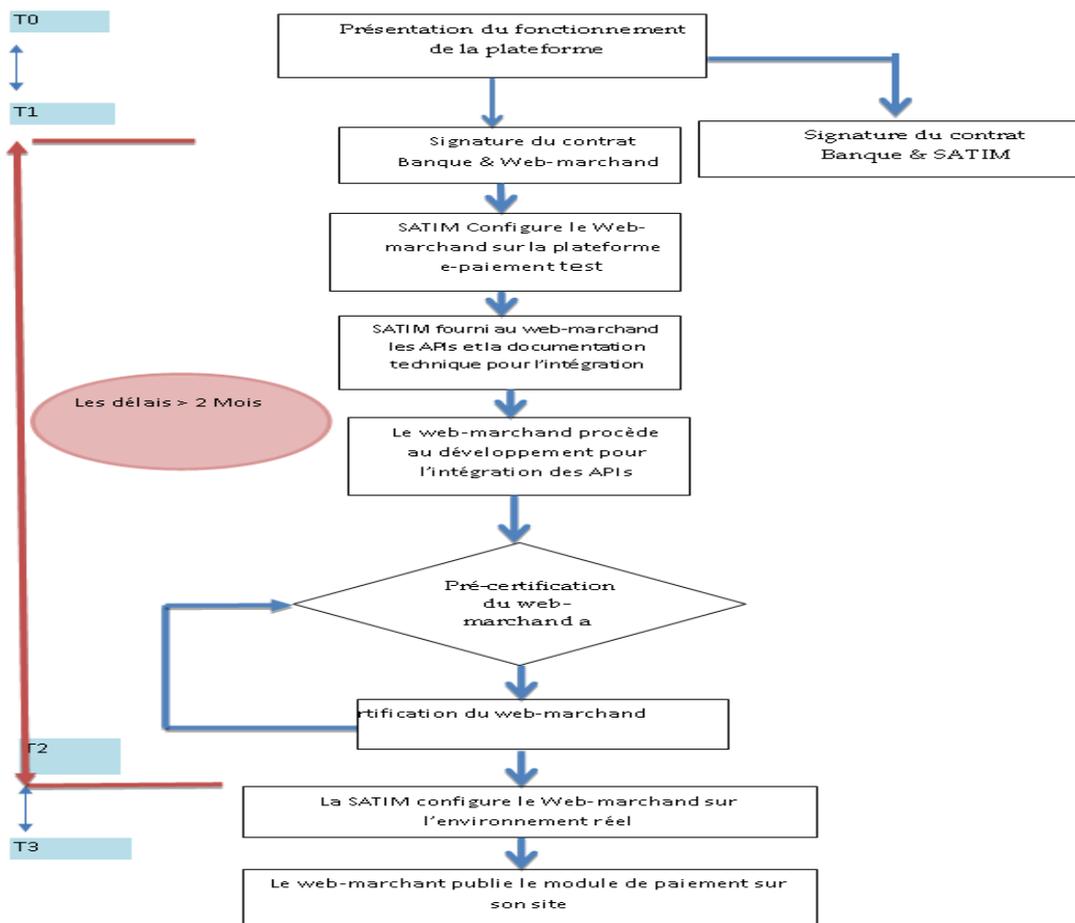
Elle définit, en outre, les étapes à suivre à l'issue desquelles sera prononcée l'intégration de l'Acquéreur à la plate-forme de paiement sur internet.

- **Les acteurs de la procédure :** La procédure fait intervenir :
  - ✓ Le GIE Monétique ;
  - ✓ Le Centre Monétique Interbancaire (SATIM) ;
  - ✓ L'Emetteur.
  
- **Prérequis de la procédure :** L'intégration d'un Acquéreur nécessite :
  - ✓ Etre membre adhérent au GIE Monétique (Organe de régulation du système monétique interbancaire) ;
  - ✓ Signer un contrat d'adhésion au service de paiement sur Internet qui régit la relation entre l'Emetteur et le Centre Monétique Interbancaire.
  
- **Etapes de la procédure :** La procédure d'adhésion se déroule comme suit :
  - ✓ Le Centre Monétique Interbancaire configure l'Emetteur dans l'environnement de test :
  - ✓ Démarrage de la phase de test ;
  - ✓ Envoi par l'Emetteur d'un fichier clients contenant un lot de cartes pour lesquelles il souhaite ouvrir le service de paiement sur Internet. Intégration des cartes sur la plate-forme de paiement sur Internet ;
  - ✓ Le Centre Monétique Interbancaire configure l'Emetteur dans l'environnement de test :
  - ✓ Démarrage de la phase de test ;
  - ✓ Envoi par l'Emetteur d'un fichier clients contenant un lot de cartes pour lesquelles il souhaite ouvrir le service de paiement sur Internet. Intégration des cartes sur la plate-forme de paiement sur Internet ;
  - ✓ Génération et envoi des mots de passe 3D-SECURE, générés pour ces cartes tests, d'une manière sécurisée ;
  - ✓ Déroulement du scénario de tests définis dans le cahier de recette (annexé à la présente procédure) en présence des représentants de l'Emetteur ;
  - ✓ Etablissement d'un procès-verbal de recette, net de réserves, conjointement signé par les deux parties en indiquant la date d'entrée en production ;

- ✓ Le Centre Monétique Interbancaire déclare l'Emetteur dans la base de données de la plateforme de paiement sur Internet.<sup>1</sup>

**2.3 Les étapes d'Adhésion d'un web-marchand à la plateforme E-paiement SATIM:**

**Figure N°10 :** Les étapes d'Adhésion d'un web-marchand à la plateforme E-paiement.



Source : Document interne de la SATIM.

➤ **Les étapes d'intégration d'un web marchand à la plateforme e-paiement sont comme suit<sup>2</sup> :**

- ✓ Présentation de la solution : la SATIM fait une première présentation pour le commerçant/entreprise sur les fonctionnalités et les services de la plateforme e-paiement ;

<sup>1</sup> Documents interne de la GIE monétique

<sup>2</sup> Document interne de la SATIM.

- ✓ Signature des contrats : Un premier contrat doit être signé entre la SATIM et la banque acquéreur, confirmant l'adhésion de la banque à la plateforme de paiement en ligne. Un deuxième contrat doit être signé entre la banque et le commerçant, ce contrat a pour objet de fixer les droits et obligations entre les deux parties ;
- ✓ Configuration du web marchand en mode test : la banque acquéreur envoie à la SATIM une demande d'intégration du web-marchand, ce dernier sera configuré en mode test de la plateforme de paiement en ligne SATIM ;
- ✓ La SATIM fournit au web marchand un plug-in\* et un fichier de paramétrage crypté contenant les paramètres spécifiques du web marchand pour l'intégration sur son site test ;
- ✓ Démarrage de la phase de développement et test du côté web marchand ;
- ✓ Procéder à une phase de pré-certification, en présence des représentants de la banque et du web marchand, durant cette phase, elle contrôle le fonctionnement du site web marchand, la sécurité mise en place, la conformité des messages à afficher pour les clients ;
- ✓ La phase de certification finale du web marchand, selon le cahier de recette SATIM. Si les tests sont concluants, un procès-verbal sera signé par les trois parties : SATIM, banque et web marchand déclarant l'homologation du web marchand pour l'adhésion à la plateforme de paiement en ligne SATIM ;
- ✓ La SATIM déclare le web marchand dans l'environnement de production pour l'acceptation des paiements avec la carte CIB. Et le web marchand publie de son côté le module de paiement sur son site.

**Tableau N°06 : Les web marchands adhérents à la plateforme du paiement en ligne.**

Banque	Web marchand
AGB	SEEAL
CPA	AIR ALGERIE CAARAMA ASSURANCE

\* Un plugin est un outil composé d'un ensemble de fichiers informatiques, et qui permet d'installer des nouvelles fonctionnalités en marge d'un logiciel auquel il est rattaché.

BADR	DJEZZY AMNA ASSURANCE OOREDOO ADE
SGA	MACIRVIE
BEA	TASSILI AIRLINE S
BNA	MOBILIS ALGERIE TELECOM SONELGAZ
BDL	CNAS

Source : Document interne de la CNEP-Banque

### 3. Cinématique d'une opération de paiement sur TPE :

- **En On-line<sup>1</sup> :**

Le paiement de proximité avec demande d'autorisation chez un commerçant par un porteur d'une carte CIB, c'est ce que l'on appelle une transaction on line car le TPE communique en temps réel avec la banque acquéreur (émission d'une demande d'autorisation et réception de la réponse)

- Le commerçant saisit le montant de la transaction sur son TPE et valide ;
- Le porteur insère sa carte bancaire dans le TPE du commerçant ;
- Le TPE effectue différents contrôles vis-à-vis de cette carte et invite le porteur à saisir son code ;
- Le porteur saisit son code confidentiel sur le terminal et valide ;
- Le TPE prépare et envoie une demande d'autorisation à la banque acquéreur (son unique interlocuteur qui aura la charge de contacter la banque du porteur). En parallèle il informe le porteur et le commerçant qu'une demande d'autorisation est en cours ;
- Le TPE reçoit une réponse à la demande d'autorisation (dans notre cas, supposons –la positive) et en informe le porteur et le commerçant ;
- Le TPE finalise la transaction, informe que la carte doit être retirée ;

<sup>1</sup> Document interne de la CNEP-Banque

- Le TPE imprime deux tickets preuve de la transaction pour le porteur, un autre pour le commerçant (contenant notamment le numéro de la transaction et le numéro de la carte du porteur) et transmet électroniquement les informations relatives à cette transaction ;
- En fin de journée, le TPE transmet l'ensemble de ces transactions à la banque acquéreur au cours d'une télécollecte afin d'effectuer la compensation.

**En Offline<sup>1</sup> :**

- La transaction est acceptée (ou refusée) par le TPE, après les contrôles du code PIN et du plafond offline contenu dans la puce ;
- Edition du ticket de transaction en deux exemplaires ;
- Le porteur vérifie son ticket et récupère sa carte.

---

<sup>1</sup> Document interne de la CNEP-Banque

### **Section 3 : Présentation générale de la carte interbancaire CIB**

La carte interbancaire en Algérie, à la fois pour retrait et paiement, a été lancée pour le deuxième semestre 2005, auprès de l'Association des banques et des établissements financiers (ABEF)<sup>1</sup>.

#### **1. Définition la carte interbancaire CIB:**

*« La carte interbancaire est une carte reconnaissable par le logo « CIB » de l'interbancaire qui est imprimé sur la carte et le logo de la banque émettrice<sup>2</sup> ».*

*« La CIB est un instrument de paiement et de retrait interbancaire domestique qui est accepté chez les commerçants affiliés au réseau monétique interbancaire et surtout les DAB installés sur le territoire national ».*

Donc on peut définir la CIB comme une carte qui permet aux clients d'effectuer le paiement des achats de biens et services auprès des commerçants et d'opérer des retraits d'espèces sur l'ensemble des automates installés sur le territoire national.

#### **2. Types de cartes interbancaires et leurs caractéristiques :**

Le système bancaire algérien propose deux types de cartes interbancaires :

- **La carte classique :**

La carte classique offre des services de paiement et de retrait interbancaire. Elle propose à la clientèle selon les critères arrêtés par chaque banque.

Les **caractéristiques** de la carte CIB classique sont :

- Carte de couleur bleue ;
- Visuel unique sauf le logo de la banque émettrice ;
- Destinée à la clientèle qui a un revenu moyen ;
- Carte à puce et magnétique.

<sup>1</sup> <https://www.balancingact-africa.com> (consulté le 07/03/2018 à 13h30)

<sup>2</sup> [www.satim-dz.com](http://www.satim-dz.com) (consulté le 07/03/2018 à 14h00)

Figure N°11 : la carte interbancaire Classique



Source : [https://www.societegenerale.dz/cib\\_classic.html](https://www.societegenerale.dz/cib_classic.html)

• La carte Gold :

La carte Gold offre aussi des services de retrait et de paiement interbancaire, proposée à la clientèle aux revenus supérieurs, cette carte possède un plafond de retrait et de paiement plus important.

Les caractéristiques de la carte Gold sont :

- Carte de couleur dorée ;
- Destinée à la clientèle qui a un revenu important ;
- Fond unique sauf le logo de la banque émettrice ;
- Remplacée en 48h en cas de perte ou de vol.

Figure N°12 : La carte interbancaire Gold



Source : Document interne de la DIP

3. Les fonctions de la carte CIB

3.1. Le retrait par carte interbancaire : Une carte bancaire peut être une « carte de retrait » d'espèces sur un Distributeur Automatique de Billet (DAB) ou sur un

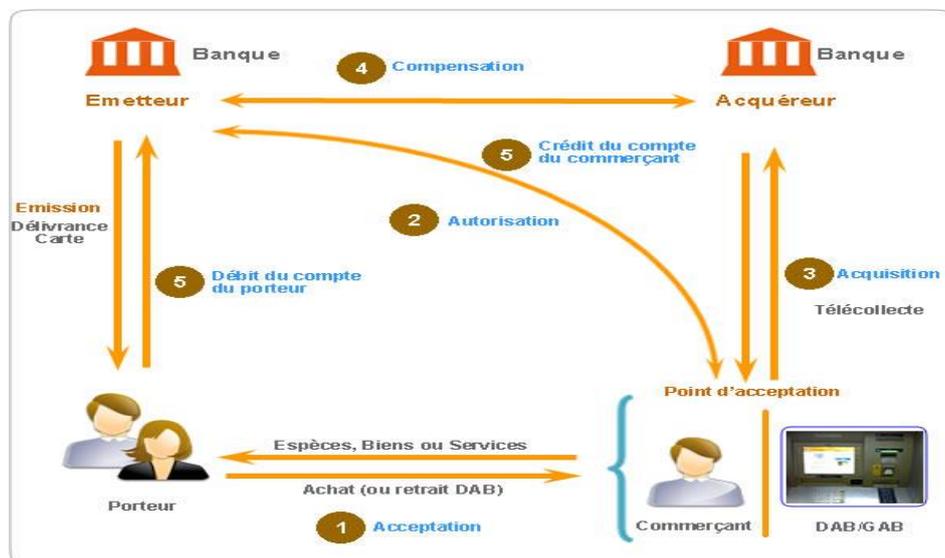
Guichet Automatique de Banque (GAB), installés au niveau de la banque émettrice ou auprès d'autres banques, par le débit du compte.

### 3.2. Le paiement par carte interbancaire :

Une carte bancaire peut être une « carte de paiement » des achats de biens et services auprès des commerçants équipés d'un terminal de paiement électronique (TPE), agréé par des agences de réseau commercial de la banque.

Le paiement par carte est un exemple de modèle à 4 coins. Il fait intervenir quatre acteurs : le commerçant, le client, la banque du commerçant, la banque du client.

**Figure N°13:** Circuit de la transaction (modèle 4 coins)



Source : document interne de la SATIM

### 4. Les facteurs de succès des cartes interbancaires :

Le succès de la carte bancaire en tant que moyen de paiement est dû à plusieurs facteurs<sup>1</sup> :

- **L'autorisation de paiement :** lorsque le commerçant demande une autorisation de paiement, il obtient la réponse immédiatement sur son terminal. En quelques secondes, il effectue un paiement sûr avec réponse de la banque.
- **Un paiement sécurisé :** avec l'utilisation des de la puce EMV et du code pin en proximité, ou de l'utilisation du protocole 3D Secure lors d'un paiement en ligne, le

<sup>1</sup> Benoit (Boutry) : Op.cit., p.49

commerçant bénéficie du transfert de la responsabilité vers la banque du porteur en cas de fraude.

- **La rapidité du paiement** : en proximité, l'usage du code PIN évite au commerçant la vérification d'identité, un paiement par carte s'effectue en quelques secondes, assurant ainsi une meilleure fluidité en caisse.
- **La gestion automatisée** : le paiement par carte et l'encaissement en banque sont entièrement automatisés, la télétransmission des remises s'effectue à intervalles réguliers, déterminés par le commerçant. Le commerçant diminue le montant des valeurs en caisse.

## 5. L'opération d'ouverture du service de paiement sur internet au profit des porteurs des cartes CIB :

### 5.1. L'opération d'ouverture : passe par trois étapes<sup>1</sup> :

- Envoi par l'Emetteur (la banque) d'un fichier client contenant un lot de cartes pour lesquelles il souhaite ouvrir le service de paiement sur Internet ;
- La SATIM procède à l'intégration des cartes sur la plate-forme de paiement sur Internet ;
- La SATIM procède à la génération et l'envoi des mots de passe 3D-SECURE des clients à la banque, d'une manière sécurisée selon la procédure préalablement arrêtée avec l'Emetteur.

### 5.2. L'évolution de nombre de porteurs de carte en Algérie :

Avec la création de SATIM, les cartes bancaires commencent à prendre de l'ampleur comme le montre le tableau suivant :

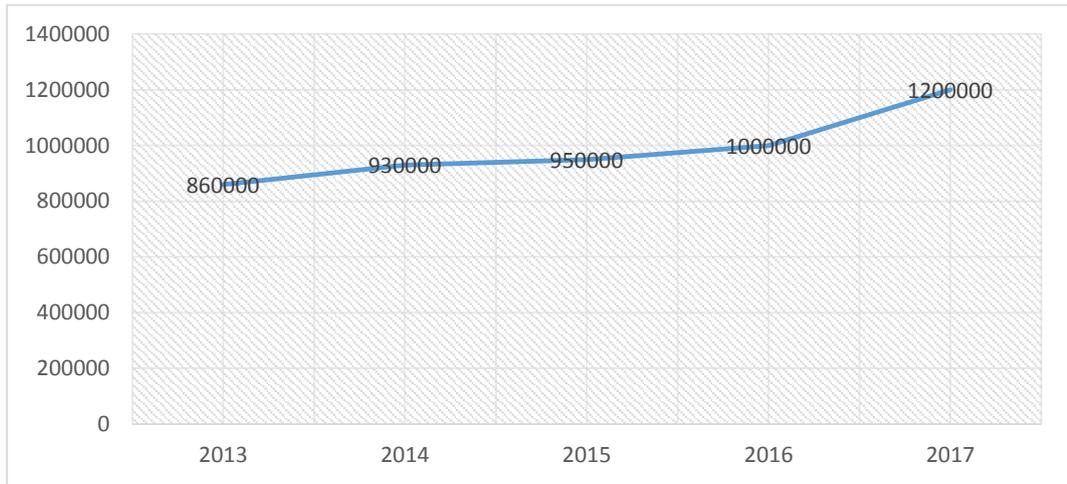
**Tableau N°07** : l'évolution du nombre de porteurs de cartes interbancaires

Année	2013	2014	2015	2016	2017
Nombre de cartes	860000	930000	950000	1000000	1200000

**Source** : bulletin trimestriel de la SATIM

<sup>1</sup> Document interne de la SATIM

**Figure N°14:** l'évolution du nombre de porteurs de cartes interbancaires



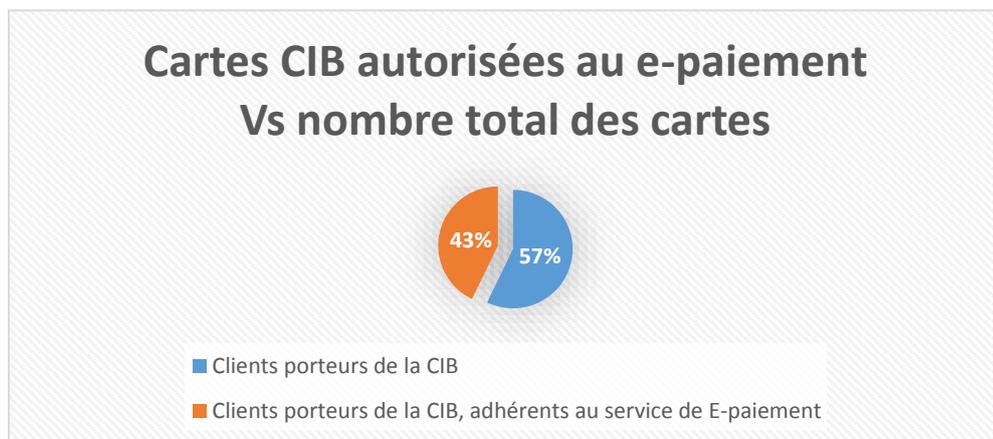
D'après le graphe on voit que le nombre de cartes est en croissance. En passant de 860 000 à 1 000 000 entre 2013 et 2016. On est arrivé à 1 200 000 porteurs de cartes interbancaires en 2017. Mais ça reste quand même d'être insuffisant.

**Tableau N°08 :** Cartes interbancaires autorisées à l'E-paiement Vs nombre total des cartes.

Types de clients	Nombre de cartes
Clients porteurs de la CIB	<b>1 200.000</b>
Clients porteurs de cartes CIB, adhérents au service de E-paiement	<b>900.000</b>

Source : Etabli par nos soins.

**Figure N°15 :** Cartes CIB autorisées au e-paiement Vs nombre total des cartes



Source : Excel

## 6. Le modèle économique :

L'appréciation d'un produit est basée sur : le retour sur les investissements engagés, les équilibres d'exploitation permettent de réaliser. En ce qui concerne la carte interbancaire, ces deux éléments sont très difficiles à chiffrer du fait de la variété des coûts et des investissements et de leur mise à niveau constante.

### a) Les investissements :

Les investissements des banques comprennent : les coûts des études, l'acquisition des infrastructures (DAB, TPE, câblage et réseau...), la formation. Les investissements servent également à élargir les domaines d'utilisation de la carte bancaire (vente à distance, commerce en ligne...) et développer de nouveaux produits (PME, extension de la gamme...)<sup>1</sup>.

### b) Les équilibres d'exploitation :

L'objectif de lancement de la carte sur le marché des moyens de paiement susceptibles de se substituer progressivement à la monnaie fiduciaire et aux chèques (instrument papier coûteux et sans contrepartie réelle au niveau des recettes).

Le produit carte génère pour les banques des recettes et des coûts<sup>2</sup> :

- **Recettes** : deux types de recettes:
  - les cotisations du porteur qui sont généralement des cotisations annuelles acquittées par le porteur en fonction du type de carte ;
  - la commission d'inter-change appelée aussi commission interbancaire de paiement (CIP), cette commission est versée par la banque acquéreur du paiement à la banque émettrice de la carte. Elle est censée rémunérer les services de garantie et une certaine mutualisation des risques.
- **Coûts** : L'exploitation des cartes génère également pour les banques un ensemble de coûts dont :
  - Les coûts d'acquisition et de personnalisation des cartes facturés par la SATIM, 300 DA pour la carte CIB classique et 600 Da pour la carte GOLD ;
  - Les frais d'abonnement au réseau carte national ou international ;

<sup>1</sup> NAIMA, (A): Op.cit., p.40.

<sup>2</sup> Document interne de la SATIM.

- Les frais de traitement qui se décomposent en frais de saisie et en frais de gestion des transactions ;
- Les coûts induits par une fraude avérée ou des tentatives de fraude ;
- Les frais générés par les abusifs qui sont des titulaires de comptes qui n'honorent jamais le découvert sur les camps de leur et dont les opérations doivent être passées en perte ;
- Les frais d'amortissement des DAB/GAB et des TPE ;
- Les dépenses de promotion du produit carte et du marketing.

**c. Le principe de la tarification :**

- **1er cas :** si le MT < 2000 DA

CT fixe = 10 DA, réparti comme suit<sup>1</sup> :

- Si transactions intra bancaires :

**Tableau N°09 :** Les transactions intra bancaires

Acteur	Montant
Banque	5 DA
SATIM	5 DA

**Source :** Document interne de la CNEP-Banque

- Si la transaction est interbancaire :

**Tableau N°10:** Les transactions interbancaires

Acteurs	Montants
Acquéreur	3 DA
Emetteur	2.5 DA
SATIM	2.5 DA
CPI	2 DA

**Source :** Document interne de la CNEP

**2eme cas :** si le MT > 2000 DA

CT : 0.7% du montant de la transaction avec CT MAX : 300DA HT.

<sup>1</sup> Document interne de la CNEP-Banque

**Tableau N°11:** Les transactions interbancaires.

Acteurs	Quote-part
Acquéreur	45%
Emetteur	25%
SATIM	30%
CPI	2 DA

**Source :** Document interne de la CNEP

Quant aux commissions elles sont présentées comme suit<sup>1</sup> :

- Un plafond de la commission commerçant est fixé à 300 da ;
- La commission est totalement supportée par le facturier ;
- La gratuité de la transaction pour le porteur sauf en cas de remboursement ou de répercussions d'une partie de l'abonnement réglée par la banque émettrice ;
- La commission est partagé entre les différents acteurs (émetteur, acquéreur, SATIM).

## 7. Avantages et inconvénients de l'utilisation de la carte bancaire:

### a. Pour les banques<sup>2</sup> :

#### • Les avantages :

- Une automatisation totale des systèmes de règlement et de compensation ;
- La réduction, voir l'annulation du risque d'erreurs sur les opérations effectuées sauf en cas de dysfonctionnement des machines ;
- Diminution du coût de gestion des monnaies manuelles (billets et pièces) ;
- Une facilitation des opérations d'audit étant donné que les traces des opérations effectuées avec carte bancaire peuvent être consultables rapidement et à tout moment.

<sup>1</sup> Document interne de la SATIM

<sup>2</sup> NAIMA, (A): Op.cit., p.52

- **Les inconvénients :**

- Des investissements très lourds dont la rentabilité ne peut être perçue qu'à très long terme ;
- Une durée d'amortissement relativement longue concernant les coûts d'installation et de mise en œuvre du système.

**b. Pour le porteur de la carte<sup>1</sup> :**

- **Les avantages :**

- Rapidité d'utilisation lors des paiements et des retraits d'espèces ;
- Évite de devoir circuler avec des espèces sur soi ;
- Les Algériens pourront plus facilement comparer les prix des différents commerçants, qui seront amenés à baisser les prix de leurs produits de consommation ;
- Une sécurité totale grâce au code confidentiel.

- **Les inconvénients :**

- Commissions élevées sur certaines catégories d'opérations ;
- Plafonds de paiement et de retrait ;
- Cotisation annuelle.

**a. Pour le commerçant<sup>2</sup> :**

- **Les avantages :**

- Une garantie de paiement ;
- Rapidité, simplicité et commodité dans les opérations de paiement ;
- Une fluidité en caisse ;
- Facilité des opérations de règlement pour les clients.

- **Les inconvénients :**

- Investissements importants dans les équipements (lecteurs de carte, câblage, lignes téléphonique...)

---

<sup>1</sup> <https://www.lafinancementpourous.com> (consulté le 12/03/2018 à 16h12).

<sup>2</sup> <https://www.jdc.fr> (consulté le 12/03/2018 à 17h15).

- Paiement de commissions sur les transactions.

**b. Pour économie<sup>1</sup> :**

- **Les avantages :**

- **Augmentation du nombre des startups:** L'e-paiement donnera aux startups algériennes la possibilité de viser un marché global, une stratégie cruciale pour leur survie ;
- **Plus d'exportations:** L'arrivée du paiement en ligne permettrait aux entrepreneurs de vendre leurs produits et leurs expertises locales à l'étranger, au moment où nous essayons d'équilibrer la balance commerciale en augmentant la part des exportations ;
- **L'animation du secteur touristique :** Les touristes étrangers et algériens pourront plus simplement organiser leurs voyages en réservant en ligne et en profitant des nouveaux modes de tourisme;
- **Des pratiques plus respectueuses de l'environnement :** Passer au paiement en ligne permettra de réduire le nombre d'impressions de supports commerciaux ;
- **Plus d'emplois :** L'ensemble des améliorations apportées par l'e-paiement induiront systématiquement des créations d'emplois liés aux activités impactées: tourisme, exportation, artisanat et surtout e-commerce.

---

<sup>1</sup> BOUMEDJIREK, (Salah): Le E-paiement pour le développement des activités de la SATIM, MBA international paris, Dauphine université de paris, 2015

**Conclusion :**

La performance de la monétique en Algérie qui est reflétée à travers l'utilisation de la carte et le nombre des réseaux interbancaires installés au niveau des banques.

Dans ce chapitre, nous avons étudié les problèmes d'intégration des nouveaux moyens de paiement sur internet pour essayer de proposer une nouvelle plateforme de paiement en ligne. Nous avons aussi fait une présentation de la monétique en Algérie avec ses différents acteurs et des statistiques sur l'activité monétique de la SATIM. Ainsi, l'étude des différentes étapes d'intégration à la plateforme du paiement en ligne et abordé aussi à la mise en œuvre du système de la carte interbancaire, ses types, ses avantages et ses inconvénients.

Malgré tous les efforts déployés par les autorités bancaires algériennes pour généraliser l'utilisation de la monétique, cela reste insuffisant puisque le problème de la monétique n'est pas un problème technique, mais un problème de mentalité et de la culture de cash.

**Chapitre 3 :**  
**L'utilisation de l'e-paiement en Algérie :**  
**Une enquête analytique**

### **Introduction :**

Depuis le lancement officiel de l'e-paiement en octobre 2016, le paiement électronique circonscrit à certains grands facturiers, a enregistré plus de 100 000 transactions, à raison d'une moyenne 10 000 transaction par mois, plus de 1,5 millions de cartes interbancaires (CIB) ont été distribuées et 12 000 TPE (terminaux de paiement électronique) ont été installés et Algérie Poste a reconverti 5 millions de cartes de retrait en cartes de paiement.<sup>1</sup>

Malgré la déclaration du président Groupe d'intérêt économique (GIE monétique), Boualem Djebbar. La communauté bancaire est prête pour l'e-paiement à grande échelle en Algérie cependant le frein majeur de la promulgation de la loi sur le e-commerce reste encore en attente afin de sensibiliser l'e-commerce d'une façon concrète dans notre pays.

Actuellement au niveau du gouvernement, le service du paiement électronique se limite au paiement des factures d'électricité, gaz (SONELGAZ), et de l'eau (SEEAL) ainsi que de certains services d'assurances notamment l'assurance voyage. (AMANA ASSURANCE), les billets d'avion chez AIR ALGERIE, et le paiement en ligne de quelques services téléphoniques chez (ALGERIE TELECOM), le e-paiement n'est qu'à ces débuts en Algérie malgré deux ans et plus de son lancement officiel à l'égard du retard considérable dans ce domaine mais ça n'empêche pas notre pays de y'aller loin dans le domaine de l'économie numérique ,l'Algérie détient une infrastructure considérable qui lui permettra de récupérer son retard dans ce domaine , il suffit juste une désirable initiative de la part de l'état afin de promulguer les législations règlementaires qui organisent et protègent les parties clientes de l'économie numérique .

Dans ce chapitre, nous allons quantifier notre étude à travers l'élaboration de deux questionnaires l'un est adressé au public et aux clients de banques porteurs de carte CIB et l'autre spécifique aux responsables de six banques parmi eux trois nationales et internationales qui est en relation direct avec notre cas pratique pour bien comprendre l'évolution des dispositifs de l'e-paiement depuis son lancement en 2016 et le peu d'engouement d'utilisation des carte CIB par les détenteurs de ces derniers.

Dans la première section, nous allons définir une présentation générale de l'organisme d'accueil où nous avons effectué notre stage durant un mois. Ensuite, nous allons collecter les

---

<sup>1</sup> [www.giemonétique.dz](http://www.giemonétique.dz)

informations des répondants de nos questionnaires distribués et de les bien traités, afin qu'on puisse analyser chaque question à part sur la base des (tableaux, Figures, Graphes) tout en donnant des commentaires sur les résultats atteints et de faire sortir les problèmes et les freins au développement de l'e-commerce et l'e-paiement qu'existes dans notre pays ce qui nous va faciliter la main d'élaborer par la suite une synthèse globale des résultats pour que nous pourrions proposer nos propres suggestions et recommandations aux déférentes acteurs qui constituent l'économie électronique en Algérie.

## **Section 1 : Présentation de la CNEP /BANQUE et de la Direction de la Monétique**

La CNEP/BANQUE évolue actuellement dans un environnement caractérisé par une vive concurrence, une surliquidité du marché monétaire et conjoncture économique nationale et internationale en changements continuels. Afin de faire face à telles contraintes, la CNEP/BANQUE s'est dotée d'une structure de contrôle de gestion que nous allons présenter par la suite après avoir donné un bref aperçu historique de cette banque

### **1. Présentation de la CNEP /BANQUE :**

#### **1.1. Historique :**

La CNEP/BANQUE crée le 10/08/1964 sous l'égide de la loi N° 64- 227 en substitution à la caisse de la solidarité de départements et communes d'Algérie (CSDCA) n'a été opérationnelle qu'à partir de 1966 et depuis trois grandes missions lui sont accordé à savoir :

- \_ La collecte de l'épargne
- \_ Le financement du logement
- \_La promotion immobilière

**La CNEP** a connu diverse changements tant sur le plan statutaire que sur le plan de ses activités.

- **1ère période (1964- 1974)**

Durant cette période la CNEP s'est assignée comme mission :

- la collecte de l'épargne sur livret pour les ménages (taux d'intérêt de 2.8% jusqu'à 1970)
- l'octroi de crédits pour achat de logement (prêts sociaux) le réseau de collecte de l'épargne était constitué de deux agences (Alger, Tizi ousou) qui furent ouvertes au public 1967

La collecte était surtout assurée par le réseau des PTT (575 points de collecte)

- **2ème période (1971- 1979)**

Durant cette période, était surtout consacrée à l'encouragement du financement de habitat, activités principale durant cette période se résument comme suit :

- Mise en place du système d'épargne logement (arrêté ministériel du 19/02/1971)
- Le financement de l'habitat (instruction CNEP du 08/04/1971)

-Mise en œuvre d'un nouveau produit d'épargne qui est le compte d'épargne devise (instruction CNEP N° 08 du moins de mai 1971)

Ces activités ont données un essor considérable en matière d'épargne, le développement de la CNEP par l'amélioration de son réseau qui a joué un rôle important essor en 1979 le nombre d'agences et bureaux de collecte est passé à 46.

- **3ème période (1980-1996) :**

La CNEP s'est assigné de nouvelles activités qui concernent :

- Le suivi des crédits construction octroyés aux particuliers
- Le financement de l'habitat promotionnel « décret N°80-123 » du 13 /09/1980 sur fonds d'épargne avec vente aux engagement seulement
- Le financement des secteurs hors habitat (profession libérales transports, coopérative etc. Ceci a énormément encouragé grâce à la diversification des produits offerts à la clientèle.

La CNEP a également des produits durant cette période, augmentée le nombre d'agence (120 agence 1988 et 172 en 1996.

Suit à la promulgation de la loi sur la monnaie et le crédit (loi 90-10 avril 1990) de nombreux bouleversement ont marqué le système bancaire Algérien qui est désormais livré la concurrence et donc à la diversification de ses produits

Ainsi la CNEP a connu depuis 1997 une modification des statuts qui a marqué son passage d'une caisse chargée de la collecte à une banque exerçant l'ensemble des activités qui lui sont accordée et présente actuellement le statut juridique de société par action (SPA) au capitale de 14000000 DA divisé en 14000 action entièrement libérés par l'unique actionnaire qui est trésor public

- **4ème période (1997 à nos jours)**

L'assemble générale ordinaire de la 17/07/2008 relative au repositionnement stratégique de la banque décide que son activité autorise au titre crédits aux particuliers :

- Les crédits hypothécaires prévus par les textes particuliers en vigueur au sein de la banque à l'exclusion des prêts pour l'achat locaux, la construction, l'extension et l'aménagement des locaux à l'usage commercial ou professionnel.

Il y a aussi le financement de la promotion immobilière, sont autorisés à savoir :

- Le financement des programmes immobiliers destinés à la vente ou à la location, y compris au intégrant des locaux à usage commercial ou professionnel
- Le financement de l'acquisition ou l'aménagement de terrains destinés à la réalisation de logements
- Financement des entreprises le segment qui sont autorisés :
- Le financement des opérations d'acquisitions, d'extension et ou de Renforcement des moyens de réalisation (équipements) initiés par des entreprises de production de matériaux de construction ou des entreprises de réalisation intervenant dans le secteur de bâtiment
- Le financement de projets d'investissement dans les secteurs de l'énergie, de L'eau, de la pétrochimie ou de l'aluminerie.

### **1.1. Les structures de la CNEP/BANQUE**

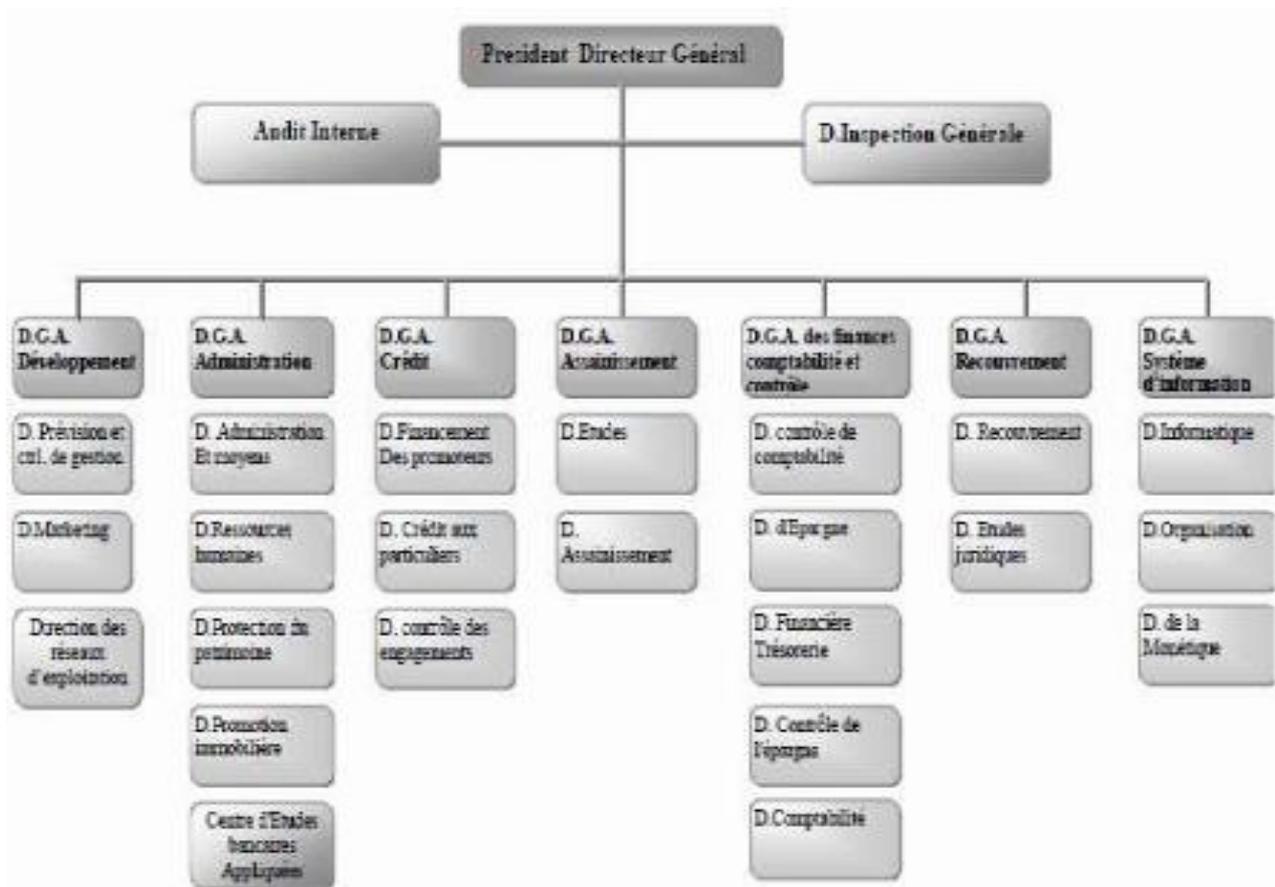
#### **1.2.1 Les structures au niveau central :**

La CNEP/Banque est dirigée par un Président Directeur Général (PDG), assisté de six Directeurs Généraux Adjointes (DGA) :

- Le DGA chargé du développement ;
- Le DGA chargé de l'administration ;
- Le DGA chargé du crédit ;
- Le DGA chargé de l'assainissement ;
- Le DGA chargé de l'épargne et des réseaux d'exploitation ;
- Le DGA chargé du recouvrement.

Ces DGA sont sous l'autorité directe du PDG. Ils ont pour missions d'assurer l'animation, la coordination, l'assistance et le suivi des activités des vingt et une Directions centrales placées sous leurs autorités. En sus de ces Directions Générales Adjointes, la direction de l'inspection générale et une cellule chargée de l'audit interne.

Figure N°16 : Organigramme du siège central



Source : Document interne de CNEP Banque

### 1.2.2 Les directions régionales :

La décision réglementaire 74-95 du 21 novembre 1995 fixe les dispositions d'organisation des directions régionales. L'article premier de cette décision définit la direction générale comme « structure hiérarchique de soutien des agences implantées dans sa circonscription territoriale définie par voie réglementaire ». Les missions dévolues à la direction régionale sont prises en charge par un Directeur de réseau, assisté de cinq chefs de départements, à savoir :

- Le département du personnel et des moyens
- Le département du financement
- Le département des finances et de la comptabilité
- Le département de l'informatique
- Le département de l'épargne.

Figure 17 : Organigramme des directions régionales



Source : Document interne de CNEP Banque

La CNEP/Banque compte, actuellement, quinze(15) réseaux d'exploitation .nous avons repris par un organigramme l'ensemble d'exploitation de la CNEP/Banque.

### 1.2. Les produits de la CNEP/Banque:

Grâce à son propre réseau d'agences constitué de 189 agences, toutes informatisées, et les 3.500 bureaux de poste, la CNEP/Banque offre à sa clientèle une large gamme de produits. Son objectif étant, d'un côté, la satisfaction de leurs besoins, et de l'autre côté, de rivaliser ces concurrents sur le marché bancaire algérien. Le large éventail de produits proposés par la CNEP/Banque est constitué de:

**1.3.1 Les produits de l'épargne :** Les produits de placement offerts à la clientèle englobent:

**LEL:** livret épargne logement conférant à leur titulaire le droit d'accès à un crédit avec des conditions privilégiées;

**LEP:** livret épargne populaire ne donnant aucun droit à son titulaire ;

**DAT :** logement: dépôts à terme ;

**DAT** banque: dépôts à terme; Bon de caisse.

**1.3.2. Les crédits à la clientèle:** afin de financer ses clients, la CNEP/Banque a mis en place un certain produit.

**a. Les produits de l'habitat :**

- Les entreprises: la CNEP/Banque finance les programmes de construction de logements réalisés par les promoteurs publics ou privés y compris des programmes de vente sur plan et des ensemble promotionnels immobiliers intégrés par acquisition de terrains et des études de réalisation
- Les particuliers: elle finance tous types d'habitat y compris: la construction de logements individuels ou coopératifs, l'achat auprès d'un promoteur public ou privé d'un logement neuf, l'achat auprès d'un particulier de logements neufs ou anciens, l'achat de terrain pour la construction et enfin, l'aménagement ou extension de logements.

**b. Les crédits hors habitat:**

- Les entreprises: le financement des crédits d'investissement et d'exploitation est une nouvelle activité de la CNEP/Banque
- Les particuliers: offre des crédits d'équipement domestique (crédit confort) ombre de produits à savoir:

**1.3. Les principales statistiques :**

- La masse bilancielle au 31/12/2002 est de 517 milliards de dinars;
- Le ratio de solvabilité est de 14%(8% réglementaire) ;
- Épargne collectée par la CNEP/Banque au 31/03/2003 s'élève à 446 milliards de dinars;
- Les crédits accordés par la CNEP/banque au 31/03/2003 sont de 427 milliards de dinars.
- Au 31/03/2003, les parts de marché de la CNEP/Banque s'élevaient à 19.57% des dépôts collectés par le système bancaire, 37.43 % des crédits à l'économie octroyés par les banques
- La motivation de la clientèle :
- L'accès au logement : 64 % ;
- Le bénéfice d'un crédit : 20 % ;
- L'épargne de prévoyance : 16 %.

**2. Présentation de la direction de la monétique :**

Il est créé au sein de la direction générale adjointe chargée des systèmes d'information, une direction des instruments de paiement, dénommée sous l'abréviation DIP.

### 2.1 Structuration de la direction des instruments de paiement :

La direction des instruments de paiement est organisée à titre indicatif, par départements d'activité comme suit :

- Département télé compensation
- Département développement et normalisation des instruments de paiement
- Département monétique
- Département des incidents de paiement

### 2.2 Missions et attributions :

Les missions dévolues à la direction des instruments de paiement sont :

- Mettre en place pour les échanges interbancaires, les conditions opérationnelles minimales pour le traitement efficace et sécurisé opérations de paiements
- Mettre en place les infrastructures interbancaires
- Développer les moyens de paiements par cartes bancaire nationales assimilés par la dématérialisation des valeurs (chèque, virement, prélèvement, etc...)
- Définir une stratégie d'évolution des moyens de paiement en intégrant les nouvelles technologies par l'utilisation des différents outils de paiement (DAB, GAB, TPE, lecteur de chèque etc....)
- Assurer la gestion des fonctions techniques et logistiques des systèmes (porteurs et acceptants des cartes)
- Mettre en place les procédures de traitement, d'audit et de contrôle ainsi que les circuits permettant d'assurer la télé compensation
- Réduire les délais de traitement, des opérations à échanger
- Assurer la piste d'audit des opérations échangées
- Assurer la promotion des nouveaux moyens de paiements,
- Gestion de la cohérence des plannings
- Gestion de la formation interne qui comprend :
  - L'organisation des stages
  - La conception, la réalisation et l'animation de stages techniques et spécifiques

## **Section 2 : méthodologie de l'enquête et l'analyse du questionnaire**

Avant d'aborder l'élaboration du questionnaire et ses compartiments nous devons premièrement présenter la méthodologie de notre enquête qui sert à définir l'objectif primordiale de l'enquête, la structuration des questions et son mode d'administration aux citoyens et aux personnages publique afin de limiter le déroulement de notre travail et de lui donner une certaine logique d'adaptation d'une manière explicative qui nous assurerons par la suite l'analyse du questionnaire et l'interprétation de ses résultats afin d'apporter les éléments de réponses aux différents hypothèse émises au début du mémoire.

### **1. Méthodologie de l'enquête :**

#### **1.1 L'objectif de l'enquête :**

Notre travail consiste à élaborer un questionnaire qui contient des questions multiples (ouvertes et fermés) adressés aux 170 personnes domiciliés à la wilaya d'Alger qui nous assure par la suite une bonne communication entre les quatre intervenants principaux de l'enquête (client de CNEP Banque, chargé d'étude, enquêteur, interviewé)

Ce questionnaire brigue a collecté les réponses des différents partie de la société sur les instruments de paiements, l'utilisation des CIB dans le paiement en ligne et les moyens de paiements les plus utilisés en Algérie d'une façon générale

La collecte des réponses sert a bien traité ces derniers pour les transformer en informations fiable et pertinente, ce qui nous ouvre l'intervalle à identifier les moyens de paiement électroniques les plus utilisés et comprendre les processus du paiement en ligne afin détecter les freins liés à ce dernier en vue de donner des solutions pour le développer et le généraliser.

#### **1.2 Méthode d'échantillonnage :**

Il y a différentes méthodes d'échantillonnage, comme le montre le schéma de P. Kotler<sup>8</sup> nous pouvons les regrouper en deux types, les méthodes probabilistes et les méthodes non probabilistes. La méthode probabiliste est Basée sur les lois du calcul des probabilités<sup>1</sup>.

---

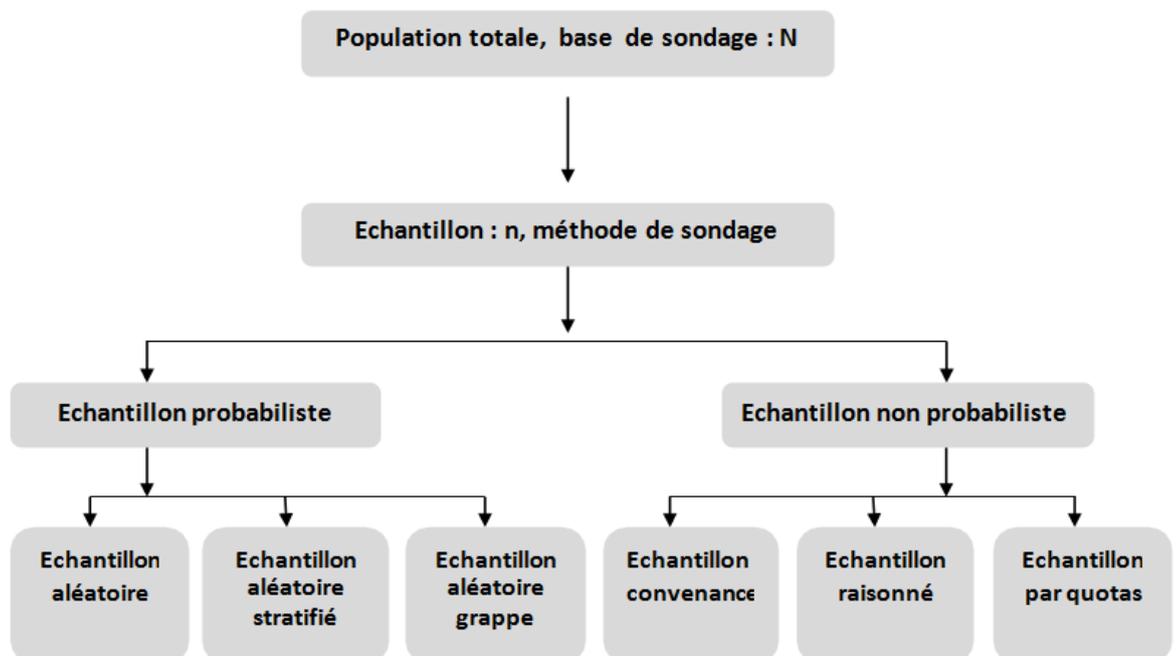
<sup>1</sup> Christine DUFOUR & Vincent LARIVIÈRE, Principales techniques d'échantillonnage probabilistes et non-probabilistes, SCI6060, 2012, p.60

Chaque élément de la population a une chance égale d'être choisi (le choix se fait aléatoirement par exemple à l'aide d'un logiciel statistique, avec une table de nombre aléatoire ou en pigeant dans un chapeau)

Habituellement plus représentatif de la population par contre dans les méthodes non probabilistes ce sont des méthodes Non basés sur les lois du calcul des probabilités (pas aléatoire)

Chaque élément de la population n'a pas une chance égale d'être choisi Risque d'être moins représentatif de la population

**Figure N°18:** les méthodes d'échantillonnage.



Source : <http://www.sylvainlacroix.ca> (Consulté le 13/04/2018 à 18h46)

### 1.2.1 Échantillon probabiliste:

- **Échantillon aléatoire simple**

\_ Éléments choisis aléatoirement (en utilisant par exemple une table de nombre aléatoire, un logiciel statistique, ou manuellement (la technique du "chapeau")) à partir d'une liste énumérative de tous les éléments

\_ Favorise la représentativité (mais ne la garantit pas!)

\_ Simple mais peut être difficile d'utilisation et onéreux lorsqu'il n'existe pas de liste et qu'il faut la construire

\_ Ex. À partir du bottin téléphonique de l'entreprise, utiliser une table de nombre aléatoire pour choisir l'échantillon

- **Échantillon aléatoire stratifié**

\_ Population découpée en strates représentant certaines de ses caractéristiques

\_ Éléments choisis dans les strates à l'aide d'une technique d'échantillonnage probabiliste; le nombre d'éléments choisis dans les strates peut ou non représenter les proportions de la population

\_ Méthode la plus raffinée; permet d'assurer une meilleure représentativité et de comparer les sous-groupes

\_ Ex.: Diviser la population des bibliothèques publiques au Québec par rapport à leur budget et choisir aléatoirement dans chaque « tranche budgétaire » un nombre de bibliothèques tout en respectant les proportions de la population

- **Échantillon en grappes (par faisceaux) :**

\_ Choix aléatoire de grappes (sous-groupes de la population) au lieu d'unités

\_ Utile lorsque les éléments sont naturellement groupés ou quand il n'est pas possible d'obtenir la liste de tous les éléments de la population cible

\_ Économique en temps et en argent; moins exact cependant que l'aléatoire simple

\_ Ex. Pour étudier la population étudiante, choisir aléatoirement des programmes d'étude au lieu de choisir des étudiants.

### 1.2.2 Échantillon non probabiliste :

- **Échantillon de convenance**

Le chercheur sélectionne un échantillon à sa portée pour recueillir l'information ;

\_ Ex.: Retenir les 10 premières personnes qui sortent de la bibliothèque

- **Échantillon par choix raisonné**

Le chercheur choisit l'échantillon en fonction de sa capacité à lui fournir une information fiable ;

\_ Choix des éléments basé sur le jugement du chercheur par rapport à leur caractère typique ou atypique (ex. cas extrêmes ou déviants)

\_ Permet d'étudier des phénomènes rares ou inusités; peu de représentativité de l'ensemble de la population

- **Échantillon par quotas**

\_ Population découpée en strates représentant certaines de ses caractéristiques

\_ Éléments choisis dans les strates à l'aide d'une technique d'échantillonnage non probabiliste; le nombre d'éléments choisis dans les strates représente les proportions de la population

\_ Permet de reproduire plus fidèlement la population et réduit les biais

Dans notre cas on est opté pour la méthode non probabiliste par quotas qu'est l'une la plus utilisée elle comporte un quota croisé entre sexe et âge (18-25 ans, 25-35 ans, 35-45 ans, 45-55 ans, 55 ans et plus, soit cinq catégories), la profession actuelle du ménage en dix catégories (agriculteurs/artisans, commerçants; cadres, professions libérales, étudiants, enseignant, chef d'entreprise, ouvriers, inactifs et retraité) et le lieu géographique (Alger), L'introduction de ce dernier critère établit un modèle réduit de la population et assure une bien meilleure représentativité des échantillons.

### **1.3 structure des questions :**

L'enquête par questionnaire a pour but de récolter des informations claires et précises. Ces informations peuvent être de natures différentes, se rapportant à des goûts et préférences, des avis, des sentiments ou des renseignements spécifiques à chaque individu. Pour capter ce flux d'informations très distinctes, le questionnaire peut comporter différents types de questions. Selon l'information désirée, Notre questionnaire quant à lui comporte plusieurs types de questions parmi lesquelles :

#### **1.3.1 Les questions ouvertes:**

La question ouverte est utilisée lorsqu'on souhaite formuler une question sans proposer une liste de réponses. On utilisera alors un champ libre pour permettre au répondant de répondre librement. Afin de ne pas avoir un texte trop long et faciliter le traitement des résultats, il est possible de limiter le nombre de caractères<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> <https://www.dragnsurvey.com> (Consulté le 13/04/2018 à 19h18)

### 1.3.2 Les questions fermées :

La question fermée est utilisée lorsqu'on souhaite proposer une liste de réponses aux répondants.

La rédaction d'une question fermée nécessite de bien élaborer la liste des réponses. Elle doit être exhaustive et former un ensemble équilibré. Le répondant doit être en mesure de s'exprimer sur la question. De plus, il est nécessaire de s'assurer que les modalités de réponse sont homogènes. Pour cela, il faut que les réponses proposées obéissent à une même logique par rapport à la question proposée. Si cette condition n'est pas respectée le risque est d'obtenir des réponses disparates et non cohérentes

- **Les questions fermées dichotomiques** : à l'opposé des questions ouvertes, ces questions sont fermées à deux réponses possibles mutuellement exclusives, une seule alternative est proposée au répondant (Oui ou Non) ;
- **Les questions fermées à choix multiples** : les réponses sont établies à l'avance et l'enquêté doit en choisir une ou plusieurs. Ce type de question offre l'avantage de faciliter le recueil et le dépouillement de l'information.

### 1.4 Test questionnaire :

Il s'agit d'une phase fondamentale, souvent négligée, qui consiste à mettre à l'épreuve le questionnaire par rapport à quelques individus, autrement dit à le tester. Elle est donc centrée sur l'évaluation du questionnaire lui-même. L'approche est ici plus qualitative que quantitative.

Pourquoi tester un questionnaire avant de le diffuser ? Pour plusieurs raisons, notamment :

Il s'agit d'évaluer la clarté et la précision des termes utilisés et des questions posées, la forme des questions, l'ordre des questions, l'efficacité de la mise en page, éliminer toutes les questions ambiguës ou refusées, repérer les omissions, voir si le questionnaire est jugé trop long, ennuyeux, indiscret<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Jean-Christophe Vilatte, méthodologie de l'enquête par questionnaire, 2007, p.09

### 1.5 Le choix du mode d'administration du questionnaire :

Le mode et la manière d'administrer le questionnaire sont aussi importants que la qualité du questionnaire lui-même. A ce titre il existe plusieurs modes d'administration du questionnaire, parmi les principales nous citons<sup>1</sup> :

- L'enquête face à face ;
  - L'enquête par correspondance;
  - L'enquête par téléphone;
  - La télématique (Internet, minitel, etc.).
- **Enquête face à face** : Les interviews face à face peuvent avoir lieu domicile de l'intéressé, dans son bureau, dans la rue et les lieux publics, il est obligé dans ce cas de préparer un questionnaire court à des questions brèves et fermées. une personne pose des questions et note les réponses de l'enquêté, le taux de réponse est élevé. Dans le face à face avec un répondant, la personnalité de l'enquêteur joue un rôle dont il faut connaître les effets. il est le plus efficace pour la qualité et quantité d'information que l'on peut recueillir, et à cause de cela que nous avons choisi cette méthode d'administration de questionnaire ; pour vérifier certains informations et de contrôler les réponses des répondants, et éviter tout mal de compréhension des questions. Ce type d'enquête nous permis de collecter les réponses de 40 personnes de clients de CNEP-Banque. Et aussi, nous avons utilisé le questionnaire par interview direct auprès de chaque responsable de banque pour bénéficier un contact direct avec les responsable des banques (réseau RMI).
  - **L'enquête par correspondance** : Le questionnaire est envoyé au répondant par voie postale, accompagné d'une lettre pré affranchie ; et d'une notice expliquant l'objet de l'enquête, ce type d'enquête ne peut être appliqué dans notre cas car il est caractérisé par un taux de retour des réponses très faibles, est peut durer donc très long temps.
  - **L'enquête par téléphone** : Elle consiste à appeler par téléphone l'ensemble des personnes qui composent l'échantillon. Il peut se faire dans des délais très courts et constitue un compromis acceptable sur les plans des coûts et du taux de réponse, dans

<sup>1</sup> ANNE, (Marie) et JEAN (PIERRE) : Méthodes Statistique Appliquées A La Gestion, édition Organisation, paris, 1979, p86.

notre cas on ne dispose pas des numéros de téléphone des clients de la banque, donc impossible d'appliquer cette méthode dans le cadre de notre étude.

- **L'enquête télématique** : Le développement des moyens de communication, le questionnaire devient virtuel, la collecte d'information se réalise par le réseau d'informatique (Internet) pour cela nous avons lancé un sondage en ligne avec le site Google Forms qui nous a permis de collecter les réponses de 140 répondants.

## 2. Analyse et interprétation des résultats

### 2.1 Analyse et interprétation du résultat de 1<sup>er</sup> questionnaire destiné au public et aux porteurs des cartes inter bancaire CIB

#### 2.1.1 La répartition des personnes interrogées par quotas

En ce qui concerne les quotas choisis entrant dans la classification des répondants qui matérialisent notre enquêtes, on a pris en considération quatre caractéristiques définissant les personnes interrogées selon leurs (Sexe, Age, la catégorie socioprofessionnelle et en fin leur revenu).

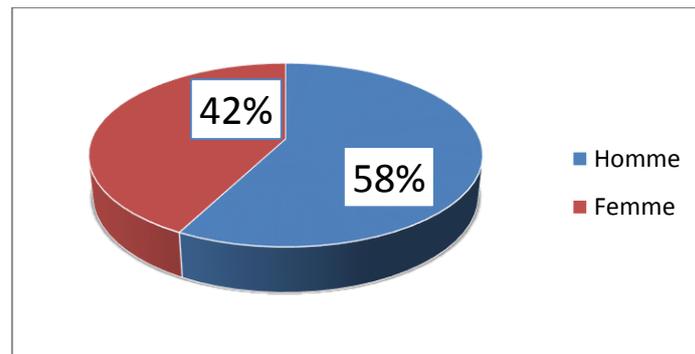
- **Répartition de l'enquête par sexe**

**Tableau N°12** : Répartition des personnes interrogées par sexe

	Effectif	Pourcentage
Homme	98	58%
Femme	72	42%
Total	170	100%

**Source** : Elaboré par nos soins

Figure N°19 : Répartition des personnes interrogées par sexe



Source : Excel

**Commentaire :** Sur la base du tableau et la figure cité ci-dessus nous pouvons constater que le nombre de 98 des Hommes interrogés d'un pourcentage de 58 % par rapport à l'ensemble d'effectif est un peu grand que ce de 72 Femmes d'un pourcentage de 42 %

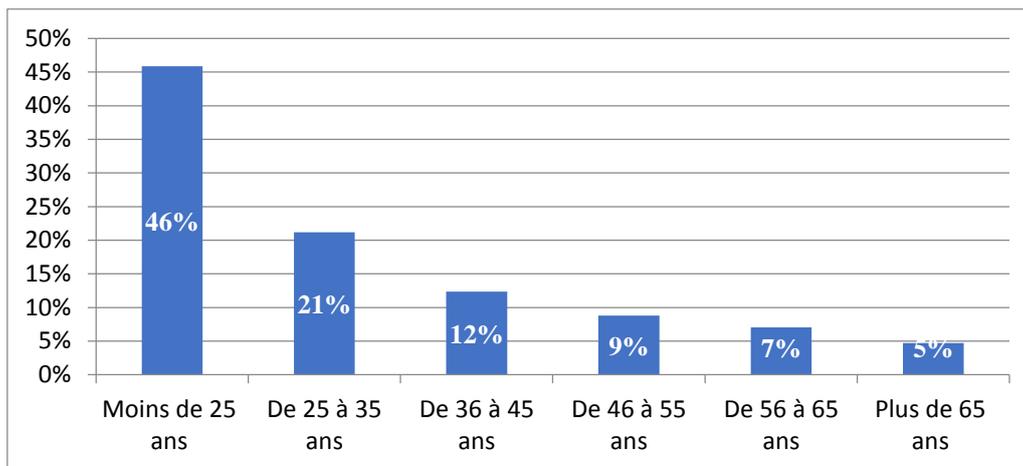
- Répartition de l'enquête par catégorie d'âge

Tableau N°13 : Répartition des personnes interrogées selon l'âge.

	Effectif	Pourcentage
Moins de 25 ans	78	46%
De 25 à 35 ans	36	21%
De 36 à 45 ans	21	12%
De 46 à 55 ans	15	9%
De 56 à 65 ans	12	7%
Plus de 65 ans	8	5%
<b>Total</b>	<b>170</b>	<b>100%</b>

Source : Elaboré par nos soins

**Figure N°20** : Répartition des personnes interrogées selon l'âge.



**Source** : Excel

**Commentaire** : Le tableau mentionné ci-dessus montre en premier lieu que la moitié des personnes interrogées de notre échantillon est une population jeune d'un Age moins de 25 ans avec un pourcentage de 46%, en deuxième lieu 36 personnes qui ont un Age compris entre 25 ans et 35 ans , un nombre très significatif aussi d'un pourcentage de 21 % par rapport au nombre totale des personnes interrogées ce qui signifie une forte présence de la population jeune d'un pourcentage de 67 % , les 37 % qui restes sont répartis sur un intervalle de plus de 36 ans avec un nombre de 8 personnes qui ont un Age compris entre 65 et plus .

- **Répartition de l'enquête par catégorie socio professionnelle**

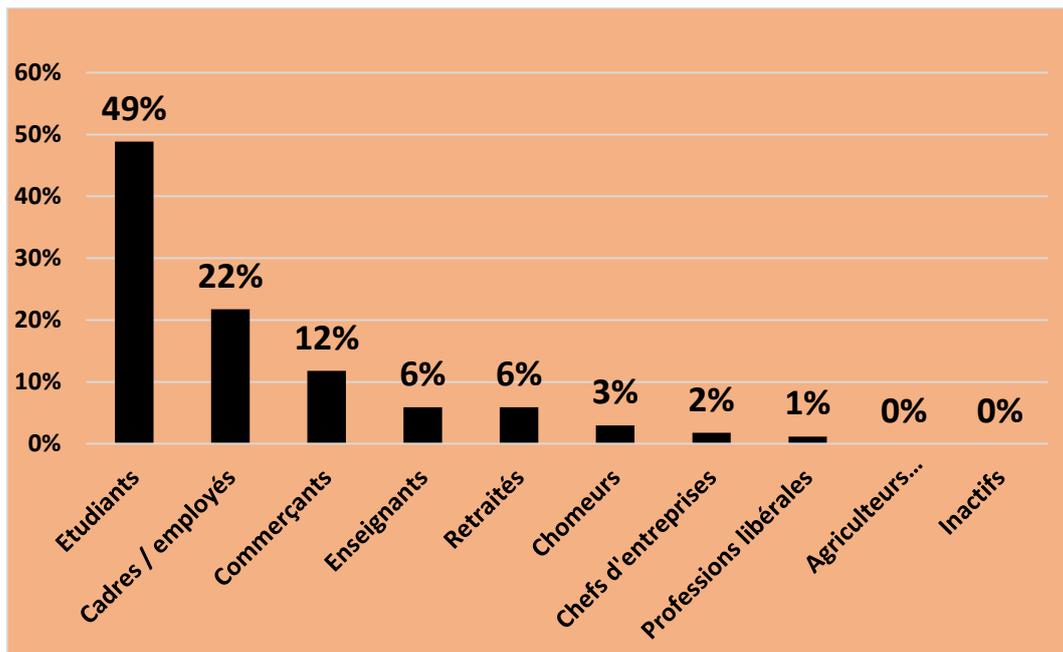
**Tableau N°14** : Répartition des personnes interrogées par CSP

	Effectifs	Pourcentage
<b>Etudiants</b>	83	49%
<b>Cadres / employés</b>	37	22%
<b>Commerçants</b>	20	12%
<b>Enseignants</b>	10	6%
<b>Retraités</b>	10	6%
<b>Chômeurs</b>	5	3%
<b>Chefs d'entreprises</b>	3	2%
<b>Professions libérales</b>	2	1%

<b>Agriculteurs exploitants /Artisans</b>	0	0%
<b>Inactifs</b>	0	0%
<b>Total</b>	<b>170</b>	<b>100%</b>

Source : élaboré par nos soins

Figure N°21 : Répartition des personnes interrogées par CSP



Source : Excel

**Commentaire :** Le tableau mentionné ci-dessus nous montre que la majorité ayant répondu au questionnaire sont des étudiants et des cadres, suivie par les commerçants, après vient les enseignants.

- Répartition de l'enquête par revenu

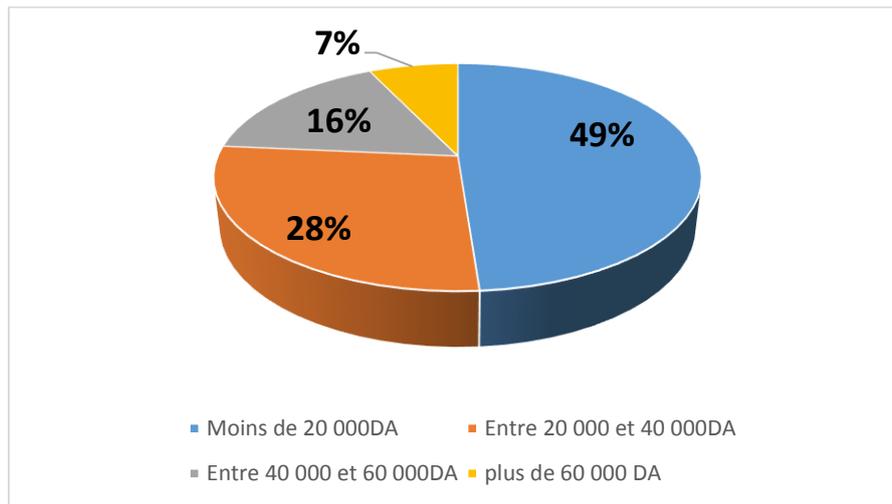
Tableau N°15: Répartition des personnes interrogées selon leur revenu.

	Effectifs	Pourcentage
<b>Moins de 20 000DA</b>	83	49%
<b>Entre 20 000 et 40 000DA</b>	47	28%
<b>Entre 40 000 et 60 000DA</b>	28	16%

plus de 60 000 DA	12	7%
<b>Total</b>	170	100%

Source : élaboré par nos soins

Figure N°22 : Répartition des personnes interrogées selon leur revenu



Source : Excel

**Commentaire :** Le tableau mentionné ci-dessus nous montre que les répondants avec des salaires moins de 20 000 DA sont la moitié de notre échantillon, suivie par ceux qui ont un salaire entre 20 000 et 40 000 DA.

### 2.1.2 Analyse des résultats du questionnaire

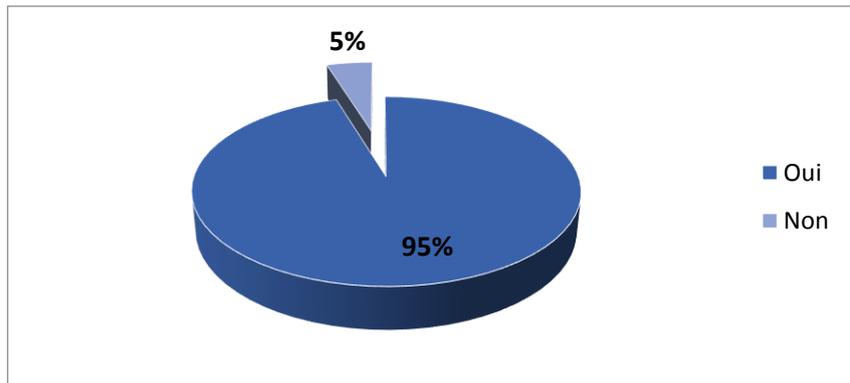
#### Questions 01 : Avez-vous entendu du commerce électronique (e-commerce) ?

Tableau N°16: la connaissance du commerce électronique par les Algériens

	Effectif	Pourcentage
<b>Oui</b>	162	95%
<b>Non</b>	8	5%
<b>Totale</b>	170	100%

Source : Elaboré par nos soins

**Figure N°23** : la connaissance du commerce électronique par les Algériens



Source : Excel

**Commentaire** : d'après les résultats du tableau ci-dessus 162 personnes interrogées de notre échantillon ont déjà entendu du commerce électronique, un pourcentage très significatif et proche au maximum ce qui prouve que la majorité des Algériens suivent la nouveauté et l'actualité commerciale, cependant le tableau montre ainsi une minorité de 8 personnes qui n'ont jamais entendu du e-commerce en Algérie mais ça ne pose pas un problème car le pourcentage de ces derniers est trop faible de 5% contre 95%.

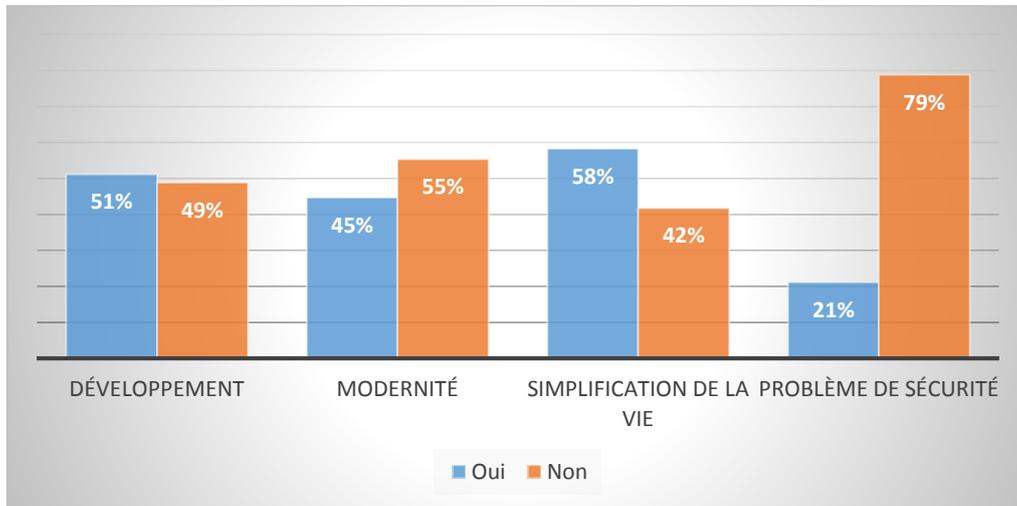
**Question 2** : Que représente pour vous le paiement électronique en Algérie ?

**Tableau N°17** : la visualisation du commerce électronique par les Algériens

	Oui		Non		Total
	Effectif	Pourcentage	Effectif	Pourcentage	
<b>Développement</b>	87	51%	83	49%	170
<b>Modernité</b>	76	45%	94	55%	170
<b>Simplification de la vie</b>	99	58%	71	42%	170
<b>Problème de sécurité</b>	36	21%	134	79%	170

Source : Elaboré par nos soins

**Figure N°24 :** La visualisation du commerce électronique par les Algériens



Source : Excel

**Commentaire :** 58 % des répondants voient que le commerce électronique en Algérie comme une simplification de la vie, suivi par un pourcentage de 51% des personnes qui considèrent que le commerce électronique comme un développement économique qui libère les transactions marchandes d'une manière exhaustive , les pourcentage de 45 % , 21 % concernent la modernité et le problème de sécurité successivement, ce dernier signifie que 21% des personnes interrogées ont peur de réaliser des transactions électronique à cause de l'absence d'une plateforme règlementaire pour le e-commerce et la signature électronique Sans oublier leur crainte de perdre ses propre argents à cause du problème de sécurité du risque de vol électronique,

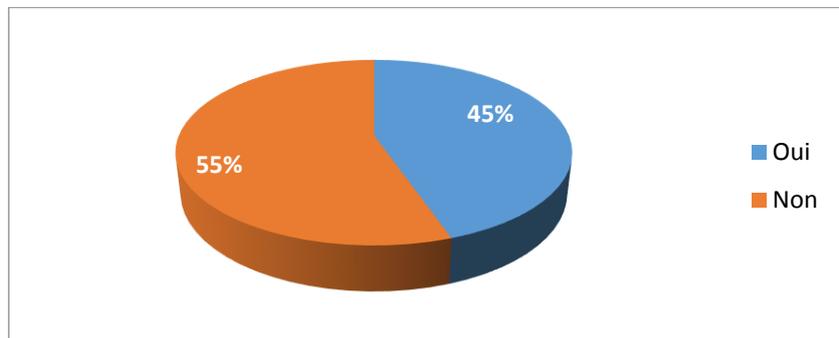
**Question 03 :** Avez-vous acheté un produit/service moyennant un site web marchand ?

**Tableau N°18:** l'utilisation des sites Web marchands

	Effectif	Pourcentage
<b>Oui</b>	76	45%
<b>Non</b>	94	55%
<b>Total</b>	170	100%

Source : Elaboré par nos soins

**Figure N°25** : l'utilisation des sites Web marchands



Source : Excel

**Commentaire** : Nous remarquons que seulement 45% des personnes interrogées qui ont déjà acheté au moins un produit ou service sur les sites web marchands, un pourcentage qui n'est pas vraiment significatif mais ça reste intéressant par rapport au vide juridique qui doit d'être comblé dans un marché en plein expansion contre 55 % des personnes négligeaient les opérations d'achat en ligne à cause d'un manque d'informations sur l'utilisation de ce mode de paiement en ligne .

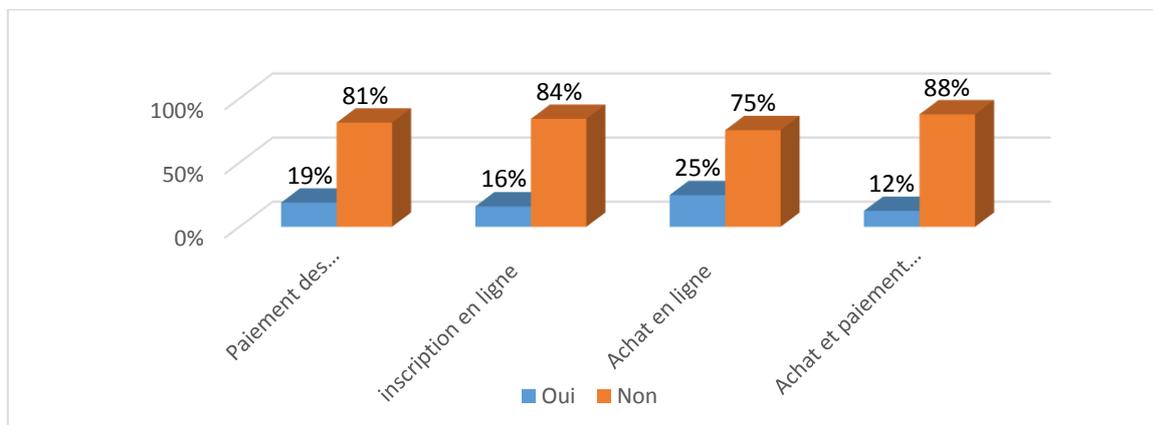
**Question 04** : Effectuez-vous des opérations de paiement électronique ?

**Tableau N°19** : L'utilisation du paiement électronique en Algérie

	Oui		Non		Total
	Effectif	Pourcentage	Effectif	Pourcentage	
<b>Paiement des factures (ADSL, SONALGAZ, SEEAL)</b>	32	19%	138	81%	170
<b>inscription en ligne</b>	27	16%	143	84%	170
<b>Achat en ligne</b>	42	25%	128	75%	170
<b>Achat et paiement en ligne</b>	21	12%	149	88%	170

Source : Elaboré par nos soins

Figure N°26 : L'utilisation du paiement électronique en Algérie



Source : Excel

**Commentaire :** d’après le tableau N°20 et la Figure N°28, 52% des personnes interrogées effectuent des paiements électronique sur toutes les opérations avec des pourcentages convergés telle que le paiement des factures en ligne chez SONALGAZ, SEEAL, achat des produits ou services en ligne et les inscriptions en ligne telle que l’ouverture des comptes dans des sites qui exigent le paiement de quelques frais d’inscriptions, les 48 % qui restent représentent les personnes interrogées qui n’ont jamais réalisé des opérations de paiement électronique en raison de la culture commune et le manque d’informations sur ce mode de commercialisation par la populations algérienne.

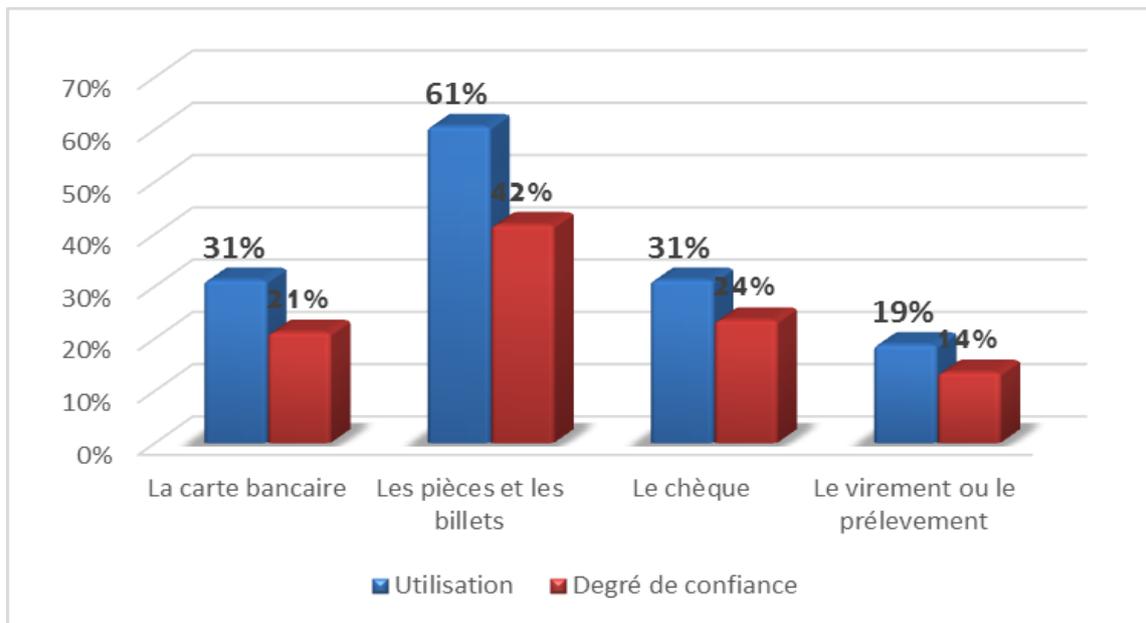
**Question 5 :** Quel moyen de paiement utilisez-vous ?

Tableau N°20 : l’utilisation et le degré de confiance des moyens de moyens par les algériens

	Utilisation		degré de confiance	
	Effectif	Pourcentage	Effectif	Pourcentage
<b>La carte bancaire</b>	53	31%	36	21%
<b>Les pièces et les billets</b>	103	61%	71	42%
<b>Le chèque</b>	53	31%	40	24%
<b>Le virement ou le prélèvement</b>	32	19%	23	14%

Source : Elaboré par nos soins

**Figure N°27** : L'utilisation et le degré de confiance des moyens de moyens par les algériens



Source : Excel

**Commentaire** : le moyen de paiement le plus utilisé par les personnes interrogées c'est les pièces et les billets (le cash) 103 personnes qui préfèrent régler ses achats à travers un paiement direct à l'instant, un mode de paiement classique qui ne reflète pas le développement de la monétique avec tous ses modes de paiement modernes, le chèque et la carte bancaire représentent 31% d'utilisation après les pièces et les billets de 61%, un deuxième moyen de paiement qui va probablement remplacer les préférences des algériens au plus tard, en ce qui concerne le virement un faible pourcentage de 19% des répondants qui règlent par fois ses opérations d'achat tout en basant à ce dernier.

**Question 06** : Pour quelles raisons opteriez-vous pour l'achat et la vente en ligne ?

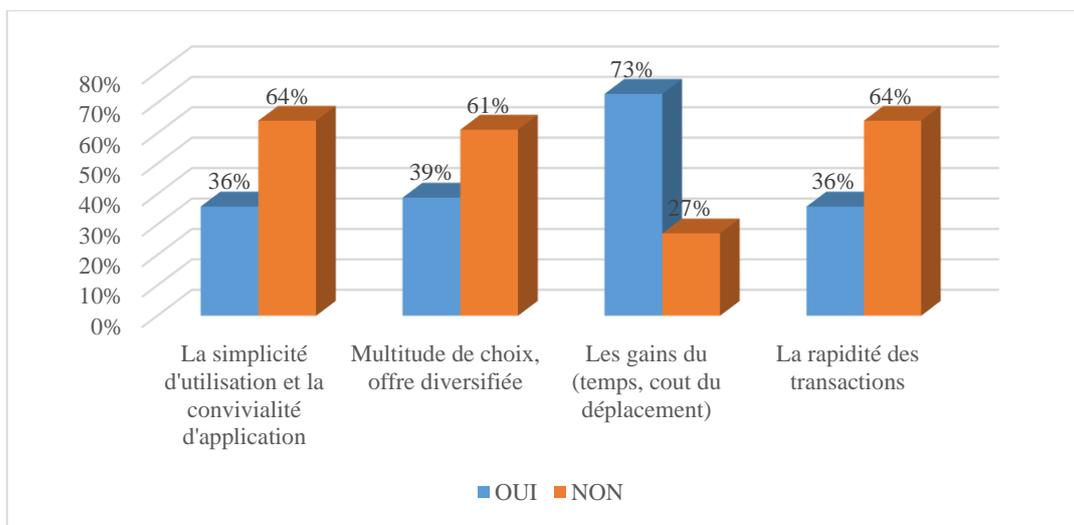
**Tableau N°21** : Les raisons qui poussent à l'achat en ligne.

	OUI		NON		Total
	Effectif	Pourcentage	Effectif	Pourcentage	
<b>La simplicité d'utilisation et la convivialité d'application</b>	61	36%	109	64%	170
<b>Multitude de choix, offre diversifiée</b>	66	39%	104	61%	170

<b>Les gains du (temps, cout du déplacement)</b>	124	73%	46	27%	170
<b>La rapidité des transactions</b>	61	36%	109	64%	170

Source : élaboré par nos soins

Figure N°28: Les raisons qui poussent à l'achat en ligne.



Source : Excel

**Commentaire :** A partir le tableau mentionné ci-dessus, nous remarquons que le gain de temps est le premier facteur qui pousse à l'achat et vente en ligne, suivi par le choix diversifiés des produits et de la simplicité d'utilisation des sites web marchands.

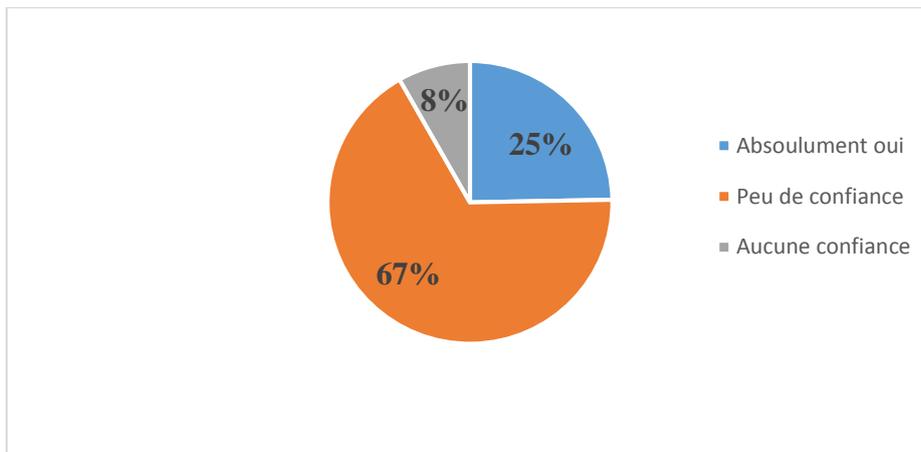
**Question 07 :** Avez-vous confiance en paiement électronique ?

Tableau N°22 : le degré de confiance des personnes en paiement électronique

	Effectifs	Pourcentage
<b>Absolument oui</b>	42	25%
<b>Peu de confiance</b>	114	67%
<b>Aucune confiance</b>	14	8%
<b>Total</b>	170	100%

Source : élaboré par nos soins

**Figure N°29:** le degré de confiance des personnes en paiement électronique



Source : Excel

**Commentaire :** L'étude montre que les personnes interrogées n'ont pas une confiance aveugle envers le paiement électronique parce que seulement de 25% qui ont une confiance totale et 67% des personnes ont peu de confiance en paiement électronique.

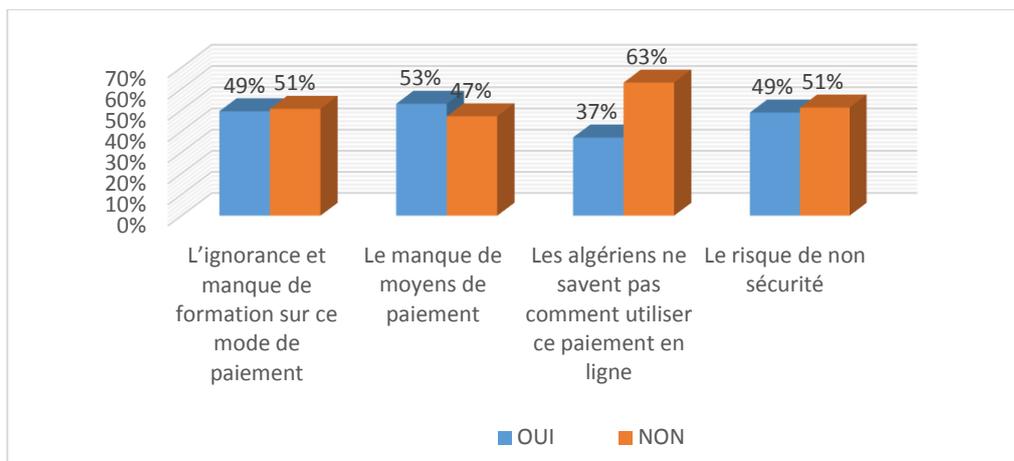
**Question 08 :** Quels sont, selon vous, les freins au développement du paiement électronique en Algérie ?

**Tableau N°23 :** les freins au développement du paiement électronique en Algérie

	OUI		NON		Total
	Effectif	Pourcentage	Effectif	Pourcentage	
L'ignorance et manque de formation sur ce mode de paiement	84	49%	86	51%	170
Le manque des moyens de paiement	90	53%	80	47%	170
Les algériens ne savent pas comment utiliser ce paiement en ligne	63	37%	107	63%	170
Le risque de non sécurité	83	49%	87	51%	170

Source : élaboré par nos soins

Figure N°30: les freins au développement du paiement électronique en Algérie



Source : Excel

**Commentaire :** L'étude démontre que le facteur qui freine le développement de l'e-paiement est l'ignorance et manque de formation sur ce mode de paiement et le manque des moyens de paiement (avec 49% et 53%), suivi par la sécurité des transactions jugée faible (avec 48.82%) et de 37% des personnes qui pensent que les algériens ne savent pas comment utiliser cet instrument de paiement.

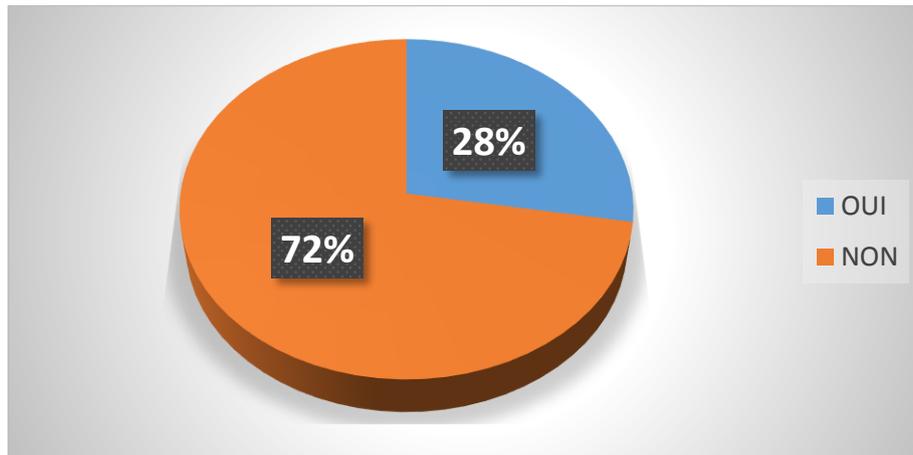
**Question09 :** Avez-vous rencontré des problèmes de paiement électronique?

**Tableau N°24:** L'effectif des personnes ayant rencontré des problèmes de paiement en ligne

	Effectif	Pourcentage
<b>OUI</b>	47	28%
<b>NON</b>	123	72%
<b>Total</b>	170	100%

Source : élaboré par nos soins

**Figure N°31 :** L'effectif des personnes ayant rencontré des problèmes de paiement en ligne



Source : Excel

**Commentaire :** L'étude démontre que 72% des personnes n'ont jamais eu de problèmes durant leurs transactions en ligne contrairement au 28% des personnes restantes qui déclarent en avoir eu.

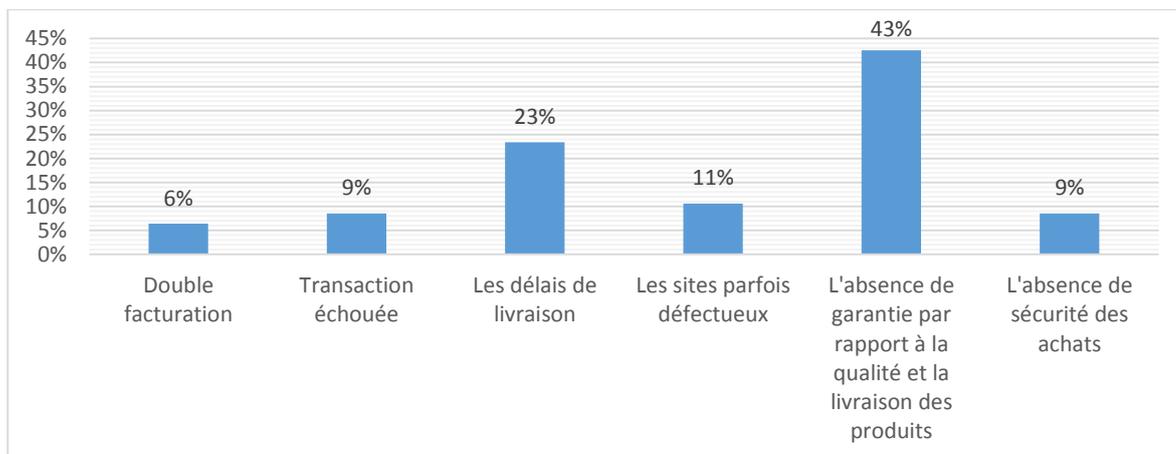
**Question 10 :** Si oui, les quels ?

**Tableau N°25 :** Les différents problèmes de paiement en ligne

	Effectif	Pourcentage
Double facturation	3	6%
Transaction échouée	4	9%
Les délais de livraison	11	23%
Les sites parfois défectueux	5	11%
L'absence de garantie par rapport à la qualité et la livraison des produits	20	43%
L'absence de sécurité des achats	4	9%
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>100%</b>

Source : élaboré par nos soins

**Figure N°32:** Les différents problèmes de paiement en ligne



**Source :** Excel

**Commentaire :** Selon le graphe ci-dessus nous remarquons que 43% des personnes qui ont déclaré avoir eu un problème lors d'un paiement en ligne ont eu l'absence de garantie par rapport à la qualité et la livraison des produits lors du paiement, 23% ont eu les délais de livraison, 11% ont eu les sites défectueux et entre 6% et 9% ont eu double facturation et l'absence de sécurité des achats.

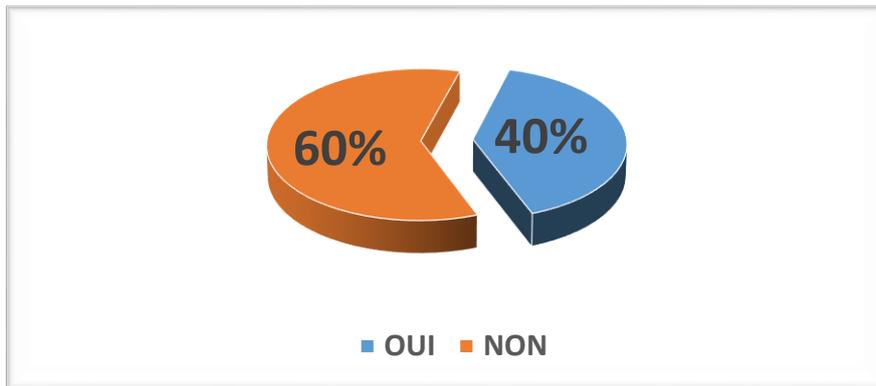
**Question 11 :** Avez-vous une carte bancaire CIB (Carte Inter Bancaire) ?

**Tableau N°26 :** Répartition de l'échantillon selon la détention de la carte CIB

	Effectifs	Pourcentage
<b>OUI</b>	68	40%
<b>NON</b>	102	60%
<b>Total</b>	170	100%

**Source :** élaboré par nos soins

**Figure N°33** : Répartition de l'échantillon selon la détention de la carte CIB



Source : Excel

**Commentaire** : Nous remarquons que 40% des personnes interrogées disposent d'une carte CIB contrairement 60% restant ne la possède pas encore.

La suite du questionnaire concerne les personnes qui possèdent une carte CIB et qui sont relatifs à 68 personnes (hommes et femmes).

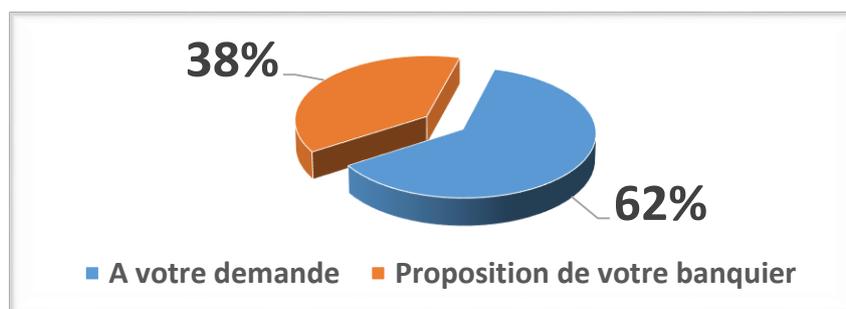
**Question 12** : Comment avez-vous obtenu votre carte interbancaire CIB ?

**Tableau N°27** : les possibilités de l'obtention de la CIB

	Effectifs	Pourcentage
A votre demande	42	62%
Proposition de votre banquier	26	38%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Source : élaboré par nos soins

**Figure N°34** : les possibilités de l'obtention de la CIB



Source : Excel

**Commentaire :** L'étude démontre que 62% des personnes interrogées obtiennent la carte interbancaire selon son demande tandis que 38% qui restent ont obtenu leur carte selon la proposition des banquiers.

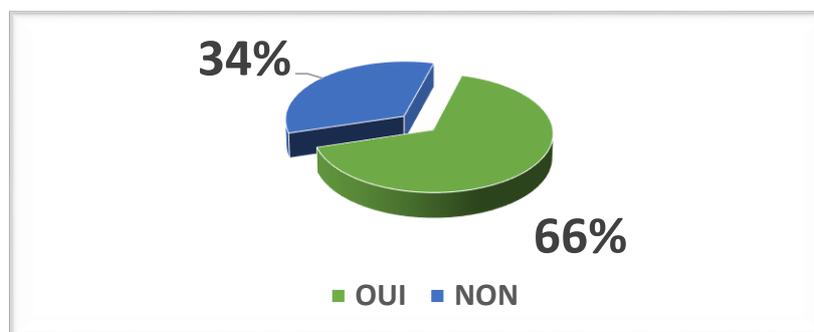
**Question 14 :** En tant que titulaire de la carte interbancaire CIB, vous arrive-t-il de retirer de l'argent auprès des guichets de l'agence bancaire ?

**Tableau N°28 :** L'effectif des personnes qui retirent leur argent auprès des guichets de l'agence bancaire

	Effectifs	Pourcentage
<b>OUI</b>	45	66%
<b>NON</b>	23	34%
<b>Total</b>	68	100%

**Source :** élaboré par nos soins

**Figure N°35 :** L'effectif des personnes qui retirent leur argent auprès des guichets de l'agence bancaire



**Source :** Excel

**Commentaire :** D'après notre question sur les personnes qui retirent leurs argent auprès des guichets de l'agence bancaire, les réponses de notre échantillon sont déséquilibrés : 66% des personnes retirent leurs argent d'une manière manuelle et 34% restant retirent leurs argent d'une manière automatique c'est-à-dire au niveau des distributeurs automatique de billets (DAB).

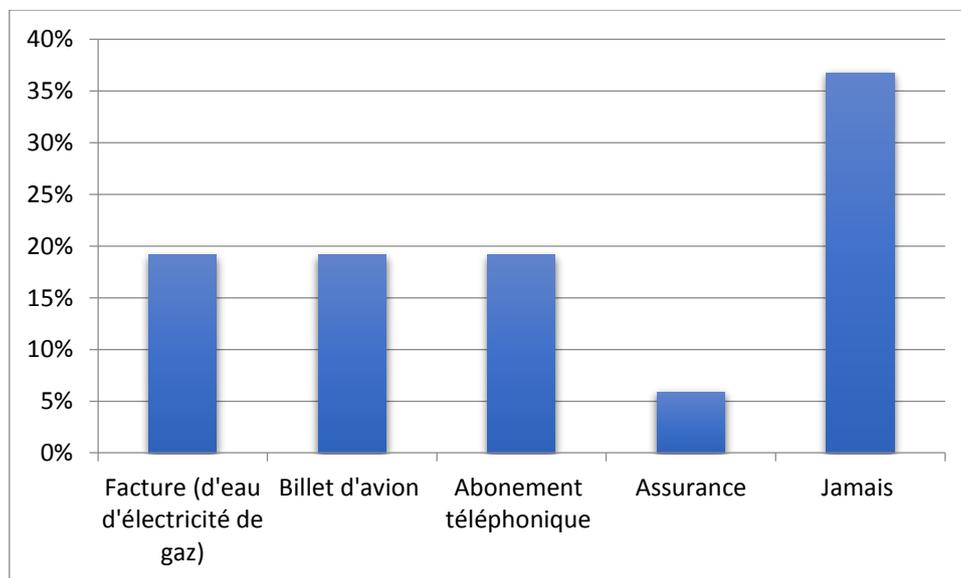
**Question 14 :** Dans quoi vous l'utilisez le plus souvent lors de vos paiements sur le net ?

**Tableau N°29 :** l'utilisation de la carte bancaire lors du paiement en ligne

	Effectif	Pourcentage
Facture (d'eau d'électricité de gaz)	13	19%
Billet d'avion	13	19%
Abonnement téléphonique	13	19%
Assurance	4	6%
Jamais	25	37%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Source : Elaboré par nos soins

**Figure N°36 :** l'utilisation de la carte bancaire lors du paiement en ligne



Source : Excel

**Commentaire :** 39 personnes parmi les 68 répondants détenteurs de la carte interbancaire c'est-à-dire 19 % parmi eux règlent respectivement uniformément, ses factures (d'électricité, gaz, d'eau), Billet d'avion, et leur abonnement téléphonique via la carte CIB, cependant 37%

parmi eux n'ont jamais utilisé leur carte dans le paiement des services mentionnés ci-dessus , le plus important dans ce cas-là est que 63 % des personnes détenteurs de la carte bancaire effectuent des opérations de règlement en ligne contre une minorité de 37% qui n'utilisent la carte que pour des retraits de billet de banque .

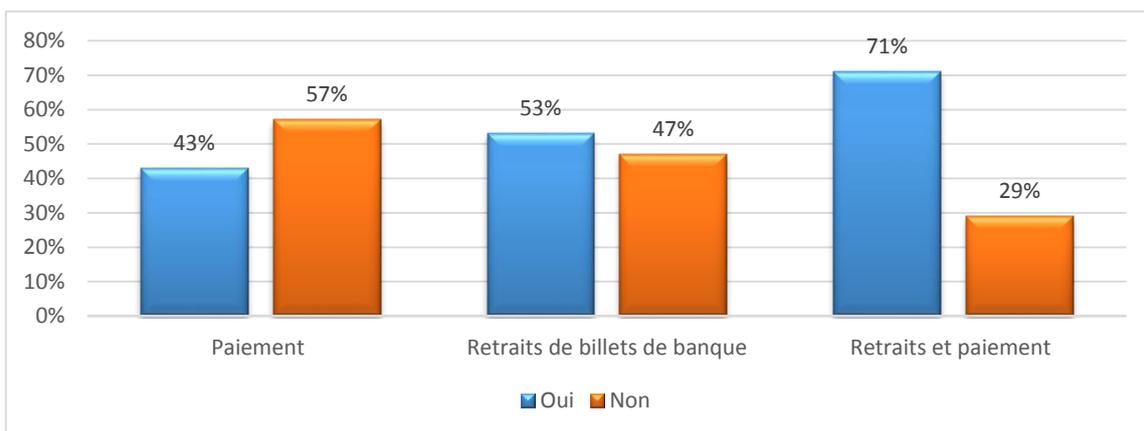
**Question 15** : A votre avis la carte interbancaire CIB sert à effectuer les opérations de quoi ?

**Tableau N°30** : Les services de la carte interbancaire

	Oui		Non		Total
	Effectif	Pourcentage	Effectif	Pourcentage	
<b>Paiement</b>	29	43%	39	57%	68
<b>Retraits de billets de banque</b>	36	53%	32	47%	68
<b>Retraits et paiement</b>	48	71%	20	29%	68

Source : Elaboré par nos soins

**Figure N°37** : Les services de la carte interbancaire



Source : Excel

**Commentaire** : Nous remarquons que le pourcentage (71%) d'avis des porteurs de la carte CIB est beaucoup plus élevé dans les retraits et paiement suivi par 53%, 43% quant les retraits de billets de banque et paiement respectivement.

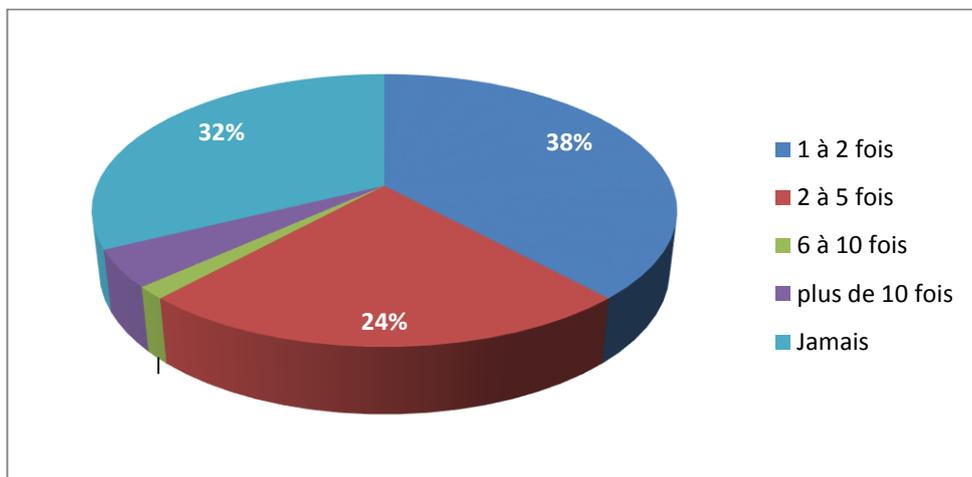
**Questions 16 :** Quelle est la fréquence d'utilisation (par mois) de votre carte CIB pour le paiement en ligne ?

**Tableau N°31 :** la fréquence d'utilisation de la carte CIB par mois pour le paiement en ligne

	Effectif	Pourcentage
<b>1 à 2 fois</b>	26	38%
<b>2 à 5 fois</b>	16	24%
<b>6 à 10 fois</b>	1	1%
<b>plus de 10 fois</b>	3	4%
<b>Jamais</b>	22	32%
<b>Total</b>	68	100%

Source : Elaboré par nos soins

**Figure N°38 :** la fréquence d'utilisation de la carte CIB par mois pour le paiement en ligne



Source : Excel

**Commentaire :** le tableau mentionné ci-dessus montre que 38 % des porteurs de carte CIB utilisent leur carte au maximum 1 à 2 fois, 32 % qui n'ont jamais effectué des opérations de paiement en ligne, nous remarquons aussi dès que la fréquence d'utilisation augmente le pourcentage des personnes interrogées diminue comme le montre le tableau ci-dessus on prend

le cas de passage de (1 à 2) jusqu'à (6 à 10 ) fois le pourcentage avait diminué de 38% jusqu'à 1% une chute libre indésirable qui doit être comblée car la carte CIB en Algérie joue un rôle très important dans la modernisation du paiement en ligne.

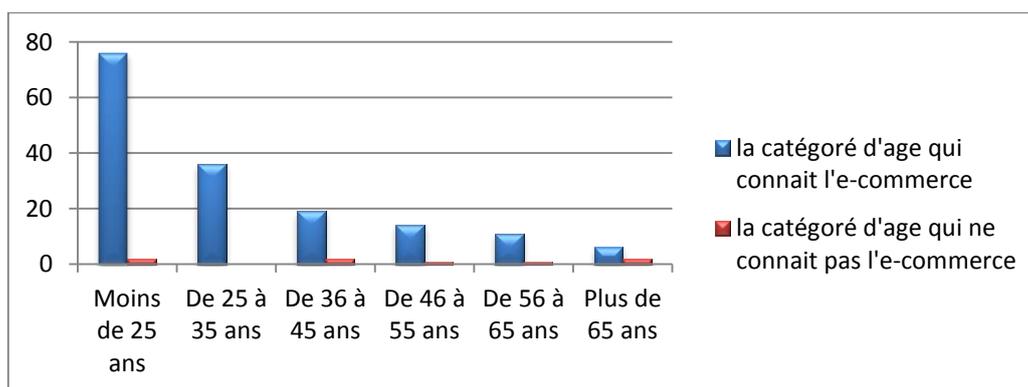
- **Le tri-croisé**

**Tableau N°32 :** La connaissance du commerce électronique par catégorie d'Age

	La connaissance du e-commerce		Total
	Oui	Non	
Moins de 25 ans	76	2	78
De 25 à 35 ans	36	0	36
De 36 à 45 ans	19	2	21
De 46 à 55 ans	14	1	15
De 56 à 65 ans	11	1	12
Plus de 65 ans	6	2	8
<b>Total</b>	<b>162</b>	<b>8</b>	<b>170</b>

Source : Elaboré par nos soins

**Figure N°39 :** La connaissance du commerce électronique par catégorie d'Age



Source : Excel

**Commentaire :** Nous constatons une relation inverse entre la catégorie d'Age et la connaissance du commerce électronique lorsque l'intervalle d'Age augmente le nombre des répondants qui connaissent le commerce électronique diminue, 78 personnes interrogées moins

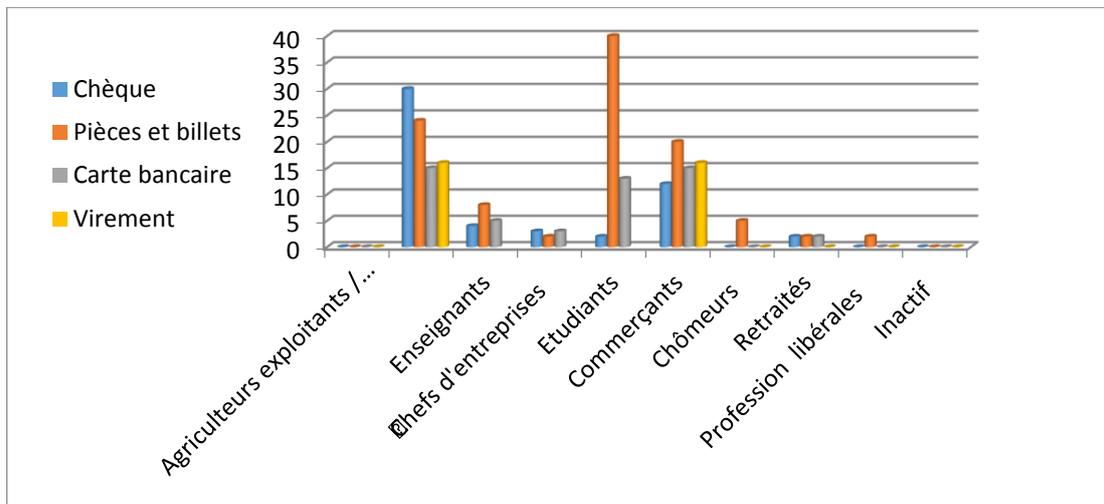
de 25 ans, seulement deux parmi eux qui n'ont jamais entendu du e-commerce, cette catégorie se matérialise par une forte présence des étudiants actifs qui utilisent les réseaux sociaux, l'accès internet, d'une façon régulière ce qui leur permet de recevoir l'information sur l'actualité commerciale, en ce qui concerne la catégorie d'Age de 25 ans jusqu'à 45 ans qui englobe les commerçants, les employés et les cadres, deux seulement parmi 57 personnes n'entendaient jamais du e-commerce ce qui montre que la population jeune est classée en premier lieu avec un pourcentage très significatif de 77% à l'égard de la connaissance du commerce électronique en Algérie. En gros au total 95 % des répondants de notre échantillon avaient entendu de l'e-commerce en Algérie cependant sa mise en place d'une façon officielle reste encore en attente.

**Tableau N°33 :** l'utilisation des moyens de paiements par la catégorie socioprofessionnelle

	Le moyen de paiement le plus utilisé			
	le chèque	pièces et billets	carte bancaire	virement
Agriculteurs exploitants / Artisans	0	0	0	0
Cadres / employé	30	24	15	16
Enseignants	4	8	5	0
Chefs d'entreprises	3	2	3	0
Etudiants	2	40	13	0
Commerçants	12	20	15	16
Chômeurs	0	5	0	0
Retraités	2	2	2	0
Profession libérales	0	2	0	0
Inactif	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>103</b>	<b>53</b>	<b>32</b>

Source : Elaboré par nos soins

Figure N°40 : l'utilisation des moyens de paiements par la catégorie socioprofessionnelle



Source : Excel

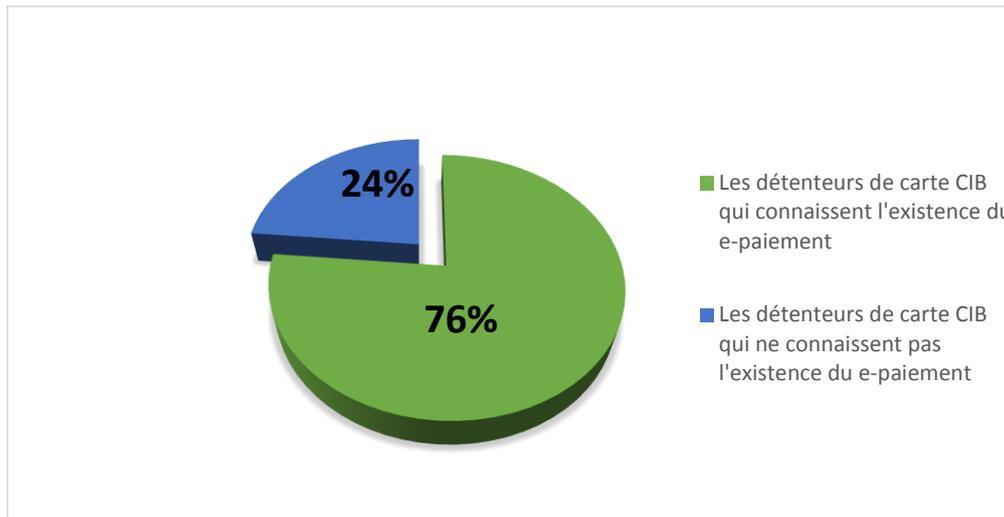
**Commentaire :** la culture de paiement chez les algériens est dominée par les pièces et les billets comme le montre le tableau ci-dessus 103 personnes de notre échantillon sont boucau plus incités à effectuer leurs paiements en espèce c'est-à-dire le cache est le moyen le plus sécurisé pour eux afin de régler ses opérations d'achat et de vente ! nous remarquons aussi que les étudiants sont présents en force avec un nombre de 40 personnes qui payent en espèce et en tournant la page sur les commerçant qui sont les agents économique qui ont des relations ouvertes avec leurs clients et fournisseurs mais ils préfèrent toujours sensibiliser l'entrée et la sortie de la liquidité, le chèque et la carte bancaire sont utilisés par 53 personnes interrogées respectivement et le virement reste en dernier lieu comme moyen de paiement le moins utilisé sauf par les commerçant et les chefs d'entreprises.

Tableau N°34 : La connaissance des détenteurs de la carte CIB de l'existence de l'e-paiement

	Connaissez-vous le paiement en ligne par carte CIB ?		Total
	OUI	NON	
<b>Avez-vous une carte bancaire CIB (Carte Inter Bancaire)</b>	52	16	68

Source : élaboré par nos soins

**Figure N°41 :** La connaissance des détenteurs de la carte CIB de l'existence de l'e-paiement



**Source :** Excel

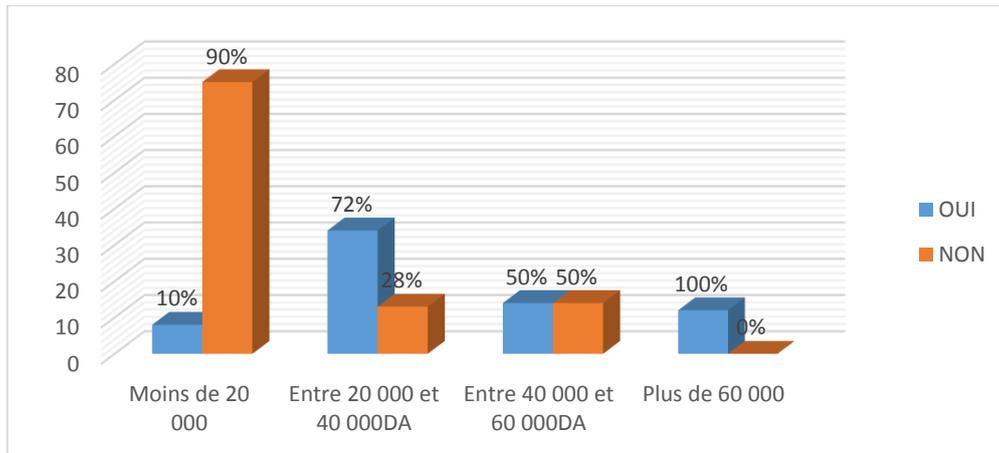
**Commentaire :** D'après la figure ci-dessus, nous remarquons que la majorité (76%) des personnes qui possèdent la carte inter bancaire (CIB) connaissent l'existence du paiement électronique et 24% des personnes qui ont la carte inter bancaire (CIB) mais elles ne connaissent pas le paiement électronique.

**Tableau N°35 :** La détention de la carte CIB selon les salaires

		Avez-vous une carte bancaire CIB (Carte Inter Bancaire)		Total
		OUI	NON	
Quelle est votre tranche de salaire ?	Moins de 20 000	8	75	83
	Entre 20 000 et 40 000DA	34	13	47
	Entre 40 000 et 60 000DA	14	14	28
	Plus de 60 000	12	0	12
Total		68	102	170

**Source :** élaboré par nos soins

**Figure N°42:** La détention de la carte CIB selon les salaires



Source : Excel

**Commentaire :** Notre étude démontre que les personnes qui détiennent un salaire supérieur à 20 000 DA possèdent la carte CIB et surtout les personnes qui détiennent un salaire entre 20 000 et 40 000 DA. Aussi nous remarquons que la totalité des personnes qui ont un salaire plus de 60 000 DA dispose la carte CIB.

**2.2 Analyse et interprétation du résultat du deuxième questionnaire destiné aux responsables de la Direction de la monétique :**

**Tableau N°36 :** la répartition des responsables sur les banques nationales et internationales

Banque	Nombre de responsables
CNEP	2
BNA	2
BADR	2
BNP	2
NATIXIS	2
SGA	2
Total	12

Source : Elaboré par nos soins

**Question 01 :** Plus d'une décennie que la carte interbancaire électronique de paiement et de retrait a été lancée à travers le territoire national.

**Où 'en est-il aujourd'hui ?**

Les réponses des responsables de banques sont quasiment communes et partagés, malgré l'existence de quelques déclarations différentes sur les points de vu de chacun d'eux.

Néanmoins leur façon de nous livrer l'idée sur l'étape atteinte du lancement de la carte interbancaire depuis plus d'une décennie avait tourné sur le même concept et cela est dû aux mêmes situations vécu, remarquables par les responsables de banque nationale et internationale en Algérie.

Ils ont exprimé leur déception quant l'utilisation de carte de retrait et de paiement par les clients porteurs de carte interbancaire de paiement et de retrait, la fréquence d'utilisation de la carte CIB est très faible et n'a pas atteint les seuils souhaités par toutes les banques commerciales ainsi cette carte n'a pas pu réaliser une flexibilité commerciale afin de dynamiser la relation de toute les catégorie socioprofessionnelle avec la banque.

D'après les déclarations des responsables de banques la CIB est devenu comme un secours d'utilisation spécifique aux cas exceptionnels par ses détenteurs et la fréquence de son utilisation ne dépasse pas les deux fois par mois, et cette dernière est seulement limitée aux opérations de retraits auprès des automates (DAB, GAB) citant le faible niveau enregistré dans les opérations liées au paiement par carte électronique interbancaire CIB.

**Question 02 :** Il a été constaté le peu d'engouement de la part des porteurs de carte interbancaire CIB dans les opérations d'achats d'après vous s'agit-il :

- 1- De l'importance du revenu du détenteur de la carte qui est le facteur déterminant dans l'acte d'achat comparativement aux retraités qui retirent la totalité de leur paie.
- 2- Du refus des commerçants d'adhérer à ce mode de paiement pour des raisons fiscales.
- 3- Les commerçant préfèrent le CASH pour acheter sans factures les produits qui s'offrent à eux selon les opportunités du moment.
- 4- Le porteur de la carte de paiement se sent sécurisé lorsque l'argent qu'il détient est déposé chez lui (anticipation dans les achats).
- 5- Taxes et autres prélèvement jugés exorbitants dans les opérations de paiement par carte CIB
- 6- Doit faire face aux us et coutumes (traditions, religion, dépenses imprévues).

**Tableau N°37 :** répartition des réponses des responsables de banques sur le peu d'engouement d'utilisation de la carte CIB aux achats en ligne par leurs détenteurs

Réponse	Nombre de réponse	pourcentage
1	12	100%
2	12	100%
3	6	50%
4	8	67%
5	4	33%

**Source :** Elaboré par nos soins

**Commentaire :** Le peu d'engouement de la part des porteurs des cartes CIB dans les opérations d'achats constitue la suspension majeure au développement du paiement électronique en Algérie parce qu'elle représente presque le seul moyen favorisant le paiement en ligne.

Comme nous savons tous et toutes l'e-paiement dans notre pays n'est qu'à ses débuts et pour le généraliser il faudra mieux dévisser les contraintes qui ont contribué négativement sur l'enthousiasme des porteurs des cartes CIB dans leurs opérations de paiement électronique.

Le tableau mentionné ci-dessus montre que la totalité (100%) des responsables de banques voit que le peu d'engouement de leurs clientèles pour opter vers le paiement par carte CIB est probablement émis de l'importance du revenu du détenteur et de la quasi-totalité de retrait de leur revenu d'une façon régulière qui ne les permettra pas par la suite d'effectuer des paiements de tel genre.

D'autre part les commerçants refusent d'adhérer à ce mode de paiement pour des raisons fiscales et ils préfèrent le paiement CASH dans ses relations commerciales car ces derniers achètent et vendent sans factures (commerce informel) afin qu'ils puissent échapper au fisc.

En ce qui concerne l'avant dernière réponse 67% des responsables voient que les porteurs de carte CIB se sentent plus sécurisés lorsque l'argent qu'ils détiennent est déposé chez eux, un manque de confiance par ces derniers à leur banques diminue l'engouement des clients à faire laisser leur comptes provisionnés.

**Question 03 :** Quelle est la stratégie adoptée par les responsables de la banque dans la promotion du produit de la carte CIB et le paiement par cette carte ?

**Analyse globale de toutes les banques :**

A partir de notre interview avec certains responsables des banques, nous avons remarqué que la stratégie par les responsables des banques dans la promotion de la carte interbancaire CIB sont très timides et n'ont pas eu d'impact sur le marché de la clientèle à cause de le manque de communication et stratégie marketing auprès les usagers.

Malgré, Un responsable d'une Banque national, au moment de l'interview nous avons informé que durant l'année 2005, une démarche a été adoptée au sein de la banque à l'effet de généraliser la détention et l'utilisation de la carte CIB auprès des employés de la banque. C'est dans ce cadre qu'une réduction de 50% a été appliquée aux employés de la banque désireux de détenir une carte CIB mais cette démarche n'est pas suffisante pour vulgariser l'utilisation de la carte CIB.

Dans le cadre d'effectué des opérations de retrait et de paiement par la carte CIB, il a été demandé aux Directeurs Centraux de sensibiliser leurs collaborateurs à l'effet d'utiliser la carte CIB dans les opérations de retrait et de l'achat, vu que le banquier est censé être lui-même le premier utilisateur pour donner l'exemple aux clients.

**Question 04 :** D'après vous, pourquoi la monétique n'a pas connu un grand succès depuis la date de lancement de la carte de retrait et de paiement en 2002 ?

**Analyse globale de toutes les banques :**

Les responsables de la monétique des différentes banques ont répondu sur la question ci-dessus que l'échec de la monétique depuis la date de lancement de la carte interbancaire CIB à cause de la communication relatif à la commercialisation cette carte a été occupé pour un seul acteur « Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique » (SATIM), les institutions bancaires n'ont pas pris en charge convenablement le volet monétique dans sa globalité, et aussi la publicité chargée de faire connaître le produit n'a pas eu une grande audience et un impact certain auprès de ceux censés utiliser ce mode de retrait et de paiement dans leur vie quotidienne.

### **Section 3 : Analyse globale des résultats et recommandations**

#### **1. Analyse globale des résultats**

Après avoir expliqué la méthodologie de notre enquête et son déroulement pédagogique en ce qui concerne l'objectif fixé au départ de ce travail ce qui est incorporé dans la collecte des réponses de déférente partie de la société sur les instruments de paiements. L'utilisation des CIB dans le paiement en ligne et les moyens de paiements les plus utilisés en Algérie d'une façon générale.

Nous pouvons conclure que l'objectif de notre recherche est atteint, l'analyse des réponses des personnes interrogés a été bien traitée en passant d'une question à l'autre d'une manière progressive et individuelle cette étape a été durée 5 jours continues de travail, l'étape qui suit consiste à faire sortir un seul extrait globale harmonique des déférents commentaires sur chaque question qui nous les avons déjà élaborés.

Notre étude a pu nous permettre de tiré une perception sur la culture et la connaissance de la population algérienne sur l'actualité et la nouveauté commerciale ainsi que le derge de confiance et la préférence des algériens envers l'utilisation des moyens paiements disponibles tels que (l'espèce, la carte bancaire, le chèque, le virement et le prélèvement)

95% de notre échantillon avaient entendu du commerce électronique un pourcentage très intéressant ce qui prouve que le problème n'est pas uniquement limité aux croyances des algériens envers ce nouveau mode de commercialisation néanmoins le manque du facteur catalyseur (l'état) sur le développement du e-commerce en Algérie est considéré comme la principale lacune qui doit d'être combler pour relancer ce nouveau mode de vie chez les croyances des algériens.

Nos statistiques montrent que 58% des personnes interrogées considèrent que le paiement électronique comme une simplification de vie, un bon regard de la part des algériens envers ce mode de paiement mais la crainte reste toujours l'état majeur qui freine l'engagement des algériens à dévier vers le e-paiement à cause de l'absence de l'aspect juridique qui n'assure les droits des consommateurs lors d'une transaction électronique trompé, ce qui rend 67% des répondants ne font que peu de confiance en paiement électronique, la majorité n'a pas une confiance total comme elle n'a pas aussi une confiance nulle donc nous pouvons remarquer que l'attitude du citoyen algérien est entre le maximum et le minimum de confiance ce qui prouve qu'il n'est pas contre ce moyen de paiement mais ça nécessite qu'il soit couvert et sécurisé à

100% afin de lui rendre la vue claire qui lui permettra par la suite de faire sa confiance à ce mode de paiement au même degré des pièces et billets de banque.

D'après une question nous l'avons posée sur les téléphones mobiles avec accès internet 98% des répondants utilisent leur accès internet via un Smartphone on peut dire que la totalité des personnes interrogées sont des internautes possédants un mobiles avec un réseau internet fourni par les 3 opérateurs téléphonique en Algérie (Mobilise, Djezzy, Ooredoo) l'opportunité est donné sur un plateau pour sensibiliser le commerce électronique et relancer le paiement en ligne d'une façon de plus en plus sécurisé cependant le débit d'internet en Algérie reste toujours l'inconvénient majeur qui doit être envisager !

Quant les freins au développement de l'e-paiement les plus déclaré par nos répondants sont de plus en plus attachés à l'ignorance et manque de formation sur ce mode de paiement et au risque de non sécurité avec un pourcentage de 49 % simultanément.

La carte interbancaire de retrait et de paiement qui joue un rôle très important dans le paiement en ligne est moins acquise par les personnes qui constituent notre échantillon d'étude où 40% seulement parmi eux qui ont une carte CIB et 62% parmi les 40% qui possèdent des cartes CIB ont les obtenu à leur demande d'où la promotion bancaire sur les carte CIB par les banquiers est moins exigeante en Algérie, la demande de ces cartes CIB par les clients eux même est insuffisante pour promouvoir le paiement en ligne qui vise à faciliter les transactions du commerce électronique en Algérie.

Même si 71% des personnes porteuses de care CIB sont au courant de la CIB qui sert à effectuer des opérations de retraits et de paiement ils ne l'utilisent qu'une à deux fois dans des paiements en ligne et de 3 à 5 fois pour des retraits de billets de banque cela est dû aux préférences des algériens de laisser le besoin de recours à ce moyens sauf pour des cas exceptionnelles ou lorsqu'ils auront vraiment besoin d'utiliser leur CIB.

D'après l'analyse que nous avons rédigée, nous pouvons conclure que l'expérience de l'e-paiement en Algérie n'est qu'à ses débuts, notre pays est vraiment en retard par rapport à nos voisins (Maroc, Tunisie) en ce qui concerne la mise en place d'une plateforme solide du commerce électronique. Nous avons détecté quelques problèmes qui doivent d'être prise en considération soit par l'état, les banques et même les clients et les commerçants qui font partie du cercle électronique. Nous allons citer quelques recommandations modestes pour les acteurs

déjà cité au-dessus afin qu'on puisse laisser une touche personnelle entrant dans l'amélioration du système de l'e-commerce et de l'e-paiement en Algérie.

## 2. Difficultés, Solutions et Recommandations

### 2.1 Les différentes difficultés :

Avant de passer aux recommandations pour la mise en place du paiement électronique et le développement de la monétique en Algérie, il est important de signaler quelques difficultés techniques, financières, culturelles et celles liées à la sécurité<sup>1</sup> :

#### 2.1.1 Les difficultés techniques et financières :

Les obstacles qui gênent l'accomplissement d'un projet monétique sont les suivants :

- **La rapide obsolescence des équipements** : les banques se voient obligées de renouveler leurs matériels afin d'être compétitives.
- **Le coût d'acquisition** : lors du démarrage, les banques supportent des coûts assez importants de lancement et d'adoption de la monétique.
- **Défaillance du système** : les défaillances constatées sur le réseau de télécommunication rendent le succès du projet monétique improbable, la multiplication des pannes ralentit le fonctionnement du système.

#### 2.1.2 Les difficultés culturelles :

La culture a toujours été un puissant levier d'intégration sociale pour des individus. Pour cela l'introduction d'un nouveau produit bancaire dans une population où la majorité est analphabète, constitue un frein à l'acceptation de la monétique. Nous remarquons aussi que les clients préfèrent le retrait avec chèque et le paiement en liquide à tous les autres moyens et cela est dû à une véritable culture se justifiant par la peur d'avoir un chèque sans provision, les opérations qui s'effectuent en liquide malgré le risque offre davantage contrairement au chèque et à la carte de ne pas laisser de traces ce qui impliquerait qu'ils puissent échapper aux impôts.

#### 2.1.3 Les difficultés commerciales :

Les banques doivent informer leurs clients de l'existence et de l'efficacité de la carte CIB, c'est dans ce contexte que des efforts doivent être fournis sur le plan marketing et

---

<sup>1</sup> LAZREG, (Mohamed) : Développement de la Monétique en Algérie Réalité et Perspectives, thèse de doctorat en Sciences Economiques, de Sciences de Gestion et Commerciales, UNIVERSITE ABOU BAKR BELKAID, TLEMCEM, 2015, p.146-148 (pp).

communication puisqu'ils sont les deux facteurs importants pour présenter les produits, les faire connaître et les faire accepter par le public.

#### **2.1.4 Les difficultés juridiques :**

Un cadre juridique devient un élément essentiel avec le développement de la carte interbancaire de retrait et de paiement CIB.

#### **2.1.5 Les difficultés liées à la sécurité :**

La sécurité est un élément nécessaire pour combler le vide juridique qui caractérise le monde des cartes CIB.

Les risques de fraude ont augmenté avec les évolutions des moyens de paiement, le problème de la sécurité est donc ici complexe puisqu'il concerne une logique combinatoire :

- Protection des supports d'information ;
- Confidentialité des informations ;
- Pérennité des services ;
- Sécurité physique des machines avec la mise en place du système (EMV).

### **2.2 Solutions et Recommandations :**

A partir de l'analyse global des résultats de recherche, nous pouvons de constater que le projet de modernisation du système de paiement algérien est prometteur de précieux résultats. Les facteurs clefs de la réussite résident notamment dans la bonne volonté de toute la hiérarchie visée par la réforme, dans l'assurance d'un travail de coopération entre les acteurs concernées (banques, commerçants, consommateurs) et par la volonté politique. Donc, ces acteurs doivent entreprendre les actions suivantes :

#### **2.2.1 Les actions que doit entreprendre l'Etat :**

L'Etat joue un rôle essentiel dans la gouvernance de l'insertion par l'activité économique. Le rôle de l'Etat se dessine par les interventions qui fixent le cadre et contribue à donner des impulsions. Il doit adopter un plan d'actions pour développer le paiement électronique et en concrétiser les avancées, avec les mesures spécifiques suivantes :

- **Entreprendre une action dynamique dans le domaine réglementaire :**

Il convient que les gouvernements encouragent les autorités réglementaires à ouvrir un large champ d'action aux services financiers électroniques en promouvant les règles douanières tel que l'Etat ne doit être ajouter aucun droit de douane supplémentaire ne sera appliqué lorsqu'un bien sera commandé par voie électronique et aussi les règles fiscaux par exemple : il est exclu d'introduire de nouveaux impôts tel qu'une taxe sur les bits. L'état peut aussi ajouter des taxes pour tout paiement autre que la carte bancaire quand ce dernier dépasse un certain montant.

- **La modernisation du système de paiement:**

- Encourager les banques algériennes de procéder à l'adoption des nouvelles technologies de transmission de données et d'évolution de l'informatique ;
- Encourager la formation des agents aux nouvelles techniques de collecte, de traitement et de diffusion de l'information les concernant ;
- Mettre en place des nouveaux systèmes de paiement pour assurer la rapidité et la sécurité de règlement des comptes entre banques ;
- Accélérer la circulation de l'information entre les différentes institutions financières et tous les organes administratifs par la création des réseaux intranet pour chaque secteur et des réseaux internes à chaque institution.

- **Sécuriser les transactions électroniques :**

La sécurisation des transactions électroniques est classée parmi les facteurs qui freinent le développement du paiement électronique en Algérie comme notre étude a été démontrée, 49% des personnes interrogées ont déclaré ne pas avoir confiance en ce moyen de paiement, étant donnée il n y a encore aucun règlement qui protège le consommateur en cas de livraison défectueuse, ainsi l'Etat doit :

- renforcer la fiabilité des moyens de paiement, en assurant de la confidentialité, de la véracité et de la sécurité de l'échange des données via des systèmes de codage sophistiqués ;
- Lutter contre le marché informel ;
- Contrôler la conformité des produits qui se vendent en ligne ;

- Elargir le dispositif juridique mis en place pour présenter plus de garanties aux différents intervenants dans les transactions en ligne.

### 2.2.2 Les actions que doit entreprendre la banque :

Une banque est aujourd'hui un intermédiaire incontournable pour un ménage. C'est par le biais d'un compte-courant que le ménage perçoit ses revenus. La tenue de ces comptes est de la responsabilité de la banque. Elle a aussi pour rôle de mettre à la disposition de ses clients différents moyens de paiement tel que le paiement électronique par carte bancaire. La banque doit adopter un plan d'actions pour développer ce moyen de paiement, sont les suivantes :

- La protection des identifiants de cartes bancaires (numéros de carte de crédit et de date d'expiration, numéro de compte virtuel) pour améliorer la sécurisation des transactions ;
- Voulant rassurer les acteurs économiques et les commerçants, le responsable de l'ABEF a promis que leurs comptes seront protégés et que les informations sur les comptes ne seront divulguées que sur décision de justice ;
- Les banques doivent être rassurés quant à la garantie de la confidentialité de chiffres d'affaires des commerçants lorsqu'ils utilisent les terminaux de paiement électronique (TPE) ;
- Les banques doivent assurer la célérité des transactions financières et commerciales, et de répondre convenablement aux attentes des clients des différents établissements bancaires et financiers ;
- l'inclusion d'un microprocesseur (embarqué sur une puce électronique) dans les cartes bancaires pour assurer la sécurisation des cartes
- Les banques peuvent préparer des cartes spéciales pour les jeunes qui permettent d'habituer à l'utilisation les cartes bancaires ;
- Elles doivent assurer une bonne commercialisation de la carte CIB par l'application tous les éléments de mix marketing pour vulgariser cette carte.

### 2.2.3 Les actions que doit entreprendre le commerçant :

L'Etat algérien annonce une obligation « Tout commerçant algérien doit se doter d'un terminal de paiement électronique (TPE) avant la fin de 2019 », donc les commerçant doivent s'adapter à cette réglementation, aussi ils doivent adopter un plan d'actions pour développer paiement électronique, sont les suivantes :

- **La fiabilité des informations aux les consommateurs :**

Les commerçants doivent fournir aux consommateurs des informations les concernant qui soient suffisantes pour permettre : leur identification et leur localisation ; une communication rapide, simple et efficace avec elles ; un règlement approprié et efficace des éventuels litiges qui pourraient survenir.

- **Développer l'ergonomie du site marchand :**

L'ergonomie est un élément important de succès pour n'importe quel site Web, il l'est surtout pour les sites commerçants. 37% des personnes interrogées ne savent pas comment utiliser le paiement en ligne et les personnes sont considérées comme un frein de développement ce type de paiement. Il s'agit donc d'un critère très important à prendre en compte lors de la conception d'un système de paiement.

- **La diversification des gammes de produits :**

Le consommateur s'attend à avoir un choix plus large que dans un magasin traditionnel. Une offre abondante permet de se démarquer de la concurrence, l'autre recette payante sur le Net est d'offrir des produits spécifiques, mais attention, un catalogue étoffé nécessite un stock élevé si on veut livrer rapidement.

- **L'assurance du suivi de la commande :**

Etre transparent sur l'état de ses stocks, respecter ses engagements de livraisons et permettre le suivi de la commande sont des éléments clés. Le premier des outils disponible sur le Net : le email, qui permet de confirmer la réception de la commande et de signaler le moment où celle-ci va être expédiée et ce en temps réel. Les clients peuvent se connecter et taper à tout moment leurs numéros de commande, pour connaître l'avancement de cette dernière.

#### **2.2.4 Les actions que doit entreprendre le consommateur :**

Des principales difficultés dans le cadre du développement du commerce électronique consistent à faire en sorte que les consommateurs fassent confiance aux marchés en ligne. Dans ce contexte nous proposons quelques actions que doit entreprendre le consommateur pour faire confiance au commerce électronique :

- Vérifiez si le site utilise un protocole d'échange spécifique, le plus utilisé étant nommé « SSL » (Secure Sockets Layer). Ce protocole, qui permet de sécuriser les paiements, a été inventé par Netscape ;
- Vérifiez **l'identité du marchand** : vous devez trouver les coordonnées complètes du vendeur (nationalité, raison sociale, numéro RCS, adresse complète, ...). Le fait de ne pas trouver de coordonnées complètes sera pour vous un signal d'alerte. Mieux alors renoncer à un achat ;
- Vérifiez **les conditions de vente** : celles-ci doivent figurer impérativement sur le site. Une rubrique dédiée permet généralement d'en prendre connaissance. Ces conditions précisent notamment les produits, les prix, les modalités de règlement et la livraison.

Nous remarquons que le consommateur représente le facteur le plus important dans le développement du paiement électronique, donc il faut que de le convaincre et le protéger. A ce principe là il est proposé les actions que doit entreprendre pour garantir l'acceptation de système de paiement électronique :

- Créer une infrastructure Internet de qualité ;
- Garantir aux cyberconsommateurs un niveau de protection au moins équivalent à celui dont bénéficient les clients des autres formes de commerce;
- Demandé la publication de toutes les informations pertinentes relatives aux entreprises, aux biens et services et aux transactions ;
- Assurer la fiabilité et la sécurité des paiements en ligne indépendamment de la méthode de paiement, et protéger la vie privée et les données des consommateurs ;
- Garantir la livraison des biens et la prestation d'un service après-vente ;
- Les clients doivent recevoir des assurances dans le cadre d'une bonne politique de communication et d'un meilleur accueil des clients.

**Conclusion :**

Le cadre pratique nous a permis de comprendre l'organisation générale de la direction de la monétique de la CNEP-Banque et de découvrir l'évolution de la monétique dans cette dernière.

A l'issue de ce travail, nous pouvons constater que le projet de développement du système de paiement algérien est prometteur de précieux résultats. Les facteurs clefs de la réussite résident notamment dans la bonne volonté de tous les acteurs (banques, commerçants, consommateurs) et par la volonté politique.

La mise en place des suggestions et recommandations proposées, conduira à l'amélioration du système de paiement électronique en Algérie et permettra de récupérer le retard de l'Algérie dans ce domaine.

A la fin de ce travail de recherche, nous espérons que notre étude apporte une valeur ajoutée dans le domaine de l'impact de paiement électronique dans le développement de la monétique. Nous souhaitons que ce travail constitue un bon début d'analyse, de réflexion et de diagnostic, qui feront l'objet d'autres travaux de recherche qui abordent d'autres aspects qui n'ont pas fait l'objet de la présente étude notamment. En recourant à des échantillons plus larges et plus représentatifs des porteurs de la carte CIB en Algérie.

## **Conclusion générale**

# Conclusion générale.

---

## Conclusion générale :

L'arrivée de l'internet dans le monde des affaires a permis d'ouvrir la porte au commerce électronique, lequel a accéléré les mouvements des capitaux.

Cette accélération des mouvements de capitaux et de mondialisations consécutives aux innovations technologiques exige de la disponibilité des systèmes de paiement et de règlement modernes et efficaces pour sécuriser et développer le transfert des flux financiers entre les différents acteurs de la monétique (commerçants, clients, banques...).

En Algérie, le e-commerce est devenu un passage indispensable pour les commerçants. Il permet de les faire partie du monde des affaires de futur.

Le système de paiement Algérien a connu des réformes ayant pour objectif l'instauration d'un environnement propice aux banques, commerçants, et clients pour qu'ils puissent exercer leurs métiers sous les critères de commercialité (rentabilité et sécurité).

Dans ce présent travail, nous avons tenté de répondre à la problématique intitulée :

**« Quelle est l'incidence de vulgarisation du paiement électronique en Algérie et quels sont les freins qui gênent la mise en place de ce moyen de paiement ? »**

Et pour cela nous avons structuré notre étude autour de trois chapitres, où nous avons essayé de définir le paiement en ligne et illustrer son évolution dans le monde ainsi que ses différents avantages et enjeux sur les transactions commerciales. Ensuite, nous avons présenté l'environnement monétique en Algérie en exposant les différents acteurs de la monétique et en abordant toutes les caractéristiques de la carte CIB.

En ce qui concerne notre dernier chapitre qui s'adopte au cas pratique nous avons lancé deux questionnaires, le premier est pour essayer de comprendre le comportement des consommateurs Algériens notamment les clients de CNEP-Banque et de proposer des solutions et des recommandations pour minimiser les freins de développement du paiement en ligne, et le deuxième pour savoir la stratégie adoptée par les responsables de la banque dans la promotion du produit de la carte CIB et le paiement par cette carte et l'échec de la monétique depuis la date de lancement de cette dernière.

### **Résultats :**

Ces deux questionnaires nous ont permis d'aboutir aux résultats suivantes :

# Conclusion générale.

---

- 95% des personnes interrogés connaissent le commerce et le paiement électronique en Algérie
- La majorité des répondants concèdent l'e-paiement comme une simplification de la vie
- La méfiance des 67% des personnes interrogés sur l'e-paiement comme un nouveau moyen de paiement
- Les Algériens effectuent peu des opérations de paiement en ligne tel que le règlement des factures (SONALGAS, SEEAL, Abonnement téléphonique,) ou l'achat des billets d'avion chez AIR ALGERIE donc ils ont pu bénéficier de cet avantage qui les a permis de réaliser toutes ses opérations d'achats à domicile afin de réduire les coûts de déplacement et gagnent plus du temps.
- le moyen de paiement le plus utilisé par les Algériens est les pièces et les billets devant le chèque et la carte interbancaire CIB
- Les personnes possédant une carte CIB déclarent que les facteurs qui freinent l'utilisation de l'e-paiement d'une façon importante sont : manque de confiance par rapport au vide juridique et l'insuffisance de la sécurité des transactions électroniques
- L'étude démontre que le facteur qui freine le développement de l'e-paiement est l'ignorance et le manque d'information sur ce mode de paiement et le manque des moyens de paiement (avec 49% et 53%), suivi par la sécurité des transactions jugée faible (avec 48.82%) et de 37% des personnes qui pensent que les algériens ne savent pas comment utiliser cet instrument de paiement.
- que 40% des personnes interrogées disposent d'une carte CIB par contre 60% ne possèdent cette carte.

## Constats et tests d'hypothèses secondaires :

A travers les résultats précédents nous pouvons vérifier la validité des hypothèses proposées au départ de ce travail, donc cette attente nous a bien guidé à vérifier ce qui suit :

- La première hypothèse laquelle est centrée sur la possibilité de l'e-paiement d'effectuer des transactions sur internet est validée ainsi ce nouveau moyen de paiement est bénéfique pour le développement de l'économie Algérienne.

# Conclusion générale.

---

- La deuxième hypothèse est rejetée malgré l'e-paiement en Algérie est connu mais sa connaissance par les personnes interrogées est insuffisante pour qu'il sera très utilisé.
- Quant la troisième hypothèse est validée et à travers cette étude nous avons pu vérifier le manque des dispositifs juridiques qui doivent être comblés et les stratégies mises en place par l'Etat et les banques en matière du paiement électronique sont vraiment insuffisantes afin de vulgariser le paiement électronique dans notre pays.

A partir, les résultats et le test des hypothèses de notre étude nous avons pu constater que l'e-paiement est très connu à partir des déclarations de nos répondants cependant son utilisation par les porteurs des cartes CIB est moins expansive et cela est dû au facteur culturel qui semble être un élément décisif pour réussir la promotion de la culture monétique en Algérie. Dès lors, un plan de marketing et de communication communs bien étudié doit être appliqué au niveau de toutes les banques algériennes.

## **Recommandations générales :**

Nous avons pu ainsi détecter plusieurs freins qui entravent la vulgarisation de ce nouveau moyen de paiement et à ce contexte là nous aurons l'honneur de de donner quelques suggestions et solutions modestes utiles pour toutes les acteurs concernés (l'Etat, les banques, les commerçants, les consommateurs).

En particulier l'état qui joue le rôle du catalyseur dans la gouvernance et la promotion des activités économique par l'occupation de l'action dynamique dans le domaine de la réglementation juridique afin de protéger les droits des e-acheteurs et vendeurs utilisant la plateforme du paiement électronique.

Les banques doivent adopter un plan d'actions pour développer ce moyen de paiement afin d'inculquer l'esprit d'utilisation de ce dernier et fournir toute la sécurisation de ses transactions pour garantir les droits des consommateurs et vendeurs sur la plateforme du paiement électronique.

Le règlement d'opération d'achat en ligne par le consommateur est un peu exigeant en termes de certitude sur l'authenticité des sites web Marchands pour faire confiance en marché en ligne.

# Conclusion générale.

---

Le consommateur doit vérifier si le site utilise un protocole d'échange spécifique SSL (Secure Sockets Layer) qui assure la sécurité des paiements en ligne ainsi l'identité du marchand qui affiche toutes les coordonnées du vendeur sans oublier les conditions de vente y compris les prix des produits ou services, les modalités de règlement et la livraison.

## **Perspectives de la recherche :**

Comme le dit le dicton, chaque départ a une fin. Nous sommes sur le bord de clôturer notre étude de recherche après avoir traversé pleins de chemins corrompus quant la contrainte du temps, le manque des documents et la difficulté de collecte des données indispensables qui facilite l'accomplissement de notre travail, cependant nous avons pu consacrer l'intégralité de notre effort pour surmonter ces obstacles et pour atteindre nos objectifs

Par ailleurs, nous tenons à souligner que la littérature et les travaux traitant ce sujet sont très modestes, ce qui a rendu notre tâche un peu difficile en dépit de nos efforts de recherche et de l'importance et de l'utilité de ce sujet. Nous laissons place à d'autres investigations pour de plus amples travaux de recherche afin d'exploiter les points non abordés en recourant à des échantillons plus larges et plus représentatifs des porteurs de la carte CIB ou en s'orientant vers le e-commerce en Algérie et présenter les différents sites web marchands déjà existants.

# **Bibliographie**

# Bibliographie

---

## Bibliographie

### 1. Ouvrage :

- BICHOT, (Jacques) : La monnaie et les systèmes financiers, édition ellipses, paris, 1997.
- BONHOMME : (RéGINE), Instruments de crédit et de paiement, édition L.G.D.J, Montpellier, 2015.
- DEKEUWER, (François) : Droit bancaire, édition Dalloz, Lille, 2016.
- Delpech (X.) : effet de commerce : identité de nom entre souscripteur et bénéficiaire, Recueil Dalloz, n° 33, 29 septembre 2011, Actualité/droit des affaires, p. 2269 à propos de Com. - 13 septembre 2011.
- DIEMER, (Arnaud) : la monnaie et le marché monétaire, cours en Sciences économiques et de gestion, Université d'Auvergne, Clermont I, 2010.
- Guy(Caudamine) : Jean Montier BANQUE et marchés financier, Ed, economica , 1998 .
- HASHEM SHERIF M. et SERHROUCHNI A., « La monnaie électronique : Système de paiement sécurisé », Edition EYROLLES, Paris, 1999.
- MERBOUHI, (S) et HADID, (N), Le Paiement Electronique En ALGERIE : DELITS ECONOMIQUES ET FINANCIERS, NOUVELLE ECONOMIE, N°:16 –vol 01-2017.
- NAMMOUR, (Fady) : instruments de paiement et de crédit, édition Bruylant, 2009.

### 2. Revues et périodiques :

- E-paiement-sur-internet-en-Algérie-enfin,-la-délivrance
- REVUE NOUVELLE ECONOMIE N°:16 –vol 01-2017

### 3. Manuel :

- Manuel de la banque.

### 4. Travaux universitaires :

- Benoit (Boutry) : le paiement en ligne, Thèse professionnelle MCI, Université Leonard De Vinci, Courbevoie, 2013.
- BOUBAKER, (Nobel El Houssine) : Le paiement sur internet, master spécialisé en Commerce International et Technologie de l'Information, Institut National De Gestion, Sousse, 2002.

# Bibliographie

---

- BOUGHZALA, (Yosra) : Obstacles au développement du commerce électronique en Tunisie, Maîtrise en hautes études commerciales, Institut des Hautes Etudes Commerciales, Carthage 2007.
- BOUMEDJIREK, (Salah): Le E-paiement pour le développement des activités de la SATIM, MBA international paris, Dauphine université de paris, 2015
- CHAIX, (Laetitia) : Le paiement mobile : perspectives économiques, modèles d'affaires et enjeux concurrentiels, Thèse de doctorat en Sciences économiques, Ecole doctorale Droit et sciences politiques, économiques et de gestion, Nice, 2013.
- LAZREG, (Mohamed) : Développement de la Monétique en Algérie Réalité et Perspectives, thèse de doctorat en Sciences Economiques, de Sciences de Gestion et Commerciales, UNIVERSITE ABOU BAKR BELKAID, TLEMCEN, 2015.
- NAIMA, (A) : Automatisation du secteur bancaire et sécurisation des transactions: de la monnaie fiduciaire à la monnaie électronique, thèse d'ingénieur en sciences commerciales, INSAG, 2010
- REFKA, (Abdellaoui) : Intégration des moyens de paiement non bancaires sur Internet, thèse de doctorat en U.F.R de sciences, Université de Caen Basse-Normandie, 2012.

## **5. Rapports et documents administratifs :**

- Banque National De Belgique, Coûts, avantages et inconvénients des différents moyens de paiement, rapport 2005.
- Fondation canadienne d'éducation économique, l'histoire de la monnaie : Un extrait de La monnaie et la politique au Canada, rapport 1994.
- La Banque nationale de Belgique, du franc belge à l'euro, rapport 2005.
- La République Tunisienne « Ministère de Commerce »
- Voir la loi 05.01 modifiée et complétée, relative à la prévention et la lutte contre le blanchiment d'argent.

## **Sites web :**

- [//www.mataf.net/fr/edu/glossaire/prelevement](http://www.mataf.net/fr/edu/glossaire/prelevement) Education moyen de paiement, <https://www.mataf.net/fr/edu/glossaire/prelevement>
- <http://bit.ly/1bmzwN4>
- <http://securitenet.blogspot.com>
- <http://www.commerce.gov.tn/Fr/presentation-de-l-environnement-du-e-commerce-en-tunisie> 11 187

# Bibliographie

---

- <http://www.comparabanques.fr/lexique/carte-bancaire.php>
- <http://www.ecommercemag.fr>
- <http://www.ecommercemag.fr/Definitions-Glossaire/Paiement-en-ligne-245342.htm#Pp0gVQ9PEeVvhWhl.97>
- <http://www.huffpostmaghreb.com/2014/08/16/e-commerce-algerie-vente-en-ligne>
- <http://www.satim-dz.com>
- <https://banque.ooreka.fr>
- <https://carte-bancaire.ooreka.fr/comprendre/porte-monnaie-electronique>
- <https://www.algeriepatriotique.com/2017/12/11/principales-dispositions-du-projet-de-loi-sur-le-commerce-electronique/>
- <https://www.appvizer.fr/magazine/finance-comptabilite/gestion-des-paiements/payfacile/e-commerce-bien-choisir-son-systeme-de-paiement-en-ligne>
- <https://www.balancingact-africa.com>
- <https://www.intellego.fr/soutien-scolaire-terminale-stmg/aide-scolaire-economie-gestion/chapitre-1-les-fonctions-et-les-formes-de-la-monnaie/40705>
- <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- <https://www.jdc.fr>
- [https://www.journaldunet.com/dictionnaire-économique-et-financier, effet-de-commerce](https://www.journaldunet.com/dictionnaire-économique-et-financier/effet-de-commerce)
- <https://www.lafinancepourtous.com>
- <https://www.liberte-algerie.com/parteneriat-rdl-soleil-hec-2016-2017/e-commerce-cest-quoi-et-ou-en-est-lalgerie-260520>
- [https://www.societegenerale.dz/cib\\_classic.html](https://www.societegenerale.dz/cib_classic.html)
- [https://www.societegenerale.dz/cib\\_gold.htm](https://www.societegenerale.dz/cib_gold.htm)
- <https://www.twenga-solutions.com/fr/insights/ecommerce-europe-faits-et-chiffres-2015/>
- [www.maghrebemergent.info](http://www.maghrebemergent.info) Les internautes au Maghreb statistiques actuelles 2018
- [www.satim-dz.com](http://www.satim-dz.com)

## Autres :

- Document interne de CNEP Banque
- Document interne de la DIP (Direction des instruments de paiement CNEP BANQUE)

# Bibliographie

---

- Document interne de la GIE monétique
- Document interne de la SGA
- Documents interne de la SATIM
- Statistique obtenue auprès de SATIM (la société de l'automatisation des transactions interbancaires et de Monétique).

# **Annexes**

# Annexe 01

---

**République algérienne démocratique et populaire**  
**Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche**  
**scientifique**  
**Ecole supérieure de commerce**



**Questionnaire sur l'e-paiement et l'e-commerce en**  
**Algérie**

**Bonjour**

Dans le cadre d'un mémoire de fin de cycle master et en tant que étudiants à l'école supérieur de commerce ESC-KOELA, option Comptabilité et finance d'entreprise, nous avons le plaisir de vous adresser ce présent formulaire autour du **paiement en ligne** et du **commerce électronique** en Algérie, Nous vous prions de bien vouloir remplir ce questionnaire afin que vous nous permettrons de bien recevoir de l'aide qui nous manque pour accomplir notre étude.

**Nous Vous remercions d'avance pour votre contribution.**

# Annexe 01

---

## **Question N°01**

Avez-vous entendu du commerce électronique (e-commerce) ?

Oui

Non

## **Question N°02**

Que représente pour vous le paiement électronique en Algérie ?

Développement

Modernité

Simplification de la vie

Problème de sécurité

## **Question N°03**

Connaissez-vous des sites web marchands en Algérie ?

Oui

Non

## **Question N°04**

Consultez-vous des sites d'annonces en cas de recherche d'un produit/service ?

Oui

Non

## **Question N°05**

Avez-vous acheté un produit/service moyennant un site web marchand ?

Oui

# Annexe 01

---

Non

## **Question N°06**

Si Oui Comment trouvez-vous le service ?

Très avantageux

Avantageux

Pas avantageux

## **Question N°7**

Effectuez-vous des opérations de paiement électronique ?

Fréquemment

Rarement

Jamais

## **Question N°08**

Si oui de quelle nature?

Paiement des factures (ADSL, 4G, électricité SONELGAZ, d'eau SEEAL)

Inscription en ligne

Achat en ligne

Achat et paiement par carte

## **Question N°9**

Quel moyen de paiement utilisez-vous ?

La carte bancaire

Les pièces et les billets

# Annexe 01

---

Le chèque

Le virement ou le prélèvement

Et quel moyen de paiement vous inspire le plus de confiance ?

## **Question N°10**

Pour quelles raisons opteriez-vous pour l'achat et la vente en ligne ?

La simplicité d'utilisation des sites web marchands

Multitude de choix, offre diversifiée

Les gains du (temps, cout du déplacement)

La rapidité des transactions

## **Question N°11**

Pour quelles raisons opteriez-vous pour l'achat et la vente en ligne ?

La simplicité d'utilisation des sites web marchands

Multitude de choix, offre diversifiée

Les gains du (temps, cout du déplacement)

La rapidité des transactions

## **Question N°12**

Avez-vous confiance en paiement électronique ?

Absolument oui

Peu de confiance

Aucune confiance

# Annexe 01

---

## **Question N°13**

Avez-vous rencontré des problèmes de paiement électronique?

Oui

Non

Si oui de quel type:

Double facturation

Transaction échouée

Les délais de livraison

Les sites parfois défectueux

L'absence de garantie par rapport à la qualité et la livraison des produits

L'absence de sécurité des achats

## **Question N°14**

Avez-vous entendu parler de la carte interbancaire de retrait et de paiement CIB ?

Oui

Non

## **Question N°15**

Quels sont, selon vous, les freins au développement du paiement électronique en Algérie ?

L'ignorance et manque de formation sur ce mode de paiement

Le manque de moyens de paiement

Les algériens ne savent pas comment utiliser ce paiement en ligne

Risque de non sécurité

# Annexe 01

---

## **Question N°16**

Avez-vous une carte bancaire CIB (Carte Inter Bancaire) ?

Oui

Non

**Si Oui veuillez répondre aux questions qui restent !**

**Si Non veuillez répondre Just aux questions « 25, 26, 27, 28 et 29 »**

## **Question N°17**

Comment avez-vous obtenu votre carte interbancaire CIB ?

A votre demande

Proposition de votre banquier

## **Question N°18**

Connaissez-vous le paiement en ligne par carte CIB ?

Oui

Non

## **Question N°19**

En tant que titulaire de la carte interbancaire CIB, vous arrive-t-il de retirer de l'argent auprès des guichets de l'agence bancaire ?

Oui

Non

# Annexe 01

---

## **Question N°20**

Est-ce que vous l'utilisez le plus souvent lors de vos paiements sur le net pour :

- Facture (d'eau d'électricité de gaz)
- Billets d'avion
- Abonnements téléphoniques
- Assurance
- Jamais

## **Question N°21**

A votre avis la carte interbancaire CIB sert à effectuer les opérations de ?

- Paiements des factures
- Retraits des billets de banque
- Retrait et paiement

## **Question N°22**

A votre avis, quel est le meilleur avantage de l'utilisation de la carte interbancaire (CIB) ?

- Prestige
- Gains du temps
- Rapidité d'exécution
- Eviter le déplacement à la banque
- Eliminer le risque de vol
- Permet d'effectuer des achats et régler des factures en linge
- Aucun avantage.

# Annexe 01

---

## **Question N°23**

Avec quelle fréquence utiliseriez-vous par mois votre carte interbancaire (CIB)?

- 1 à 2 fois
- 3 à 5 fois
- 6 à 10 fois
- + de 10 fois
- Jamais

## **Question N°24**

Quelle est la fréquence d'utilisation (par mois) de votre carte CIB pour le paiement en ligne ?

- 1 à 2 fois
- 3 à 5 fois
- 6 à 10 fois
- + de 10 fois
- Jamais

## **Question N°25**

Êtes-vous ?

- Un Homme
- Une Femme

## **Question N°26**

Quel Age avez-vous ?

- Moins de 25 ans

# Annexe 01

---

de 25 à 35 ans

de 36 à 45 ans

de 46 à 55 ans

de 56 à 65 ans

66 ans et plus

## **Question N°27**

Quelle est votre catégorie socioprofessionnelle ?

Agriculteurs exploitants / Artisans

Cadres / employé

Enseignants

Chefs d'entreprises

Etudiants

Commerçants

Chômeurs

Retraités

Profession libérales

Inactif

## **Question N°28**

Quelle est votre tranche salariale ?

Moins de 20 000DA

Entre 20 000 et 40 000DA

Entre 40 000 et 60 000DA

# Annexe 01

---

+60 000 DA

## **Question N°29**

Avez-vous un téléphone mobile avec accès internet ?

Oui

Non

# Annexe 02

---

**République algérienne démocratique et populaire**  
**Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche**  
**scientifique**



**Ecole supérieure de commerce**

**Questionnaire adressé aux responsables des banques**

Madame, Monsieur,

Dans le cadre de l'élaboration de notre étude de recherche qui porte sur l'impact de l'e-paiement dans le développement de la monétique en Algérie, nous vous prions de nous apporter votre aide en répondant à ce questionnaire.

Nous vous remercions d'avance de l'intérêt que vous envisager accorder à ce travail

Nous nous engageons formellement à n'utiliser les résultats de ce questionnaire que dans le cadre de la recherche envisagé et nous ne manquerons pas de vous faire part des résultats auxquels nous aboutirons.

**Merci pour votre contribution**

# Annexe 02

---

## Question N°01

Plus d'une décennie que la carte électronique de paiement et de retrait a été lancée à travers le territoire national

Où en est-il aujourd'hui ?

### **Commentaire**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## Question N°02

Il a été constaté le peu d'engouement de la part des porteurs de cartes de paiement dans les opérations d'achat. D'après vous s'agit-il :

- De l'importance du revenu du détenteur de la carte qui est le facteur déterminant dans l'acte d'achat comparativement aux retraités qui retirent la totalité de leur paie.
- Du refus des commerçants d'adhérer à ce mode de paiement pour des raisons fiscales.
- Les commerçant préféré le CASH pour acheter sans factures les produits.
- Du refus des porteurs de la carte d'adhérer à ce mode de paiement pour des raisons de sécurité.
- Taxes et autres prélèvement jugés exorbitants dans les opérations de paiement par carte CIB.

# Annexe 02

---

Autres

.....  
.....  
.....  
.....

## **Question N°3**

Pouvez-vous nous renseigner sur les motifs de la réticence à la nouveauté de la part de la clientèle concernant le volet monétique. S'agit-il selon vous de :

- L'absence de culture bancaire
- Du faible taux de bancarisation
- Du niveau intellectuel de la clientèle
- Taxes importants prélevées par opération bancaire
- Autres à précisez

.....  
.....  
.....  
.....

## **Question N°4**

Quelle est la situation de l'e-paiement en Algérie en termes de mise en place, évolution et perspective ?

**Commentaire :**

# Annexe 02

---

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## **Question N°5**

Quelle est la stratégie adoptée par les responsables de la banque dans la promotion du produit de la carte CIB et le paiement par cette carte ?

**Commentaire :**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## **Question N°6**

Quelles ont été jusque-là les démarches entreprises par les responsables de la banque dans la promotion du produit de la carte CIB au niveau de l'institution : Directions centrales ?

**Commentaire :**

.....

.....

.....

# Annexe 02

---

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

## **Question N°7**

La performance de la technologie concernant le procédé de paiement électronique et la formation spécifique des chargés de la monétique en partenariat avec des bureaux de consulting en monétique, n'ont pas engendré les résultats escomptés.

D'après vous, pourquoi la monétique n'a pas connu un grand succès depuis la date de lancement de la carte de retrait et de paiement en 2002 ?

### **Commentaire :**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

# **Table des matières**

# Table des matières

---

Remerciements

Dédicaces

Liste des figures

Liste des tableaux

Liste des annexes

Liste des abréviations

Résumé

Introduction générale.....A-D

## Chapitre I : Concepts de bases du paiement en ligne

Section1 : Evolution de la monnaie et des moyens de paiements.....02

1. Evolution de la monnaie.....02
  - 1.1 Une brève histoire de la monnaie..... 02
  - 1.2 La monnaie primitive.....02
  - 1.3 définition et rôle de la monnaie.....04
  - 1.4 Les différentes phases de développement de la monnaie.....05
2. Evolution des moyens de paiements.....07
  - 2.1 Définition d'un moyen de paiement.....07
  - 2.2 Typologie des moyens de paiement les plus utilisés en Algérie.....08

Section 2 : E-Paiement et E-Commerce.....12

1. Le paiement en ligne .....12
  - 1.1 L'apparition de paiement en ligne.....13
  - 1.2 Définition de paiement en ligne.....14
  - 1.3 L'E-paiement dans le monde.....14
  - 1.4 Les différents modes du paiement en ligne.....17
2. Le Commerce Electronique .....18
  - 2.1 Bien choisir son système de paiement en ligne.....18
  - 2.2 L'intérêt du passage au commerce électronique pour l'économie algérienne.....19
    - 2.2.1 Une baisse des coûts et un accroissement de la concurrence.....19
    - 2.2.2 Une atteinte des besoins non satisfaits par les voies traditionnelles...20

# Table des matières

---

2.2.3	Un accès élargi aux marchés étrangers.....	20
2.2.4	L'adhésion à l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC).....	20
<b>Section 3 : Dynamique de l'e-paiement en Algérie.....</b>		<b>21</b>
1.	Principales dispositions du projet de la loi sur le commerce électronique.....	21
2.	Le paiement sur Internet en Algérie.....	24
2.1.	Internet joue un rôle important dans le l'e-paiement.....	25
2.2.	La situation de l'internet en Algérie .....	25
2.3.	Indicateurs digitaux 2018 Au Maghreb.....	25
3.	Les entraves au développement du commerce électronique en Algérie .....	26
 <b>Chapitre II : La monétique en Algérie</b>		
<b>Section 1 : Présentation générale de la monétique.....</b>		<b>30</b>
1.	Définition de la monétique.....	30
2.	Les différents acteurs du paiement en ligne.....	30
3.	Présentation du domaine interbancaire.....	32
3.1	Groupement d'intérêt économique de la monétique (GIE monétique).....	32
3.2	La Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique(SATIM).....	33
3.2.1	Création de la SATIM .....	33
3.2.2	Les missions de SATIM .....	34
3.2.3	Les prestations et les services fournis par la SATIM.....	34
3.2.4	Le réseau monétique interbancaire algérien.....	35
3.2.5	Des statistiques sur l'activité monétique de la SATIM .....	36
<b>Section 02: La plateforme du paiement sur internet.....</b>		<b>39</b>
1.	Présentation de la plateforme de paiement sur internet AURES.....	39
1.1	La boutique en ligne .....	39
1.2	La sécurité .....	40
1.3	Les Fonctionnalités .....	41
2.	Les différents Procédures d'intégration au système d'authentification 3D-SECURE de la plateforme de paiement sur internet.....	41
2.1	Les étapes d'intégration d'un émetteur à la plateforme de l'e-paiement .....	41

# Table des matières

---

2.2 Les étapes d'intégration d'un acquéreur à la plateforme de l'e-paiement....	42
2.3 Les étapes d'Adhésion d'un web-marchand à la plateforme E-paiement SATIM:.....	44
3. Cinématique d'une opération de paiement sur TPE.....	46
<b>Section 3 : Présentation générale de la carte interbancaire CIB.....</b>	<b>48</b>
1. Définition la carte interbancaire CIB.....	48
2. Types de cartes interbancaires et leurs caractéristiques .....	48
3. Les fonctions de la carte CIB .....	49
3.1 Le retrait par carte interbancaire.....	49
3.2 Le paiement par carte interbancaire.....	50
4. Les facteurs de succès des cartes interbancaires .....	50
5. L'opération d'ouverture du service de paiement sur internet au profit des porteurs des cartes CIB.....	51
5.1 L'opération d'ouverture : passe par trois étapes.....	51
5.2 L'évolution de nombre de porteurs de carte en Algérie .....	51
6. Le modèle économique.....	53
7. Avantages et inconvénients de l'utilisation de la carte bancaire.....	55

## **Chapitre III : L'utilisation de l'e-paiement en Algérie : une enquête analytique**

### **Section 1 : Présentation de la CNEP /BANQUE et de la Direction de la Monétique..61**

1. Présentation de la CNEP /BANQUE.....	61
1.1.Historique.....	61
1.2.Les structures de la CNEP/BANQUE .....	63
1.2.1. Les structures au niveau central.....	63
1.2.2. Les directions régionales.....	64
1.3.Les produits de la CNEP/Banque.....	65
1.3.1. Les produits de l'épargne.....	65
1.3.2. Les crédits à la clientèle .....	65
1.3.3. Les principales statistiques.....	66
2. Présentation de la direction de la monétique.....	67

# Table des matières

---

2.1. Structuration de la direction des instruments de paiement.....	67
2.2. Missions et attributions.....	67
<b>Section 2 : méthodologie de l'enquête et l'analyse du questionnaire.....</b>	<b>68</b>
1. Méthodologie de l'enquête.....	68
1.1. L'objectif de l'enquête.....	68
1.2. Méthode d'échantillonnage.....	68
1.2.1. Echantillon probabiliste.....	69
1.2.2. Echantillon non probabiliste.....	70
1.3. structure des questions.....	71
1.3.1. Les questions ouvertes.....	71
1.3.2. Les questions fermées.....	72
1.4. Test questionnaire.....	72
1.5. Le choix du mode d'administration du questionnaire.....	73
2. Analyse et interprétation de résultats .....	74
2.1. Analyse et interprétation du résultat de 1er questionnaire destiné au public et aux porteurs des cartes inter bancaire CIB.....	74
2.1.1. La répartition des personnes interrogées par quotas.....	74
2.1.2 Analyse des résultats du questionnaire.....	78
<b>Section 3 : Analyse globale des résultats et recommandations.....</b>	<b>102</b>
1. Analyse globale des résultats.....	102
2. Difficultés, Solutions et Recommandations.....	104
2.1. Les différentes difficultés .....	104
2.1.1. Les difficultés techniques et financières.....	104
2.1.2. Les difficultés culturelles.....	104
2.1.3. Les difficultés commerciales.....	104
2.1.4. Les difficultés juridiques.....	105
2.1.5. Les difficultés liées à la sécurité.....	105
2.2. Solutions et Recommandations.....	105
2.2.1. Les actions que doit entreprendre l'Etat.....	105
2.2.2. Les actions que doit entreprendre la banque.....	107
2.2.3. Les actions que doit entreprendre le commerçant.....	108
2.2.4. Les actions que doit entreprendre le consommateur .....	108
<b>Conclusion Générale .....</b>	<b>111</b>
<b>Bibliographie</b>	
<b>Annexes.</b>	