

ECOLE DES HAUTES ETUDES COMMERCIALES

EHEC

**Mémoire de fin d'études en vue d'obtention du diplôme en
Master en Sciences Commerciales**

Spécialité : Finance et comptabilité

THÈME :

**ANALYSE DES DIFFÉRENTS MOYENS DE PAIEMENT
ÉLECTRONIQUE**

**ETUDE DE CAS : ALGERIE TELECOM DIRECTION
OPÉRATIONNELLE ET TÉLÉCOMMUNICATION
HUSSEIN DEY**

Présenté par :

**Mr Samy Abderrahmane BAICHE
Mr Rafik Abdellah Bencherit**

Encadreur :

**Mme Widad CHABANI
Maître de conférences (A)
à l'EHEC**

PROMO 2024/2025

ECOLE DES HAUTES ETUDES COMMERCIALES

EHEC

**Mémoire de fin d'études en vue d'obtention du diplôme en
Master en Sciences Commerciales**

Spécialité : Finance et comptabilité

THÈME :

**ANALYSE DES DIFFÉRENTS MOYENS DE PAIEMENT
ÉLECTRONIQUE**

**ETUDE DE CAS : ALGERIE TELECOM DIRECTION
OPÉRATIONNELLE ET TÉLÉCOMMUNICATION
HUSSEIN DEY**

Présenté par :

**Mr Samy Abderrahmane BAICHE
Mr Rafik Abdellah Bencherit**

Encadreur :

**Mme Widad CHABANI
Maître de conférences (A)
à l'EHEC**

PROMO 2024/2025

Résumé

L'Algérie connaît depuis quelques années et plus précisément après la pandémie COVID-19 une transformation progressive de ses habitudes de paiement avec l'introduction du paiement électronique, en parallèle des méthodes traditionnelles encore largement utilisées. Cette évolution a modifié le comportement des consommateurs et a poussé certaines institutions publiques à adapter leurs services. C'est dans ce contexte que s'inscrit ce travail de recherche, qui a pour objectif principal d'analyser les moyens de paiement électronique utilisés au sein d'Algérie Télécom, et d'identifier celui qui est le plus adopté entre 2022 et 2024.

Le travail se divise en deux volets : une partie théorique qui présente l'évolution du paiement électronique à l'échelle internationale, puis au niveau national, afin de mieux comprendre les enjeux liés à sa mise en œuvre ; et une partie pratique, axée sur l'étude de cas d'Algérie Télécom, à travers l'analyse de données internes et la comparaison entre les différents canaux de paiement disponibles (Baridimob, Edahabia, CIB, Wimpay).

Mots-clés généraux : moyens de paiement numériques ,Digitalisation des paiements Transformation numérique, COVID-19 et transformation ,digitale Services publics digitalisés Transition digitale en Algérie

Abstract

In recent years, and more specifically since the COVID-19 pandemic, Algeria has undergone a gradual transformation in its payment habits with the introduction of electronic payment, alongside traditional methods that are still widely used. This shift has influenced consumer behavior and prompted certain public institutions to adapt their services accordingly. It is within this context that the present research is situated, with the main objective of analyzing the electronic payment methods used within Algérie Télécom and identifying the most adopted one between 2022 and 2024.

This work is divided into two parts: a theoretical section that outlines the development of electronic payment at the international level, followed by a national overview to better understand the challenges of its implementation; and a practical section, based on a case study of Algérie Télécom, using internal data analysis and comparison of the various payment channels available (Baridimob, Edahabia, CIB, Wimpay).

ملخص

شهدت الجزائر في السنوات الأخيرة، وخاصة بعد جائحة كوفيد-19، تحولاً تدريجياً في وسائل الدفع، مع إدخال الدفع الإلكتروني إلى جانب وسائل الدفع التقليدية التي لا تزال تُستخدم على نطاق واسع. هذا التغيير أدى إلى تعديل سلوك المستهلكين، ودفع بعض المؤسسات العمومية، مثل اتصالات الجزائر، إلى رقمنة خدماتها ومواكبة هذا التطور. وفي هذا الإطار، يندرج هذا البحث الذي يتمثل هدفه الأساسي في تحليل وسائل الدفع الإلكتروني المستعملة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر، وتحديد الوسيلة الأكثر استخداماً خلال الفترة الممتدة من سنة 2022 إلى سنة 2024.

ينقسم هذا العمل إلى جزئين رئيسيين: جزء نظري يعرض تطور وسائل الدفع الإلكترونية على المستوى الدولي، ثم الوطني، بهدف فهم أعمق للتحديات والفرص المرتبطة باستخدام هذه الوسائل في الجزائر. أما الجزء التطبيقي، فيتمثل في دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر، من خلال تحليل تطور عدد وقيم المعاملات المنجزة عبر كل وسيلة دفع إلكتروني (بريدي موب، البطاقة الذهبية، ويم باي و البطاقة البنكية)، ودراسة نسب استعمالها في كل نوع من منتجات المؤسسة (الهاتف الثابت

(ADSL/FTTH , 4G LTE

كما تم إجراء مقارنة شاملة بين القنوات البريدية والبنكية، سواء من حيث عدد العمليات أو من حيث القيمة المالية خلال السنوات الثلاث محل الدراسة، وذلك بهدف الوصول إلى فهم دقيق حول الوسيلة الأكثر اعتماداً من قبل زبائن المؤسسة.

Dédicaces

Je dédie ce travail, avec tout mon amour et ma reconnaissance :

À mes chers parents

pour tout ce que vous avez fait pour moi depuis le début. Merci pour votre patience, vos sacrifices, vos conseils et votre soutien inestimable. Sans vous, je n'aurais jamais pu arriver jusque-là. Que Dieu vous protège et vous accorde une longue vie.

À mes frères et mes sœurs,

merci d'avoir toujours été là pour moi, dans les bons comme dans les moments difficiles. Votre présence, vos encouragements et vos mots simples mais sincères m'ont beaucoup aidé à garder confiance en moi.

À toute ma famille,

grands et petits, proches ou loin, merci pour vos prières, votre amour, vos encouragements et votre soutien moral tout au long de ce parcours. Vous occupez tous une place importante dans mon cœur.

Ce mémoire est le fruit de vos encouragements, de vos valeurs, et de tout ce que vous m'avez appris.

Rafik Abdellah

Dédicaces

Je n'y peux rien avant de remercier le dieu qui m'a donné la foi pour que je puisse mener bien ce modeste mémoire que je dédie spécialement :

Au meilleur des pères et à ma très chère maman qu'ils trouvent en moi la source de leur fierté qui ne cessent de me donner avec amour le nécessaire pour que je puisse arriver à ce que je suis aujourd'hui.

Que dieu les protège et que la réussite soit toujours à ma portée pour que je puisse vous combler de bonheur.

A toute ma famille

Et à tous mes amis

Et surtout Hichem, Rafik, Gulussa.

A tous ceux qui me sont chers, aux personnes qui m'ont aidé et encouragé de près ou de loin, qui étaient toujours à mes côtés et qui m'ont accompagné durant mon chemin d'études.

Samy Abderrahmane

Remerciement

Avant tout, nous tenons à remercier Dieu Tout-Puissant de nous avoir donné la force, la patience et la persévérance nécessaires pour mener à bien ce travail.

Nous exprimons notre profonde gratitude à notre encadrante Mme.Chabani pour sa disponibilité, ses conseils avisés, ses orientations précieuses et son accompagnement tout au long de ce mémoire. Son encadrement a été d'un grand soutien, tant sur le plan académique que personnel.

Nous remercions également l'ensemble du corps enseignant de l'école des hautes études commerciales , pour la qualité de l'enseignement dispensé durant mon parcours universitaire.

Nos remerciements vont aussi à l'équipe d'Algérie Télécom surtout Mme Khesrani, Mme Hadji et Mr Adrar qui nous ont permis d'avoir accès aux données internes nécessaires à la réalisation de cette étude, et qui ont facilité nos recherches à travers leur accueil et leur collaboration.

Nous n'oublions pas d'adresser notre reconnaissance à notre famille, nos amis et toutes les personnes qui nous ont soutenu de près ou de loin durant la préparation de ce travail.

À toutes et à tous, merci du fond du cœur.

Liste des tableaux

Chapitre 1 :

N°	Intitulé	Pages
1.1	Évolution des cartes de paiements.	12
1.2	La naissance des grands réseaux	13
1.3	L'ère de la puce	14

Chapitre 2 :

N°	Intitulé	Pages
2.1	Activité Paiement sur Internet	32
2.2	Activité Paiement sur TPE	33
2.3	Activité de paiement sur TPE en valeur et en volume	34
2.4	Tableau de répartition des cartes en circulation	35
2.5	Activités de paiement mobile en 2022	37
2.6	Activités de paiement en 2023 , 2024 , 2025	38

Chapitre 3 :

N°	Intitulé	Pages
3.1	Comparaison du nombre de transactions via Edahabia et CIB en 2022	62
3.2	Comparaison des montants de transactions via Edahabia et CIB en 2022	63
3.3	Comparaison du nombre de transactions via Edahabia et CIB en 2023	65
3.4	Comparaison des montants de transactions via Edahabia et CIB en 2023	66
3.5	Comparaison du nombre de transactions via Edahabia et CIB en 2024	68

3.6	Comparaison des montants de transactions via Edahabia et CIB en 2024	69
3.7	Évolution du nombre de transactions via Edahabia (2022–2024)	72
3.8	Évolution des montants de transactions via Edahabia (2022–2024)	73
3.9	Évolution du nombre de transactions via CIB (2022–2024)	74
3.10	Évolution des montants de transactions via CIB (2022–2024)	75
3.11	Évolution du nombre de transactions via BaridiMob (2022–2024)	77
3.12	Évolution des montants de transactions via BaridiMob (2022–2024)	78
3.13	Évolution du nombre de transactions via Wimpay (2022–2024)	79
3.14	Évolution des montants de transactions via Wimpay (2022–2024)	80
3.15	Part e-paiement en montant par produit en 2022	82
3.16	Part e-paiement en pourcentage par produit en 2022	83
3.17	Part e-paiement en montant par produit en 2023	89
3.18	Part e-paiement en pourcentage par produit en 2023	89
3.19	Part e-paiement en montant par produit en 2024	96
3.20	Part e-paiement en pourcentage par produit en 2024	96

Liste Des Figures

Chapitre 1 :

N°	Intitulé	Page
1.1	La carte Affaire	31
1.2	La carte prépayée	32
1.3	Taux de pénétration du paiement mobile dans certains pays du monde en 2019	35
1.4	Evolution d'utilisation des portefeuilles électroniques	35
1.5	Evolution du cours du Bitcoin	38

Chapitre 2 :

N°	Intitulé	Page
2.1	La carte interbancaire	56

Chapitre 3 :

N°	Intitulé	Page
1	Évolution de la Part de l'e-paiement dans le chiffre d'affaires encaissé d'Algérie Télécom	60
2	Comparaison des Nombres de transactions via Edahabia et CIB en 2022	62
3	Comparaison des Montants de transactions via Edahabia et CIB en 2022	63
4	Comparaison des Nombres de transactions via Edahabia et CIB en 2023	65
5	Comparaison des Montants de transactions via Edahabia et CIB en 2023	66
6	Comparaison des Nombres de transactions via Edahabia et CIB en 2024	68
7	Comparaison des Montants de transactions via Edahabia et CIB en 2024	69
8	Évolution du Nombre de transactions via Edahabia (2022–2024)	71
9	Évolution des Montants de transactions via Edahabia (2022–2024)	72
10	Évolution du Nombre de transactions via CIB (2022–2024)	74
11	Évolution des Montants de transactions via CIB (2022–2024)	75
12	Évolution du Nombre de transactions via BaridiMob (2022–2024)	77
13	Évolution des Montants de transactions via BaridiMob (2022–2024)	78
14	Évolution du Nombre de transactions via Wimpay (2022–2024)	80
15	Évolution des Montants de transactions via Wimpay (2022–2024)	81
16	Répartition en Nombre par canal du e-paiement des factures de téléphone fixe en 2022	83
17	Répartition en montant par canal du e-paiement des factures de téléphone fixe en 2022	84

18	Répartition en Nombre par canal du e-paiement des factures de téléphone fixe en 2023	85
19	Répartition en Montant par canal du e-paiement des factures de téléphone fixe en 2023	86
20	Répartition en Nombre par canal du e-paiement des factures de téléphone fixe en 2024	87
21	Répartition en Montant par canal du e-paiement des factures de téléphone fixe en 2024	88
22	Répartition en Nombre par canal du e-paiement des factures de téléphone fixe en 2022	90
23	Répartition en Montant par canal du e-paiement des factures de téléphone fixe en 2022	91
24	Répartition en Nombre par canal du e-paiement des Abonnements 4G LTE en 2023	92
25	Répartition en Montant par canal du e-paiement des Abonnements 4G LTE en 2023	93
26	Répartition en Nombre par canal du e-paiement des Abonnements 4G LTE en 2024	94
27	Répartition en Montant par canal du e-paiement des Abonnements 4G LTE en 2024	95
28	Répartition en Nombre par canal du e-paiement des Abonnements ADSL/FTTH en 2022	97
29	Répartition en Montant par canal du e-paiement des Abonnements ADSL/FTTH en 2022	98
30	Répartition en Nombre par canal du e-paiement des Abonnements ADSL/FTTH en 2023	99

31	Répartition en Montant par canal du e-paiement des Abonnements ADSL/FTTH en 2023	100
32	Répartition en Nombre par canal du e-paiement des Abonnements ADSL/FTTH en 2024	101
33	Répartition en Montant par canal du e-paiement des Abonnements ADSL/FTTH en 2024	102

Liste des abréviations

Abréviation	Signification
ATM	Algérie Télécom Mobile
ACTEL	AGENCE COMMERCIALE TÉLÉCOMMUNICATION
CIB	Carte Interbancaire
DAB	Distributeur Automatique de Billets
GAB	Guichet Automatique de Billets
TPE	Terminal de Paiement Électronique
E-paiement	Paiement électronique
BNA	Banque Nationale d'Algérie
CPA	Crédit Populaire d'Algérie
BADR	Banque de l'Agriculture et du Développement Rural
CCP	Compte Chèque Postal
Edahabia	Carte monétique d'Algérie Poste
Baridimob	Application mobile de paiement d'Algérie Poste
Wimpay	Application mobile de paiement de la BNA
SATIM	Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et Monétiques
BEA	BANQUE EXTERIEURE D'ALGERIE
QR Code	Quick Response Code
TIC	Technologies de l'Information et de la Communication
E-Commerce	Commerce électronique
PIN	Personal Identification Number

Sommaire

Introduction générale	2
Chapitre 1 : Les moyens de paiement électronique à l'internationale	5
Introduction	6
Section 01 : Evolution des moyens de paiement électronique à l'internationale	8
Section 02 : Type de moyen de paiement électronique	13
Conclusion	25
Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie	26
Introduction	27
Section 01 : Evolution de moyen de paiement électronique en Algérie	28
Section 02 : Type de moyen de paiement électronique en Algérie	38
Conclusion	47
Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom	48
Introduction	49
Section 1 : Présentation d'entreprise	50
Section 2 : Cadre méthodologique de l'enquête et l'analyse des résultats	60
Conclusion	105
Conclusion générale	106

Introduction générale

Introduction générale

Introduction générale

Aujourd'hui, nous vivons dans un monde où la technologie joue un rôle très important dans la vie de tous les jours. Presque tout ce que nous faisons est connecté aux nouvelles technologies, que ce soit pour travailler, communiquer, faire des achats ou même nous divertir. Cette omniprésence de la technologie a créé une forte dépendance, car nous comptons de plus en plus sur elle pour accomplir nos tâches quotidiennes. Par exemple, les smartphones, les ordinateurs et internet sont devenus des outils indispensables pour la plupart des gens.

L'économie n'échappe pas à cette transformation. Depuis la révolution industrielle, les innovations technologiques ont d'abord bouleversé le secteur de l'industrie, en automatisant les usines et en améliorant la production. Aujourd'hui, c'est au tour de la finance et du commerce de connaître des changements majeurs. Par exemple, les méthodes de paiement ont évolué : nous sommes passés de l'argent liquide aux cartes bancaires, puis aux paiements sans contact et aux applications mobiles comme PayPal ou Apple Pay. De même, la manière dont les produits et services sont vendus a changé. Les magasins en ligne, comme Amazon, et les plateformes de livraison, comme Uber Eats, ont transformé nos habitudes de consommation.

Les entreprises, en tant qu'acteurs clés du monde économique, sont aujourd'hui obligées de suivre cette tendance high-tech pour rester compétitives. Elles doivent proposer à leurs clients des services modernes et innovants, leur permettant de rester à jour et d'accéder aux différentes solutions commerciales disponibles. Ces solutions sont souvent offertes grâce à des plateformes qui utilisent les nouvelles technologies comme un levier de développement pour leurs activités. Ainsi, pour se démarquer sur le marché, les entreprises doivent intégrer ces outils technologiques dans leur fonctionnement quotidien, que ce soit pour améliorer leur gestion interne, optimiser leur relation client ou renforcer leur stratégie commerciale. Cette adaptation est essentielle pour répondre aux attentes des clients et rester performantes dans un environnement de plus en plus numérique.

Notre recherche est motivée par la rareté des travaux qui abordent ce thème d'actualité, ces derniers mois, en Algérie. De fait, l'importance accordée au paiement électronique dans le

Introduction générale

commerce n'est pas à démontrer. Cependant, le cas algérien soulève beaucoup d'interrogations. Dès lors, la question inévitable qui se pose est :

***Quel est le moyen de paiement électronique le plus utilisé au sein d'Algérie Télécom ?**

Questions secondaires :

1- L'adoption des paiements électroniques a-t-elle un effet significatif sur l'augmentation du chiffre d'affaires d'Algérie Télécom ?

2- Dans quelle mesure les actions promotionnelles et les efforts de sensibilisation d'Algérie Télécom ont-elles contribué à l'augmentation de l'usage du e-paiement ?

3- Les canaux bancaires sont-ils plus utilisés que les canaux postaux pour le paiement électronique chez Algérie Télécom ?

Hypothèse :

H1- L'adoption des paiements électroniques a un effet significatif sur l'augmentation du chiffre d'affaires d'Algérie Télécom .

H2- Les actions promotionnelles et les efforts de sensibilisation d'Algérie Télécom ont un impact positif dans l'augmentation de l'usage du e-paiement .

H3- Les canaux bancaires sont plus utilisés par rapport aux canaux postaux dans les transactions de paiement électroniques aux sein d'Algérie Télécom .

Objectif de la recherche :

L'objectif principal de cette étude est de connaître le moyen de paiement électronique le plus utilisé chez Algérie Telecom et aussi de comprendre quels sont les différents freins qui empêchent le développement du paiement électronique.

Introduction générale

Structure du mémoire :

Ce travail s'articule autour de trois chapitres.

Le **premier chapitre** offre un aperçu général sur les moyens de paiement électronique à l'échelle internationale. Il retrace leur évolution, leur impact sur les systèmes financiers mondiaux et leur rôle dans la digitalisation de l'économie. Ce chapitre met également en lumière les principales technologies et solutions utilisées dans différents pays, tout en mettant en avant les meilleures pratiques adoptées à l'international.

Le **deuxième chapitre** se concentre sur l'évolution des moyens de paiement électronique en Algérie. Il présente les dispositifs mis en place, les solutions disponibles pour les consommateurs et les entreprises, ainsi que les acteurs impliqués (banques, opérateurs télécoms, fintechs, etc.). Une analyse des opportunités et des défis liés au développement du e-paiement en Algérie sera également abordée.

Le **troisième et dernier chapitre** est consacré à une étude de cas portant sur l'expérience d'**Algérie Télécom** dans l'adoption et la gestion des paiements électroniques. Ce chapitre analysera les solutions de paiement mises en place par l'entreprise, ainsi que les défis rencontrés et les perspectives d'amélioration. Une synthèse des contraintes et des recommandations sera également proposée afin d'optimiser l'efficacité du paiement électronique au sein d'Algérie Télécom.

Limites et contraintes rencontrées

Insuffisance de documentation et de livres relatifs à notre thème.

Difficulté d'avoir de la documentation au niveau de « Algérie Telecom ».

Chapitre 1 : les moyens de paiement électronique à l'internationale

Chapitre 1 : Les moyens de paiement électronique à l'internationale

Introduction :

Au cours des dernières décennies, Les avancées rapides en communication et en technologie de l'information ont radicalement changé le paysage économique mondial et donné naissance à de nouvelles méthodes de transaction financière. Les paiements électroniques ont émergé comme l'une de ces percées significatives, jouant un rôle crucial dans la dynamique de la mondialisation des échanges financiers et commerciaux. La numérisation croissante des services bancaires et l'essor du commerce en ligne ont conduit au renforcement des solutions de paiement électronique, qui sont désormais essentielles tant pour les entreprises que pour les consommateurs. De nos jours, les paiements électroniques ne se limitent pas aux simples transactions par carte bancaire ; ils incluent une large gamme d'outils réglementaires, des portefeuilles électroniques (e-wallets) aux paiements mobiles, ainsi que des processus instantanés et de crypto-monnaies.

En raison d'un certain nombre de facteurs interdépendants, l'utilisation des méthodes de paiement électroniques a considérablement augmenté. D'une part, le changement de comportement des consommateurs, caractérisé par une préférence croissante pour la commodité et la rapidité des transactions, a renforcé le besoin de solutions de paiement numériques. D'autre part, les avancées technologiques telles que la technologie blockchain pour la sécurité des transactions et l'authentification biométrique ont renforcé la confiance des utilisateurs et élargi les options de paiement. De plus, la pandémie de COVID-19 a agi comme un catalyseur en accélérant l'adoption des paiements sans contact et des solutions numériques, rendant les paiements électroniques nécessaires tant pour les particuliers que pour les entreprises.

Dans cet environnement en rapide évolution, les paiements électroniques internationaux soulèvent de nombreuses questions pour les institutions financières ainsi que pour les régulateurs et les acteurs du marché. Les principaux défis pour garantir la sécurité et la fluidité des transactions transfrontalières sont la normalisation des standards de paiement, la lutte contre la fraude et la protection des données personnelles. De plus, le monopole bancaire traditionnel est remis en question par l'essor des fintechs et des Big Tech dans le secteur des services de paiement, ce qui change les règles du marché financier mondial.

Chapitre 1 : Les moyens de paiement électronique à l'internationale

Par conséquent, ce chapitre vise à examiner en profondeur les dynamiques des paiements électroniques internationaux selon trois axes principaux. Tout d'abord, il définira précisément le terme "paiement électronique", en mettant en évidence ses caractéristiques essentielles et les acteurs impliqués dans son fonctionnement. Les principaux facteurs historiques qui ont influencé le développement des paiements électroniques, des premières cartes bancaires aux solutions numériques contemporaines, peuvent donc être compris à travers une analyse de leur évolution. Enfin, une typologie des méthodes de paiement électronique sera établie afin de mieux déterminer la variété des options disponibles et leur influence sur les pratiques commerciales et financières internationales.

Chapitre 1 : Les moyens de paiement électronique à l'internationale

Section 01 : Evolution des moyens de paiement électronique à l'internationale

Cette section a pour objectif d'établir les bases conceptuelles du paiement électronique en définissant sa signification, ses caractéristiques principales, ainsi que les intervenants engagés dans sa réalisation. Elle décrit aussi les principales phases de son développement, depuis l'émergence des premières cartes de crédit au début du XXe siècle jusqu'aux solutions innovantes modernes.

1.1- Définition :

Le paiement électronique désigne un mode de règlement permettant d'effectuer des transactions sécurisées sans recourir à l'argent liquide. Il s'appuie sur des technologies numériques et peut être réalisé via divers dispositifs électroniques, en ligne ou à l'aide d'instruments de paiement spécifiques.

L'e-paiement, ou paiement électronique, englobe l'ensemble des transactions effectuées par le biais d'un terminal de paiement électronique (TPE), que ce soit par la technologie sans contact, la saisie d'un code PIN, ou encore via des plateformes de commerce en ligne.¹

De manière générale, le paiement électronique regroupe plusieurs moyens de règlement exploitant des systèmes électroniques, notamment les paiements par carte bancaire, les transactions en ligne et les paiements mobiles.²

Ainsi, il permet aux consommateurs d'acquérir des biens et services en utilisant des smartphones, Internet, des terminaux de paiement en magasin ou des sites web marchands. Son développement joue un rôle clé dans l'essor du commerce électronique et la modernisation des transactions financières.

¹ <https://epayspace.com/fr/blog/e-payment-or-e-pay/consulter> le 12/02/2025 à 12:00

² S.IBEGHOUCHE et A. Mokrane . Adoption et utilisation des paiements électroniques en Algérie, Revue de l'économie financière & des affaires, Revue N° 3, vol 6, 2022, p. 554.

Chapitre 1 : Les moyens de paiement électronique à l'internationale

1.2- historique et évolution des moyens de paiement électronique :

Avant de commencer l'analyse des moyens de paiement électroniques, il est essentiel de remonter le fil du temps pour comprendre comment ces outils ont vu le jour et se sont développés . Dans cette section on va parler de l'histoire des moyens de paiement électroniques, depuis leurs apparition jusqu'à maintenant .

Les premières cartes de paiement ont vu le jour en tant que cartes de crédit. Elles étaient généralement des initiatives pilotes mises en place par des banques, avec une utilisation assez restreinte.

En 1914, aux États-Unis, la première carte en métal permettant le paiement différé a été mise en place, à l'initiative de la Western Union pour ses clients privilégiés.

Ensuite, des grands détaillants et des entreprises pétrolières introduisent leurs propres cartes, utilisable dans leurs propres réseaux de distribution. Parmi les pionniers, mentionnons l'initiative de Sears & Roebuck en 1917, un grand distributeur américain, qui a eu l'idée d'utiliser un système standardisé pour gérer les informations relatives à ses clients détenteurs d'une ligne de crédit ; l'ancêtre de la Carte Discover était ainsi né, sans doute la carte privative la plus significative au monde. En ce qui concerne les seconds, mentionnons le programme de Mobil Oil (1924). Pour ces entreprises, de telles cartes répondaient à une double préoccupation : • simplifier le processus de paiement pour l'achat de carburant, notamment pour les entreprises de transport, Dans un pays immense où l'acceptation du chèque était restreinte, en réalité, à l'intérieur de l'État où la banque émettrice était établie.³

Frank McNamara, le créateur du Club de Diners, a eu l'idée de cette invention qui est née aux États-Unis en 1950. L'objectif de la carte était de régler les notes des restaurants. Un client avait la possibilité de se restaurer sans espèces dans tout établissement qui acceptait les cartes de crédit Diners 'Club. Par la suite, Diners' Club se chargeait de régler le restaurant et le porteur de la carte de crédit remboursait alors Diners' Club.

³ C.Dragon Geiben, D. Nallard, Gilbert , la carte et ses atouts , RB édition , france ,2002,p13

Chapitre 1 : Les moyens de paiement électronique à l'internationale

Cependant, la crise de 1929, qui n'était pas favorable au développement du crédit à la consommation, suivie de la Seconde Guerre mondiale, ont largement retardé l'évolution de ce nouveau concept de mode de paiement.⁴

En 1958, American Express introduit sa première carte de crédit, suivie quelques semaines plus tard par Bank of America avec le lancement de la BankAmericard (qui est actuellement Visa). « Le public ciblé était constitué d'hommes d'affaires et de marchands ambulants afin qu'ils puissent l'utiliser lors de leurs déplacements. » Dans les années 1960, ces cartes de crédit étaient présentées comme un outil d'économie de temps plutôt qu'un instrument de crédit. American Express, Visa et MasterCard allaient par la suite s'imposer en tant que puissants intervenants dominants dans ce secteur.

Le paiement par carte a constamment progressé, s'est développé, s'est élargi vers des zones de plus en plus reculées, jusqu'à nous proposer les cartes internationales que nous utilisons en ce moment⁵.

Tableau n° 01 : Évolution des cartes de paiements.

Année de naissance	l'évolution des cartes de paiement
1914	Western Union – support d'identification
1914-1950	Identification associée à un crédit
1950	1950 Diners Club : carte de paiement
1951	Franklin National Bank : carte bancaire de crédit
1953	Cartes bancaires de débit

⁴ La carte et ses atouts ,op cit , p 14

⁵ F. AISSAOUI, Le système de paiement électronique en Algérie, mémoire de master ,Département des Sciences de Gestion,université mouloud mammeri de tizi-ouzou faculté des sciences économiques des sciences de gestion et des sciences commerciales, 2020, page 15

Chapitre 1 : Les moyens de paiement électronique à l'internationale

1957	Naissance de Bank Americard (future Visa)
1958	Naissance de la carte American Express
1960	Naissance des cartes de crédit privées Cetelem, Sofinco, Cofinoga Années
1960	Naissance en Suède de l'Eurocard

Source : C. dragon et autres, les moyens de paiement, édition Banque, 1997, p 25.

Tableau N 02 : La naissance des grands réseaux

Année	L'évolution des cartes de paiements
1965	En Belgique, premiers DAB par la Générale de Banque (actuelle BNP Parisbas Fortis)
1967	Naissance de Interbank (futur MasterCard)
1967	Naissance de Charge Master 1967 – Naissance des cartes de banque (garantie de chèques)
1967	Naissance de la Carte Bleue
1967	Premiers DAB au Japon
1968	Naissance d'Euro chèque
1968	Accords Interbank et Charge Master qui deviendront Mastercard.
1977	Naissance de Visa

Chapitre 1 : Les moyens de paiement électronique à l'internationale

1978	Naissance des cartes co brandées
1978	Naissance de Visa Europe à Londres
1979	Naissance de Mastercard
1980	La piste magnétique se généralise

Source :les moyens de paiement,,Op Cit, p 26

Tableau N 03 : L'ère de la puce

Année	L'évolution des cartes de paiements
1982	La carte téléphonique à puce
1989	La carte à crypto processeur
1994	Le porte-monnaie électronique
1997	La carte sans contact
2001	La carte téléphonique virtuelle
2004	Premières cartes bancaires sans contact

Source : les moyens de paiement,op cit, p 25.

Section 02 : Type de moyen de paiement électronique

Dans cette section, nous allons voir les types de moyens de paiement électronique qui existent à l'international. Nous examinerons leurs caractéristiques, leur mode de fonctionnement ainsi que leur impact sur les transactions financières. Des cartes bancaires aux portefeuilles électroniques en passant par les paiements mobiles et les cryptomonnaies, chaque solution répond à des besoins spécifiques en termes de rapidité, de sécurité et d'accessibilité. Cette analyse permettra de mieux comprendre la diversité des options disponibles et leur rôle dans l'économie numérique mondiale.

2.1- les carte électroniques :

C'est une carte magnétique ou à puce qui fournit les mêmes services qu'une carte de retrait, mais ajoute également la possibilité de payer des achats ou des services dans des points de vente physiques ou en ligne. Il existe actuellement deux grands réseaux de cartes bancaires, le réseau Carte Blue visa et le réseau Eurocard-MasterCard qui sont réunis au sein du Groupement d'Intérêts économiques des cartes bancaires. Les données obligatoires pour la réalisation d'une transaction par une carte de crédit sont : le numéro de la carte, la date d'expiration, le nom et prénom du titulaire de la carte et le cryptogramme qui est visible dans le dos de la carte. Si la transaction se fait sans insertion de la carte dans un appareil lecteur (paiement en ligne par exemple). Par contre, si le paiement se fait en insérant la carte dans appareil lecteur, un mot de passe est demandé qui est autre que le cryptogramme qui est invisible dans la carte (Didier Geiben et autres, 2011, p 53) La carte de paiement se présente sous la forme d'un rectangle de plastique rigide comportant des informations bien définies en recto et en verso. La carte de paiement possède plusieurs options qui sont à déterminer avant de signer le contrat, et elle offre plusieurs possibilités, d'où le consommateur se retrouve face à un large choix. C'est dans le cadre de cette dernière que nous allons faire un petit passage sur quelques types de carte de paiement les plus connues⁶ :

Les types de cartes peuvent être élaborés selon le statut de l'émetteur (celui qui émet la carte) et selon les modes de fonctionnement au choix du porteur. A cet effet, nous citons les deux cas, à savoir :

⁶ S.BENMADANI , Les Moyens De Paiement Électronique En Algérie : Etat Des Lieux Et Perspectives Electronic.Revue Etudes Economiques , algerie , page 793

Chapitre 1 : Les moyens de paiement électronique à l'internationale

2.2- la carte bancaire :

La carte bancaire est émise par une banque et est délivrée dans des conditions fixées à l'avance par le réseau bancaire auquel appartient cette banque. Le titulaire de cette carte est dans l'obligation de signer un contrat type reprenant toutes les conditions y afférentes. Les cartes bancaires proposent le service de retrait d'espèces auprès des guichets automatiques et celui de règlement des paiements chez les commerçants affiliés au réseau de la banque. Elles assurent deux fonctions majeures : le retrait et le paiement.⁷

2.3- Les cartes de retrait :

Ce sont des cartes dont la fonctionnalité majeure est le retrait des espèces (billets de banque) auprès des D.A.B-G.A.B, mais qui proposent aussi classiquement comme fonctionnalités complémentaires la consultation de compte, les virements, les commandes de chèques, ... Les D.A.B habituellement installés sur les façades des agences bancaires peuvent également être implantés dans des lieux publics (aéroports, gares ferroviaires, ...).⁸

2.4- Les cartes de paiement :

Ce sont des cartes qui offrent à leurs porteurs, en sus du service de retrait des espèces via les DAB-GAB, la possibilité de régler les factures de leurs achats auprès des commerçants. Les cartes de paiement offrent à elles seules une gamme étendue de produits que l'on pourra différencier selon deux critères :

- 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 agréés.

A ce sujet, il faut préciser que, d'un point de vue technique, les cartes internationales peuvent être utilisées dans le réseau domestique, mais le traitement des opérations se fera via le réseau international avec tout ce que cela implique comme frais de traitement et de commissions,

⁷K.SENOUCI , T.BENSAHLA , Systèmes de paiement, liquidité et Transparence des transactions bancaires et commerciales , université de tlemcen , Faculté des sciences Economiques, Commerciales et de Sciences de Gestion , p 34

⁸D. TASSADIT , L.GAOUA , Les pratiques de l'e-paiement en Algérie, état des lieux et perspectives (CPA) Tizi-Ouzou , mémoire de master , faculté SEGC , université de tizi ousou , , 2017 , page 12

Chapitre 1 : Les moyens de paiement électronique à l'internationale

d'où l'inutilité d'appliquer ce genre de procédés.⁹

Nous distinguons ainsi, trois grandes catégories de cartes de paiement :

2.5- Les cartes de débit :

Les cartes de débit représentent le type de carte bancaire le plus répandu. Lorsqu'un client effectue une transaction, qu'il s'agisse d'un retrait ou d'un paiement, le montant correspondant est prélevé sur son compte bancaire dans un délai de 24 à 48 heures. Il existe deux principales catégories de débit : immédiat et différé.

a-Carte de paiement à débit immédiat : Le montant de chaque transaction est débité du compte bancaire le jour même ou le lendemain. Ainsi, toute opération réalisée avec cette carte impacte directement le solde du compte.

b-Carte de paiement à débit différé : Toutes les transactions effectuées au cours d'un mois sont regroupées et prélevées en une seule fois, soit en début, soit en fin de mois suivant. Ce mode de fonctionnement requiert une gestion rigoureuse des finances afin d'éviter de dépenser au-delà des fonds disponibles.

c-Carte de paiement à autorisation systématique : Similaire à une carte de débit classique, elle se distingue par un contrôle systématique du solde du compte à chaque transaction. Cela permet d'éviter les découverts. Ce type de carte est généralement destiné aux jeunes, aux mineurs, aux étudiants ou aux personnes en situation de fragilité financière.

2.6- Les cartes de crédit:

Les cartes de crédit sont émises par les banques en partenariat avec des réseaux de paiement internationaux tels que Visa, MasterCard ou American Express. Elles permettent à leur titulaire d'effectuer des paiements et des retraits, en bénéficiant d'un crédit accordé par l'émetteur de la carte.

Ces cartes jouent un rôle de plus en plus central dans le secteur bancaire, car elles sont devenues un moyen de paiement privilégié pour une grande partie des transactions

⁹ ibid , page 13

Chapitre 1 : Les moyens de paiement électronique à l'internationale

financières. Elles couvrent divers types d'opérations monétaires et facilitent les achats, aussi bien en ligne qu'en magasin.

Dotées d'un microprocesseur et d'une bande magnétique, les cartes de crédit reposent sur l'interaction de trois acteurs principaux : l'émetteur (la banque ou l'institution financière), le créancier ou fournisseur, et le titulaire, également appelé porteur de la carte.

2.7- Les cartes d'affaires :

Les cartes d'affaires, également appelées Business Cards, constituent un moyen de paiement de haut niveau offrant des services exclusifs. Émises par des institutions bancaires internationales, elles sont destinées principalement aux hommes d'affaires et aux clients à fort pouvoir d'achat. Leur utilisation est particulièrement privilégiée dans le cadre des déplacements professionnels ou touristiques, facilitant ainsi le règlement des dépenses liées à l'hébergement, à la restauration, à la location de véhicules et à d'autres frais connexes.¹⁰ L'image ci-dessous est un exemple réel de cette carte :

Figure N 01 : La carte Affaire



Source : www.societegenerale.com, consulté le 11/05/2025 à 14:17

¹⁰D.Belaid ,polycopié Techniques et Relation Bancaire , 2022 , page 87

Chapitre 1 : Les moyens de paiement électronique à l'internationale

la carte affaire offre :

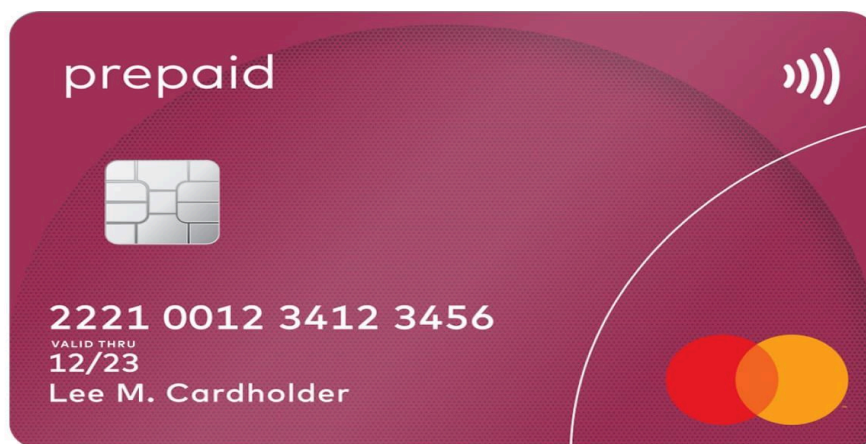
- plafond de dépense journalier , mensuel , ou hebdomadaire
- suivi des frais professionnels en temps réel
- Envoi des justificatifs dématérialisés et immédiats.
- La carte d'affaire est hautement sécurisée et modulable dans le temps en fonction du besoin.

Les cartes les plus populaires dans le monde sont : American Express, visa gold Affaires, Mastercard Business Card.

2.8- La carte prépayée :

Une carte prépayée est un moyen de paiement électronique dont le solde est préalablement crédité, permettant ainsi d'effectuer des retraits d'espèces ainsi que des transactions commerciales, dans la limite du montant disponible. Elle constitue également un outil privilégié pour les achats en ligne en raison de sa simplicité d'utilisation et de sa sécurité renforcée. Ces cartes sont émises aussi bien par les établissements bancaires traditionnels que par des enseignes commerciales sous différentes formes, notamment les cartes cadeaux, les cartes préchargées ou encore les cartes rechargeables. L'exemple suivant illustre l'usage d'une carte prépayée :

Figure N 02 : La carte prépayée



Source : www.ea.mastercard.com ,consulté le 11/05/2025 à 14:18

2.9- Chèque électronique :

Un chèque électronique, ou e-check, est une forme de paiement effectué via Internet, ou un autre réseau de données, conçu pour remplir la même fonction qu'un chèque papier classique. Comme le chèque est sous forme électronique, il peut être traité en moins d'étapes. En outre, il comporte plus de caractéristiques de sécurité que les chèques papier standard, notamment l'authentification, la cryptographie à clé publique, les signatures numériques et le Cryptage. Par conséquent, le chèque électronique peut remplacer le chèque de papier sans la nécessité de créer un nouveau moyen de paiement, accompagné par des nouvelles procédures juridiques, de nouvelle forme de contrôle, et des nouvelles procédures commerciales. Le chèque électronique convient très bien avec le système de chèque actuel et possède peu d'impact sur le payeur, le payé, la banque et le système financier.¹¹

3- Portefeuille électronique:

Le portefeuille électronique peut être défini comme un dispositif technique permettant le stockage électronique d'une valeur monétaire, utilisable pour effectuer des paiements sans nécessairement impliquer un compte bancaire. Il peut prendre la forme d'une carte, d'une application mobile ou d'un logiciel, facilitant ainsi les transactions électroniques en servant d'instrument d'échange sécurisé et prépayé. Il vise à réduire les coûts des transactions, notamment pour les petits montants, et constitue une alternative aux moyens de paiement traditionnels tels que les espèces, les chèques et les cartes bancaires.

3.1- Les types de portefeuilles électroniques:

Les portefeuilles électroniques, ou e-wallets, existent sous différentes formes adaptées aux besoins des utilisateurs. Les spécialistes en distinguent principalement cinq types couramment utilisés :

¹¹M. BELKAID ,D.BELKALEM, Le Rôle du Paiement Électronique dans le Commerce électronique , mémoire de master ,faculté de SEGC, université mouloud mammeri de tizi-ouzou, 2022 , p45

a-Le portefeuille en ligne : Basé sur la technologie du stockage en cloud, ce type de portefeuille permet aux utilisateurs d'accéder à leurs fonds depuis n'importe quel appareil connecté à Internet. Il offre une grande flexibilité, mais présente un risque accru de piratage en raison de la vulnérabilité des comptes en ligne.¹²

b-Le portefeuille sur téléphone mobile : Il s'agit d'applications installées sur un smartphone permettant d'effectuer des transactions sans nécessiter de connexion Internet. Ce type de portefeuille est apprécié pour sa facilité d'utilisation et sa sécurité accrue, mais il présente un risque de perte de fonds en cas de vol ou de perte du téléphone.¹³

c-Le portefeuille sur ordinateur (desktop wallet) : Installé sous forme d'application sur un ordinateur, ce portefeuille permet une gestion autonome des clés de sécurité, réduisant ainsi les risques liés à une connexion Internet. Les fonds sont stockés localement dans un fichier protégé par un code secret. Toutefois, il est peu pratique à transporter et expose l'utilisateur à une perte définitive des fonds en cas de vol ou de panne de l'ordinateur.¹⁴

d-Le portefeuille matériel (hardware wallet) : Il se présente sous la forme d'une clé USB capable de stocker des fonds de manière sécurisée. Ce type de portefeuille est réputé pour sa robustesse et sa capacité à protéger les actifs contre le piratage. Cependant, son coût relativement élevé et sa complexité d'utilisation peuvent constituer un frein pour les utilisateurs novices.¹⁵

e-Le portefeuille papier : Ce type de portefeuille repose sur l'impression de codes privés et d'adresses publiques sur un support papier. Il offre une sécurité optimale contre les cyberattaques et ne nécessite aucun dispositif électronique pour le stockage. Toutefois, il est peu adapté aux transactions courantes et présente un risque important de perte ou de détérioration du support physique.¹⁶

¹²D.BELAID . L'E-Wallet comme outil révolutionnaire du paiement mobile . Ecole Des Hautes Études Commerciale, Koléa, Algérie , 2023 , page 469

¹³ idem , page 469

¹⁴ ibid , page 469

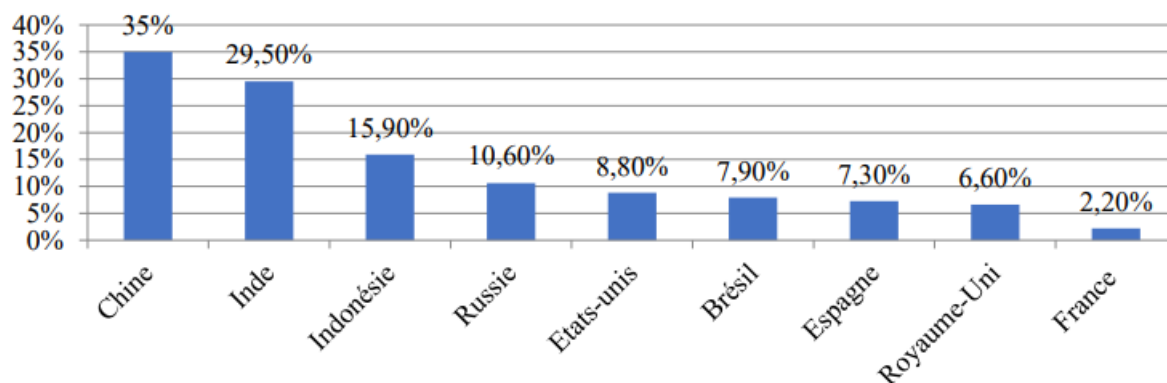
¹⁵ ibid , page 469

¹⁶ ibid , page 469

Chapitre 1 : Les moyens de paiement électronique à l'internationale

Taux de pénétration du paiement mobile dans certains pays du monde en 2019 :

Figure N 03: Taux de pénétration du paiement mobile dans certains pays du monde en 2019

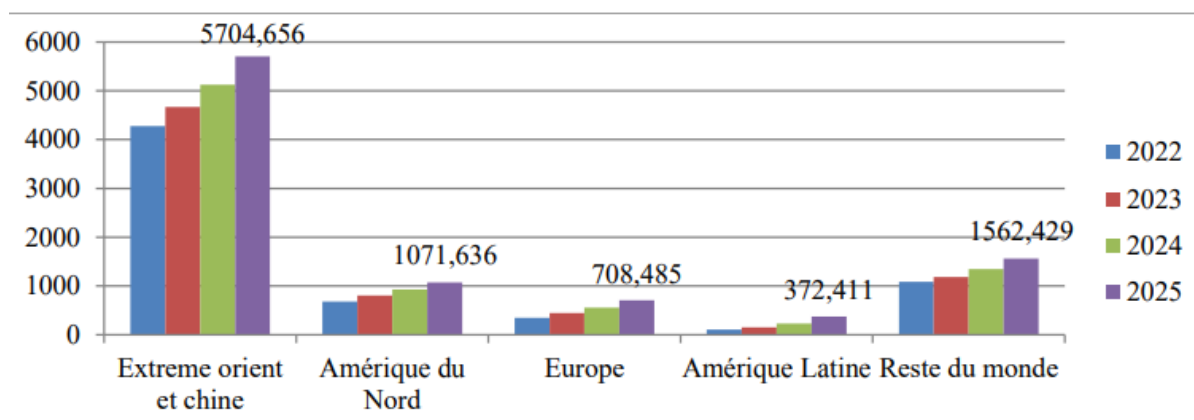


Source : (D.Belaid , L'E-Wallet comme outil révolutionnaire du paiement mobile : Cas des expériences Saoudiennes, Égyptienne et Émirati , consulté le 11/05/2025 à 15:16)

De plus, le portefeuille numérique s'impose de façon croissante comme une des méthodes de paiement mobile les plus populaires parmi les utilisateurs. Sa progression dans le monde est assez notable et témoigne de son ampleur croissante. c'est-ce que nous allons voir à travers la figure suivante.¹⁷

¹⁷ ibid , page 472

Figure N 04 : Evolution d'utilisation des portefeuilles électroniques



Source: (, L'E-Wallet comme outil révolutionnaire du paiement mobile : Cas des expériences Saoudiennes, Égyptienne et Emirati, opcit , consulté le 11/05/2025 à 15:17)

4- Virement bancaire :

Le virement bancaire est également connu sous le nom de transferts électroniques de fonds (TEF), Les virements bancaires permettent aux clients de transférer de l'argent de leur compte bancaire vers celui d'une entreprise. Bien qu'ils soient utilisés à l'échelle mondiale , ces virements sont particulièrement répandus en Europe et en Asie. Selon une étude de la Banque centrale européenne, les virements bancaires ont représenté en 2020 45 % des paiements e-commerce réalisés dans l'Union européenne.¹⁸

5- Contre remboursement (CR) :

Le contre remboursement est un moyen de paiement selon lequel les clients paient leurs achats seulement au moment de leur réception. Ce moyen de paiement est courant dans les pays où l'utilisation des cartes de crédit et de débit est faible. D'après l'enquête réalisée par Nielsen sur le commerce connecté à l'échelle mondiale, environ 83 % des clients en Inde privilégiaient de contre remboursement pour le paiement de leurs achats en ligne.¹⁹

¹⁸ www.stripe.com/fr/resources/more/ecommerce-payment-methods consulter le 20/04/2025 a 18:34

¹⁹ www.stripe.com/fr/resources/more/ecommerce-payment-methods , ibid , consulter le 8/4/2025 a 13:40

6- Cryptomonnaie :

Les « cryptomonnaies », aussi appelés « crypto-actifs », sont des actifs numériques virtuels qui reposent sur la technologie de la blockchain (chaîne de blocs) à travers un registre décentralisé et un protocole informatique crypté. Un crypto-actif n'est pas une monnaie. Sa valeur se détermine uniquement en fonction de l'offre et de la demande.

Les crypto-actifs ne reposent pas sur un tiers de confiance, comme une banque centrale pour une monnaie. Il existe à ce jour plus de 1 300 crypto-actifs. Les plus connus sont le bitcoin, le ripple, l'éther, le litecoin, le nem et le dash.²⁰

6.1- Les types cryptomonnaie :

Le progrès technologique a conduit à l'apparition et à l'émergence d'un nouveau type de monnaies : la monnaie virtuelle ou numérique, également connue sous le nom de crypto-monnaie ou monnaie marchandise synthétique. Ces devises numériques sont générées à partir d'un protocole cryptographique décentralisé, basé sur un système de pair à pair, sans l'intervention d'une banque centrale, ce qui est généralement la norme²¹

il existe plusieurs type de crypto monnaies parmi eux , on peut citer :

a- Bitcoin :

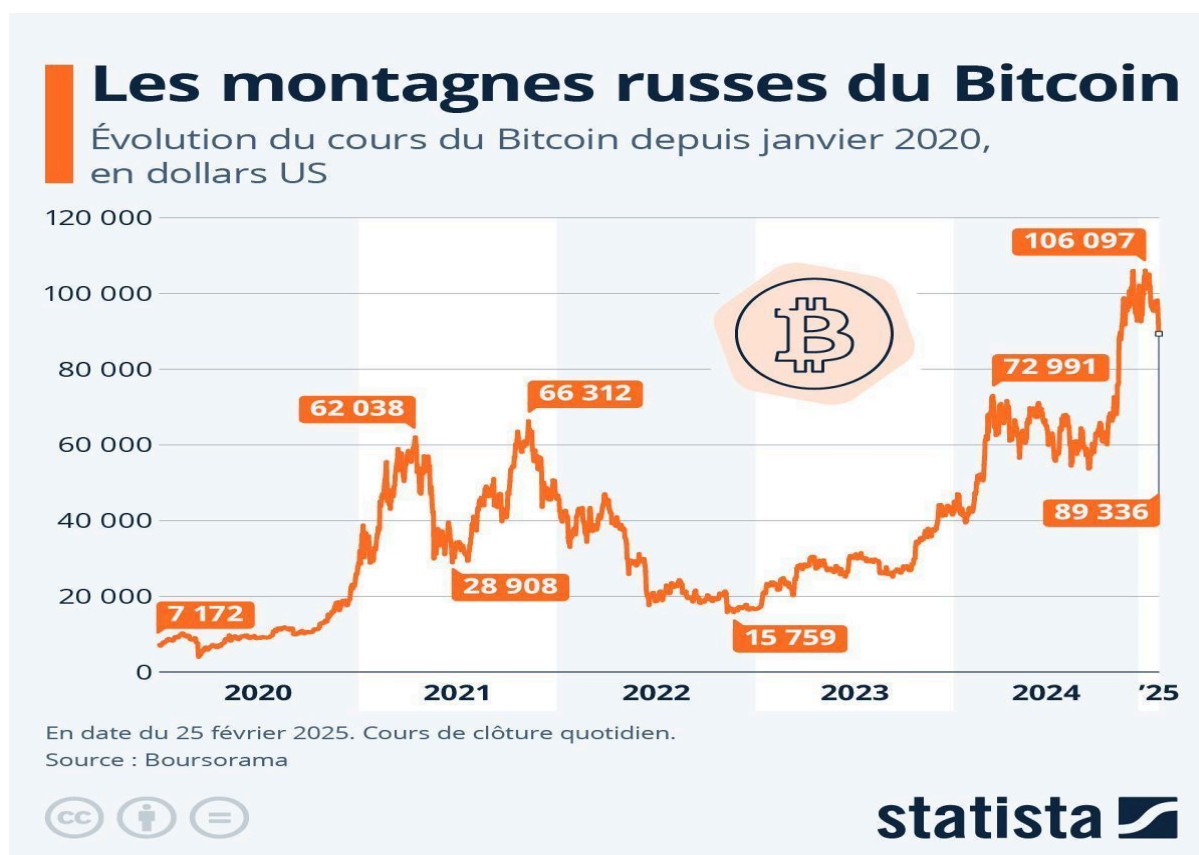
Lancée en 2009 par l'énigmatique Satoshi Nakamoto, Bitcoin est une devise virtuelle décentralisée qui permet d'échange de valeur de manière sécurisée et instantanée, sans nécessiter l'intermédiaire d'une banque. Bitcoin, qui repose sur la technologie blockchain, assure une transparence totale des transactions et leur caractère inaltérable, tout en proposant un niveau de sécurité élevé grâce à l'utilisation de la cryptographie. Considérée comme un refuge de valeur et une méthode de paiement, cette cryptomonnaie est employée à l'échelle internationale pour diverses applications, allant de l'investissement à la transaction entre individus.

Bitcoin a vu le jour grâce à un document publié le 31 octobre 2008, exposant son principe.

²⁰ www.amf-france.org/fr/quest-ce-quune-cryptomonnaie consulter le 8/4/2025 a 13:41

²¹ J. Figuet , “Le Bitcoin : une monnaie ?” , Université de bordeaux , 2015 , page 2

Figure N 05 : Evolution du cours du Bitcoin



Source : www.statista.com/infographie/23669/evolution-du-cours-du-bitcoin-prix/ , consulter le 8/4/2025 a 13:45

b- Solana :

Solana figure parmi les blockchains les plus populaires dans l'écosystème Web3. Avec plusieurs centaines d'applications décentralisées, elle se distingue comme l'une des précurseurs dans le domaine du Web3.

Cette approche a porté ses fruits pour Solana en 2021. Au cours du marché haussier de cette année, les coûts de transactions sur Ethereum ont connu une forte augmentation. De nombreux développeurs et utilisateurs ont trouvé refuge sur cette blockchain alternative qui offre des frais intéressants.

Chapitre 1 : Les moyens de paiement électronique à l'internationale

À la différence de plusieurs autres, Solana ne se limite pas à l'utilisation du Proof of Stake pour assurer la sécurité de son infrastructure et l'enregistrement de ses transactions. Les fondateurs de son réseau utilisent un autre système, le « Proof of History » (PoH).²²

c-ethereum:

Ethereum est une plateforme numérique qui adopte le protocole d'échanges décentralisés instauré par bitcoin, tout en étendant son utilisation à diverses autres applications. Ne pas faire l'erreur de confondre avec l'éther, qui est la monnaie numérique sous-jacente au réseau, souvent désignée par le terme ethereum.

C'est en 2015 que le programmeur Vitalik Buterin, natif de Toronto, a donné naissance à la plateforme Ethereum. Il vise à accueillir une crypto-monnaie, mais également et surtout des applications décentralisées et collaboratives. L'éther (ETH) est une monnaie virtuelle qui peut servir de moyen d'échange sur cette plateforme. À l'instar du bitcoin, l'éther fonctionne au sein d'un système financier décentralisé et autonome, dépourvu de toute supervision ou intervention gouvernementale. Tout comme le bitcoin, la valeur de l'éther a connu une hausse en flèche très rapidement.

En janvier 2016, le prix de l'éther était approximativement de 1\$. Son prix avait grimpé à 290\$ d'ici septembre 2017. Cependant, sa valeur demeure instable, présentant de nombreuses fluctuations au cours de la journée. Ainsi, avec des centaines de crypto-monnaies en circulation, l'éther se distingue par sa capitalisation boursière élevée, tout comme ses deux principaux concurrents, le bitcoin et le bitcoin cash.²³

²² www.cryptoast.fr/solana-sol-blockchain , consulter le 20/04/2025 , a 15:18

²³ www.ig.com , consulter le 28/04/2025 , a 19:14

Chapitre 1 : Les moyens de paiement électronique à l'internationale

Conclusion :

En somme, le paiement électronique s'est imposé comme un pilier fondamental de l'économie mondiale contemporaine, en facilitant les échanges commerciaux et en simplifiant les transactions financières à travers les frontières. La définition précise du paiement électronique a permis de mieux cerner la nature et le fonctionnement de ce mode de règlement, tandis que l'analyse de son évolution a mis en évidence une trajectoire marquée par des avancées technologiques majeures et une adaptation constante aux besoins du marché. La typologie des moyens de paiement électronique a, quant à elle, révélé une diversité croissante des solutions disponibles, témoignant de la capacité du secteur financier à innover pour répondre aux exigences de sécurité, de rapidité et de praticité des utilisateurs.

Cependant, le développement rapide du paiement électronique à l'international soulève également des défis de taille. La nécessité d'harmoniser les régulations, de garantir la sécurité des transactions et de protéger la confidentialité des données demeure une priorité pour les régulateurs et les acteurs du marché. Par ailleurs, la montée en puissance des fintechs et des entreprises technologiques dans le domaine des services de paiement redéfinit les rapports de force entre les acteurs traditionnels et les nouveaux entrants, créant un environnement compétitif et stimulant l'innovation.

Ainsi, le paiement électronique à l'international apparaît comme un domaine en constante mutation, façonné par une convergence de facteurs technologiques, économiques et réglementaires. Sa capacité à s'adapter aux nouvelles réalités du marché et à répondre aux attentes des consommateurs déterminera son rôle futur dans le paysage économique mondial.

Chapitre 2 : les moyens de paiement électronique en Algérie

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

Introduction :

L'émergence du paiement électronique en Algérie s'inscrit dans une dynamique mondiale de transformation numérique, où les innovations technologiques redéfinissent les modes de transaction financière. La transaction vers une économie numérique financière et à renforcer l'inclusion bancaire de sa population. Dans un contexte marqué par une forte dépendance aux paiements en espèces, le développement du paiement électronique représente une opportunité majeure pour améliorer la fluidité des transactions, réduire les coûts liés à la gestion de la monnaie fiduciaire et renforcer la transparence des échanges économiques.

La mise en place d'un système de paiement électronique en Algérie a été initiée par une volonté des pouvoirs publics et des institutions financières de moderniser le secteur bancaire et d'accompagner l'essor du commerce électronique. L'adoption de la carte interbancaire (CIB) et le développement de la plateforme de paiement en ligne (e-paiement) constituent des étapes majeures dans ce processus de transformation. Cependant, le paiement électronique en Algérie se heurte encore à plusieurs obstacles structurels, notamment la faible pénétration des services bancaires, le manque d'infrastructures adaptées, la méfiance des consommateurs vis-à-vis des transactions en ligne et des préoccupations liées à la sécurité des données.

Malgré ces défis, le paiement électronique connaît une croissance progressive grâce à une série de réformes et de mesures incitatives mises en place par le gouvernement et la Banque d'Algérie. L'extension du réseau de guichets automatiques bancaires (GAB), la multiplication des terminaux de paiement électroniques (TPE) et la mise en place de solutions de paiement mobile témoignent d'une volonté d'élargir l'accès aux services financiers numériques. De plus, l'ouverture du marché à de nouveaux acteurs, tels que les fintechs et les opérateurs télécoms, stimule l'innovation et favorise la diversification des solutions de paiement disponibles sur le marché.

Dans ce contexte, ce chapitre se propose d'analyser en profondeur le développement du paiement électronique en Algérie à travers trois axes majeurs. La première section s'attachera à définir le concept de paiement électronique dans le contexte algérien. La deuxième section retrace l'évolution du paiement électronique en Algérie. Enfin, la troisième section établira une typologie des moyens de paiement électronique disponibles en Algérie.

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

L'article 06 de la Loi n° 18-05 encadrant le commerce électronique en Algérie stipule qu'un moyen de paiement électronique désigne : « tout instrument de paiement autorisé conformément à la législation en vigueur , permettent à son titulaire d'effectuer des paiements à proximité ou à distance à travers un système électronique ».²⁴

Section 01 : Evolution de moyen de paiement électronique en Algérie

Cette section retrace le processus d'introduction et de diffusion du paiement électronique en Algérie. Elle met en lumière les initiatives institutionnelles et technologiques qui ont permis le lancement progressif de solutions telles que la carte CIB, la carte Edahabia, le paiement mobile et les TPE.

1- Le Lancement du Paiement Électronique en Algérie :

Le paiement électronique, également appelé paiement en ligne, est un service mis en place par le Groupement d'Intérêt Économique (GIE) monétique et officiellement lancé en Algérie le 4 octobre 2016. Sa mise en œuvre a été assurée par 11 banques, 9 entreprises et 9 web marchands proposant ce service à leurs clients. Parmi les banques participantes, on compte six établissements publics : BADR, CPA, BDL, BNA, BEA et CNEP, ainsi que cinq banques privées : Trust Bank Algérie, Natixis Algérie, Société Générale Algérie, Gulf Bank Algérie et Al Baraka. Du côté des entreprises, les premières à adopter ce service incluent Air Algérie, Tassili Airlines, Djezzy, Algérie Télécom, Mobilis, SEDAL, CNAS, OOREDOO et l'assureur Amana.

Le système de paiement électronique en Algérie repose principalement sur l'utilisation de la carte CIB, qui existe sous deux formes : l'une délivrée par les banques et l'autre par Algérie Poste. Ce service s'appuie sur un réseau de distributeurs et de terminaux de paiement électronique (TPE), facilitant ainsi les transactions électroniques à l'échelle nationale.

Depuis son lancement en octobre 2016, le paiement en ligne par carte CIB est pleinement opérationnel. Initialement limité aux grands facturiers, il s'est progressivement élargi, et à ce jour, 105 web marchands sont affiliés au système de paiement en ligne par carte CIB. Depuis

²⁴ S.BENMADANI , Les Moyens de Paiement Électronique en Algérie : Etat des lieux et Perspectives , JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 28,16 mai 2018, P 05

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

L'introduction de ce service, 8 460 613 transactions ont été enregistrées. Toutefois, ce chiffre reste relativement modeste au regard des avantages et de la simplicité qu'offre ce mode de paiement. Le faible recours au paiement électronique s'explique notamment par la méfiance persistante des consommateurs algériens, qui hésitent encore à saisir les informations de leur carte bancaire pour régler leurs achats.

Un tournant important a été marqué le 5 janvier 2020 avec l'adhésion d'Algérie Poste au GIE Monétique et la mise en place de l'interopérabilité entre les cartes CIB et EDAHABIA. Désormais, les statistiques relatives aux transactions électroniques intègrent à la fois les paiements effectués via la carte bancaire CIB et ceux réalisés avec la carte EDAHABIA, renforçant ainsi l'intégration et l'expansion du paiement électronique en Algérie.

Depuis le mois d'octobre 2016, le paiement sur internet par carte CIB est officiellement opérationnel en Algérie. Dans une première phase, le service a été ouvert pour les grands facturiers : les sociétés de distribution d'eau, d'énergie (gaz et électricité), de téléphone fixe et mobile, les compagnies d'assurances et de transport aérien et quelques administrations.

Aujourd'hui, 582 Web marchands sont adhérents au système de paiement sur internet par carte interbancaire.

A ce jour le nombre global des transactions, depuis le lancement du paiement sur internet, est de 58811183.

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

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

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

Tableau N 04 : Activite Paiement sur Internet

Année	Telecom	Transport	Assurance	Facturier	servi ce admi n	Prestation de service	Vente de bien	Sport et loisir	Nombre Total des TRX
2016	6536	388	51	391	0	0	0	0	7366
2017	87286	5677	2467	12414	0	0	0	0	107844
2018	138495	871	6439	29722	1455	0	0	0	176982
2019	141552	6292	8342	38806	2432	5056	0	0	202480
2020	4210284	11350	4845	85676	6839 5	213175	235	0	4593960
2021	6993135	72164	8372	120841	1556 40	457726	13468	0	7821346
2022	7490626	195490	23571	302273	1539 57	705114	24169	15292 5	9048125
2023	8400869	371317	36996	640485	4086 659	1055672	51154	70821 2	15351364
2024	9838682	558764	61739	1447168	5248 922	1386790	10621 9	74619 8	19394482

Source: www.GIEMONETIQUE.dz consulter le 05/03/2025 a 10:21

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

Tableau N 05 : Activité Paiement sur TPE

Année	Nombre Total des TPE en Exploitation
2016	5049
2017	11985
2018	15397
2019	23762
2020	33945
2021	37761
2022	46263
2023	53191
2024	68140

Source : www.giemonetique.dz consulter le 05/03/2025 a 10:48

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

Tableau N 06 : Activite de Paiement sur TPE en Valeur et en Volume

Année	Nombre de transactions “ Paiement TPE “	Montant global des transactions “ Paiement TPE “ (DZD)
2016	65501	444508902,4
2017	122694	861775369,9
2018	190898	1335334130,76
2019	274624	1916994721,11
2020	711777	4733820043,01
2021	2150529	15133249499,92
2022	2712848	19343056538,17
2023	3997165	31518739249,37
2024	5579708	44563958073,88

Source : www.giemonetique.dz consulter le 05/03/2025 a 10:57

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

Le nombre de cartes interbancaires en circulation à février 2025 : **20 184 884**

Tableau N 07 : Tableau de répartition des cartes en circulation

	CIB		EL DAHABIA
Année	Nombre de cartes Particulier	Nombre de cartes Affaire	Nombre de cartes Edahabia
2023	3 834 219	187 984	12 487 304
2024	4 021 237	217 784	15 605 882
Année 2025	Nombre de cartes Particulier	Nombre de cartes Affaire	Nombre de cartes Edahabia
Janvier	4 050 067	220 456	15 756 333
Février	4 065 951	225 381	15 893 552

Source : www.giemonetique.dz , consulter le 3/5/2025 a 23: 18

2- Le lancement du paiement mobile (M-paiement) :

Groupement d'Intérêt Économique (GIE) Monétique a officiellement lancé le paiement mobile, ou M-paiement, en Algérie début 2020. Ce programme s'inscrit dans le cadre d'un effort national de modernisation du système de paiement. Grâce à une application spécialement conçue, le GIE Monétique souhaite permettre aux utilisateurs d'effectuer des transactions financières depuis leur smartphone. Cette application est directement connectée au réseau interbancaire algérien, permettant d'effectuer des transactions à partir d'une carte interbancaire (CIB) ou d'une carte postale Dahabia émise par Algérie Poste.

L'adoption de cette technologie constitue une étape importante dans la promotion des paiements électroniques, notamment dans un contexte où les services bancaires sont encore en phase de développement numérique. Avec le M-paiement, vous pouvez vous libérer de

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

vosre dépendance aux terminaux de paiement électronique (TPE) en proposant une alternative plus simple et plus accessible. En effet, pour effectuer un paiement dans un commerce, un restaurant ou un service mobile à proximité, il suffit d'aujourd'hui d'un smartphone et d'un QR code affiché au point de vente. Ce modèle permet non seulement aux commerçants de réduire leurs coûts d'équipement, mais facilite également l'intégration des paiements en ligne pour les petites entreprises.²⁵

Malgré tous les avantages liés à la rapidité, à la sécurité et à la simplicité d'utilisation du paiement mobile, ce service n'en est qu'à ses balbutiements en Algérie. Le manque de sensibilisation des utilisateurs, la méfiance persistante envers les solutions numériques, la couverture Internet inégale dans certaines zones et un niveau de bancarisation encore relativement faible sont quelques-uns des obstacles à son adoption généralisée.

Cependant, cette technologie présente un fort potentiel, notamment dans un pays où le pourcentage de personnes possédant un téléphone portable est supérieur à celui des personnes bancarisées. Dans ce contexte, le développement du m-paiement pourrait jouer un rôle stratégique dans l'inclusion financière en rendant les services financiers accessibles à un large éventail de personnes, notamment dans les zones reculées ou sous-bancarisées. De plus, il pourrait favoriser l'intégration progressive de l'économie numérique dans l'économie formelle grâce à la traçabilité offerte par les transactions numériques.

Dans le monde actuel, la mobilité est une priorité absolue pour les fournisseurs de solutions de paiement électronique, qui doivent adapter leurs offres pour répondre aux besoins et aux exigences d'une population de plus en plus connectée. Par conséquent, le M-paiement est un outil crucial pour accélérer la transformation numérique du secteur bancaire algérien et renforcer son influence sur l'économie nationale.²⁶

Le paiement par mobile est officiellement opérationnel en Algérie. Dans une première phase, le service a été ouvert en intra bancaire.

²⁵ S.BENMADANI , Les Moyens de Paiement Électronique en Algérie : Etat des lieux et Perspectives , JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 28,16 mai 2018, P 13

²⁶Djouaher Cylia, Lazri Amina , Perspectives de développement de la monétique au niveau postal : Cas Algérie Poste de Tizi-Ouzou, mémoire de master en Sciences Financières et Comptabilité, spécialité Finance et banque, UNIVERSITÉ MOULOUD MAMMERI DE TIZI OUZOU Algérie, 2018.

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

Tableau N08 : Activités de paiement mobile en 2022

Année 2022	Nombre globale des transactions "paiement mobile "	Montant global des transactions " Paiement Mobile" (DZD)	Nombre global des transferts P2P	Montant global des transferts P2P (DZD)
Novembre	2019180	1 462 237 873,38	765 550	9 388 682 740,95
Décembre	2 165 941	1 491 356 478,36	813 291	10381124624

Tableau N09 : Activités de paiement en 2023 , 2024 , 2025

Année	Nombre global des transactions " Paiement Mobile"	Montant global des transactions " Paiement Mobile" (DZD)	Nombre global des transferts P2P	Montant global des transferts P2P (DZD)
2023	39 283 478	27 855 521 037,78	17 841 108	241 073 627 614,25
2024	58 465 858	43 590 424 114,00	36 236 137	503 679 854 885,90
Année 2025	Nombre global des transactions " Paiement Mobile"	Montant global des transactions " Paiement Mobile" (DZD)	Nombre global des transferts P2P	Montant global des transferts P2P (DZD)
Janvier	6 369 702	5 276 273 518,35	3 611 466	48 176 893 347,56

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

Février	4 870 175	3 725 956 918,73	3 577 113	49 601 476 544,81
---------	-----------	------------------	-----------	-------------------

Source : www.giemonetique.dz consulter le 3/5/2025 a 23:08

3- E-Banking :

Dans le climat mondial actuel, l'intégration des nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les services bancaires n'est plus considérée comme un luxe mais plutôt comme une nécessité. De nombreux pays en développement, y compris ceux d'Afrique, utilisent la banque en ligne depuis quelques années.

L'Algérie a lancé une politique sectorielle de la poste et des télécommunications en 2000, surnommée e-Algérie 2013. Ce projet visait à promouvoir une économie numérique et à orienter la nation vers une société de l'information. Les principaux objectifs étaient d'augmenter la contribution des TIC au produit intérieur brut (PIB) algérien de 8 % et de faciliter un meilleur accès aux services de communication. Un autre objectif clair était de créer 100 000 emplois directs et indirects. Le plan d'action de cette politique, qui était basé sur dix axes principaux (tels que la banque en ligne, l'investissement en ligne, le commerce en ligne, etc.), visait à permettre le développement des services en ligne dans le but d'améliorer la performance économique du pays grâce à l'intégration des TIC.

Afin de moderniser l'infrastructure des systèmes de paiement, la Banque d'Algérie, avec d'autres banques nationales, a commencé à mettre en œuvre un certain nombre de réformes en 2003 visant à faire progresser et à mettre à jour les systèmes de paiement. Cette initiative s'aligne parfaitement avec les objectifs du gouvernement. Les trois objectifs de cette modernisation étaient de renforcer les canaux par lesquels la politique monétaire était transmise, de garantir la traçabilité des transactions et d'améliorer les services que les banques offraient à leurs clients.²⁷

Pour atteindre ces objectifs, les institutions bancaires et financières algériennes ont dû modifier leurs systèmes de paiement, de compensation et de réglementation interbancaire afin de répondre aux exigences des gouvernements, des entreprises et des particuliers tout en répondant aux exigences d'une économie moderne. Ils ont spécifiquement été invités à

²⁷ L.CHAREF, "L'E-Banking en Algérie", Université Djillali Liabes de SBA, 2017, pages 174

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

soutenir l'avancement des outils de paiement électronique, tels que les cartes bancaires, la monnaie virtuelle et les systèmes de paiement automatisés.

Ils ont été spécifiquement invités à soutenir l'avancement des outils de paiement électronique, tels que les cartes bancaires, la monnaie virtuelle et les systèmes de paiement automatisés. La mise en œuvre des projets de banque électronique en Algérie a permis d'offrir, dans la phase initiale, un certain nombre de services bancaires à distance aux clients bancaires, y compris la possibilité de consulter leurs comptes en ligne à toute heure et tous les jours de la semaine, ainsi que la possibilité de recevoir des mises à jour de compte par fax, SMS et email.

La première banque algérienne à lancer une plateforme de E-banking fut la Société Générale Algérie (SGA) en 2004. Depuis, d'autres banques privées ont rapidement suivi cette tendance après leur implantation en Algérie. Toutefois, les établissements bancaires publics ont mis plus de temps à adopter cette technologie. Le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) fut la première banque publique à se lancer dans l'aventure de l'E-banking, en juin 2008, suivie par d'autres banques publiques comme la BNA en 2010, puis la BDL en 2011. Dès lors, l'E-banking a progressivement gagné en popularité et s'est généralisé en Algérie.²⁸

De nos jours, la grande majorité des banques algériennes, qu'elles soient publiques ou privées, ont réalisé des investissements significatifs dans les services de banque en ligne. De nombreuses banques proposent déjà des services innovants en réponse au programme national en-Algérie, tels que la possibilité de payer des factures avec une carte bancaire. Ces services sont les plus visibles dans les banques qui ont effectué les ajustements techniques nécessaires, telles que les institutions publiques (CPA, BDL, Cnep, BEA et BADR) et un certain nombre de banques privées, y compris Natixis, Société Générale, Gulf Bank, Al Baraka et Trust Bank.

En utilisant leurs cartes bancaires, les Algériens peuvent désormais gérer leurs factures d'eau (comme Seaal), leurs factures de téléphone (Algérie Télécom, Djezzy, Ooredoo, Mobilis), leurs billets d'avion (Air Algérie, Tassili Airlines), ou même leurs primes d'assurance (Amana

²⁸ Ibid, page 175

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

Assurances). Bien que cela soit encourageant, ce changement concerne principalement les 1,4 million d'Algériens qui possèdent un compte bancaire sur les 40 millions d'habitants du pays.

Cependant, deux ans après l'introduction de l'internet mobile 3G, les banques algériennes, qu'elles soient publiques ou privées, n'ont encore montré aucune initiative dans le domaine de la mobilité. Très peu de banques offrent des applications mobiles permettant aux clients de

gérer leurs comptes sur des téléphones portables avec accès à internet, leur permettant ainsi de rester en contact avec leur banque même lorsqu'ils sont en déplacement.

En partenariat avec Kepler Technologies, la première expérience de m-Banking a été lancée pour permettre aux clients de la banque SEAAL de régler leurs factures par SMS en utilisant BNP Paribas El Djazair. Cette solution permet à la banque de recevoir un ordre de virement de la part du créateur avec simplement un SMS sécurisé.

En réalité, seules trois banques—la Banque de Développement Local (BDL), BNP Paribas El Djazair, et Gulf Bank Algeria—proposent une application mobile en plus de leurs plateformes de e-banking en ligne. Si les deux derniers bénéficient de l'expérience étrangère, la BDL se distingue comme la première banque publique à lancer une application mobile. Ce programme, My BDL, a été lancé en février 2016 suite à son annonce à la mi-décembre 2015. Disponible sur le Google Play Store et la plateforme de e-banking de la BDL, il a été téléchargé environ 500 fois depuis sa sortie.

Les applications mobiles de ces banques offrent une gamme de services à leurs clients, y compris des consultations de compte, des réunions virtuelles et même le paiement de factures. D'autres institutions financières en Algérie proposent également des services de banque en ligne, telles que Natixis Algérie (qui offre des services de banque en ligne et de banque par SMS) et Société Générale Algérie (SGA), qui fournit une gamme complète de services bancaires à distance depuis plus de dix ans, y compris SG@NET, Message, Message Pro SWIFT, SOGELINE et SGA Touch.

D'autres banques comme Bank ABC Algérie, Arab Bank PLC Algérie, Trust Bank Algérie, Housing Bank Algérie et Fransabank El-Djazaïr offrent également des services bancaires à

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

distance via leurs plateformes de e-banking, permettant à leurs clients d'effectuer une variété d'opérations bancaires directement sur les sites web des institutions respectives.²⁹

Section 02 : Type de moyen de paiement électronique en Algérie

L'objectif de cette section est de présenter les principaux moyens de paiement électronique disponibles sur le marché algérien. Elle s'attache à distinguer les différentes cartes (CIB, Edahabia, Visa, Mastercard), les services associés, ainsi que les canaux d'acceptation (TPE, DAB, GAB). Cette typologie permet de mieux comprendre la structuration du système monétique national et son niveau d'intégration dans les usages quotidiens des consommateurs.

1- Les cartes bancaires CIB :

La carte CIB est une carte interbancaire, elle est identifiable par le logo CIB, La carte affiche aussi le logo et l'identité de la banque émettrice , Dotée d'un microprocesseur, communément appelé « puce », cette carte assure la gestion et la sécurisation des transactions de paiement. Elle permet à son titulaire d'effectuer des règlements auprès d'un large réseau de commerçants équipés de TPE, allant des commerces de détail aux grands facturiers. Selon les fonctionnalités intégrées , sa durée de validité est de deux ans renouvelable automatiquement . ils existent deux catégories de carte :

1.1 La carte CIB Classique :

La carte CIB Classique est une carte de paiement et de retrait mise à la disposition des clients selon des critères définis par chaque établissement bancaire. Elle offre des plafonds de transaction adaptés aux besoins des utilisateurs, garantissant ainsi une capacité de paiement et de retrait confortable. Grâce à son intégration dans le réseau interbancaire, cette carte permet d'effectuer des transactions sécurisées aussi bien auprès des commerçants affiliés que sur l'ensemble des distributeurs et guichets automatiques bancaires (DAB/GAB). Son principal avantage réside dans la rapidité et la fluidité des opérations qu'elle permet d'exécuter, assurant ainsi un gain de temps et une meilleure expérience utilisateur.

²⁹ Driga, I, ISAC. C (2014), (E-banking services-features, challenges and benefits), Annals of the University of Petrosani, Economics,, pages 49-58

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

1.2- La carte CIB Gold :

La carte CIB Gold reprend les caractéristiques fondamentales de la carte CIB Classique tout en intégrant des fonctionnalités supplémentaires. Elle se distingue notamment par des

plafonds de retrait et de paiement plus élevés, adaptés aux besoins d'une clientèle ayant des exigences transactionnelles plus importantes.

Bien que son design reste globalement similaire à celui de la carte CIB Classique, la principale différence visuelle réside dans la couleur : la carte Gold arbore généralement une teinte dorée, tandis que la version classique peut être bleue ou d'une autre couleur, selon les choix des différentes banques.

En plus de son apparence distincte, la carte CIB Gold est destinée à une catégorie spécifique de clients, définie en fonction de critères de revenus qui varient d'une banque à une autre. Elle s'adresse généralement aux individus dont les revenus sont supérieurs ou égaux à ceux exigés pour l'obtention de la carte CIB Classique.

Par ailleurs, il existe des déclinaisons professionnelles de ces cartes, à savoir les cartes Business Classique et Business Gold, conçues pour répondre aux besoins des entreprises et des professionnels. Ces cartes offrent des services et des plafonds adaptés aux exigences des activités commerciales et de gestion financière des entreprises, renforçant ainsi leur efficacité en matière de transactions électroniques.³⁰

³⁰ S.Benmadani, Les Moyens de Paiement Électronique en Algérie : Etat des lieux et Perspectives , Revue Etudes Économiques , Oran , 2022 , page 799

Figure N 01 : la carte interbancaire



Source : www.bitakati.dz/decouvrir-la-carte-cib-p2 , consulte le 27/02/2025 , a 11:06

1.3- La Carte EDAHABIA :

La carte EDAHABIA est une carte de paiement et de retrait électronique fonctionnant sous le système EMV, garantissant ainsi la sécurité des transactions pour ses détenteurs. Elle permet d'effectuer diverses opérations, notamment les retraits et paiements depuis un compte CCP, que ce soit via les guichets automatiques bancaires (GAB) ou les terminaux de paiement électronique (TPE). Cette carte est délivrée gratuitement par Algérie Poste à ses clients, sur simple demande.

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

Pour obtenir une carte CIB ou EDAHABIA, il est impératif de posséder un compte bancaire ou un compte CCP auprès de l'une des banques adhérentes au réseau monétique, y compris Algérie Poste.

Il est également important de préciser que les cartes CIB et EDAHABIA sont des cartes de débit et ne permettent pas d'effectuer des paiements à crédit. Cela signifie que toute

transaction ne peut être validée que si le solde du compte est suffisant. Les dépenses effectuées sont directement débitées au fur et à mesure du compte bancaire ou CCP du titulaire.

1.4- La Carte de Crédit Visa et Mastercard en Algérie :

Les cartes Visa et Mastercard sont des moyens de paiement et de retrait électroniques permettant d'effectuer des transactions en devises à travers les DAB, TPE et sur Internet, dans tous les pays du monde. Elles offrent la possibilité d'effectuer des achats en ligne ainsi que dans les commerces physiques, tels que les supermarchés.

En Algérie, ces cartes ont été introduites par plusieurs banques, notamment la BEA, la BNP, la BDL, et d'autres établissements bancaires. Elles se déclinent en plusieurs catégories, dont la carte Gold et la carte prépayée.

a-La carte prépayée, qui est la plus couramment utilisée, fonctionne sur un principe de recharge : le titulaire peut y créditer un montant défini et ne peut pas dépasser cette somme lors de ses transactions.

b-La carte Gold et les autres cartes classiques sont directement liées à un compte bancaire et permettent des paiements et retraits dans la limite des fonds disponibles ou du crédit accordé par la banque.

En Algérie, les cartes Visa et Mastercard sont principalement utilisées lors de voyages à l'étranger ou pour effectuer des achats en ligne en devises.

En 2021, le nombre total de cartes en circulation a atteint 10 712 133, marquant une augmentation de +7,49 % par rapport au premier trimestre de la même année.

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

2- Les canaux d'acceptation de cartes :

Les canaux d'acceptation des cartes CIB et Edahabia se limitent principalement aux trois composantes du réseau Monétiques Interbancaire (RMI) :

a-Les Distributeurs Automatiques de Billets (DAB) et les Guichets Automatiques Bancaires (GAB), qui sont des dispositifs électroniques installés à l'intérieur ou à l'extérieur des établissements bancaires, ou encore dans des lieux publics.

b-Les Terminaux de Paiement Électronique (TPE), utilisés par les commerçants pour accepter les paiements par carte.

2.1- Distributeurs et Guichets Automatiques de Billets (DAB/GAB) :

Les Distributeurs Automatiques de Billets (DAB) sont des dispositifs installés par les établissements de crédit, les centres de chèques postaux, ou même les principaux émetteurs de cartes. Ces dispositifs permettent aux clients d'accéder de manière autonome à certains services bancaires, tels que le retrait de fonds et la consultation de solde, 24 heures sur 24. Ils offrent une interface facile à utiliser ainsi qu'un système sécurisé qui protège les transactions.

Selon le type de carte détenue (CIB ou Edahabia) et le profil du client, y compris les revenus, le plafond de retrait journalier varie. Pour effectuer une opération, l'utilisateur insère sa carte, crée un code à quatre chiffres, puis choisit le service souhaité, comme retirer une donation, ce qui se fait en quelques étapes simples. Une agence bancaire a le DAB qui lui est attaché, ce qui peut être considéré comme une extension automatisée de la caisse de l'agence.

À l'avenir, de tels dispositifs devraient intégrer d'autres services comme le paiement de factures, le rechargement de crédit téléphonique, le changement de code PIN, l'activation de carte, ou même la gestion de fonds pour un niveau particulier.

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

Ce sont les Guichets Automatiques de Billets (GAB), qui sont des machines automatiques trouvées à l'intérieur des banques, disponibles en continu et sans assistance du personnel. En plus des services fournis par le DAB, les GAB permettent d'effectuer des tâches supplémentaires telles que demander un chèque, prendre une photo de Relevé d'Identité Bancaire (RIB), déposer de l'argent liquide, ou même transférer des fonds entre

comptes. L'abréviation internationale pour ces dispositifs est DAB (Distributeur Automatique de Billets).³¹

2.2- Terminal de Paiement Électronique (TPE) :

Le Terminal de paiement électronique (TPE) est un dispositif utilisé pour traiter les paiements par carte bancaire³². Relié aux services bancaires spécialisés, il permet de réaliser des transactions de manière rapide, fiable et sécurisée. Certains modèles peuvent également intégrer des fonctions de caisse enregistreuse, ce qui facilite la gestion des ventes au sein des points de commerce.³³

Ce terminal est généralement composé d'un clavier, d'un écran, et fonctionne grâce à un logiciel doté d'une mémoire interne. Il offre plusieurs services essentiels dans le cadre des paiements électroniques :

- La vérification électronique de la validité des cartes utilisées ;
- Le contrôle automatique des cartes en opposition ;
- L'obtention d'autorisations de paiement en temps réel ;
- La transmission automatique des opérations vers les centres de traitement.

On distingue principalement trois types de TPE :

a- Le TPE fixe, qui est installé de manière permanente, est utilisé dans les commerces stationnaires comme les boutiques et les supermarchés. Il est généralement utilisé au

³¹ <https://www.satim.dz/fr> Consulter le 23/03/2025 à 18:50

³² C. Dragon et autres, Les moyens de paiement, Des espèces à la monnaie électronique, édition Banque, 1999, p.242

³³ C. DJOUAHER, A. LAZRI, ibid, 2018, p 43

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

niveau de l'ordinateur et fonctionne via une connexion Internet ou une ligne téléphonique fixe.

b- Le TPE mobile est conçu pour les professionnels en déplacement (vendeurs ambulants, coursiers, etc.). Il fonctionne sur batterie et se connecte par Bluetooth, Wi-Fi ou via un appareil 3G intégré. Sa portabilité et l'absence d'abonnements en font une alternative pratique et adaptable.

c- Le TPE pin pad est une version fixe qui comprend une petite clé déportée appelée "pinpad" (également connue sous le nom de PIN pad). Cela permet au client de récupérer son code secret en toute confidentialité ou de présenter sa carte pour un paiement anonyme.

L'installation d'un TPE dans une entreprise nécessite une demande d'un banquier acquéreur connecté à SATIM. Cela se fait en présence du représentant de la banque, du commerçant et d'un agent agréé par SATIM chargé de mettre le terminal en service

Il convient de noter que le client n'encourt aucun frais lors de la réalisation d'une transaction via CIB. D'autre part, le commerçant reçoit une commission de 1,5 % du montant de la transaction, qui est versée à sa banque d'origine. Ce taux est constant, quelle que soit la banque en question.³⁴

³⁴ ● Ouada Radia ,OULD HAMOU Siham, La modernisation du système de paiement en Algérie cas de la banque extérieur d'Algérie de Tizi Ouzou Agence 34, mémoire de master en Sciences Financières et Comptabilité, spécialité Finance et banque, Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, Algérie, 2019.

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

3- Protection des moyens de paiement électronique en Algérie :

3.1- Protection technique :

La reconnaissance légale de l'écriture électronique est le fondement principal de la protection technique des méthodes de paiement électroniques. La promulgation de la Loi 05-10, qui modifie et complète le Code civil algérien, a rendu la preuve électronique admissible sur la même base que la preuve écrite sur papier. L'article 223 bis du Code civil, introduit par l'Ordonnance 05-01 du 20 juin 2005, stipule sans équivoque que "la preuve écrite électronique est considérée comme une preuve écrite sur papier."

Cette disposition marque une avancée significative dans la dématérialisation des documents juridiques, y compris les transactions de paiement électroniques.

De plus, les signatures électroniques sont un autre élément essentiel de la sécurité technique. Il s'agit d'un certificat numérique qui est attaché à un document électronique et contient la

signature électronique du signataire. Elle garantit à la fois l'authenticité du document et l'identité de l'expéditeur. Ce certificat est délivré par des autorités de certification reconnues internationalement.

La première introduction de la reconnaissance de la signature électronique en Algérie a été faite dans l'article 327/2 de la loi 05-10. Afin de donner aux documents électroniques leur authenticité, il stipule que : "La signature électronique est valable dans les conditions mentionnées à l'article 323 bis ci-dessus."

Le Code civil algérien distingue entre une signature électronique simple et une signature électronique sécurisée, cette dernière satisfaisant aux exigences énoncées à l'article 3 du décret exécutif n° 162-07. Pour qu'une signature électronique soit légalement reconnue, elle doit répondre aux exigences techniques énoncées à l'article 323 bis du Code civil.

3.2- Protection légale :

Avec la croissance des technologies de l'information et l'utilisation généralisée des communications électroniques, de nouveaux types d'activités criminelles émergent en

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

profitant des faiblesses des systèmes d'information. À la lumière de cela, plusieurs nations, y compris l'Algérie, ont dû modifier leurs cadres juridiques pour garantir la sécurité du traitement automatisé des données et la protection des utilisateurs contre les cyberattaques.

En Algérie, le législateur a modifié et complété l'Ordonnance n° 66-156 en introduisant des dispositions spécifiques dans le Code pénal par la Loi n° 04-15 du 10 novembre 2004. Les articles 394 bis à 394 bis 7 ont été incorporés dans une nouvelle section intitulée "Perturbations des systèmes de traitement automatisé des données."

L'article 394 bis stipule : "Quiconque accède ou maintient frauduleusement tout ou partie d'un système de traitement automatisé de données, ou tente de le faire, encourt une peine de trois (3) mois de prison à un (1) an et une amende de 50 000 à 100 000 DA."

La loi prévoit également une augmentation des peines si l'intrusion entraîne la suppression ou l'altération de données. Si le système tombe en panne, les peines peuvent aller de deux (2) ans de prison à une amende de 150 000 DA. Ce cadre juridique vise à renforcer la confiance des

utilisateurs dans la technologie de paiement et à protéger les utilisateurs contre les abus et la fraude en ligne.³⁵

Conclusion :

En définitive, le paiement électronique en Algérie représente une composante essentielle de la modernisation du secteur financier national. La définition du paiement électronique dans le contexte algérien a permis de mettre en évidence la spécificité du cadre réglementaire et institutionnel dans lequel s'inscrit ce mode de règlement. L'analyse de l'évolution du paiement électronique a révélé une progression marquée par une volonté politique de digitalisation du secteur bancaire, soutenue par la mise en place de plateformes de paiement en ligne, la généralisation des cartes bancaires et le développement des solutions mobiles.

Toutefois, le développement du paiement électronique en Algérie demeure confronté à plusieurs défis. La faible bancarisation de la population, la réticence culturelle vis-à-vis des

³⁵ه. لبزة، م. الهادي ضيف الله، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية واقع و تحديات وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر، ص 288.-289.

Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie

paiements numériques et les problèmes de sécurité constituent autant d'obstacles à une adoption massive des solutions électroniques. Néanmoins, les réformes récentes, notamment l'élargissement du cadre réglementaire, la modernisation des infrastructures bancaires et l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché, offrent des perspectives prometteuses pour le renforcement du paiement électronique dans le pays.

Ainsi, le paiement électronique en Algérie se trouve à un tournant stratégique. Sa capacité à surmonter les obstacles structurels, à renforcer la confiance des utilisateurs et à proposer des solutions adaptées aux besoins du marché local déterminera son succès futur. Dans un contexte de digitalisation croissante de l'économie mondiale, le développement d'un écosystème de paiement électronique performant pourrait constituer un levier clé pour renforcer la compétitivité économique de l'Algérie et favoriser une plus grande inclusion financière.

**Chapitre 03 : Analyse des moyens de paiement
électronique au sein d'algérie télécom**

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Introduction :

Dans le contexte algérien, Algérie Télécom joue un rôle clé en tant qu'acteur public essentiel dans le domaine des télécommunications. L'entreprise, offrant divers services tels que la téléphonie fixe, l'Internet ADSL/FTTH et la 4G LTE, fait face à un besoin grandissant d'adopter des solutions numériques contemporaines, particulièrement pour ce qui est des paiements. Ce chapitre vise à analyser en détail l'expérience d'Algérie Télécom dans la mise en œuvre et la gestion des systèmes de paiement électronique. Il s'agira d'évaluer les outils utilisés, d'analyser les tendances d'usage selon les canaux de paiement (Baridimob, Edahabia, CIB, Wimpay), de proposer des recommandations pratiques pour renforcer l'efficacité du e-paiement au sein de l'entreprise.

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Section 1 : Présentation d'entreprise

1.1- Naissance :

Algérie Telecom est leader sur le marché Algérien des télécommunications qui connaît une forte croissance. Offrant une gamme complète de services de voix et de données aux clients résidentiels et professionnels.

Cette position s'est construite par une politique d'innovation forte adaptée aux attentes des clients et orientée vers les nouveaux usages.

Algérie télécom est une société par actions à capitaux publics opérant sur le marché des réseaux et services de communications électroniques. Sa naissance a été consacrée par la loi 2000/03 du 5 août 2000, relative à la restructuration du secteur des Postes et Télécommunications, qui sépare notamment les activités Postales de celles des Télécommunications.

Algérie télécom est donc régie par cette loi qui lui confère le statut d'une entreprise publique économique sous la forme juridique d'une société par actions SPA.

Entrée officiellement en activité à partir du 1er janvier 2003, elle s'engage dans le monde des Technologies de l'Information et de la Communication avec trois objectifs:


- Rentabilité.
- Efficacité.
- Qualité de service.

Son ambition est d'avoir un niveau élevé de performance technique, économique, et sociale pour se maintenir durablement leader dans son domaine, dans un environnement devenu concurrentiel.

Son souci consiste, aussi, à préserver et développer sa dimension internationale et participer à la promotion de la société de l'information en Algérie.

Algérie télécom a pour objet social : La production, l'exploitation, le commerce en gros ou en détail, l'import et l'export, la réparation, le service après-vente, le montage et la maintenance des équipements, produits, accessoires, pièces de rechange et consommables liés au domaine des télécommunications.

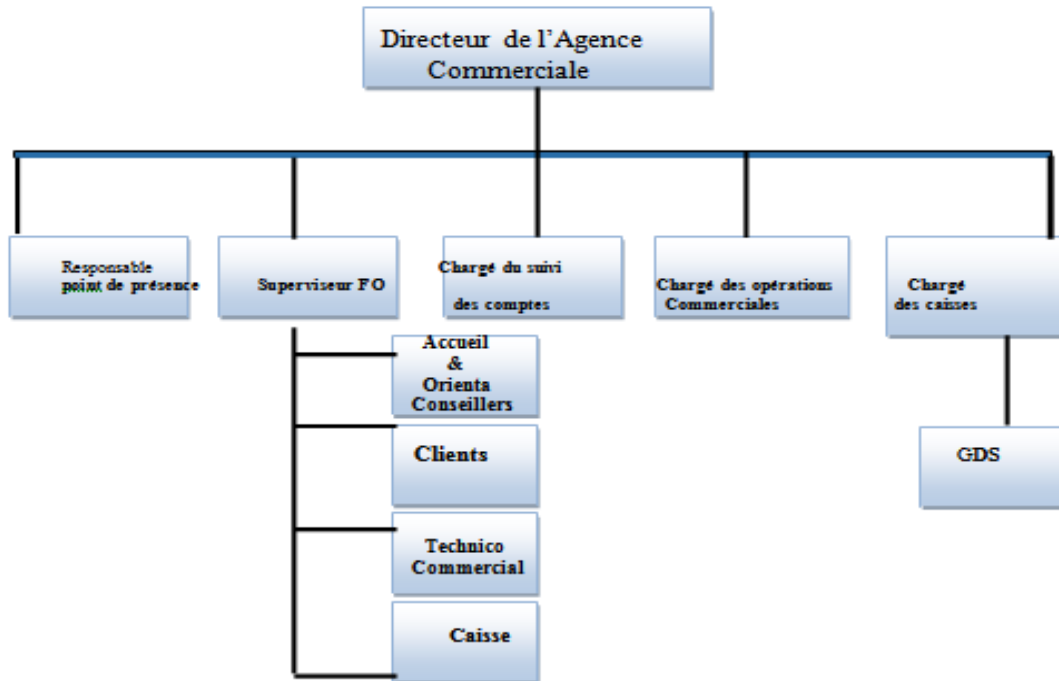
Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Nom de société	Algérie Télécom
Logo de société	
Date de création	05 Aout 2000
Entrée officiel en activité	1er Janvier 2003
Forme juridique	Société Par Action (SPA)
Registre de commerce	02B0018083 du 11 Mai 2002
Capital social	61 275 180 000 DA
Président Directeur Général actuel	M. KHEMANE ADEL
Siège social	Route National n°5, Cinq Maisons Mohammadia 16130 Alger
Direction relation corporate	7, rue Belkacem Amani, le paradou (site sider) Hydra-Alger
Domaine d'activité	Télécommunications
Nombre des directions opérationnelles	50 directions
Nombre des actels	211 Actels
Effectif en fin 2016	23872 salariés
Site internet	www.algeriatelecom.dz
E-mail	contact@algeriatelecom.dz
Téléphone	021 82 38 38
Fax	021 82 38 39

Source : Source interne d'AT.

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

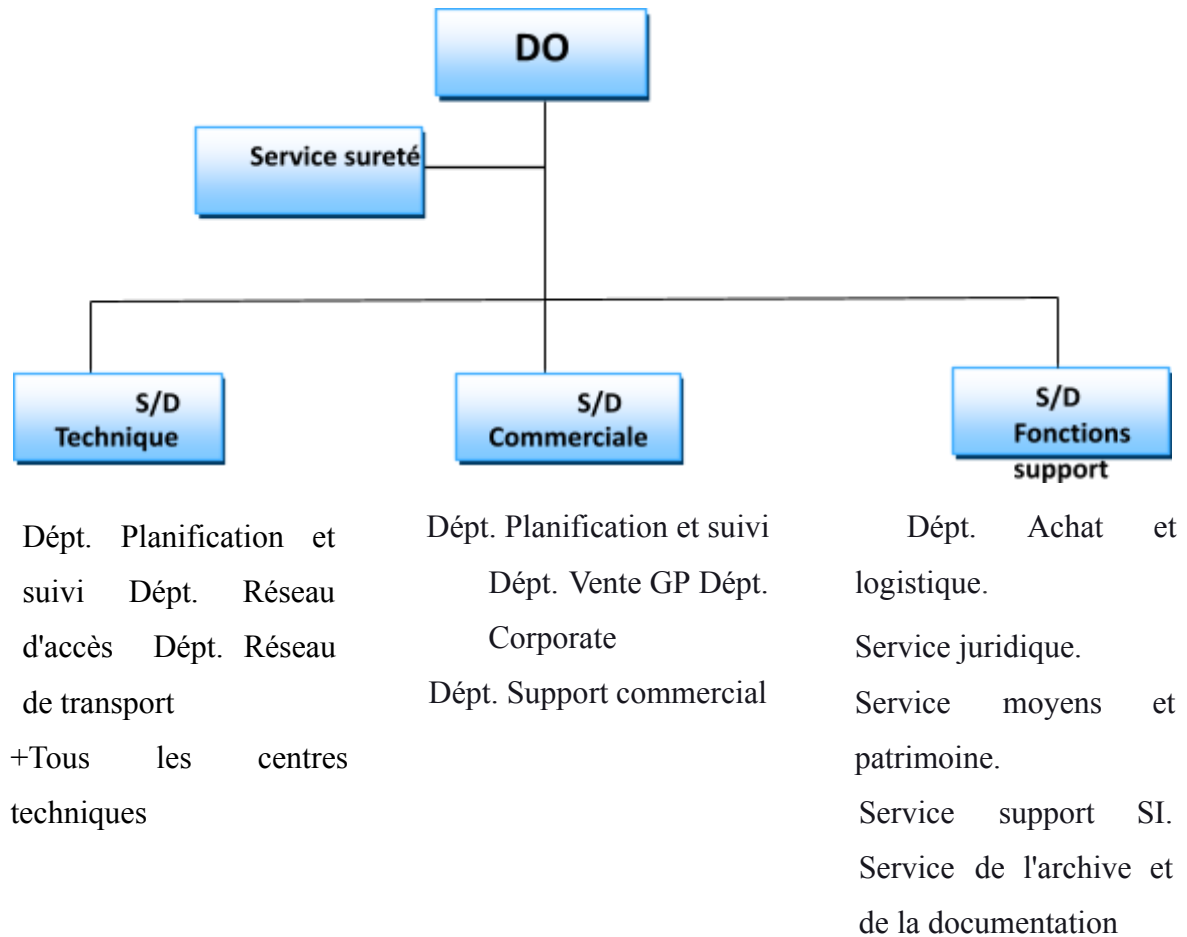
Organigramme ACTEL



Source : Source interne d'AT.

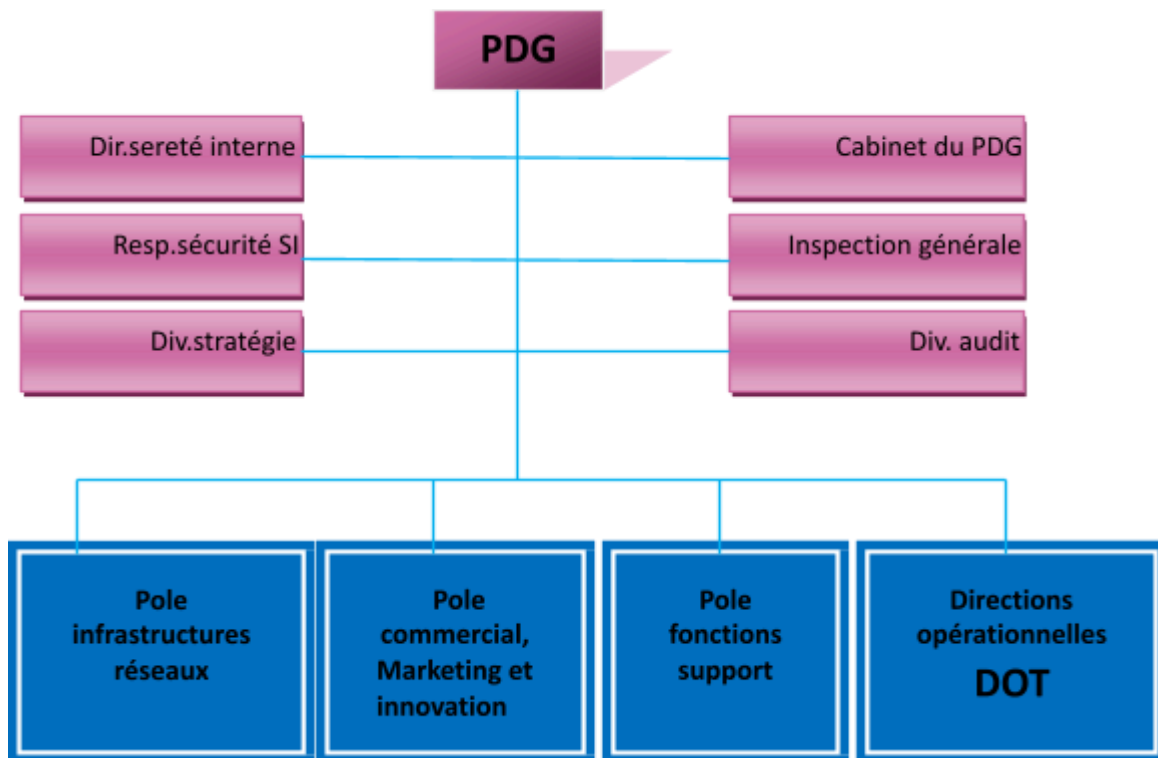
Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Organigramme de la Direction Opérationnelle (DO)



Source : Source interne d'AT

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom



Source : Source interne d'AT

1.2- Les missions :

Dans le cadre de son objet social, Algérie Télécom exerce les missions principales suivantes :

- Préparer et exécuter les plans annuels et pluriannuels de développement relevant de son objet.
- Réaliser, directement ou indirectement, les études techniques technologiques économiques et financières en rapport avec son objet.
- Assurer les approvisionnements permettant la réalisation de ses programmes annuels.
- Promouvoir et veiller à la qualité des produits et services relevant de son objet.
- Etudier les voies et mettre en place les moyens en vue d'adapter, en permanence les services offerts aux progrès technologiques
- Concourir à la formation et aux perfectionnements .

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

1.3- Organisation d'Algérie Télécom et organigramme :

La société mère Algérie télécom est spécialisée dans la gestion de la téléphonie fixe par voie terrestre, aérienne (WLL).

- **ATM:** Algérie Télécom Mobile, -MOBILIS- entreprise spécialisée dans la téléphonie mobile, c'est l'opérateur téléphonique qui assure la plus grande couverture réseau à l'échelle nationale et qui compte plus de 7 millions d'abonnés.
- **ATS :** Algérie Télécom Satellite: créée en juillet 2004 et spécialisé dans les télécommunications spatiales. Le réseau d'ATS est constitué de :
 1. 44 stations terriennes domestiques.
 2. 04 stations internationales.
 3. 01 station côtière INMARSAT.
 4. 03 réseaux VSAT.

Gérée par un Président Directeur Général à l'aide de ses conseillers, Algérie Telecom est structurée de façon à assurer le meilleur fonctionnement du groupe.

Une inspection générale suit et contrôle le travail des filiales d'Algérie télécom.

Des chargés de missions veillent sur la réalisation des projets nationaux fonctionnels.

On trouve également les structures principales suivantes :

- Une Division Finances et Moyens(D.F.M).
- Une Division Relation Clientèle (D.R.C).
- Une Division Développement des Réseaux des Télécoms(D.D.R.T).
- Une Division système d'information(D.S.I).
- Une Direction centrale des ressources humaines(DCRH).
- Une direction de communication(DC).
- Un musée qui se trouve au niveau de Bordj el Kiffan.

Sur le territoire national, Algérie Télécom est répartie en 13 Directions Territoriales de Télécommunications (DRT), 50 Unités Opérationnelles de Télécommunications (UOT) et 174 Agences Commerciales des Télécommunications (ACTEL).

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

1.4- Objectifs :

Algérie Télécom aspire à atteindre une performance technique, économique et sociale de haut niveau afin de conserver durablement sa position de leader dans un contexte devenu compétitif.

Sa préoccupation réside dans le fait d'offrir des services de télécommunication qui facilitent le transfert et la communication de voix, de messages écrits, de données numériques, d'informations audiovisuelles...

Développer, administrer et gérer les réseaux de télécommunications publics et privés ; Mettre en place, administrer et gérer les interconnexions avec tous les opérateurs de réseaux.

Maintenir et élargir son aspect international tout en contribuant à l'essor de la société de l'information en Algérie.

Maintenir et renforcer son aspect international tout en contribuant à l'avancement de la société de l'information en Algérie.

Algérie telecom est impliquée dans le domaine des technologies informatiques et de la communication visant les objectifs suivants : Élargir la gamme de services téléphoniques et faciliter l'accès aux services de télécommunications pour le plus grand nombre, notamment en milieu rural ; Améliorer la qualité des services proposés et étendre la palette de prestations fournies tout en rendant les services de télécommunications plus compétitifs ; Développer un réseau national de télécommunications fiable qui soit interconnecté avec les autoroutes de l'information.

1.5- Ses principes :

Voici les principes fondamentaux d'Algérie Télécom :

- **Satisfaction du client** : C'est une priorité majeure pour les employés. d'Algérie Télécom. Gagner la satisfaction du client favorise sa fidélité et l'encourage à utiliser nos produits et services, assurant ainsi des revenus pour la société et ses salariés. La satisfaction des clients est étroitement liée aux résultats commerciaux de l'entreprise.
- **Performance** : La durabilité de l'entreprise dépend de ses résultats commerciaux et de sa capacité à s'adapter à un environnement compétitif, en répondant aux exigences élevées de

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

qualité des services imposées par le marché et les clients.

Chez Algérie Télécom, améliorer les performances signifie donner à l'entreprise la possibilité de se former et se développer sur le marché pour le plus grand avantage de ses collaborateurs et de l'économie du pays. - Travail d'équipe : Algérie Télécom est constituée de diverses entités. Toutes ces unités fonctionnelles œuvrent en synergie pour atteindre un but commun : la satisfaction client et l'accroissement des profits de la société.

L'esprit de collaboration est l'union des compétences de toutes les divisions professionnelles d'Algérie Télécom pour parvenir à ses buts.

- **Responsabilité** : Chaque membre du personnel d'Algérie Télécom reconnaît l'importance de sa fonction au sein de la société, il remplit ses tâches avec rigueur en respectant strictement l'engagement qu'il a pris avec son entreprise. Le sens du devoir : veiller à ce que les collaborateurs travaillent dans des conditions optimales, sauvegarder les ressources opérationnelles et les actifs de l'entreprise, et œuvrer à présenter Algérie Télécom sous un jour favorable.

- **Image de marque** : À Algérie Télécom, chaque employé est le premier représentant de la société et la marque.

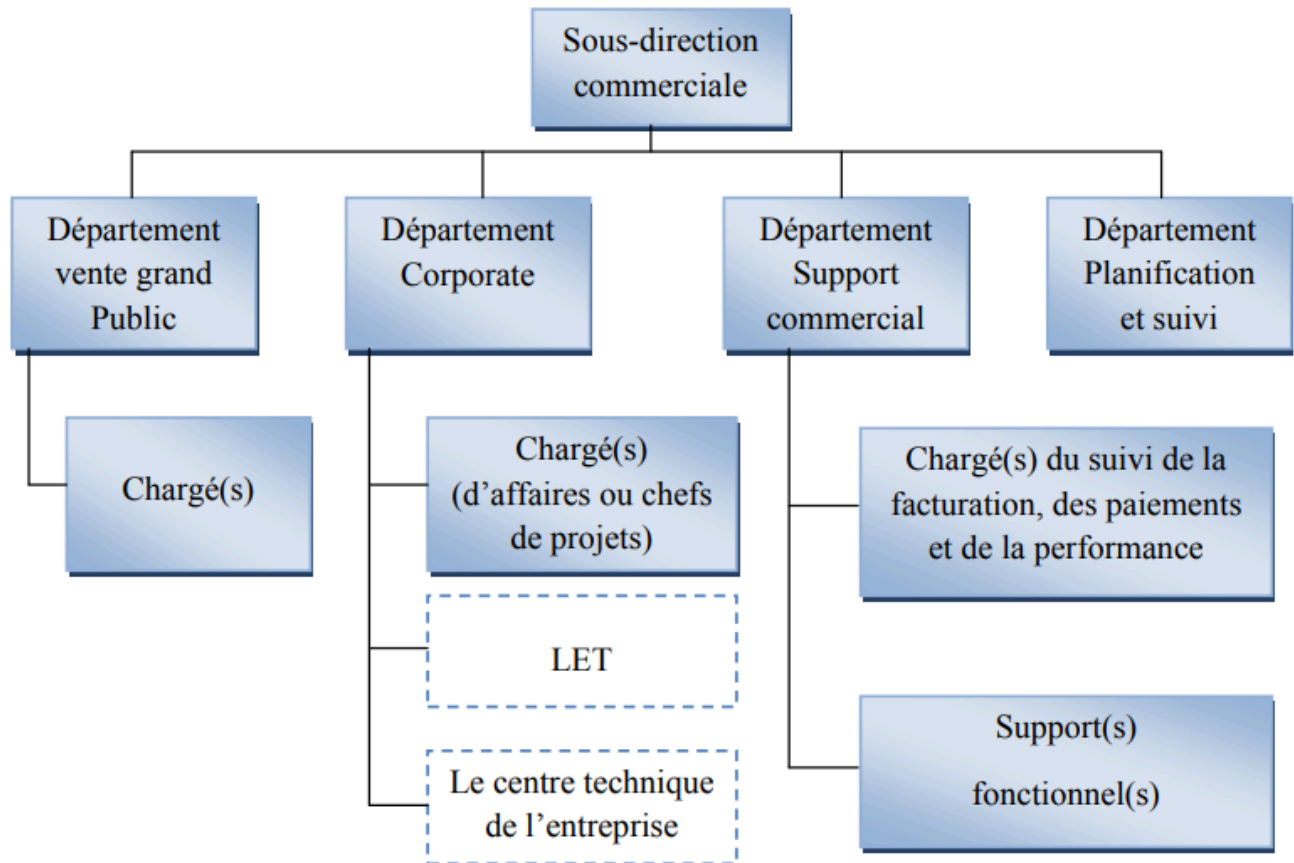
Son attitude envers le client, que ce soit sur son lieu de travail ou ailleurs, contribue directement à l'image de l'entreprise, ce qui influence sa réputation.

C'est pourquoi il est impératif que chaque collaborateur reflète l'image conforme aux valeurs défendues par Algérie Télécom.

2- La sous-direction commerciale :

La sous-direction commerciale est la continuité du Pôle commercial, marketing et innovation au niveau local. Chaque sous-direction commerciale couvre un périmètre d'actions précis. Elle est responsable de l'exécution de la stratégie commerciale de l'entreprise. Elle propose également un plan d'actions au niveau local qui lui permet d'atteindre les objectifs qui lui sont fixé

L'organigramme de la sous-direction commerciale



Source : Source interne d'AT

2.1- Le département vente grand public ³⁶

Ce département s'assure de la bonne prise en charge du client durant tout son parcours (avant vente, vente et après-vente). Il assure trois tâches principales :

- Gestion du réseau commercial et de la relation client : Il s'agit de s'assurer de la satisfaction des clients par le biais de l'animation commerciale, le bon fonctionnement des structures commerciales (moyens humains et matériels) et le suivi du traitement des réclamations.

³⁶ M.ARCHID , Y.LALAMI, L'IMPACT DE L'E-PAIEMENT SUR LA PERFORMANCE COMMERCIALE ETUDE DE CAS : LA SOUS-DIRECTION COMMERCIALE D'ALGÉRIE TÉLÉCOM , ECOLE DES HAUTES ETUDES COMMERCIALES , Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales , 2021 , page 67

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

- Vente et prospection : Il s'agit d'établir la démarche nécessaire pour la promotion des ventes et la prospection de nouveaux clients dans le but d'atteindre les objectifs fixés dans le plan d'actions annuel.
- Gestion des stocks : Il s'agit d'assurer l'approvisionnement en produits commerciaux des agences commerciales et d'anticiper les besoins.

2.2- Le département Corporate :³⁷

Ce département planifie, organise et assure le suivi de l'exécution des actions Corporate. Il prend en charge les demandes des clients professionnels : offres spécifiques, traitement des demandes, étude des besoins, etc. Il assure également le suivi de l'opération de facturation et d'encaissement et coordonne l'acquisition d'équipements avec la direction commerciale Corporate (au niveau de la DG) et les autres structures concernées.

Ce département est composé uniquement du chef de département. Lorsque ce département prend en charge au niveau de certaines DO des projets d'envergures (tel que la vidéo surveillance par exemple), un ou plusieurs chargés d'affaires/chefs de projets au niveau de la DO seront affectés à ce département. Le centre technique d'entreprise (CTE) et le LET sont rattachés à ce département. Ils travaillent sous la responsabilité du chef de département. Le LET, qui était rattaché à l'ex-DRT, est transféré à la DO chef-lieu de cette ex-DRT tout en gardant sa compétence régionale. Le CTE est maintenu dans les DO où il n'y a pas de LET. Les CTE existants actuellement au niveau des DO chefs-lieux des ex-DRT sont dissouts et leur personnel est affecté aux LETs.

2.3- Le Département Support Commercial :³⁸

Ce département veille à la bonne exploitation des systèmes d'information et des Billings au niveau local (DO, ACTEL, points de présences, etc.) ainsi que le suivi correctif des anomalies d'exploitation des systèmes d'information. Il a également pour mission de suivre l'opération de facturation et des paiements de l'exercice en cours. Le département est composé de :

- Chargé(s) du suivi de la facturation, des paiements et de la performance : Il est chargé d'élaborer et d'analyser les performances commerciales (chiffre d'affaires, ventes, encaissements, etc.). Il est aussi chargé du suivi de l'opération de facturation et des

³⁷ ibid , page 68

³⁸ ibid , page 69

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

paiements (de l'exercice en cours) ainsi que du traitement des anomalies liées à la facturation et aux paiements des factures.

- Support(s) fonctionnel(s) commercial (aux) : Le support fonctionnel commercial veille au bon fonctionnement des systèmes d'informations et de facturation (Billings) et intervient pour régler tout dysfonctionnement constaté ou signalé au niveau local. Il est aussi chargé d'apporter tout le soutien nécessaire au personnel exploitant ces systèmes (correction d'anomalies, formations, codes d'accès, situations, impayés, etc.).

2.4- Le Département Planification et Suivi:

Ce département propose le plan d'actions commerciales en fin d'année pour l'exercice suivant et assure le suivi de l'exécution des actions validées durant toute l'année pour le compte des départements « vente grand public » et « Corporate ». Les missions de géomarketing au niveau local sont assurées par ce département. ³⁹

Section 2 : Cadre méthodologique de l'enquête et l'analyse des résultats

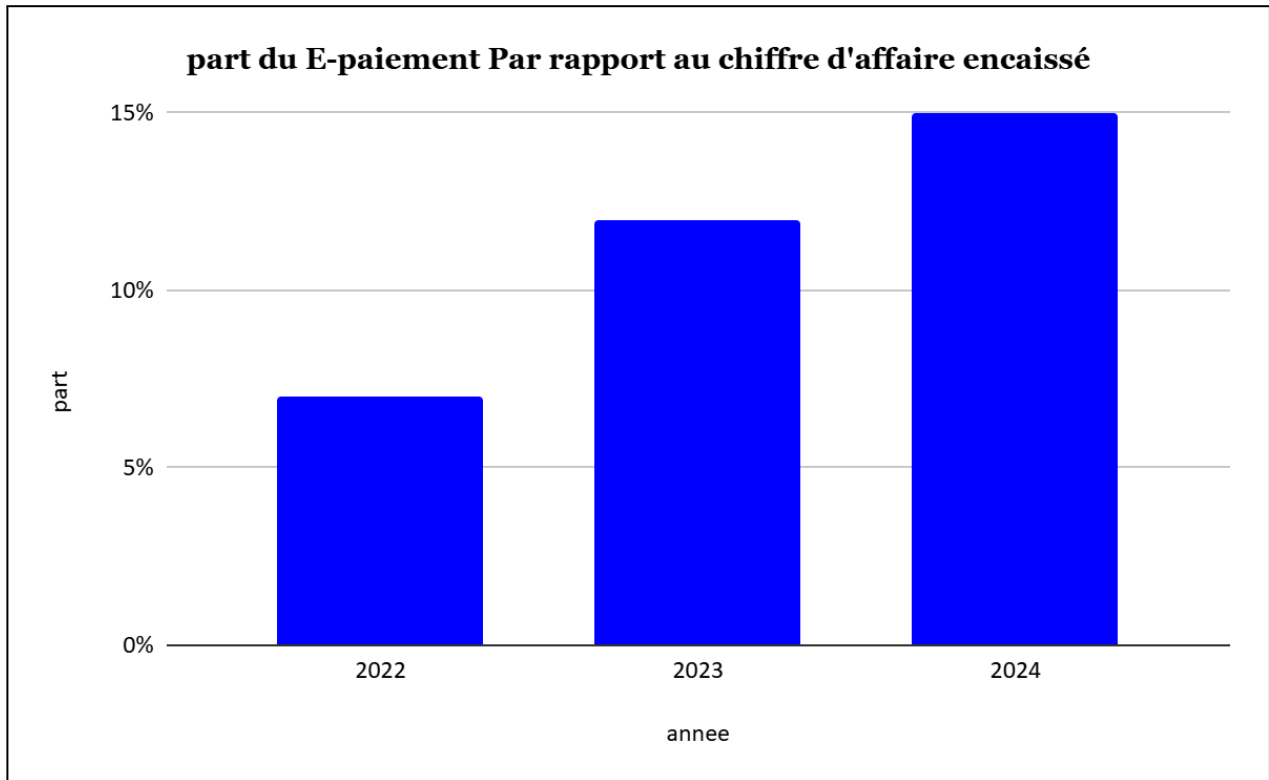
Après avoir exploré, dans les chapitres précédents, les dimensions théoriques du paiement électronique et son développement en Algérie et à l'échelle internationale, nous passons à présent à un volet plus concret et appliqué de notre travail. Cette section a pour ambition de mieux comprendre l'usage réel des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie Télécom, sur la période 2022–2024, en identifiant le canal le plus utilisé et en analysant les facteurs qui influencent les choix des clients.

Dans cette optique, notre démarche repose sur l'exploitation de données internes fournies par l'entreprise, et sur une lecture comparative des différents canaux disponibles. Cela nous permettra de répondre à notre problématique de manière rigoureuse et structurée, en apportant un éclairage objectif sur l'évolution du e-paiement dans un contexte institutionnel algérien.

³⁹ ibid , page 69

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Figure N 01 : Évolution de la part de l'e-paiement dans le chiffre d'affaires encaissé d'Algérie Télécom (2022–2024)



Source : Etabli par nous même à partir d'excel

Le graphique fourni illustre la progression de la part du paiement électronique dans le chiffre d'affaire encaissé par Algérie Télécom sur la période 2022-2024. Cette synthèse permet de comprendre la dynamique de transformation digitale au sein de l'organisation.

On constate une progression significative: la part de paiement en ligne augmente d'environ 7 % en 2022 à 12 % en 2023, et atteint finalement 15 % en 2024. Cette progression constante reflète plusieurs éléments convergents : d'une part, le développement croissant des infrastructures digitales mises en place par l'entreprise ; d'autre part, une exploitation plus performante des services digitaux par les consommateurs.

Pour bien analyser cette évolution, nous avons mené une étude documentaire fondée sur les données internes transmises par Algérie Télécom. Cette analyse comparative porte sur l'ensemble des moyens de paiement électronique utilisés par l'entreprise, en examinant leur fréquence d'utilisation (nombre de transactions) ainsi que leur poids financier (valeur encaissée).

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

L'évolution de ces indicateurs sur plusieurs exercices, ainsi que la part respective de chaque moyen dans les encaissements, permet d'établir une analyse structurée du rôle des solutions numériques. Cette démarche vise principalement à répondre à notre problématique : **Quel est le moyen de paiement électronique le plus utilisé au sein d'Algérie Télécom?**

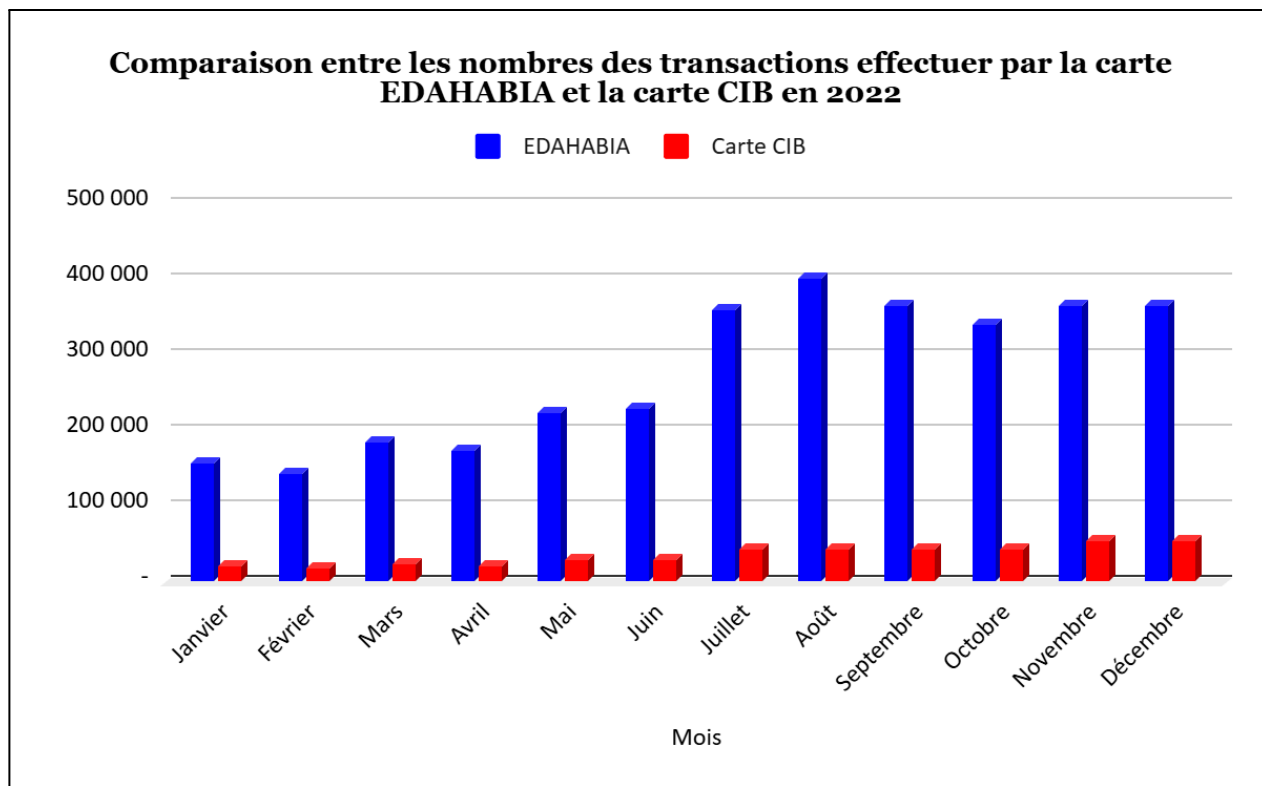
Tableau N 10 : Comparaison des nombres de transactions effectuées via EDAHABIA et CIB en 2022

Mois	EDAHABIA	Carte CIB
Janvier	156 663	19 481
Février	143 229	17 316
Mars	183 445	24 072
Avril	173 758	20 242
Mai	223 794	27 505
Juin	229 986	27 906
Juillet	360 228	42 817
Août	401 639	42 334
Septembre	363 781	42 624
Octobre	339 917	42 215
Novembre	363 809	52 562
Décembre	365 213	54 854
Total général	3 305 462	413 928

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Figure N 02 : Comparaison des nombres de transactions effectuées via Edahabia et CIB en 2022



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

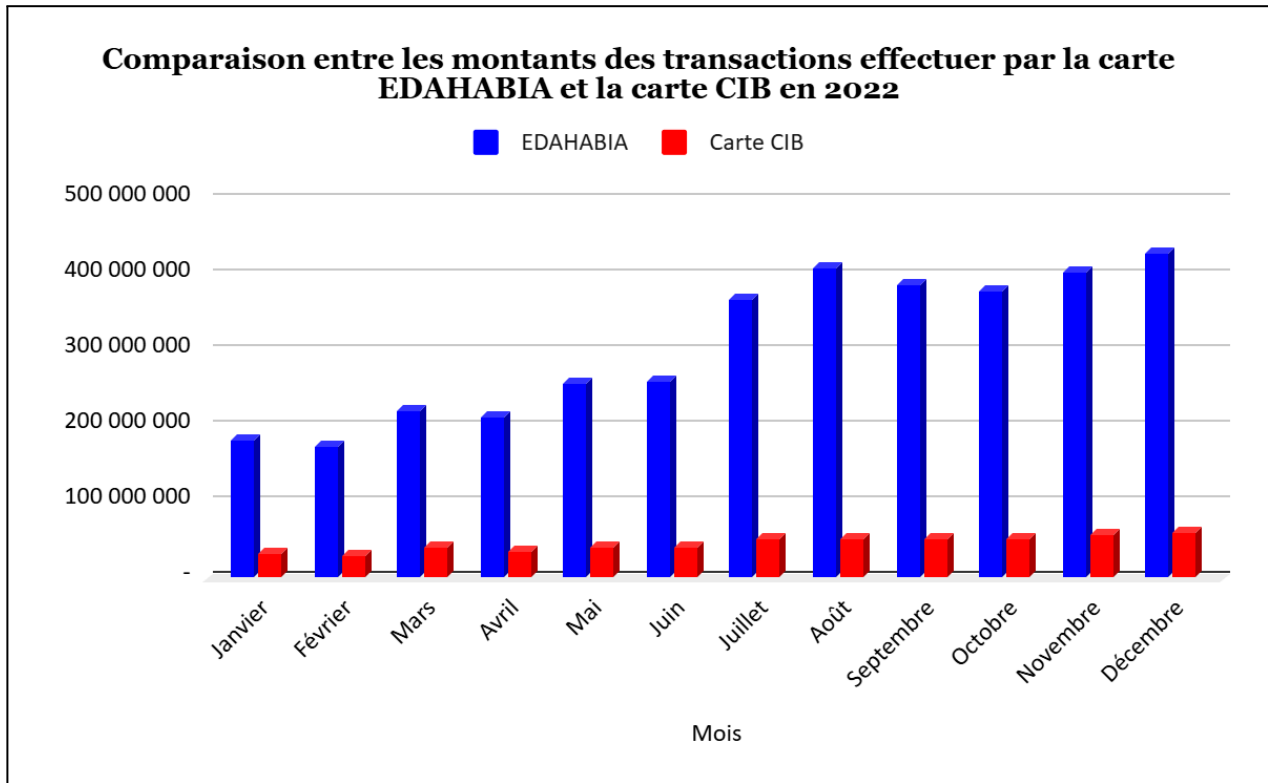
Tableau N 11 : Comparaison des montants de transactions effectuées via EDAHABIA et CIB en 2022

Mois	EDAHABIA	Carte CIB
Janvier	180 563 090	31 061 295
Février	174 009 977	28 996 531
Mars	219 617 831	38 757 757
Avril	211 605 146	34 243 213
Mai	255 668 703	41 130 852
Juin	259 947 684	38 891 924
Juillet	367 001 783	51 004 651
Août	410 130 077	49 676 148
Septembre	385 585 035	50 538 174
Octobre	379 757 326	51 455 376
Novembre	404 476 367	56 887 977
Décembre	428 549 279	60 439 992
Total général	3 676 912 298	533 083 890

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d’Algérie télécom

Figure N 03 : Comparaison des Montants de transactions effectuées via Edahabia et CIB en 2022



Source : Etabli par nous même à partir d’Excel

Les deux graphiques ci-dessus présentent une comparaison entre le nombre et le montant des transactions électroniques réalisées par carte EDAHABIA (incluant l’application mobile Baridimob) et carte CIB (incluant l’application Wimpay de la BNA) au sein d’Algérie Télécom pour l’année 2022.

L’analyse révèle une supériorité claire des transactions effectuées à la carte EDAHABIA, aussi bien en nombre qu’en valeur. Sur le plan quantitatif, les transactions par EDAHABIA (Baridimob inclus) enregistrent mensuellement un volume de 300 000 à plus de 400 000 opérations, contre environ 30 000 à 40 000 pour la carte CIB (Wimpay inclus). De même, en termes de valeur, les montants traités via EDAHABIA atteignent des pics dépassant les 450 millions de dinars, contre moins de 60 millions de dinars pour la carte CIB.

Ces écarts significatifs s’expliquent par plusieurs éléments structurels et d’utilisation. D’une part, le nombre de titulaires de la carte EDAHABIA (et donc d’utilisateurs potentiels de Baridimob) est substantiellement plus élevé que celui des porteurs de cartes CIB, cette dernière étant restreinte

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

aux clients bancarisés. D'autre part, la procédure d'ouverture d'un compte CCP et l'obtention d'une carte EDAHABIA sont simplifiées, ce qui favorise une large intégration financière, particulièrement parmi les salariés et les populations à revenu fixe. En parallèle, Baridimob, l'application mobile d'Algérie Poste, est mieux implantée dans l'utilisation quotidienne en matière de paiement de factures et de recharges.

La carte CIB, bien qu'associée à une infrastructure bancaire plus robuste, souffre encore d'une utilisation limitée, notamment du fait de contraintes administratives plus strictes pour l'ouverture de comptes, et d'une adoption plus lente de services tels que Wimpay, encore peu généralisés au sein du grand public.

En conclusion, cette comparaison met en évidence la position dominante du binôme EDAHABIA–Baridimob dans les transactions électroniques d'Algérie Télécom. Cette tendance souligne non seulement l'importance des moyens de paiement associée à Algérie Poste, mais oriente également la réflexion vers les actions nécessaires pour stimuler l'utilisation des services bancaires électroniques via carte CIB et ses solutions dérivées comme Wimpay.

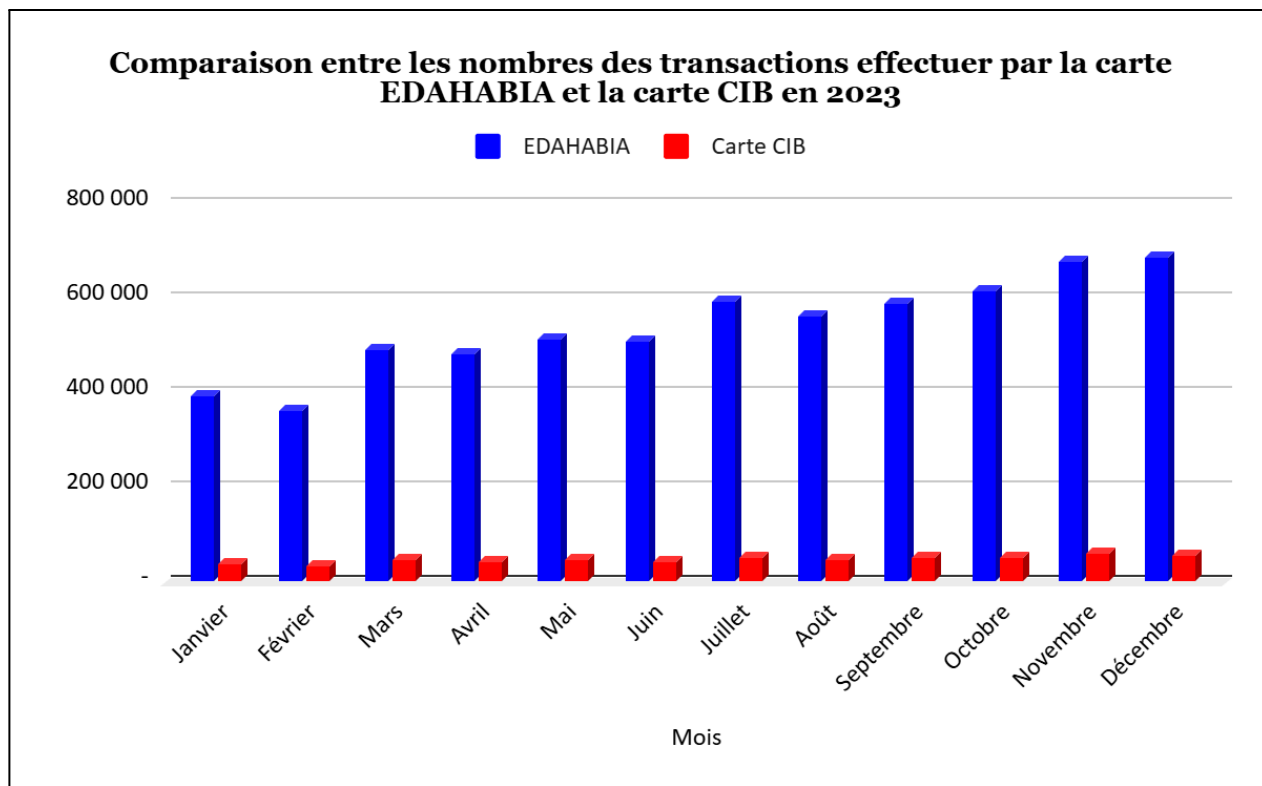
Tableau N 12 : comparaison des nombres de transactions effectuées via EDAHABIA et CIB en 2023

Mois	EDAHABIA	Carte CIB
Janvier	391 941	36 655
Février	362 915	32 025
Mars	489 066	46 160
Avril	481 705	41 590
Mai	514 635	48 042
Juin	507 295	42 212
Juillet	593 877	50 808
Août	559 875	45 879
Septembre	588 149	50 183
Octobre	614 731	50 219
Novembre	676 651	57 326
Décembre	683 708	55 039
Total général	6 464 548	556 138

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Figure N 04 : Comparaison des Nombres de transactions effectuées via Edahabia et CIB en 2023



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

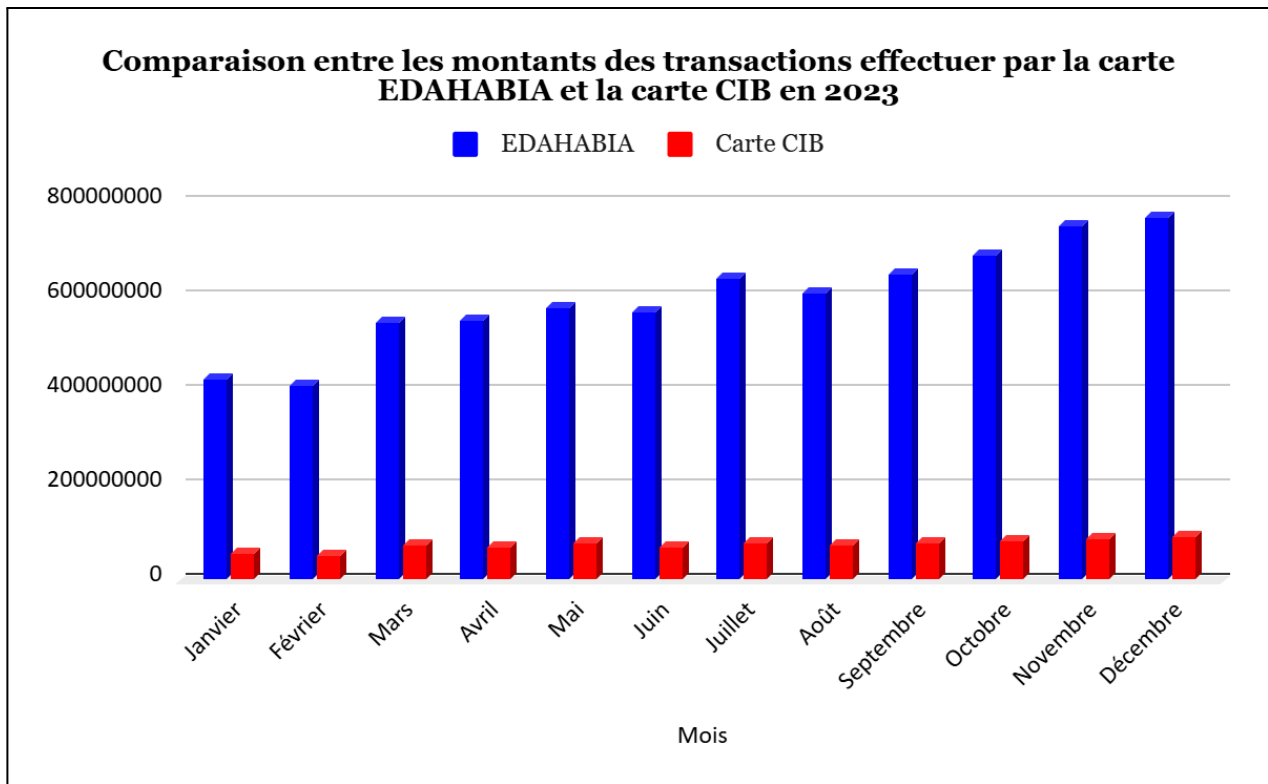
Tableau N 13 : comparaison des montants de transactions effectuées via EDAHABIA et CIB en 2023

Mois	EDAHABIA	Carte CIB
Janvier	424 598 737,18	55 618 682
Février	410 921 601,95	51 983 333
Mars	545 752 367,93	71 697 198
Avril	546 735 309,69	68 938 011
Mai	572 788 691,51	75 036 417
Juin	564 477 067,95	67 531 051
Juillet	635 597 295,43	76 630 035
Août	607 835 148,61	73 566 136
Septembre	647 579 456,26	78 613 245
Octobre	686 945 947,15	81 466 536
Novembre	746 458 438,56	87 251 985
Décembre	766 621 547,79	89 514 049
Total général	7 156 311 610	877 846 678

Source : Etabli par nous à partir du source interne d'Algérie Telecom

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Figure N 05 : Comparaison des Montants de transactions effectuées via Edahabia et CIB en 2023



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

En 2023, les deux graphiques confirment une tendance similaire à celle de 2022, tout en affichant une croissance notable en volume comme en valeur, particulièrement du côté de la carte EDAHABIA.

Les nombres de transactions mensuelles effectuées via la carte EDAHABIA poursuivent leur progression : on passe d'une moyenne de 350 000 à 450 000 opérations mensuelles en 2022 à des pics atteignant plus de 700 000 opérations en décembre 2023, marquant ainsi une hausse soutenue et régulière.

Du côté de la carte CIB, bien que les volumes restent relativement faibles en comparaison, une légère augmentation est observée, mais l'écart reste significatif. En décembre 2023, les transactions effectuées par CIB ne dépassent pas 60 000, alors que celles via EDAHABIA en comptent plus de 10 fois plus.

En termes de montants encaissés, la valeur totale des paiements via EDAHABIA connaît une croissance encore plus significative. En décembre 2023, on enregistre près de 800 millions de

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

dinars, contre un maximum d'environ 450 millions de dinars en 2022. Cela montre une augmentation d'utilisation du paiement électronique dans les services d'Algérie Télécom via EDAHABIA.

En ce qui concerne les transactions via la carte CIB, elles progressent également mais de manière beaucoup plus faible: le montant reste toujours largement inférieur à celui d'EDAHABIA, représentant une proportion minoritaire dans l'ensemble des paiements.

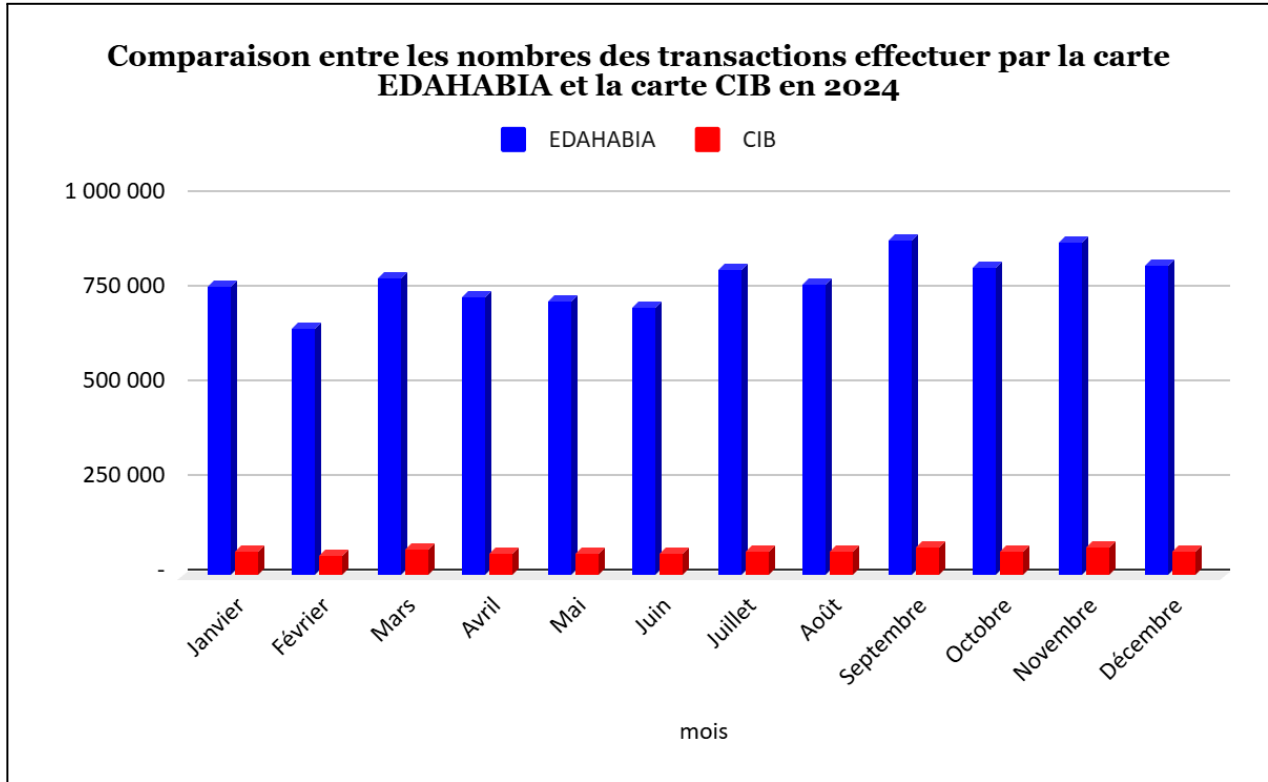
Tableau N 14 : Comparaison des nombres de transactions effectuées via EDAHABIA et CIB en 2024

Mois	EDAHABIA	Carte CIB
Janvier	762 780	62 101
Février	649 666	52 270
Mars	784 793	67 752
Avril	736 955	59 210
Mai	724 633	59 266
Juin	705 419	59 013
Juillet	807 588	65 664
Août	766 961	61 208
Septembre	882 565	71 711
Octobre	813 106	64 777
Novembre	876 918	75 570
Décembre	816 131	65 567
Total général	9 327 515	764 109

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Figure N 06 : Comparaison des Nombres de transactions effectuées via Edahabia et CIB en 2024



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

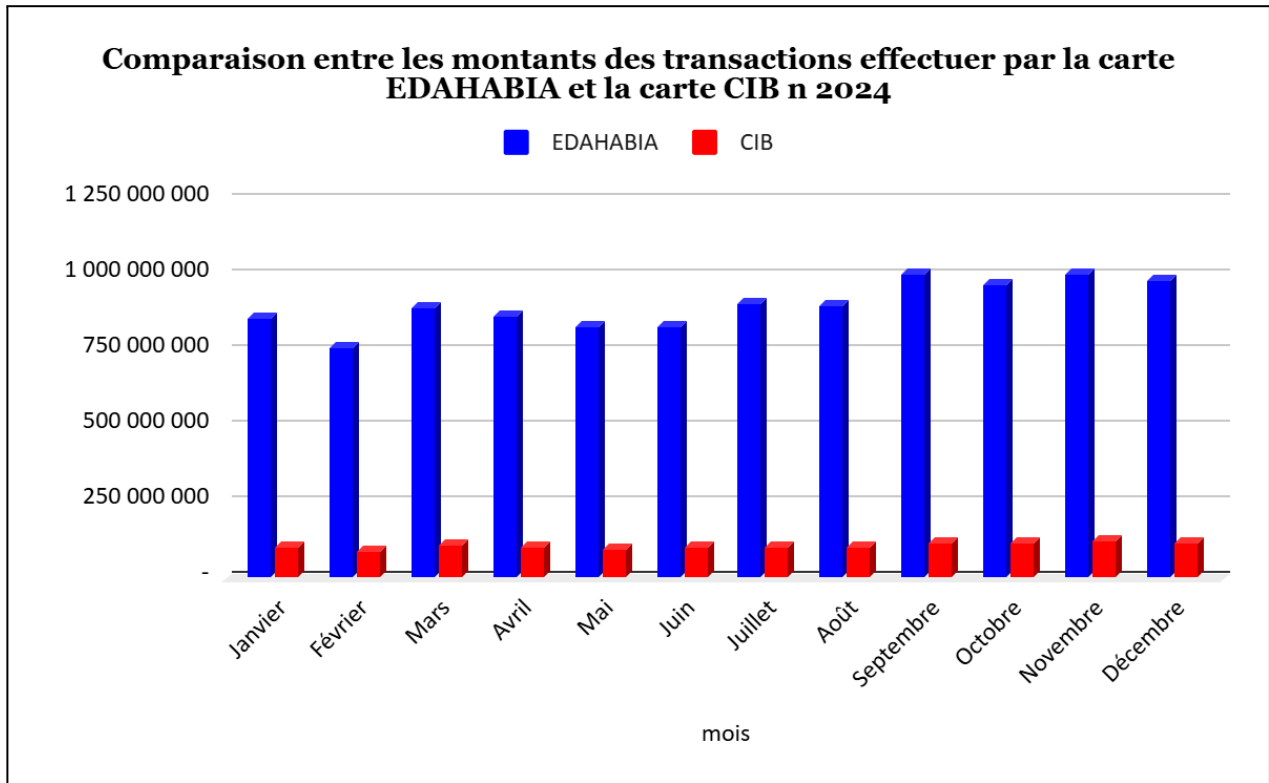
Tableau N 15 : Comparaison des montants de transactions effectuées via EDAHABIA et CIB en 2024

Mois	EDAHABIA	Carte CIB
Janvier	857 308 172	97 610 110
Février	760 222 398	87 562 575
Mars	891 102 321	105 980 229
Avril	860 820 317	100 630 905
Mai	827 259 784	94 895 047
Juin	825 360 772	97 515 830
Juillet	904 411 086	102 603 468
Août	895 106 535	102 484 107
Septembre	1 001 043 995	113 183 700
Octobre	968 960 102	111 231 799
Novembre	999 001 672	118 473 809
Décembre	982 421 146	114 133 920
Total général	10 773 018 300,75	1 246 305 498,67

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d’Algérie télécom

Figure N 07 : Comparaison des Montants de transactions effectuées via Edahabia et CIB en 2024



Source : Etabli par nous même à partir d’Excel

En 2024, la carte EDAHABIA a continué à dominer clairement en termes de volume des transactions. Chaque mois elle enregistre entre 750 000 et 900 000 transactions, atteignant un pic en décembre. En revanche, la carte CIB reste loin derrière, avec une moyenne mensuelle situant autour de 60 000 à 80 000 transactions.

Au fil des années, l’analyse comparative des transactions effectuées par carte EDAHABIA et carte CIB révèle une croissance continue et significative des opérations réalisées via la carte EDAHABIA, tant en nombre qu’en montant. En 2022, le nombre mensuel moyen de transactions par EDAHABIA se situait entre 400 000 et 600 000, avec des montants autour des 500 à 600 millions de dinars. Cette tendance s’est nettement renforcée en 2023, où les volumes ont atteint entre 650 000 et 750 000 transactions mensuelles, pour des montants culminant à près de 950 millions DA vers la fin de l’année. L’année 2024 confirme cette dynamique haussière avec des pics mensuels dépassant 850 000 transactions, et des montants qui franchissent désormais la barre du milliard de dinars, atteignant même 1,2 milliard DA en décembre. Cette progression démontre

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

non seulement une adoption massive de la carte EDAHABIA, mais aussi un accroissement de la confiance des utilisateurs dans les services électroniques d'Algérie Poste.

En ce qui concerne la carte CIB, elle affiche une évolution plus modérée, marquée par une progression lente mais constante. Entre 2022 et 2024, le nombre de transactions mensuelles reste bien inférieur à celui de la carte EDAHABIA, passant d'environ 30 000 à 80 000 transactions par mois, avec des montants qui stagnent autour de 100 à 150 millions DA. Malgré quelques améliorations apportées aux services bancaires, notamment l'introduction de nouvelles applications et la modernisation des infrastructures, l'écart entre les deux types de cartes reste notable, traduisant une préférence des utilisateurs pour les solutions d'Algérie Poste.

Ainsi, sur la période 2022-2024, on observe une forte affirmation de la carte EDAHABIA comme principal instrument de paiement électronique en Algérie, tandis que la carte CIB progresse de manière plus lente, malgré les efforts de digitalisation du secteur bancaire.

Cette évolution marquée en faveur de la carte EDAHABIA peut être expliquée par plusieurs facteurs. D'abord, la hausse continue du nombre de porteurs de carte EDAHABIA, notamment chez les salariés, les retraités et les jeunes, qui représentent une large partie des abonnés d'Algérie Poste. Cette institution bénéficie d'une proximité géographique et d'une accessibilité administrative supérieure aux banques classiques. Ensuite, l'application Baridimob, intégrée à la carte EDAHABIA, a connu des améliorations majeures en termes d'ergonomie, de rapidité et de stabilité, favorisant une adoption massive. Par ailleurs, les campagnes de sensibilisation au paiement en ligne menées par Algérie Poste, ainsi que les incitations à la digitalisation des paiements (factures, recharges, etc.), ont consolidé cette tendance.

Du côté de la carte CIB, bien que l'introduction de l'application Wimpay constitue un pas important vers la modernisation, sa portée reste limitée en comparaison, principalement en raison d'un taux de bancarisation encore faible, de la centralisation urbaine des banques et d'une adhésion plus lente des utilisateurs aux services bancaires numériques. De plus, certaines banques n'ont pas encore complètement intégré ou généralisé les services de paiement électronique en ligne avec la carte CIB.

Après avoir comparé les différents moyens de paiement utilisés au sein d'Algérie Télécom durant les années 2022, 2023 et 2024, il est désormais important d'analyser leur évolution au fil du

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

temps. Cette analyse portera à la fois sur le nombre de transactions effectuées et sur les montants générés par chaque moyen de paiement. Elle permettra ainsi de suivre la progression ou la régression de ces indicateurs d'une année à une autre, afin de mieux comprendre les tendances générales et les changements observés au cours de la période étudiée.

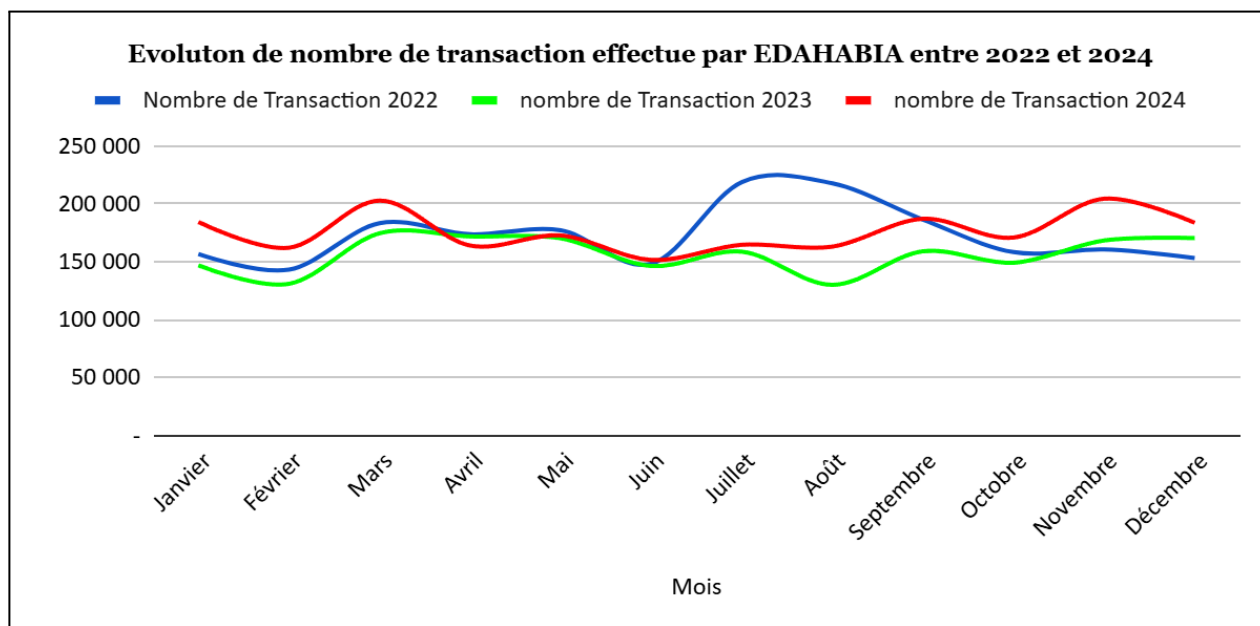
Tableau N 16 : Evolution des nombres de transactions effectuées via Edahabia entre 2022 et 2024

Mois	Nombre de Transaction 2022	Nombre de Transaction 2023	Nombre de Transaction 2024
Janvier	156 663	146 958	184 435
Février	143 229	130 953	162 142
Mars	183 445	174 670	202 899
Avril	173 758	171 924	164 052
Mai	177 226	170 332	172 827
Juin	148 291	146 375	151 578
Juillet	218 947	158 735	164 719
Août	217 831	130 077	163 110
Septembre	186 500	159 092	187 193
Octobre	158 363	149 141	170 983
Novembre	160 688	168 438	204 556
Décembre	153 230	170 510	183 749
Total général	2 078 171	1 877 205	2 112 243

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

Figure N 08 : Evolution des nombres de transactions effectuées via Edahabia et CIB entre 2022 et 2024

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom



Source : Etabli par nous même à partir d'excel

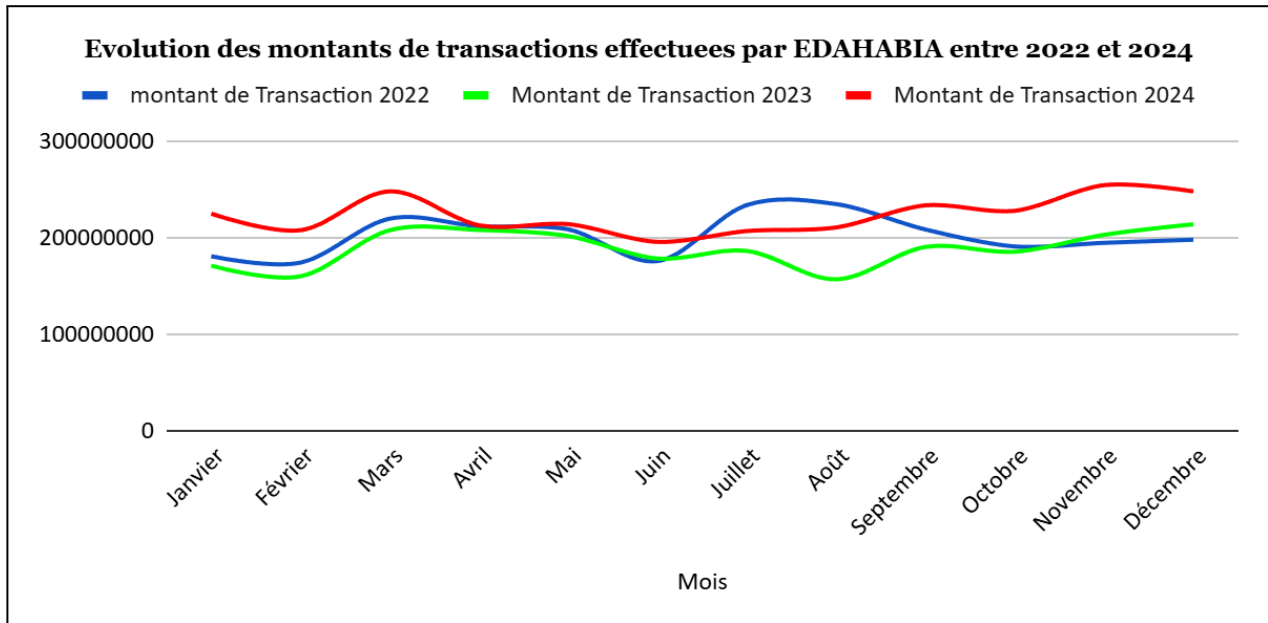
Tableau N 16 : Evolution des montants de transactions effectuees via Edahabia entre 2022 et 2024

Mois	Montant de Transaction 2022	Montant de Transaction 2023	Montant de Transaction 2024
Janvier	180 563 090	170 743 927,71	224 721 969
Février	174 009 977	159 780 554,16	207 617 058
Mars	219 617 831	207 632 103,29	247 906 504
Avril	211 605 146	207 825 911,37	212 643 024
Mai	208 439 181	201 480 712,84	213 875 506
Juin	175 570 301	178 133 853,26	195 440 846
Juillet	233 714 941	186 070 995,18	206 743 664
Août	234 690 645	156 644 039,12	210 455 036
Septembre	208 315 834	190 301 712,86	233 434 010
Octobre	190 707 151	185 217 590,45	227 687 298
Novembre	194 481 315	202 795 883,57	254 340 494
Décembre	197 726 238	213 740 222,13	247 850 425
Total général	2 429 441 649	2 260 367 505,94	2 682 715 833,28

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d’Algérie télécom

Figure N 09 : Evolution des Montants de transactions effectuées via Edahabia et CIB entre 2022 et 2024



Source : Etabli par nous même à partir d’excel

Le nombre de transactions effectuées avec la carte EDAHABIA montre une forte progression en 2024 par rapport aux deux années précédentes. En effet, la courbe rouge (2024) dépasse largement celles de 2022 et 2023, notamment entre juillet et octobre, où un pic est atteint. Cette évolution traduit une adoption croissante de ce moyen de paiement par les utilisateurs.

Les montants des transactions suivent la même tendance haussière. En 2024, les montants traités sont significativement supérieurs, en particulier entre mars et avril, puis entre août et décembre. Cela reflète non seulement une augmentation du nombre de transactions, mais aussi une hausse de leur valeur moyenne.

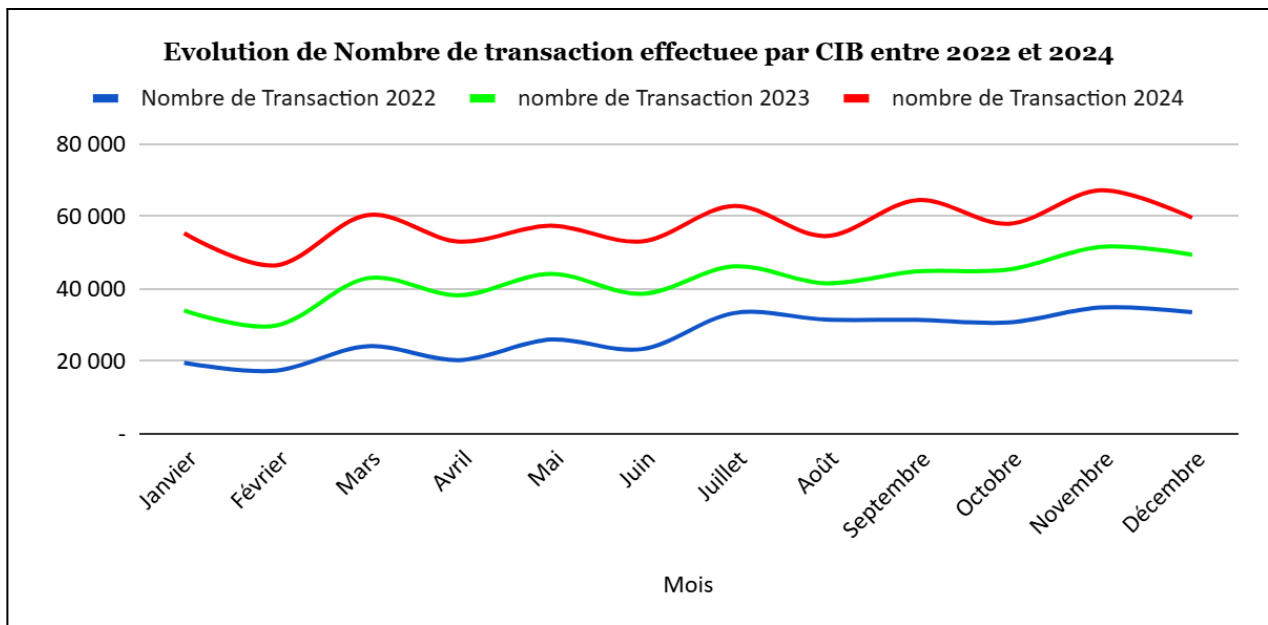
Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Tableau N 17 : Evolution des nombres de transactions effectuees via CIB entre 2022 et 2024

Mois	Nombre de Transaction 2022	Nombre de Transaction 2023	Nombre de Transaction 2024
Janvier	19 481	33 999	55 331
Février	17 316	29 769	46 440
Mars	24 072	42 892	60 370
Avril	20 242	38 180	53 044
Mai	25 924	44 104	57 466
Juin	23 299	38 592	53 113
Juillet	33 251	46 186	62 907
Août	31 452	41 478	54 565
Septembre	31 401	44 811	64 501
Octobre	30 664	45 317	57 980
Novembre	34 804	51 586	67 239
Décembre	33 485	49 409	59 636
Total général	325 391	506 323	692 592

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

Figure N 10 : Evolution des Nombres de transactions effectuées via Edahabia et CIB entre 2022 et 2024



Source : Etabli par nous même à partir d'excel

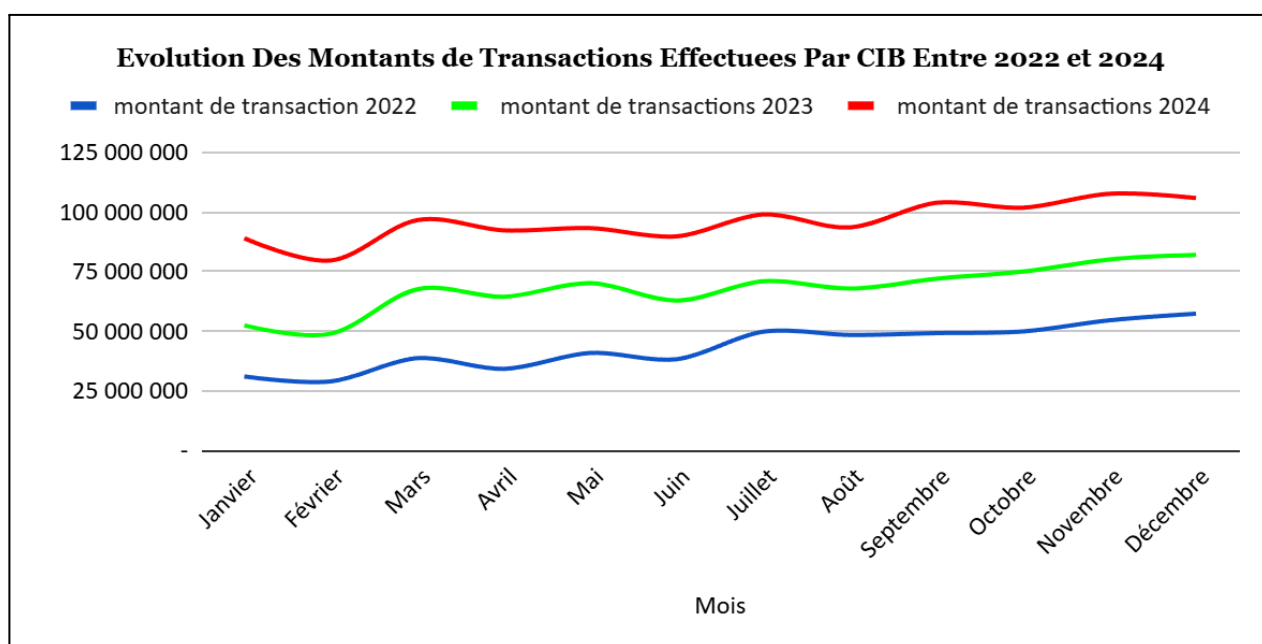
Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Tableau N 18 : Evolution des Montants de transactions effectuées via CIB entre 2022 et 2024

Mois	Montant de transaction 2022	Montant de transactions 2023	Montant de transactions 2024
Janvier	31 061 295	52 476 396	89 051 954
Février	28 996 531	48 999 572	79 749 590
Mars	38 757 757	67 657 683	96 685 889
Avril	34 243 213	64 526 516	92 378 089
Mai	40 942 005	70 201 623	93 330 498
Juin	38 300 365	62 927 956	89 862 023
Juillet	49 869 109	71 009 360	99 078 111
Août	48 491 877	67 977 056	93 622 814
Septembre	49 257 230	72 052 795	103 982 137
Octobre	49 959 569	75 066 284	101 884 636
Novembre	54 638 544	80 201 071	107 748 166
Décembre	57 398 341	82 049 539	105 937 216
Total général	521 915 835	815 145 850,15	1 153 311 120,80

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

Figure N 11 : Evolution des Montants de transactions effectuées via Edahabia et CIB entre 2022 et 2024



Source : Etabli par nous même à partir d'excel

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Concernant la carte CIB, on observe également une amélioration constante du nombre de transactions, avec une évolution progressive entre 2022, 2023 et 2024. L'année 2024 se démarque par une croissance continue tout au long de l'année, notamment à partir de mai jusqu'à décembre, témoignant d'un élargissement de l'usage de cette carte.

Les montants des transactions effectuées avec la carte CIB ont aussi évolué positivement. La courbe rouge représentant 2024 dépasse nettement celles de 2022 et 2023, en particulier à partir du mois de mai. Cette augmentation traduit une confiance accrue des utilisateurs et une probable diversification des usages de la carte CIB (paiements de plus grande valeur).

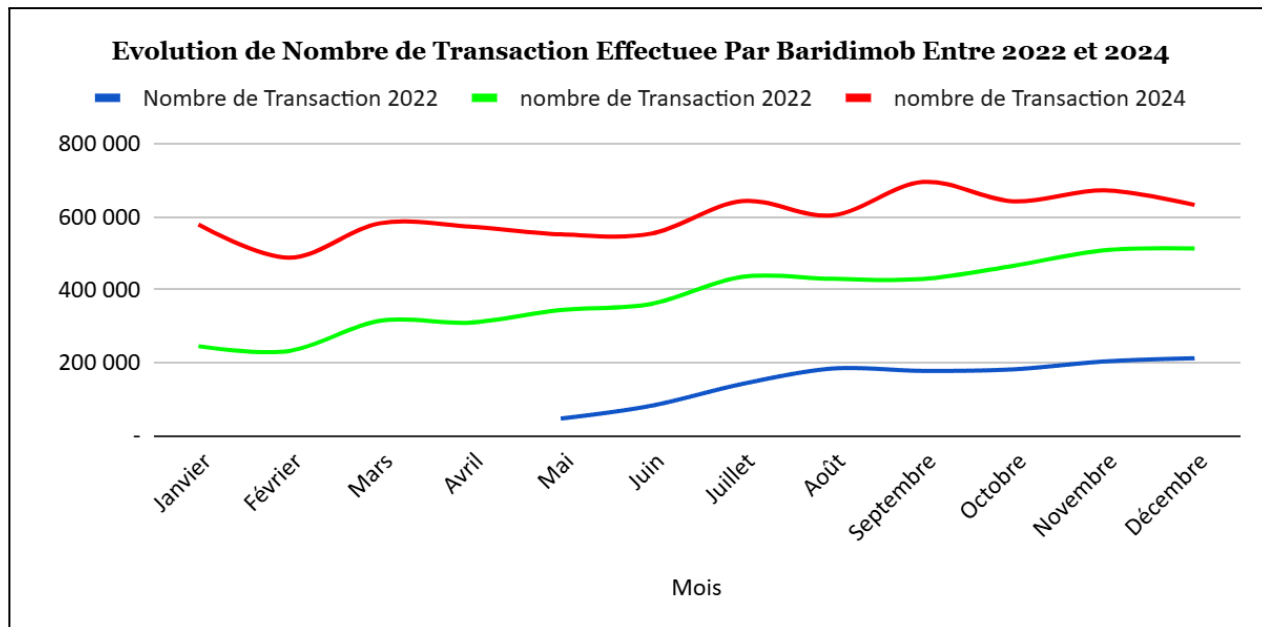
Tableau N 19 : Evolution des nombres de transactions effectuées via BARIDI MOB entre 2022 et 2024

Mois	Nombre de Transaction 2022	nombre de Transaction 2022	nombre de Transaction 2024
Janvier	-	244 983	578 345
Février	-	231 962	487 524
Mars	-	314 396	581 894
Avril	-	309 781	572 903
Mai	46 568	344 303	551 806
Juin	81 695	360 920	553 841
Juillet	141 281	435 142	642 869
Août	183 808	429 798	603 851
Septembre	177 281	429 057	695 372
Octobre	181 554	465 590	642 123
Novembre	203 121	508 213	672 362
Décembre	211 983	513 198	632 382
Total général	1 227 291	4 587 343	7 215 272

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Figure N 12 : Evolution des Nombres de transactions effectuées via BARIDI MOB entre 2022 et 2024



Source : Etabli par nous même à partir d'excel

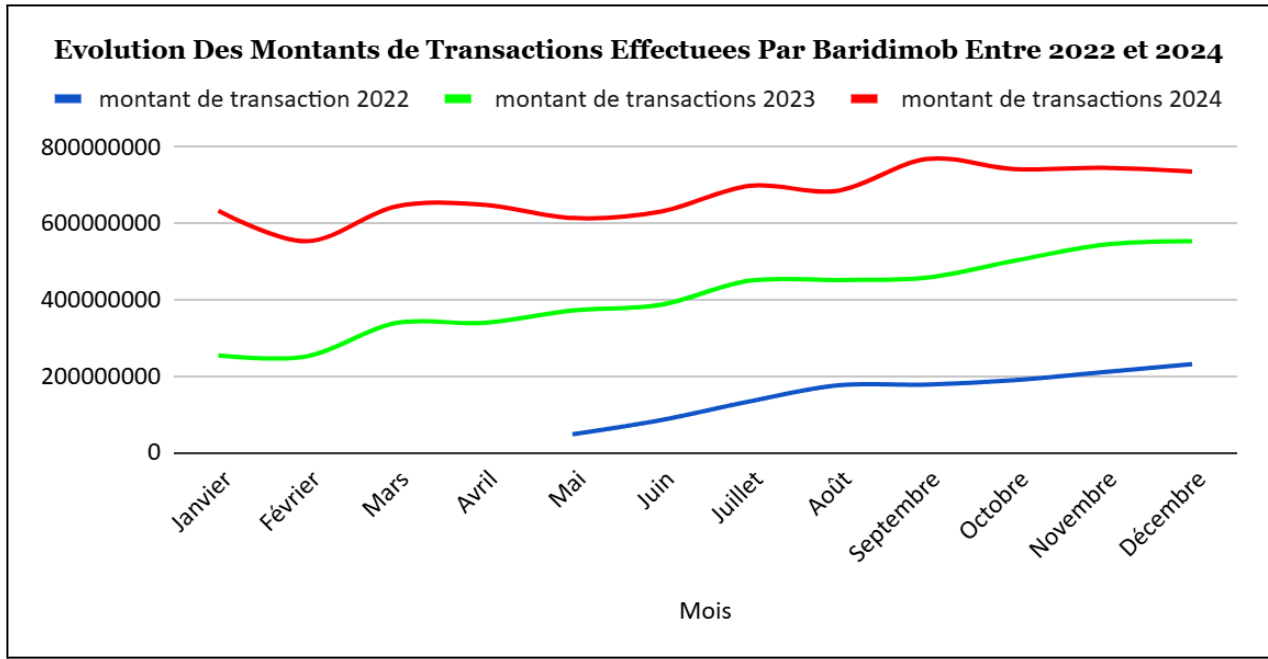
Tableau N 20 : Evolution des Montants de transactions effectuées via BARIDI MOB entre 2022 et 2024

Mois	montant de transaction 2022	montant de transactions 2023	montant de transactions 2024
Janvier	-	253 854 809,47	632 586 204
Février	-	251 141 047,79	552 605 339
Mars	-	338 120 264,64	643 195 817
Avril	-	338 909 398,32	648 177 293
Mai	47 229 523	371 307 978,67	613 384 278
Juin	84 377 383	386 343 214,69	629 919 926
Juillet	133 286 842	449 526 300,25	697 667 423
Août	175 439 433	451 191 109,49	684 651 499
Septembre	177 269 201	457 277 743,40	767 609 985
Octobre	189 050 175	501 728 356,70	741 272 804
Novembre	209 995 052	543 662 554,99	744 661 178
Décembre	230 823 040	552 881 325,66	734 570 721
Total général	1 247 470 649	4 895 944 104,07	8 090 302 467

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d’Algérie télécom

Figure N 13 : Evolution des Montants de transactions effectuées via BARIDI MOB entre 2022 et 2024



Source : Etabli par nous même à partir d’excel

L’utilisation de l’application Baridimob a connu une forte augmentation entre 2022 et 2024. En 2024, le nombre de transactions est resté élevé tout au long de l’année, avec en moyenne plus de 600 000 opérations par mois, alors qu’en 2022, ce nombre ne dépassait pas 300 000. La hausse a commencé dès mi-2023, avec une croissance rapide entre juin et août, et s’est poursuivie en 2024 avant de se stabiliser à un niveau élevé.

Pour ce qui est des montants des transactions, ils ont aussi beaucoup augmenté en 2024, atteignant entre 6 et 8 milliards de dinars par mois. En comparaison, les montants en 2023 étaient plus bas, même s’ils progressaient régulièrement. En 2022, les montants restaient encore très faibles, en dessous de 3 milliards par mois.

Cette évolution s’explique par plusieurs raisons. D’abord, l’application Baridimob s’est améliorée sur plusieurs aspects, comme la facilité d’utilisation, la sécurité et la stabilité. Ensuite, elle a pu profiter de la large diffusion de la carte Edahabia et du réseau national d’Algérie Poste. De plus, Baridimob permet aujourd’hui de réaliser plusieurs services utiles, comme le paiement de factures, les transferts d’argent ou les achats en ligne. Enfin, les campagnes de sensibilisation et la

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

montée du numérique en Algérie, même dans les zones rurales, ont encouragé de plus en plus de citoyens à utiliser ce moyen de paiement.

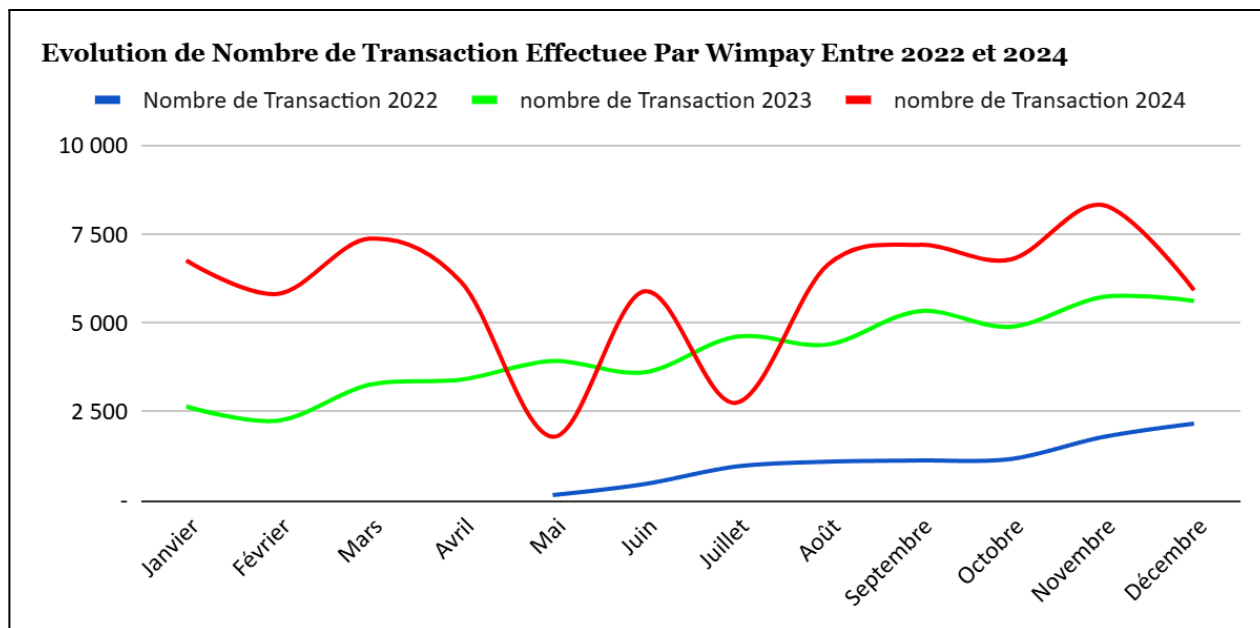
Tableau N 21 : Evolution des Nombres de transactions effectuées via Wimpay entre 2022 et 2024

Mois	Nombre de Transaction 2022	nombre de Transaction 2023	nombre de Transaction 2024
Janvier	-	2 656	6 770
Février	-	2 256	5 830
Mars	-	3 268	7 382
Avril	-	3 410	6 166
Mai	158	3 938	1 800
Juin	467	3 620	5 900
Juillet	962	4 622	2 757
Août	1 099	4 401	6 643
Septembre	1 134	5 342	7 210
Octobre	1 174	4 902	6 797
Novembre	1 792	5 740	8 331
Décembre	2 172	5 630	5 931
Total général	8 958	49 785	71 517

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Figure N 14 : Evolution des Nombres de transactions effectuées via Wim Pay entre 2022 et 2024



Source : Etabli par nous même à partir d'excel

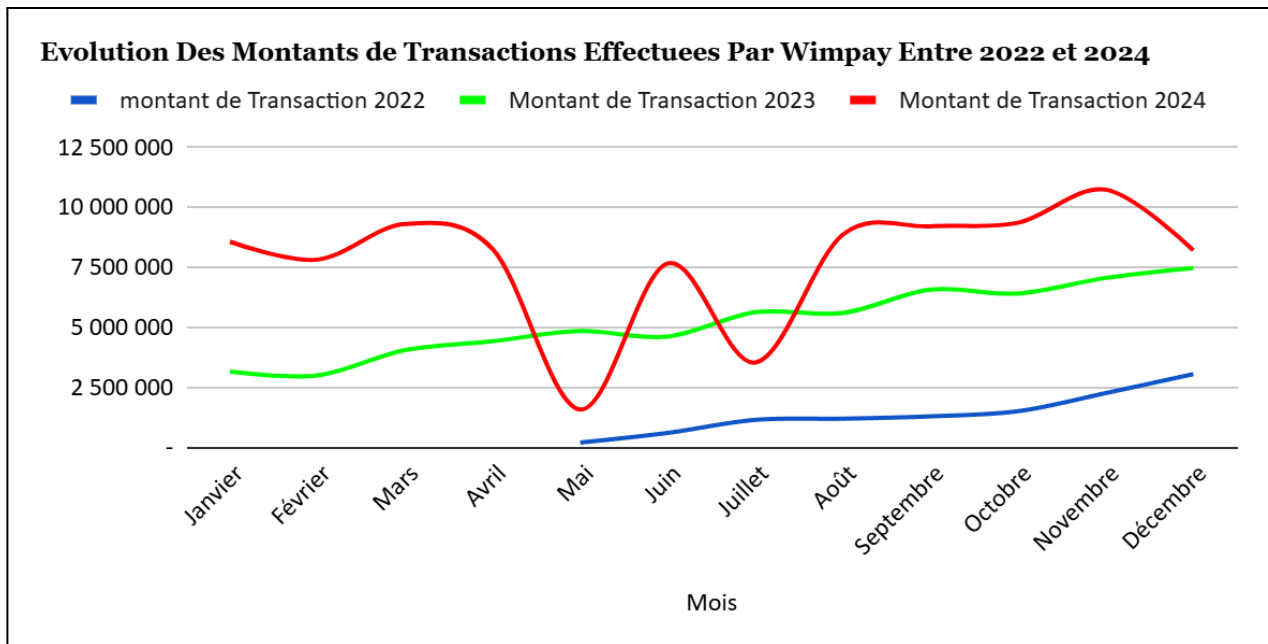
Tableau N 22 : Evolution des Montants de transactions effectuées via Wimpay entre 2022 et 2024

Mois	montant de Transaction 2022	Montant de Transaction 2023	Montant de Transaction 2024
Janvier	-	3 142 286	8 558 157
Février	-	2 983 761	7 812 985
Mars	-	4 039 515	9 294 340
Avril	-	4 411 494	8 252 817
Mai	188 847	4 834 794	1 564 549
Juin	591 559	4 603 095	7 653 807
Juillet	1 135 543	5 620 675	3 525 357
Août	1 184 270	5 589 080	8 861 294
Septembre	1 280 944	6 560 450	9 201 563
Octobre	1 495 808	6 400 252	9 347 163
Novembre	2 249 433	7 050 914	10 725 643
Décembre	3 041 651	7 464 509	8 196 704
Total général	11 168 055	62 700 827,79	92 994 377,87

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Figure N 15 : Evolution des Montants de transactions effectuées via Wim Pay entre 2022 et 2024



Source : Etabli par nous même à partir d'excel

L'analyse des graphiques portant sur l'évolution du nombre et du montant des transactions effectuées via la plateforme Wimpay entre 2022 et 2024 met en évidence une dynamique croissante de l'adoption du service au fil des années. En 2022, les données montrent un niveau relativement faible d'activité, tant en volume qu'en valeur, avec une progression lente mais continue vers la fin de l'année. En 2023 les transactions s'améliorent significativement, marquées par une croissance régulière du nombre de transactions et des montants échangés, elles se traduisent par une montée en puissance progressive de l'utilisation de Wimpay par les utilisateurs.

L'année 2024, quant à elle, se distingue par une intensification de l'activité, accompagnée d'une plus grande volatilité. Les volumes de transactions atteignent des niveaux nettement supérieurs à ceux des années précédentes, de même que les montants associés. Toutefois, une rupture nette est observable au mois de mai 2024, où une chute abrupte est enregistrée dans les deux indicateurs. Cette anomalie coïncide avec un événement externe majeur : un incendie survenu chez Algérie Télécom. Cet incident semble avoir fortement perturbé les infrastructures de télécommunications, ce qui a directement affecté la capacité des utilisateurs à accéder à la plateforme Wimpay. Cette perturbation s'est traduite par une réduction drastique du nombre de transactions ainsi que des volumes financiers échangés durant cette période.

La reprise rapide observée dès le mois de juin 2024 témoigne de la résilience de la plateforme,

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

probablement soutenue par des efforts de rétablissement des services et une reprise des transactions en suspens. Par la suite, une tendance haussière s'installe jusqu'au mois de novembre, suggérant une reprise de confiance des utilisateurs et une normalisation des opérations. Une légère baisse est cependant notée en décembre, phénomène potentiellement lié à une saturation du marché ou à une réduction des activités en fin d'année.

En somme, l'évolution observée au cours de ces trois années met en lumière non seulement la croissance soutenue de Wimpay, mais également sa forte dépendance aux infrastructures de télécommunications nationales. Cette situation souligne la nécessité, pour les opérateurs de paiement électronique, de mettre en place des dispositifs robustes de continuité d'activité afin de limiter l'impact des interruptions de service. L'incident de mai 2024 constitue à cet égard un cas d'exemple, illustrant les vulnérabilités systémiques auxquelles les services numériques peuvent être exposés dans une situation de crise infrastructurelle

Tableau N 23 : Part E-Paiement en Montant par Produit en 2022

part d'E-Paiement en montant par produit 2022						
	TLP		ADSL/FTTH		4G LTE	
Canal	TLP Nombre	TLP Montant	ADSL/FTTH Nbr	ADSL/FTTH Mont	4G Lte Nbr	4G Lte Mnt
BARIDIMOB	177 068	100 401 720	896 523	990 649 028	153 699	15 641 990
CIB	67 622	63 500 687	237 522	430 934 104	20 247	27 481 043
EDAHABIA	279 129	242 365 118	1 499 323	1 856 348 231	299 719	330 728 300
WIM Pay	22 670	1 970 542	65 750	9 027 612	116	169 900
Total	546 489	408 238 067	2 699 118	3 286 958 975	473 781	374 021 233

Source :Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

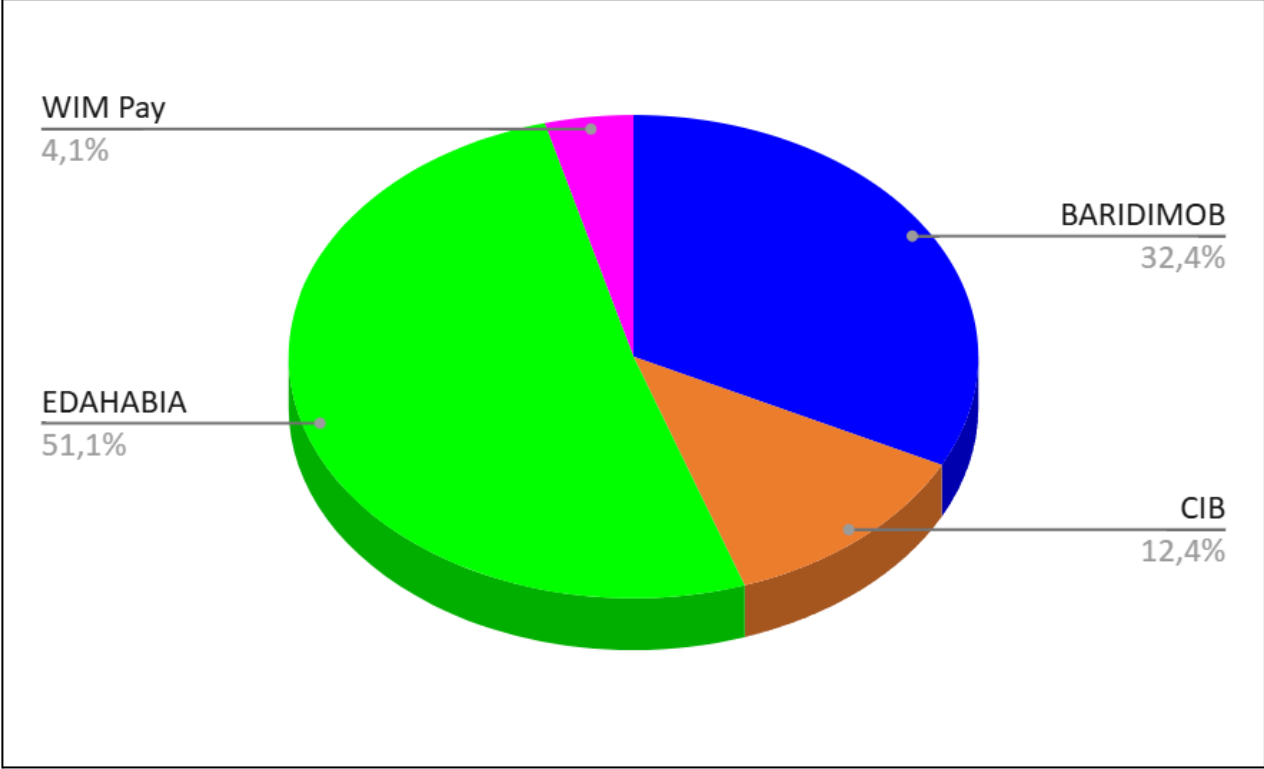
Tableau N 24 : Part E-Paiement en Pourcentage par Produit en 2022

part d'E-Paiement en pourcentage par produit 2022						
produit	TLP		ADSL/FTTH		4G LTE	
Canal	part nombre	part Montant	part nombre	part montant	part nombre	part montant
BARIDIMOB	32,40%	24,59%	33,22%	30,14%	32,44%	4,18%
CIB	12,37%	15,55%	8,80%	13,11%	4,27%	7,35%
EDAHABIA	51,08%	59,37%	55,55%	56,48%	63,26%	88,43%
WIM Pay	4,15%	0,48%	2,44%	0,27%	0,02%	0,05%
total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

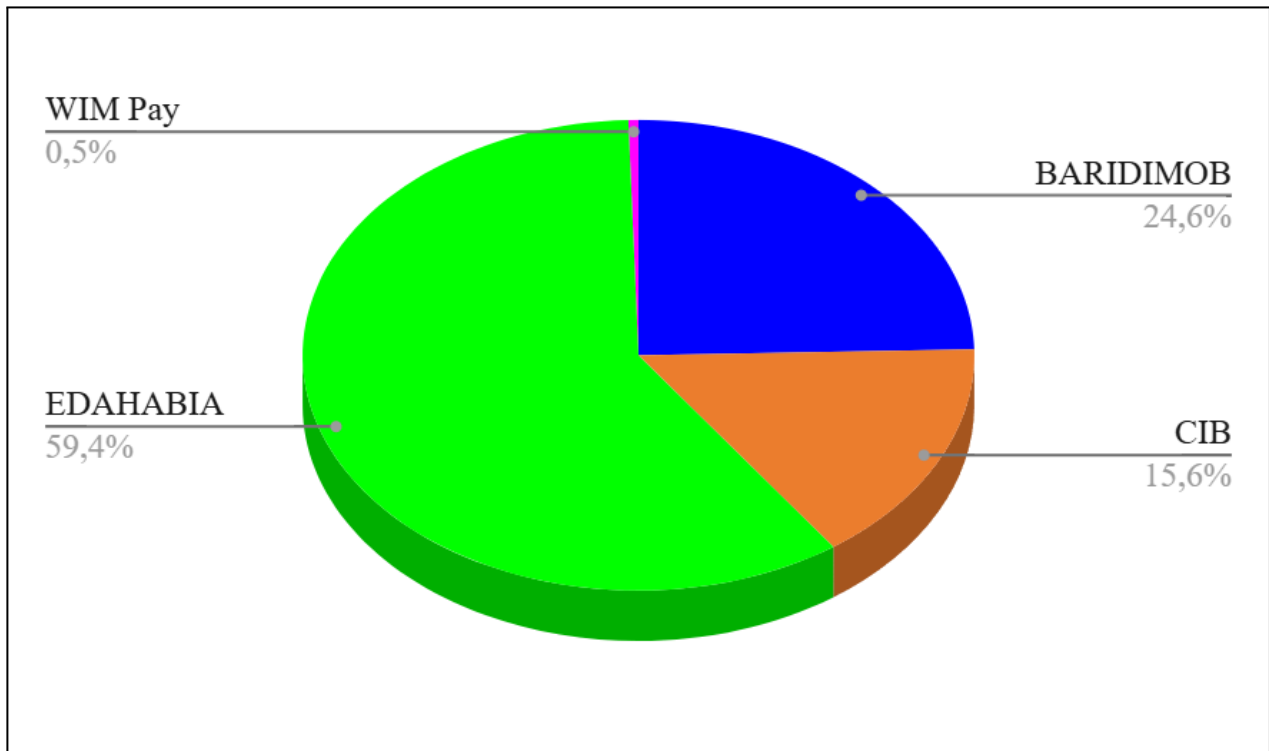
Figure N 16 : Répartition En Nombre Par Canal du E-Paiement des Factures des Téléphone Fixe en 2022



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Figure N 17 : Répartition En Montant Par Canal du E-Paiement des Factures des Téléphone Fixe en 2022



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

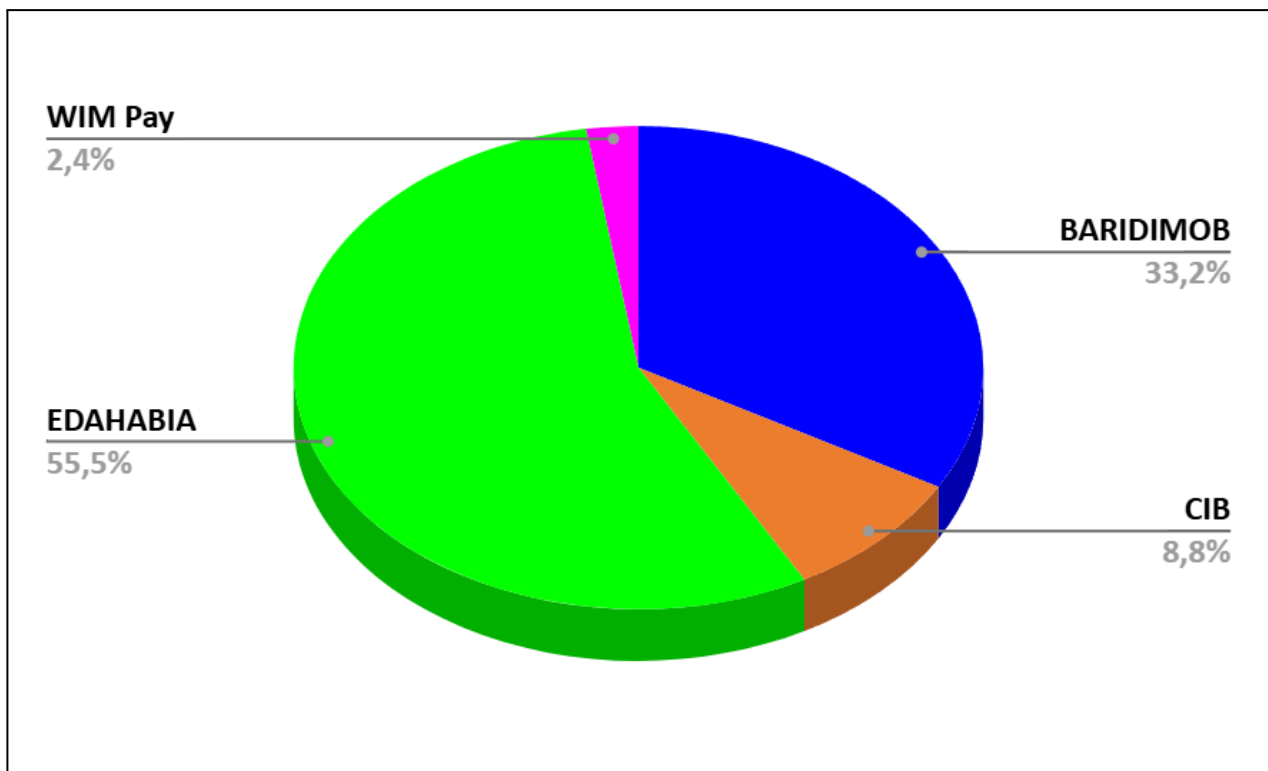
En 2022, la répartition en nombre de transactions met en lumière une prédominance du canal Edahabia, qui représente 51,1 % des paiements. Ce résultat reflète la forte adoption de cette carte émise par Algérie Poste, notamment dans les zones rurales ou faiblement bancarisées. Baridimob arrive en deuxième position avec 22,4 %, confirmant la tendance en faveur des canaux postaux. La carte CIB, bien qu'issue du réseau bancaire, n'atteint que 20,5 %, suggérant une utilisation plus limitée pour les paiements de services publics. Wimpay, quant à elle, ne capte que 4,1 %, illustrant un taux de pénétration encore faible.

En termes de valeur des transactions, Edahabia maintient sa position dominante avec 51,7 %, ce qui confirme son usage massif, y compris pour des paiements de montants importants. Baridimob suit avec 24,9 %, un score supérieur à sa part en nombre, ce qui indique des paiements moyens plus élevés par transaction. La carte CIB, avec 15,5 %, reste en retrait, ce qui peut s'expliquer par des limites d'adoption ou de confort d'utilisation. Enfin, Wimpay totalise 4,9 % du montant global, un chiffre légèrement supérieur à sa part en nombre, mais toujours très marginal.

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

En conclusion, l'analyse de la répartition du e-paiement des factures de téléphone fixe en 2022 révèle une nette domination des canaux postaux, notamment Edahabia et Baridimob, tant en nombre qu'en montant de transactions. Cette tendance souligne la forte pénétration des services d'Algérie Poste, particulièrement dans les zones moins bancarisées. Les canaux bancaires classiques, comme la carte CIB, restent en retrait, tandis que Wimpay peine encore à s'imposer. Ces résultats traduisent une préférence marquée des utilisateurs pour des solutions de paiement accessibles, bien implantées et perçues comme adaptées aux services publics.

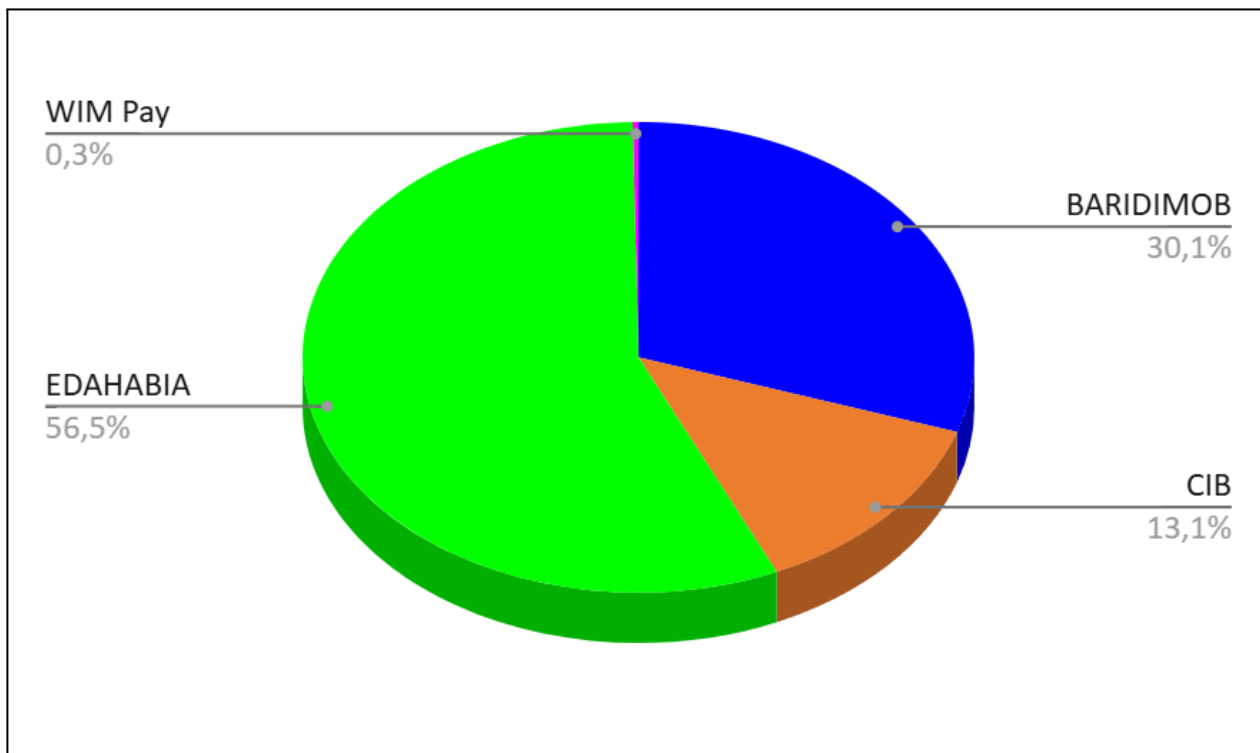
Figure N 18 : Répartition En Nombre Par Canal du E-Paiement des Factures des Abonnements ADSL/FTTH en 2022



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Figure N 19 : Répartition en Montant Par Canal du E-Paiement des Abonnements ADSL/FTTH en 2022



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

En 2022, Edahabia domine largement avec 55,5 % des paiements en nombre, traduisant une forte préférence des utilisateurs pour cette carte dans le règlement des abonnements Internet. Baridimob arrive en deuxième position avec 33,2 %, confirmant la domination des canaux postaux dans les usages numériques. La carte CIB, bien que présente dans l'écosystème bancaire, ne représente que 8,8 % des transactions, ce qui révèle une adoption encore limitée pour ce type de paiement domestique. Wimpay reste marginal avec 2,4 %, signe d'une adoption encore plus limitée.

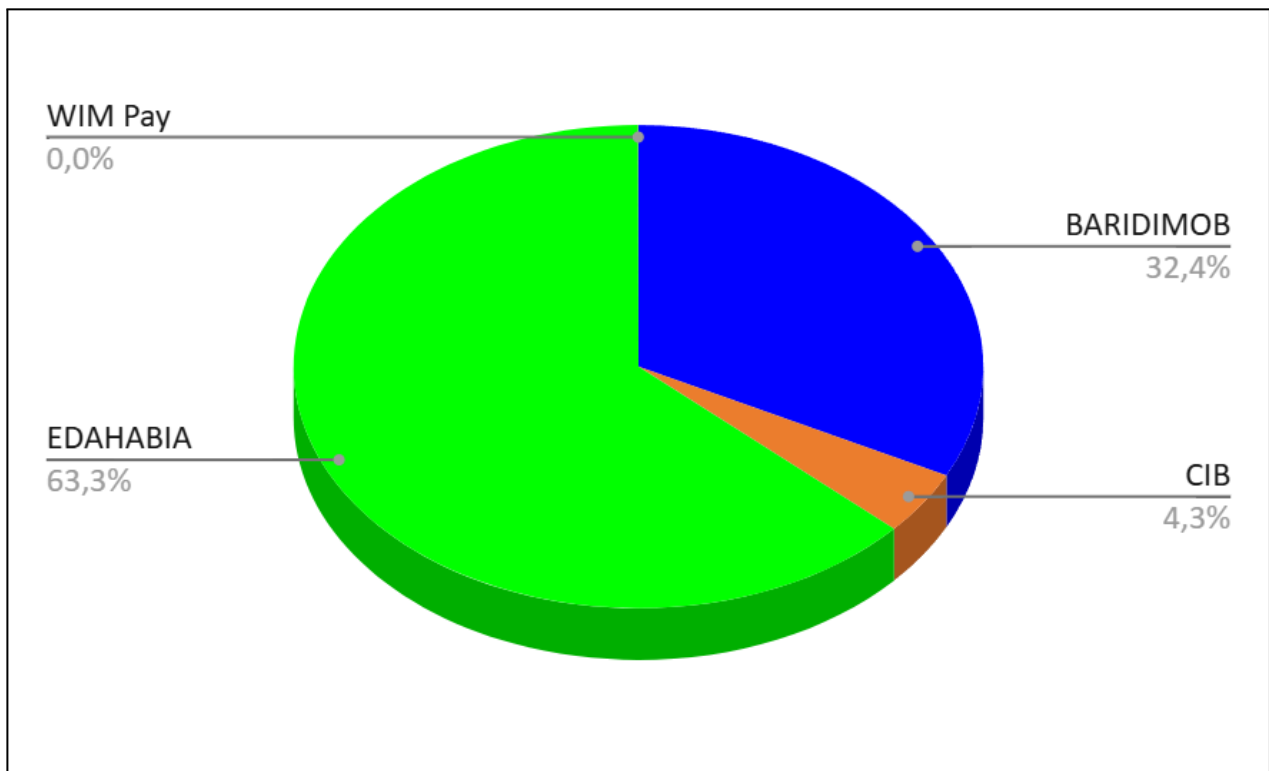
Sur le plan des montants, Edahabia conserve sa première place avec 52,6 %, démontrant qu'elle est utilisée non seulement fréquemment, mais aussi pour des paiements de valeur conséquente. Baridimob, avec 30,3 %, reste un acteur important, notamment pour des paiements récurrents.

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

CIB montre une part plus importante en valeur (13,7 %) qu'en nombre, suggérant des paiements ponctuels mais de montants plus élevés. Enfin, Wimpay, avec 3,3 %, reste peu utilisé, probablement en raison de limitations d'intégration ou de visibilité.

Cette répartition met en évidence une forte préférence pour les canaux postaux, particulièrement Edahabia, dans le règlement des abonnements ADSL/FTTH, considérés comme des services essentiels. Le CIB, encore minoritaire, n'est pas encore perçu comme une solution naturelle pour ce type de paiement, tandis que Wimpay demeure en phase exploratoire. Ces résultats traduisent une continuité dans les habitudes des utilisateurs et une confiance maintenue envers les canaux d'Algérie Poste.

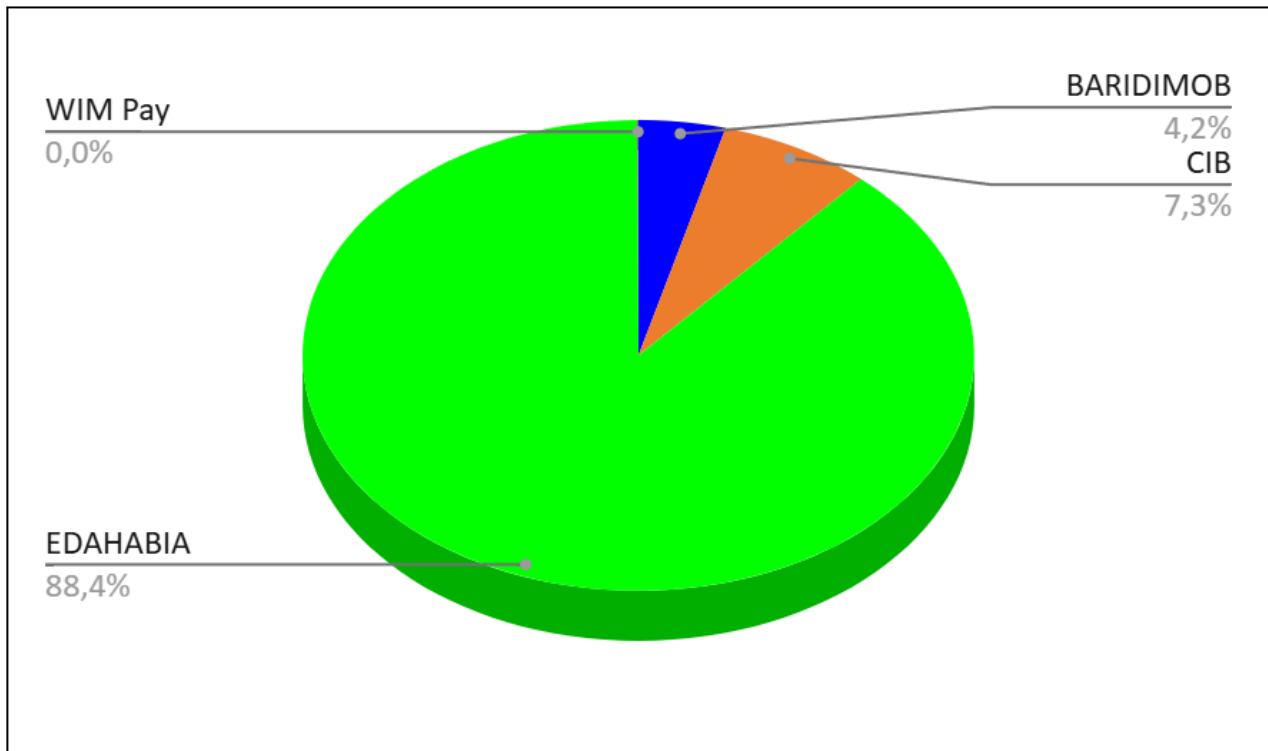
Figure N 20 : Répartition En Montant Par Canal du E-Paiement des Abonnements 4G en 2022



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d’Algérie télécom

Figure N 21 : Répartition En Nombre Par Canal du E-Paiement des Abonnements 4G LTE en 2022



Source : Etabli par nous même à partir d’Excel

En 2022, Edahabia domine très largement les paiements des abonnements 4G LTE, avec 63,7 % des transactions en nombre. Ce taux élevé reflète son fort ancrage dans les zones rurales et périurbaines, où la 4G est souvent la seule option de connectivité. Baridimob arrive en deuxième position avec 25,4 %, confirmant son rôle de complément via application mobile. La carte CIB reste très peu utilisée, avec seulement 4,3 %, ce qui suggère une faible pénétration du digital bancaire pour ce type de service. Wimpay, quant à lui, est pratiquement inexistant avec 0,3 %, révélant une absence quasi totale d’usage.

La répartition en montant renforce encore cette tendance : Edahabia représente 66,1 % du total, confirmant qu’elle est utilisée non seulement fréquemment, mais aussi pour des paiements de montants significatifs. Baridimob, avec 26,1 %, maintient sa position secondaire mais notable. Le CIB, à 7,8 %, reste marginal, même s’il montre une proportion légèrement plus importante en

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

valeur qu'en fréquence, ce qui peut traduire des paiements moins fréquents mais plus élevés. Wimpay, avec 0,02 %, reste totalement à l'écart de ce segment.

Pour les abonnements 4G LTE en 2022, le canal Edahabia s'impose comme le moyen quasi exclusif de paiement, porté par sa disponibilité dans les zones à faible couverture bancaire et sa compatibilité avec les recharges mobiles. Baridimob complète cette dynamique grâce à son offre mobile pratique. En revanche, la carte CIB peine à s'imposer dans cet usage, et Wimpay reste complètement en marge du marché. Cette configuration traduit une forte concentration des paiements autour des solutions postales, perçues comme simples, accessibles et bien adaptées aux réalités du terrain.

Tableau N 25 : Part E-Paiement en Montant par Produit en 2023

part d'E-Paiement en montant par produit 2023						
	TLP		ADSL/FTTH		4G LTE	
Canal	TLP Nombre	TLP Montant	ADSL/FTTH Nbr	ADSL/FTTH Mont	4G Lte Nbr	4G Lte Mnt
BARIDIMOB	1 150 794	444 750 095	4 660 041	3 861 129 263	903 949	834 861 825
CIB	144 581	93 841 258	483 090	722 612 387	27 671	39 449 498
EDAHABIA	376 064	291 300 674	1 355 561	1 715 030 029	221 424	334 908 674
WIM Pay	14 934	9 811 152	90 860	54 236 050	1 665	1 605 660
Total	1 686 372	839 703 179	6 589 552	6 353 007 730	1 154 709	1 210 825 657

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

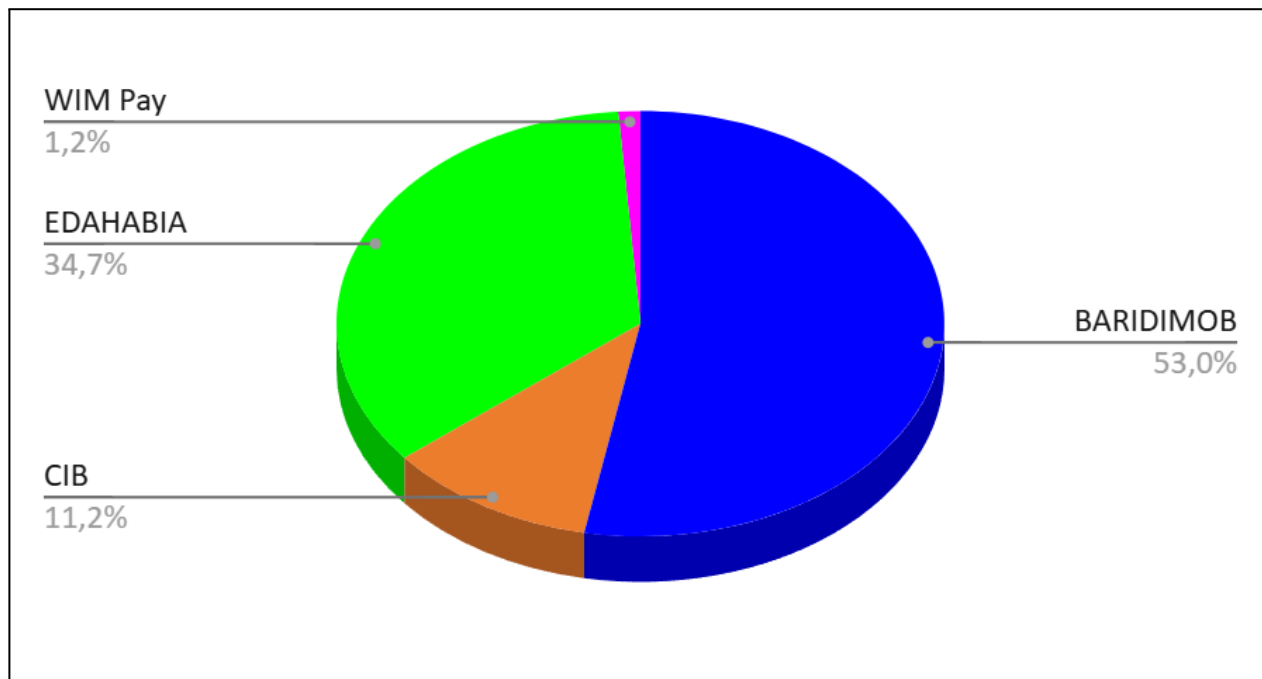
Tableau N 26 : Part E-Paiement en Pourcentage par Produit en 2023

part d'E-Paiement en pourcentage par produit 2023						
produit	TLP		ADSL/FTTH		4G LTE	
Canal	part nombre	part Montant	part nombre	part montant	part nombre	part montant
BARIDIMOB	68,24%	52,97%	70,72%	60,78%	78,28%	68,95%
CIB	8,57%	11,18%	7,33%	11,37%	2,40%	3,26%
EDAHABIA	22,30%	34,69%	20,57%	27,00%	19,18%	27,66%
WIM Pay	0,89%	1,17%	1,38%	0,85%	0,14%	0,13%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

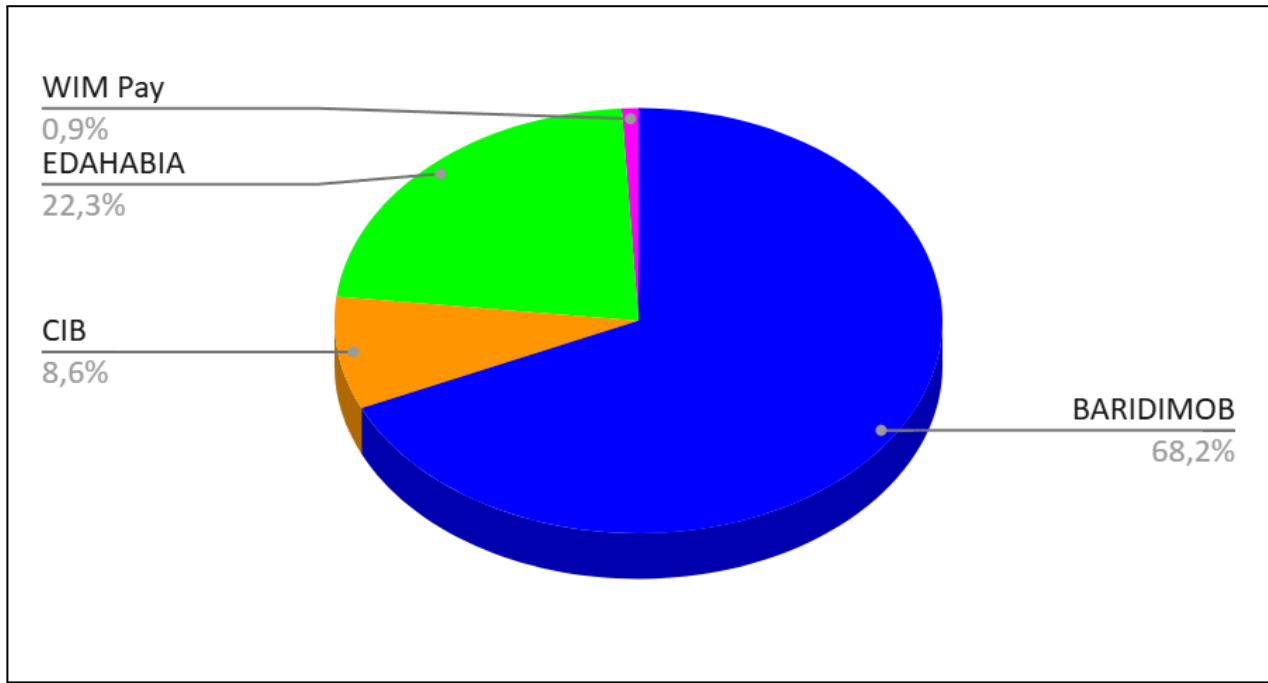
Figure N 22 : Répartition En Montant Par Canal du E-Paiement des Factures de Téléphone Fixe en 2023



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Figure N 23 : Répartition En Nombre Par Canal du E-Paiement des Factures de Téléphone Fixe en 2023



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

Les deux graphiques présentés offrent une vue comparative intéressante entre la répartition en nombre et la répartition en montant des paiements électroniques des factures de téléphone fixe en 2023, selon les différents canaux utilisés : BARIDIMOB, EDAHABIA, CIB, et WIMPay.

Dans le graphique, BARIDIMOB est clairement dominant, représentant 68,2 % du total des paiements. Cela indique une préférence très marquée des utilisateurs pour cette application, probablement en raison de sa facilité d'accès, sa large adoption et peut-être sa gratuité ou son intégration avec d'autres services postaux. EDAHABIA suit avec 22,3 %, ce qui témoigne d'un usage significatif mais secondaire. Le CIB représente 8,6 % des transactions, un pourcentage modeste, tandis que WIMI Pay est marginal avec seulement 0,9 %, confirmant sa faible popularité.

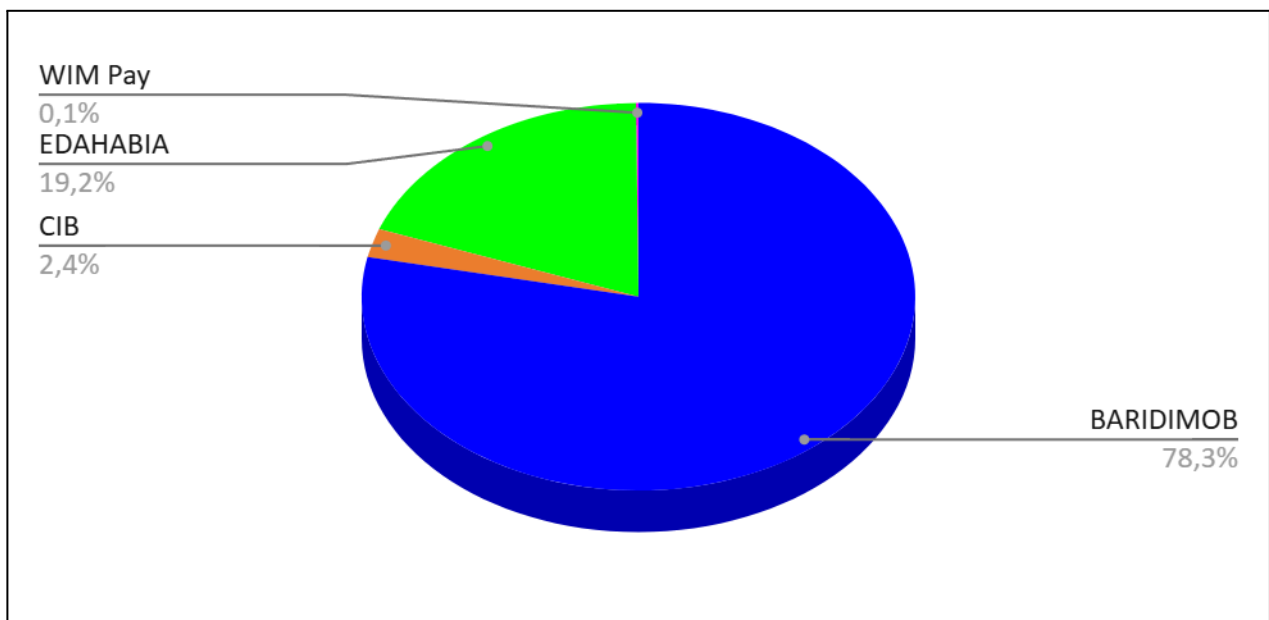
La domination de BARIDIMOB reste forte avec 53,0 %, mais elle est nettement inférieure à sa part en nombre de paiements, ce qui signifie que les montants traités par transaction sont en moyenne plus faibles via cette application. En revanche, EDAHABIA grimpe à 34,7 % en valeur, ce qui indique que bien que moins utilisée en nombre, cette carte est privilégiée pour des

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d’Algérie télécom

transactions de montants plus élevés. Le CIB aussi voit une légère augmentation à 11,2 %, confirmant qu’il est peut-être utilisé pour des paiements ponctuels mais importants. WIMI Pay reste peu utilisé, avec 1,2 %, légèrement supérieur à sa part en nombre, mais toujours très marginal.

Cette comparaison montre une utilisation différenciée des canaux selon le profil des usagers et le montant des paiements. BARIDIMOB est le canal le plus utilisé, suggérant une adoption massive et régulière pour des paiements plutôt courants ou de petits montants. EDAHABIA, quant à elle, est privilégiée pour des paiements plus importants, malgré une fréquence d’utilisation moindre. Le CIB reste minoritaire, mais semble aussi davantage mobilisé pour des montants plus élevés. Enfin, WIMI Pay peine à s’imposer sur le marché du e-paiement en 2023. Ces tendances traduisent un paysage dominé par deux grands acteurs : BARIDIMOB pour l’accessibilité, et EDAHABIA pour les paiements plus conséquents.

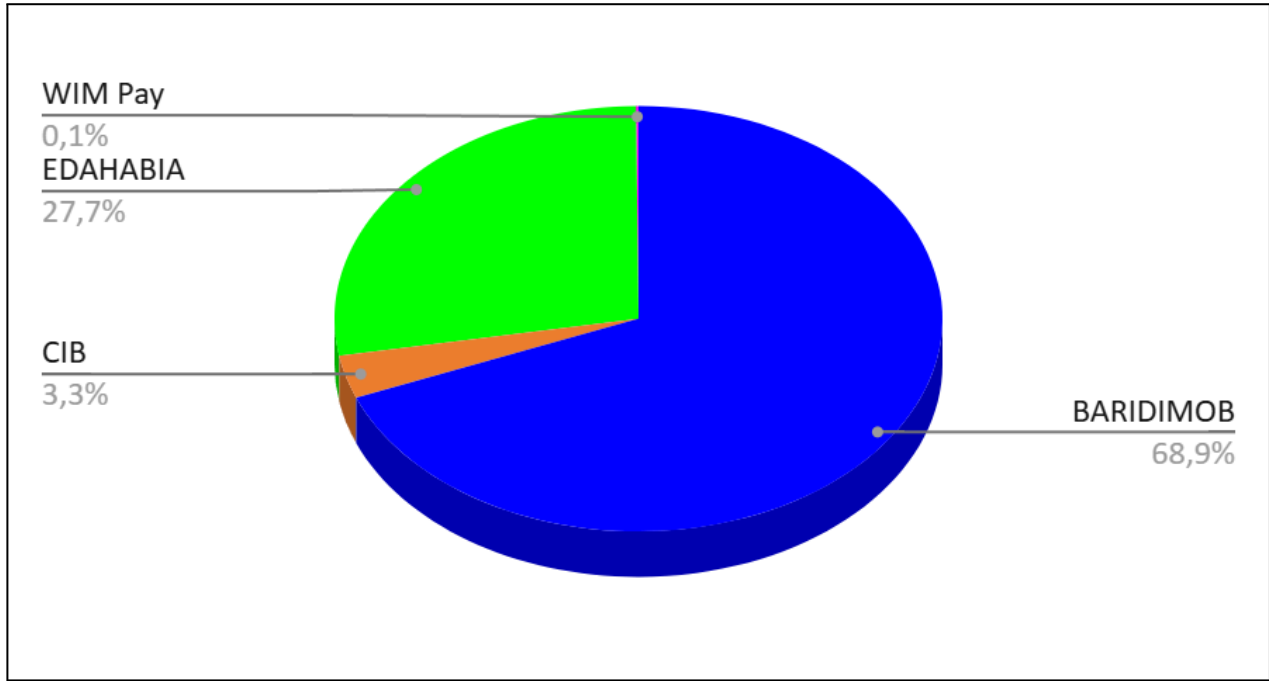
Figure N 24 : Répartition En Nombre Par Canal du E-Paiement des Abonnements 4G LT en 2023



Source : Etabli par nous même à partir d’Excel

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Figure N 25 : Répartition En Montant Par Canal du E-Paiement des Abonnements 4G LT en 2023



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

En 2023, Baridimob devient de loin le canal dominant pour le paiement des abonnements 4G LTE, représentant 78,3 % des transactions en nombre. Cette forte progression traduit une adoption massive de l'application mobile, probablement liée à une amélioration de l'expérience utilisateur et à un élargissement de sa base installée. Edahabia passe à 19,2 %, marquant un net recul par rapport à 2022, ce qui suggère un déplacement progressif des usages vers les solutions plus numériques. La carte CIB reste marginale avec 2,4 %, et Wimpay atteint seulement 0,1 %, confirmant son absence quasi-totale sur ce segment.

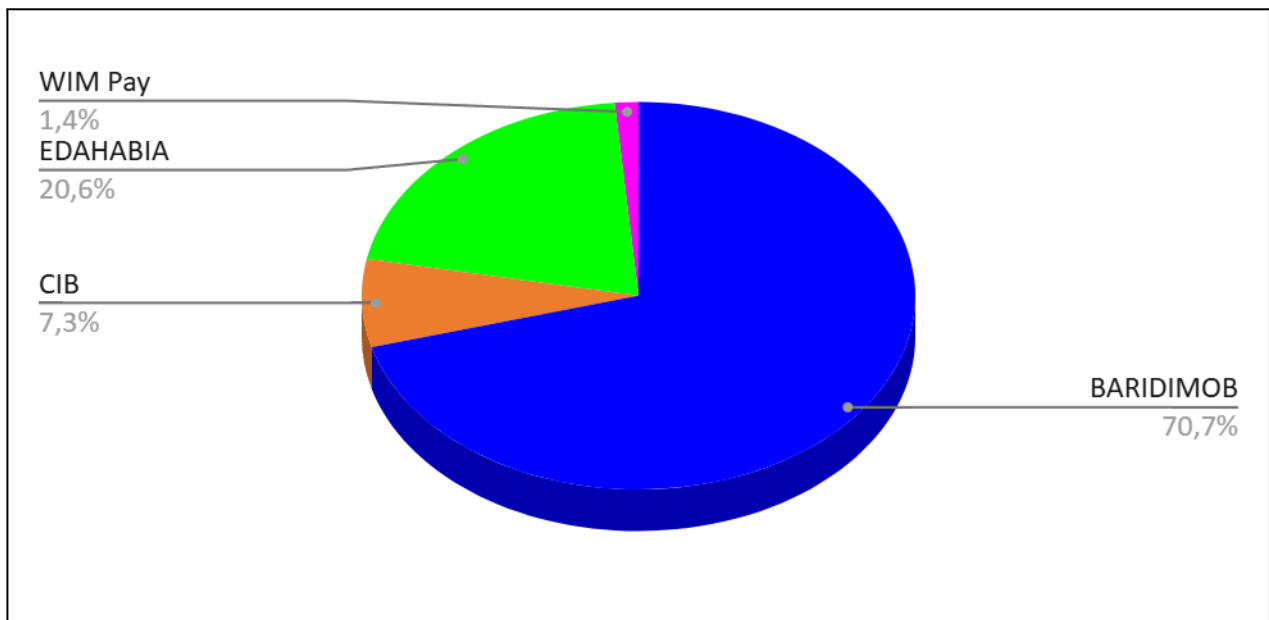
En termes de montant, Baridimob conserve sa position de leader avec 68,9 %, confirmant qu'il est utilisé aussi bien pour les petits que pour les gros paiements. Edahabia suit avec 27,7 %, ce qui reste significatif, bien qu'en baisse par rapport à l'année précédente. La carte CIB, à 3,3 %, montre une utilisation très limitée, et Wimpay, toujours marginal, reste à 0,1 %.

L'année 2023 marque un renversement clair de tendance dans les habitudes de paiement des abonnements 4G LTE : Baridimob supplante désormais Edahabia, tant en nombre qu'en valeur.

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Cette évolution témoigne d'un basculement vers des solutions mobiles plus intégrées et modernes, accompagnée d'un probable effort d'optimisation de l'application Baridimob. En parallèle, Edahabia recule, bien qu'elle conserve une base d'utilisateurs importante. Les canaux bancaires (CIB) et Wimpay restent quasi-absents, montrant une polarisation des usages autour des solutions d'Algérie Poste, mais avec une nette préférence pour le canal mobile.

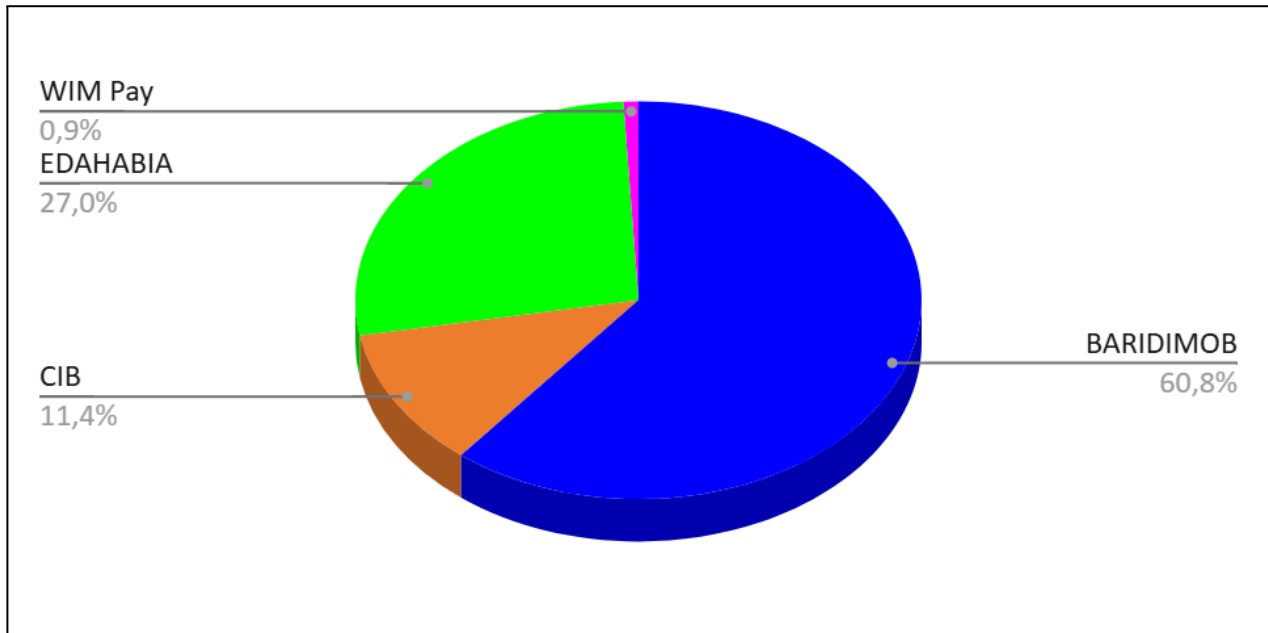
Figure N 26 : Répartition En Nombre Par Canal du E-Paiement des Abonnements ADSL/FTTH en 2023



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Figure N 27 : Répartition En Montant Par Canal du E-Paiement des Abonnements ADSL/FTTH en 2023



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

En 2023, Baridimob s'impose largement avec 70,7 % des transactions, confirmant sa montée en puissance par rapport à 2022 (où il était à 33,2 %). Cette croissance remarquable illustre l'adoption massive de ce canal mobile, sans doute portée par une meilleure accessibilité et une interface conviviale. EDAHABIA chute à 20,6 %, contre 55,5 % l'année précédente, marquant un retrait significatif des cartes postales au profit des solutions mobiles. CIB reste faible avec 7,3 %, tandis que Wimpay, bien qu'encore marginal, enregistre une légère progression à 1,4 %.

Sur le plan des montants, Baridimob confirme sa domination avec 60,8 %, devançant Edahabia qui atteint 27,0 %, en recul par rapport à 2022 (52,6 %). La carte CIB remonte légèrement à 11,4 %, alors que Wimpay stagne à 0,9 %, ce qui reste anecdotique.

L'année 2023 marque un tournant décisif dans les habitudes de paiement des abonnements ADSL/FTTH : Baridimob devient le canal dominant, triplant pratiquement sa part en un an. À l'inverse, Edahabia, longtemps leader, voit son utilisation reculer fortement, tant en nombre qu'en valeur. Cette évolution illustre un glissement des usagers vers les applications mobiles,

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

synonymes de praticité et de disponibilité. Le CIB et Wimpay restent en retrait, même si des signes d'amélioration sont perceptibles pour CIB en valeur. Ce changement traduit l'accélération de la digitalisation des usages, avec une préférence affirmée pour les outils mobiles centralisés comme Baridimob.

Tableau N 27 : Part E-Paiement en Montant par Produit en 2024

part d'E-Paiement en montant par produit 2024						
Canal	TLP		ADSL/FTTH		4G LTE	
	TLP Nombre	TLP Montant	ADSL/FT TH Nbr	ADSL/FTTH Mont	4G Lte Nbr	4G Lte montant
BARIDIMO B	1 271 240	779 096 128	4 905 320	6 235 196 112	1 038 729	1 076 010 228
CIB	152 310	119 713 694	508 540	992 885 544	31 742	40 711 883
EDAHABIA	432 587	347 679 972	1 425 975	2 050 936 255	253 869	284 099 607
WIM Pay	18 887	13 725 970	50 577	77 055 142	2 053	2 203 967
Total	1 875 025	1 260 215 764	6 890 412	9 356 073 052	1 326 393	1 403 025 684

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

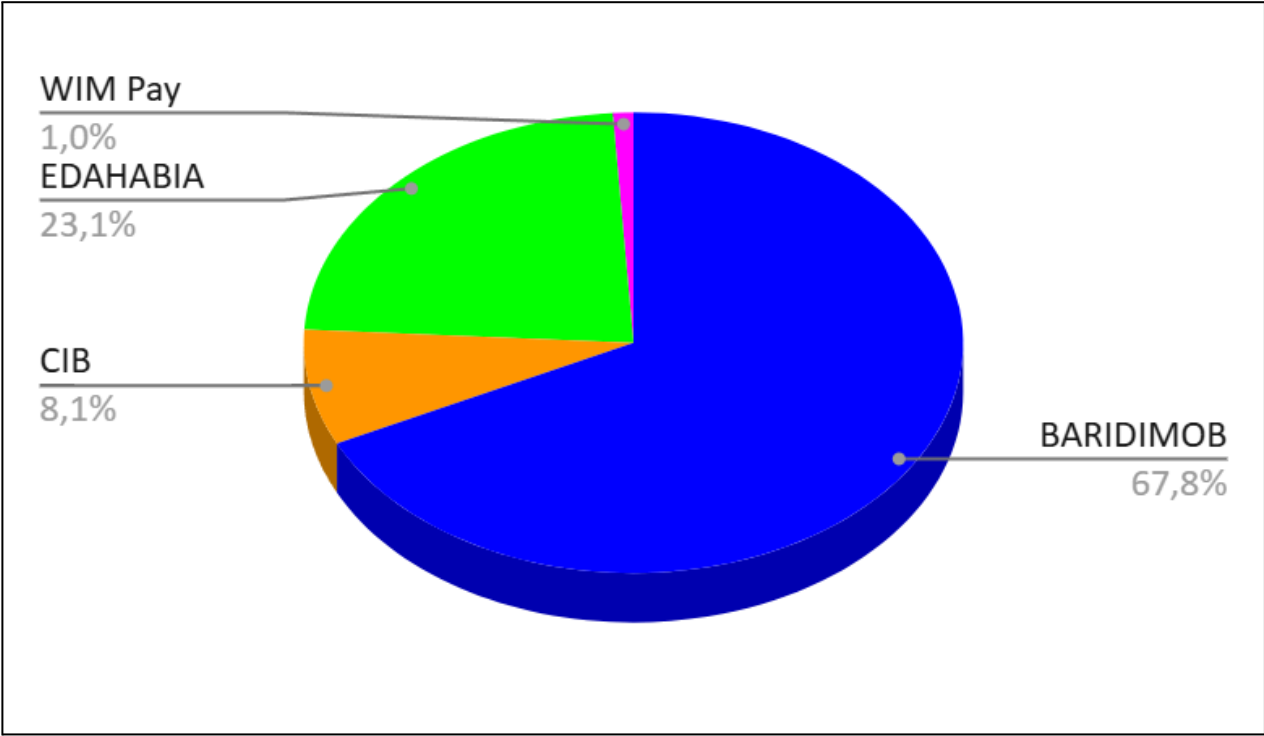
Tableau N 28 : Part E-Paiement en Pourcentage par Produit en 2024

Part du pourcentage d'E-Paiement par produit 2024						
Canal	TLP		ADSL/FTTH		4G LTE	
	TLP Nombre	TLP Montant	ADSL/FTT H Nbr	ADSL/FTTH Mont	4G Lte Nbr	4G Lte montant
BARIDIMOB	67,80%	61,82%	71,19%	66,64%	78,31%	76,69%
CIB	8,12%	9,50%	7,38%	10,61%	2,39%	2,90%
EDAHABIA	23,07%	27,59%	20,70%	21,92%	19,14%	20,25%
WIM Pay	1,01%	1,09%	0,73%	0,82%	0,15%	0,16%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Source : Etabli par nous à partir des sources internes d'Algérie Telecom

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

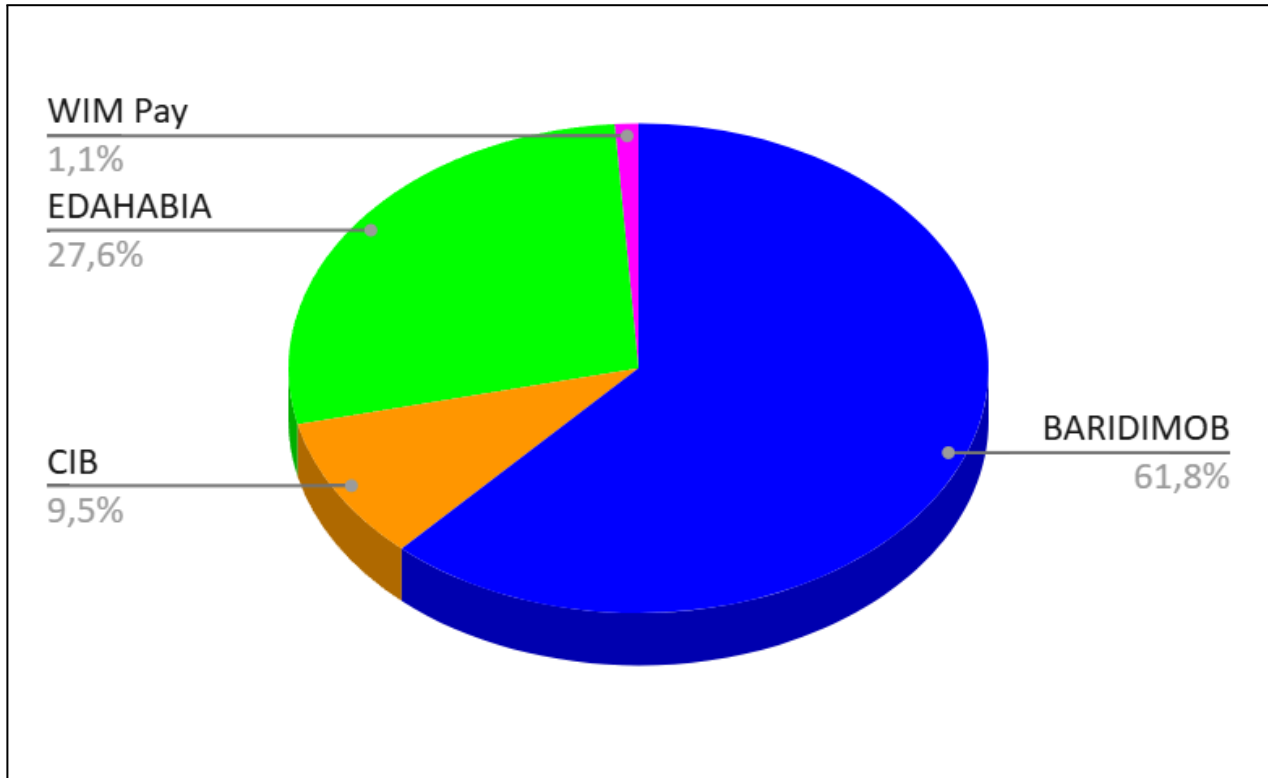
Figure N 28 : Répartition En Nombre Par Canal du E-Paiement des Factures de Téléphone en 2024



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Figure N 29 : Répartition En Montant Par Canal du E-Paiement des Factures de Téléphone en 2024



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

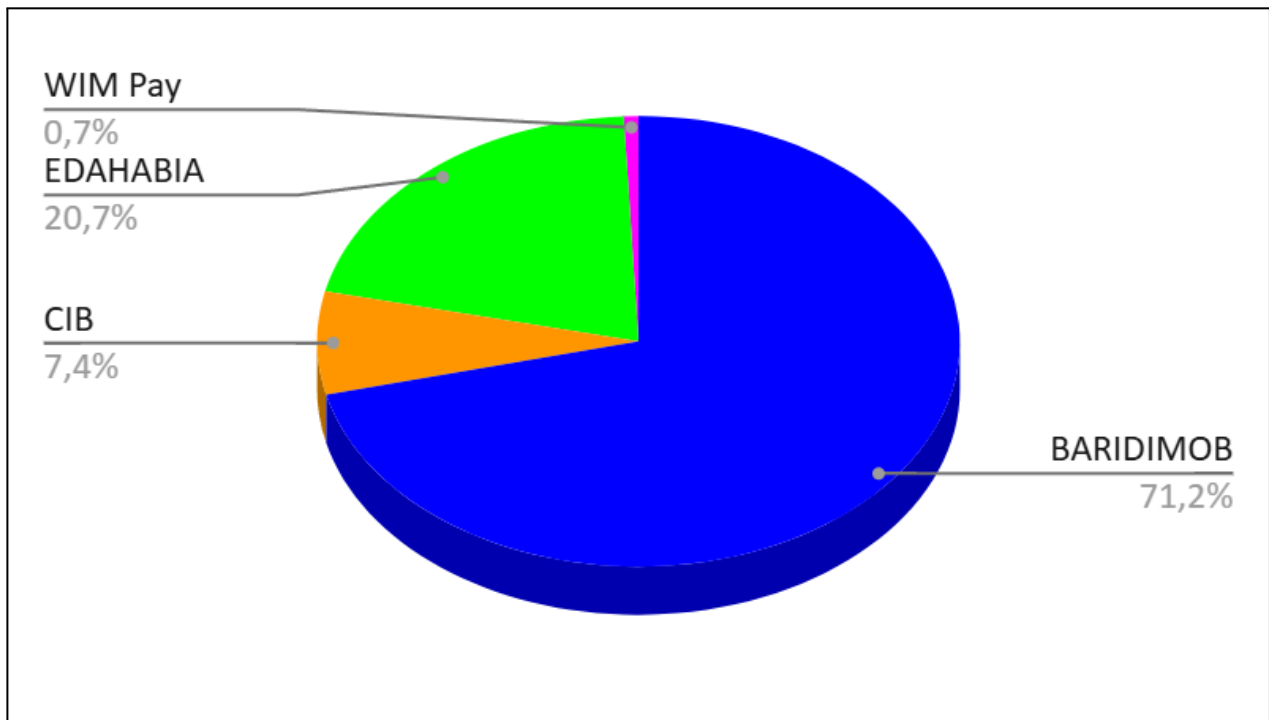
L'analyse du système de paiement électronique pour les factures de téléphone fixe démontre une forte domination de l'application mobile Baridimob, qui représente 67,8% du volume total des transactions. Plusieurs éléments expliquent cette domination, y compris l'importante diffusion de l'application dans les ménages algériens, sa simplicité d'usage ainsi que la connexion entre Algérie Poste et les fournisseurs de services téléphoniques. Avec 23,1%, la carte Edahabia occupe le deuxième rang, illustrant ainsi la confiance que les utilisateurs accordent aux systèmes de paiement offerts par Algérie Poste. La carte interbancaire (CIB), malgré son ancienneté, ne constitue que 8,1% des transactions, ce qui pourrait être perçu comme un signe du retard proportionnel du système bancaire traditionnel en termes de numérisation et d'encouragement des paiements numériques. Finalement, WIM Pay, ne représentant que 1% des transactions, témoigne de sa faible popularité ou de son manque de notoriété auprès du grand public.

Concernant le montant des paiements, les parts sont légèrement ajustées. Bien que Baridimob conserve une part dominante de 61,8 % du volume total traité, il perd légèrement du terrain face à

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Edahabia qui monte à 27,6 %, indiquant une tendance à l'emploi de cette carte pour des transactions d'une valeur plus élevée. Il se peut que cela soit associé à des pratiques plus institutionnelles ou à des clients disposant d'une meilleure situation financière. Il est intéressant de noter que la carte CIB connaît une légère hausse à 9,5 %, ce qui pourrait indiquer qu'elle est peut-être moins utilisée fréquemment, mais davantage pour des transactions de grande envergure. En résumé, ce service souligne une prédominance évidente des moyens postaux (Baridimob et Edahabia), et un effacement continu des alternatives bancaires traditionnelles, malgré leur capacité à garantir la sécurité et l'intégration internationale.

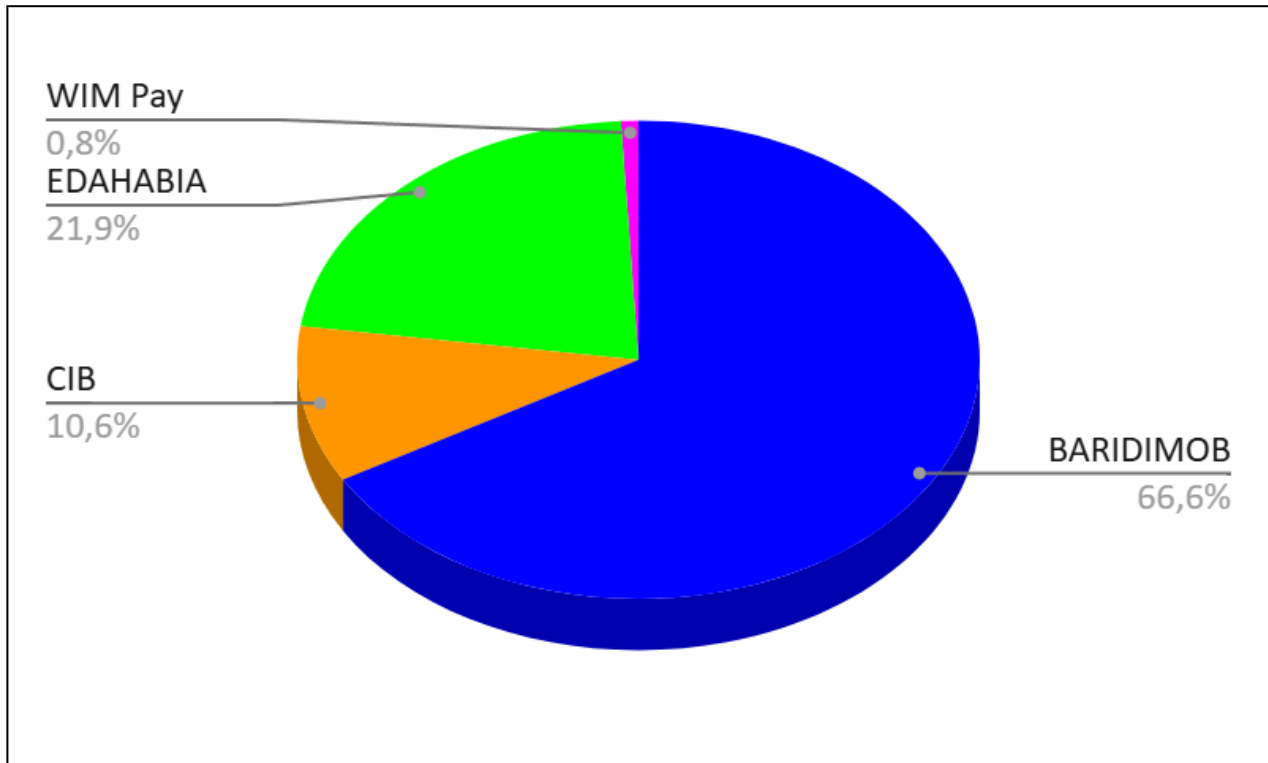
Figure N 30 : Répartition En Nombre Par Canal du E-Paiement des Abonnements ADSL/FTTH en 2024



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d’Algérie télécom

Figure N 31 : Répartition En Montant Par Canal du E-Paiement des Abonnements ADSL/FTTH en 2024



Source : Etabli par nous même à partir d’Excel

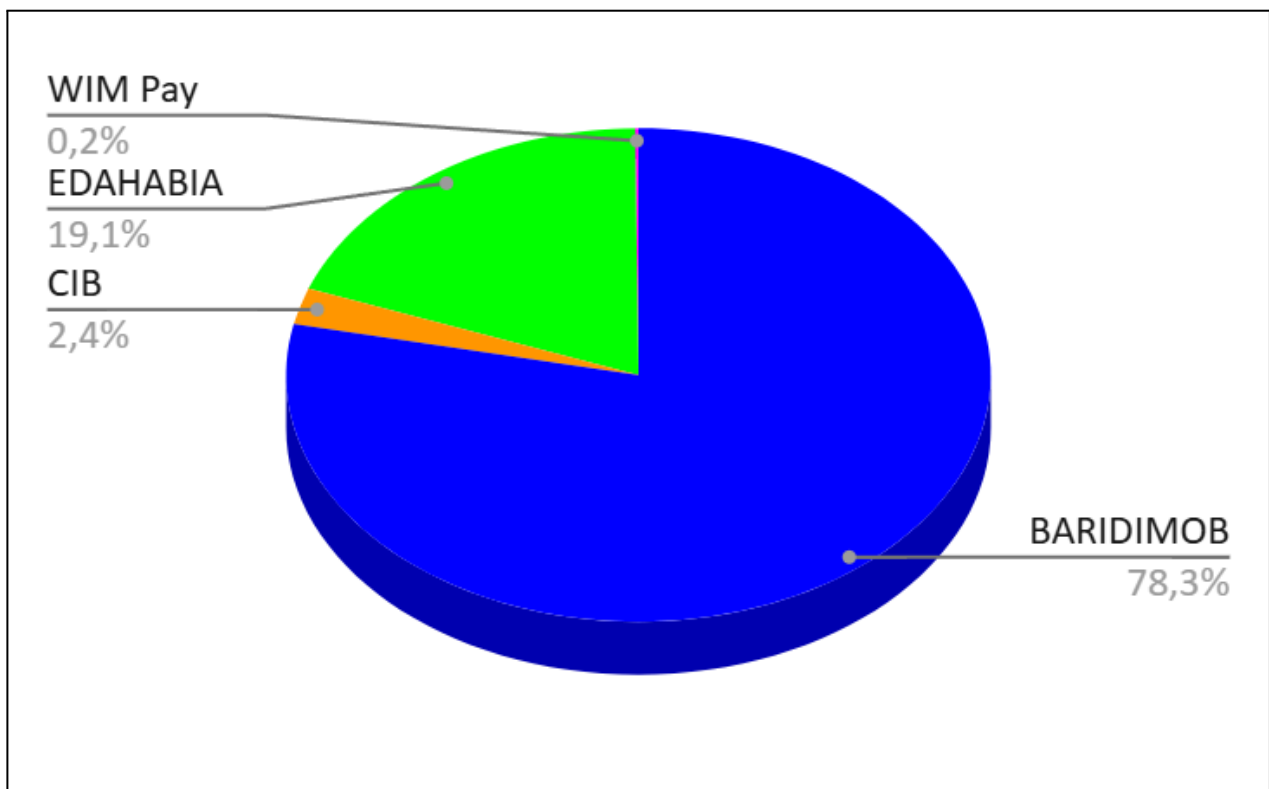
En ce qui concerne les abonnements Internet fixes (ADSL/FTTH), on observe une tendance similaire, toutefois, la prédominance de Baridimob se renforce, car il représente 71,2% de l'ensemble des transactions. Ce chiffre met en évidence l'appétence évidente des foyers pour les options mobiles intégrées et instantanées, spécifiquement pour le règlement périodique de leurs abonnements Internet. Avec 20,7 %, la carte Edahabia reste le choix numéro deux parmi les utilisateurs, consolidant ainsi la position d'Algérie Poste en tant que fondement essentiel de l'écosystème numérique. La carte CIB ne représente que 7,4 % des transactions, témoignant de sa faible présence dans les paiements du quotidien domestiques, alors que WIM Pay reste à 0,7 %.

Concernant les montants de paiement, Baridimob conserve une avance significative avec 66,6 % du volume financier traité. Toutefois, on note une progression notable de la carte CIB qui atteint 10,6 %, bien au-dessus de sa part en nombre. Cela laisse penser qu'une frange de la population, sans doute plus bancarisée, utilise la carte CIB pour régler des abonnements semestriels ou annuels, voire des abonnements professionnels. Edahabia maintient sa position à 21,9 %, ce qui

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

confirme sa stabilité. L'écart entre les parts en nombre et les parts en montant traduit un comportement différencié des usagers en fonction de leur profil socio-économique et de leur rapport aux outils de paiement. La disparité entre le nombre de parts et leur valeur illustre une utilisation différenciée des outils de paiement selon le profil socio-économique des utilisateurs et leur relation avec ces instruments.

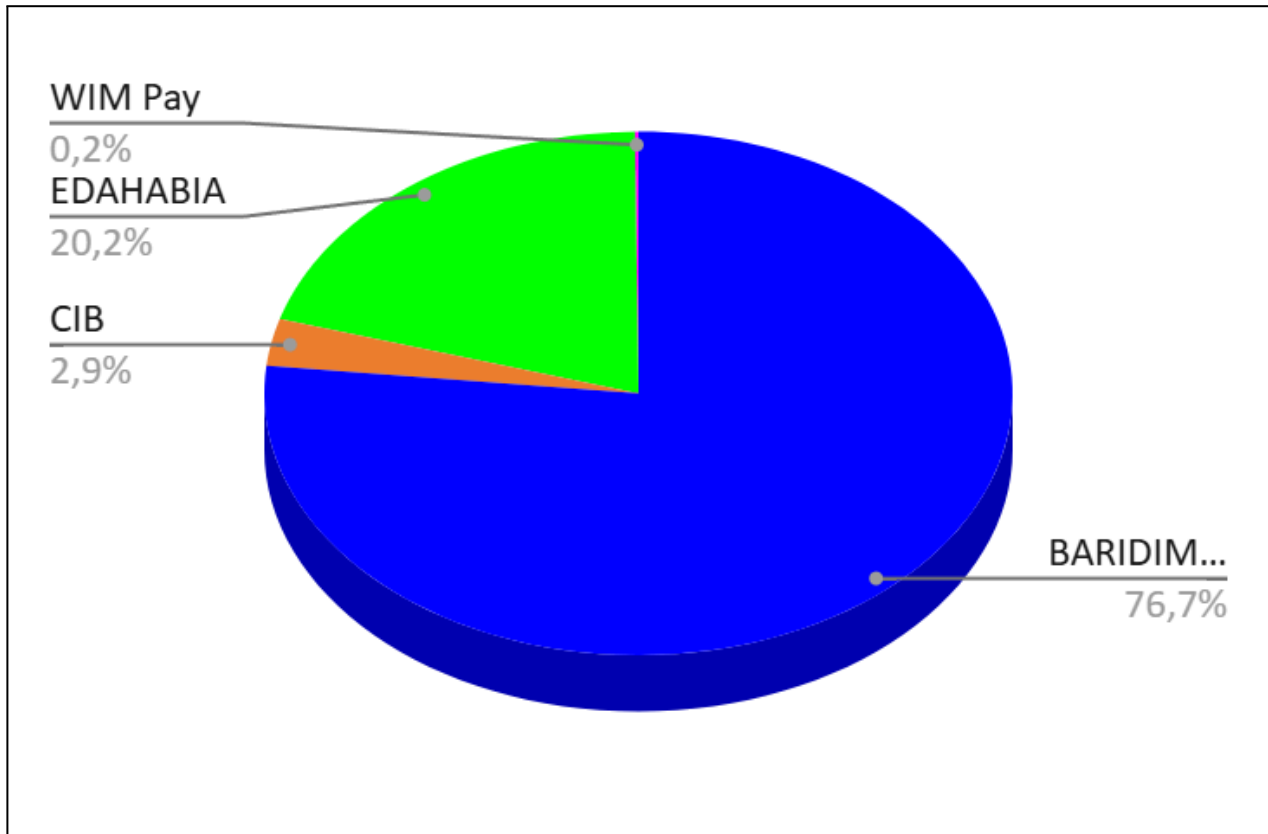
Figure N 32 : Répartition En Nombre Par Canal du E-Paiement des Abonnements 4G LTE en 2024



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Figure N 33 : Répartition En Montant Par Canal du E-Paiement des Abonnements 4G LTE en 2024



Source : Etabli par nous même à partir d'Excel

Le service d'abonnement à la 4G LTE est celui qui présente le plus grand déséquilibre parmi tous. Baridimob détient 78,3 % du volume des transactions et représente 76,7 % de la somme totale versée. Cette suprématie incontestée met en évidence la correspondance idéale entre les paiements mobiles et les services mobiles à recharge régulière. Baridimob se révèle être un instrument clé, non seulement pour sa facilité d'utilisation, mais également en raison de son ample couverture géographique, surtout dans les régions périurbaines et rurales.

Edahabia est le seul compétiteur notable, représentant 19,1% des transactions en volume et 20,2% en valeur. Cela atteste d'une clientèle fidèle et solvable. Par contre, la carte CIB est presque négligée, représentant à peine 2,4 % des transactions et 2,9 % de l'argent dépensé, témoignant d'un déclin marqué des banques traditionnelles en ce qui concerne les pratiques liées aux téléphones mobiles. WIM Pay est quasiment absent, ne représentant que 0,2 % dans les deux scénarios, ce qui soulève des questions sur sa viabilité commerciale ou sa tactique de distribution.

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

Synthèse générale des résultats :

A travers cette étude portant sur les moyens de paiement électronique utilisés au sein d'Algérie Télécom entre 2022 et 2024, nous avons pu identifier les canaux les plus adoptés par les clients ainsi que les raisons qui expliquent leurs choix. L'objectif principal de notre recherche était de déterminer quel est le moyen de paiement électronique le plus utilisé dans cette entreprise et d'en analyser les facteurs explicatifs.

Les données analysées montrent qu'en 2022, la carte Edahabia était le moyen de paiement dominant pour l'ensemble des services (téléphone fixe, Internet, 4G LTE). Cette domination s'explique par plusieurs facteurs : sa large disponibilité, en particulier dans les zones rurales et mal bancarisées, ainsi que la facilité d'accès aux services postaux comparé aux structures bancaires classiques. Toutefois, dès 2023, Baridimob, l'application mobile d'Algérie Poste, commence à prendre le dessus et devient en 2024 le moyen de paiement électronique le plus utilisé. Cette évolution traduit une forte adoption des solutions mobiles, notamment par les jeunes générations, qui recherchent plus de praticité, de rapidité et d'autonomie dans la gestion de leurs paiements.

À l'inverse, la carte CIB, bien qu'acceptée sur les plateformes de paiement, reste peu utilisée. Ce phénomène s'explique en partie par la complexité d'ouverture d'un compte bancaire en Algérie, les procédures étant souvent longues, centralisées et peu adaptées aux populations éloignées des grandes villes. De plus, les services bancaires numériques restent moins développés que ceux d'Algérie Poste. Quant à Wimpay, il reste très marginal durant toute la période analysée. Ce faible taux d'adoption s'explique notamment par le fait que ce service est réservé aux clients de la BNA (Banque Nationale d'Algérie), ce qui limite fortement sa portée et son accessibilité.

Par ailleurs, plusieurs facteurs externes ont aussi influencé l'évolution du e-paiement en Algérie. La période du Covid-19 a fortement accéléré l'utilisation des services numériques, notamment avec le développement du e-commerce et les restrictions de déplacement, ce qui a encouragé les citoyens à se tourner vers les paiements à distance. Dans ce contexte, Algérie Télécom a également joué un rôle important en encourageant ses clients à adopter le paiement électronique, notamment à travers des promotions, des remises et des cadeaux offerts pour chaque paiement effectué en ligne, ce qui a contribué à changer les habitudes de consommation.

Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom

En conclusion, notre étude montre clairement que le canal Baridimob est devenu en 2024 le moyen de paiement électronique le plus utilisé chez Algérie Télécom, après avoir progressivement supplanté Edahabia. Ce résultat confirme nos hypothèses initiales : les clients préfèrent les solutions simples, accessibles depuis un téléphone, sécurisées et compatibles avec leurs besoins quotidiens. Cette transition vers le paiement mobile est aussi le reflet d'une évolution plus large des usages numériques en Algérie, soutenue à la fois par les politiques publiques, les actions des entreprises et les attentes croissantes des usagers en matière de modernité et de confort.

Conclusion

Ce chapitre présente une analyse qui souligne les démarches importantes d'Algérie Télécom pour l'intégration et la promotion des paiements électroniques dans ses divers services. Bien que des avancées significatives aient été accomplies, en particulier grâce à l'émergence de solutions telles que Baridimob et Edahabia, plusieurs défis demeurent : L'utilisation de certains canaux (tels que Wimpay) est faible, et certains utilisateurs montrent une certaine résistance. Ces données mettent en évidence le besoin de renforcer les actions de sensibilisation, d'améliorer la sécurité des transactions et d'élargir les options disponibles pour garantir une inclusion financière plus efficace.

Conclusion générale

Le présent mémoire s'inscrit dans le cadre de l'analyse des moyens de paiement électroniques au sein d'Algérie Télécom, avec pour objectif principal de déterminer le moyen le plus utilisé par les clients et d'identifier les facteurs qui influencent ces usages. Le choix de ce thème découle de l'évolution rapide des technologies de l'information et de la communication, ainsi que de la nécessité pour les entreprises publiques, telles qu'Algérie Télécom, de s'adapter aux exigences de la transformation numérique.

Structuré autour de trois chapitres, ce travail a d'abord abordé, dans un cadre général, l'évolution des moyens de paiement électronique à l'échelle internationale, en retraçant les grandes étapes historiques et les pratiques innovantes adoptées dans différents pays. Le deuxième chapitre a permis d'examiner la situation du paiement électronique en Algérie, à travers le cadre réglementaire, les solutions disponibles (cartes CIB, Edahabia, TPE, m-paiement) et les défis rencontrés. Le troisième chapitre, plus opérationnel, a été consacré à l'étude de cas d'Algérie Télécom, à travers une étude documentaire à base de données secondaires internes, menée selon une approche comparative et descriptive de 2022 à 2024.

À l'issue de l'analyse des données internes d'Algérie Télécom couvrant la période 2022 à 2024, il ressort que la réponse à notre problématique est clairement établie. En effet, le moyen de paiement électronique le plus utilisé au sein d'Algérie Télécom est Baridimob, notamment à partir de l'année 2023, où il dépasse nettement les autres canaux en nombre de transactions et en montants traités. Cette tendance s'observe dans l'ensemble des services analysés, qu'il s'agisse des paiements de factures de téléphone fixe, des abonnements Internet (ADSL/FTTH) ou des recharges 4G LTE.

Cette domination s'explique par la simplicité d'utilisation, l'accessibilité mobile, et la forte promotion de ce canal par Algérie Poste, ce qui en fait aujourd'hui la solution la plus adoptée par les clients. À titre de comparaison, les canaux bancaires restent faiblement utilisés, tandis que les services postaux traditionnels comme Edahabia, bien qu'encore présents, connaissent une baisse relative.

Ces résultats mettent ainsi en évidence une transformation progressive des comportements des usagers, orientée vers des solutions numériques modernes, mobiles et plus interactives.

En tenant compte de ces observations, les conclusions auxquelles nous sommes parvenus ont conduit à ce qui suit :

Conclusion générale

Confirmation de l'hypothèse 1 : H1, qui suppose que l'adoption du paiement électronique a un effet significatif sur l'augmentation du chiffre d'affaires d'Algérie Télécom, elle est confirmée. En effet, la croissance de l'usage du e-paiement entre 2022 et 2024 s'est accompagnée d'une hausse du chiffre d'affaires, ce qui montre que ce mode de paiement a eu un impact positif sur les performances financières de l'entreprise.

Confirmation de l'hypothèse 2 : H2 suppose que les initiatives promotionnelles et les campagnes de sensibilisation d'Algérie Télécom influencent favorablement l'utilisation du paiement électronique. Cette supposition a aussi été confirmée. Les campagnes menées par Algérie Télécom ont renforcé la confiance des clients et facilité l'adoption des solutions numériques. L'augmentation remarquable de l'utilisation de Baridimob et Edahabia entre 2022 et 2024 en est une preuve concrète.

Infirmer de l'hypothèse 3 : H3 suppose que les canaux bancaires sont plus utilisés que les canaux postaux dans les transactions de paiement électronique au sein d'Algérie Télécom. Cette hypothèse est infirmée. Les informations de 2024 révèlent sans équivoque que les canaux postaux, en particulier Baridimob et Edahabia, dominent nettement le nombre et la valeur des transactions, alors que la carte CIB (canal bancaire) demeure moins importante. Cette évolution est accentuée par la profonde implantation d'Algérie Poste dans les pratiques de paiement des citoyens et par sa plus grande facilité d'accès sur l'ensemble du territoire national.

Au vu de ces résultats, plusieurs recommandations ont été formulées, parmi lesquelles : la diversification des solutions bancaires, l'amélioration de l'ergonomie des plateformes, le renforcement des campagnes de sensibilisation, et le développement de services numériques adaptés aux zones rurales. Ces actions permettraient à Algérie Télécom d'optimiser sa stratégie de digitalisation, de renforcer la satisfaction de ses clients et de s'aligner sur les standards modernes de la finance numérique.

Bibliographie :

1/ Ouvrages :

- Claude Dragon Geiben, Didier Nallard, Gilbert , la carte et ses atouts , RB édition , france ,2002.
- Claude Dragon et autres, les moyens de paiement, édition Banque, 1997.
- Claude Dragon et autres, Les moyens de paiement, Des espèces à la monnaie électronique, édition Banque, 1999

2/ Revues et Articles :

- Ibeghouchene Saadia et Mokrane Ali . Adoption et utilisation des paiements électroniques en Algérie, Revue de l'économie financière & des affaires.
- Benmadani Sadika , Les Moyens De Paiement Électronique En Algérie : Etat Des Lieux Et Perspectives Electronic JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 28.
- Belaid Dahbia, L'E-Wallet comme outil révolutionnaire du paiement mobile . Ecole Des Hautes Études Commerciale, Koléa, Algérie , 2023.
- Benmadani Sadika, Les Moyens de Paiement Électronique en Algérie : Etat des lieux et Perspectives , Revue Etudes Économiques , Oran , 2022.

- لينة هشام, محمد الهادي ضيف الله, مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية واقع و تحديات وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر, ص 288.-289

3/ Travaux universitaire :

- AISSAOUI Ferhat, Le système de paiement électronique en Algérie, mémoire de master ,Département des sciences de Gestion, spécialité management Bancaire université mouloud mammeri de tizi-ouzou faculté des sciences économiques des sciences de gestion et des sciences commerciales, Algerie, 2020.

- Senouci Kouider , Bensahla Tani Toufik , Systèmes de paiement, liquidité et
Transparence des transactions bancaires et commerciales , université de tlemcen , Faculté
des sciences économiques, Commerciales et de Sciences de Gestion , 2014.
- Figuet Jean, “Le Bitcoin : une monnaie ?” , Université de bordeaux , 2015
- Tassadit Drif , Gaoua Lila , Les pratiques de l’e-paiement en Algérie, état des lieux et
perspectives (CPA) Tizi-Ouzou , mémoire de master en sciences commerciales, spécialité
commercialisations des services , faculté SEGC , université de tizi ouzou, 2017 .
- Belkaid Massine ,Belkalem Djamel, Le Rôle du Paiement Électronique dans le Commerce
électronique , mémoire de master en sciences commerciales, spécialité finance et
commerce international , faculté de SEGC, université mouloud mammeri de tizi-ouzou,
2022.
- Djouaher Cylia, Lazri Amina , Perspectives de développement de la monétique au niveau
postal : Cas Algérie Poste de Tizi-Ouzou, mémoire de master en Sciences Financières et
Comptabilité, spécialité Finance et banque, UNIVERSITÉ MOULOUD MAMMERI DE
TIZI OUZOU Algérie, 2018.
- Ouada Radia ,OULD HAMOU Siham, La modernisation du système de paiement en
Algérie cas de la banque extérieur d’Algérie de Tizi Ouzou Agence 34, mémoire de
master en Sciences Financières et Comptabilité, spécialité Finance et banque, Université
Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, Algérie, 2019.

4/ Rapports et documents administratifs :

- Documents internes d’Algérie télécom.

5/ Webographie :

- <https://epayspace.com/fr/blog/e-payment-or-e-pay/>
- www.societegenerale.com
- www.stripe.com/fr/resources/more/ecommerce-payment-methods
- www.amf-france.org/fr/quest-ce-quune-cryptomonnaie
- www.statista.com/infographie/23669/evolution-du-cours-du-bitcoin-prix/
- www.cryptoast.fr/solana-sol-blockchain
- www.ig.com
- www.giemonetique.dz
- www.bitakati.dz/decouvrir-la-carte-cib-p2

- [.https://particuliers.societegenerale.dz](https://particuliers.societegenerale.dz)

6/ Autres :

- Belaid Dahbia ,polycopié Techniques et Relation Bancaire , 2022

Table des matières

Résumé

Dédicaces

Remerciement

Liste des tableaux

Liste Des Figures

Liste des abréviations

Sommaire

Introduction générale	2
Chapitre 1 : Les moyens de paiement électronique à l'internationale	5
Introduction	6
Section 01 : Evolution des moyens de paiement électronique à l'internationale	8
1.1- Définition	8
1.2- historique et évolution des moyens de paiement électronique :	9
Section 02 : Type de moyen de paiement électronique	13
2.1- les carte électroniques :	13
2.2- la carte bancaire :	14
2.3- Les cartes de retrait :	14
2.4- Les cartes de paiement :	14
2.5- Les cartes de débit :	15
2.6- Les cartes de crédit:	15
2.7- Les cartes d'affaires :	16
2.8- La carte prépayée :	17
2.9- Chèque électronique :	18
3- Portefeuille électronique:	18
3.1- Les types de portefeuilles électroniques:	18
4- Virement bancaire :	21
5- Contre remboursement :	21
6- Cryptomonnaie :	22
6.1- Les types cryptomonnaie :	22
Conclusion	25
Chapitre 2 : Les moyens de paiement électronique en Algérie	26
Introduction	27
Section 01 : Evolution de moyen de paiement électronique en Algérie	28
1- Le Lancement du Paiement Électronique en Algérie :	28

2- Le lancement du paiement mobile (M-paiement) :	33
3- E-Banking :	36
Section 02 : Type de moyen de paiement électronique en Algérie	38
1- Les cartes bancaires CIB :	39
1.1- La carte CIB Classique :	39
1.2- La carte CIB Gold :	39
1.3- La Carte EDAHABIA :	41
1.4- La Carte de Crédit Visa et Mastercard en Algérie :	42
2- Les canaux d'acceptation de cartes :	42
2.1- Distributeurs et Guichets Automatiques de Billets (DAB/GAB) :	43
2.2- Terminal de Paiement Électronique (TPE) :	44
3- Protection des moyens de paiement électronique en Algérie :	45
3.1- Protection technique :	45
3.2- Protection légale :	46
Conclusion	47
Chapitre 3 : Analyse des moyens de paiement électronique au sein d'Algérie télécom	48
Introduction	49
Section 1 : Présentation d'entreprise	50
1.1- Naissance :	50
1.2- Les missions :	54
1.3- Organisation d'Algérie Télécom et organigramme :	55
1.4- Objectifs :	56
1.5- Ses principes :	56
2- La sous-direction commerciale :	57
2.1- Le département vente grand public :	58
2.2- Le département Corporate :	59
2.3- Le Département Support Commercial :	59
2.4- Le Département Planification et Suivi:	60
Section 2 : Cadre méthodologique de l'enquête et l'analyse des résultats	60
Conclusion	105
Conclusion générale	106
Bibliographie	

