

# L'adoption de paiement électronique en Algérie : comportements des consommateurs et des entreprises face aux TPE

BEZZAOUCHA Chahinez Fadia<sup>#1</sup>, HAILI Siham<sup>\*2</sup>, LAOUEDJ Zouaoui<sup>#3</sup>

<sup>#1</sup>*Maître de conférences 'A' à l'Université de la Formation Continue UFC Sidi Bel Abbes-Algérie  
Membre du laboratoire : LAREGE, Oran2, Algérie*

<sup>1</sup>fc-bezzaoucha@ufc.dz

<sup>#3</sup>*Professeur à la faculté des sciences économiques, commerciales et de gestion, Université Djilali Liabes Sidi Bel Abbes, Algérie*

<sup>3</sup>laouedj@yahoo.com

<sup>\*2</sup>*Directrice marketing et vente chez ENIE (Entreprise Nationale des Industries Électroniques)  
Sidi Bel Abbes - Algérie*

<sup>2</sup>hailisihem@gmail.com

**Résumé :** Les technologies d'information et de communication (TIC) ont transformé le paysage économique mondial, accélérant l'essor du paiement électronique, notamment après la crise sanitaire qui a boosté le commerce en ligne. En Algérie, malgré une adoption plus lente, des efforts considérables ont été déployés pour moderniser le système financier, notamment via l'introduction des TPE et la promotion des paiements électroniques selon la loi de finances 2025. Toutefois, la culture du cash est profondément ancrée dans les habitudes des usagers algériens, qu'ils soient particuliers ou marchands. Cette étude analyse les facteurs freinant son adoption à travers des enquêtes qualitatives et quantitatives menées auprès des consommateurs et des usagers marchands.

**Mots clés :** Paiement électronique, TPE (Terminaux de Paiement Electronique), CIB (Carte Interbancaire), GIE monétique (Groupemet d'intérêt Economique), Algérie.

## I.INTRODUCTION :

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) ont profondément modifié le paysage économique mondial, favorisant le développement des transactions en ligne, et par conséquent, la nécessité d'adopter des moyens de paiement électroniques sûrs et pratiques. Cela s'est intensifié après la crise sanitaire du coronavirus, qui a provoqué l'explosion du commerce en ligne, même dans les régions les moins développées, poussant ainsi les consommateurs à s'adapter rapidement aux nouvelles méthodes numériques d'achat, de vente et de règlement des factures.

Ainsi, ces nouveaux besoins financiers ne peuvent être satisfaits par les systèmes de paiement traditionnels et nécessitent une infrastructure technologique adaptée, comprenant les réseaux de télécommunication, les systèmes de traitement des paiements, ainsi que les objets connectés (comme les TPE : Terminaux de Paiement Electronique), sans oublier l'adoption croissante des services bancaires numériques qui soutiennent ce nouveau système de paiement.

Bien que l'adoption de ce dernier ait été relativement lente en Algérie par rapport aux pays voisins, la transition se fait de manière progressive, marquée par des investissements technologiques importants et un cadre législatif adéquat. Depuis 2006, avec le lancement de la carte CIB (Carte Interbancaire), délivrée par les banques algériennes, qui permet d'effectuer des retraits aux guichets automatiques ainsi que des paiements chez les commerçants équipés de TPE, ces terminaux ont été mis à disposition mais leur déploiement significatif n'a réellement commencé qu'à partir de 2016[1]

Cependant, la culture du paiement en espèces est encore ancrée dans les habitudes des consommateurs algériens, même après la crise sanitaire, tandis que, le gouvernement algérien déploie des efforts considérables pour moderniser son système financier, améliorer l'inclusion financière[2] et soutenir la croissance économique locale. Il a notamment encouragé des initiatives telles que l'introduction des TPE dans les commerces et la promotion des cartes bancaires. Il a également favorisé l'usage des applications mobiles pour les transactions en ligne, l'un des exemples les plus notables étant le système de « Baridimo » lancé par Algérie Poste.

De plus, la loi de finances 2025 prévoit de promouvoir le paiement électronique en exonérant de TVA et de droits de douane les importations de kits pour les TPE, et que les paiements effectués via TPE ou en ligne bénéficieront d'une suppression du droit de timbre sur les quittances[3], rendant les transactions électroniques plus attractives et accessibles.

Dans cet article, nous cherchons à répondre à la question principale suivante : quels sont les facteurs qui freinent l'adoption du paiement électronique par les utilisateurs algériens (vendeurs et acheteurs) ? Les réponses obtenues à partir des enquêtes empiriques permettront d'expliquer pourquoi l'Algérie rencontre des difficultés et accuse un retard dans le

développement du e-paiement. Ainsi, l'objectif de notre recherche est double : d'abord, évaluer le paysage actuel du paiement électronique en Algérie, en examinant l'utilisation de ce nouveau système de paiement par les particuliers et les marchands, notamment l'acquisition des TPE. Ensuite, nous nous pencherons sur les facteurs qui influencent son adoption par les consommateurs algériens.

## II. REVUE DE LA LITTÉRATURE

Le e-paiement désigne l'ensemble des transactions financières effectuées à l'aide de moyens numériques, sans utilisation physique d'argent liquide. Il inclut les paiements par carte bancaire, virements en ligne, portefeuilles électroniques, et autres solutions numériques sécurisées[4]. Plusieurs recherches se sont intéressées au paiement électronique en Algérie, notamment à son adoption et son utilisation sur la période allant de 2016 à 2022. Durant cette période, 3019636 transactions ont été effectuées sur 39045 TPE, représentant une valeur de 15 milliards de dinars. Malgré ce progrès, le taux d'équipement reste faible, avec seulement 2% des 2 millions de commerçants recensés en 2022 disposant d'un TPE[5]. Cette situation s'explique par une production locale limitée, puisque l'entreprise nationale des industries électroniques (ENIE) étant le seul fabricant de TPE en Algérie, ainsi que par la réticence des commerçants, qui ne perçoivent pas l'intérêt de ce mode de paiement.

La culture du cash, du faible taux de bancarisation, de la lenteur d'internet, et de l'absence du cadre juridique[6] limitent l'adoption du e-paiement, pour encourager son expansion, des mesures comme l'amélioration des infrastructures, l'incitation fiscale, et le renforcement de la sensibilisation sont nécessaires.

Le recours à l'utilisation du paiement électronique en Algérie pourrait contribuer à des délits économiques et financiers, car il offre des opportunités que la criminalité peut exploiter pour des activités illicites, comme le vol de données personnelles, notamment bancaires, les escroqueries numériques, les piratages massifs, les cyberattaques et les atteintes à la e-réputation[4]. Il est donc essentiel de renforcer la sécurité des transactions et d'adopter un cadre juridique strict.

La pandémie du Covid-19 a contraint les ménages algériens ; qui étaient plutôt sceptiques à l'idée d'utiliser les moyens de paiement en ligne, à franchir le pas en raison des mesures de confinement partiel instaurées par l'état. Ainsi, les ménages ont dû recourir au e-paiement[7]. En parallèle, la généralisation de la carte Edahabia d'Algérie Poste et des autres cartes bancaires progresse continuellement dans le pays. Cependant, le e-paiement reste insuffisant malgré une augmentation sensible et les efforts de l'état pour l'encourager, mettre fin à la crise de liquidité et lutter contre le commerce informel.

C'est pourquoi, la recherche sur le paiement électronique est nécessaire pour accompagner la transition vers une économie numérique moderne, inclusive et compétitive, tout en répondant aux besoins et aux défis spécifiques du pays. Elle constitue un pilier fondamental pour guider les politiques et les investissements vers le développement d'infrastructures sécurisées et la généralisation du paiement électronique.

## III. PROBLEMATIQUE, HYPOTHESES ET METHODOLOGIE DES ENQUETES

Le paiement électronique a apporté des avantages considérables à l'économie algérienne, notamment après son adoption post-Covid-19, et cela en facilitant les transactions commerciales et en améliorant l'inclusion financière. Malgré les progrès réalisés, plusieurs défis subsistent, tels que la faible utilisation des nouvelles technologies par une partie de la population, les préoccupations en matière de sécurité des données, l'infrastructure, etc.

En dépit de ces obstacles, le paiement électronique en Algérie offre des perspectives prometteuses pour améliorer l'efficacité du système financier, encourager l'innovation économique (notamment l'innovation de marché, de produit, de modèle économique, de procédé ainsi que l'innovation organisationnelle), et soutenir la croissance. Il demeure l'enjeu crucial pour la modernisation et la diversification de l'économie algérienne.

Pour ce faire, nous nous sommes penchés sur ce sujet extrêmement évolutif, car le paysage actuel du paiement électronique est en nette progression. La question principale à notre étude est : « **Quels sont les facteurs qui freinent l'adoption du paiement électronique par les utilisateurs algériens (usagers marchands et usagers particuliers)?** »

A partir des résultats obtenus de cette recherche, nous visons à confirmer ou à infirmer les hypothèses suivantes :

**H1** : Les usagers particuliers craignent l'utilisation du paiement électronique pour des raisons de sécurité. Ils privilégient ce mode de paiement pour des opérations limitées : telles que les retraits et le règlement de factures en ligne.

**H2** : Les usagers marchands craignent l'utilisation du paiement électronique pour éviter la déclaration fiscale.

**H3** : La culture du cash est profondément ancrée dans les habitudes des usagers particuliers et marchands. Les particuliers y recourent pour mieux maîtriser leurs dépenses, tandis que les commerçants le privilégient pour sa simplicité perçue et l'immédiété des transactions.

Notre recherche visedonc à identifier les facteurs entravant l'expansion du paiement électronique chez les utilisateurs algériens,tout en dressant un état des lieux de son adoption,afin de formuler des recommandations qui incitent et encouragent son utilisation, et ainsi réduire l'usage du cash.

La méthodologie de notre recherche est à la fois descriptive et analytique sur l'adoption du paiement électronique en Algérie et l'utilisation des TPE de la part des usagers, qu'ils soient particuliers ou commerçants. Elle repose d'une part sur l'exploitation des données de plusieurs sources : SATIM (Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique), GIE (Groupement d'Intérêt Economique)monétique. Et d'autre part, deux enquêtes seront menées :

- Une enquête qualitative, réalisée auprès des usagers marchands (agences commerciales, magasins, hôtels), combinant observation et entretiens guidés. Cette approche nous permettra d'évaluer la mise en place du système de paiement électronique et d'analyser leurs comportements vis-à-vis de l'adoption et l'utilisation des TPE.
- Une enquête quantitative, basée sur un questionnaire en ligne, adressé à un échantillon aléatoire d'adultes possédant une carte de paiement électronique.

Les deux enquêtes auront pour but d'évaluer le taux d'acceptation psychologique et comportemental, en particulier l'usage des TPE dans les transactions quotidiennes.

#### IV. ETAT DES LIEUX SUR L'ADOPTION DU PAIEMENT ELECTRONIQUE ET DES TPE

Le e-paiement ou le paiement électronique, désigne toute transaction financière effectuée par l'intermédiaire d'un Terminal de Paiement Electronique(TPE)ou en ligne. Un système de e-paiement est donc défini comme un ensemble d'instruments, de méthodes et des règles [8]permettant le transfert de fonds entre participants, assurant un traitement sécurisé, rapide et efficace des transactions.

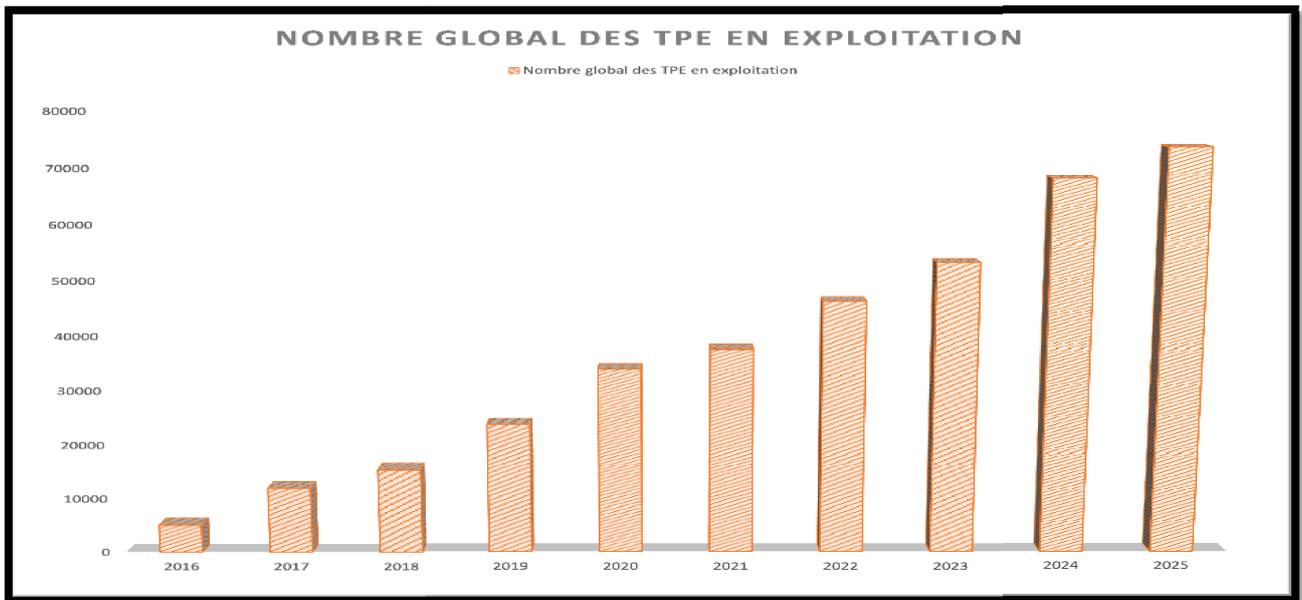
Les supports électroniques disponibles dans le système du e-paiement en Algérie se présentent comme suit : les cartes de paiement (les cartes bancaires CIB, la carte postale EDAHABIA), les canaux d'acceptation des cartes (distributeurs automatiques de billets DAB, les guichets automatiques de billets GAB, Terminal de Paiement Electronique TPE).

Le TPE désigne tout appareil permettant de traiter le paiement par carte[9]. C'est une machine dotée d'un clavier, d'un écran et d'un logiciel avec mémoire. En vertu de la loi de finances 2018, tous les commerçants ont l'obligation de se doter d'un TPE, qui offre divers services : vérification électronique des cartes, contrôle des cartes en opposition, obtention automatique des autorisations et télétransmission des transactions réalisées.

Deux organismes jouent desrôles importants et complémentairesdans la coordination, la gestion et le développement du e-paiement en Algérie, on trouve :

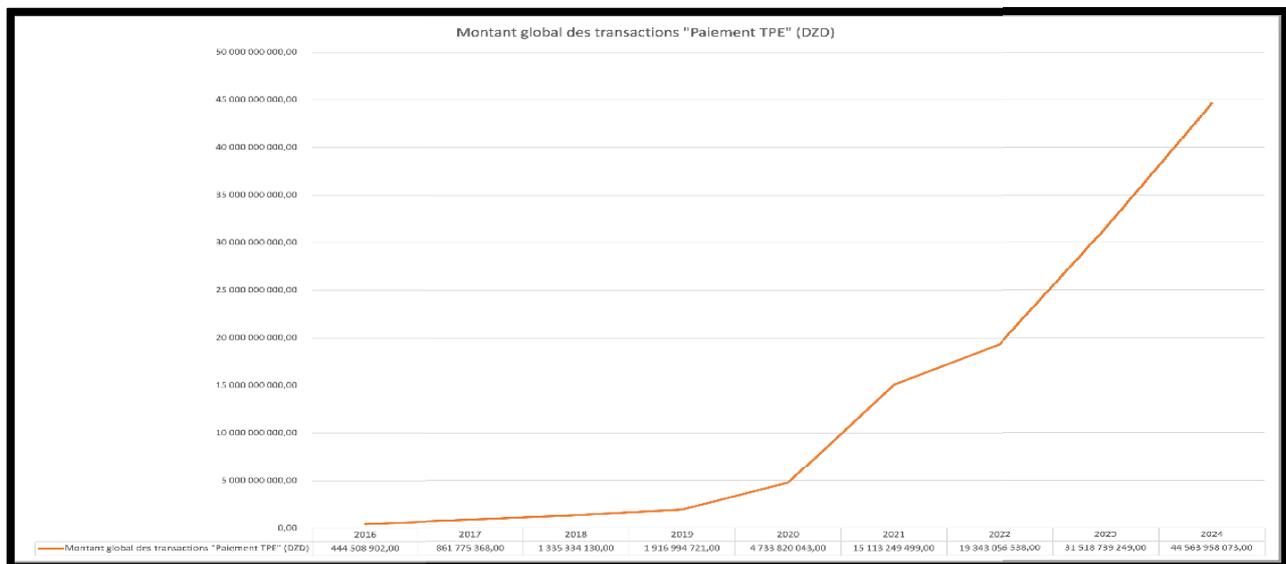
- Le Groupement d'Intérêt Economique Monétique (GIE Monétique), créé en 2014, il regroupe 18 banques et Algérie Poste[10] et il est chargé d'assurer l'interopérabilité des cartes bancaires et de la carte EDAHABIA ; permettant leur utilisation sur les différents canaux de paiement (DAB, TPE et paiement en ligne). Il a notamment œuvré pour le lancement du e-paiement en Algérie en 2016 et publie régulièrement des données statistiques monétiques sur son site officiel.
- La Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique (SATIM), créé en 1995 [11], est responsable de la mise en place et de la gestion de l'infrastructure technique et organisationnelle du système monétique. Elle assure le traitement et la sécurisation des transactions interbancaires, et garantit ainsi le bon fonctionnement du réseau monétique interbancaire (RIM).

La figure n°01 illustre l'évolution du nombre de TPE mis en service depuis le lancement du e-paiement en 2016,où l'on constate une progression continue de leur déploiement.



**Fig.01 :** Nombre Global des TPE en exploitation (2016-2025)selon les données publiées par la GIE Monétique[12]

La figure n°02 représente les données relatives aux transactions financières via TPE, montrant une hausse notable à partir de l'exercice 2021, ou il a enregistré une croissance de plus de 30% par rapport à l'exercice 2020, Cette tendance à la hausse s'accélère encore à partir de 2022. Ceci s'explique par le nombre d'acquisition des cartes CIB qui a explosé lors de la période du COVID-19.



**Fig.02 :** Montant global des transactions « Paiement TPE » selon les données publiées par la GIE Monétique.

### V. ENQUÊTES EMPIRIQUES& DISCUSSION DES RESULTATS

Nous avons opté pour deux enquêtes : une enquête qualitative menée auprès des particuliers et des marchands (agences commerciales, magasins, hôtels), et une enquête quantitative destinée aux consommateurs algériens.

Dans le cadre de l'enquête qualitative, nous avons utilisé deux techniques : l'observation (non participante et incognito pour ne pas perturber l'activité commerciale) et le guide d'entretien, comprenant des questions sur l'expérience et l'utilisation des TPE, les avantages et les inconvénients perçus, le niveau de satisfaction ainsi que les améliorations possibles de ce moyen de paiement. L'enquête a été menée auprès de 10 personnes morales et physiques (03 commerçants, 04 agences commerciales et 03 hôtels). Ces deux méthodes sont complémentaires, l'observation sert à

décrire ce qui se passe réellement sur le terrain, tandis que l'entretien permet de mieux comprendre le phénomène du e-paiement à travers les témoignages et la population concernée.

Pour l'enquête quantitative, nous avons utilisé un questionnaire en ligne destiné à un échantillon aléatoire d'adultes possédant une carte de paiement électronique (échantillon non probabiliste). Nous avons fixé un objectif de 100 répondants et avons obtenu 83 questionnaires valides, après un pré-test réalisé auprès d'une dizaine de personnes pour valider le questionnaire. Ce dernier se compose de 15 questions, incluant des échelles de mesure (échelle sémantique différentielle et échelles subjectives) et est divisé en trois parties : La première partie explore la familiarité des répondants avec les moyens de paiement existants. La deuxième partie examine l'expérience des utilisateurs avec le e-paiement, en abordant des aspects tels que la satisfaction, la confiance, la fréquence d'utilisation, ainsi que les freins et motivations. Et la troisième partie regroupe des questions sociodémographiques (sexe, âge, niveau d'instruction, etc.). L'objectif de cette enquête est d'analyser le taux d'acceptation psychologique et comportemental des moyens de paiement électronique, en particulier l'usage des TPE dans les transactions quotidiennes, et d'identifier les obstacles à leur adoption.

L'étude qualitative a révélé des différences notables dans l'approche des marchands (entreprises dans leur forme juridique) vis-à-vis de l'utilisation des TPE, notamment en fonction du secteur d'activité. Les commerçants sont sceptiques à l'idée d'adopter ce moyen de paiement en raison des déclarations fiscales et du manque de bénéfices financiers directs. En revanche, les agences commerciales l'adoptent principalement pour suivre les directives de leur hiérarchie, sans réellement percevoir de gain de performance significatif. D'autres, comme les hôtels, voient dans son adoption une façon d'améliorer leur image de marque et de répondre aux attentes de leurs clients. En observant l'utilisation des TPE, on constate que leur installation ainsi que leur utilisation sont simples, mais leur adaptation reste un défi en raison de la dépendance à l'électricité et à une connexion internet stable. Cependant, malgré ces obstacles, les avantages demeurent remarquables : réduction des risques liés à la gestion de l'argent liquide, comptabilité simplifiée et satisfaction accrue des clients. Finalement, bien que les clients demandent souvent ce mode de paiement dans les hôtels et agences, les commerçants restent parfois plus réticents, souvent à cause des coûts fiscaux et des obstacles techniques.

L'étude quantitative a révélé, quant à elle, une familiarité significative des consommateurs algériens avec les moyens de paiement électroniques : 86,7 % des répondants affirment en avoir connaissance, et 75,9 % déclarent posséder une carte CIB, contre 59 % pour la carte Edahabia. L'usage de ces cartes est également bien ancré, puisque près de 89,2 % des détenteurs ont déjà effectué une transaction avec leur carte, principalement pour des retraits (79,5 %), des consultations de soldes (66,3 %) et des paiements (65,1 %), tandis que (37,3 %) l'utilisent aussi pour des transferts d'argent. L'analyse des supports d'utilisation montre une nette préférence pour les DAB (82,1 %), suivis des paiements en ligne (50 %), des GAB (47,4 %), et enfin des TPE (30,8 %). Toutefois, lorsqu'il s'agit du support le plus fréquemment utilisé, les DAB dominent encore avec 77,9 %, confirmant le rôle central du retrait d'espèces dans les habitudes des usagers. Ces résultats traduisent

une adoption progressive du paiement électronique, mais encore largement orientée vers des usages classiques comme le retrait d'espèces, au détriment des paiements par TPE.

Les freins à l'utilisation, bien que marginaux, sont liés à un manque de confiance, un sentiment d'insécurité ou encore l'absence de besoin perçu ; souvent traduite par une préférence pour le paiement en espèces, jugé plus propice à une meilleure maîtrise des dépenses. Pour favoriser une adoption plus large et pérenne, il est donc fortement recommandé d'accompagner cette transition par des incitations économiques et fiscales - déjà prévues dans la loi de finances 2025-, un renforcement de l'infrastructure technologique, et une stratégie nationale de sensibilisation des consommateurs comme des professionnels par des campagnes marketing intenses.

## CONCLUSION

Cette recherche a permis d'évaluer l'usage du paiement électronique et des TPE en Algérie, et d'identifier les facteurs qui freinent à leur adoption, à travers une double approche méthodologique (qualitative et quantitative), les résultats obtenus confirment nos hypothèses de départ.

Tout d'abord, l'hypothèse H1 est confirmée : les usagers particuliers expriment des craintes liées à la sécurité des paiements électroniques. Ils limitent donc leur usage à des opérations simples et jugées sûres, comme le retrait d'espèces, la consultation de soldes ou le paiement de factures en ligne. Cela témoigne d'une adoption encore partielle, malgré une familiarité croissante avec les outils numériques.

Ensuite, l'hypothèse H2 est aussi validée : les commerçants montrent une certaine réticence à adopter les TPE, principalement en raison de considérations fiscales. Beaucoup préfèrent les paiements en espèces afin de limiter la traçabilité des transactions, ce qui freine la généralisation de ce mode de paiement, en dépit des incitations légales et économiques.

Enfin, l'hypothèse H3 est partiellement confirmée. La culture du cash reste prédominante aussi bien chez les particuliers que chez les marchands, pour les particuliers, elle est associée à une meilleure maîtrise des dépenses, tandis que les commerçants y voient une solution simple, immédiate, et sans contraintes administratives. Toutefois, une ouverture progressive est observable, en particulier dans les secteurs structurés (hôtels, agences commerciales), qui perçoivent dans le e-paiement un levier de professionnalisation et de modernisation.

Malgré les avancées observées ces dernières années, notamment depuis la crise sanitaire et avec les nouvelles mesures législatives, le paiement électronique peine encore à se généraliser, en raison de facteurs techniques, économiques, culturels et psychologiques. Pour accélérer la transition vers un système de e-paiement plus inclusif et efficace, nous recommandons principalement de mener des campagnes de sensibilisation à grande échelle, de renforcer les infrastructures technologiques et d'accompagner les commerçants dans cette transition via un suivi technique.

#### REFERENCES :

- [1] A. Hamadou, Etudes comparatives des moyens de paiement, Editions Universitaires Européennes , 2022.
- [2] R. Merniz et K. Bendjelloul, «Analyse de situation de l'inclusion financière en Algérie entre 2004-2022,» *Revue Dirassat Iqtissadiya*, vol. 11, n° %101, pp. 424-448, 2024.
- [3] J. officiel, *Loi de finance*, 2025.
- [4] S. Merbouhi et N. Hadid, «Le paiement électronique en Algérie delits économiques et financiers,» *Revue Nouvelle Economie*, vol. 01, n° %116, pp. 19-27, 2017.
- [5] I. Saadia et M. Ali, «Adoption et utilisation des paiements électroniques en Algérie : Etude empirique de la période (2016-2022),» *Revue de l'économie financière et des affaires* , vol. 06, n° %103, pp. 553-564, 2022.
- [6] S. Benmadani, «Les moyens de paiement électronique en Algérie : Etat des lieux et perspectives,» *Revue Etudes Economiques* , vol. 16, n° %101, pp. 791-810, 2022.
- [7] A. Boussof et B. Belkaid, «L'évolution du paiement électronique en Algérie pendant la pandémie du Covid19,» *Finance & Market Review*, vol. 08, n° %102, pp. 150-165, 2021.
- [8] D. Rambure, Les systèmes de paiement, Paris: Economica , 2005.
- [9] N.-e. Lamine et M. Cherchem, «L'e-paiement en Algérie : état des lieux et perspectives de développement,» *Journal of Economic Sciences Institute* , vol. 27, n° %103, pp. 175-191, 2024.
- [10] D. Benazzouz et A. Mouterfi, «Diagnostic et perspectives du e-paiement,» *Journal of Economics and Financial Business*, vol. 07, n° %102, pp. 761-778, 2022.
- [11] K. Senouci et T. B. Tani, «Systèmes de paiement , liquidité et transparence des transactions bancaires,» *Journal of Economic Ppaers* , vol. 05, n° %102, pp. 267-276, 2014.