
L'adoption du e-paiement au sein des PME Algériennes -Une étude descriptive pour 100 PEM, Tizi Ouzou L'année 2022

The adoption of electronic payment in Algerian SMEs

Djafri Ouardia *

Laboratoire de management du changement dans les
entreprises Algerienne - Alger 3

kariche_saliha@yahoo.fr

Date de soumission: 17/12/2022

Kariche Saliha

Laboratoire de management du changement dans les
entreprises Algerienne - Alger 3

djafri.doudou@gmail.com

Date d'acceptation: 02/02/2023

Date de publication: 07/06/2023

Résumé:

Il existe différents moyens du paiement électronique, qui permet d'effectuer des transactions commerciales pour l'échange de biens et de services sur Internet, et d'assurer la sécurité de chacun des partis. Pour les PME qui veulent étendre leurs opérations en ligne, le paiement électronique présente plusieurs avantages, Bien que la majorité des PME algérienne hésite à adopter le paiement électronique. L'étude par questionnaire s'est déroulé dans des circonstance prévues au estimations de notre recherche, nous avons opté pour 100 PME a la wilaya de Tizi Ouzou. L'étude permettra d'analysé le paiement électronique au siens des PME Algeriennes, en mettant en face les défirent facteurs qui influence sur l'adoption du e-paiement au sein des PME Algérienne.

Mots clés: Paiement électronique; Transaction commerciale ; sécurité; PME.

Jel Classification Codes: M11,O39.

Abstract:

There are different means of electronic payment, which allows to carry out commercial tansaction for the exchange of goods and services in Internet, and to ensure the security of each of the parties. For entreprises SMEs (Small and medium-sized entreprises), that want to expand their online operations, electronic payment has several advantages, although the majority of Algerian entreprises SMEs (Small and medium-sized entreprises) are reluctant to adopt electronic payment.The questionnaire took place in circumstances provided for the estimates of our research, we opted for 100 Algerian SMEs in Tizi Ouzou.This research will analyze electronic payment, by confronting the factors that influence the adoption of e-payment in Algerian SMEs.

Keywords: Electronic payment; commercial transaction; Sécurité; SMEs

Jel Classification Codes: M11, O39.

*Auteur correspondant.

1. Introduction:

La dernière décennie a été marquée par le développement des TIC (nouvelles technologies de l'information et de la communication), et surtout de l'Internet, et la croissance de l'importance des E-commerces dans les habitudes de consommateur, qui est devenue très dépendante de l'Internet pour l'acquisition de toutes ses exigences en raison de la vitesse et la facilité d'accès à l'information ainsi que la diversité. En revanche, une réduction des coûts et de la flexibilité dans la transaction pour le vendeur.

Le paiement électronique s'est développé parallèlement à la croissance du commerce électronique, et qui présente plusieurs avantages pour les PME qui veulent étendre leurs opérations en ligne.

Dans la plupart des pays en voie de développement, les PME en Algérie tardent à s'adapter des innovations technologique en raison essentiellement des habitudes traditionnelles de travail, de la culture de l'environnement et de la faible de connaissance ou de motivation à numériser le processus d'activité dans l'entreprise. A cet égard que il est important de savoir que le gouvernement visent à l'impératif d'asseoir un environnement favorable à la transformation numérique en vu de renforcer le secteur technologique et surtout à s'ouvrir à l'économie mondiale, pour cela les PME doivent se mettre en place le paiement électronique en vu de se forger une image international.

Quels sont les facteurs influençant l'intention d'adopter le paiement électronique au sein des PME en Algérie ?

1.1. Les questions secondaire:

- Sommes-nous prêts pour le e- paiement?
- Pourquoi un tel ralentissement pour la mise en place du nouveau système de e-paiement au sien des PME Algériennes?
- Les mentalités algériennes devront elles évoluer?
- Quels sont les solutions pour accélérer le processus et la mise en place de la solution plus rapidement ?
- Comment créer la confiance pour le client et non pas pour les fraudes?
- Quel est la stratégie utilisé pour l'adoption du e-paiement au sein des PME Algériennes?

1.2. Les hypthèses:

- Le e- paiement doit être considéré d'utilité publique et économique en Algérie.
- L'adaptation du e-paiement favorise la relation avec le client au sien des PME Algériennes.
- Le e- paiement soulève plusieurs problème juridique.
- La culture cach, premier facteur handicapant pour les PME Algériennes.
- La cybercriminalité c'est un défi qui faut combattre en collaboration avec le reste du monde.
- L'adaptation du e-paiement nécessite une stratégie personnalisé au sein des PME Algériennes.

1.3. Objectif de recherche:

L'objectif de la recherche s'explique en deux points fondamentaux: un objectif théorique et un objectif pratique. L'objectif théorique de cette recherche est d'analyser dans un premiers temps la littérature sur l'adoption des nouvelles technologies suivi des facteurs de l'adoption du e-paiement. l'étude permettra d'analyser le paiement électronique au sein des PME Algériennes ,en mettant en face les défèrent facteurs. Par la suite de déterminé les facteurs qui influence l'adoption du e-paiement au sien des PME Algériennes.

2. Revue de littérature

Dans se cette partie on va traiter l'adoption des innovations technologiques et systèmes d'informations en montrant l'influence de e-paiement dans les PME.

2.1. Innovation technologique et système d'information:

Les systèmes d'information a été apparue en 1960 avec l'automatisation des applications de processus de données dans les organizations (Agverou, 1999), et même dans les années 1980 l'informatique vu comme outil d'automatisation, n'a pas remis en cause le management classique des organisations.

Dans les années 1990, les systèmes d'informations sont progressivement connus un changement par rapport aux années précédentes, vu comme un système politique qui reconnait plusieurs centres de décision et qui empoche plusieurs points importantes (Agverou, 1999). bien que l'utilisation des technologies de l'information et de la communication dans les organisations a une valeur importante.

Avison et .al. (1999) ont démontré la tâche importante des systèmes d'information et des technologies de l'information on rapportant le développement passive vers une approche stratégique et compétitive capable d'infuser un changement à la structure organisationnel existante.

L'apparence des systèmes d'information dans les PME revient au début des années 1980, lorsque le micro-ordinateurs sont devenu disponible, les systèmes d'information à été affecter au département de comptabilité (Baker, 1987), cité dans (Cragg & Zinatelli, 1995). De nos jours les systèmes d'informations sont disponible dans tous les département des PME et leur évolution ne cesse de croitre, bien que il y'a des difficultés de l'autre pars a l'adopté.

Se pondant, plusieurs études ont analysé les facteurs de cette évolution, Gable (1991), (Raymond, 1985) , (Cooper & Zmud, 1990) , (Fishman & al, 2004) Les résultats dans ces études sont antinomique vu à l'évolution des systèmes d'information à travers le temps ,l'un des factures de cette évolution la volonté et la passion du propriétaire ,la motivation du propriétaire apporte des avantages sur le cadre individuel et organisationnel .D'une autre pars sa volanté des employés (Gragg et King(1993)).

Par ailleurs il se trouve que y'a des facteurs qui empêchent l'évolution des systèmes d'informations, d'après (Cragg & King, 1993), parmi ces obstacles, les faibles connaissances en systèmes d'informations et en innovation technologique, le manque de ressources financières et des problèmes technique.

Lors d'utilisation des systèmes d'information au sein des PME, les facteurs internes ont une grande influence par rapport aux facteurs externes (Cragg & King, 1993).

2.2. Adoption des systèmes d'informations autant qu'innovation technologique:

L'innovation d'après (Rogers, 1995, p. 11), est définie comme étant une idée, une pratique, un objet conçu comme étant nouveau par l'individu.

L'innovation pour Premkumar et Roberts (1999), recommande la même conception qui est adoptée par Rogers, définissent l'innovation comme idée, un objet qui est perçu comme étant nouveau par l'adaptant.

(Vuarin & Rodriguez, 1994, p. 15), considèrent l'innovation une création d'un objet, idée ou pratique qui n'existe pas au sein d'un territoire particulier.

Par ailleurs (Rogers E. , 1983), a définie le processus d'adoption comme la décision d'appliquer l'innovation d'une façon continue, en vue que ce processus d'adoption de l'innovation d'après (Rogers, 1995), démontre qu'il existe des caractéristiques personnelles reconstituant les adoptants potentiels à être plus innovant que d'autre, il a abordé de même cinq critères indiquent le taux d'adoption d'une innovation, ces critères sont: la compatibilité, l'avantage relatif, la complexité, l'expérimentation, et l'observation.

- **La compatibilité:** c'est le degré de cohérence de l'innovation avec les valeurs à caractère personnel ou de groupe, il aperçoit 3 types de compatibilité qui sont importantes (Rogers E. , 1995):
- **La compatibilité selon les valeurs et les croyances:** les valeurs et les croyances représentent une importance principale lors de l'adoption de l'innovation.
- **La compatibilité selon les idées antérieures:** les idées antérieures consistent dans ce fondement les individus pour évaluer une nouvelle idée et par conséquent adopter l'innovation.
- **La compatibilité selon les besoins:** il consiste de deux faces, le premier, l'agent de changement doit mettre en disposition une innovation qui correspondait au besoin de la population, le deuxième, l'acteur du changement doit informer les clients de l'innovation (les conséquences et les bénéfices).
- **L'avantage relatif selon (Rogers, 1995):** c'est la supériorité en termes d'avantages de l'innovation par rapport à l'idée initiale. Cette supériorité consiste six points fondamentaux, la décroissance, la rentabilité économique, la baisse des coûts initiaux, le prestige social, l'épargne de temps et de l'argent et l'avantage immédiat (Rogers E. , 1983).
- **La complexité:** c'est le niveau de difficulté ou de compréhension relative de l'innovation.
- **L'expérimentation:** indiqué par le niveau le quel une innovation peut être expérimentée sur une base limitée.
- **L'observation:** la phase à travers laquelle l'impact de l'innovation est observable aux autres.

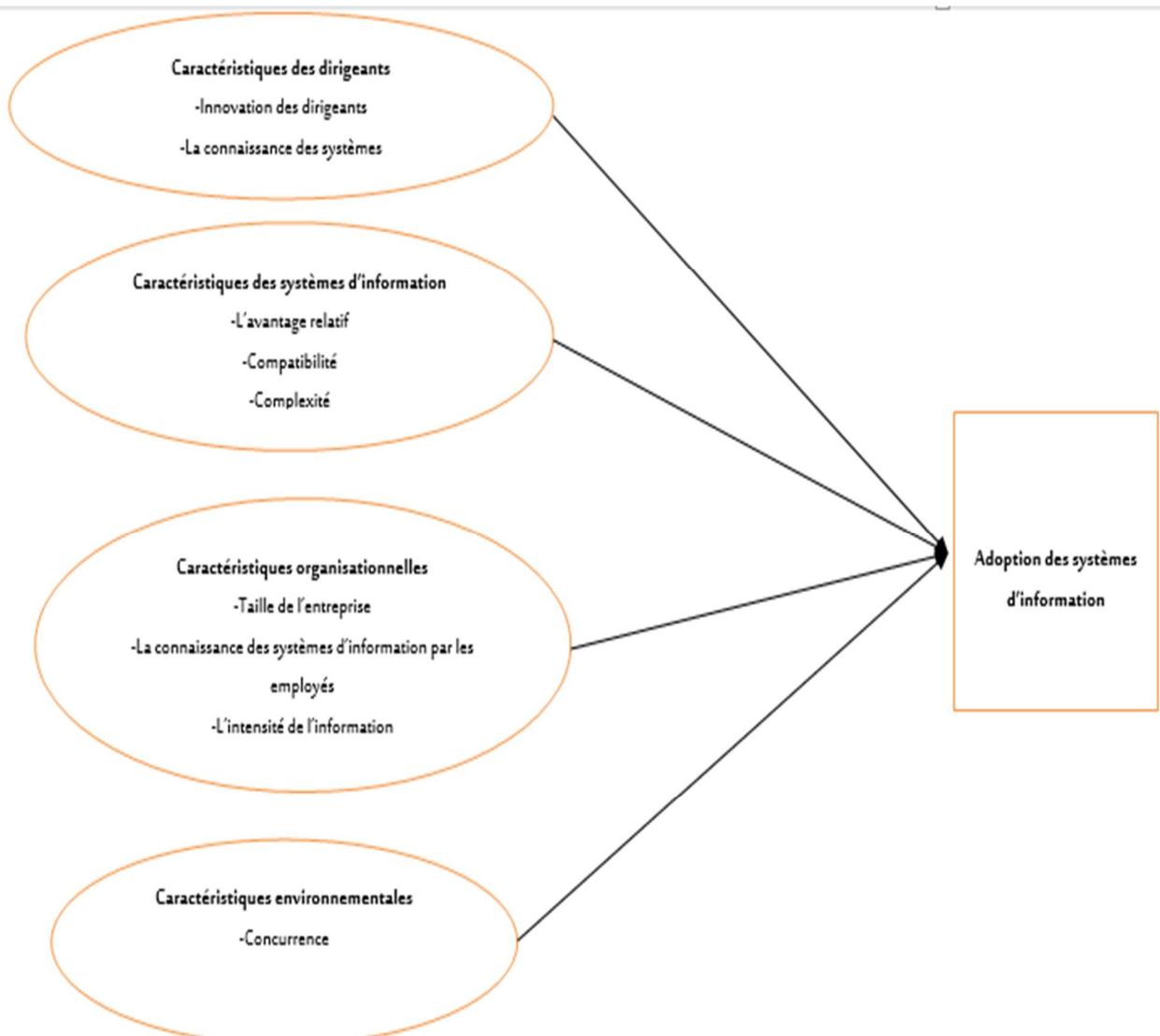
Il est intéressant de noter que la théorie de l'innovation de Rogers est la plus spécifique à l'adoption et la diffusion de l'innovation, par la cause que d'autre auteurs ont essayé de développer se processus d'adoption de

l'innovation, liant les caractéristiques d'innovations de Rogers avec d'autre caractéristiques, ceci en le trouve dans la théorie de Kiberly et Evanisko(1981),ils ont déterminé trois facteurs l'ors de l'adoption de l'innovation a savoir que les caractéristiques des dirigeants organisationnelles du quel la décision final dépend d'une façon considérable. (Thong, 1999), il fallait mettre le rôle principal des caractéristiques des présidents directeurs généraux dans l'adoption de l'innovation au sien des PME.

D'une part (Attewel, 1992), indique que la connaissance des dirigeants est un caractère important pour l'adoption des innovations technologiques, cela réduit les obstacles relatives au manque de connaissance.

Selon (Thong, 1999), les caractéristiques des organisations relative à sa taille, l'intensité de l'information, la connaissance technologique des employés, et a la fin au caractéristiques environnementales. l'adoption des systèmes d'informations au sien des PME selon (Thong, 1999), représenté par le schéma suivant :

Figure 1 : Modèle d'adoption des systèmes d'information au sein des PME.



Source: (Thong, 1999)

L'adoption du e-paiement au sein des PME Algériennes (Une étude descriptive pour 100 PEM, Tizi Ouzou L'année 2022)

(Kwon & Zmud, 1987), dans leurs recherche le rôle principale des facteurs organisationnelle dans l'adoption des innovations technologiques telle que, la taille, la qualité des systèmes d'informations, de l'implication des utilisateurs, des ressources comme la période, le financements, capacités technique.se pondant ils dénotent que l'environnement externe joue un rôle important dans l'adoption des nouvelles technologies à travers deux perspective:

- La première perspective traite les sources de l'information telle que la diversité des clients, et l'incertitude, contient des facteurs réconfortant l'adoption.
- La deuxième perspective présente les facteurs relatifs à la concurrence dans l'industrie de l'adoption, traite le stock de ressource, la dépendance inter firme et à la concentration et à la disposition des ressources.

D'une autre part (Kwon & Zmud, 1987) ont identifié cinq facteurs précèdent une influence sur l'adoption de l'innovation : innovation, la structure organisationnelle, le contexte environnementale, la fonction et les caractéristiques individuelles. (Tornatzky & Klein, 1982), déterminent ainsi dix caractéristiques qui influencent l'adoption de l'innovation technologique (tableau 1).

Tableau (1) : les caractéristiques ayant une influence sur l'adoption de l'innovation.

Caractéristiques de l'innovation	Influence sur l'adoption
Avantage relatif	Très grande
Complexité	Très grande
Communication	Grande
Divisibilité	Grande
Coût	Grande
Profitabilité	Grande
Compatibilité	Très grande
Consentement social	Grande
Essai/Expérimentation	Grande
Observation	Grande

Source: (Tornatzky & Klein, 1982)

2.2.1. Modèles d'adoption des technologies de l'information et systèmes d'information:

Plusieurs auteurs ont étudié l'adoption des technologies de l'information et systèmes d'informations au sein des PME et au grandes entreprises;((Chieochan, Lindley, & Dun, 2000), (Premkumar & Roberts, 1999), (Thong, 1999), (Cragg & King, 1993) , (Grover & Goslar, 1993)).

L'adoption d'innovation technologique selon (Jon & André, 1977), se compose en trois phase :1/Initiation.2/Adoption.3/application.

L'étape d'initiation désigne la collection et l'évaluation des informations qui contient l'innovation technologique, lorsque la décision de l'adoption est prise.

(Cragg & King, 1993), ont expliqué les facteurs ayant influence sur l'adoption des technologies et systèmes d'informations au sein d'entreprise.

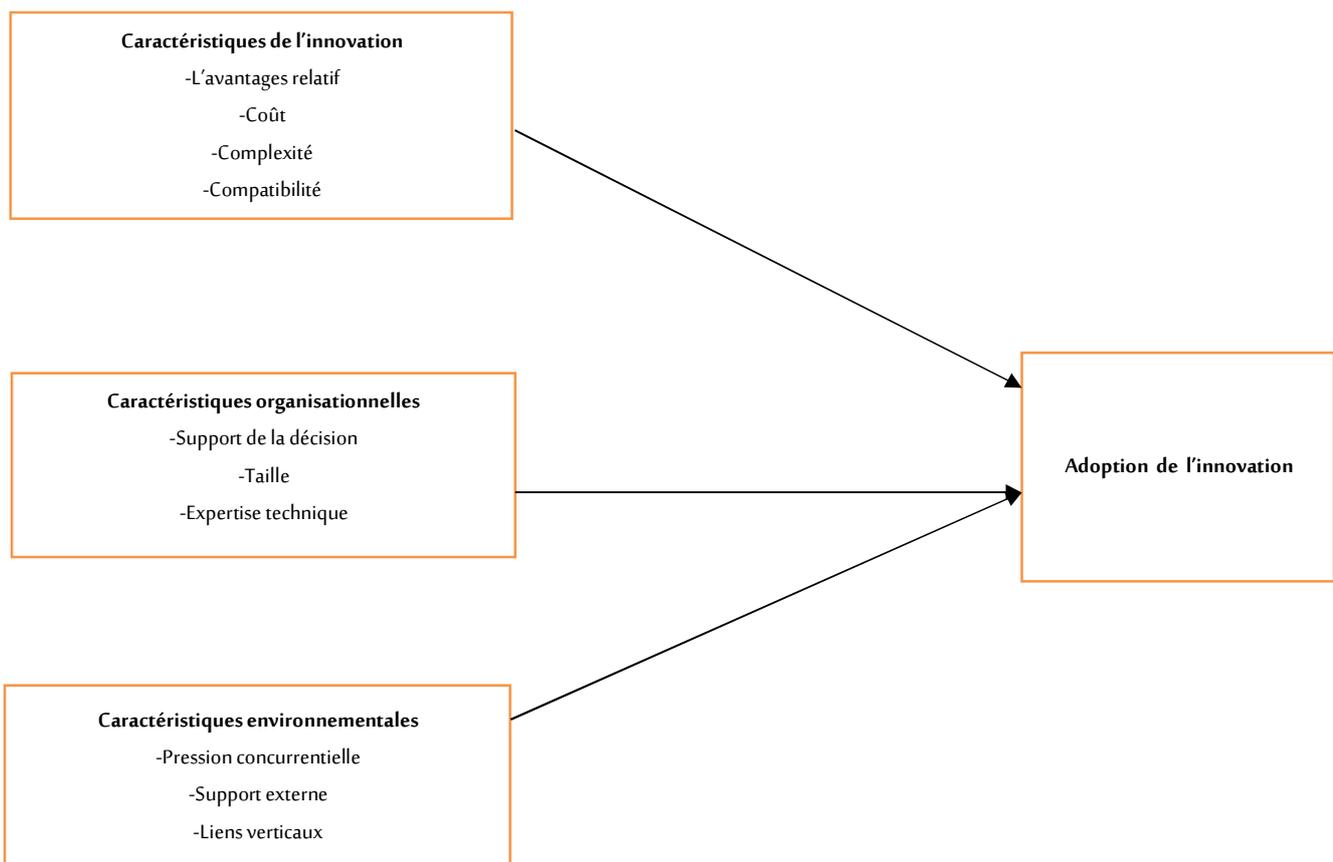
(Thong, 1999), a développé un modèle qui analyse l'adoption des systèmes d'information au sein des PME.

(Chieochan, Lindley, & Dun, 2000), (Grover & Goslar, 1993), (Iacovou, Benbasat, & Dexter, 1955), ont démontré que l'adoption de la technologie et systèmes d'information consiste à l'utilisation de l'information, à la connaissance, la structure de l'organisation, sa culture respective, la taille de l'entreprise, l'infrastructure technologique, et enfin l'économie.

Selon (Premkumar & Roberts, 1999), le modèle d'adoption et innovation technologique contient les caractéristiques de l'innovation, et les caractéristiques organisationnelles et enfin les caractéristiques environnementales.

La figure suivante présente le modèle d'adoption de l'innovation technologique.

La figure 2 : Modèle d'adoption de l'innovation technologique.



Source : (Premkumar & Roberts, 1999)

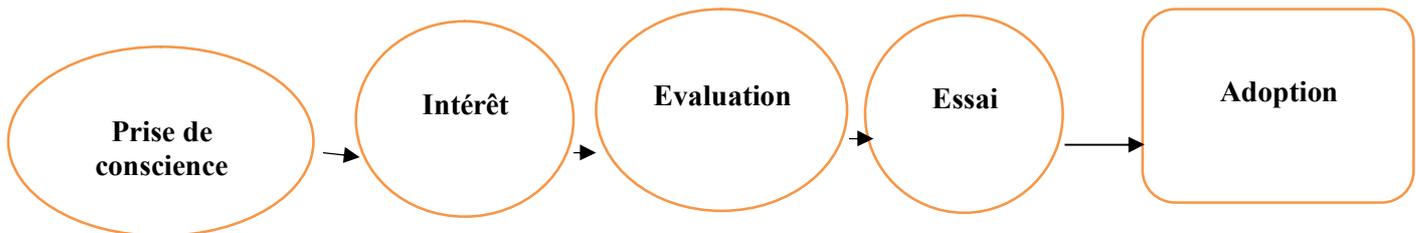
(Robertson, 1971), explique un autre modèle qui présente le processus d'adoption de l'innovation, il contient cinq étapes:

- -Prise de conscience : la sensibilisation de la présence de l'innovation dans la cadre du manque de l'information.

- **Intérêt:** la personne doit avoir une réflexion typique envers une nouvelle idée.
- **Evaluation:** c'est la pratique évaluative lors d'un essai ou d'un rejet de celui-ci
- **Essai:** l'étapes que la personne essaye l'innovation avant de prendre une décision finale
- **Adoption:** l'étape final pour l'acceptation et l'utilisation d'une manière contenue de se produit.

La figure suivante présente le processus d'adoption d'un nouveau produit :

La figure 3 : Le processus d'adoption d'un nouveau produit



Source: (Robertson, 1971)

2.2.2. Historique du paiement électronique:

- Au mois de février 1950, McNamara retourne au Major's Cabin Grill avec son associé, Ralph Schneider. McNamara règle l'addition au moyen d'une petite carte en carton, une carte Diners Club^{MD}. Cet événement, appelé le « premier dîner », fut le lancement de la première carte de paiement multifonction au monde (dinersclubcanada, 2022);
- 1958 naissance de carte American Express (Didier, 2009);
- **Années 60:** naissance des cartes de crédit privées Cetelem, Sofrino, Cofinoga Naissance en suède de l'Eurocard;
- 1967: naissance de Interbank (futur [MasterCard](#)), de Charge Master, des cartes de banque (garantie de chèques) et la naissance de la Carte Bleue;
- 1968: naissance d'Eurochèque;
- Accords Interbank et Charge Master qui deviendront [MasterCard](#);
- 1977: naissance de Visa;
- 1979: naissance de [MasterCard](#);
- 1980: la piste magnétique se généralise;
- 1998: la création de service de paiement PayPal (pymnts, 2022);
- 2000: paiement sur internet: le cryptage;
- 2002: paiement sur internet: l'authentification;
- 2005-2008: mise en place des différentes normes PCI;
- 2006-2010: élaboration du SEPA.

2.2.3. Définition du paiement électronique:

Le paiement est l'action de payer, de régler un achat, de donner une somme d'argent contre un bien ou un service. Dans ce contexte simple, une transaction de paiement électronique ou de l'e-paiement peut donc être définie comme celle dans laquelle la valeur monétaire est transférée par voie électronique ou numérique entre deux entités à titre de compensation ou de contrepartie de la réception des biens ou services. Une entité se réfère à une banque, des affaires, du gouvernement ou même un consommateur individuel. Par cette définition, il est évident que tout paiement non effectué avec support papier est considéré comme une transaction de paiement électronique (Margaret, 2004, p. 3).

Le paiement en ligne est tout simplement un échange d'argent par système électronique. Il s'agit des paiements que l'on réalise sur Internet ou via des réseaux de télécommunications, générés à partir soit d'un ordinateur, soit d'un téléphone mobile (ecommercemag, 2022).

2.2.4. Les caractéristiques et les attentes du paiement électronique:

❖ **Les Caractéristiques de paiement électronique:** Parmi les Caractéristiques et les forces de paiement électronique cite (slideshare, 2022):

- Universalité; Faible de coût de transaction et rapidité d'exécution;
- Facilité d'utilisation; Vérification de l'authenticité de l'argent;
- Assurance de l'intégrité du paiement; Identification adéquate des parties;
- Confidentialité; Diversification des moyens de paiement.

❖ **Les attentes des consommateurs, des commerçants et des autorités publiques:** Le tableau (2) suivant présente les attentes des consommateurs, des commerçants et des autorités publiques.

	Les attentes
des consommateurs	- La priorité est à la facilité d'usage ; - La sécurité est une condition essentielle au développement de nouveaux moyens de paiement ; - La gratuité est souvent considérée comme allant de soi ; - Les moyens de paiement ne rencontrent le succès que si leur caractère universel est établi.
des commerçants	- La sécurité et la garantie des paiements sont les attentes essentielles ; - Les services associés à l'encaissement sont appréciés.
des autorités publiques	- L'objectif premier des autorités est d'assurer la sécurité des solutions de paiement et la confiance; - La transparence des opérations et des intervenants est nécessaire afin d'éviter le déplacement du marché vers des systèmes opaques opérés par des structures mal contrôlées ; - La concurrence doit être encadrée pour permettre un développement des opérations dans un cadre favorable aux consommateurs tout en permettant la rémunération des intervenants.

Source : élaboré par nous-mêmes sur la base de : (Pauget, 2012)

Selon le tableau précédent on constate que la sécurité est l'attente partagée entre les trois acteurs. Qu'est ce qu'un paiement sécurisé ?

2.3. La sécurité du paiement:

Les transactions effectuées sur le réseau Internet ou autre sont protégées contre les interceptions non autorisées et également contre les modifications et altérations non autorisées du contenu original des messages.

Un paiement sécurisé signifie que les transactions effectuées sur le réseau Internet sont protégées contre les interceptions non autorisées et contre la modification frauduleuse des données originales (bdesign, 20).

2.4. Sécurisation du site:

La plupart des sites de vente fiables possèdent, lors de la transaction, une architecture **https://**, qui définit la sécurité du paiement.

L'https ne s'obtient pas n'importe comment, il est donc une garantie précieuse lors de commandes. Vous pouvez voir si le site est en https dans la barre d'adresse de votre navigateur.

Attention, un site affichant https:// n'est pas obligatoirement fiable. Par contre, un site ne l'affichant pas durant la transaction sera à considérer comme non-fiable (commentcamarche, 15).

2.4.1. Les protocoles de sécurité:

- Le protocole SSL:

Le protocole SSL a été développé par Netscape pour offrir sécurité et confidentialité sur Internet. Ce protocole permet d'identifier clients et serveurs dans une connexion de type socket. SSL a bien entendu été implanté sur le navigateur Netscape. En fait, le mot Socket peut être défini comme la combinaison d'une adresse IP avec un numéro de port. Le protocole SSL s'applique au niveau de la couche TCP/IP et il chiffre les communications entre le navigateur et les serveurs (web-2-com, 22).

- Le protocole SET:

Le protocole SET a été développé conjointement par Visa, MasterCard, Microsoft, IBM et Netscape. En effet, le protocole SET est une spécification technique qui vise à sécuriser au moindre coût les transactions par carte bancaire sur les réseaux ouverts tels Internet.

2.4.2. Moyens de paiement en ligne:

Il existe de nombreux moyens de paiement plus ou moins utilisés, devant vérifier de nombreuses propriétés (inviolabilité, non répudiation, anonymat ...) afin d'assurer la sécurité de chacun des partis.

❖ Carte de crédit (creditcard):

Carte adossée à une ligne de crédit accordée à son titulaire, qui peut effectuer des achats et/ou retirer des espèces à concurrence d'un montant prédéfini. Le crédit ainsi accordé peut être soit remboursé intégralement à la fin d'une période donnée, soit remboursé partiellement, le solde dû étant considéré comme une extension de

crédit. Un tel crédit porte intérêt et le titulaire de la carte doit, dans certains cas, acquitter une commission annuelle (Banque des Règlements Internationaux, 2003). Ex : Mastercard, visa

Parmi les avantages et les inconvénients de ce moyen de paiement on cite (awt.be, 20):

- **simplicité:** nécessité juste de recueillir un numéro de code, un nom et prénom, une date de validité, et un code de vérification, informations qui se trouvent sous une structure identique sur toutes les cartes du monde;
- **universalité:** possibilité de réceptionner des paiements quelque soit le pays d'origine de l'acheteur, sans se soucier des éventuelles opérations de change nécessaires;
- **paiement différé au niveau du consommateur:** élément favorisant bien évidemment les achats impulsifs.

Il présente également **différents inconvénients:**

- public restreint aux personnes majeures, ayant généralement dû justifier de revenus réguliers pour recevoir une carte de crédit.
- usurpation (de moins en moins) aisée: la simplicité du dispositif engendre la possibilité pour toute personne ayant noté les numéros de la carte d'un tiers d'effectuer des opérations sur le compte de celui-ci;
- coûts des commissions sur les transactions perçus par l'acquéreur et par le PSP;
- les transactions sont plafonnées à un certain montant total de dépenses par mois.

❖ Carte de débit:

La carte de débit est une carte bancaire codée permettant à son possesseur de réaliser des achats de biens et services sans avoir recours au numéraire. Le titulaire de la carte peut donc effectuer des règlements chez un commerçant grâce à l'utilisation de son code confidentiel ou retirer des espèces dans un distributeur de billets. La carte de débit peut être à débit immédiat (le débit sur le compte s'effectue à chaque opération) ou à débit différé (l'achat réglé par carte est débité en fin de mois) (mataf.net, 2022):

Parmi les avantages et les inconvénients et les de ce moyen de paiement on cite (Damien, 2022):

- Les Avantages:

- Carte très répandue;
- Transfert immédiat sur le compte du vendeur;
- La carte de débit Transfert immédiat sur le compte du vendeur;
- Très fiable. Pas de répudiation possible; Faible coût;
- Adapté aussi au B to B;

- Les inconvénients:

- Nécessité pour le client d'être client « webbanking » de sa banque;

L'adoption du e-paiement au sein des PME Algériennes (Une étude descriptive pour 100 PEM, Tizi Ouzou L'année 2022)

- Solution nationale;
- contestation difficile à gérer.

Les cartes de crédit et de débit se ressemblent beaucoup, mais elles diffèrent sur quelques points importants. Se tableau (3) suivant montrent la différence entre la carte de débit et la carte de crédit:

	Carte de débit	Carte de crédit
Dénomination	Bancontact/Mister Cash : en Belgique // Maestro : à l'étranger	Visa, MasterCard, American Express, Diners
Émetteur	Banques et institutions financières	Banques et institutions financières // Grandes entreprises (ex. chaînes de magasins, compagnies aériennes)
Utilisation	Paiement chez les commerçants et les prestataires de services // Retraits d'argent aux distributeurs // Paiements sur internet avec le lecteur de carte ou le digipass // Opération bancaires aux distributeurs	Paiement chez les commerçants et les prestataires de services // Retraits d'argent aux distributeurs // Paiements par téléphone et sur internet (avec ou sans lecteur de cartes ou digipass)
Paiement	Le montant est immédiatement transféré de votre compte sur celui du commerçant	Vous payez vos achats seulement à la fin d'une période Avec une ligne de crédit, vous pouvez étaler le paiement sur une période plus longue, en payant des intérêts
Limites	L'argent disponible sur votre compte, sauf si vous pouvez descendre 'en dessous de zéro' // Un montant maximum en transactions par jour et par semaine	La limite de crédit autorisée (mensuellement). La limite de crédit est le montant maximum que vous pouvez utiliser dans une période donnée, par exemple 1 mois.
Identification	Code PIN	Généralement le code PIN // Parfois la signature et la carte d'identité
Protection	Sans code PIN, la carte est inutilisable // La carte est automatiquement bloquée après 3 essais erronés du code PIN // En cas de fraude, généralement perte maximale de 150 euros (sauf en cas de négligence)	La carte peut être utilisée sans code PIN (par exemple sur internet), mais avec le code CVC figurant au verso // La carte est automatiquement bloquée après 3 essais erronés du code PIN // En cas de fraude, généralement perte maximale de 150 euros (sauf en cas de négligence) // La carte est bloquée en cas de suspicion de fraude
International	Avec Maestro, vous pouvez effectuer des paiements et des retraits à l'étranger // Depuis 2011, les cartes de débit sont généralement bloquées pour usage en dehors de l'Europe; demandez à votre banque de la débloquer si vous voyagez en dehors de l'Europe et que vous souhaitez l'utiliser	Paiements et retraits dans le monde entier
Coûts	Cotisation annuelle (parfois gratuite) Éventuellement coût par transaction // Dans la zone euro, une transaction coûte le même prix qu'en Belgique // En dehors de la zone euro, coûts de change et commission	Cotisation annuelle (parfois gratuite) // Coûts pour les retraits effectués au distributeur // Coûts de change et commission pour les transactions dans d'autres devises

Source : (wikifin, 2022)

❖ La Carte à puce (Carte à mémoire):

Carte plastifiée de dimensions normalisées, dotée d'un support de mémorisation de données numérique et d'un microprocesseur.

Semblable à une carte de crédit, la carte à puce permet de stocker des données, de les protéger et de les traiter. A la place des pistes magnétique intégrées aux cartes magnétique, la carte à puce possède, sur une de ses faces, une puce c'est-à-dire une mince pastille munie de microcircuits contenant des informations diverses (identification, somme d'argent).

Le détenteur de la carte à puce fait transférer un certain montant de son compte bancaire à sa carte, lorsqu'il réalise un achat, le montant du Paiement est déduit de la mémoire de la puce, et le solde de la carte est indiqué (Dancette, 2000).

Parmi les avantages de la carte à puce on cite (condexatedenbay, 2022):

- Une plus grande sécurité ;
- Différents Types de données ;
- Intégrité des données.

Un des plus importants inconvénients de la technologie de carte à puce est le coût.

❖ Paiements par comptes de tiers / portefeuilles virtuels

Transfert d'argent d'un compte/portefeuille virtuel à un autre en communiquant un numéro virtuel (ex: adresse e-mail) et un mot de passe.

- **Exemples:** PayPal (eBay), Google Wallet, Amazon Wallet, Hipay.com (Hi-Media).

- **Remarque:** L'utilisateur doit alimenter le portefeuille virtuel (par virement ponctuel ou par lien avec un compte bancaire / carte de crédit).

Il présente les mêmes avantages et les mêmes inconvénients que le moyen de paiement auquel il est généralement couplé, la carte de crédit (cours-ecommerce, 2022).

❖ Codes éphémère:

Ces cartes prépayées peuvent être achetées en magasin (réseau de boutiques affiliées), ainsi qu'en ligne ou par virement bancaire (ecommercemag, 2022).

L'internaute doit gratter les chiffres au dos de la carte (ou télécharger ce code sur un site web). En tapant ce code unique, il est alors possible d'accéder à des réseaux sociaux, de consulter des documents en archives, de télécharger des logiciels, de jouer en ligne.

- **Exemples de prestataires:**

- www.paysafecard.com/be
- www.allopass.com

- www.Zeevex.com
- www.Neosurf.info

Ces dispositifs ne sont pas liés automatiquement à un compte bancaire et présentent généralement un anonymat bancaire. Ils sont simples d'utilisation, et très adaptés aux petits montants d'achats (moins de 5 euros) ainsi qu'à la fourniture de biens dématérialisés (ex: jeux en ligne). Par contre, il est nécessaire pour l'acheteur d'acquiescer des codes préalablement.

❖ Nouvelles technologies de paiement électronique

- **Le paiement NFC:** Le sigle NFC (communications en champ proche) désigne une technologie sans contact dérivée du RFID, mise au point dans un premier temps par Sony et Phillips qui ont par la suite été rejoints par Nokia, Samsung, Microsoft et d'autres (Paret, Boutonnier, & Houiti, 2012).

Cette technologie permet l'échange de données à courte distance et sera à court terme mise en œuvre dans des domaines aussi divers que:

- paiement sans contact à partir d'un téléphone portable ou d'une carte bancaire,
- contrôle d'accès (badges d'entreprise, clés de voiture, billetterie de spectacles, cartes de transport...)
- couponing (bons de réduction ou cartes de fidélité...).
- C'est un paiement sans contact entre un lecteur et n'importe quel terminal mobile ou entre les terminaux eux mêmes.

- Le paiement en monnaie virtuelle:

● **Le Bitcoin:** Le mot « bitcoin » désigne à la fois une nouvelle unité monétaire et le réseau de pair à pair qui transmet les transactions électroniques utilisant ces unités.

Contrairement aux monnaies virtuelles de plateforme, le bitcoin est dépourvu d'émetteur central; il est entièrement décentralisé; Parmi les avantages potentiels des bitcoins, mentionnons la réduction des frais de transaction pour les marchands en ligne, rendue possible par l'élimination des intermédiaires associés aux modes de paiement classiques (comme les cartes de crédit). Pour des raisons semblables, les coûts liés aux virements de fonds à l'étranger pourraient, eux aussi, être moins élevés (Ben & Hanna, 2014, p. 16).

En synthèse, bitcoin nous permet de:

- Recevoir, stocker, transférer soi-même de la monnaie;
- Décider de faire appel ou non aux services d'une banque;
- Recevoir des paiements en ligne irréversibles;
- Réduire les coûts des transactions;

- Réduire les délais de transactions, ils se comptent en secondes ou en minutes pour bitcoin alors que le traitement d'une transaction bancaire classique prend des heures ou des jours.

❖ Le crédit facebook:

Vers le milieu de 2009, Facebook, le réseau social le plus utilisé au monde, a lancé sa monnaie virtuelle : les crédits Facebook. à partir du 1er juillet 2011, et sur l'ensemble des applications Facebook, les développeurs seront obligés de proposer les Facebook Credits comme moyen de paiement.

Cette monnaie virtuelle permet à l'utilisateur d'acheter des objets et autres fournitures, dans la majorité des applications et jeux présents sur Facebook (FarmVille, Mafia Wars, etc.) (disco reseaux-sociaux, 2022).

Les usagers s'en servaient pour acheter du contenu payant dans le cadre de certains jeux et applications, ce qui leur permettait notamment de prolonger leurs parties ou d'obtenir de meilleurs résultats. Ils pouvaient, par exemple, se procurer de l'engrais pour que leur ferme virtuelle produise des « récoltes » plus abondantes. Deux modes d'acquisition leur étaient proposés : gagner des crédits en répondant à des sondages ou en testant la version bêta d'un jeu, ou en acheter avec de la monnaie nationale. Une fois acquis, cependant, les crédits ne pouvaient pas être reconvertis en argent ou transférés à un autre utilisateur. Ils ne pouvaient être « dépensés » qu'au sein de la plateforme Facebook (Ben & Hanna, 2014, p. 17).

3. Le paiement électronique et les PME:

La PME présente généralement une structure simple et flexible qui lui permet d'être réactive à toute modification de l'environnement. Cette organisation entraîne de faibles coûts de structure ce qui peut lui donner un avantage concurrentiel par rapport à la GE. Cependant, dans une phase d'expansion qui pourrait entraîner des modifications de sa structure, la PME devra faire en sorte que ces coûts soient absorbés par les ventes futures. Les niveaux hiérarchiques étant souvent très réduits, les processus de décisions sont plus rapides pour régler les problèmes liés à l'activité. L'information circule également de manière plus efficace même si elle revêt un caractère informel. Dans les PME, les salariés peuvent être plus motivés que dans une GE. En effet, ils peuvent se sentir plus impliqués dans la pérennité de la PME car cette dernière n'offre pas toutes les possibilités d'une GE en cas de licenciement (reclassement, indemnités de licenciement par exemple). De plus, la taille de la PME permet aux salariés d'être plus souvent associés aux prises de décisions (oeconomia.net, 2022).

Selon Bernard Cohen-Hadad La modernisation des moyens de paiement n'aura pas lieu sans la participation active des PME. Elles sont prêtes à évoluer (latribune, 2022).

Les systèmes de paiements électroniques peuvent également être considérés comme un support de croissance pour les PME.

En effet, l'acceptation des paiements électroniques aide les petites et moyennes entreprises à améliorer leurs revenus à travers la croissance des ventes que ce soit sur le marché international que le marché interne. Par

ailleurs, ce système permet aux PME de devenir des fournisseurs pour les agences et administrations publiques qui utilisent le paiement électronique comme moyen de règlement.

Les PME peuvent réduire considérablement les coûts opérationnels pour acheter les biens et services, séparer les biens personnels de ceux de l'entreprise et accéder aux dépôts en utilisant les cartes de paiement.

Les lignes de crédit pour les fonds de roulement (crédits de fonctionnement) et de capital-risque peuvent être étendues par les banques commerciales et les organismes de capital-risque avec des cartes de paiement.

On peut ainsi utiliser les solutions de e-paiement réduit les coûts et temps de mise à disposition de crédits, protéger contre la fraude et les dépassements d'autorisations, tout en sécurisant les lignes de crédit et permettant aux usagers une flexibilité financière (leconomiste, 2022).

Le principal avantage du e-paiement est le même avantage s'applique à la plupart des formes du e-commerce en général. Les consommateurs peuvent trouver ce qu'ils désirent et l'acheter de façon plus rapide. Ce transfert immédiat des fonds aux entreprises offre d'autres avantages. Les acheteurs sont généralement plus enclins à faire des achats si le processus d'achat est simple et immédiat. Les systèmes de paiement électronique qui sont pratique et bien exécutés, sont perçus comme un type de service à la clientèle. Ils montrent aux consommateurs que l'entreprise se soucie de satisfaire ses clients (bricoglobe, 2022).

Les paiements par chèque et en espèces peuvent, quant à eux, présenter quelques risques. Chèques volés, perdus ou sans provision, erreur de comptage, agression et vol... En réponse à ces difficultés, le paiement par carte de crédit est plus rapide et plus sûr. Il assure en effet une garantie de paiement, puisque les vérifications nécessaires à la validation du paiement sont effectuées en direct.

Enfin, ce service permet aussi de proposer d'autres options à vos clients, comme la possibilité de régler le montant dû en plusieurs fois ou d'utiliser le paiement sans contact, qui devrait être généralisé dès janvier 2016 (bloc, 2022).

Pour que ce système de paiement électronique soit un véritable succès et fer de lance, il faudrait qu'une étroite coopération entre diverses parties concernées avec différents intérêts, voire concurrentiels, soit établie (leconomiste, 2022):

- Mettre en place des règles du jeu qui définissent clairement les rôles et responsabilités pour chacune des parties prenantes;
- Mettre en place des préceptes qui supportent les contributions à travers une infrastructure partagée tout en encourageant la concurrence;
- Des principes et ressources robustes et rigoureux en matière de gestion du risque et afin de prévenir toute instabilité au niveau du réseau et/ou tout risque de fraude et de sécurité des transactions;

- Des codes civil et commercial (donc un système judiciaire mis à niveau) actualisés afin de refléter les nouvelles formes de transactions.

4. Etude de cas:

Selon la ministre de la Poste et des Technologies de l'information et de la communication Le paiement électronique ne verra pas le jour d'ausitôt en Algérie. Car il nécessite la mise en place d'une infrastructure et d'une réglementation, et ce, dans le but de sécuriser les réseaux de paiement (pme-dz, 2022).

Dans une interview, Boualem Djebbar, président de l'ABEF annonce que le E-paiement et le E-commerce seront bientôt disponibles en Algérie, et ça sera plus précisément avant 2017 (e-paiement-e-commerce-algerie, 2022).

Pour savoir si les pme algérienne sont prêtent et veulent adopter le paiement électronique, on a effectué le sondage suivant. La population visée par l'enquête était celle des PME de la région de Tizi Ouzou ayant entre 1 et 249 employés. On a utilisé le site des annuaires des entreprises Kompas comme base de sondage. L'échantillon constitué de 100 PME.

La collecte des données a été effectuée par téléphone et par interview. Cette partie contribuera à également de mettre ces résultats à caractère descriptif permettra au lecteurs de comprendre l'étude et avoir des informations sur les répondants dans les PME Algériennes. Les résultats obtenus sont illustrés dans les tableaux suivants:

Tableau 4: La répartition des PME selon la taille

Le nombre d'employés	Pourcentage
1-9	51%
10-49	39%
50-249	20%

Source: auteur'l par réaliser

Prépondérance des micros-entreprises (appartiennent à la catégorie des TPE avec moins de 10 salariés).

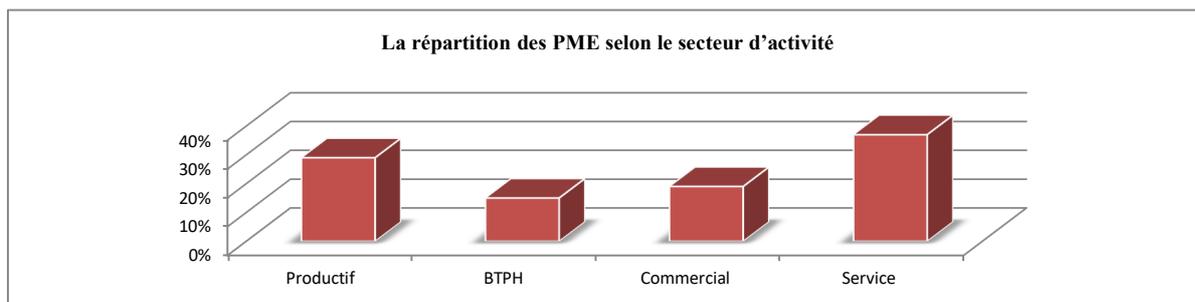
Tableau 5 : La répartition des PME selon le secteur d'activité

Productif	29%
BTPH	15%
Commercial	19%
Service	37%

Source: auteur'l par réaliser

La figure 4: La répartition des PME selon le secteur d'activité on trouve que le secteur service prend la majorité:

L'adoption du e-paiement au sein des PME Algériennes (Une étude descriptive pour 100 PEM, Tizi Ouzou L'année 2022)



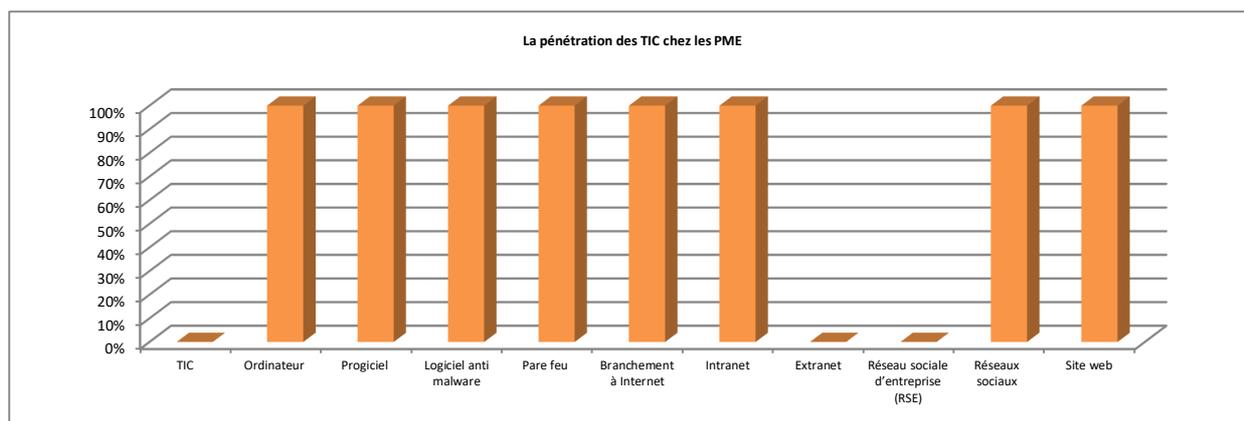
Source: auteur'l par réaliser

Tableau 6: La pénétration des TIC chez les PME

TIC	Pourcentage
Ordinateur	100%
Progiciel	7%
Mesure de sécurité	
Logiciel anti malware	95%
Pare feu	85%
Réseaux	
Branchement à Internet	100%
Intranet	5%
Extranet	0%
Réseau sociale d'entreprise (RSE)	0%
Réseaux sociaux	12%
Site web	48%

Source: auteur'l par réaliser

La figure 5: La pénétration des TIC dans les PME Algériennes



Source: auteur'l par réaliser

- la totalité des PME se servent de l'ordinateur ;
- La sécurité et la protection sont de toute première importance ;
- Toutes les pme sont branchées à internet (ont une adresse email) ;
- Presque la moitié des pme ont un site web mais 12 sites sont inaccessibles ;

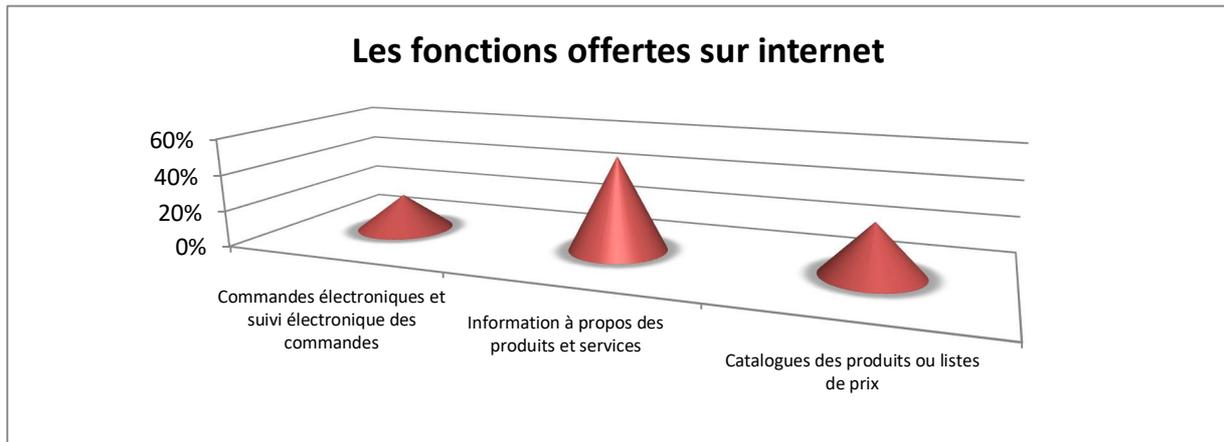
- 12% des pme sont présente sur les réseaux sociaux tels que : face book , youtube, instagram, [LinkedIn](#), Tweeter , afin d’augmenter leurs visibilité.

Tableau7: Les fonctions offertes sur internet

Commandes électroniques et suivi électronique des commandes	20%
Information à propos des produits et services	52%
Catalogues des produits ou listes de prix	28%

Source: auteur'l par réaliser

La figure 06: Les fonctions offertes sur internet.



Source: auteur'l par réaliser

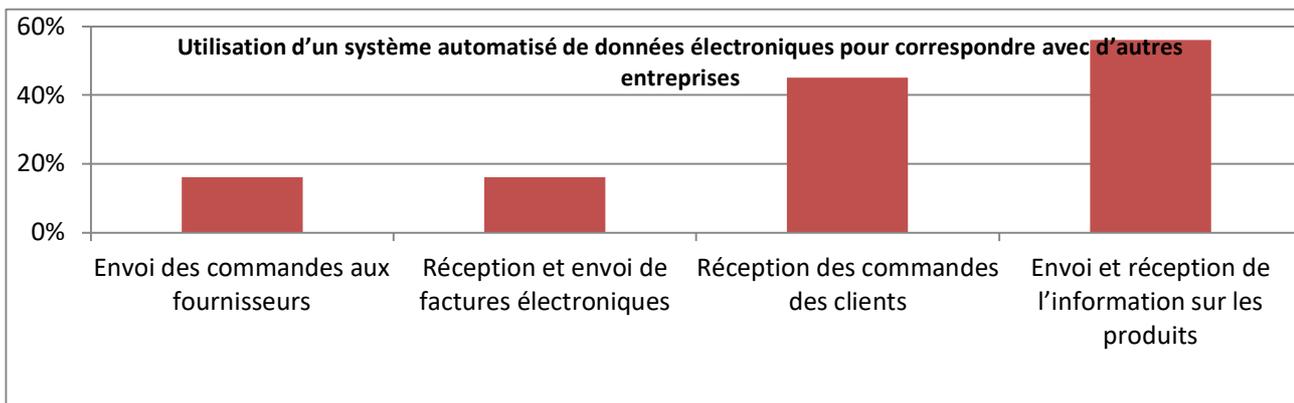
La majorité des PME ayant un site web offre des informations sur les produits ou services proposés.

Tableau 8: Utilisation d’un système automatisé de données électroniques pour correspondre avec d’autres entreprises aux fins suivantes

Envoi des commandes aux fournisseurs	16%
Réception et envoi de factures électroniques	16%
Réception des commandes des clients	45%
Envoi et réception de l’information sur les produits	56%

Source: auteur'l par réaliser

La figure 6: L'utilisation d'un système automatisé



Source: auteur'l par réaliser

Tableau 9: Connaissance d'E-paiement

Oui	92%
Non	8%

Source: auteur'l par réaliser

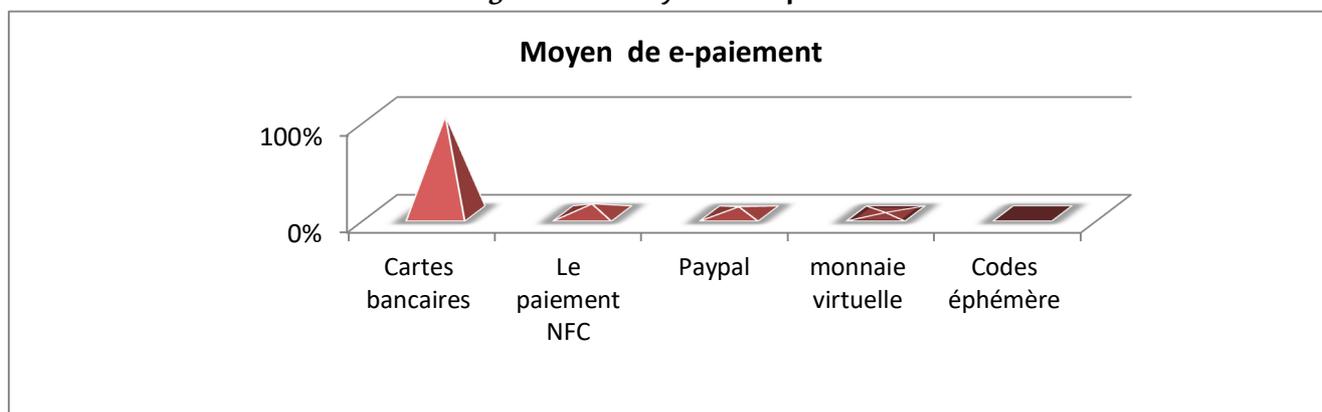
La majorité des dirigeants des pme interviewés connaissent le paiement électronique.

Tableau 10: Moyen de e-paiement

Cartes bancaires	100 %
Le paiement NFC	10%
Paypal	7%
monnaie virtuelle	1%
Codes éphémère	0%

Source: auteur'l par réaliser

La figure 7: Les moyens de e-paiement



Source: auteur'l par réaliser

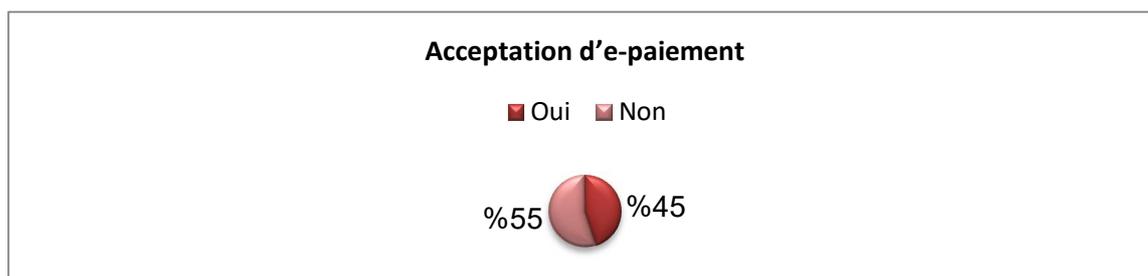
La carte bancaire est le moyen le plus réputé, puisque la plupart des dirigeants ont une carte CIB ou visa carte. Sauf les pme qui travaillent dans le domaine de l'informatique connaissent les nouveaux moyens de paiement électronique.

Tableau 11: Acceptation d'e-paiement

Oui	45%
Non	55%

Source: auteur'l par réaliser

La figure 8: L'acceptation de e-paiement



Source: auteur'l par réaliser

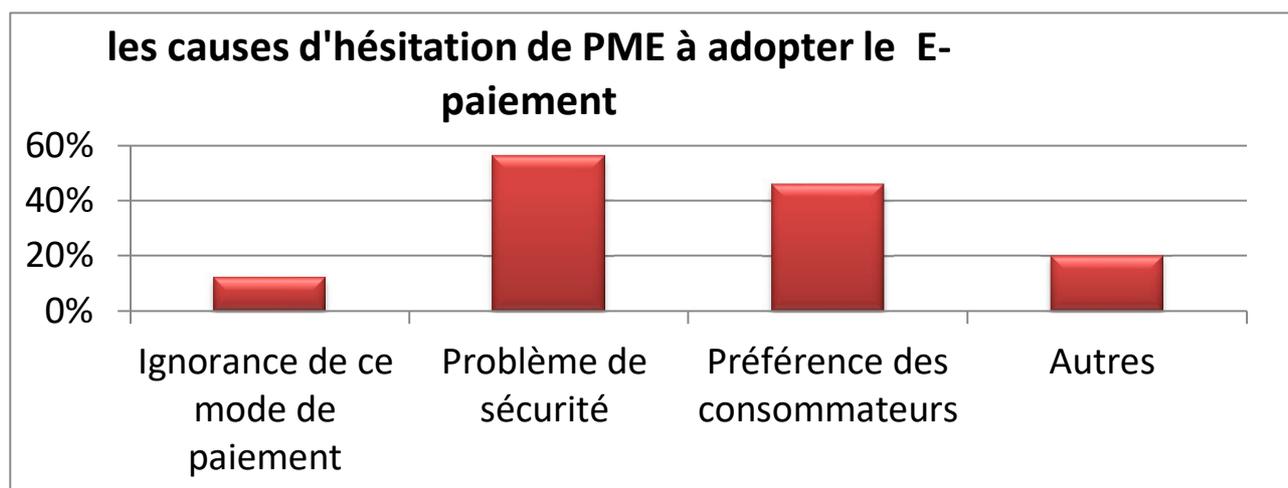
On constate que plus de la moitié des pme hésite à adopter le paiement électronique.

Tableau 12: les causes d'hésitation de PME à adopter le paiement électronique.

Ignorance de ce mode de paiement	12%
Problème de sécurité	56%
Préférence des clients	46%
Autres	20%

Source: auteur'l par réaliser

La figure 9: Les causes d'hésitation des PME à adopter le e-paiement



Source: auteur'l par réaliser

Les pme hésitent d'adopter le paiement électronique pour plusieurs raisons:

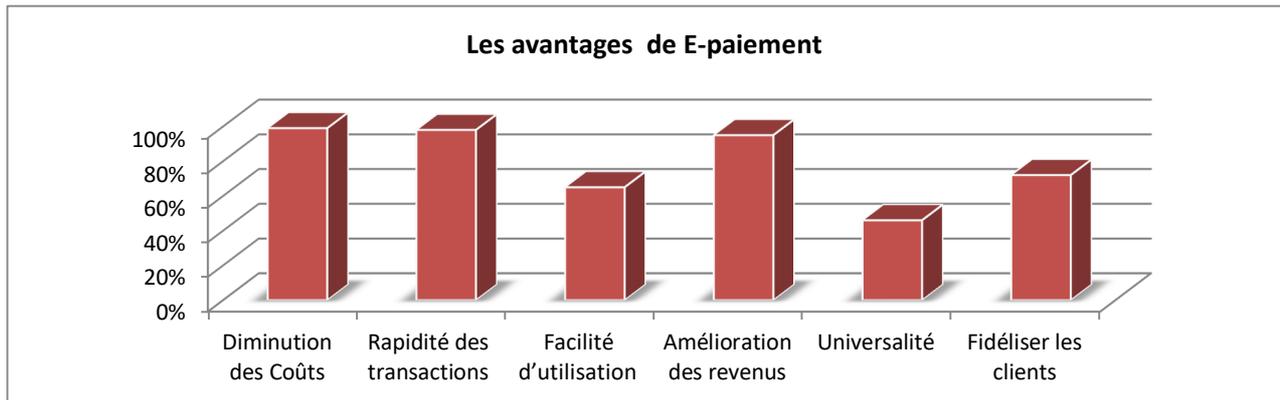
- manque d'information sur ce nouveau mode de paiement;
- La sécurité
- La culture du cash, est le premier facteur handicapant, plusieurs consommateurs préfèrent faire confiance aux moyens classiques de paiement.
- Dans ce nouveau mode de paiement, les transactions commerciales sont facilement traçables, ce qui ne leur permet d'échapper à l'impôt.

Tableau 13: Les avantages de e-paiement

Diminution des Coûts	99%
Rapidité des transactions	98%
Facilité d'utilisation	65%
Amélioration des revenus	95%
Universalité	46%
Fidéliser les clients	96%

Source: auteur'l par réaliser

La figure 10: Les avantages de e-paiement



Source: auteur'l par réaliser

Parmi les avantages qui incitent les PME de se lancer dans le paiement électronique on cite : la diminution des Coûts, la rapidité des transactions, fidélisation des clients et l'amélioration des revenus.

5. Conclusion:

Finalement nous avons conclu les résultats suivants:

- ✓ Il existe plusieurs types de moyens de paiement, Chacun d'entre eux obéit à des règles précises et dispose d'avantages, d'inconvénients et d'un coût spécifique ;
- ✓ Les moyens de paiement évoluent très rapidement ;
- ✓ Si des risques existent dans le paiement électronique, le respect de quelques règles simples d'utilisation et de vigilance permet de les limiter et de les réduire très fortement ;
- ✓ l'acceptation des paiements électroniques aide les petites et moyennes entreprises à améliorer leurs revenus à travers la croissance des ventes que ce soit sur le marché international que le marché interne ;
- ✓ les PME algérienne hésitent à adopter le paiement électronique ;
- ✓ Les systèmes de paiements électroniques peuvent également être considérés comme un support de croissance pour les PME.
- ✓ dans ce nouveau mode de paiement, les transactions commerciales sont facilement traçables, ce qui ne leur permet d'échapper à l'impôt.

6. Bibliographie:

1. Agverou, C. (1999). Information systems : what sort of science is it ? ». Omega , 28, 567-579.
2. Attewel, P. (1992). Technology Diffusion and Organizational Learning: The Case of Business Computing . Organization Science (3), 1-19.
3. awt.be. (20, 10 2022). Retrieved from <http://www.awt.be/web/ebu/index.aspx?page=ebu,fr,fig,140,003>
4. Baker,W.H.(1987).«Status of Information Management in Small Business».Journal of Systems Management, 38 (4), 10-15.
5. Banque des Règlements Internationaux. (2003). Comité sur les systèmes de paiement et de règlement, glossaire des termes utilisés pour les systèmes de paiement et de règlement . Suisse.

6. bdesign. (20, 10 2022). Retrieved from <http://www.bdesign-web.com/paiements-securises/>
7. Ben, F., & Hanna, H. (2014). Revue de la banque du Canada. Retrieved from Coup de projecteur sur les monnaies virtuelles de plateforme: <http://www.banqueducanada.ca/wp-content/uploads/2014/05/revue-bdc-printemps14-fung.pdf>
8. bloc. (2022). Retrieved from <http://www.bloc.com/article/travail/entreprendre/5684-terminal-de-paiement-electronique-2015-12-16.html#ixzz47wQ5FZQx>
9. bricoglobe. (2022). Retrieved from <http://bricoglobe.blogspot.com/2012/10/avantages-et-inconvenients-du-e-paiement.html>
10. Chiochan, Lindley, D., & Dun. (2000). Factors affecting the use information technology in the agricultural cooperative . *The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries* , 2 (1), 1-15.
11. commentcamarche. (15, 10 2022). Retrieved from <http://www.commentcamarche.net/faq/31580-reperer-si-un-site-web-est-fiable>
12. condexatedenbay. (2022, 08 02). Retrieved from <http://www.condexatedenbay.com/avantages-inconvenients-de-la-technologie-de-carte-a-puce/>
13. Cooper, R., & Zmud, R. (1990). Information technology implementation research: a technological diffusion approach. *Management Science* , 36 (2), 123-139.
14. cours-ecommerce. (2022, 08 05). Retrieved from <http://www.cours-ecommerce.org/faire-les-bons-choix/choix-moyens-de-paiement.html>
15. Cragg,p.B.&Zinatelli,N.(1995).The evolution of information systems in small firms. *Information and Management*, 29, 1-8.
16. Cragg, P., & King, M. (1993, March). Small-firm computing : motivators and inhibitors. *MIS Quarterly* , 47-60.
17. Damien, J. (2022, 09 10). Les différents moyens de paiements électroniques Caractéristiques, avantages, inconvénients. Retrieved from <http://fr.slideshare.net/prospectic/paiement-en-ligne-les-differentes-solutions>
18. Dancette, J. (2000). *Analytical Dictionary of Retailing*. PUM.
19. Didier, H. (2009). *L'univers de la monétique: histoire, fonctionnement et perspectives*. Carrefour du Net.
20. dinersclubcanada. (2022, 10 20). Retrieved from https://www.dinersclubcanada.com/accueil/au_sujet/au_sujet-2l/Petite_histoire
21. disko reseaux-sociaux. (2022). Retrieved from <http://www.disko.fr/reflexions/actualite-reseaux-sociaux/les-facebook-credits-une-monnaie-virtuelle-qui-prend-de-limportance/>
22. ecommercemag. (2022, 11 22). Retrieved from <http://www.ecommercemag.fr/Definitions-Glossaire/Paiement-en-ligne-245342.htm>
23. e-paiement-e-commerce-algerie. (2022, 10 25). Retrieved from <http://www.android-dz.com/bientot-e-paiement-e-commerce-algerie-22413#>
24. Fishman, B., & al. (2004). Creating a framework for research on systemic technology innovations. *Journal of the Learning sciences* (13), 43-76.
25. Grover, V., & Goslar, M. (1993). The initiation, adoption, and implementation of telecommunications technology in US organization . *Journal of Managment Information Systems* , 10, 64-141.
26. Iacovou, C., Benbasat, I., & Dexter, A. (1995). Electronic Data Interchange and Small Organizations : Adoption and Impact of Technology. *MIS Quarterly* , 19 (4), 465.

L'adoption du e-paiement au sein des PME Algériennes (Une étude descriptive pour 100 PEM, Tizi Ouzou L'année 2022)

27. Jon, L. P., & André, L. D. (1977). Organization Structure, Individual Attitudes and Innovation. *Academy of Management review*, 2 (1).
28. Kwon, T., & Zmud, R. (1987). Unifying the Fragmented Models of Information System Implementation. *Critical Issues in Information System Research*.
29. latribune. (2022). Retrieved from <http://www.latribune.fr/opinions/tribunes/les-pme-face-a-la-revolution-des-moyens-de-paiement-561665.html>
30. leconomiste. (2022). Retrieved from <http://www.leconomiste.com/article/65279les-enjeux-caches-des-paiements-electroniquesbrpar-kamal-sebti-docteur-en-finances>
31. Margaret, T. (2004). *E-payment: The Digital Exchange*. NUS Press.
32. mataf.net. (2022, 10 10). Retrieved from <https://www.mataf.net/fr/edu/glossaire/carte-de-debit>
33. oeconomia.net. (2022). Retrieved from <http://www.oeconomia.net/private/cours/economieentreprise/themes/strategiepme.pdf>
34. Paret, D., Boutonnier, X., & Houiti, Y. (2012). *NFC (Near Field Communication): Principes et applications de la communication en champ proche*. Dunod.
35. Pauget, G. (2012, 03). ConstansEmmanuel, l'avenir des moyens de paiement en France. Retrieved from <https://www.tresor.economie.gouv.fr/File/340371>
36. pme-dz. (2022, 09 10). Retrieved from <http://www.pme-dz.com/le-paiement-electronique-nest-pas-pour-demain/>
37. Premkumar, G., & Roberts, M. (1999). Adoption of new information technologies in rural small businesses . *International Journal of Management* (27), 467-484.
38. pymnts. (2022, 10 01). Retrieved from <http://www.pymnts.com/in-depth/2015/throwback-thursday-paypals-biggest-days-in-history/>
39. Raymond, L. (1985). Organizational Characteristics and MIS success in the context of Small business. *MIS Quarterly*, 9 (1), 37-52.
40. Robertson, T. S. (1971). *Innovative Behavior and Communication*. New York: Rinehat and Winston.
41. Rogers, E. (1983). *Diffusion of innovation*. New York: The Free Press.
42. Rogers, E. (1995). *Diffusion of innovations* (Fourth edition ed.). New York: Free Press.
43. slideshare. (2022, 11 22). Retrieved from http://fr.slideshare.net/Maeyy/e-paiement-2?from_action=save
44. Thong, J. (1999). An Integrated Model of Information Systems Adoption in Small Businesses. *Journal of Management Information Systems*, 15 (4), 187.
45. Tornatzky, L. G., & Klein, K. J. (1982). Innovation Characteristics and Innovation Adoption-Implementation : Meta-Analysis of Finding. *Transactions on Engineering Managment*, 29 (1), 28-45.
46. Vuarin, P., & Rodriguez, M. (1994). Innovation and Communication with LEADER. *LEADER Magazine* (7), 13-16.
47. web-2-com. (22, 10 2020). Retrieved from <http://www.web-2-com.com/pdf/e-paiement.pdf>
48. wikifin. (2022, 09 22). Retrieved from <http://www.wikifin.be/fr/thematiques/votre-argent-au-quotidien/moyens-de-paiement/differences>