Revue Française d'Économie et de Gestion
ISSN : 2728- 0128
Volume 2 : Numéro 5

Paiement numérique en temps de covid-19 au Maroc : vers une évolution durable ?

Digital payment in time of Covid-19 in Morocco : towards a sustainable evolution ?

Omar Zahraoui
Enseignant-chercheur
Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et sociales
Université Mohammed premier- Maroc
Laboratoire d'Universitaire de Recherche en Instrumentation et Gestion des Organisations (LURIGOR)
zahraouiomar2000@yahoo.fr

Ouafae Jallouli
Doctorante
Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et sociales
Université Mohammed premier- Maroc
Laboratoire d'Universitaire de Recherche en Instrumentation et Gestion des Organisations (LURIGOR)
jallouli.ouafae@gmail.com

Date de soumission : 18/02/2021

Date d'acceptation : 08/04/2021

Pour citer cet article :
ZAHRAOUI O. & JALLOULI O. (2021) «Paiement numérique en temps de covid-19 au Maroc : vers une évolution durable ? » Revue Française d'Economie et de Gestion «Volume 2 : Numéro 5» pp :113 - 126.

Author(s) agree that this article remain permanently open access under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 International License

Résumé :

A l'échelle mondiale, la propagation du Covid-19 a eu des impacts considérables aussi bien sur le comportement des consommateurs en matière de paiement électronique que sur la réduction des inégalités liées à la fracture numérique. En effet, la pandémie du COVID-19 a fait évoluer les habitudes des consommateurs et des petites entreprises vers les paiements numériques qui occupent désormais une place importante dans le marketing bancaire. Dans un contexte d'isolement social et commercial, imposé par la crise du Coronavirus, ce document se propose à partir d'une étude de cas réalisée sur un échantillon de 17 personnes au Maroc, d'explorer l'accroissement du paiement numérique pendant la crise sanitaire afin de mettre en évidence les dynamiques qui expliqueraient cette évolution ainsi que ses moyens de pérennisation. Ce mode de paiement qui s'est imposé par lui-même, ne doit plus être considéré comme une commodité dont on peut aisément se passer car il va de la fonction sociale et la valeur économique qu'il revêt. Il est donc nécessaire de comprendre le mécanisme qui a participé à l'institutionnalisation progressive du paiement électronique dans les entreprises si on veut créer des conditions favorables à son développement.

Mots clés : Covid-19 ; banque ; innovations ; paiement numérique ; crise.

Abstract :

Globaly, the spead of Covid-19 has had significant impacts as well on consumer behavior in electronic payment than on reducing inequalities linked to the digital divide. Indeed the Covid-19 pandemic has is shiffing the habits of consumers and small businesses to digital payment wich now occupy an important place in banking marketing. In a context of social and commercial isolation, imposed by the Coronavirus crisis, this document proposes, based on a case study carried out on sample of 17 people in Morocco, to explore the increase in digital payment during the health crisis in order to highlight the dynamic that would explain this development as well as it means subtainability. This method of payment which has imposed itself, should no longer be considered as a conveniance that can easily be done without because it depends on the social function and the economic value it has. It therefore necessary to understand the mechanism that has participated to the progressive institutionalization of electronic payment in companies if we want to create favorable conditions for its development.

Keywords : Covid-19 ; bank ; innovations ; digital payment ; crisis.

Introduction

Bien qu'elle conserve ses fonctions principales (outil de transaction, unité de mesure de valeur et instrument de réserve de richesse), la monnaie s'est dématérialisée depuis plusieurs décennies. Si les évolutions technologiques et les mutations commerciales (notamment le E-commerce et le développement du commerce international) ont majoritairement influencé cette tendance forte de dématérialisation ces dernières années, d'autres phénomènes ont prêté main forte à ce processus qui aujourd'hui, connaît une poussée exponentielle du fait notamment de la crise sanitaire qui sévit le monde depuis un peu plus de deux (02) ans. En Afrique et particulièrement au Maroc, l'on ne saurait déroger à cette règle devenue universelle et qui, du fait de l'argument principal du respect des mesures barrières, favorise grandement au développement du paiement numérique.

Au Maroc, la pandémie du Covid-19 a participé à la vulgarisation de la monnaie électronique qui jusqu'ici était perçue comme appartenant à une certaine classe sociale. C'est d'ailleurs ce qu'explique Valentin Mbozo'o, Directeur général du Groupement interbancaire monétique de l'Afrique Centrale (GIMAC), lors d'un Webinar organisé récemment sur le thème « Covid-19, la nécessaire transition vers une Afrique Cashless ». « Avec les restrictions sanitaires liées à la pandémie Covid-19, le cashless s'impose comme solution idéale pour contrer la propagation du virus ». Le représentant du GIMAC a aussi explicité que les acteurs clés et autorités compétentes doivent redoubler d'efforts pour encourager la migration vers de nouvelles technologies car désormais et très rapidement, régler ses factures ou percevoir de l'argent par voie électronique est devenu un acte de participation à la réduction des risques de transmission du virus et nous nous proposons ici d'analyser cet acte sous l'hypothèse d'une acceptation que l'on voudrait définitive pour tous les acteurs économiques, d'une parfaite digitalisation des moyens de paiement.

Au regard du contexte actuel qui oblige presque à utiliser le paiement électronique, il convient de **s'interroger** sur la capacité de cette habitude à se pérenniser après la pandémie du Covid-19 et d'ailleurs, d'analyser si cette crise constituerait une opportunité pour l'évolution durable du paiement numérique au Maroc ? Les signaux d'une telle initiative apparaissent quand même assez tôt. En effet, la banque centrale du Maroc, Bank Al-Maghrib, a fait passer en 2015 la première loi bancaire du pays depuis 2006. Elle est destinée à moderniser le secteur financier dans le pays ce qui comprend la promotion des paiements électroniques pour combattre la culture du cash.

Nous aurons donc pour diligences dans cet essai de retracer et de tester les éléments probants qui lient la croissance du paiement électronique au Maroc à la crise du Covid-19 et d'en ressortir les facteurs directeurs qui participeraient à la pérennisation de la monnaie électronique au Maroc.

1. Revue de la littérature et synthèse des travaux antérieurs

Il faut dire que le sujet liant la crise du covid-19 au développement de la monnaie électronique intéresse quand même bon nombre de spécialistes. En la matière et au sujet du Maroc, une pléthore d'auteurs a déjà mené des études et effectué des travaux assez remarquables comme en témoigne la liste non exhaustive des auteurs que nous citons pour la cause.

Dans son ouvrage « La digitalisation de l'Afrique après covid-19 : Quels rôles/opportunités pour les entreprises Québécoises/Canadiennes ?» (Pp.5-10) Publisher : UParakou 2020, Abodohoui Alexis met en exergue la forte progression de la digitalisation en Afrique comme résultant d'une bonne avancée technologique notamment l'essor de la téléphonie mobile et des TIC. Il présente la crise du Covid-19 comme accélérateur de la digitalisation qui devrait faire appel à un investissement des pouvoirs publics (régulateurs) et privés (entreprises créatrices de richesse et ménages) et des organismes de formation et de conseil en management. En effet, l'essor de la digitalisation du paiement ne pourra être réalisable que par des aptitudes technologiques de pointe et des infrastructures de qualité tant pour la recherche que pour la formation dans le domaine. L'on évoquerait d'ailleurs la possibilité de multiplier des incubateurs de projets technologiques pour encourager les spécialistes du domaine qui s'intéressent à l'innovation.

Ait Ouhammou Meriem, Ait Taleb Nezha et Khariss Mohammed (2019), pensent quant à eux que le digital dans le service financier est incontournable et ils le matérialisent bien dans leur ouvrage **«** La transformation digitale : quel impact sur les métiers bancaires ? cas des banques marocaines » Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique, Volume 1, N°1, Janvier - Mars.

Partant d'une étude effectuée auprès des banques marocaines, ils présentent la transformation digitale comme un moteur de la croissance et de la productivité. Le digital permettant selon eux de réinventer les services offerts par les banques grâce à l'outil NTIC pour faciliter l'usage. Ex : le virement bancaire n'a plus besoin de la présence physique. Il suffit d'un clic

sur un outil informatique (Téléphone, PC…etc.). C'est dire la place principale qu'occupe l'outil technologique dans la démarche de la digitalisation de l'économie puisque le marché financier et même l'économie mondiale dans son ensemble fonctionne désormais tel un réseau, noué tout autour des ordinateurs, des téléphones portables, des téléviseurs et tout autre outil technologique. Il reste donc primordial pour parfaire l'utilisation du paiement digital de mettre un accent particulier sur l'actif digital.

AMIN. R. & OUAHI. L. (2020), dans « Covid-19 : L'impact sur les banques et le rôle des médias sociaux dans le marketing bancaire. Cas des banques commerciales au Maroc », Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 3 : Numéro 3 » pp : 91 – 117, précisent que les guichets sont de moins en moins utilisés de peur de contracter le virus. Une pratique profitant à la monnaie numérique et favorisant la disparition progressive de la monnaie fiduciaire au regard des flux financiers dégagés par la covid-19.

Par ailleurs ils présentent les médias sociaux comme une solution supplémentaire à la dématérialisation des échanges économiques car ils permettent d'interagir, de partager des idées, de communiquer et surtout d'effectuer des activités commerciales sans avoir à faire recours ni à la présence physique ni à la monnaie fiduciaire ou scripturale. Les médias sociaux constituent donc un socle réel d'une relation à long terme entre les clients et les fournisseurs même s'ils ne se connaissent pas et ne sont pas dans la même localité. Ils permettent au marketing de mieux se développer puisque les observations et les besoins des clients sont transcrits en temps réel et que les fournisseurs (vendeurs en ligne) peuvent percevoir leurs règlements en toute rapidité et quiétude.

- Hypothèses de recherche

Au regard de ce qui précédemment a été énuméré et de l'importance notoire que porte la thématique étudiée dans nos travaux, nous évoluerons en supposant que :

- ✓ Les comportements des consommateurs Marocains tendent à être similaires en période du Covid-19 ;
- ✓ Le gouvernement Marocain est en parfaite harmonie avec l'initiative des institutions financières et des entreprises à utiliser le digital pour s'adapter à la crise du Covid-19 ;

- ✓ Le E-commerce et le paiement numérique sont considérés comme des pratiques de l'avenir ayant pour objectif de booster de façon durable la croissance économique mondiale ;
- ✓ Le niveau actuel de la technologie au Maroc permet d'atteindre l'objectif crucial de parfaite digitalisation des paiements.

Sur la base de ces hypothèses et en considérant que celles-ci sont réalistes, nous avons procédé à une étude non probabiliste sur les acteurs que nous avons jugé moteurs dans la démarche entamée. Il s'agit en effet :

- Des décisions gouvernementales pour lesquelles l'accès est libre dans le moteur de recherche Google et sur les sites des médias spécialisés ;
- Des comportements des institutions financières et surtout des actions menées depuis lors face à la crise par celles-ci ;
- Des comportements des entreprises commerciales, industrielles et de services via les nouvelles pratiques managériales impulsées par les NTIC et notamment le télétravail favorisant le paiement numérique ;
- D'une enquête symbolique menée sur un échantillon de 17 personnes (ménages) dont nous avons eu l'exclusivité d'interroger en tenant compte du contexte et dont les résultats nous permettent de soutenir l'hypothèse d'une similitude des comportements en période du Covid-19.

Ainsi, se rapprochant moins d'une étude statistique pour laquelle une population mère serait nécessaire, nos travaux tendent plutôt à une enquête visant à recenser les informations tout aussi bien quantitatives que qualitatives pour dégager une relation de causalité entre la crise sanitaire du Covid-19 et la croissance du paiement numérique.

2. Les innovations du paiement en ligne une solution de lutte contre la propagation du Covid -19 au Maroc

Les échanges s'accompagnant d'une proximité physique des personnes représentent une occasion de la propagation du COVID 19. Il est courant de voir des Marocains s'aligner en attente du paiement de la facture d'eau ou d'électricité. La lutte contre la diffusion du virus doit être accompagnée de mesures visant à réduire la proximité entre les personnes, d'autant que les technologies sont disponibles et efficaces pour y parvenir.

Durant cette crise sanitaire qui vient bouleverser les habitudes, le digital prend progressivement une place de marque dans le quotidien des Marocains principalement avec la multiplication des appels par les différents établissements publics et privés à privilégier les services à distance, pour faire aboutir la mesure du confinement qui constitue jusqu'à présent en l'absence d'un vaccin, l'un des rares moyens à même de maîtriser la propagation de la pandémie. Ainsi payer ses factures, faire ses courses via son mobile ou recevoir son salaire peuvent constituer à la fois de véritables mesures pour enrayer la transmission du COVID-19 et des opportunités de délivrer des points de croissance supplémentaire au Maroc en s'inspirant de la finance numérique. C'est d'ailleurs sur cette dynamique que l'économie marocaine évolue puisqu'on peut clairement lire sur le site du média LE BOURSIER dans sa publication du 1er janvier 2021 que « Les paiements en ligne par cartes bancaires marocaines se sont envolés de 46% en 2020 ». Avec 13.76% de transactions pour un montant de 5.7 milliards de dirhams, en hausse de 29.7% par rapport à 2019 comme le présente dans la même publication Mikael NACIRI Directeur Général du CMI. Une croissance impulsée par des secteurs tels que l'ameublement, l'électronique, l'agroalimentaire et bien d'autres.

3. Les modes de paiements numériques utilisés au Maroc à l'ère de Covid-19

Le paiement numérique a joué un rôle de premier ordre dans la lutte directe contre la propagation de l'épidémie, en encourageant les efforts de distanciation physique. Les institutions financières et plus précisément la banque ont pris la mesure du rôle du numérique qui s'est avéré primordial pendant cette crise sanitaire. A la fois comme vecteur de résilience mais aussi comme facteur de performance, le numérique n'est plus un simple levier à forte valeur ajoutée mais bien le socle d'une mutation profonde. La transformation au numérique est devenue un mode standard à part entière, s'adaptant aux actions qui avaient traditionnellement recours à une intervention humaine directe.

La transformation numérique au Maroc repose sur de nombreux défis. Aujourd'hui, le développement de la transformation numérique au Maroc nécessite des investissements de manière structurée et coordonnée, avec des étapes accélérées et soutenues, et des actions multiples. Cela influence la capacité du gouvernement Marocain à faire face à cet enjeu majeur. Accompagner la transformation numérique au Maroc est un enjeu majeur impliquant différentes parties prenantes, et chaque partie prenante doit apporter une contribution utile à la résolution du problème. Dans cette perspective, trois (03) principaux acteurs

d'accompagnement sont nécessaires : l'Etat, l'entreprise et la banque. En tant qu'acteur régulateur du secteur des télécommunications, l'État formule, met en œuvre et supervise les politiques nationales liées au développement de l'écosystème de paiement, des télécommunications, des technologies de l'information et de la communication. En tant que créatrices de richesse, les entreprises ne doivent pas considérer les investissements financiers coûteux dans la transformation numérique comme un fardeau ; elles doivent plutôt saisir l'opportunité d'introduire l'innovation dans l'organisation du travail (Cheneau-Loquay 2010) et aussi pour développer leurs chiffres d'affaires engendrés par le e-commerce. La transformation digitale de l'intermédiation bancaire est devenue un impératif pour les banques Marocaines. En effet, le développement des banques consiste à redynamiser l'activité et à rendre la banque et ses produits et services plus numérisés. Le numérique et le développement des nouvelles technologies est un moyen d'être compétitif.

3-1 Les principaux modes de paiement numérique fournis par les banques marocaines :

- **Le paiement par carte bancaire** : par ce mode de paiement, l'acheteur utilise sa carte bancaire classique pour payer. Il faut Toutefois s'assurer que le site de e-commerce est équipé d'un système de sécurité (SSL) pour effectuer tout paiement, Selon le centre monétique interbancaire (CMI) les paiements par carte bancaire sont passés de 4.5 millions de transactions durant le 1er semestre 2019 à 5.8 millions de transactions durant le 1er semestre 2020. Elle enregistre une hausse de 26.2% en montant, passant de 2.1 milliards de DH durant le 1er semestre 2019 à 2.7 milliards de DH durant le 1er semestre 2020. L'activité monétaire reste d'ailleurs très fortement dominée par les cartes marocaines, à hauteur de 95,7% en nombre de transactions et de 93,7% en montant ;

- **Le paiement par e-numéro de carte** : C'est un mode de paiement lié à la carte bancaire qui permet de payer sans donner son numéro de carte bancaire. Ces cartes sont souvent appelées « VIRTUALIS » dans les établissements bancaires.

- **Les virements par internet** : Un service très apprécié par les grandes banques car il permet de faire des virements de salaire et bien d'autres transactions financières à grande ou petite échelle.

- **Paiement par carte bancaire sans contact** : Ce mode permet de régler les achats d'un montant relativement faible avec votre carte sans avoir besoin de l'insérer dans le terminal de paiement et sans saisir votre code confidentiel. Il permet principalement de gagner du temps et vous évite de vous encombrer de petite monnaie. Le centre monétique interbancaire (CMI) a relevé de 200 dirhams à 400 DH le plafond des paiements sans contact sans saisie du code sur ses terminaux de paiement électronique (TPE). Le rehaussement de ce plafond, effectif depuis fin avril, constitue une étape supplémentaire pour protéger la santé des consommateurs et des commerçants durant cette période de crise sanitaire du nouveau coronavirus (covid-19), précise le CMI.

- **Paiement par mobile via NFC** : C'est un système de paiement sans contact aussi mais moins vulgarisé que les autres car il nécessite d'avoir un téléphone équipé de la technologie NFC, d'installer une application du type Apple pay ou Google pay qui fait la liaison entre votre compte téléphonique et votre compte bancaire. Tant attendu, le démarrage de l'interopérabilité dans le paiement mobile est effectif depuis début juin 2020, nous annonce Ismail Bellali, directeur général adjoint chez le Centre Monétique Interbancaire (CMI). Ce type de paiement est déjà opérationnel chez Carrefour Maroc, Aswak Assalam, Decathlon Maroc, et d'autres clients du CMI .

- **Le paiement par Mobile via USSD (mobile money) :** Le mode de paiement par excellence et désormais le plus utilisé est le Mobile Money. Le marché du paiement en ligne et hors ligne est détenu par l'opérateur de la téléphonie mobile INWI. Ce mode de paiement reste encore trop restreint au Maroc.

- **Le paiement via les cryptomonnaies (ETH, BTC, XRP, DOGE)** : Basé sur un puissant algorithme de cryptage appelé blockchain, les cryptomonnaies permettent de s'affranchir des tiers de confiance (établissements bancaires) réduisant ainsi les coûts et les délais de transfert d'argent. Ils fournissent la possibilité à toutes personnes

disposant d'une connexion internet de désormais envoyer et recevoir de l'argent à travers le monde de manière sécurisée et sans intermédiaires.

4. Impact du numérique sur la banque Marocaine au temps de la Covid-19

Les banques marocaines affirment que la crise sanitaire favorise de nouveaux comportements auxquels elles devront faire face en proposant de nouveaux services au niveau des paiements électroniques. C'est le cas de la diversification des usages de la carte bancaire et l'essor du paiement sans contact qui favorisent le respect des mesures de protection et de lutte contre la l'exposition au Covid-19.

Dans le contexte des mesures annoncées pour limiter la propagation du COVID-19, plusieurs établissements de crédit de banques marocaines ont accéléré la digitalisation des services bancaires. C'est d'ailleurs dans cette logique que s'inscrit Attijariwafa Bank en développant le « Banka lik » qui est une nouvelle génération de services bancaires. Il est gratuit et ouvert aux résidants Marocains et étrangers. A travers cette transformation digitale les banques réduisent certains coûts, comme ceux afférant à la distribution et à l'utilisation du papier.

Après le groupe bancaire et financier marocain, Attijariwafa Bank, c'est au tour du Crédit Agricole Maroc de lancer sa banque en ligne. Pour promouvoir cette dernière, une campagne de teasing a été lancée sur différents supports et médias sous l'approche « #CAMDIGITAL tout un univers de services bancaires en ligne ». Une interface où les clients peuvent ouvrir un compte bancaire en ligne, consulter et effectuer les opérations bancaires (suivi et gestion du compte, virements et mises à disposition, situation et simulation de crédits etc.…) rapidement et en toute sécurité à partir de leurs téléphones mobiles.

D'autres acteurs tels que la Banque populaire, la BMCE Bank, la BMCI et le CIH suivent également la tendance, en menant des services basiques dans leurs bouquets de services digitaux, comme le paiement de factures, la consultation en ligne de solde ou les virements internes.

Vers une réorganisation du rôle des agences bancaires ; de toute évidence, ce type de développement numérique accéléré lors de confinement a entraîné des coûts pour la banque, mais a également créé de nouvelles opportunités commerciales pour celle-ci. Ces banques ont globalement bénéficié d'économies de coûts : grâce à leurs investissements informatiques,

elles ont rationalisé le processus et transféré de nombreuses transactions précédemment effectuées par les consultants de l'agence aux clients.

L'accélération de paiement numérique au temps du covid-19 permet des gains conséquents en termes de réduction des délais de traitement, de Produit Net Bancaire, des coûts du Back Office et de sécurité. La qualité de service en sort consolidée. Cette numérisation peut s'illustrer de plusieurs manières et peut aller jusqu'à la non-matérialisation mise en place de salles de courriers électroniques (tri et redistribution automatique de tous les courriers en version électronique), classification automatique des documents clients, constitution d'archives électroniques, lecture automatique de documents, etc.

Le paiement électronique et les nouvelles technologies sont en ce sens une opportunité pour les banques, leur permettant de trouver de nouvelles sources de revenu.

5. Discussion des résultats et perspectives

5-1 Discussion des résultats :

Au-delà de l'optimisme que nous utilisons dans notre démarche d'enquête, il n'en demeure pas moins vrai que certains Marocains restent en marge des observations globales telles que citées plus haut. Il s'agit en effet là :

- ✓ Des lenteurs administratives et gouvernementales dans la mise en place des mesures d'accompagnement de l'initiative de la digitalisation du paiement ;
- ✓ De la réticence des usagers quant à la confiance au paiement à distance ;
- ✓ Du recul pris par les entreprises vis-à-vis du coût que représente l'investissement lié à la digitalisation de leurs services.

Par ailleurs et de façon générale, il faut admettre les inégalités sociales liées au revenu, les croyances religieuses et culturelles et même la peur de s'éloigner de la routine des rencontres physiques qui ralentissent l'émergence de la digitalisation de l'économie au Maroc.

5-2 Perspectives :

Au regard de l'économie mondiale et des pratiques de plus en plus récurrentes de l'utilisation des NTIC, le Maroc de par son statut de puissance économique en Afrique et des efforts

consentis jusqu'ici par les pouvoirs publics dans le processus de promotion de l'énergie renouvelable et de l'économie verte, la digitalisation de son économie constituerait un enjeu de compétitivité et de performance pour répondre efficacement aux défis tels que la crise du Covid-19 ou ceux de même envergure.

Pour ce faire, il sera primordial soit de garder le taux de croissance des paiements interbancaires (46% en 2020) au même niveau, soit de l'améliorer en mettant sur pied des mécanismes d'impulsion capables d'accompagner efficacement le processus de digitalisation de l'économie Marocaine.

Conclusion :

Qu'il s'agisse du Maroc ou du reste du monde, la pandémie de COVID-19 a pu changer la donne sur le plan des habitudes des consommateurs en matière du paiement numérique. Grâce à ce dernier, de nombreux magasins et entreprises ont poursuivi au moins de manière partielle leurs activités. Le paiement électronique offre un nouveau service bancaire qui allie pérennité, diversité et proximité des services à travers le réseau interbancaire qui s'enrichit en mécanismes de gestion de la clientèle. Le paiement interbancaire présente de ce fait de nombreux avantages pour les consommateurs et les entreprises ; réduit entre autres les risques et les coûts de gestion. Et pour mieux saisir les opportunités réelles de la digitalisation, le gouvernement marocain est appelé à alléger ou à réduire la TVA pour le E-commerce, à l'instar de ce qui a été fait aux Etats-Unis en vue d'encourager le E-commerce et penser à une libéralisation totale du marché des paiements en ligne afin de réduire les frais de paiement.

L'adoption massive des moyens de paiement sans contact (notamment les paiements mobiles) pendant la pandémie confirme le développement de la culture numérique. L'industrie du paiement doit accélérer sa transformation digitale pour répondre aux nouvelles attentes, notamment grâce à l'IA, la RPA, la blockchain, la machine Learning, etc. Le moment est venu pour les établissements d'acquérir la propriété de la nouvelle technologie et du nouveau design. BNP Paribas prévoyait par exemple de fournir un système de paiement compatible avec la nouvelle technologie, comme la réalité virtuelle sur le modèle VR Pay et même le paiement biométrique avec empreintes digitales. Tencent a fourni le paiement et la numérisation faciale en Chine.

Cependant, si cette hyper-digitalisation devrait être soutenue, il n'en demeure pas moins que mettre sur pied des mécanismes pour sa sécurisation reste inéluctable pour faire face aux risques qu'elle pourrait générer (partage de données sensibles, notations sociales, etc.).

BIBLIOGRAPHIE

- Abodohoui, Alexis. 2020. La digitalisation de l'Afrique après covid-19 : Quels rôles/opportunités pour les entreprises Québécoises/Canadiennes ? (pp.5-10) Publisher : UParakou
- Abodohoui, Alexis. 2020. Les entreprises québécoises et canadiennes face à la crise de la COVID-19 : défis et stratégies sur les marchés internationaux, (pp.1-20) Publisher : ULaval.
- Ait Ouhammou Meriem, Ait Taleb Nezha, Khariss Mohammed. (2019). La transformation digitale : quel impact sur les métiers bancaires ? Cas des banques marocaines, Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique, Volume 1, N°1, Janvier - Mars.
- AMIN. R. & OUAHI. L. (2020). Covid-19 : L'impact sur les banques et le rôle des médias sociaux dans le marketing bancaire. Cas des banques commerciales au Maroc, Revue Internationale des Sciences de Gestion, Volume 3 : Numéro 3, pp : 91 – 117.
- Annie Chéneau-Loquay. (2010). L'Afrique au seuil de la révolution des télécommunications : les grandes tendances de la diffusion des TIC, Afrique contemporaine, 2(2), 93-112.
- Annie Chéneau-Loquay. (2010). La révolution des TIC : du téléphone à Internet, Bulletin de l'Association de géographes français, Association des Géographes Français, pp.15.
- Brack E. (2016). La transformation digitale de l'intermédiation bancaire, Editions Choiseul Géoéconomie, Vol. 4, n° 81, p.79 – 91.
- Harari, Y. (2020). Yuval Noah Harari : The World After Coronavirus Free to read, Financial Times.

- Khanboubi F. et Boulmakoul A. (2018)**.** Etat de l'art sur la transformation digitale : focus sur le domaine bancaire, LIM/Innovative Open Systems, FSTM, researchgate.net.

Portails internet :

- https://www.wamda.com/fr/2016/06/economie-digitale-maroc-tout-va-basculer (consulté le 17 avril 2021)
- https://www.wto.org/french/news_f/news20_f/rese_04may20_f.htm (consulté le 17 avril 2021)
- www.boursier.com (consulté le 18 avril 2021)