

Facturation électronique

La formule séduit, mais...

• Bien qu'embryonnaire, le recours à l'e-paiement chez Lydec a triplé en 3 ans

• La sécurité des transactions et les freins culturels dissuadent encore

LA facturation en ligne gagne du terrain. A l'heure où les pays développés misent sur les systèmes de paiement (NFC notamment) sans contact via des lecteurs de points de vente (cartes de crédit, porte-clés ou encore des smartphones), l'e-paiement en est encore à ses balbutiements au Maroc. Mais les premières entreprises qui ont développé des dispositifs dédiés au paiement électronique sont très en avance sur ce chantier invraisemblable il y a encore quelques années. C'est en 2013 que ce mode de

paiement a montré ses premiers signes d'accélération avec une augmentation de 60% des chiffres e-commerce. Ce qui représente l'équivalent de 2 millions de transactions. «Depuis 2012, le nombre

travers ces plates-formes», explique Fahd Guasmi, chef du Département marketing à la direction clientèle de Lydec. La facturation électronique, rappelons-le, permet de proposer aux clients de gérer leurs

méfiant face aux systèmes automatisés en général. Ce qui représente le principal frein à l'évolution de cette solution. Un frein attribué en grande partie aux habitudes historiques des utilisateurs à opter pour les canaux conventionnels de paiement, jugés plus sûrs. Toutefois, la tendance commence à prendre lentement mais sûrement. «Même avec un poids minime dans le bouquet des canaux de règlement des factures, la part du paiement électronique à Lydec a presque triplé en 3 ans, passant de 0,7% en 2012 à 1,5% en 2013 pour atteindre près de 2% au 1er semestre 2014», soutient le responsable marketing de Lydec. Chez Méditel, l'on se montre plus optimiste: «l'évolution vers un e-marché est incontournable et nécessite que les entreprises mûrissent leur business et leurs stratégies de communication». Autre préoccupation des consommateurs, la sécurité des paiements en ligne. «En principe, les données bancaires sont protégées à plusieurs niveaux. Elles sont saisies directement sur la plateforme sécurisée de Maroc Telecommerce via un canal chiffré qui rend impossible leur récupération par un tiers malveillant. Puis, les données sont transmises via un réseau bancaire sécurisé directement à la banque de l'utilisateur et elles ne sont jamais accessibles à Lydec», précise Guasmi. □

Eclosion d'un marché

MALGRÉ le peu d'intérêt que suscite la facturation électronique au niveau des PME-TPE marocaine, une start-up tangeroise Sahih Business parie gros sur cette niche. Elle a mis au point un logiciel de facturation en ligne (Aliphia, c'est son nom) destiné aux entrepreneurs en langue arabe (le logiciel propose aussi le français et l'anglais) et ce, afin de cibler les marchés du Moyen Orient. Cette solution permet de faire le tour de tout le processus de facturation et permet de rendre la saisie des devis et des paiements plus rapide. Ce système est hébergé dans un cloud et est servi sous forme d'application SAAS, le tout étant sécurisé à travers un système de cryptage d'informations. □

d'utilisateurs de l'ensemble des plates-formes de paiement électronique de Lydec (agence en ligne et applications mobiles) a dépassé les 55.000, totalisant près de 783.000 connexions. Ce sont ainsi près de 718.000 factures qui ont été payées à

différentes factures sur internet de façon simple, transparente et gratuite. «Le client peut consulter sa facture, la télécharger, l'imprimer, la sauvegarder... Il peut également accéder à son historique de facturation sur les 6 derniers mois et analyser sa consommation», explique Aida Chraïbi, senior manager digital marketing chez Méditel. Ce moyen de paiement constitue aussi un outil pratique et sécurisé pour le paiement de ses factures à n'importe quel moment sans avoir à se déplacer à des points physiques de paiement. «De plus, les opérations sont enregistrées en temps réel et les reçus de paiement sont reçus instantanément par mail», précise Guasmi. Ceci étant, des blocages d'ordre culturel briment encore l'élan de l'e-facturation. Le constat est que les consommateurs marocains se montrent encore

Amine ATER