

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE
UNIVERSITÉ MOULOUD MAMMÉRI DE TIZI-OUZOU
FACULTÉ DES SCIENCES ÉCONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES
SCIENCES DE GESTION
DÉPARTEMENT DES SCIENCES ÉCONOMIQUES



Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Économiques
Spécialité : Économie Monétaire et Bancaire

Sujet :

*Le E-Banking et son rôle dans l'inclusion
financière de la population Algérienne*

Réalisé par :

GAOUA Nadir

CHAMI Mohamed

Devant le jury composé de :

Président

Rapporteur

Examineur

TAOUCHE Samia

SAM Hocine

OUNASSI Hassene

Année universitaire 2022/2023

Remerciement

Nous tenons tout d'abord à exprimer notre gratitude envers Monsieur SAM, pour avoir accepté de nous guider tout au long de cette étude. Nous le remercions chaleureusement pour son engagement, son soutien infaillible, sa patience remarquable, sa disponibilité sans faille, ses encouragements constants, et surtout pour ses conseils précieux qui ont grandement enrichi ce travail.

Nous souhaitons également exprimer nos sincères remerciements aux membres du jury pour leur présence honorifique, leur lecture attentive et leur évaluation précieuse de ce travail, ainsi que pour leurs orientations avisées qui ont contribué à son amélioration.

Enfin, nous tenons à exprimer nos vifs remerciements à l'ensemble du personnel de l'UMMTO pour leur soutien continu et leur contribution indispensable à la réalisation de ce projet.

Liste des abréviations

E-Banking	Electronic Banking
DAB	Distributeur Automatique de Billets
GAB	Guichet Automatique de Banque
BCE	Banque Centrale Européenne
SATIM	Société d'Automatisation des Transaction Interbancaires et de Monétique
BNP	La Banque National de Paris, Paribas
BADR	La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural
BDL	La Banque de Développement Local
BEA	La Banque Extérieure d'Algérie
BNA	La Banque National d'Algérie
CPA	Le Crédit Populaire d'Algérie
CNEP	La Caisse National d'Epargne et de Prévoyance
BCIA	BANQUE COMMERCIALE INDUSTRIELLE ALGERIE
AGB	Gulf Bank Algérie
TPE	Terminaux de Paiement électronique
CIB	Carte Interbancaire
TIC	Technologie de l'Information et de la Communication
CCP	Centre des chèques postaux

Liste des tableaux et des graphiques

N° du tableau ou du graphique	Titre	Page
1	Type de banque auquel ils ont un compte	45
2	Répartition selon les personnes qui ont entendu parler de l'e-Banking	46
3	Quel mode de communication a permis de découvrir le service e-Banking ?	47
4	Répartition selon l'utilisation de l'e-Banking	48
5	Evolution d'utilisation de l'e-Banking	49
6	Services de e-Banking plus utilisés	50
7	Types d'opérations qu'ils utilisent l'e-Banking	51
8	Types d'opérations auxquels ils rendent en agences	52
9	Les avantages des services en ligne	53
10	Les inconvénients des services en ligne	54
11	Problème d'utilisation de l'e-Banking	55
12	Nature du problème d'utilisation de l'e-Banking	56
13	E-Banking ou l'être humain	57
14	Satisfaction par la qualité des services e-Banking	58
15	Avenir de l'e-Banking en Algérie	59
16	Répartition de l'échantillon selon le genre.	60
17	Répartition de l'échantillon selon la tranche d'Age	61
18	Répartition de l'échantillon selon la catégorie professionnel	62

Remerciements

Liste des abréviations

Liste des tableaux et des figures

Introduction générale..... 01

CHAPITRE I : GENERALITE SUR L'E-BANKING

Introduction 03

Section 1 : Cadre théorique de l'E-Banking 04

Section 2 : Avantages et inconvénients de l'E-Banking 08

Section 3 : Aspects théoriques de l'inclusion financière 12

Conclusion..... 16

CHAPITRE 2 : EXPERIENCE DU E-BANKING EN ALGERIE

Section 1 : Emergence de l'e-Banking en Algérie..... 17

Section 2 : Défis et obstacles à l'adoption du l'e-Banking en Algérie..... 24

Section 3 : Les stratégies de promotion de l'e-Banking en Algérie 27

Conclusion..... 31

CHAPITRE 3 : ENQUETE EMPIRIQUE SUR LE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR ALGERIEN FACE AU DEFI DE L'E-BANKING

Introduction 32

Section 1 : présentation du secteur bancaire algérien compte tenu de l'E-Banking..... 33

Section 2 : Présentation de la méthodologie et interprétation des résultats 36

Section 3 : Discussion et conclusion 57

Conclusion générale 59

Bibliographie

Annexe

Table de matière

Introduction Générale

Les avancées technologiques en matière de communication et d'information ont transformé plusieurs secteurs, y compris le secteur bancaire. Bien que la banque ait toujours été à la pointe de l'évolution technologique par rapport à d'autres secteurs, elle a été plus lente à intégrer la nouvelle technologie, en raison de risques réglementaires importants. Le secteur bancaire a également connu de profonds bouleversements en matière de marketing et de commercialisation de ses services et produits au fil des années. Cependant, grâce à l'utilisation des nouvelles technologies, la banque a modernisé son système et créé une nouvelle relation personnalisée avec les clients pour résister aux changements incessants et faire face à la concurrence acharnée.

L'émergence de l'innovation technologique a ouvert la possibilité d'interaction entre la banque et les clients et offre un usage qui répond aux besoins, attentes et exigences des consommateurs de plus en plus sophistiqués. Les banques traditionnelles (agences bancaires et le contact direct avec les clients) sont en train de passer à des canaux technologiques de type site web, guichet automatique, mobile. Les banques en ligne permettent aux clients de traiter leurs opérations bancaires en toute tranquillité, sans avoir besoin de se déplacer physiquement ou de dépenser plus de frais.

La présence de l'E-Banking a intégré les clients dans l'organisation et le développement des services bancaires. Une participation jugée nécessaire afin de bâtir une relation solide entre les deux parties pour satisfaire et convaincre la clientèle. Ainsi, l'étude du comportement du consommateur bancaire algérien est devenue une nécessité.

Réellement, le secteur bancaire algérien a lancé des politiques encourageantes à la diffusion et l'usage des technologies et leur insertion dans l'économie des sociétés. Désormais, nous parlons déjà de la banque électronique ou de l'E-Banking, un changement qui incite les banques vers l'amélioration de ses services. Par conséquent l'adoption de l'E-Banking devient une nécessité pour les banques algériennes afin de fidéliser leurs clients, de réduire leur mobilité, en attirer de nouveaux, répondre aux exigences de leur nouvel environnement et créer de la valeur, création de nouveaux produits et services en ligne.

Problématique

L'objectif de notre recherche est d'apporter des éléments de réponses à la question suivante :

« Quel est le rôle de l'E-Banking dans financier de la population en Algérie ? »

De cette problématique découlent les questions suivantes :

- Quels sont les éléments qui influencent l'adoption de l'E-Banking ?
- Est-ce que les consommateurs algériens ont confiance dans l'E-Banking ?
- L'E-Banking répond-il à l'objectif de satisfaire les clients ?
- Quels sont les obstacles à l'utilisation de l'E-Banking en Algérie ?

Intérêt, objet de recherche et choix de sujet

L'objectif principal de notre recherche est de connaître la situation actuelle de L'E-Banking en Algérie ainsi le degré de la satisfaction des clients qui bénéficient des services bancaires en ligne. D'autre part, notre étude se concentre sur la compréhension du comportement des consommateurs vis –à-vis des services bancaire en ligne en déterminant les facteurs qui influencent leurs prises de décision.

Structure de la recherche

En réponse à la problématique posée, notre travail sera structuré de la manière suivante :

Il contiendra trois chapitres : les deux premiers seront consacrés aux aspects théoriques et le dernier résumera un cas pratique. Le premier chapitre intitulé généralités sur e-Banking qui traite la révolution et le développement du l'E-Banking en Algérie. Le deuxième chapitre, le noyau de notre travail intitulé de l'impact de L'e-Banking sur le comportement du consommateur, aborde le nouveau comportement du consommateur les principaux facteurs qui l'influencent.

Chapitre 1

Généralités sur l'E- Banking

Introduction

De nos jours, les avancées technologiques jouent un rôle indispensable dans notre vie quotidienne, et l'un des secteurs qui a subi la plus grande transformation est le secteur bancaire. Les technologies sont devenues une nécessité stratégique sur le marché bancaire, et un facteur clé dans le développement futur de ce secteur.

L'intégration de l'Internet a conduit à de nouvelles pratiques bancaires, en particulier le « E-Banking », qui a permis de modifier la nature des services financiers en offrant une intensité concurrentielle accrue, des réductions de coûts considérables et une meilleure adéquation avec les attentes des clients.

L'adoption du l'E-Banking ouvre constamment de nouveaux horizons aux banques, en leur permettant de développer des services et des produits répondant aux exigences d'une augmentation des échanges interbancaires. Ce premier chapitre est consacré à la définition du E-Banking, à son historique, à ses différents services, ainsi qu'à ses avantages et inconvénients pour la banque et le client, tout en examinant l'évolution de l'E-Banking en Algérie.

Section 1 : Cadre théorique de l'E-Banking

Le secteur bancaire a été profondément transformé par les nouvelles technologies et les progrès qui ont eu lieu ces dernières années. Le développement de l'Internet, la généralisation du haut débit et des réseaux interactifs ont modifié la relation entre la banque et les différents acteurs du marché, y compris les clients.

En outre, l'émergence de nouvelles avancées remarquables a ouvert de nouvelles opportunités dans de nombreux secteurs d'activités. Cependant, c'est le secteur bancaire qui semble avoir été le plus impacté par l'apparition de l'e-Banking. Dans cette section, nous allons présenter l'e-Banking en détail, en examinant ses caractéristiques, ses avantages et ses inconvénients.

1.1 Définition de l'é-Banking

Le E-Banking, également connu sous le nom de banque électronique ou de banque en ligne, fait référence à l'utilisation des technologies de l'information et de la communication pour effectuer des opérations bancaires à distance. Il permet aux clients d'accéder à leurs comptes bancaires, de gérer leurs transactions et d'effectuer diverses opérations financières en utilisant des canaux électroniques tels que l'Internet, les applications mobiles, les guichets automatiques, les services téléphoniques automatisés, etc.¹

Voici des définitions du E-Banking basée sur plusieurs sources :

- Selon la Banque Nationale Suisse

Le E-Banking est une forme d'utilisation de services bancaires basée sur des systèmes informatiques et des réseaux de télécommunication. Il permet aux clients d'accéder à leurs comptes bancaires, de gérer leurs opérations financières, d'effectuer des paiements électroniques et de recevoir des informations financières en temps réel.²

- Selon la Banque centrale européenne (BCE) :

L'E-Banking se réfère à l'utilisation de canaux électroniques, tels que l'Internet, les applications mobiles et les guichets automatiques, pour accéder et effectuer des opérations

¹ Mas I, Kimar K (2008), banking on mobiles why, how, for whom? Focus note. Washington DC ; CGAP

² https://www.snb.ch/fr/mmr/reference/hr_banking/source/hr_banking.fr.pdf

bancaires. Il permet aux clients de vérifier les soldes, effectuer des paiements, transférer des fonds, investir, demander des prêts, etc.³

- **Selon la Banque mondiale**

L'E-Banking est l'utilisation des technologies de l'information et de la communication pour fournir des services bancaires et financiers aux clients. Cela peut inclure l'accès en ligne aux comptes, les paiements électroniques, le trading en ligne, les conseils financiers automatisés et d'autres services accessibles via des dispositifs électroniques.

En résumé, le E-Banking est un service bancaire en ligne qui permet aux clients d'accéder à leurs comptes, de gérer leurs finances et d'effectuer des opérations bancaires à distance à l'aide de canaux électroniques tels que l'Internet, les applications mobiles et les guichets automatiques.⁴

1.2 Histoire et développement de l'e-Banking

L'histoire de l'E-Banking remonte aux années 1980, lorsque les premiers systèmes bancaires électroniques ont été développés pour permettre aux clients d'effectuer des transactions bancaires à distance. Depuis lors, le développement de l'Internet et des technologies de l'information et de la communication (TIC) a accéléré la transformation du secteur bancaire, donnant lieu à une croissance rapide de l'E-Banking dans le monde entier.

Voici les principales étapes de l'histoire et du développement de l'E-Banking :

Les premiers systèmes bancaires électroniques sont apparus dans les années 1980 et utilisaient des modems pour permettre aux clients de se connecter à distance aux systèmes bancaires. Les premiers services fournis comprenaient la vérification des soldes des comptes et la vérification des chèques. Dans les années 1990, les premiers sites Web bancaires ont émergé offrant des services tels que la vérification des soldes de comptes, le transfert d'argent et le paiement de factures. Les guichets automatiques ont également été mis à jour pour permettre des opérations étendues.

Au début des années 2000, la croissance de la banque électronique a été alimentée par la prolifération d'Internet et la sécurité accrue des transactions en ligne grâce à l'utilisation de technologies telles que le cryptage et l'authentification numérique.

³ <https://www.ecb.europa.eu/pub/conferences/shared/pdf/epayments-peeters.pdf>

⁴ <https://www.banquemonde.org/fr/news/press-release/2014/08/28/world-bank-report-digital-payments>

Dans les années 2010, la croissance de la banque en ligne s'est poursuivie avec la multiplication des smartphones et des tablettes, permettant aux clients d'accéder aux services bancaires via des applications mobiles. Les banques commencent également à utiliser la technologie d'analyse de données pour fournir un service personnalisé à leurs clients.

Actuellement, la banque en ligne continue de se développer avec l'introduction de technologies telles que l'intelligence artificielle, la blockchain et la réalité virtuelle. Les banques s'efforcent également d'améliorer la sécurité des transactions en ligne afin de garantir la confidentialité des clients.

En résumé, la banque en ligne a évolué rapidement depuis sa création dans les années 1980 et fait désormais partie intégrante du secteur bancaire, offrant des services pratiques et accessibles aux clients par le biais de divers canaux électroniques.⁵

1.3 Les services de l'e-Banking⁶

Les services de l'E-Banking sont conçus pour permettre aux clients d'accéder et de gérer leurs services financiers de manière électronique. Voici une liste des principaux services proposés par les banques dans le cadre de l'E-Banking :

- **Cartes de crédit et de débit** : les clients peuvent gérer leurs cartes de crédit et de débit, effectuer des paiements en ligne et suivre les transactions
- **Guichet Automatique Bancaire (GAB)** : GAB permet aux clients de l'établissement propriétaire, notamment, d'effectuer les opérations suivantes : consultation de solde, demande de RIB, demande de chèquiers, virement de compte à compte au sein de la banque, remise de chèques, versement d'espèces, retrait d'espèces. Les GAB font aussi fonction de distributeurs de billets (DAB) pour l'ensemble des porteurs de cartes acceptées par l'appareil.
- **Services de messagerie et d'assistance** : Les clients peuvent communiquer avec leur banque via des services de messagerie sécurisés pour poser des questions, demander des informations ou obtenir une assistance en ligne. Certains services offrent également un support client par chat en direct ou par téléphone.

⁵ <https://bizfluent.com/about-5109945-history-ebanking.html>

⁶MERBOUTIA et MESTOUR.O, « La banque en ligne (e-banking) : état des lieux en Algérie. » Mémoire de master, Finance et Banques, UNIVERSITE MOULOUD MAMMARI de TIZI-OUZOU 2018/2019 P28-29

- **Mobile Banking** : également appelé banque mobile, est une extension de l'E-Banking qui permet aux clients d'accéder à leurs services financiers via des applications mobiles spécifiquement conçues pour les smartphones et les tablettes. Il offre une expérience bancaire pratique et accessible aux clients, où qu'ils se trouvent, grâce à l'utilisation de dispositifs mobiles connectés à Internet⁷
- **Paiement de factures** : Les clients peuvent payer leurs factures en ligne, y compris les services publics, les prêts, les cartes de crédit, les abonnements, etc. Ils peuvent enregistrer des bénéficiaires et programmer des paiements réguliers.
- **Service de change de devises** : les clients peuvent effectuer des transactions de change en ligne et obtenir des taux de change en temps réel.

En résumé, les services proposés par les banques en ligne sont conçus pour offrir aux clients des options pratiques, rapides et accessibles pour gérer leur argent et leurs finances personnelles. Les banques en ligne ont pour objectif de fournir des services financiers de qualité, tout en offrant un accès facile et pratique pour les clients.

⁷ Tahir Masood; Khaqan Zafar and Bashir Khan and, « Customer Acceptance of Online Banking in Developing Economies », Journal of Internet Banking and Commerce, April 2008, vol. 13, no.1

Section 2 : Avantages et inconvénients de l'E-Banking

L'e-Banking tel qu'il est conçu, présente en effet pour les utilisateurs des avantages et des inconvénients. Même présente distinctement, la banque, les clients particuliers trouvent de l'e-Banking des avantages et des inconvénients :

2.1 Avantages du e-Banking

L'e-Banking améliore l'image de la banque et la rend plus réactive au marché. Les banques qui fournissent ces services sont considérées comme des leaders technologiques. La banque en ligne permet également de maximiser les profits et de réduire les coûts. Cependant, cela a modifié le rôle des employés de banque, qui sont désormais à la recherche de services à plus forte valeur ajoutée. La concurrence dans le secteur bancaire s'intensifie en raison de la libéralisation et de l'essor des technologies de l'information et de la communication (TIC), en particulier Internet. Les banques en ligne s'interrogent sur le contact direct avec les clients au guichet et la proximité géographique des agences.⁸

2.1.1 Gagnez du temps

Les clients effectuent la plupart de leurs transactions par voie électronique, ce qui accélère le traitement des transactions et fait gagner du temps au personnel. L'automatisation des transactions bancaires entraîne des délais de traitement plus rapides car les clients codent leurs propres opérations

2.1.2 Réduction des coûts d'intermédiaire et de transaction

La banque en ligne peut réduire considérablement le coût des services bancaires, en particulier le coût de la gestion de l'information. La vente de services bancaires sur Internet offre de nouveaux canaux de vente et réduit considérablement le coût des services et des produits bancaires. L'ouverture d'une agence physique coûte plus cher que la création d'un site Web. Les transactions aux guichets automatiques ont des frais moins élevés que dans les magasins, et l'utilisation d'Internet permet des économies à long terme et augmente la rentabilité. Les banques encouragent leurs clients à utiliser d'autres canaux tels que les guichets automatiques au lieu de se rendre en agence.

⁸Michel P, « Les enjeux de la banques », Problème économique, n°2.945,2008, p28.

2.1.3 Expansion géographique

Les technologies de l'information et de la communication permettent aux agents économiques d'intervenir sur les marchés financiers, d'effectuer des transactions en ligne et de gérer des comptes via des sites Web sans restriction géographiques, économiques, sociologiques ou politiques. La banque en ligne offre une opportunité de conquérir des parts de marché sans recourir à une expansion géographique coûteuse des succursales physiques. Les banques doivent développer des services bancaires en ligne pour répondre à la concurrence et aux attentes des clients.

2.1.4 Différenciation des produits

Les TIC ont permis une large gamme de différenciation des produits bancaires, conférant aux banques de nouveaux avantages comparatifs. Le développement des technologies de l'information a accru la concurrence entre les banques et fourni une large gamme de produits.

2.1.5 La gestion de la relation client-banque

Les TIC ont multiplié les points d'accès au réseau bancaire pour le client. En effet il aujourd'hui facile d'accéder à n'importe quelle information bancaire et financière.

Les banques ont trouvé via le multi canal (Internet, DAB, GAB, téléphone...) un moyen d'élargir leurs possibilités de relation avec la clientèle puisqu'elle constitue un moyen de refondre la relation client et d'assurer la qualité des services⁹

2.1.6 La simplicité d'utilisation

La banque électronique offre aux clients le choix de moyen de communication, la possibilité d'effectuer des opérations qui nécessite la présence des informations claires et compréhensibles en rassurant la facilité et la rapidité d'exécution des opérations.

2.2 Les inconvénients de l'E-Banking

L'e-Banking comme tous les systèmes liés aux nouvelles technologies possèdent aussi des points de faiblesses.

⁹Jouahri A (2017), Education financière dans le monde Arabe. Colloque international. Fonds monétaire Arabe le 20/21/2016, Maroc.

2.2.1 Commodité

Les banques virtuelles peuvent offrir une large gamme de services financiers, Cependant, il existe certains inconvénients par rapport aux succursales bancaires. Prenons l'exemple d'un client qui souhaite déposer ou retirer de l'argent espèces.

De ce point de vue, ce client ne peut pas être complètement à l'abri du problème. Des agents locaux et comptez toujours sur eux. Si ce consommateur est un client 100% banque en ligne, il devra forcément s'appuyer sur des banques concurrentes.

Cela met en évidence la question de la commodité ou du manque de commodité des banques virtuelles. ¹⁰

2.2.2 Confiance et risques

La progression du système bancaire et le développement de l'internet à inciter la clientèle à adhérer à ce nouveau mode de relation à distance, la présence de la confiance dans cette opération jugée absolu, impose une assurance entre les deux parties dans la transaction réalisée, cependant le risque lié à la banque en ligne existe, cela nécessite une gestion des risques afin de protéger les clients de toutes menaces.

2.2.3 Risque de l'insécurité des opérations¹¹

La sécurité des services en ligne est compromise à travers deux réseaux du système bancaire des réseaux internes et externes. Du côté interne, le risque d'insécurité est surtout généré, suite à l'utilisation frauduleuse du système informatique par un employé de la banque qui, profitant de sa position au sein de la banque, peut manipuler les informations et effectuer des opérations douteuses sur différents comptes.

2.2.4 Risques juridiques

Ces risques surviennent au moment de la violation des lois et des règles. Les affaires financières évoluent dans un environnement instable perpétuel avec l'incertitude des droits juridiques, largement ressenties. L'électronique Banking est aussi l'objet de plusieurs

¹⁰Denoel C, « Le E-Banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il. ». Mémoire de master en science de gestion. Ecole de gestion de l'université de liège ; 2007-2008. P41

¹¹HIBER.K et MANSERIL.L « Le comportement du consommateur algérien face aux défis de l'E-Banking » Mémoire de master, Management Bancaire, UNIVERSITE MOULOU MAMMERI de TIZI-OUZOU 2019-2020. P 20

problèmes juridiques entraînant des risques, comme le blanchiment d'argent, les révélations d'informations confidentielles de clients ou tout simplement le vol de l'argent d'autrui.

2.2.5 Risques de réputation

La dysfonction dans l'utilisation du service en ligne, aura un impact majeur et néfaste sur l'image et la réputation de la banque. Cela est très délicat, d'autant plus que dans le secteur bancaire le secret et la confidentialité sont des éléments majeurs et indissociables au professionnalisme de la banque.

Les conséquences négatives des problèmes sécuritaires sont graves et se répercutent sur l'image de la banque qui risque fort de perdre ses clients. En même temps, il lui sera très difficile d'en gagner d'autres.

Section 3 : Aspects théoriques de l'inclusion financière

L'inclusion financière est une préoccupation majeure de nombreux gouvernements et institutions du fait de ses nombreux avantages potentiels pour le développement à travers l'utilisation des services financiers. Elle implique que tous les agents économiques aient accès aux services financiers conçus en fonction de leurs besoins et fournis à des taux d'intérêt abordables.

3.1 Définitions

Selon les **Nations Unies**, l'inclusion financière joue un rôle crucial dans la promotion de l'efficacité économique et de l'équité sociale. En effet, en encourageant l'adoption de services financiers numériques et en garantissant l'accès au financement, à l'épargne et à l'assurance, l'inclusion financière contribue à plusieurs aspects importants, tels que la croissance économique, la santé et le bien-être. De plus, elle permet de réduire la pauvreté, la faim et les inégalités, tout en favorisant l'accès à un emploi décent.¹²

Selon **la banque mondiale**, l'inclusion financière signifie que « les particuliers et les entreprises ont accès à des produits et services financiers utiles et abordables qui répondent à leurs besoins (transactions, paiements, épargne, crédit et assurance) fournis de manière responsable et durable » (**Banque Mondiale, 2021**).¹³

Gloukoviezoff, 2013 explique que l'inclusion financière fait référence à un processus par lequel une personne peut accéder ou utiliser les services et les produits financiers proposés par des prestataires classiques.¹⁴

3.2 Rôles des services bancaires traditionnels dans l'inclusion financière

Les services bancaires traditionnels jouent un rôle essentiel dans la promotion de l'inclusion financière en offrant une gamme de produits et services accessibles à tous les segments de la population. Voici quelques points importants à aborder dans cette section :

- Accès aux services financiers : Les institutions bancaires traditionnelles fournissent un accès direct aux services financiers de base tels que l'ouverture de comptes de dépôt, la tenue de compte, les services de paiement, les transferts de fonds, les prêts et les

¹² <https://www.uncdf.org/fr/financial-inclusion>

¹³ <https://www.banquemondiale.org/fr/topic/financialinclusion/overview>

¹⁴ <https://blogs.alternatives-economiques.fr/gloukoviezoff>

services d'épargne. Ces services constituent le fondement de l'inclusion financière en permettant aux individus d'utiliser et de gérer leur argent de manière sûre et pratique.

- Infrastructure physique : Les banques traditionnelles disposent d'un réseau d'agences physiques qui couvre souvent de vastes régions géographiques, y compris les zones rurales et éloignées. Cette infrastructure permet aux populations vivant dans des zones moins développées d'avoir accès à des services bancaires essentiels sans avoir à voyager sur de longues distances.
- Éducation financière : Les banques jouent également un rôle clé dans la sensibilisation et l'éducation financière. Elles peuvent fournir des programmes d'éducation financière et des conseils aux clients, en les aidant à acquérir des compétences de base en matière de gestion financière et à prendre des décisions éclairées concernant leurs finances personnelles. Cela contribue à renforcer la confiance et l'autonomie financière des individus.¹⁵
- Établissement de l'historique financier : Les services bancaires traditionnels permettent aux individus de construire un historique financier solide. Les antécédents de crédit et d'épargne établis au sein d'une institution bancaire peuvent faciliter l'accès à des produits financiers plus avancés, tels que des prêts pour l'entrepreneuriat ou l'achat de biens durables. Cela favorise l'autonomisation financière et l'amélioration des conditions économiques des individus.
- Protection et sécurité financière : Les banques sont soumises à des réglementations strictes et à des mesures de sécurité qui offrent une protection supplémentaire aux clients. Les dépôts bancaires sont généralement assurés par des systèmes de garantie des dépôts, ce qui renforce la confiance des individus dans le système financier. La sécurité et la stabilité offertes par les banques traditionnelles contribuent à promouvoir l'inclusion financière en minimisant les risques liés à la gestion de l'argent.¹⁶

En résumé, les services bancaires traditionnels jouent un rôle central dans la promotion de l'inclusion financière en fournissant un accès équitable aux services financiers de base, une infrastructure physique étendue, des programmes d'éducation financière, un

¹⁵Jouahri A (2017) , Education financière dans le monde Arabe. Colloque international. Fonds monétaire Arabe le 20/21/2016, Maroc.

¹⁶Charlotte (B) et Serga (A) Cabinet (W) « l'impact du numérique sur métiers de la banque » les études de l'observatoire, édition étude thématique, mars 2014

établissement de l'historique financier et une protection financière pour les individus. Cependant, il est également important de reconnaître les limites de ces services traditionnels, notamment en termes de coûts, d'accessibilité pour les populations marginalisées et de capacité à atteindre les populations non bancarisées.

3.3 Impact de l'e-Banking sur l'inclusion financière

L'impact de l'e-Banking sur l'inclusion financière est significatif et peut être analysé sous plusieurs angles. Voici quelques-uns des principaux impacts de l'e-Banking sur l'inclusion financière :

1. **Accessibilité accrue** : L'e-Banking permet aux particuliers d'accéder à leurs comptes bancaires et à leurs services financiers à tout moment et en tout lieu, à condition qu'ils disposent d'une connexion Internet. Cela supprime les limitations géographiques et temporelles, permettant même à ceux qui vivent dans des zones reculées ou ayant un accès limité aux services bancaires traditionnels de bénéficier des services financiers.
2. **Réduction des coûts** : Les services bancaires en ligne ont tendance à être moins chers que les services bancaires traditionnels. Les frais de transaction sont souvent inférieurs et les clients économisent sur les frais de transport et de papier. L'e-Banking offre une opportunité d'inclure des populations qui n'ont pas encore accès aux services bancaires traditionnels. Les individus non bancarisés peuvent ouvrir des comptes en ligne plus facilement et effectuer des opérations de base sans avoir besoin de se rendre physiquement dans une succursale bancaire.
3. **Facilitation des paiements et des transferts** : Les services de paiement en ligne et de transfert d'argent facilitent les transactions financières, ce qui peut être particulièrement utile pour les travailleurs migrants qui envoient de l'argent dans leur pays d'origine. Ces services sont souvent plus rapides et moins coûteux que les méthodes de transfert d'argent traditionnelles.¹⁷

¹⁷ Ezzahed E (2018), l'inclusion financière, levier de renforcement des capacités des individus et du développement. Revue finance sous la direction de Benali M et El Bouhadi A ; édité par l'université sidi Mohamed Ben Abdellah (MAROC).

4. **Éducation financière** : les plateformes de banque électronique fournissent souvent aux clients des outils de gestion financière et des informations utiles pour améliorer leur culture financière et leur compréhension des produits et services financiers.¹⁸
5. **Réduction de la dépendance à l'argent liquide** : les services bancaires électroniques contribuent à réduire la dépendance aux espèces, ce qui améliore la sécurité des transactions et réduit les risques associés au vol ou à la perte d'argent.
6. **Personnalisation des services** : les banques en ligne peuvent utiliser l'analyse des données pour personnaliser les offres de services en fonction du comportement financier des clients. Cela peut conduire à une meilleure utilisation des produits financiers et à une fidélité accrue.
7. **Développement économique** : L'expansion des services bancaires électroniques peut soutenir le développement économique en favorisant l'inclusion financière, en favorisant les investissements et en stimulant la croissance des petites et moyennes entreprises.

Il est toutefois important de noter que l'adoption des services bancaires électroniques n'est pas uniforme dans toutes les régions du monde et que des obstacles tels que l'accès à Internet et la culture numérique peuvent limiter son impact sur l'inclusion financière. De plus, les problèmes de sécurité et de confidentialité des données doivent être pris en compte lors du développement de services bancaires en ligne.

¹⁸Jouahri A (2017) , Education financière dans le monde Arabe. Colloque international. Fonds monétaire Arabe le 20/21/2016, Maroc.

Conclusion

L'évolution des technologies a ouvert de nouvelles possibilités d'action et de communication avec les clients, ce qui a permis une évolution des métiers et des services bancaires. L'adoption de l'e-Banking a élargi la gamme de services proposés par les établissements bancaires, dans le but de satisfaire et fidéliser les clients, ainsi que de faire face à la concurrence.

Le système électronique bancaire offre réellement l'opportunité d'élargir la palette des services disponibles sur le marché bancaire grâce au développement des sites web bancaires.

En conclusion, le secteur des services bancaires, qui est extrêmement sensible, a subi de nombreuses transformations grâce aux nouvelles technologies, renforçant ainsi la relation solide entre les banques et leurs clients.

Chapitre 2

Expérience du E-Banking en Algérie

Introduction

Le secteur bancaire algérien a traversé une période de transformation significative au cours des dernières années, caractérisée par la privatisation des banques publiques et l'entrée de nouveaux acteurs du Moyen-Orient et de l'Europe sur le marché. Pour demeurer compétitives et soutenir leur croissance, les banques en Algérie ont entrepris une modernisation de leurs infrastructures, notamment en développant leurs propres systèmes de paiement électronique.

Ce chapitre se penche sur l'évolution de l'e-Banking en Algérie, en mettant l'accent sur la section 1, qui explore l'émergence de cette technologie. Nous examinerons comment les banques algériennes ont progressivement mis en place des systèmes de paiement électronique, modernisé leur secteur bancaire, et favorisé la concurrence grâce à l'ouverture d'agences privées. La naissance de la Société d'automatisation des transactions interbancaires et de monétique (SATIM) et l'introduction de technologies telles que le Règlement Brut en Temps Réel (RBTR) et le système de paiement de masse sont également des points essentiels.

Dans la section 2, nous analyserons les défis et les obstacles qui ont entravé l'adoption de l'e-Banking en Algérie. Les questions de gouvernance, la confiance des clients, l'infrastructure financière limitée, et l'absence de services financiers adaptés aux besoins des diverses catégories sociales seront abordées en détail.

Enfin, la section 3 explorera les stratégies de promotion de l'e-Banking en Algérie. Nous mettrons en évidence l'importance de l'éducation financière, le renforcement de l'infrastructure financière, l'innovation financière et le développement numérique comme des leviers clés pour encourager l'adoption de l'e-Banking dans le pays.

Ce chapitre offre un aperçu complet de la manière dont l'e-Banking s'est développé en Algérie, les défis auxquels il est confronté, et les actions entreprises pour le promouvoir, contribuant ainsi à l'évolution du secteur financier dans le pays.

Section 1 : Emergence de l'e-Banking en Algérie

Le secteur bancaire algérien a connu de nombreuses mutations ces dernières années (privatisation des banques publiques, émergence de nouveaux acteurs du Moyen-Orient, L'Europe. Ainsi, les banques algériennes doivent désormais refondre leurs systèmes d'information pour accélérer leur croissance.

Dans le cadre du processus de modernisation de leurs infrastructures et d'amélioration constante de la qualité des services financiers qu'elles fournissent à leurs clients, les banques en Algérie mettent en place leurs propres systèmes de paiement électronique.

Le système repose sur une solution complète de paiement électronique, dispose d'une interface en temps réel avec un système d'information central, et permet le contrôle des soldes des comptes bancaires dans les retraits aux distributeurs automatiques de billets (DAB) et aux guichets automatiques bancaires (GAB).

1.1 Modernisation de système bancaire algérien

Dans le cadre d'un programme de modernisation du secteur bancaire, plusieurs actions s'articulent autour de la volonté des banques algériennes de mettre en place et d'accroître l'utilisation des TIC. Cela se traduit par la prise de diverses mesures pour améliorer le renforcement de la mise en œuvre des TIC dans le secteur bancaire algérien.

1.1.1 Naissance de la Société d'automatisation des transactions interbancaires et de monétique (SATIM)¹⁹

Créée en 1995 à l'initiative de la communauté bancaire, la Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et Devises « SATIM » est une filiale des 07 Banques Algériennes BADR, BDL, BEA, BNA, CPA, CNEP, ALBARAKA et CNMA l'institution d'assurance.

Il est le seul opérateur de paiement interbancaire en Algérie pour les cartes nationales et internationales, servant d'un des outils techniques soutenant le programme de développement et de modernisation bancaire et la promotion des moyens de paiement par carte.

¹⁹<https://www.satim.dz/la-satim/qui-sommes-nous.html>

SATIM regroupe 19 membres dans le réseau monétique interbancaire, dont 18 banques, dont 06 banques publiques et 12 banques privées (CNEP-banque, BNA, BDL, CNMA, BEA, etc.) BADR, CPA, EL BARAKA, Société Générale, BNP, AGB, NATIXIS, Gulf Bank, ARAB Bank, ABC Bank, Housing Bank et Fransa-banque).

Les principales missions de la SATIM sont :

- Promouvoir les moyens de paiement électronique
- Développer la monétique interbancaire
- Accompagner les banques dans la mise en place et le développement des produits monétiques
- Prendre en charge et gérer les infrastructures et les aspects techniques
- Participer à la définition des normes, des règles techniques et des règles de gestion et de tarification des produits monétiques
- Personnaliser les chèques et les cartes de paiement et de retrait d'espèces.

1.1.2 Le Règlement Brut en Temps Réel

RBTR (Règlements Brut en Temps Réel) est un système conçu pour les virements interbancaires de grande valeur où chaque transaction est réglée sur une base totale, en temps réel, avec un règlement émis en même temps ou avant que l'ordre ne soit transmis au destinataire. Opérant en Algérie depuis début février 2006 et utilisé pour les paiements électroniques interbancaires portant sur de grosses sommes d'argent avec un seuil minimum de pas moins d'un million de DZD.

1.1.3 Système de paiement de masse

Bientôt opérationnel, le système de paiement de masse offrira la possibilité de dématérialiser les titres de créance et de compenser les créances réciproques. Cette innovation permettra une amélioration significative des délais de paiement des chèques et réduira la charge de travail grâce à la dématérialisation des opérations.

En conséquence, la sûreté du chèque en tant que moyen de paiement sera renforcée.

1.1.4 Développement de la monétique ²⁰

Les dernières prévisions de la SATIM s'établissent à la mise en circulation de 3 284 000 cartes CIB à fin 2022, la mise en œuvre de 1351 DAB, l'installation de 40000 TPE et 280 sites certifiés. Le développement de la monétique s'accélère sous l'impulsion notamment d'Algérie Poste

1.1.5 Agences bancaires

Les banques publiques dominent par l'importance de leur réseau d'agences réparties sur tout le territoire national, mais la cadence d'implantation des agences des banques privées été amplifiée ces dernières années.

Il en résulte une progression rapide de l'activité des banques privées qui contribue au développement de la concurrence, aussi bien au niveau de la collecte des ressources, la distribution de crédits et de l'offre de services bancaires.

1.1.6 Accélération des ouvertures des agences de banques privées²¹

Les banques privées installées en Algérie assurent deux tiers des nouvelles agences inaugurées chaque année en Algérie, près d'une centaine par an en moyenne.

Les banques arabes se déploient également à grande allure avec notamment AGB, (Alegria Gulf Bank), qui 55 agences sur le territoire national. Dans le haut de gamme, HSBC, s'est implantée en Algérie en août 2008 en ouvrant une agence et un siège social à Alger (Pins Maritimes)

En 2010, la Banque d'Algérie a autorisé l'ouverture d'une seconde agence à Alger. Une troisième agence a ouvert ses portes dans la ville d'Oran en septembre 2012 HSBC Algérie, propose des services bancaires aux entreprises et aux particuliers.

A la source de l'accélération du déploiement des banques privées, la nécessité pour elles d'élever leur chiffre d'affaires après que la loi leur ait imposé de faire passer leur capital social de 3 à 10 milliards de dinars à la fin 2009. Les 15 banques privées étrangères agréées se sont conformées à cette exigence et ont dans le même temps mis en route un plan de croissance de leurs engagements et de leur capacité à capter l'épargne domestique.

²⁰<https://www.satim.dz/services-cib/operations-de-paiement-en-ligne.html>

²¹Le magazine promotionnel de l'Algérie « El-Djazair » N°101-novembre 2016

1.2 Evolution de l'E-Banking en Algérie²²

La SATIM a commencé à mettre en œuvre des initiatives de l'e-Banking seulement à partir de 2002, soit sept ans après sa création. À partir de cette période, les projets liés à l'e-Banking se sont multipliés.

Dans une première phase (2002-2005), la SATIM a entrepris diverses actions pour la mise en place d'un système de paiement interbancaire. Cela comprenait le développement d'un réseau monétaire interbancaire (RMI) assurant la sécurité et l'interopérabilité des retraits et des paiements sur distributeurs automatiques de billets (DAB) et terminaux de paiement électronique (TPE). De plus, la SATIM a adopté un système de paiement par carte conforme aux normes EMV et créé un comité monétique interbancaire (COMI) en 2005.

Dans une deuxième phase (2006-2008), d'importants efforts ont été déployés pour le développement du système de paiement interbancaire (CIB). Le système a été lancé en pilote en 2006, généralisé en 2007, et des efforts d'extension ont été réalisés en 2008. Pendant cette phase, le système développé par la SATIM offrait deux services principaux : le retrait d'argent à partir des DAB et le règlement des transactions via les terminaux de paiement électronique (TPE) utilisés par les commerçants.

Les institutions du secteur monétaire proposaient deux types de cartes électroniques spécifiques à la clientèle. Les cartes de retrait permettaient uniquement les retraits d'argent aux DAB et la consultation des comptes, tandis que les cartes de paiement offraient des fonctionnalités étendues telles que le paiement des achats sur les TPE, les services bancaires en ligne et par téléphone (ces derniers n'étaient pas encore disponibles à cette phase).

Dans une troisième phase à partir de 2008, la SATIM a lancé diverses actions visant le développement des services bancaires en ligne et des services bancaires mobiles. Cela incluait le développement progressif de services proposés par les banques algériennes sur leurs sites internet (consultation des soldes, demande de chéquiers, virements, etc.) via les téléphones portables, ainsi que l'introduction des systèmes de paiement en ligne.

En parallèle des actions entreprises par la SATIM, Algérie Poste a intensifié ses efforts à partir de 2005, après avoir initié des projets dès 1997.

²²<https://www.satim.dz/services-cib/operations-de-paiement-en-ligne.html>

1.3 Services de l'E-Banking

Dans le cadre de la modernisation de ses infrastructures et de l'amélioration constante de la qualité des prestations financières dispensées à sa clientèle les banques en Algérie ont mis en service son propre système monétique.

Ce système qui repose sur une solution monétique complète, dispose d'une interface en temps réel avec le système d'information central et permet un contrôle du solde du compte bancaire lors des transactions de retrait d'espèces sur les Distributeurs Automatiques de Billets de Banque (DAB) et les Guichets Automatiques de Banques (GAB).²³

1.3.1 Carte CIB (carte interbancaire)

La carte CIB, est une carte interbancaire, elle est identifiée par le logo de la Banque, L'appellation.

La carte contient un microprocesseur appelé communément « puce » qui assure la sécurité dans le déroulement des transactions de paiement. Elle permet à son titulaire appelé « porteur de carte » de régler ses achats auprès de différents commerces de détail tels que les hôtels, les restaurants, les magasins superettes, les pharmacies...

C'est un instrument de paiement et de retrait interbancaire domestique qui est accepté chez les commerçants affiliés au réseau monétique interbancaire et surtout les DAB installés sur le territoire national.

Actuellement il y a deux types de carte CIB :

- **Carte Classique**

La carte classique, offrant des services de paiement et de retrait interbancaire. Elle est proposée à la clientèle selon les critères arrêtés par chaque banque.

- **Carte Gold**

La carte gold, proposée également à la clientèle selon les critères arrêtés ; Outre le paiement et le retrait d'espèces, cette carte offre des fonctionnalités supplémentaires et des plafonds de retrait et de paiement plus important.

²³DAHDOUBI.D, « L'e-Banking et son impact sur l'environnement de la banque cas : Banque Nationale D'Algérie (BNA) » Mémoire de Master, Economie Monétaire Et Bancaire, Université Abdelhamid Ben Badis, Mostaganem, 2018/2019

1.3.2 Les Terminaux de Paiement Electronique (TPE)

La machine de paiement électronique, appelée « TPE » en abrégé, est un moyen de paiement électronique qui vous permet d'échanger avec la carte bancaire CIB classique et or. 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 tous les jours de la semaine. Il vous garantit une meilleure protection contre la falsification et le vol.²⁴

Les terminaux de paiement électronique sont des dispositifs qui permettent d'effectuer les opérations suivantes :

- Le paiement des achats de biens et services par carte CIB chez les commerçants adhérents au réseau monétique interbancaire.
- Le Cash Advanced (avances de fonds) sur les TPE installés dans les agences.
- Le paiement de factures.

1.3.3 Le Mobile Banking en Algérie

Comme exemple en prend la Banque Natixis qui est considéré par beaucoup d'utilisateurs comme le leader de la banque mobile en Algérie, Natixis a créé une banque complètement mobile « Banxy » fonctionnant sur les téléphones mobiles.

En installant leur application bancaire, vous pouvez créer un compte bancaire en quelques minutes sans aucun document ni déplacement vers leur agence, et une fois que vous avez créé votre compte, vous pouvez commander vos cartes CIB et cartes de débit Visa, vérifier le solde de votre compte, envoyer de l'argent à d'autres comptes, payer des factures et bien d'autres choses. L'application sur Google Play Store est déjà téléchargée plus de 500 000 fois.

²⁴<https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/TPE.html>

Section 2 : Défis et obstacles à l'adoption du l'e-Banking en Algérie

2.1 Obstacles de manque d'une bonne gouvernance dans le secteur bancaire et financier

Actuellement, le concept de bonne gouvernance est devenu une référence pour expliquer la qualité des entreprises. Développement et croissance. Ceci est inclus comme objectif dans la plupart des documents politiques et des plans de développement courants.

Sa qualité est considérée comme l'un des facteurs déterminants de la réussite économique. (Imadalou, 2019) insiste pour une réforme de la gouvernance des banques publiques, qui doit constituer un axe stratégique important pour développer les activités bancaires et de permettre aux acteurs de ce secteur d'être un vecteur de développement économique du pays.

2.2 L'absence de confiance des clients algériens envers les institutions bancaires²⁵

En Algérie, la liquidation des banques El Khalifa et de la BCIA a exposé plusieurs problèmes, notamment l'absence de régulation, le fait que cela ait affecté les deux plus grandes banques du secteur privé, le manque d'informations adéquates sur ces institutions, ainsi que la réaction de panique parmi les déposants.

Cette situation a sérieusement dégradé la confiance des clients envers les banques privées, les incitant à retirer leurs dépôts de la plupart d'entre elles. Au lieu de cela, ils les ont soit transférés vers les banques publiques, en raison de la garantie perçue que l'État les rembourserait en cas de liquidation, soit vers des banques étrangères réputées pour leur gestion plus solide.

« Il faut surmonter le traumatisme de la Khalifa Bank et permettre la création d'une banque privée algérienne de financement et d'investissement. Ils utiliseront leurs ressources pour stimuler les marchés boursiers, financer des start-ups et participer à des activités de capital-investissement. Leurs propres finances proviennent de cette épargne informelle. Le secteur privé devrait faire ce que les institutions financières ne font pas. »

L'État doit assouplir les conditions de délivrance des permis et leurs réglementations sans se départir des activités réglementaires et administratives. La difficulté de créer une

²⁵GODIH Djamel torqui, KAMELI Mohammed, LAZREG Mohammed, « L'inclusion financière : Enjeux et objectifs » Publié :26/01/2023

banque privée en Algérie n'a rien à voir avec la réglementation ou la difficulté d'obtenir une licence. Ceci est lié à la mauvaise perception de la banque privée.

2.3 L'obstacle lié à l'infrastructure financière limitée en Algérie²⁶

Les obstacles liés à l'infrastructure financière limitée de l'Algérie font référence à l'ensemble des systèmes et structures financiers requis pour soutenir efficacement les services bancaires électroniques et les transactions en ligne. Les points clés concernant ce trouble sont:

2.3.1. Manque d'infrastructure numérique

L'Algérie pourrait être confrontée à un manque d'infrastructure numérique nécessaire pour soutenir des services bancaires en ligne efficaces. Il s'agit notamment d'une infrastructure inadéquate pour les communications à haut débit, d'une connectivité Internet fiable et d'un accès mobile à haut débit.

2.3.2. Faible pénétration d'Internet

Une grande partie de la population algérienne n'a pas facilement accès à Internet. La pénétration d'Internet est faible par rapport à d'autres pays, ce qui limite l'accès aux services bancaires en ligne pour une grande partie de la population. Accès géographique : L'accès limité aux infrastructures financières et technologiques dans les zones rurales et isolées rend difficile l'expansion des services bancaires électroniques dans ces zones.

2.3.3. Infrastructure de paiement

Les systèmes de paiement électronique, y compris les cartes de crédit et de débit, peuvent ne pas être largement acceptés ou disponibles, ce qui limite les possibilités de transactions en ligne.

2.3.4. Systèmes de sécurité obsolètes

Les systèmes de sécurité informatique et de protection des données peuvent devenir obsolètes, augmentant le risque de cyberattaques et de violations de données et réduisant la confiance des clients dans les services bancaires en ligne.

²⁶ABBAD Hayet, TOUATI Karima « Impact de l'inclusion financière sur la stabilité bancaire en Algérie : Approche empirique. » Vol :08/ N°03/Octobre-2022 P15

2.3.5. Investissements inadéquats

Les contraintes budgétaires et les priorités gouvernementales peuvent limiter les investissements dans la modernisation de l'infrastructure financière.

2.3.6. Normes technologiques obsolètes

Les normes technologiques utilisées dans le secteur financier peuvent être obsolètes, ce qui rend difficile l'intégration des nouvelles technologies requises pour les services bancaires électroniques.

2.4 L'absence de services financiers et de produits adaptés aux besoins de toutes les catégories sociales.²⁷

Ceci est considéré comme l'un des piliers clés pour parvenir à l'inclusion financière en facilitant l'accès aux services financiers pour les particuliers et les petites et moyennes entreprises. Cette exigence en matière de produits et services financiers relève donc de la responsabilité des prestataires de services financiers, en tenant compte :

1. "La faible concurrence entre les fournisseurs de produits et de services financiers, limitant ainsi les options disponibles pour les clients et réduisant la compétitivité entre les institutions financières."
2. "Les taxes et commissions élevées imposées aux clients, ainsi que la persistance de prestations de services financiers inappropriées en échange de commissions élevées payées par le client."
3. "L'absence de considération de la situation des clients lors de la relation avec les fournisseurs de services financiers, ce qui peut les exposer à l'exploitation et à l'endettement excessif."
4. "La rigidité des instructions en vigueur établies par les autorités de contrôle, ce qui limite la possibilité d'alléger les besoins de financement."
5. "Le manque de formation du personnel des fournisseurs de services financiers, ce qui peut entraîner des lacunes dans la prestation de services adaptés aux besoins des clients."

²⁷<https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/inclusion7.pdf> P5

Section 3 : Les stratégies de promotion de l'e-Banking en Algérie

En ce qui concerne le développement de l'adoption de l'e-Banking dans un pays, en plus de ce que nous avons pu mettre en évidence dans ce cas, nous avons également identifié les objectifs requis et les choses fondamentales à faire pour promouvoir l'approche de l'inclusion financière, notamment :

3.1 L'éducation financière

Tous les États devraient aborder l'éducation et la sensibilisation financière en élaborant une stratégie nationale visant à promouvoir l'éducation financière et la culture financière. Cette stratégie des agences gouvernementales et du secteur privé vise à améliorer les connaissances financières de la population, en particulier des petites et moyennes entreprises, des jeunes, des femmes et d'autres groupes vulnérables.

Le but de l'éducation financière est d'établir un système complet d'éducation financière pour construire une société instruite en matière financière, promouvoir et développer la sensibilisation afin que toutes les couches de la société acquièrent les compétences nécessaires pour comprendre et résoudre les problèmes financiers.

Cela permet aux citoyens de prendre des décisions d'investissement éclairées et réfléchies avec un risque minimal dans diverses transactions financières.

Nous encourageons également les consommateurs et les prestataires de services financiers, en particulier les nouveaux consommateurs, à comprendre leurs droits et responsabilités, en tenant compte du manque d'expérience dans l'utilisation des services financiers. Vous devez également équilibrer les informations dont vous disposez. Les programmes de sensibilisation des consommateurs sont souvent mis en œuvre par le biais de campagnes de sensibilisation du public visant à donner aux consommateurs les moyens de prendre des décisions financières adaptées à leurs besoins. ²⁸

3.2 Renforcement de l'infrastructure financière²⁹

La disponibilité d'une infrastructure financière solide pour répondre aux exigences de l'inclusion financière constitue un des piliers fondamentaux pour instaurer un environnement favorable. Il convient aussi de fixer les priorités pour la réalisation de cette

²⁸<https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/inclusion7.pdf> P6

²⁹<https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/inclusion7.pdf> P3

infrastructure afin de consolider la croissance économique et faciliter l'accès des citoyens aux services financiers

Ces priorités sont les suivantes :

Environnement législatif : Etablir un cadre législatif approprié pour soutenir la démarche de l'inclusion financière à travers l'élaboration et la modification des instructions et résolutions qui prennent en charge les priorités telles que fixées

L'implantation du réseau : promouvoir l'implantation géographique en facilitant l'extension du réseau des agences des prestataires de services financiers et soutenir la création d'agences ou de petits bureaux pour les fournisseurs de services, en particulier pour la microfinance.

Il s'agit également d'encourager la création de points d'accès pour les services financiers tels que les agents bancaires, les points de vente, les guichets automatiques, les assurances, les valeurs mobilières et autres, conformément à la législation de l'Etat.

Le développement des systèmes de paiement et de règlement : le développement des systèmes de paiement et de règlement national en vue de faciliter la mise en œuvre des opérations financières et leur règlement entre les prestataires dans des délais opportuns pour assurer une prestation continue de services financiers.

Tirer profit des progrès technologiques : œuvrer à développer et améliorer la communication et l'échange d'informations grâce à l'élargissement de l'offre des services financiers numériques (Digital Financial Services), ainsi que le paiement par les moyens technologiques afin de faciliter l'accès aux services financiers au moindre coût et une plus grande efficacité.

3.3 L'innovation financière et le développement du numérique

L'innovation financière et le développement numérique jouent un rôle crucial dans la promotion de l'adoption de l'e-Banking en Algérie, car ils peuvent améliorer l'accessibilité, la commodité et la sécurité des services bancaires en ligne. Voici comment ces deux éléments peuvent être utilisés comme stratégie³⁰ :

³⁰ABBAD Hayet, TOUATI Karima « Impact de l'inclusion financière sur la stabilité bancaire en Algérie : Approche empirique. » Vol :08/ N°03/Octobre-2022 P17

1. **Développement de solutions numériques modernes** : Les institutions financières algériennes peuvent investir dans le développement de plateformes e-Banking conviviales, accessibles via des applications mobiles et des sites web. Ces solutions devraient offrir une gamme complète de services, de la consultation de solde au virement de fonds, en passant par la gestion de portefeuille, pour répondre aux besoins variés des clients.
2. **Innovation dans les méthodes d'identification et de sécurité** : L'adoption de technologies d'authentification avancées telles que la biométrie (reconnaissance d'empreintes digitales, reconnaissance faciale) et l'authentification à deux facteurs peut renforcer la sécurité des transactions en ligne, ce qui peut rassurer les clients sur la protection de leurs données financières.
3. **Développement de services financiers mobiles** : En Algérie, où de nombreuses personnes n'ont pas accès à des services bancaires traditionnels, le développement de services financiers mobiles peut jouer un rôle clé. Cela permet aux clients de gérer leurs finances via leur téléphone mobile, même sans compte bancaire traditionnel.
4. **Éducation financière et numérique** : Les institutions financières et les autorités peuvent collaborer pour offrir des programmes de formation aux clients sur l'utilisation sécurisée et efficace des services bancaires en ligne. Cela peut contribuer à surmonter la méfiance initiale envers les technologies numériques.
5. **Simplification des réglementations** : Les autorités peuvent simplifier les réglementations relatives aux services bancaires en ligne pour encourager l'innovation tout en garantissant la protection des consommateurs.
6. **Promotion de l'inclusion financière** : L'adoption de l'e-Banking devrait s'accompagner d'efforts pour promouvoir l'inclusion financière en veillant à ce que les services en ligne soient accessibles à tous, y compris les populations rurales et défavorisées.

En combinant l'innovation financière et le développement numérique, l'Algérie peut créer un environnement propice à l'adoption croissante de l'e-Banking, améliorant ainsi l'efficacité du secteur financier et facilitant la vie financière des citoyens.

3.4 Les autres actions fondamentales à entreprendre pour une efficience du système bancaire et financier et une amélioration de L'adoption de l'é-Banking ³¹

Le système bancaire et financier en Algérie doit entreprendre des réformes pour une dynamisation de ce secteur, et permettre ainsi de promouvoir l'inclusion financière. Il s'agit entre autres :

- Le développement de la culture bancaire et financière devrait fournir une feuille de route aux autorités pour éduquer le public sur les pratiques financières à travers des campagnes d'information. L'éducation financière en Algérie est donc importante dans ce contexte.
- Modernisation des systèmes de paiement : Le problème de la reconstruction des instruments de paiement (chèques, virements, traites, cartes de crédit, etc.) se pose avec acuité et affecte les opérations bancaires dans les économies présentant des déficits croissants dans les circuits de paiement.
- La promotion et le développement des paiements électroniques nécessitent une traçabilité des transactions, ce qui oblige les entreprises à éviter ce mode de paiement. Ceci explique, d'une part, le niveau d'évasion fiscale et donc la nécessité de promouvoir des incitations fiscales visant à favoriser l'évasion fiscale. D'une part, il faut démocratiser les moyens de paiement en favorisant, d'autre part, les paiements mobiles.
- Transformer la poste en banque postale, le réseau d'Algérie poste est très dense, cette mesure permettra d'augmenter la bancarisation du pays d'une part, favoriser la création de banques d'investissement d'autre part.

³¹ABBAD Hayet, TOUATI Karima « Impact de l'inclusion financière sur la stabilité bancaire en Algérie : Approche empirique. » Vol :08/ N°03/Octobre-2022 P19

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons examiné l'évolution de l'e-Banking en Algérie, mettant en lumière son émergence progressive.

Nous avons également identifié les obstacles et les défis majeurs entravant son adoption généralisée dans le pays, tels que la sécurité des transactions, l'accès limité à Internet et les réticences culturelles.

Enfin, nous avons analysé les différentes stratégies mises en place pour promouvoir l'e-Banking en Algérie, notamment la sensibilisation du public, le renforcement de la sécurité des transactions et l'amélioration de l'infrastructure numérique. Cette exploration approfondie de l'e-Banking en Algérie révèle l'importance croissante de cette technologie dans le secteur financier, tout en soulignant les défis persistants à surmonter pour sa pleine intégration dans le pays.

Chapitre 3

**Enquête empirique
sur le comportement
du consommateur
algérien face au défi
du E-Banking**

Introduction

L'e-Banking a émergé grâce à la révolution technologique et au développement du secteur bancaire, permettant ainsi une interaction possible entre les banques et leurs clients. De nombreux consommateurs témoignent que l'avènement d'Internet a grandement simplifié leur vie et qu'ils privilégient l'utilisation de l'e-Banking. Cela leur offre l'opportunité de réaliser leurs opérations bancaires avec facilité et tranquillité, réduisant ainsi leurs déplacements et leurs dépenses.

Dans ce contexte, le secteur bancaire algérien s'est engagé dans des réformes visant à instaurer un système moderne, libéral et fiable. Cette démarche vise à répondre aux exigences et aux attentes des consommateurs, en offrant des services bancaires plus accessibles et pratiques grâce à l'e-Banking.

Au cours de ce chapitre nous allons présenter le résultat de notre étude empirique à l'aide des réponses obtenues, qui a pour objectif d'évaluer le comportement du consommateur face à l'e-Banking en Algérie et répondre à notre problématique posée dans notre mémoire.

Section 1 : présentation du secteur bancaire algérien compte tenu de l'E-Banking

Le système bancaire en Algérie a subi d'importantes évolutions depuis l'indépendance jusqu'à nos jours, c'est-à-dire jusqu'en 2010. En résumé, ces changements peuvent être divisés en deux périodes distinctes :

1. La période allant de 1962 à 1989, connue comme la période précédant les grandes réformes, était principalement caractérisée par l'adoption de la planification centralisée comme mode de gestion de l'économie. Cette période englobe les événements majeurs ayant marqué le secteur bancaire depuis l'indépendance de l'Algérie, notamment la création de l'Institut d'Émission, l'introduction du dinar algérien en tant que monnaie nationale, et la nationalisation du secteur bancaire. Ces développements ont perduré jusqu'aux premières tentatives de décentralisation à partir de 1986, notamment la réforme de 1986 et celle de 1988.
2. La période de 1990 à 2023, appelée la période d'ouverture et de transition vers l'économie de marché, a marqué le début de grandes réformes structurelles et économiques. L'événement clé de cette période a été la promulgation de la loi 90-10, mettant fin au monopole de l'État sur les services financiers. En prolongement des réformes économiques initiées en 1988, qui se concentraient sur la réforme des entreprises publiques, les autorités algériennes ont entrepris une réforme du système bancaire en introduisant un nouveau cadre juridique applicable à toutes les banques et établissements financiers. Cette nouvelle réglementation visait à moderniser le secteur bancaire en vue de favoriser le financement des investissements productifs pour stimuler une croissance robuste et durable.

Actuellement, le secteur bancaire algérien est dominé par six grandes banques publiques, dont une caisse d'épargne : BNA, BEA, BADR, BDL, CPA et CNEP. En plus de celles-ci, il y a 14 banques à capitaux étrangers, 10 filiales et 3 succursales de banques internationales, ainsi qu'une banque à capitaux mixtes. Il n'y a actuellement aucune banque privée algérienne opérant sur le marché local.

Les succursales des banques multinationales comprennent Citibank Algérie, HSBC Algérie et Arab Bank Plc. Les filiales incluent la Société Générale, BNP Paribas, Natixis Algérie, Crédit Agricole CIB Algérie, Arab Banking Corporation, Housing Bank for Trade

and Finance, Fransabank Al Djazair, Gulf Bank Algérie, Al Salam Bank et Trust Bank Algérie.

En complément, une banque à capitaux mixtes, Banque Al Baraka, fait partie de l'écosystème bancaire algérien. Ces banques adoptent divers modèles économiques, allant de la banque mono-agence orientée exclusivement vers les entreprises à la banque universelle disposant d'un réseau étendu.

Le secteur bancaire s'articule à la fin de 2015 autour de 1469 agences. Le réseau est couvert à 77% par les banques publiques (1123 agences) et à 23% par les banques privées (346 agences). A noter et à comparer aux 3585 guichets du Centre des chèques postaux (CCP). Par ailleurs, les établissements financiers disposent de 88 agences. Un certain déséquilibre géographique dans la configuration des réseaux.

Les banques publiques sont établies dans l'ensemble des wilayas, alors que les banques privées ont développé leur réseau très majoritairement sur les centres urbains du nord du pays. Certaines banques étrangères, notamment les banques françaises, ont joué un rôle non négligeable dans la densification du réseau d'agences bancaires.

Certaines autres caractéristiques du marché bancaire algérien méritent d'être relevées. La gamme des produits offerts est étroite, aussi bien pour les particuliers que pour les entreprises. Le marché est dans un contexte de banalisation de produits simples. Nous remarquons également que la numérisation des services est encore timide bien qu'une grande évolution soit apparue ces dernières années particulièrement depuis 2017.

Le numérique et les objets connectés tels que : les smartphones, les ordinateurs, les tablettes etc... font désormais partie du quotidien des consommateurs, de ce fait les banques se mettent à investir dans ce domaine très porteur à l'avenir.

Les différentes révolutions de la technologie offrent de nouveaux modes de liaison électronique et permettent d'imaginer des nouveaux moyens de paiement par l'e-Banking. La volonté politique de développer l'e-Banking s'est affichée dès les débuts des années 90 par la création de la SATIM en 1995 Les actions entreprises par la SATIM pour l'e-Banking ne se sont ressenties qu'à partir de 2002 ; soit 07 ans après sa création. Entre 2002 et 2005,

différentes actions ont été entamées pour la mise en place d'un système de paiement interbancaire.

L'e-Banking est l'ensemble des services bancaires assurés par voie électronique et donc par Internet. Cette prestation est un grand atout pour le client qui peut accéder aux données sans aucune limitation de temps et géographique et peut gérer ses transactions bancaires électroniquement sans être obligé de visiter une succursale physique.

Malgré les projets lancés dans le domaine, la volonté et l'insistance des pouvoirs publics, l'e-Banking demeure embryonnaire en Algérie par rapport aux pays dont le niveau de développement est proche du notre. Mais, nous pouvons conclure que l'espace qu'occupe l'e-Banking en Algérie reste en évolution grâce aux efforts fournis par l'état. L'e-Banking au niveau de la BNA vous assure : la proximité, la sécurité, la facilité et la diversité.

Section 2 : Présentation de la méthodologie et interprétation des résultats

Dans notre étude nous avons choisi de mener une analyse empirique sur internet par questionnaire. Cependant nous avons pu faire notre enquête auprès de

Nous avons mené une étude préliminaire au cours de laquelle nous avons rencontré diverses catégories socio-professionnelles, notamment des étudiants, des employés et des retraités et autres. Au cours de ces rencontres, nous avons posé plusieurs questions dans le but de recueillir des informations de manière efficace et rapide avant de décider de réaliser une étude quantitative.

Les entretiens que nous avons menés nous ont permis d'identifier les facteurs clés qui influencent le comportement du consommateur, notamment : l'âge, qui exerce une influence significative sur le comportement, en particulier en ce qui concerne l'adoption du concept de l'e-Banking ; la mobilité, la simplicité et le gain de temps, qui sont les principaux avantages perçus des services en ligne pour les clients. Cependant, il est important de noter que la confiance dans ces services n'est pas encore pleinement établie.

L'étude par questionnaire implique une méthodologie ; des objectifs clairs et une planification précise

Nous avons choisi de mener une enquête aléatoire en utilisant des questionnaires, car cette approche nous permet d'analyser le comportement des clients à l'égard de l'e-Banking. Les questionnaires offrent une méthode plus simple à la fois pour les clients et les personnes interrogées, car elles peuvent répondre plus facilement à des questions pour lesquelles une liste de réponses préétablies est disponible pour cocher.

2.1 Echantillonnage

Dans notre cas, la population mère sur laquelle se porte notre enquête est constituée de personnes algériennes. Sachant que notre population cible est le publique ouvert. Nous avons donc pu retenir un échantillon composé de 40 clients de différentes catégories.

2.2 Déroulement de l'enquête

Pour obtenir des réponses, rien n'est plus naturel que de poser des questions. L'enquête par questionnaires est, à ce titre, un moyen pratique pour collecter rapidement des

informations et un outil efficace d'aide à la prise de décision. Ainsi notre enquête a commencé le 07/09/2023 pour une durée d'un mois.

- **Le questionnaire**

Le questionnaire est un outil important et un élément essentiel pour la réalisation de l'enquête, C'est un ensemble de questions construites dans le but de collecter l'information nécessaire à l'accomplissement d'une étude. Les questions figurant dans notre questionnaire sont de différentes formes (question fermées dichotomique à choix unique, questions fermées multichotomique à choix multiple).

- **Le mode de questionnaire**

Pour notre étude on a utilisé la plateforme Google Docs pour distribuer notre questionnaire en ligne, au niveau de plusieurs personnes. Chaque personne de l'échantillon a reçu un questionnaire à remplir.

2.3 Présentation des volets du questionnaire

Nous avons articulé notre sondage autour de 3 parties :

- **Les services E-Banking :**

Ce volet permet d'identifier les services E-Banking que proposent la plupart des banques ou plusieurs d'entre elles ; tel que le distributeur automatique ; messagerie instantanée etc....

Cela nous permet d'avoir un meilleur point de vue de l'ensemble ainsi que le taux d'utilisation de ces derniers par les clients, à titre d'exemple :

- Quels sont les services e-Banking que vous utilisez le plus ?
- Pour quels types d'opérations utilisez-vous l'e-Banking ?

- **Questions d'analyse du comportement des clients face à l'e-Banking**

Les questions qui font références aux comportements des clients face à l'e-Banking et l'utilisation de ces services sont les plus importantes du sondage. Les questions portent sur le taux d'utilisation de services e-Banking, leur appréciation ainsi que leur apport à la relation banque/client.

Exemple :

- Quels sont les avantages des services en ligne selon vous ?
- Pour quels types d'opérations vous rendez-vous en agence l'E-Banking ?

➤ **Questions d'identifications des interrogés :**

Ces critères permettront de réaliser des interprétations selon les caractéristiques sociodémographiques. Donc ces questions vont nous permettre de dresser un profil de chaque sondé : genre (sexe), âge, catégorie socioprofessionnelle. Exemple :

- Quelle est votre tranche d'âge ?
- Quelle est votre catégorie socioprofessionnelle ?

2.4 Traitement des résultats

Afin de traiter les résultats obtenus d'après les réponses à notre questionnaire, nous avons opté pour le logiciel Microsoft Excel et Google Docs, un outil qui offre la possibilité d'analyser les données.

Section 3 : Analyse et interprétation des résultats

Suite à l’analyse des réponses obtenues au cours de notre enquête arrêté le 07 octobre 2023 par questionnaire En ligne, nous sommes arrivés aux résultats suivants :

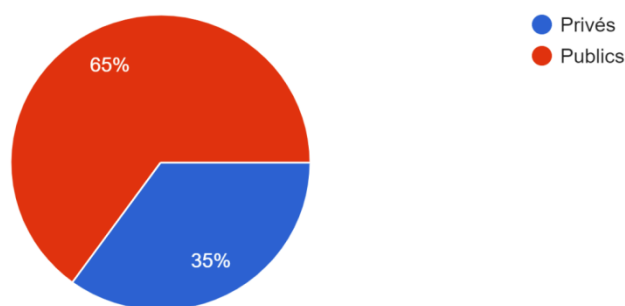
Fiche signalétique de l’échantillon (source : nous-mêmes)

Tableau 01 : Type de banque auquel ils ont un compte

Etablissement bancaire	Effectif	Pourcentage
Privés	14	35 %
Public	26	65 %
Total	40	100 %

Graphique 01 : Type de banque auquel ils ont un compte

Auprès de qu'elle type de banques, avez-vous un compte ?
40 réponses



Source : Nous-mêmes

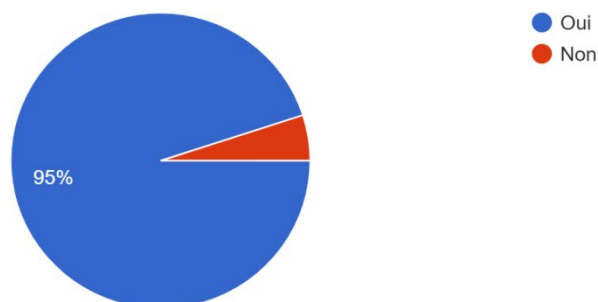
Le tableau et le graphe n°1 nous montrent que (65%) des sondés ont un compte auprès des banques publiques, (35%) pour les personnes qui ont un compte auprès des banques privées.

Tableau 02 : Répartition selon les personnes qui ont entendu parler de l'e-Banking

E-Banking	Effectif	Pourcentage
Oui	38	95%
Non	02	5%
Total	40	100%

Graphique 02 : Répartition selon les personnes qui ont entendu parler de l'e-Banking

Avez-vous déjà entendu parler de l'e-banking?
40 réponses



Source : Nous-mêmes

Le tableau et le graphe n°2 nous montrent que la plupart sondés ont entendu parler de l'e-Banking avec (95%) et ceux qui n'ont pas entendu parler de l'e-Banking avec (5%).

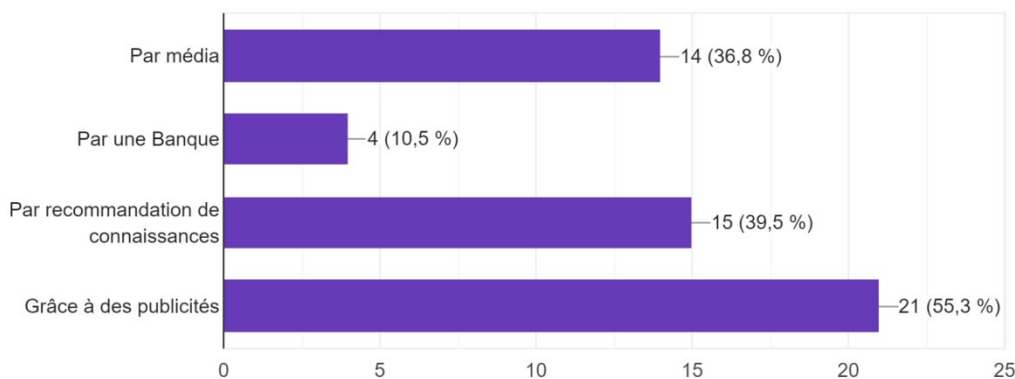
Tableau 03 : Quel mode de communication a permis de découvrir le service e-Banking ?

Réponses	Effectifs	Pourcentages
Par média	14	36.8%
Par une Banque	04	10.5%
Par recommandation de connaissances	15	39.5%
Grâce à des publicités	21	55.3%
Total	38	100%

Graphique 03 : Quel mode de communication a permis de découvrir le service e-Banking ?

Si oui, par quel moyen avez-vous découvert ce service de e-banking ?

38 réponses



Source : Nous-mêmes

Le tableau et le graphe n°3 nous montrent que 55.3% des personnes ont entendu parler de l'e-Banking grâce à des publicités, 39.5% par recommandation de connaissances, 36.8% par média et 10.5% par leur Banque

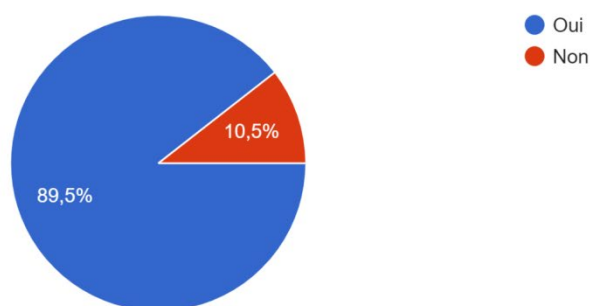
Tableau 04 : Répartition selon l'utilisation de l'e-Banking

Offres de l'e-Banking	Effectif	Pourcentage
Oui	34	89.5%
Non	4	10.5%
Total	38	100%

Graphique 04 : Répartition selon l'utilisation de l'e-Banking

Utilisez-vous les services d'e-banking ?

38 réponses



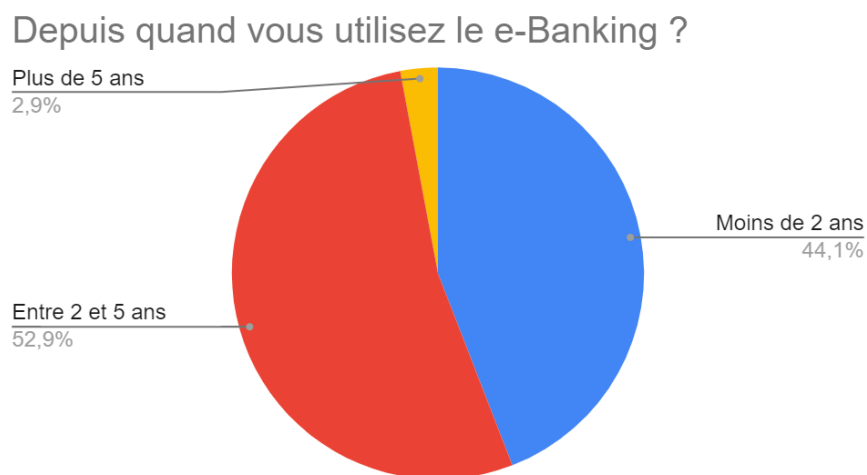
Source : Nous-mêmes

Le résultat du tableau et le graphe n°4 nous montrent que la majorité des sondés bénéficie de l'offre de l'e-Banking avec (89,5%) et (10,5%) ne bénéficie pas de l'offre.

Tableau 05 : Evolution d'utilisation de l'e-Banking

L'évolution des services en lignes	Effectif	Pourcentage
Moins de 2 ans	15	44.12%
Entre 2 et 5 ans	18	52.94%
Plus de 5 ans	1	2.9%
Total	34	100%

Graphique 05 : Evolution d'utilisation de l'e-Banking



Source : Nous-mêmes

Le tableau et le graphe n°5 nous montrent que (44.1%) des sondés utilisent les services e-Banking depuis moins de 2 ans, (52.9%) l'utilisent depuis 2 à 5 ans et (2.9%) l'utilisent depuis plus de 5 ans.

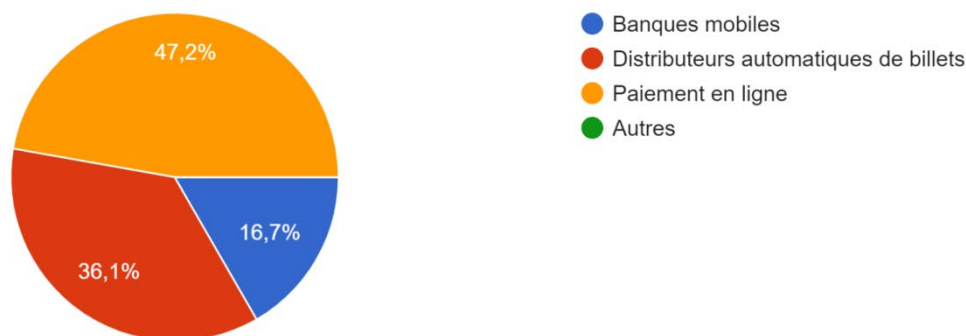
Tableau 06 : Les services e-Banking les plus utilisés

Les services les plus utilisés	Effectif	Pourcentage
Banques mobiles	6	16.7%
Distributeurs automatiques de billets	13	36.1%
Paiement en ligne	17	47.2%
Autres	0	0%
Total	36	100%

Graphique 06 : Les services e-Banking les plus utilisés

Quels sont les services e-Banking que vous utilisez le plus ?

36 réponses



Source : Nous-mêmes

Le tableau et le graphe n°6 nous montrent que (36.1%) des sondés utilisent les distributeurs automatiques, (16.7%) utilisent les banques mobiles et (47.2%) utilisent le paiement en ligne

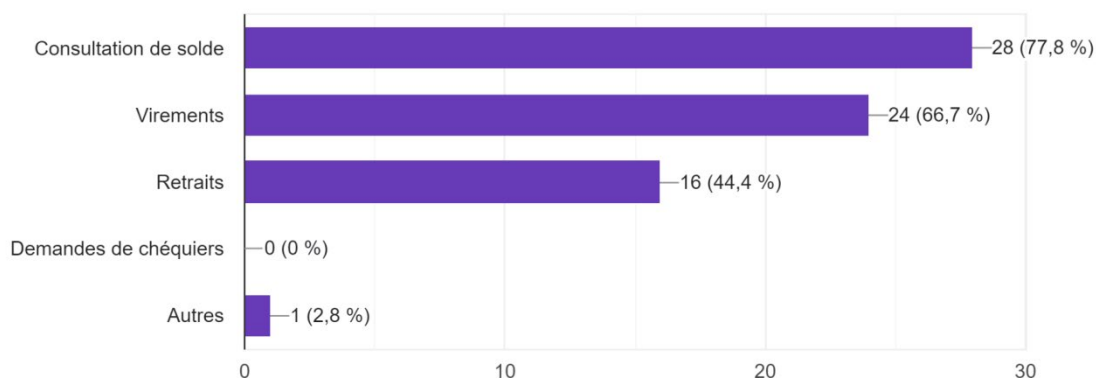
Tableau 07 : Types d'opérations qu'ils utilisent l'e-Banking

Les services utilisés	Effectif	Pourcentage
Consultation de solde	28	77.8%
Virements	24	66.7%
Retraits	16	44.4%
Demandes de chèquiers	0	0%
Autres	1	2.8%

Graphique 07 : Types d'opérations qu'ils utilisent l'e-Banking

Pour quels types d'opérations utilisez-vous l'E-Banking ?

36 réponses



Source : Nous-mêmes

Les résultats du tableau et graphe n°7 nous montrent que l'opération de consultation est utilisée par 28 personnes (77.8%), les virements sont utilisés par 24 personnes (66.7%) , les retraits par 16 personnes(44.4%), demandes de chèquiers par aucun et pour les autres opérations qu'une personne (2.8%).

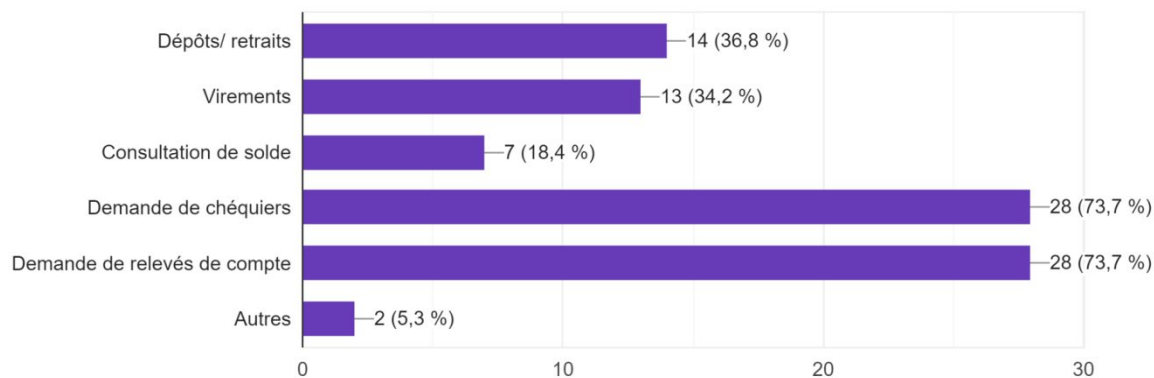
Tableau 08 : Type d’opération aux quel ils se rendent en agence

Déplacement en agence	Sondages	Pourcentage
Dépôts/ retraits	14	36.8%
Virements	13	34.2%
Consultation de solde	07	18.4%
Demande de chèquiers	28	73.7%
Demande de relevés de compte	28	73.7%
Autres	02	5.3%

Graphique 08 : Type d’opération aux quel ils se rendent en agence

Quelles opérations effectuez-vous en agence bancaire plutôt qu'en ligne ?

38 réponses



Source : Nous-mêmes

Les résultats du tableau et graphe n°8 nous montrent que 28 personnes sondées (73.7%) demandent leurs chèquiers et aussi demande leurs relevés de comptes lorsqu' ils se rendent en agence, 14 personnes (36.8%) faisaient des dépôts ou retraits, 13 personnes (34.2%) faisaient des virements, 7 personnes consultent leurs solde (18.4%) et 2 personnes ont choisies autres opérations (5.3%).

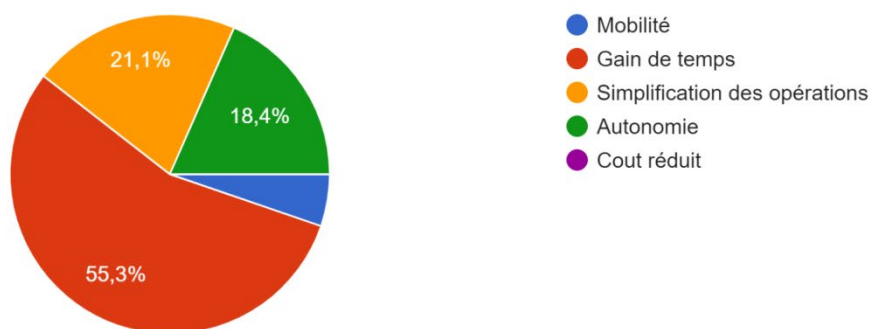
Tableau 09 : Les avantages des services en ligne

Avantages	Effectif	Pourcentage
Mobilité	2	16,67%
Gains de temps	21	55.3%
Simplification de opérations	8	21.1%
Autonomie	7	18.4%
Coûts réduits	0	0%
Total	38	100%

Graphique 09 : Les avantages des services en ligne

Quels sont, à votre avis, les bénéfices des services en ligne ?

38 réponses



Source : Nous-mêmes

D’après les résultats du tableau et le graphe n°9 nous remarquons que (55.3%) des sondés bénéficient le gain de temps, (21.1%) des personnes bénéficient de simplification des opérations, (18.4%) bénéficient de l’autonomie et (5.3%) bénéficient de mobilité.

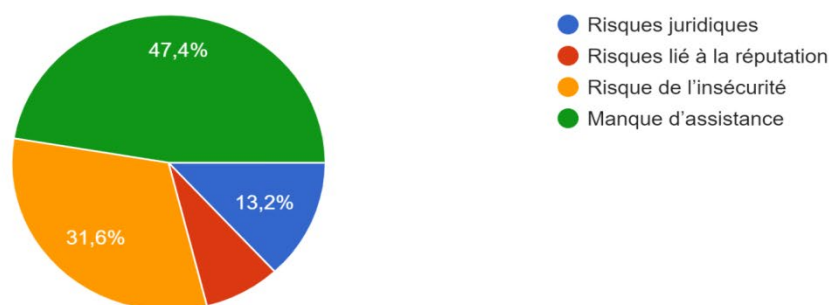
Tableau 10 : Les inconvénients de l'e-Banking

Inconvénients	Effectif	Pourcentage
Risque juridiques	5	13.2%
Risque lié à la réputation	3	7.9%
Risque de l'insécurité	12	31.6%
Manque d'assistance	18	47.4%
Total	38	100%

Graphique 10 : Les inconvénients de l'e-Banking

Selon vous, Quels sont les inconvénients des services e-Banking ?

38 réponses



Source : Nous-mêmes

Le tableau et le graphe n°10 nous montrent que l'inconvénient principale à l'utilisation de l'e-Banking est le manque d'assistance avec (47.4%) d'avis, suivis par des risques d'insécurité avec (31.6%), puis le risque juridique avec (13.2%) et (7.9%) pour les risques liés à la réputation. Cela nous montre que le manque d'assistance et le risque de l'insécurité est ce qui freine le plus les clients à l'utilisation de l'e-Banking.

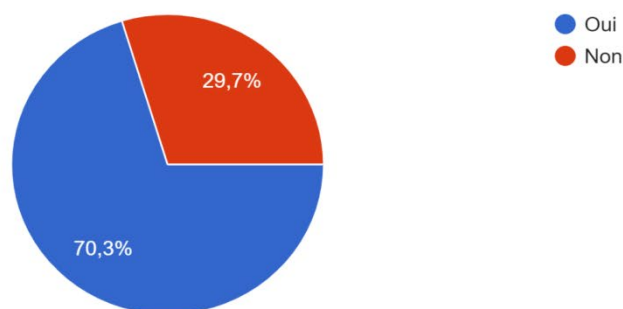
Tableau 11 : Problème d'utilisation des sites bancaires

Problème d'utilisation	Effectif	Pourcentage
Oui	26	70.3%
Non	11	29.7%
Total	37	100%

Graphique 11 : Problème d'utilisation des sites bancaires

Avez-vous rencontré un problème d'utilisation des sites bancaires ?

37 réponses



Source : Nous-mêmes

Le tableau et le graphe n°11 nous montrent que (70.3%) des sondés rencontrent des problèmes d'utilisation de L'e-Banking par contre (29.7%) ne rencontrent aucun problème d'utilisation.

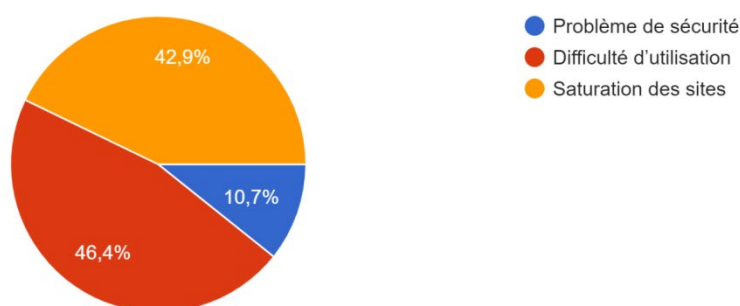
Tableau 12 : Nature du problème d'utilisation de l'e-Banking

Nature du problème	Effectif	Pourcentage
Problème de sécurité	3	10.7%
Difficulté d'utilisation	13	46.4%
Saturation des sites	12	42.9%
Total	28	100%

Graphique 12 : Nature du problème d'utilisation de l'e-Banking

Si oui, précisez la nature du problème ?

28 réponses



Source : Nous-mêmes

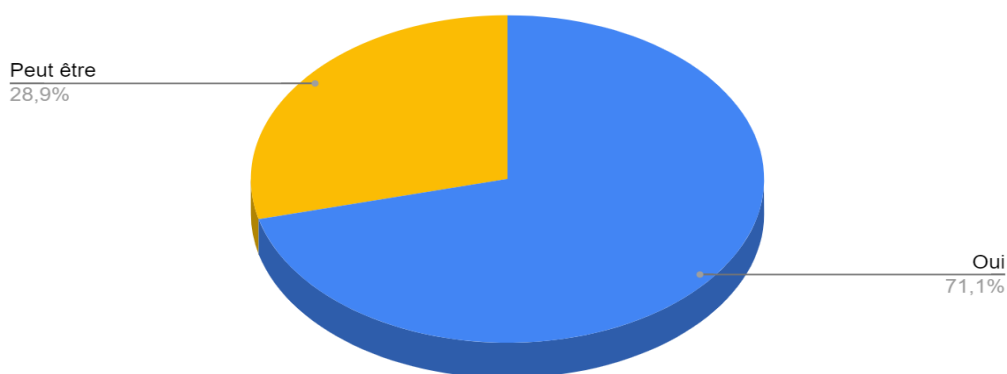
D'après les résultats du tableau et le graphe n°12 nous remarquons que la nature du problème rencontré par les utilisateurs des sites bancaire est difficulté d'utilisation saturation des sites pour eux avec (46.4%), puis saturation des sites avec (42.9%) et problème de sécurité (10.7%)

Tableau 13 : L'E-Banking est plus avantageux que le contact humain

E-Banking ou contact humain	Effectif	Pourcentage
Oui	27	71.1%
Non	0	0%
Peut être	11	28.9%
Total	38	100%

Graphique 13 : L'E-Banking est plus avantageux que le contact humain

Pensez-vous que l'E-Banking est plus avantageux que le contact humain ?
38 réponses



Source : Nous-mêmes

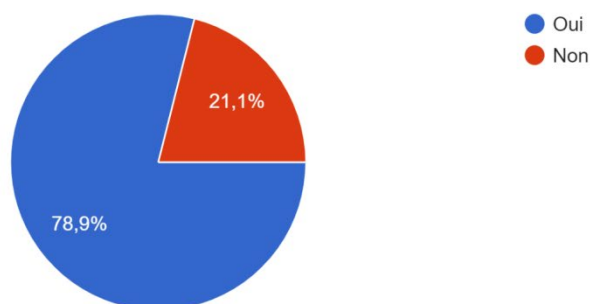
Le tableau et le graphe n°13 nous montrent que (71.1%) des sondés considèrent que l'e-Banking est complètement plus avantageux que le contact humain, puis (28.9%) voient qu'il est peut-être avantageux, donc aucun des sondés considère que le contact humain est plus avantageux que l'E-Banking.

Tableau 14 : Satisfaction par la qualité des services e-Banking offerts

Satisfaction service e-Banking	Effectif	Pourcentage
Oui	30	78.9%
Non	8	21.1%
Total	38	100%

Graphique 14 : Satisfaction par la qualité des services e-Banking offerts

Etes-vous satisfaits par la qualité des services e-Banking offerts ?
38 réponses



Source : Nous-mêmes

D'après les résultats du tableau et le graphe n°14 nous avons remarqué que (78.9%) de sondés sont satisfaits par la qualité des services e-Banking par contre (21.1%) ne sont pas satisfaits.

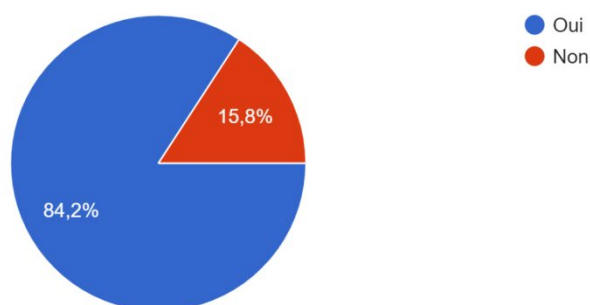
Tableau 15 : Avenir de l'E-Banking en Algérie

E-Banking en Algérie	Effectif	Pourcentage
Oui	32	84.2%
Non	6	15.8%
Total	38	100%

Graphique 15 : Avenir de l'E-Banking en Algérie

Pensez-vous que ce genre de service e-Banking à un avenir en Algérie ?

38 réponses



Source : Nous-mêmes

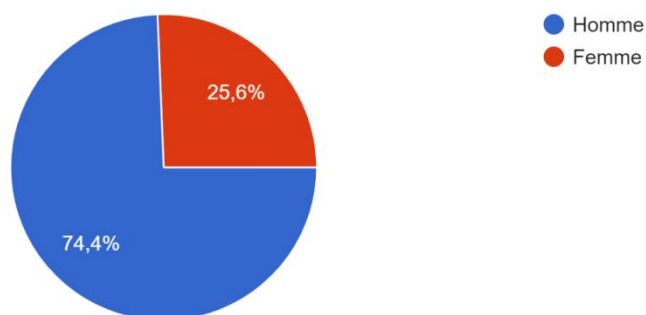
Le tableau et graphe n 15 nous montrent que la majorité pensent que l'E-Banking a un avenir en Algérie (84.2%) et que (15.8%) pensent le contraire.

Tableau 16 : Répartition de l'échantillon selon le genre.

Genre	Effectif	Pourcentage
Homme	29	74.4%
Femme	10	25.6%
Total	39	100%

Graphique 16 : Répartition de l'échantillon selon le genre.

Vous êtes ?
39 réponses



Source : Nous-mêmes

Le tableau et le graphe n°17 montrent que (74.4 %) des sondés sont des hommes, et (25.6 %) sont des femmes.

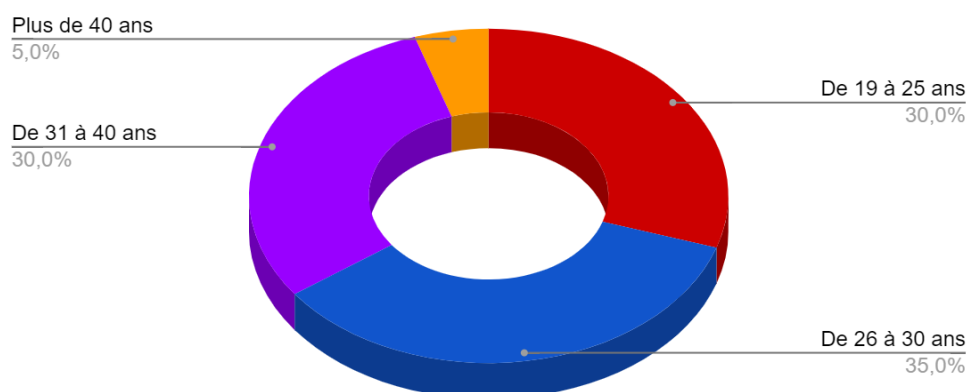
Tableau 17 : Répartition selon la tranche d'âge

Tranche d'âge	Effectif	Pourcentage
De 19 à 25 ans	12	30%
De 26 à 30 ans	14	35%
De 31 à 40 ans	12	30%
Plus de 40 ans	02	5%
Total	40	100%

Graphique 17 : Répartition selon la tranche d'âge

Votre âge ?

40 réponses



Source : Nous-mêmes

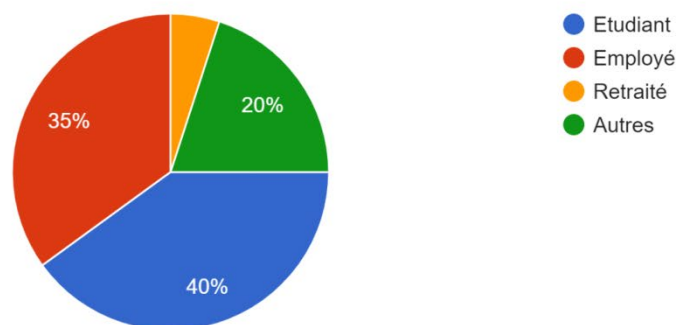
Sur les 40 personnes interrogées nous constatons que la majorité sont des personnes âgées entre 26 à 30 ans avec (35%), suivi de personnes âgées de 31 à 40 ans avec (30%), puis les 19 à 25 ans avec (30%) et les plus de 40 ans avec (5%)

Tableau 18 : Répartition selon la catégorie socioprofessionnelle

Catégorie socio professionnelle	Effectif	Pourcentage
Étudiants	16	40%
Employés	14	35%
Retraités	2	5%
Sans emplois et autres	8	20%
Total	40	100%

Graphique 18 : Répartition selon la catégorie socioprofessionnelle

Catégorie socio-professionnelle
40 réponses



Source : Nous-mêmes

Le tableau et le graphe n°19 nous montrent que la plupart des sondés sont des étudiants (40%), (35%) sont des employés, (20%) n’ont pas déclaré (Autres) et (5%) des retraites. Notre échantillon est donc majoritairement composé d’étudiants.

Section 3 : Discussion et Conclusion

Dans ce dernier chapitre, nous avons approfondi notre discussion en abordant plusieurs points clés liés à l'évolution du secteur bancaire en Algérie et à l'émergence de l'E-Banking au sein des banques. Nous avons également examiné comment l'E-Banking influence le comportement des consommateurs Algériens.

Tout d'abord, nous avons présenté l'évolution du secteur bancaire algérien, en mettant en évidence les changements et les développements importants qui ont eu lieu au fil du temps. Tout d'abord, nous avons brièvement présenté l'évolution du secteur bancaire algérien, en mettant en évidence les changements et les développements importants qui ont eu lieu au fil du temps. Cette présentation de contexte permet de mieux comprendre le contexte dans lequel l'e-Banking s'est développé.

Ensuite, nous avons offert un aperçu de l'apparition de l'e-Banking au sein des banques algériennes, expliquant comment cette technologie a été intégrée dans les services bancaires proposés aux clients. Nous avons également discuté de la manière dont les consommateurs ont réagi à cette nouvelle offre de services et comment ils ont commencé à l'utiliser.

La troisième section de ce chapitre était consacrée à une enquête pour évaluer l'impact de l'e-Banking sur le comportement des consommateurs. Nous avons décrit en détail la méthodologie de l'enquête, y compris les variables que nous avons supposées, les questions posées aux répondants et comment nous avons analysé les réponses pour tirer des conclusions significatives.

En ce qui concerne les résultats de l'enquête, nous avons constaté que les clients des banques avaient une perception globalement positive de l'e-Banking et de ses avantages, notamment le gain de temps, l'autonomie et la mobilité. Cependant, malgré cette perception positive, ils ont exprimé des inquiétudes en ce qui concerne la sécurité des transactions électroniques. Cette préoccupation en matière de sécurité a conduit à une hésitation à utiliser pleinement les services d'e-Banking, ce qui se traduit par un taux d'utilisation relativement bas.

En résumé, ce chapitre a permis d'explorer en détail l'impact de l'E-Banking sur le comportement des consommateurs en Algérie. Il a mis en lumière les avantages perçus par les clients, tout en mettant en évidence les défis liés à la sécurité qui freinent encore l'adoption

généralisée de l'e-Banking dans cette région. Ces conclusions sont essentielles pour comprendre les dynamiques du marché bancaire local et pour orienter les stratégies futures des banques en matière de services en ligne.

Conclusion Générale

Aujourd'hui, les progrès technologiques ont profondément transformé le secteur bancaire, entraînant des changements importants dans le secteur bancaire algérien. Elle évolue vers une nouvelle génération de banque, à savoir la banque électronique. En conséquence, l'adoption de cette nouvelle approche est devenue indispensable pour le progrès de l'activité bancaire en Algérie.

De ce point de vue, cette adoption permet aux clients d'accéder facilement à leurs comptes, d'effectuer des transactions rapidement et de gérer en toute sécurité leurs transactions en ligne sans avoir à ne se déplacer en personne ni à payer des frais supplémentaires. C'est pour eux un avantage considérable.

De plus, la banque à distance répond aux nouvelles formes de concurrence intense, incitant les banques à adopter l'e-Banking pour renforcer leur relation avec leurs clients et les fidéliser. En conséquence, les services en ligne garantissent la satisfaction des clients en répondant à leurs attentes et exigences toujours croissantes.

Notre travail se concentre sur les niveaux de développement et d'adoption de la banque électronique en Algérie. Dans un premier temps, nous avons posé quelques questions pour mieux comprendre le cas de la banque électronique et le comportement des clients algériens face à cette innovation.

Après avoir présenté et interpréter les résultats obtenus de la population interrogée, nous allons tenter de dresser un constat général.

Bibliographie

Ouvrages :

- Charlotte (B) et Serga (A) Cabinet (W) « l'impact du numérique sur métiers de la banque » les études de l'observatoire, édition étude thématique, mars 2014
- Ezzahed E (2018), l'inclusion financière, levier de renforcement des capacités des individus et du développement. Revue finance sous la direction de Benali M et El Bouhadi A ; édité par l'université sidi Mohamed Ben Abdellah (MAROC).
- Jouahri A (2017), Education financière dans le monde Arabe. Colloque international. Fonds monétaire Arabe le 20/21/2016, Maroc.
- Le magazine promotionnel de l'Algérie « El-Djazair » N°101-novembre 2016
- Mas I, Kimar K (2008), banking on mobiles why, how, for whom? Focus note. Washington DC; CGAP
- VAN-VRACEM (P), JANSSENS-UMFLAT (M), « comportement du consommateur : facteurs d'influence externes », édition de bocks université, Bruxelles, 1994

Reuves et articles :

- ABBAD Hayet, TOUATI Karima « Impact de l'inclusion financière sur la stabilité bancaire en Algérie : Approche empirique. » Vol :08/ N°03/Octobre-2022
- GODIH Djamel torqui, KAMELI Mohammed, LAZREG Mohammed, « L'inclusion financière : Enjeux et objectifs » Publié :26/01/2023
- Tahir Masood; Khaqan Zafar and Bashir Khan and, « Customer Acceptance of Online Banking in Developing Economies », Journal of Internet Banking and Commerce, April 2008, vol. 13, no.1

Theses et memoires:

- DAHDOUBI.D, « L'e-Banking et son impact sur l'environnement de la banque cas : Banque Nationale D'Algérie (BNA) » Mémoire de Master, Economie Monétaire Et Bancaire, Université Abdelhamid Ben Badis, Mostaganem, 2018/2019.
- Denoel C, « Le E-Banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il. ». Mémoire de master en science de gestion. Ecole de gestion de l'université de liège ; 2007-2008.
- HIBER.K et MANSERI.L « Le comportement du consommateur algérien face aux défis de l'E-Banking » Mémoire de master, Management Bancaire, UNIVERSITE MOULOUD MAMMARI de TIZI-OUZOU 2019-2020.

- MERBOUTIA et MESTOUR.O, « La banque en ligne (e-banking) : état des lieux en Algérie. » Mémoire de master, Finance et Banques, UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI de TIZI-OUZOU 2018/2019

Sites internet

- https://www.snb.ch/fr/mmr/reference/hr_banking/source/hr_banking.fr.pdf
- <https://www.ecb.europa.eu/pub/conferences/shared/pdf/epayments-peeters.pdf>
- <https://www.banquemonde.org/fr/news/press-release/2014/08/28/world-bank-reportdigital-payments>
- <https://bizfluent.com/about-5109945-history-ebanking.html>
- <https://www.uncdf.org/fr/financial-inclusion>
- <https://www.banquemonde.org/fr/topic/financialinclusion/overview>
- <https://blogs.alternatives-economiques.fr/gloukoviezoff>
- <https://www.satim.dz/la-satim/qui-sommes-nous.html>
- <https://www.satim.dz/services-cib/operations-de-paiement-en-ligne.html>
- <https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/TPE.html>
- <https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/inclusion7.pdf>

Annexes

Questionnaire

Dans le cadre de notre projet de recherche portant sur l'E-Banking, nous souhaitons partager ce questionnaire. Son objectif est d'analyser le comportement des consommateurs algériens face aux défis actuels de l'E-Banking.

Pour mener à bien cette étude, nous avons élaboré un questionnaire spécifiquement conçu pour les clients particuliers, axé sur l'utilisation de l'E-Banking.

En ce qui concerne la méthodologie de l'enquête, nous avons opté pour une approche qualitative qui nous permettra d'analyser et de comprendre en profondeur les mécanismes du comportement des clients ainsi que leurs choix de pratiques.

L'objectif principal de cette étude est de déterminer les principaux attributs qui influencent les clients dans leur décision d'adopter l'E-Banking.

Questionnaire

1. Après de quelle type de banques, avez-vous un compte ?

Une seule réponse possible.

- Privés
 Publics

2. Avez-vous déjà entendu parler de l'e-banking?

Une seule réponse possible.

- Oui
 Non

3. Si oui, par quel moyen avez-vous découvert ce service de e-banking ?

Plusieurs réponses possibles.

- Par média
 Par une Banque
 Par recommandation de connaissances
 Grâce à des publicités

4. Utilisez-vous les services d'e-banking ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

5. Depuis quand vous utilisez le e-Banking ?

6. Quels sont les services e-Banking que vous utilisez le plus ?

Une seule réponse possible.

Banques mobiles

Distributeurs automatiques de billets

Paiement en ligne

Autres

7. Pour quels types d'opérations utilisez-vous l'E-Banking ?

Plusieurs réponses possibles.

Consultation de solde

Virements

Retraits

Demandes de chèquiers

Autres

8. Quelles opérations effectuez-vous en agence bancaire plutôt qu'en ligne ?

Plusieurs réponses possibles.

Dépôts/ retraits

Virements

Consultation de solde

Demande de chèquiers

Demande de relevés de compte

Autres

9. Quels sont, à votre avis, les bénéfices des services en ligne?

Une seule réponse possible.

- Mobilité
- Gain de temps
- Simplification des opérations
- Autonomie
- Cout réduit

10. Selon vous, Quels sont les inconvénients des services e-Banking ?

Une seule réponse possible.

- Risques juridiques
- Risques lié à la réputation
- Risque de l'insécurité
- Manque d'assistance

11. Avez-vous rencontré un problème d'utilisation des sites bancaires ?

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non

12. Si oui, précisez la nature du problème ?

Une seule réponse possible.

- Problème de sécurité
- Difficulté d'utilisation
- Saturation des sites

13. Pensez-vous que l'E-Banking est plus avantageux que le contact humain ?

Une seule réponse possible.

- Oui
 Non
 Peut-être

14. Etes-vous satisfaits par la qualité des services e-Banking offerts ?

Une seule réponse possible.

- Oui
 Non

15. Pensez-vous que ce genre de service e-Banking a un avenir en Algérie ?

Une seule réponse possible.

- Oui
 Non

16. Vous êtes ?

Une seule réponse possible.

- Homme
 Femme

17. Votre âge ?

18. Catégorie socio-professionnelle

Une seule réponse possible.

Etudiant

Employé

Retraité

Autres

Table des matières

Remerciements

Liste des abréviations

Liste des tableaux et des figures

Introduction générale..... 01

CHAPITRE I : GENERALITE SUR L'E-BANKING

Introduction 03

Section 1 : Cadre théorique de l'E-Banking 04

1.1. Définition de l'é-Banking 04

1.2. Histoire et développement de l'e-Banking..... 05

1.3 Les services de l'e-Banking 06

Section 2 : Avantages et inconvénients de l'E-Banking 08

2.1 Avantages du e-Banking 08

2.1.1 Gagnez du temps : 08

2.1.2 Réduction des coûts d'intermédiaire et de transaction 08

2.1.3 Expansion géographique 09

2.1.4 Différenciation des produits 09

2.1.5 La gestion de la relation client-banque 09

2.1.6 La simplicité d'utilisation 09

2.2 Les inconvénients de l'E-Banking 09

2.2.1 Commodité 10

2.2.2 Confiance et risques 10

2.2.3 Risque de l'insécurité des opérations 10

2.2.4 Risques juridiques 10

2.2.5 Risques de réputation 11

Section 3 : Aspects théoriques de l'inclusion financière 12

3.1 Définitions 12

3.2 Rôles des services bancaires traditionnels dans l'inclusion financière : 12

3.3 Impact de l'e-Banking sur l'inclusion financier 14

Conclusion..... 16

CHAPITRE 2 : EXPERIENCE DU E-BANKING EN ALGERIE

Section 1 : Emergence de l'e-Banking en Algérie..... 17

1.1 Modernisation de système bancaire algérien 18

1.1.1 Naissance de la Société d'automatisation des transactions interbancaires et de monétique (SATIM)..... 18

1.1.2 Le Règlement Brut en Temps Réel	19
1.1.3 Système de paiement de masse	19
1.1.4 Développement de la monétique	20
1.1.5 Agences bancaires	20
1.1.6 Accélération des ouvertures des agences de banques privées.....	20
1. 2. Evolution de l'E-Banking en Algérie.....	21
1.3. Services de l'E-Banking.....	22
1.3.1. Carte CIB (carte interbancaire)	22
1.3.2 Les Terminaux de Paiement Electronique (TPE).....	23
1.3.3 Le Mobile Banking en Algérie.....	23
Section 2 : Défis et obstacles à l'adoption du l'e-Banking en Algérie.....	24
2.1 Obstacles de manque d'une bonne gouvernance dans le secteur bancaire et financier	24
2.2 L'absence de confiance des clients algériens envers les institutions bancaires.....	24
2.3 L'obstacle lié à l'infrastructure financière limitée en Algérie.....	25
2.3.1. Manque d'infrastructure numérique	25
2.3.2. Faible pénétration d'Internet	25
2.3.3. Infrastructure de paiement	25
2.3.4. Systèmes de sécurité obsolètes	25
2.3.5. Investissements inadéquats	26
2.3.6. Normes technologiques obsolètes	26
2.4 L'absence de services financiers et de produits adaptés aux besoins de toutes les catégories sociales	26
Section 3 : Les stratégies de promotion de l'e-Banking en Algérie	27
3.1 Renforcement de l'infrastructure financière éducation financière.....	27
3.2 Renforcement de l'infrastructure financière	27
3.3 L'innovation financière et le développement du numérique.....	28
3.4 Les autres actions fondamentales à entreprendre pour une efficience du système bancaire et financier et une amélioration de L'adoption de l'é-Banking	30
Conclusion.....	31
CHAPITRE 3 : ENQUETE EMPIRIQUE SUR LE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR ALGERIEN FACE AU DEFI DE L'E-BANKING	
Introduction	32
Section 1 : présentation du secteur bancaire algérien compte tenu de l'E-Banking.....	33
Section 2 : Présentation de la méthodologie et interprétation des résultats	36

Table des matières

2.1 Echantillonnage.....	36
2.2 Déroulement de l'enquête	36
2.3 Présentation des volets du questionnaire.....	37
2.4 Traitement des résultats.....	38
Section 3 : Discussion et conclusion	57
Conclusion générale	59
Bibliographie	
Annexe	
Table de matière	